

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra žurnalistiky

**ZKOUMÁNÍ VLIVU MEDIÁLNÍ AGENDY NA
VEŘEJNOST, ZPŮSOBY NASTOLOVÁNÍ
VLASTNÍ TEMATICKÉ AGENDY
V DOMÁCÍM ZPRAVODAJSTVÍ
NĚKTERÝCH ČESKÝCH TIŠTĚNÝCH
PERIODIK**

Polostandardizované rozhovory s důležitými pracovníky redakcí
vybraných českých printových médií
(Mladá fronta DNES, Lidové noviny, Hospodářské noviny)

Magisterská diplomová práce

Jakub MALÝ

Vedoucí práce: Ing. David Macháček

Olomouc 2010

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracoval samostatně a využil jsem všech uvedených pramenů a literatury. Se všemi respondenty jsem osobně hovořil. Práce má celkem 253 777 znaků.

Olomouc, prosinec 2010

.....

Abstrakt

Malý, J. *Zkoumání vlivu mediální agendy na veřejnost, způsoby nastolování vlastní tematické agendy v domácím zpravodajství některých českých tištěných periodik. Polostandardizované rozhovory s důležitými pracovníky redakcí vybraných českých printových médií (Mladá fronta DNES, Lidové noviny, Hospodářské noviny).* Olomouc 2010. Magisterská diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Filozofická fakulta. Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce D. Macháček.

Klíčová slova: zpravodajství – noviny - mediální agenda - veřejná agenda – reflexe - rozhovory

V této práci zkoumáme vliv mediální agendy na agendu veřejnou za pomoci polostandardizovaných rozhovorů s pracovníky redakcí vybraných českých printových médií, kteří mají rozhodující pozici ve výběru témat, jimž se jejich noviny věnují. Naším cílem je zjistit, zda si tištěná média stanovují kritéria pro zařazování článků do aktuálního vydání. Slova zástupců jednotlivých periodik následně porovnáváme se skutečnými texty, které byly reálně otištěny. Posuzujeme, jestli se noviny svými pravidly skutečně řídí nebo je jen proklamují. V rozhovorech rovněž zjišťujeme, jestli česká tištěná média znají preference svých čtenářů či zda se je alespoň snaží získávat z dat výběrových šetření. Vybrané tituly vzájemně porovnáváme z hlediska metod stanovování agendy, určování priorit, ale také konfrontujeme jednotlivé názory uvnitř redakce. Získané poznatky reflektuje mediální analytik Karel Hvizďala. Vzhledem ke kvalitativnímu charakteru práce nemůžeme její výsledky zobecňovat na všechny noviny. Týkají se jen Mladé fronty DNES, Lidových novin a Hospodářských novin.

Abstract

Research of the influence on media agenda on public, ways of establishing own thematic agenda in home newscast of some Czech printed serials. Semi-standardized interviews with important editorial staff of chosen Czech printed media (MF DNES, Lidove noviny, Hospodarske noviny).

Keywords: newscast – newspapers – media agenda – public agenda – reflection - interviews

In this thesis we research the influence of media agenda on the public agenda through semi-standardized interviews with editorial staff of chosen Czech printed media, who has the crucial position in selection of topics, which are contained in their newspapers. Our goal is to determine if printed media specify criteria for inclusion of articles to the actual edition. We compare words of representatives of each serial with the actual texts, which were really printed. We judge if the newspapers really follow their rules or just proclaim. We find out in interviews as well whether Czech printed media know the preference of their readers or at least try to acquire data from sampling. We compare chosen titles reciprocally from the point of view of methods, establishing agenda, determining preferences, but we control the individual opinions of editorial staff as well. The media analyst Karel Hvížd'ala reflects on acquired knowledge. Owing to qualitative character of the thesis we cannot generalize the results for all newspapers. It applies just to MF Dnes, Lidove noviny, Hospodarske noviny.

Děkuji vedoucímu magisterské diplomové práce Ing. Davidu Macháčkovi za odborné konzultace, připomínky k textu a celkové vedení, také děkuji všem respondentům, kteří se zapojili do mého výzkumu a zejména panu Karlu Hvižd'alovi za cenné komentáře k výsledkům analýzy.

Obsah

Úvod.....	9
1 Cíl práce.....	11
2 Předchozí výzkumy a teoretická východiska	
2.1 Doris Graberová, vnímání zpravodajství veřejností.....	12
2.2 František Kalvas, nastolování agendy (agenda-setting).....	15
2.3 Maxwell McCombs, agenda-setting.....	16
2.4 Výzkum mediálních organizací a pracovníků v médiích.....	19
3 Metodologie	
3.1 Kvalitativní výzkum, přednosti pro náš typ analýzy.....	21
3.2 Polostandardizované rozhovory.....	23
3.3 Grounded Theory, zakotvená teorie.....	26
3.4 Přepisy rozhovorů.....	27
4 Oblasti zájmu výzkumu	
4.1 Zpravodajství.....	27
4.1.1 Zkoumání zpravodajství v mediálních studiích.....	28
4.1.2 Definování zpravodajství v žurnalistických teoriích.....	31
4.1.3 Vztah ke zprávám v historii, posun k obrazovému zpravodajství.....	34
4.2 Charakteristika sledovaných médií a představení respondentů.....	36
4.2.1 Charakteristika sledovaných médií.....	36
4.2.1.1 Mladá fronta DNES (MFD).....	36
4.2.1.2 Lidové noviny (LN).....	37
4.2.1.3 Hospodářské noviny (HN).....	38
4.2.2 Stručné životopisy respondentů.....	38
4.2.2.1 Vedení redakce.....	39
4.2.2.1.1 Mladá fronta DNES (Jiří Kubík).....	39
4.2.2.1.2 Lidové noviny (Jan Dražan).....	39
4.2.2.1.3 Hospodářské noviny (Petr Šimůnek).....	39
4.2.2.2 Vedení oddělení domácího zpravodajství.....	40
4.2.2.2.1 Mladá fronta DNES (Jana Nováková Blažková).....	40
4.2.2.2.2 Lidové noviny (Vladimír Křivka).....	40
4.2.2.2.3 Hospodářské noviny (Ondřej Neumann).....	40
4.2.2.3 Hlavní editoři.....	41

4.2.2.3.1 Mladá fronta DNES (Tomáš Vocelka).....	41
4.2.2.3.2 Lidové noviny (Martin Egyed).....	41
4.2.2.3.3 Hospodářské noviny (Vladimír Dubský).....	41
5 Formální průběh výzkumu	
5.1 Přípravná fáze.....	42
5.2 Etická stránka výzkumu.....	43
5.3 Průběh rozhovoru.....	44
6 Otázky v rozhovoru, tematické okruhy.....	46
7 Analýza	
7.1 Postup analýzy.....	47
7.2 Výstupy analýzy rozhovorů.....	47
7.2.1 Mechanismy schvalování tématu v redakci.....	48
7.2.2 Témata na titulní straně.....	51
7.2.3 Důležitost kontextu (jiných zpráv) pro sestavení titulní strany.....	57
7.2.4 Konkrétní funkce daného respondenta v procesu nastolování témat.....	59
7.2.4.1 Šéfredaktor (zástupce).....	59
7.2.4.2 Vedoucí oddělení domácího zpravodajství.....	61
7.2.4.3 Šéfeditor.....	62
7.2.4.4 Výsledek srovnání funkcí.....	64
7.2.5 Osoba v redakci mající rozhodující vliv na tematickou agendu novin.....	64
7.2.6 Průzkum zjišťující spokojenost čtenářů s výběrem témat daných novin.....	65
7.2.7 Sebereflexe zjišťující existenci článku, jehož důležitost redakce nedocenila a neumístila ho na titulní stranu.....	68
7.2.8 Sledování událostí až do jejich rozuzlení.....	70
7.2.9 Souběh dvou mimořádných zpráv, jejich rozložení na titulní straně a způsob zpracování.....	71
7.2.10 Otázky na konkrétní články sledovaného týdne.....	74
7.2.10.1 Mladá fronta DNES (MFD).....	74
7.2.10.2 Lidové noviny (LN).....	80
7.2.10.3 Hospodářské noviny (HN).....	86
7.3 Test jednotlivých novin z hlediska dodržování pravidel tematické agendy.....	92
7.3.1 Vytvoření „desatera“ pravidel nastolování agendy.....	92
7.3.2 Aplikace „desatera“ pravidel nastolování agendy pro sledovaný týden.....	94
7.3.2.1 Mladá fronta DNES (MFD).....	94

7.3.2.2 Lidové noviny (LN).....	103
7.3.2.3 Hospodářské noviny (HN).....	112
7.3.3 Výsledek testu jednotlivých novin z hlediska dodržování pravidel tematické agendy.....	122
Závěr.....	125
Prameny a literatura.....	128
Seznam tabulek.....	131

Úvod

Zpravodajství má obecně velice specifické postavení. Od ostatních mediálních sdělení ho dokáží odlišit i sami recipienti, a to na základě několika prvků, kterými se ono samo diskurzivizuje. Ještě specifičtější je pozice zpravodajství domácího, které se v českých tištěných médiích obvykle objevuje na hlavních stranách. O důvodech takové strukturace novin pohovoříme až v práci samotné. Také zjistíme, zda se jedná o český způsob řazení novin anebo jde-li o jev obvyklý ve vyspělém světě. Jádrem naší práce pak budou zjištění, jak se v jednotlivých titulech ustavuje tematická agenda, kdo o ní rozhoduje a také jestli mají odpovědní pracovníci významných českých listů přehled o zájmech a orientaci své cílové skupiny, tedy zástupců veřejnosti.

Jako metodu jsme zvolili polostandardizované rozhovory. Vybraný vzorek tvoří zástupci tří domácích periodik – Mladá fronta DNES, Lidové noviny a Hospodářské noviny. V každé redakci se jedná o šéfredaktora (případně jeho zástupce), hlavního editora a vedoucího domácího zpravodajství. Interview byla členěna do několika částí tvořených jednotlivými segmenty témat. Nejprve jsme řešili způsob nastolování agendy, zabývali jsme se otázkou, zda dané noviny zjišťují spokojenost s předkládanými tématy u svých čtenářů. Ve druhé části rozhovorů jsme se zaměřili na určený sledovaný týden. Na základě otištěných článků jsme pokládali otázky blíže zkoumající redakční techniky. Jednalo se o konkrétní a pravé materiály, na nichž jsme chtěli doložit nebo rozporovat předchozí tvrzení. Rozhovory byly polostandardizované, proto měli danou osnovu a nikoliv doslovné znění otázek.

Podle odpovědí jsme se pokusili vypracovat vlastní pravidla pro každou ze tří redakcí, která jsme následně konfrontovali se skutečnou agendou. Tak jsme zjišťovali, do jaké míry se noviny řídí stanovenými postupy anebo je jen proklamují a zaštiťují se jimi.

Konečná verze práce procházela v průběhu doby různými modifikacemi. Původně jsme se chtěli zabývat zkoumáním příjemců zpravodajských obsahů. Kvantitativní výzkum by vyžadoval rozsáhlý vzorek a musel by být zadán specializované agentuře. Jinak by mohlo dojít ke zkreslení dat a ke znehodnocení průzkumu. Zvolený kvalitativní výzkum umožnil, aby byla prozkoumána užší skupina, ovšem na druhou stranu závěry takové studie jsou poměrně diskutabilní. Mají hodnotu jen pro ni. Díky rozhovorům s vedoucími představiteli domácích novin máme možnost porovnat přístup jednotlivých listů k problematice stanovování agendy a navíc můžeme mapovat, zda

vědí o zájmech svých čtenářů a podle nich se řídí anebo naopak oni sami určují měřítka důležitosti témat.

Vzhledem k omezeným časovým možnostem jednotlivých respondentů nemohla být vždy důsledně probrána všechna témata. Rozhovory probíhaly v reálném čase takřkajíc z očí do očí. Komunikace e-mailem by umožňovala získat důkladnější repliky, ale výrazně by vzrůstalo riziko autostylizace respondentů do lepší pozice. Také pro nás bylo podstatné, aby si jednotliví členové nepředávali své poznatky z rozhovoru a neovlivňovali se v odpovědích. Byl proto stanoven jeden konkrétní den na každou redakci, během něhož musel být sběr dat realizován. Aby si výzkumník mohl získané informace ihned třídit, nebyly nikdy zpracovány dvě redakce najednou. Vždy muselo být důsledně dodržováno pravidlo hovořit během jednoho dne se zástupci právě jedné redakce.

Výhodu takového druhu šetření (polostandardizované rozhovory) spatřujeme v možnosti upřesnění odpovědi. Respondent není tlačěn do jednoduché repliky, ale může se vyjádřit daleko přesněji. Nevýhodu uplatnění rozhovorů jako metody spatřujeme pochopitelně v tom, že nutně omezují rozsah šetření na menší skupinu. Myslíme si však, že tři lidé z jedné redakce (s rozhodující funkcí) reprezentují všechny členy. Některé informace se během rozhovorů opakovaly, tudíž byl vzorek nasycen. Jednotlivé závěry budou vždy platné pouze pro dané periodikum, nikoliv pro všechna současně. Budeme mít mnoho možností k porovnávání – ať už novin mezi sebou nebo jednotlivých funkcí vzájemně (například porovnání stanoviska hlavních editorů).

Domníváme se, že podobná šetření „nastavují médiím zrcadlo“. Hledají souvislosti, které jsou dost možná netušené. Mnoho postupů běžné redakční rutiny působí zautomatizovaně a teprve zpětná rekonstrukce rozkrývá možné nezamýšlené důvody pro zvolený postup. Respondenti totiž velice často hovořili o intuici, citu, odhadu, nikoliv o daných pravidlech. Komunikační strategie ale musí z něčeho vycházet, musí být něčím ovlivněna. Nelze předpokládat, že denní tisk vytváří člověk z jiné reality než z té, kterou denně zakoušíme. Musí mít něco, o co se opírá, podle čeho se rozhoduje. Aníž bychom chtěli určovat, kdo se rozhodoval pro jaké postupy a z jakého důvodu, analyzujeme jednotlivé odpovědi.

Narozdíl od etických kodexů, které redakce většinou používají, mají je sepsané a uveřejněné na internetu, s pravidly pro stanovování agendy zachází velmi volně. Dosud se nenašel nikdo, kdo by jasně určil postupy pro výběr témat. Naše práce tak vstupuje na velice neprobádané pole a nabízí první soupis těchto pravidel.

1 Cíl práce

Hlavním cílem této práce je přiblížení činnosti jednotlivých redakcí tištěných médií. Díky přímému vstupu do jejich rutin zhodnotíme současné způsoby stanovování tematické agendy v domácím zpravodajství. Na tuto část novin jsme se výhradně zaměřili, protože ji považujeme za rozhodující pro čtenářovu volbu, zda si dané noviny koupí anebo ne. Také se domníváme, že noviny samotné na ni kladou největší důraz a opírají o ni i další části vydání. Namísto zkoumání recipientů jsme se zaměřili na mediální organizace a jejich způsoby nastolování agendy.

Musíme také zdůraznit, že jsme chtěli zjistit, jestli redakce vůbec mají přehled o tom, jak čtenáři hodnotí jejich postupy v informování v rámci domácího zpravodajství. Obvykle se v tomto případě pracuje s pojmem „cílová skupina“. Jedná se o jakýsi hypotetický konstrukt, který by svým složením měl odpovídat tzv. ideálnímu příjemci. V tomto případě se většinou uvádí určité sociodemografické charakteristiky (věk, místo bydliště, dosažené vzdělání). Média tendují k opakovaným postupům, které jsou ze strany recipientů očekávané a mnohdy vyžadované. K těmto teoretickým principům se ještě vrátíme. V práci samotné jsme ale chtěli zmapovat, zda noviny s „cílovou skupinou“ pracují intuitivně nebo jestli si ověřují platnost svých předpokladů.

Abychom mohli diskutovat více konkrétně, sledovali jsme dané noviny jeden týden před uskutečněním rozhovoru. Měli jsme tak v ruce články a témata, kterými se opravdu zabývaly. Díky provedené analýze jsme dostali přehled o žánrovém rozdělení a zejména rozsahu, který byl určitým tématům věnovaný. Jeden týden nám umožnil vidět kontinuitu nebo diskontinuitu ve vztahu k událostem, jež byly popisovány. Na aktuálních materiálech můžeme také ověřovat platnost výroků aktérů rozhovorů.

V každé redakci jsme záměrně hovořili s lidmi z nejvyššího vedení, abychom mohli jejich stanoviska považovat za reprezentativní. Předpokládáme, že by měli o problematice naší práce vědět relativně nejvíce a hlavně si myslíme, že oslovení respondenti bývají sami tvůrci pravidel, která určují procedury nastolování agendy.

Tři tištěná média nám dávají šanci porovnat jejich strategie vzájemně a zároveň rozklíčovat, jak se liší nebo podobají pracovní postupy zástupců tří funkcí (šéfredaktor, resp. jeho zástupce, vedoucí domácího zpravodajství, šéfeditor). Proč jsme vybírali právě tyto lidi a proč právě tři tištěná periodika, podrobně popisujeme v další části práce. Náš postup nepovažujeme za jediný možný, ale za jeden z možných. Jsme si vědomi jeho slabin a silných stránek. S odstupem času by mohl být doplněný kvantitativním výzkumem příjemců. Mohla by tak vzniknout zajímavá konfrontace.

2 Předchozí výzkumy a teoretická východiska

2.1 Doris Graberová, vnímání zpravodajství veřejností

Americká autorka Doris Graberová nám v 80. letech předložila významnou studii, z jejíž výsledků chceme čerpat i v naší práci. Publikace „Processing the News: How People Tame the Information Tide“¹ zkoumá, jakým způsobem si jsou lidé schopni poradit s informačním proudem zpravodajství, kterému jsou denně vystaveni. Graberová se zaměřila hlavně na informace z politiky. Připomíná, že Američané jako nejčastější zdroje vyhledávají masová média. Vliv může být přímý anebo může směřovat přes jakéhosi zprostředkovatele, kterému recipient důvěřuje a je pro něj názorovou autoritou, „opinion leaderem“.²

Podobný typ zkoumání musí být zásadně prováděný na menším vzorku respondentů: „Intenzivní zkoumání jednotlivců je nezbytné, protože vnímání politických informací je ovlivněno mnoha faktory. Například vlastnostmi člověka, jeho charakterem, očekáváními, životním stylem, všeobecným přehledem tak jako kulturními specifiky, politickými a ekonomickými podmínkami a událostmi daného období.“³ Studie proto také obsahuje jakousi mikro-analýzu malého vzorku respondentů.

Vzorek byl vybrán ze seznamu registrovaných voličů v univerzitním městě Evanstonu ve státě Illinois v roce 1976. Zhruba dvě stovky lidí prošly vstupními rozhovory. Nakonec jich asi 16 procent odmítlo podílet se na výzkumu. Další dělení proběhlo podle deklarovaného zájmu o politiku a možnosti přístupu k politickému zpravodajství. Vznikly tak celkem čtyři skupiny panelového šetření (vysoký zájem + vysoký přístup, vysoký zájem + nízký přístup, nízký zájem + vysoký přístup, nízký zájem + nízký přístup).

Sběr dat probíhal v letech 1976 a 1977. Jako metoda byly zvoleny rozhovory, které probíhaly v místě respondentova bydliště nebo v zaměstnání. Obvykle trvaly až dvě hodiny a obsahovaly až sto otázek. „Takové masivní množství různých výpovědí přináší značné množství materiálu. Zároveň je však vyloučeno, abychom mohli každého respondenta individuálně charakterizovat. Je zapotřebí vytvořit určité škály

¹ GRABER, D. *Processing the News. How People Tame the Information Tide*. 2. vyd. New York: Longman, 1988. 298 s. ISBN 0-8013-0047-9.

² Viz Paul Felix Lazarsfeld/People's Choice, dvoustupňový model komunikace (1944), na studii odkazuje taky Doris Graberová.

³ GRABER, D. *Processing the News. How People Tame the Information Tide*. 2. vyd. New York: Longman, 1988. s. 6. ISBN 0-8013-0047-9. Přel. JM.

nebo rámce, do kterých se jednotlivá stanoviska dají zařadit.“⁴ Graberová uvádí i několik výhod rozhovorů coby metody: „Reciproční vztah mezi tazatelem a tázaným nabízí možnosti pro vytrvalé zkoumání respondentových názorů.“⁵

Členové panelového šetření nejčastěji četli Chicago Tribune (deník), Evanston Review (týdeník), příležitostně Chicago Daily News a Chicago Sun Times. V případě televizního zpravodajství sledovali celonárodní stanice NBC, CBS. Z výzkumu byla vyčleněna rádia a časopisy. „Rádia často přebírala informace z televizního zpravodajství. Zpravodajské časopisy na druhé straně nabízely podobná témata jako noviny, jen je více zasazovala do kontextu a interpretovala než klasické noviny.“⁶

Z výzkumu Doris Graberové vyplynulo, že 67 procent článků v novinách respondenti naprosto ignorují, zhruba 18 procent čtou v kompletní podobě, zbytek jen „skenují“⁷, tedy přejíždějí očima bez výraznější snahy o zapamatování nebo hlubší pochopení významů. „Frekvence opakování určitého tématu má velký vliv na zapamatování. Dokonce větší než umístění článku na titulní stránce, protože časté opakování způsobuje, že téma má naději, že si ho čtenáři všimnou a uloží si ho do paměti. Navíc široké téma se může objevit ve více médiích zároveň, oproti specifickým, exkluzivním informacím jednoho listu z předních stránek.“⁸ Lidé se navíc zpravodajství nevěnují systematicky, ale spíše jen náhodně, čímž množství informací okamžitě ztrácejí.

Jako zdroj pro informace uváděli respondenti Graberové tištěné noviny (48 procent), televizi (27 procent), rádio (9 procent), konverzace s ostatními (8 procent), časopisy a týdeníky (6 procent), ostatní – např. knihy, letáky (2 procenta).⁹ Motivace pro sledování zpravodajství byla většinou dána osobním zaujetím (teorie užití a uspokojení)¹⁰, neboli tím, že informace respondenty zajímá svým dopadem na ně. Zajímavé zpracování sdělení obsadilo až čtvrtou pozici nejsilnějších důvodů recepce zpravodajství.

Pokud se týká vyhledávaných témat, dostala se na první místo pouliční kriminalita (obliba těchto druhů zpráv stoupá se snižujícím se zájmem o politiku – zde platí princip nepřímé úměry). Vysoké zastoupení napříč skupinami má i soudnictví, avšak

⁴ Tamtéž, s. 17. Přel.: JM.

⁵ Tamtéž, s. 19. Přel.: JM.

⁶ Tamtéž, s. 24. Přel.: JM.

⁷ Tamtéž, s. 97. Přel.: JM.

⁸ Tamtéž, s. 98. Přel.: JM.

⁹ V době výzkumu ještě nebyl podstatným informačním zdrojem internet. V publikaci není dokonce uvedený vůbec.

¹⁰ Viz Katz, Lazarsfeld/Personal Influence.

problematika Středního východu zajímá jen recipienty, kteří patřili mezi nejsilnější zájemce o politické dění. Obecně platí, že menší zájem o politiku vede k zájmu o praktičtější témata nebo i témata z veřejného života.

Doris Graberová rovněž zkoumala faktory, které vedou k zapomínání určitých zpráv: „Jedním důvodem je nepochopení informace, druhým důvodem pak neuložení do dlouhodobé paměti. Většina zpráv se tam neuloží z toho důvodu, že jich obvykle přijímáme více v krátkém čase. Naše analýza recepce televizního zpravodajství ukázala, že 33 procent sdělení zapomeneme do minuty a 79 procent do tří minut.“¹¹

Jedním z posledních závěrů studie Doris Graberové je to, že lidé jsou v dnešní době obtížněji manipulovatelní, protože využívají více informačních zdrojů. Zároveň se však zpravodajství věnují jen povrchně, tudíž by do jisté míry manipulovatelní být mohli. Zprávy na ně každopádně příliš velký vliv nemají.

Za základní přínos Graberové do oblasti zkoumání vlivu zpravodajských sdělení na veřejnost bývá považována její myšlenka o šesti schématech, na jejichž základě lidé kategorizují a interpretují mediální obsahy. Percepční schémata souvisejí se stereotypizovaným myšlením.¹² Jsou to:

- a) sekvence jednoduchých situací (známější situace)
- b) sekvence příčiny a důsledku (spojování události s možnými okolnostmi)
- c) úsudky o osobách (stanovené charakteristiky určitých skupin nebo jednotlivců)
- d) úsudky o institucích (normy chování institucí)
- e) kulturní normy a národní zájem (normy politické kultury a daného národa)
- f) lidský zájem a empatie (osobní význam, široký rozsah)

¹¹ GRABER, D. *Processing the News. How People Tame the Information Tide*. 2. vyd. New York: Longman, 1988. s. 107, 108. ISBN 0-8013-0047-9. Přel. JM.

¹² Viz také REVUE PRO MÉDIA Č.10 – Heslář – Percepční schéma [cit. 7. 4. 2010] dostupný na [www: <http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/percepncischema.htm>](http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/percepncischema.htm).

2.2 František Kalvas, nastolování agendy (agenda – setting)

Za zárodek teorie agenda-setting můžeme považovat práci Waltera Lippmana nebo Roberta Parka ve 20. letech 20. století. Následovali je ve 40. letech Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld a Robert King Merton. Do vědeckého povědomí však tuto teorii zavedli až Maxwell McCombs a Donald Shaw v Chapel Hill Study z roku 1968.¹³ V naší práci se jim věnujeme později zvlášť. „Ve výzkumu nastolování témat se badatelé zpočátku soustředili na vztah masových médií a veřejnosti. Bádání na poli nastolování témat bylo později rozšířeno o třetího významného aktéra, kterým jsou tvůrci politik. V teoretické i empirické rovině již analyzovány všechny myslitelné kombinace vztahů a směrů příčinného vlivu mezi těmito třemi typy aktérů, nebo lépe řečeno mezi jejich agendami: veřejné, mediální a politické.“¹⁴

V Česku dosud neexistuje mnoho výzkumů založených na praktické aplikaci teorie agenda-setting. Protože však v naší práci budeme navazovat i na tyto poznatky, musíme je na tomto místě uvést. František Kalvas a Martin Kreidl publikovali v roce 2007 studii o vlivu obsahu a struktury televizního zpravodajství na vnímání důležitosti vybraného tématu recipienty. Výzkumníci se pokoušeli zjistit, jestli existuje kauzální vztah mezi mediálním zpracováním určitého sdělení a následným pochopením recipientů. Jestli tedy televizní stanice mohou formovat divákovo vědomí o důležitosti určitých zpráv.

Pro své zkoumání zvolili kvótní výběr Centra pro výzkum veřejného mínění. Z něho pocházela „závislá proměnná jejich analýzy“.¹⁵ Kromě toho využili i obsahových analýz společnosti InnoVatio. Závěry nejsou příliš překvapivé: „S rostoucím mediálním pokrytím izraelsko-palestinského konfliktu roste statisticky významně i šance, že respondenti izraelsko-palestinský konflikt zmíní mezi nejdůležitějšími událostmi poslední doby. Efekt mediální velikosti izraelsko-palestinského konfliktu je velmi silný.“¹⁶ Ovšem studie byla první, která použila v této oblasti česká data. „Naše empirické výsledky jsou významné zejména s ohledem na tři metodologické a jednu věcnou skutečnost. Naše analýza je nová tím, že kombinuje data z různých zdrojů: data získaná od individuálních respondentů v běžném dotazníkovém šetření a data získaná obsahovou analýzou mediálních obsahů za poměrně dlouhé

¹³ Viz KALVAS, F. *Nastolování agendy. Role masové a interpersonální komunikace, osobní zkušenosti a genderu*. Plzeň: Západočeská univerzita, 2009. s. 13. ISBN 978-80-7043-805-3.

¹⁴ KALVAS, F. – KREIDL, M. *Jaký je vliv obsahu a struktury televizního zpravodajství na vnímání důležitosti vybraného tématu českou veřejností?* In: Sociologický časopis, 2007, č. 2., s. 335. ISSN 0038-0238.

¹⁵ Tamtéž, s. 348.

¹⁶ Tamtéž, s. 351.

časové období. (...) Konečně naše analýza překračuje rozměr předchozích studií v tom, že se kromě prosté mediální velikosti tématu (počet zpráv na dané téma) pokouší mezi vysvětlující proměnné zahrnout rovněž další parametry mediální krajiny – homogenitu zpravodajského pole a relativní postavení studované události na žebříčku všech témat.“¹⁷

Teorie agenda-setting zasluhuje výraznější vědecké bádání než to, kterým dosud prošla. I proto jsme se jí chtěli věnovat. Budeme se zabývat agendou mediální a jejím vlivem na agendu veřejnou. Jak moc ji média chtějí usměrňovat?

2.3 Maxwell McCombs, agenda-setting

Jak jsme se již zmínili, práce tohoto teoretika bývá považována v oblasti nastolování témat za základní. V roce 1968 zahájil společně s Donem Shawem malý výzkum v Chapel Hill v Severní Karolíně. „Ústřední hypotéza zněla, že masová média nastolují agendu témat politické kampaně, protože ovlivňují, jak voliči vnímají významnost témat.“¹⁸ K určování agendy veřejné posloužil výzkum na vzorku náhodně vybraných nerozhodnutých voličů. „Průzkum žádal nerozhodnuté voliče, aby určili pět témat dne, která jsou podle jejich názoru klíčová, bez ohledu na to, co o nich říkají kandidáti. Témata, která se objevila v průzkumu, byla seřazena podle toho, jaké procento voličů je uvedlo, a takto vznikl popis veřejné agendy. (...) Také bylo zjištěno devět hlavních zpravodajských zdrojů těchto voličů a provedena obsahová analýza. Součástí této kolekce různých médií bylo pět lokálních a celostátních novin, dvě televizní stanice a dva zpravodajské časopisy. Pořadí témat mediální agendy bylo určeno počtem zpráv, které se v posledních týdnech danými tématy zabývaly.“¹⁹ Je už jasné, jak následné porovnání dopadlo. Míra korelace byla velmi vysoká.

Výzkumníci se ve výše popisované studii také pokoušeli porovnat hypotézu o nastolování agendy s hypotézou selektivní percepce, podle které „se ústřední vliv nachází uvnitř jednotlivce a mediální obsahy se poté rozvrstvějí podle kompatibility s existujícími postoji a názory daného jednotlivce. Tato perspektiva předpokládá, že jednotlivci minimalizují míru svého vystavení se působení informací, které je nepodporují, a v maximální míře se vystavují informacím, které je podporují. Od voličů

¹⁷ Tamtéž, s. 353, 354.

¹⁸ McCOMBS, M. *Agenda setting. Nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Přel. Kačer, T. – Nečas, V. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. s. 29. Přel. z: *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*. ISBN 978-80-7367-591-2.

¹⁹ Tamtéž, s. 31.

se očekává, že během voleb budou nejvíce pozornosti věnovat tématům, na něž klade důraz jimi upřednostňovaná politická strana.²⁰ Metodicky bylo použito srovnání dvanácti korelačních dvojic: tři skupiny voličů krát čtyři zpravodajská média. „Osm z dvanácti srovnání hovořilo ve prospěch hypotézy o nastolování agendy. V jednom případě nebyl rozdíl žádný a pouze tři srovnání byla ve prospěch hypotézy selektivní percepce. Nový pohled na moc mediálních účinků získal pevný základ.“²¹ Skupiny voličů byli demokraté, republikáni a příznivci třetí strany (kandidáta George Wallace). Vzorek zpravodajských médií tvořily CBS, NBC, New York Times a lokální deník. Agenda témat jedné skupiny voličů byla komparována s celkovým zpravodajstvím a posléze se zprávami o jejich upřednostňované straně či kandidátovi.

Vztah mediální a veřejné agendy byl několikrát empiricky testován a prokázán. Protože se naše práce nevěnuje jenom veřejné agendě, popíšeme na tomto místě způsob nastolování agendy mediální. Jako první otázku jsme respondentům pokládali tu, která se týkala cesty tématu na stránky dotyčných novin. Zkoumali jsme, jak média s informací pracují, čemu dávají prostor. Zajímalo nás, jestli respondenti zmíní PR zprávy nebo tiskové zprávy, které jim jsou pravděpodobně denně posílány za účelem zveřejnění: „Příspěvky pracovníků v oblasti komunikace pomáhají snahám zpravodajských organizací poskytovat zprávy tím, že jim nabízejí velké množství uspořádaných informací, často v podobě tiskových zpráv sepsaných novinářským stylem. (...) Bez příspěvků pravidelně přicházejících od pracovníků v oblasti public relations z veřejného, nevládního i soukromého sektoru by byla mediální agenda z hlediska rozsahu i obsahu výrazně odlišná.“²² Na působení PR sil jsme se záměrně neptali. Předpokládali jsme, že by je mediální pracovníci zapřeli a záměrně by se stavěli do lepšího světla v tom smyslu, že na ně vliv nemají. Chtěli jsme touto nepřímou metodou ověřit, zda budou jejich existenci zamlčovat anebo záměrně sdělí, že s nimi nespolupracují. Naopak jsme vůbec nepředpokládali, že by se ke spolupráci s nimi kdokoliv z našich respondentů „přiznal“.

Český mediální trh můžeme považovat za relativně malý. Proto jsme také chtěli zkoumat, jestli se některé noviny budou pozicionovat do role nastolovatele intermediální agendy, od kterého by témata přebíralo jiné tištěné médium. „Ve Spojených státech roli nastolovatele intermediální agendy často hraje New York Times

²⁰ Tamtéž, s. 32.

²¹ Tamtéž, s. 33.

²² Tamtéž, s. 153, 154.

a tato role je v současnosti natolik zavedená, že Associated Press své zaměstnance každý den upozorňuje na agendu zpráv titulní strany zítřejšího vydání, tj. na titulní stranu Times. Zpravodajskou hodnotu tématu často dodává jeho přítomnost na titulní straně Times. (...) Průběh šíření připomíná strom rodokmenu, v němž se cesta od společného předka větví směrem k velkému množství potomků. Potomci ve světě žurnalistiky bývají často přesnými klony. (...) Novináři často sledují – a následně kopírují – zprávy svých kolegů, aby tak potvrdili správnost svých vlastních zpravodajských závěrů ohledně událostí daného dne. (...) Výsledkem této běžné praxe neustálého sledování a následného vlivu mezi médii navzájem je spousta redundantní zpravodajské agendy.“²³

Naše práce se podle Maxwella McCombse řadí svým zaměřením na původce sdělení do čtvrté fáze ve vývoji teorie agenda-setting. „Výzkum původců vlivu na utváření mediální agendy znamenal její důležité rozšíření mimo rámec vztahu mediální a veřejné agendy“. První fáze se zabývá vlivem tematické agendy médií na tematickou agendu veřejnosti, druhá fáze řeší působení zpravodajských médií a zkoumá kontingentní podmínky pro účinky nastolování agendy na veřejnost. Ve třetí fázi se výzkumníci věnovali účinkům na porozumění. „Ačkoli se jednotlivé fáze objevovaly v jasně daném historickém pořádku, nejsou historickými fázemi v tom smyslu, že společně s příchodem nové fáze končí fáze předchozí. Všechny čtyři fáze i nadále představují oblasti aktivního bádání. A na prozkoumání čeká ještě mnoho dalších!“²⁴

Protože žijeme v 21. století, nemohli jsme opomenout existenci internetu a jeho vliv na tištěná média. Autor se podobnému tématu věnoval před několika lety.²⁵ Oslovení respondenti mají s podobou novin a jejími proměnami několikaleté praktické zkušenosti a mohou tak případné změny přímo pozorovat nebo odhadovat další vývoj. „Ačkoli internet nabízí možnost sledovat Daily Me, zpravodajství ušité na míru individuálním zájmům, většina lidí nemá čas na to, aby si z nesčetného množství zdrojů sestavila tento zpravodajský produkt. A i v případě, kdy software umožňuje, aby si lidé předem vybrali kategorie, které je zajímají – více či méně přesně odpovídající jejich soukromým zájmům - většina osob se chce také dozvědět o nejdůležitějších událostech dne bez ohledu na to, do které kategorie spadají. (...) Ale s ohledem na hlavní zprávy

²³ Tamtéž, s. 165-169.

²⁴ Tamtéž, s. 171.

²⁵ Viz MALÝ, J. *Jak využívají tištěné a elektronické deníky svou technologickou jedinečnost? Srovnání domácího politického zpravodajství MF DNES, Hospodářských novin a Aktuálně.cz*. Olomouc 2008. Bakalářská práce. 101 s. Univerzita Palackého v Olomouci. Filozofická fakulta. Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce D.Macháček.

dne bude mediální agenda stále relativně homogenní, alespoň do doby, než někdo vynalezne nový typ zprávy, které začnou číst tradiční konzumenti zpráv. Pokud se tak stane, bude to zásluhou tvůrčí práce novinářů, nikoli technologie, a vliv na nastolování agendy se přemístí od zpravodajských médií k novému zdroji.²⁶

2.4 Výzkum mediálních organizací a pracovníků v médiích

Tomuto typu výzkumu se v poslední době věnuje stále větší pozornost. I teoretici si jsou vědomi toho, že právě způsob činnosti jednotlivých mediálních organizací může ovlivnit postoje veřejnosti. Jako každá jiná organizace musí také ta mediální fungovat podle určitých pravidel a ustálených postupů: „Obsahy, jež média nabízejí, tedy nejsou ani tak výsledkem individuální činnosti (byť se tak může nejen publiku, ale i některým autorům jevit), nýbrž daleko více výsledkem fungování celé organizace a jejího postavení ve společnosti.“²⁷

Aby mohly noviny (v našem konkrétním případě) každodenně vycházet, musí pracovat v určitém cyklu a systematicky. Jejich zaběhlým metodám se říká „rutiny“ neboli „zažitě pracovní postupy, jež vedou k ekonomicky přijatelnému vyrábění daných produktů“.²⁸ Částečně se tak vyvrací laická domněnka, že média nutně musí reflektovat aktuální dění. Realita bývá daleko složitější a o tom, jestli se určitá událost do novin dostane nebo ne, rozhoduje mnoho faktorů. „Existence zažitých způsobů výběru a zpracování prvků, z nichž se sestavují obsahy, které média nabízejí, ukazuje, že mediální produkty jsou umělou (společenskými normami a profesními zvyklostmi podmíněnou) a velmi předvídatelnou symbolickou konstrukcí skutečnosti.“²⁹ Na to, jak mohou tištěná média pracovat s aktualitami (neboli s neočekávanými událostmi) jsme se respondentů také ptali.

Pro rozhovory jsme zvolili různé profese a zjišťovali jsme, do jaké míry se ony samy mohou podílet na konečné podobě novin, jak do ní mohou zasáhnout. Na noviny totiž logicky musíme nahlížet jako na organizaci: „Mediální organizace se musí neustále vyrovnávat s celou řadou vazeb projevujících se uvnitř jednotlivých organizací a mezi organizací a dalšími organizacemi či prostředím, v němž působí. Volnost v rozhodování o konečné podobě produktu je tak omezena řadou vnějších i vnitřních

²⁶ MC COMBS, M. *Agenda setting. Nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Přel. Kačer, T. – Nečas, V. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. s. 210. Přel. z: *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*. ISBN 978-80-7367-591-2.

²⁷ JIRÁK, J. – KOPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. s. 74. ISBN 978-80-7367-287-4.

²⁸ Tamtéž, s. 76.

²⁹ Tamtéž.

faktorů. Mediální produkce je založena na propracované a přísně hierarchizované dělbě práce. Přitom profese podléající se na jednotlivých pracovních úkolech mají v organizaci rozdílné postavení a rozdílnou míru svobody.³⁰ Zjišťovali jsme, jestli se tvorba deníku odvíjí od porady ve sboru nebo jestli existuje nějaký rozhodující hlas, který má konečné právo veta a poslední slovo. Na základě výše zmíněné charakteristiky jsme předpokládali, že potvrdíme domněnku o hierarchizaci a rozdělení rolí. V současné demokratické společnosti jsme považovali za kontraproduktivní ptát se na míru svobody. Dá se očekávat, že by všichni oslovení hovořili o svobodné možnosti diskuse.

Naše práce měla zejména popisovat rozdíly a mohli bychom téměř jistě předpokládat, že větší či menší diference objevíme: „Tyto rozdíly jsou mimo jiné dány individuálními rozdíly mezi tvůrci, kteří se na vzniku produktu podílejí. Jedná se o rozdíly v talentu, temperamentu, vzdělání, přístupu a v celé řadě dalších individuálních proměnných, jako jsou např. vyznávané hodnoty, zájmy, rod (gender) či etnické zázemí.“³¹ Všechny individuální rozdíly ale musí organizace vyrovnávat a vytvářet produkt, u kterého bychom neměli poznat, kdo na něm zrovna pracoval. Jestli takto noviny opravdu pracují, jestli mají systém, jak své autory a další pracovníky sjednocovat v jejich úkonech, taky popíšeme.

Některé výzkumy se na pracovníky v médiích už zaměřovaly, šlo zejména o sociologické výzkumy. Jaké jsou jejich nejčastější závěry? Existuje velké množství variant jednoho povolání (jakési podkategorie novináře), vysoká míra fragmentizace novinářů (ti mívají pocit, že nemají skoro nic společného s lidmi z reklamy a podobných marketingových profesí), velké sociální rozpětí (novinářská „elita“ a lidé, kteří se do této skupiny nemohou dostat), slabá standardizace (nemožná shoda na definici kvalitního výstupu dané profese).³²

Na význam vzdělání pro novináře zejména kvůli jejich politickému povolání upozorňoval už v roce 1919 Max Weber ve stati *Politik als Beruf* (Politika jako povolání). V letech 1937 a 1941 se studiem novinářských profesionálů zabýval Leo C. Rosten, o něco později se přidal také německý teoretik komunikace Emil Dovifat. Mohli bychom zmínit také významné sociology médií – Jeremy Tunstall, Gaye Tuchman a Brian McNair. Narozdíl od nás ale zkoumají novináře v celém kontextu,

³⁰ Tamtéž, s. 78.

³¹ Tamtéž, s. 80.

³² Podle JIRÁK, J. – KOPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. s. 82. ISBN 978-80-7367-287-4.

výzkum mediálních rutin je jednou z částí jejich výzkumu. Závěrem jejich zkoumání většinou bývají zjištěni, že novináři pocházejí spíše z vyšších vrstev společnosti a zastávají názory přispívající k jejímu zachování.

Na tomto místě se hodí připomenout faktory, které významně ovlivňují mediální produkci:

- a) obecné hodnoty (postoje a normy, jež prostupují celým životem každého jedince a podmiňují jeho pohled na svět)
- b) profesní hodnoty (vztahují se k výkonu příslušného povolání, např. profesněetické kodexy).³³

3 Metodologie

3.1 Kvalitativní výzkum, přednosti pro náš typ analýzy

Pro sběr dat jsme použili kvalitativní postup, rozhovory s respondenty. Domníváme se, že kvantitativní šetření by náš výzkum znatelně omezilo a navíc bychom neměli dostatek dat na potřebnou analýzu problému. Ta by jinak byla velmi povrchní a chyběly by nám relevantní informace o problematice, které se chceme věnovat. Během kvalitativního výzkumu máme možnost daleko lépe proniknout do podstaty problému. „V typickém případě kvalitativní výzkumník vybírá na začátku výzkumu téma a určí základní výzkumné otázky. Otázky může modifikovat nebo doplňovat v průběhu výzkumu, během sběru a analýzy dat. Z tohoto důvodu se někdy kvalitativní výzkum považuje za emergentní nebo pružný typ výzkumu.“³⁴ Pro naše téma zpravodajství je tedy vhodnější zvolit kvalitativní typ výzkumu. Umožňuje daleko pružnější přístup k dané problematice. Navíc i polostandardizovaný rozhovor počítá s možností dotváření otázek až ve svém samotném průběhu. Pokud bychom stanovili určité škály dopředu, omezili bychom zejména samotné respondenty, kteří by se nemohli adekvátně vyjádřit.

Sběr dat probíhal ve dvou fázích. Nejprve jsme během jednoho týdne nezávisle na sobě analyzovali vydání tří českých deníků (Mladá fronta DNES, Lidové noviny a Hospodářské noviny). Zajímalo nás žánrové rozložení, četnost článků k jednomu tématu v rámci jednoho výtisku. Na zjištěné skutečnosti jsme se následně ptali respondentů během následujícího týdne. Díky tomuto časovému rozpětí jsme získali

³³ Tamtéž, s. 83.

³⁴ HENDL, J. *Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. s. 50. ISBN 80-7367-040-2.

možnost průběžné analýzy. Kvalitativní výzkum totiž umožňuje analýzu ještě v době, kdy probíhá sběr ostatních dat. Takovýto postup je žádoucí, protože si můžeme lépe rozvrhnout čas. „Kvalitativní výzkumník nesestavuje ze získaných dat skládanku, jejíž konečný tvar zná, spíše konstruuje obraz, který získává kontury v průběhu sběru a poznávání jeho částí.“³⁵ Před započítím výzkumu jsme měli naplánován jeho předběžný průběh, ale v žádném případě jsme nemohli vědět, jakým směrem se bude ubírat. Bylo spíše věcí odpovědí jednotlivých respondentů, kam jsme se v naší analýze mohli dostat.

Za přednost kvalitativního výzkumu také považujeme hloubkový vhled, který může přinést. „Kvalitativní výzkum poskytuje podrobné informace, proč se daný fenomén objevil. Velkým přínosem kvalitativní metodologie jsou přístupy, pomocí nichž navrhuje teorii nějakého sledovaného fenoménu.“³⁶

Abychom ještě víc objasnili, proč jsme namísto kvantitativního výzkumu nakonec zvolili výzkum kvalitativní, přidejme stručné charakteristiky obou typů výzkumu: „Kvalitativní výzkum používá induktivní formy vědeckých metod, hloubkové studium jednotlivých případů, **nejrůznější formy rozhovorů**³⁷ a kvalitativní pozorování. Cílem je získat popis zvláštností případů, generovat hypotézy a rozvíjet teorie o fenoménech světa. (...) Kvantitativní výzkum probíhá více strukturovaně a používá spíše deduktivní postupy vědecké metody. Soustřeďuje se na popis variability předem definovaných proměnných, které vymezují, co budeme pozorovat a zachycovat. Cílem je testování hypotéz a teorií.“³⁸ Pokud chceme zmapovat určité postupy a zjistit, jestli fungují předem dané struktury nebo ne, nemůžeme s kvantitativní metodologií vystačit. Abychom ji použili, museli bychom dopředu vědět, zda existují a na základě jejich podoby bychom si nadefinovali jednotlivé kategorie. „Obecně pojmem kvalitativní výzkum rozumíme každý výzkum, který nevychází ze statistických zhodnocení, přesněji řečeno nepoužívá ke svým výstupům kvantifikační postupy. Jde o výzkum, který svou zaměřeností se soustřeďuje na oblast lidských příběhů, postojů, vztahů, společenských hnutí a organizací. (...) Kvalitativní výzkum pro prezentaci svých poznatků využívá menší okruh respondentů a snaží se najít podstatu získávaných informací, hladinu jejich významnosti, vzájemné provázanosti, závislosti, pravidelnosti a využívá k tomu obvykle induktivní přístup, kdy na základě shromážděných faktů

³⁵ Tamtéž, s. 52.

³⁶ Tamtéž, s. 53.

³⁷ Zvýraz. JM.

³⁸ Tamtéž, s. 63.

formuluje předběžné závěry (pracovní hypotézy), které následně na základě získaných dalších údajů precizuje a ověřuje.“³⁹ Předem definované kategorie by nám příliš omezovaly možnosti zkoumání a uzavíraly by zpravodajství do předem vytyčeného pole. Velmi dynamický žurnalistický žánr však musíme analyzovat jedině na neuzavřeném prostoru.

Náš přístup v analýze se bude nejvíce podobat zakotvené teorii. Její výhody popisujeme v další části práce. Nebudeme provádět konverzační analýzu, protože jsme se zajímali zejména o obsahovou složku rozhovorů: „V analýze konverzace nejde tak o obsahovou interpretaci textu, který byl k tomuto účelu pořízen, jako spíše o formální analýzu každodenních situací.“⁴⁰ My jsme se však zajímali nikoliv o pozorování komunikace (jak se jednotliví mediální profesionálové vyjadřují, jaká slova volí, apod.), ale o sdělované skutečnosti. Proto nemůžeme konverzační analýzu vycházející z etnometodologie použít a pro analýzu využijeme spíše, již zmiňovanou, zakotvenou teorii. Repliky jsme při přepisu převáděli do spisovného jazyka nikoliv z toho důvodu, abychom vyjádřili úctu k respondentům, ale proto, abychom se mohli seriózně zabývat obsahem odpovědí, jádrem sdělení. Formální podoba (často plná hovorových výrazů) by naši pozornost nepatřičně rozměňovala.

3.2 Polostandardizované rozhovory

O tom, proč jsme nezvolili kvantitativní metodu sbírání dat, jsme se již zmiňovali. S tím pochopitelně souvisí i to, že jsme upustili od původně plánovaného dotazníkového šetření. To je velmi náročné na čas, na administrativu a v neposlední řadě i na finance. Navíc by výsledky neměly takovou vypovídací hodnotu a neotevíraly by natolik zajímavá témata, jaká mohou nastínit polostandardizované rozhovory. „Vyžadované informace jsou získávány v přímé interakci s respondentem. Rozhovor může být prováděn tváří v tvář nebo telefonicky.“⁴¹ Rozhodli jsme se pro variantu rozhovoru vedeného tváří v tvář. Předpokládáme, že v přímé interakci může být komunikace s respondentem snazší než za pomoci telekomunikačních technologií, kdy může docházet k technickým šumům, psychologickým šumům, apod. Chtěli jsme míru nedorozumění omezit na minimum a získat opravdu relevantní data.

³⁹ PÁNA, L. – SOMR, M. *Metodologie a metody výzkumu*. 1. vyd. České Budějovice: 2007. s. 52, 57. ISBN 978-80-86708-52-2.

⁴⁰ HENDL, J. *Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. s. 265. ISBN 80-7367-040-2.

⁴¹ PÁNA, L. – SOMR, M. *Metodologie a metody výzkumu*. 1. vyd. České Budějovice: 2007. s. 16. ISBN 978-80-86708-52-2.

V případě dotazníků má hlavní význam „volba a formulace položek (otázek), ta musí přísně sledovat stanovený cíl výzkumu a jeho základní problémy. Všechny položky musí ve svém souhrnu umožnit získání optimálních informací pro ověření stanovené hypotézy.“⁴² Abychom se vyhnuli nepřesnostem při určování jednotlivých kategorií, museli jsme dotazník jako výzkumnou metodu zavrhnout. Respondenti by při svých odpovědích mohli vybírat pouze jakousi nejbližší variantu své odpovědi a chyběla by jim možnost přesnější specifikace. Na tu mohou dostat prostor jedině během rozhovoru. „Rozhovor klade větší nároky na iniciativu respondenta, pro respondenta je obtížnější vynechat odpovědi na některé otázky. (...) Proporce úspěšně dokončených rozhovorů je podstatně vyšší, než návratnost dotazníku. (...) Redukce vzorku má výrazný dopad na jeho hodnotu a žádné zvětšení vzorku tento problém nevyřeší, a pak je takový dotazník pro vědecký výzkum prakticky nepoužitelný.“⁴³

Zbývalo vyřešit otázku, zda aplikovat rozhovor volný, standardizovaný či kombinaci obou, neboli rozhovor polostandardizovaný. „Volný rozhovor má sice širší záběr, ale získaný materiál je těžko zpracovatelný a používá se spíše jako doplňující a prověřující forma jiných technik.“⁴⁴ Z techniky vedení volného rozhovoru jsme využili pouze jeho širší záběr. Ve standardizovaném rozhovoru obvykle „používáme předem připravené, přesně stanovené, formulačně jasné a hierarchizované výpovědi tak, že začínáme obecnějším dotazem a pokračujeme k meritu našeho záměru.“⁴⁵ Po důkladném zvážení všech kladů a záporů obou technik rozhovorů jsme zvolili jejich kombinaci, neboli polostandardizovaný rozhovor.

Okruhy otázek umožňovaly průběžné doplňování podle aktuálního průběhu rozhovoru. Rovněž jsme využívali otázek shrnujících (ve vhodný okamžik zopakuje tazatel důležitá fakta, myšlenky, domněnky a položí otázku), objasňujících (klademe ji zejména tehdy, je-li nám některá souvislost nejasná, nebo nevíme-li, o čem, či o kom respondent vlastně mluví), povzbuzujících (vyjadřuje náš zájem o osobu respondenta, podobnou funkci plní i parafrázování – např. Takže, vy si myslíte, že...) nebo oceňujících (většinou oceňujeme přístup respondenta, jeho ochotu ke spolupráci, případně oceníme jeho informovanost, přehled, apod.).⁴⁶

⁴² Tamtéž, s. 21.

⁴³ Tamtéž, s. 25.

⁴⁴ Tamtéž, s. 68.

⁴⁵ Tamtéž.

⁴⁶ Podle ZICH, F. *Úvod do sociologického výzkumu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní. Edice: EUPRESS. s. 108. ISBN 80-86754-19-7.

Musíme zdůraznit, že jsme rozhovory v žádném případě nechtěli pojímat jako naprosto nezávazná „popovídání“, to by odporovalo obvyklé metodologii kvalitativního výzkumu: „Rozhovor je směřovaný na dané téma, a proto se připravuje i určitý scénář rozhovoru. Obsahuje předpokládaný postup a tematické otázky, které mají být prodiskutovány. Podle průběhu rozhovoru sám tazatel (výzkumník) klade další podotázky tak, aby byly získány výpovědi o tématu. Tazatel tedy musí být dobře připraven.“⁴⁷

Abychom respondentům nezabírali příliš mnoho volného času, netrval žádný z rozhovorů více než čtyřicet minut, ale vždy obsahoval všechny okruhy otázek. „Průběh rozhovoru se však zcela nesvazuje předem stanovenými otázkami, nezáleží ani na pořadí jejich kladení. (...) Důležité však je, aby bylo k dispozici dostatek výpovědí vztahujících se k vlastní výzkumné otázce.“⁴⁸

S každým respondentem probíhal rozhovor samostatně, nikdy se nejednalo o tzv. focus-group. Taky bylo důležité, abychom se se zástupci daného média sešli vždy pouze v průběhu jednoho dne. Předpokládali jsme, že jinak by si mohli říci, o čem rozhovor byl, na co odpovídali, čímž by došlo ke zkreslení. Mezi interview ani nevznikaly pauzy, ve kterých by se respondenti setkali. Měli jsme zaručeno, že z jednoho rozhovoru jsme plynule přecházeli na další. Záměrně jsme se ptali na stejné okruhy, abychom mohli odpovídající porovnávat i mezi sebou. Každý člověk vnímá stejnou situaci rozdílně, respektive ji rozdílně interpretuje a hledání rozdílů bylo jedním z cílů naší práce. Tím pádem jsme měli jasnou volbu – polostandardizované individuální rozhovory. „Je důležité klást srozumitelné a k odpovědím dostatečně inspirující otázky. Pro potřeby kvalitativního výzkumu nejsou zajímavé krátké, jednovětné, či dokonce jednoslovné odpovědi. Musíme mít na zřeteli, že nejde o kvantifikaci a následné sečítání odpovědí. Cenné jsou naopak delší úvahy dotazovaného, zejména pokud obsahují i zdůvodnění popisované situace, či výklad souvislostí. Proto by neměl tazatel vstupovat předčasně do výpovědi respondenta. Při rozhovoru může tazatel vybízet respondenta k doplnění zajímavých pasáží vhodnými doplňujícími dotazy.“⁴⁹

Rozhovor byl veden neutrálně, tedy tradičním výzkumným způsobem. „Neutrální rozhovor je v sociologických výzkumech nejčastěji používán. Vyznačuje se tím, že

⁴⁷ Tamtéž, s. 105.

⁴⁸ ZICH, F. *Úvod do sociologického výzkumu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní. Edice: EUPRESS. s. 106. ISBN 80-86754-19-7.

⁴⁹ Tamtéž, s. 107.

tazatel usiluje o zachování indiferentního vztahu k dotazovanému, pouze navozuje téma rozhovoru kladením otázek, nehodnotí odpovědi ani vyžaduje-li dotazovaný jeho názor.⁵⁰ Neměli jsme v úmyslu vést s respondentem debatu nebo polemiku. Naším hlavním záměrem pochopitelně bylo zjistit, jaké mají tázaní myšlenky, a ty následně analyzovat.

3.3 Grounded Theory, zakotvená teorie

Protože jsme se rozhodli využít kvalitativní způsob zkoumání, budeme se přidržovat tzv. zakotvené teorie, kterou popsali Anselm Strauss a Juliet Corbinová. „Nezačínáme teorií, kterou bychom následně ověřovali. Spíše začínáme zkoumanou oblastí a necháváme, ať se vynoří to, co je v této oblasti významné.“⁵¹ Přesně podle tohoto klíče jsme v naší analýze postupovali.

Zvolili jsme pro ni otevřené kódování. „Existují různé způsoby pojetí procesu otevřeného kódování. (...) Při kódování je možné postupovat po větách nebo odstavcích. Zde se můžete ptát: Jaká je hlavní myšlenka vyjádřená touto větou nebo tímto odstavcem (rozhovoru, poznámky nebo dokumentu)? (...) Toto pojetí kódování je možno použít kdykoliv, ale je zvláště užitečné, když již máte nadefinováno několik kategorií a chcete kódovat souvislosti okolo nich.“⁵² Takto budeme analyzovat data z pořízených rozhovorů. Za kategorie můžeme považovat jednotlivé okruhy otázek.

Naši respondenti byli specifickou skupinou. Nepřipadá v úvahu jakékoliv zobecnování na širokou veřejnost, protože jsme zkoumali profesní skupinu. Ale zakotvená teorie nepočítá ani se zobecněním (v tomto případě) na všechny novináře. Jsme přesvědčeni o tom, že se budou odlišovat názory vedoucích domácího zpravodajství. Nebudou všichni tři odpovídat stejně. Každá odpověď bude samostatným, individuálním vyjádřením daného respondenta. Taky musíme zdůraznit, že nevyužijeme všech částí zakotvené teorie, pouze jsme se jí inspirovali.

⁵⁰ Tamtéž, s. 40.

⁵¹ STRAUSS, A. – CORBINOVÁ, J. *Základy kvalitativního výzkumu. Postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Přel. Ježek, S. 1. vyd. Brno: Albert, 1999. s. 14. Přel. z *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. ISBN 80-85834-60-X.

⁵² Tamtéž, s. 51.

3.4 Přepisy rozhovorů

Všechny rozhovory jsme analyzovali v jejich přepsané podobě. To nám umožnilo plynulejší způsob analýzy. Neprováděli jsme čistě lingvistickou, ani konverzační analýzu, ale náš postup směřoval k získání názorů. Proto v prepisech nehrálo ústřední roli to, kdy se hlasy tazatele a respondenta překrývaly, ale výhradně to, jaké byly respondentovy názory. „Mluvený projev lze převést také do literárního opisu, který zachovává dialekt pomocí normální abecedy.“⁵³ Nepoužívali jsme komentovanou transkripci, která „pomocí zvláštních znaků označuje nápadné příznaky promluvy jako pomlky, zdůraznění, způsoby řeči, smích.“⁵⁴ Výroky respondentů jsme převáděli do spisovné podoby jazyka. Důvodem je to, že jsme se soustředili na myšlenky, nikoliv na to, do jaké míry odpovídající hovoří podle norem češtiny.

Formu přepisů jsme zvolili pro náš způsob analýzy a nepovažujeme ji za jedinou správnou. Každý rozhovor je v hlavičce opatřen datem pořízení a místem, kde se uskutečnil. Kompletní přepisy obsahuje příloha této práce. Důležité pasáže z ní citujeme včetně odkazu, aby bylo umožněno vyhledat kontext určité odpovědi.

⁵³ HENDL, J. *Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. s. 208. ISBN 80-7367-040-2.

⁵⁴ Tamtéž.

4 Oblasti zájmu výzkumu

4.1 Zpravodajství

4.1.1 Zkoumání zpravodajství v mediálních studiích

Zpravodajství bývá předmětem zájmu mnoha badatelů v mediálních studiích. Důvodem může být i to, že tento žánr se rád definuje jako ten, který přináší objektivní a ověřené informace a člověk je díky němu takzvaně v obraze. Narozdíl od jiných žánrů bývá ze strany recipientů snadno rozpoznatelný a mnohdy dokonce formuje jejich denní režim. V zásadě nepřímě nařizuje, kdy má příjemce mediálních sdělení produkty zpravodajství konzumovat. Na to ukazuje množství odkazů a schémat, se kterými zpravodajství pracuje. Kdo ho nesleduje kontinuálně, ztrácí možnost přesně vnímat, co mu je sdělováno. Chybí mu potřebné souvislosti, protože není možné neustále vysvětlovat určité problémy, definovat, kdo je prezident a podobně.

Také v historii se lidé o zpravodajství zajímali. Chtěli vědět, co se děje. Nebudeme zde rozebírat nejstarší formy informování, chceme popsat teoretickou reflexi tohoto žánru. První doklady teoretických popisů bychom mohli nalézt už v 17. století. K ucelenému zkoumání došlo však až ve 20. století, zejména zásluhou Waltera Lippmanna a jeho knihy „Public Opinion“ (Veřejné mínění) z roku 1922. V ní si všímá, že novináři posuzují, jakou zprávu zařadí do zpravodajství a jaké sdělení se naopak předmětem jejich informování nestane. Přichází s termínem „news values“ – tedy „zpravodajská hodnota“. „Z etického hlediska můžeme novinám naslouchat podobně jako když jdeme na kázání do kostela nebo chodíme do školy. Ale pokud bychom to zkoušeli porovnat, toto porovnání kulhá. Daňový poplatník platí za veřejné školství, soukromé školy jsou financovány studenty nebo jejich rodiči, na provoz kostelů jdou výtěžky z nejrůznějších sbírek. Nemůžeme proto porovnávat žurnalistiku s právem, zdravotnictvím nebo průmyslem. V každém z těchto odvětví platí zaměstnanci zákazník, protože mu poskytují servis. Svobodný tisk, jaký by chtěli čtenáři, si nemohou financovat sami. (...) Informace musí přicházet přirozeně, zdarma, pokud ne přímo od obyvatel, tak z novin. Obyvatelé platí za své telefony, silnice, auta, životní prostředí. Ale nemohou otevřeně platit za své zpravodajství.“⁵⁵ Lippmann se tak přiklání k principu bezplatného zpravodajství.

Hlavně ale posléze zmiňuje, že novináři mají vytipovaná určitá místa, kterým věnují systematickou pozornost. Jiná místa zachycují spíše nárazově: „Reportéři

⁵⁵ LIPPMANN, W. *Public Opinion*. 15. vyd. (návaznost na vydání z r. 1922). New York: The Macmillan Copany, 1956. s. 321, 322. Bez čísla. Přel. JM.

z celého světa pracují nepřetržitě řadu hodin a přesto nemohou být svědky úplně všeho. Není jich totiž tolik. A žádný z nich nemá tu sílu být na více místech v jednom čase. (...) Žurnalistika proto nemůže pracovat s materiálem z první ruky. Vždy vychází z jisté stylizace.⁵⁶ Odtud možná pramení jeden klasický mediální postup, a sice práce s interpretacemi. Média se s nimi setkávají častěji než že by bývala přímými aktéry událostí (to pochopitelně platí zejména v případě mimořádných akcí, neplánovaných, jinak bývá redakční plán přizpůsobený danému dni a událostem očekávaným). Tento vědec taky upozornil na to, že novináři ve zpravodajství věnují pozornost skutečnostem, které jsou nápadné a těm, které mají formu vhodnou ke zpracování. Kvůli tomu právě rutinně prozkoumávají informace od soudů či z nemocnic. Tam je nejvyšší pravděpodobnost, že se objeví události, které by splňovaly většinu (tehdy nepsaných) zpravodajských hodnot.⁵⁷ „Jakékoliv noviny jsou výsledkem celé série výběrů, když jdou do tisku – z jaké pozice vycházejí, kolik mají prostoru na zpracování všech témat, na co kladou důraz. Na to neexistují žádné objektivně dané standardy. Vše je dáno konvencemi.“⁵⁸

Koncepci zpravodajských hodnot výraznou měrou rozpracovali v roce 1965 Johan Galtung a Marie Rugeová v článku o struktuře norského zahraničního zpravodajství. Hlavní vlivy rozdělili do tří kategorií – organizační, žánrové a sociokulturní. Mezi sociokulturní a žánrové patří blízkost předmětu zprávy, její jednoznačnost, jednoduchost, kulturní pochopitelnost, novost, průběžnost a možnost dalšího vývoje, vztah k elitním národům či státům a vztah k elitním osobám nebo celebritám, případně negativita či prvek překvapení. Spíše organizační povahu má předvídatelnost: „Ta hraje roli ve dvou rovinách – jednak umožňuje médiu samému umístit svého zpravodaje (popř. i techniku) ve správný okamžik na správné místo, jednak pomáhá publiku formovat očekávání. Do kategorie organizačních hodnot patří veškeré technologické a organizační možnosti určitého média ovlivňující výběr zpracování určité zprávy a jsou významnými faktory, které ovlivňují výběr a konečnou podobu zpráv.“⁵⁹

Kvůli zpravodajským hodnotám se některé události mohou dokonce stát i pseudoudálostmi (Postman, Boorstin). Neil Postman hovoří o produkci „nadbytečného

⁵⁶ Tamtéž, s. 338, 347. Přel. JM.

⁵⁷ Viz. Tamtéž, s. 338.

⁵⁸ Tamtéž, s. 354. Přel. JM.

⁵⁹ JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. s. 78. ISBN 978-80-7367-287-4.

množství irelevantních informací.“⁶⁰ Podle něj jen málokdo řídí svůj život zprávami. Orientuje se maximálně podle informací z předpovědí počasí, ale jinak má zpravodajství spíše redundantní charakter. Tento autor se rovněž zabývá i lexikem používaným zejména televizními moderátory. Naráží na nekonzistentnost zpravodajských příspěvků v rámci jedné relace, jejichž oddělování bývá zdůrazňováno výrazem „a teď“: „Je nám tím naznačováno, že o předchozím tématu už jsme přemýšleli tak dlouho (bývá to zhruba tři čtvrtě minuty), že hrozí, že jím budeme (řekněme minutu a půl) přímo posedlí, takže je záhodno obrátit pozornost k jinému fragmentu zpráv nebo k reklamě. (...) Žádnou událost nelze prezentovat seriózním způsobem, je-li na popis všech jejích souvislostí k dispozici méně než minuta. Je ovšem očividné, že televize se ani nepokouší naznačit, že zprávy vůbec nějaké souvislosti mají, protože příliš dlouhé uvažování o nich by divákovi bránilo sledovat další příspěvky, které už číhají za dveřmi.“⁶¹ Rámec televizního zpravodajství pak Postman shrnuje jako „teorii antikomunikace, jejímž výrazem je komunikační forma rezignující na logiku, rozum, poslušnost i nepřipustnost kontradikce. V estetice odpovídá této teorii dadaismus, ve filozofii nihilismus a v psychiatrii schizofrenie, v divadle estráda či kabaret.“⁶² Podle něho je televize „paradigmatem naší koncepce informování veřejnosti“. Měla by tedy určovat styly zpravodajství i v dalších médiích. Někdy se v této souvislosti mluví o nadměře obrazu a úbytku slovních informací.

Tomuto tématu se věnoval zejména Daniel J. Boorstin. Ve svých dílech popsal důvody vzniku mnoha fenoménů dnešní doby. Vznik fotografie spojoval s rychlostí současnosti: „Umění fotografie si v sobě nese dvě mateřská znaménka moderní doby, okamžitost a rozmanitost. Zachycení rychle plynoucích okamžiků a možnost zhotovení řady kopií zdemokratizovaly aktivní i pasivní přístup k vizuálnímu umění.“⁶³ Fotografie se tak mohla stát velmi vyhledávanou, zvláště po svém rozšíření mezi masové publikum. Boorstin ve zmíněné publikaci taky vyzdvihuje zmasovění fotografie a tedy i její nové pojetí. Rovněž zdůrazňuje, že události mohou být pro zpravodajství zajímavé pouze svou vizuální atraktivitou. Do pozadí pak ustupují jinak obvyklé zásady. Děje se tak ve prospěch obecné vizualizace.

⁶⁰ POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti*. Přel. Reifová, I. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 1985. s. 76. Přel z: *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. ISBN 80-204-0747-2

⁶¹ Tamtéž, s. 107, 111.

⁶² Tamtéž, s. 113.

⁶³ BOORSTIN, D. J. *Člověk tvůrce. Historie lidské imaginace*. Přel. Vaněk, J. 1. vyd. Praha: PROSTOR, 1996. s. 634. Přel. z: *The Creators. A History of Heroes of the Imagination*. ISBN 80-85190-48-6.

Zpravodajství se ve svých dílech věnovali také John Hartley, Daniel Chandler, Stanley Cohen, John Eldridge, John Fiske nebo Justin Lewis. Dodneška tak tento typ sdělení zůstává cenným zdrojem pro analýzy různých druhů. Všechny však mívají společný kritický odstup.

4.1.2 Definování zpravodajství v žurnalistických teoriích

Obecné žurnalistické teorie mají obvykle daleko ke kritickému hodnocení mediálních studií. Při jejich zkoumání jsme častěji narazili na to, že se snaží zpravodajství povznést do roviny dobrého informačního zdroje, který poskytuje svým konzumentům opravdu široký rozhled a sdělení důležitá pro jejich každodenní život. Také při prezentaci zpravodajství v tištěných médiích narážíme na zvláštní potřebu žánru definovat se takříkajíc v dobrém světle. Takové postupy byste těžko nacházeli například v uměleckých sděleních. Zpravodajství rádo „chválí“ sebe samo.

Tomáš Trampota v publikaci „Zpravodajství“ poskytuje několik typických ukázek toho, jak je tento žánr většinově vnímán: „Každá společnost uplatňuje na zpravodajství řadu svých představ týkajících se toho, jakým způsobem by mělo zpravodajství pracovat a jak by měly být zpravodajské příběhy vystavěny. Tyto takzvané normativní požadavky vycházejí mimo jiné ze skutečnosti, že zprávy jsou často jediným zdrojem informací o aktuálních událostech, které mají na chod společnosti zásadní vliv, a příjemci zpráv si zveřejňované informace často nemohou ověřit svou bezprostřední zkušeností. (...) Zpravodajství je také nedílnou součástí kulturního prostředí, ve kterém vzniká, a musí určitým způsobem reflektovat základní ideje, hodnoty a dominantní představy společnosti. Zpravodajská komunikace se tak vždy nějak vztahuje k dominantním hodnotám, představám a idejím okolní kultury. Zpravodajství přitom tyto hodnoty nejen reflektuje, ale také se podílí na jejich šíření, posilování a případně i tvarování a redefinici.“⁶⁴ Tím se dotýkáme zásadního aspektu zpravodajství. Máme na mysli to, že každý z diváků, posluchačů a čtenářů se obvykle cítí kompetentní k tomu, aby posoudil, jestli zpravodajství postupuje správně a jestli je objektivní. Jde opět o jeden z rysů žánru, který je u jiných typů mediálních sdělení naprosto nepozorovatelný.

V publikaci „Zpravodajství v médiích“ najdeme bezpočet teoretických pouček, jejichž praktické ověření můžeme sami provádět během každodenního sledování televizního nebo jiného zpravodajství. „Zpravodajství v novinářském pojetí má být

⁶⁴ TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006. s. 137, 138. ISBN 80-7367-096-8.

pokud možno přesné, vyvážené, nepředpojaté a poctivé jak při výběru, tak při ztvárnění a následné prezentaci, nestranné, ověřené přinejmenším ze dvou nezávislých zdrojů, aktuální, včasné, jasné a srozumitelné.“⁶⁵ I přes obecně rozšířené poučky o vytváření zpráv zahrnuje tato kniha i vysvětlení výrazu „infotainment“: „V takto koncipovaných zpravodajských relacích zdůrazňovaná zajímavost deformuje užitečnost informace. Preferuje se co nejužší vazba na probíhající událost, důraz spočívá na personalizaci veškerého dění i jeho zprostředkování. Sdělení je co nejstručnější a nejjednodušší, s důrazem na rozptýlení a nikoli společenskou relevantnost informace, někdy dochází až k míšení reality a fikce, záměrnému zasahování do informace, aby byla přitažlivější.“⁶⁶ Je poměrně pozoruhodné, že zatímco například Neil Postman zhruba takto popisuje zpravodajství obecně, v žurnalistických „učebnicích“ se obdobná charakteristika používá s negativně konotovaným výrazem „infotainment“. Jako by teorie žurnalistiky chtěly připustit, že analytici médií mají pravdu, když napadají zpravodajství kvůli jeho domnělé povrchnosti. Zároveň se ale nechtějí samy dehonestovat, a tak očividné vlastnosti informování přikládají méně serióznímu typu zpravodajství. Tento popis infotainmentu však dost výrazně koresponduje s běžným pojetím zpráv v nejnovější době v Česku. K němu se však ještě dostaneme v další části práce.

Další žurnalistické teorie rozvíjejí chápání pojmu „objektivita“: „Po původcích zpravodajských komunikátů je důsledně požadována a ze strany recipienta předpokládána objektivita sdělení. Objektivita představuje ústřední pojem ve vztahu ke kvalitě poskytovaných informací, jednomu ze základních standardů působení médií a jejich případného hodnocení. (...) Objektivita se týká způsobu výběru, získávání a práce s informacemi jak v rovině tematicko-obsahové, tak při jejich jazykovém zpracování. V rámci normativních interakcí médií a prostředí má dodržování objektivitě dominantní postavení, neboť umožňuje přímé informování o událostech, ale také kontakt např. státních úřadů, zastánců nejrůznějších zájmů aj. s příjemci, a to bez zásahů třetích osob. Pro média, žurnalisty z toho vyplývají různé požadavky, které nachází odraz v zásadách práce novináře.“⁶⁷ Požadavek objektivitě obvykle vychází i od recipientů samotných. Jeho oprávněnost je diskutabilní, avšak v rámci žurnalistické

⁶⁵ Kolektiv autorů. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, Univerzita Karlova, 2001. s. 21. ISBN 80-246-0248-2.

⁶⁶ Tamtéž, s. 23.

⁶⁷ JÍLEK, V. *Psaná publicistická sdělení v kontextu teorie komunikace*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004. s. 81. Studijní text.

teorie bychom s ním mohli souhlasit. V publikaci „Zpravodajství v médiích“ se objektivitě věnují dvě strany. V zásadě se i zde zdůrazňuje, že absolutní objektivita nemůže být naplněna a že zásadou dobrého novináře by mělo být alespoň přiblížení se k ní. „Většina novinářských organizací a redakcí médií formuluje základní pravidla, která pomáhají novinářům objektivitě se přiblížit, do profesních a etických kodexů.“⁶⁸ Ideologicky podbarvená věta „Celá diskuse o vyváženosti zpravodajství a nestrannosti má však jednu základní podmínku, bez které ztrácí smysl: zaručenou svobodu a nezávislost médií i společnosti“⁶⁹ nám o objektivitě mnoho neříká.

V konečném důsledku možnost naplnění normativních požadavků na zpravodajství zpochybňují i teorie samé: „Jde ovšem o teoretický konstrukt, který ve vztahu k mediální praxi vykazuje zřetelné limity. Na jedné straně není ve všech aspektech jednoznačně vymezený, příkladem je problematika relevance, kritéria samotného výběru informací. Na straně druhé je v rámci praktického fungování jednotlivých masmédií ve společenském kontextu obtížné dodržet veškeré zásady informační kvality, zde máme na mysli otázky časového tlaku a tlaku osob, skupin či organizací.“⁷⁰ Tím dokonce samy teorie zpochybňují variantu, že by zpravodajství mohlo hrát roli, do které se samo snaží stavět.

Pojetí zpravodajství v žurnalistických teoriích přehledně shrnuje Denis McQuail: „Zpravodajství vykazuje poměrně stabilní a předvídatelný celkový charakter, měřeno podle konvenčních kategorií témat. Různé země a typy médií přitom samozřejmě vykazují jisté odlišnosti a charakter zpravodajství se přirozeně přizpůsobuje hlavním událostem, jakými jsou války nebo světové krize. Stálost obsahu zpravodajství je často pozoruhodná.“⁷¹ Rámce zpravodajství jsou tedy něčím, co můžeme empiricky analyzovat. Existuje poměrně mnoho studií, které se zaměřují na formální struktury zpravodajství. Protože však nejsou předmětem našeho zájmu, nebudeme je na tomto místě uvádět.

⁶⁸ Kolektiv autorů. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, Univerzita Karlova, 2001. s. 13. ISBN 80-246-0248-2.

⁶⁹ Tamtéž.

⁷⁰ JÍLEK, V. *Psaná publicistická sdělení v kontextu teorie komunikace*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004. s. 84. Studijní text.

⁷¹ McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Přel. Jiráček, J. – Kabát, M. 3. vyd. Praha: Portál, 2007. s. 302. Přel. z: *Mass communication theory: an introduction*. ISBN 978-80-7367-338-3.

4.1.3 Vztah ke zprávám v historii, posun k obrazovému zpravodajství

Je opravdu zřejmé, že lidi zajímaly informace z okolí už před několika staletími. Svědčí o tom kupříkladu úspěch různých potulných hráčů, zpěváků a kejklířů. Rychlost informačního servisu nemůžeme v žádném případě srovnávat s tou dnešní. Tehdy lidem podle všeho nezáleželo na aktuálnosti, protože pro ně byl hlavním informační obsah. Co se dozvěděli, nikoliv jak rychle. Chtěli samozřejmě spíše čerstvé zprávy, ale neměli ani tušení o tom, že jednou se budou lidé informovat doslova on-line. Zprávy se „vozily“ na povozech koní a během několikanásobné interpretace mohlo docházet ke zkreslení.

Podle mnohých je zpráva dokonce „historicky nejstarší žurnalistický útvar, který již v psané formě, a tím víc od vynálezu knihtisku v tištěné formě, tvoří základní složku novin a časopisů a je nepostradatelnou součástí informačních bloků v jakémkoli médiu“.⁷² V průběhu času se také vytvořily základní podoby zpráv: „Během vývoje médií se ustálilo několik základních podob zprávy. Ta novinová se člení na denní zprávu v různých modifikacích – tedy deničku, noticku, lokálku – na rozšířenou zprávu, které se většinou podle zalomení říká jednosloupek, na skládanou zprávu, dialogizovanou zprávu, fleš. Krom toho lze zprávy dělit podle časového horizontu na aktuality, zprávy jednorázové, průběžné, nebo předem naplánované.“⁷³ Tady opět můžeme vidět, jak byly zprávy zasazovány do šablon a rámců. Již jsme zmiňovali, že toto je pro ně jev velmi typický. Vývoj médií vytvaroval zprávy do několika bazálních podob. V nich se uplatňují dodnes a právě jejich historická tradice umožňuje čtenáři snazší chápání. Novinář si tak dvakrát ulehčuje práci. Nejdříve tím, že nemusí vymýšlet složité konstrukce, ale vše rovnou vkládá do připraveného schématu. Následně pak také tím, že čtenář ví, co má od textu očekávat, je diskurzivizován do zpravodajského stylu. Sdělení je tak schopen snáze dekódovat.

Příklon k obrazovému zpravodajství v tištěných médiích souvisí s domněnkou (prokázanou), že lidé dokáží lépe vnímat informaci ztvárněnou obrazově než informaci ztvárněnou slovně: „Možnost vidět událost na vlastní oči, být při tom, spoluprožívat, a také bezprostředně a bez informačních šumů porozumět. Možnost stát se očitým svědkem, jakoby přímým účastníkem dění – to můžeme považovat za hlavní devizu

⁷² Kolektiv autorů. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, Univerzita Karlova, 2001. s. 24. ISBN 80-246-0248-2.

⁷³ Tamtéž, s. 25.

fotografického zpravodajství v tisku.“⁷⁴ Důležitými atributy fotografií jsou i názornost a zastavení času. Samotné vyznění zpravodajské fotografie se postupně posouvá až do oblasti umění: „Estetické pojetí fotografického zpravodajství přináší zprávy prezentované způsobem charakteristickým pro uměleckou fotografii. Aby noviny a jejich fotografové přežily na stále rostoucím trhu informativních obrazů, jsou tlačeni k tomu, aby dostali do snímků další hodnoty, které čtenáře zaujmou. S pomocí výrazného estetického pojetí mohou fotografové komentovat překvapivě a nově i mediálně velmi známé události.“⁷⁵ Také na fotografie a jejich roli v současných novinách jsme se ptali zpovídaných respondentů.

Zbyněk Vybíral si ovšem myslí, že diváky a příjemce mediálních sdělení do role objektů vyžadujících vizualizovaná sdělení tlačí samotná média: „Ve staronově duální slepé uličce mezi jasnou opěrnou zdí empirismu a opačnou, hodně vzdálenou zdí racionalismu zíráme na vylepené plakátovací plochy empiriků. Zprávy jsou o tom, kdo naboural. Kdo co řekl. Kdo vraždil. Kdo kradl. Kdo koho opouští a kvůli komu. Média pěstují kult osobnosti. Nehledají souvislosti. Hledají drby. Pro nás: pro diváky, odvrácené od vlastní racionality.“⁷⁶ Na jiném místě hovoří o podobném problému z trochu jiného úhlu pohledu: „Senzacektivost plynule přechází v bezduché pořádání senzační krmě. Současnost zpěněná zločinností a autohaváriemi je pěnou dní: to je to, oč tu běží, to je to, v čem tu žijeme, to je, o co se zajímáme (co naplňuje náš vnitřní duchovní svět): byli jsme návštěvou ve škole vraha. Ó my se máme. Po dvou dnech zapomenuto.“⁷⁷ V našem výzkumu hrála „pěna dní“ rovněž svou úlohu. Ptali jsme se na to, jak jsou noviny připravené na aktuální události a jak je mohou v době silícího vlivu internetu uchopovat.

⁷⁴ Tamtéž, s. 88.

⁷⁵ Tamtéž, s. 97.

⁷⁶ VYBÍRAL, Z. *Vyšokovaný svět. Eseje a glosy z let 1997 – 2002*. 1. vyd. Hradec Králové: KONFRONTACE, 2003. s. 228. ISBN 80-86088-08-1.

⁷⁷ Tamtéž, s. 234.

4.2 Charakteristika sledovaných médií a představení respondentů

4.2.1 Charakteristika sledovaných médií

Pro hlavní analýzu jsme vybrali tři česká celostátní tištěná periodika. Objasníme, proč právě tato tři. Chtěli jsme se zabývat domácím zpravodajstvím, proto jsme nemohli volit Deník, který výrazně sází na regionální informace. Pochopitelně má domácí zprávy taky, ale až ve druhém sešitu. Tím pádem bychom ztratili základní charakteristiku tohoto druhu zpravodajství, která říká, že se objevuje na hlavních (nebo lépe řečeno předních) stranách novin. Ani jsme nemohli monitorovat Blesk, protože ten se sám definuje jako bulvární, a proto volí specifická témata a ani on nijak výrazně „nestaví“ na domácím zpravodajství, o kterém zpravidla referuje spíše z povinnosti.

Zbývaly tedy čtyři tituly. Naši analýzu jsme si předdefinovali na tři tištěná periodika z jednoduchého důvodu, aby tento počet kopíroval trojici klíčových osobností z hlediska stanovování tematické agendy listu. Alespoň takto jsme chtěli ukotvit zdánlivě roztržštěnou kvalitativní metodologii. Chtěli jsme ji zpřehlednit.

O tom, že ve výzkumu nakonec není zahrnut deník Právo rozhodla komunikace s redakcí. Jako jediná do doby odevzdání této práce neodpověděla na zasláný e-mail. Proto byly do průzkumu s definitivní platností zařazeny tyto deníky: Mladá fronta DNES, Lidové noviny a Hospodářské noviny. Můžeme je postupně blíže obecně charakterizovat.

4.2.1.1 Mladá fronta DNES (MFD)

Mladá fronta DNES začala vycházet od roku 1990 a navazuje na tradici předrevoluční Mladé fronty, od 22. 3. 2010 má novou grafickou podobu. V obsahové složce se zaměřuje na odhalování souvislostí, zpravodajství z regionů, ekonomické zpravodajství a servis. Také pravidelně vydává tři magazíny – „ONA DNES“ (pondělí), „Magazín DNES“ (čtvrtek), „Víkend“ (sobota). Formálně se člení na několik tematických sešitů. Spolupracuje s internetovým serverem iDNES.cz: „Zatímco jeho internetové dvojče server iDNES.cz poskytuje rychlé on-line zprávy o aktuálních událostech, MF DNES navíc události vysvětluje a přináší nový pohled na ně, v neposlední řadě ovšem zveřejňuje i zcela nové informace a výsledky pátrání rozsáhlého týmu novinářů. Redakce, svou velikostí největší ve srovnání s ostatními deníky, odhaluje zákulisní dění v politice i hospodářství. Její reportéři popisují, o čem se ve

společnosti mluví a zpovídají hlavní aktéry událostí.“⁷⁸ List vydává mediální společnost MAFRA, a. s. vlastníci také několik dalších médií – například televizní hudební kanál Óčko, časopis Filtr, rádia Express a Classic, ale také Lidové noviny. Většinový podíl má také v deníku Metro. Společnost MAFRA je naopak vlastněna německým vydavatelstvím RBVG. Vydavatel Mladé fronty DNES jmenuje šéfredaktora a schvaluje přijímání jednotlivých redaktorů. Existuje také Společný etický kodex MF DNES a iDNES.cz.⁷⁹ Průměrný náklad těchto novin ve 2. a 3. čtvrtletí roku 2010 byl 241 696 kusů.⁸⁰ To je řadí na druhé místo v žebříčku, hned za Blesk.

4.2.1.2 Lidové noviny (LN)

Lidové noviny podobně jako Mladá fronta DNES patří do mediální skupiny MAFRA (o struktuře této skupiny a jejích vlastnických aktivitách jsme už hovořili při charakteristice Mladé fronty DNES). Pravidelně každý pátek je součástí vydání „Pátek Lidových novin“, každý měsíc pak vychází stylový magazín „Esprit“. LN byly založeny už v roce 1893 a můžeme je proto považovat za nejstarší český deník. Samy sebe definují jako „kvalitní celostátní zpravodajský list se speciálním zájmem o politiku, byznys a kulturu“.⁸¹ Tento list tvoří dva sešity – první zpravodajský (předmět našeho zájmu) a druhý byznysový (až osm stránek ekonomických informací). Taky ve druhém sešitě nacházíme sportovní zpravodajství, program televize a jednu stranu nazvanou „Lidé“. Tyto noviny nabízejí během týdne také několik tematických příloh věnujících se například vzdělávání nebo kultuře. Taky mají svou internetovou obdobu Lidovky.cz, a to od června roku 2000: „Po relaunchi na podzim roku 2007 se v nich objevuje více vědy, kultury, názorů a diskusí; dále také exkluzivní obsah nezveřejněný v Lidových novinách, jako např. úplná znění rozhovorů, audio- a videonahrávky či databáze. K mimořádným politickým kauzám či sportovním událostem najdou čtenáři na serveru speciální přílohy.“⁸² Průměrný náklad Lidových novin ve 2. a 3. čtvrtletí roku 2010 byl 50 836 kusů.⁸³ Méně už mají jen Hospodářské noviny.

⁷⁸ MF DNES – největší seriózní noviny v ČR, [cit. 3. 11. 2010] dostupný na [www: <http://zpravy.idnes.cz/mfdnes.asp?flash=1>](http://zpravy.idnes.cz/mfdnes.asp?flash=1).

⁷⁹ Dostupný na adrese <http://zpravy.idnes.cz/mfdnes.asp?y=mfdnes/eticky-kodex.htm>.

⁸⁰ Údaj podle http://www.median.cz/docs/MP_2010_2+3Q_zprava.pdf.

⁸¹ Lidovky.cz, [cit. 3. 11. 2010] dostupný na [www:](http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_produkty-a-sluzby_lidove-noviny.htm)

http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_produkty-a-sluzby_lidove-noviny.htm.

⁸² Lidovky.cz, [cit. 3. 11. 2010] dostupný na [www:](http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_produkty-a-sluzby_lidovky-cz.htm&menu=>)

http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_produkty-a-sluzby_lidovky-cz.htm&menu=>.

⁸³ Údaj podle http://www.median.cz/docs/MP_2010_2+3Q_zprava.pdf.

4.2.1.3 Hospodářské noviny (HN)

Hospodářské noviny se profilují jako deník zaměřený na ekonomiku. Vycházejí pouze pětkrát týdně, od pondělí do pátku. Skládají se ze dvou sešitů. Ten první tvoří aktuální zpravodajství. Druhý se jmenuje „Podniky a trhy“ a zabývá se podrobně ekonomikou. Na jeho konci denně nacházíme přílohu „Moje HN“, v níž se střídají rubriky. Každou středu vychází barevný magazín „IN“ zaměřený na trávení volného času, cestování nebo gastronomii. V pátek se do Hospodářských novin vkládá barevná příloha „Víkend“. Jiné přílohy se tak či onak týkají ekonomiky. Vydavatelem je *Economia, a. s.*: „Byla založena v roce 1990 a od roku 1994 do srpna 2008 byla jejím hlavním akcionářem *Verlagsgruppe Handelsblatt*. V současné době vlastní většinový podíl *Economie společnost Respekt Media, a.s.*, jejímž jediným akcionářem je investor Zdeněk Bakala.“⁸⁴ Společnost vyžaduje dodržování Etického kodexu redaktorů vydavatelství *Economia*.⁸⁵ Z hlediska průměrného nákladu patří Hospodářským novinám poslední příčka za 44 378 kusů.⁸⁶ Jako pravděpodobné příčiny můžeme uvést užší tematický záběr a specializaci těchto novin. Z hlediska naší práce bude zajímavé sledovat, jestli se v takovém případě nějak liší způsob nastolování agendy.

4.2.2 Stručné životopisy respondentů

Z každé redakce jsme do našeho výzkumu vybrali po třech respondentech. Kritériem pro tento výběr bylo pracovní zařazení v rámci redakce, neboli funkce, kterou daný respondent během nastolování agendy plní. Vždy se jednalo o šéfredaktora (případně jeho zástupce), hlavního editora (resp. šéfeditora) a vedoucího domácího zpravodajství. Žádné jiné osoby výzkum nezahrnuje. Pokaždé reprezentují celou redakci, ale zejména svou funkci v rámci určitých novin. Zobecnování vzhledem k charakteru naší práce není možné. Abychom měli pro analyzování jednotlivých odpovědí určitý background, předkládáme stručné životopisy jednotlivých respondentů. Část údajů nám poskytli sami, jiné pocházejí z otevřených zdrojů. Každý respondent svůj životopis schválil a souhlasil s uveřejněním údajů.

⁸⁴ *Economia.cz*, [cit. 3. 11. 2010] dostupný na [www](http://www.economia.cz):

<<http://economia.ihned.cz/494/obsah-sekce/o-spolecnosti/>>.

⁸⁵ Ke stažení na adrese <<http://economia.ihned.cz/494/obsah-sekce/o-spolecnosti/>>.

⁸⁶ Údaj podle <http://www.median.cz/docs/MP_2010_2+3Q_zprava.pdf>.

4.2.2.1 Vedení redakce

4.2.2.1.1 Mladá fronta DNES (Jiří Kubík)

Jiří Kubík je zástupcem šéfredaktora Mladé fronty DNES Roberta Čásenského. V těchto novinách pracuje od roku 1994. Vedl oddělení reportérů, a to od roku 2002 do roku 2008. Novinářskou kariéru začínal v roce 1991 v Lidových novinách. Taky je držitelem několika novinářských cen – Křepelka nebo Cena Ferdinanda Peroutky. Původně politický zpravodaj se později soustředil na rozkrývání zákulisí politického dění, ale i zločinu. Společně se Sabinou Slonkovou napsal v roce 2001 knihu „Tíha olova“, kde popisuje novinářskou práci. V září roku 2009 se podílel na testu politiků, jestli by byli ochotni za úplatek změnit zákon proti hazardu a stojí také za dalšími pozoruhodnými reportážemi.

4.2.2.1.2 Lidové noviny (Jan Dražan)

Jan Dražan je zástupcem šéfredaktora Lidových novin Dalibora Balšínska. V redakci pracuje od roku 2009, kdy přišel z Týdne. V tomto období se noviny výrazně proměňovaly, chtěly být nejlepší v komentování událostí, umělecké kritice, ale také v domácím zpravodajství. Tato podzimní změna navazovala na jarní novinky Hospodářských novin, kterým chtějí Lidovky konkurovat. O jeho příchod prý velice stál samotný šéfredaktor. Dražan už v Lidových novinách působil v první polovině 90. let, pak pracoval v Mladé frontě DNES (editor tištěného zpravodajství) a také v Hospodářských novinách (tam vedl magazín „IN“).

4.2.2.1.3 Hospodářské noviny (Petr Šimůnek)

Petr Šimůnek je šéfredaktorem Hospodářských novin. Tento list vede od roku 2005. Dlouhou dobu (14 let) pracoval v Mladé frontě DNES, kde řídil ekonomickou rubriku, od roku 2001 v ní byl zástupcem šéfredaktora. Rovněž zakládal přílohu „Peníze“. Také pracoval na televizi Prima coby moderátor diskusního politického pořadu Nedělní partie. Na rozhlasové stanici Frekvence 1 moderoval pořad Pressclub. V médiích se pohybuje už od roku 1991. Určitý čas byl reportérem agentury APA v Praze. Během dubna 2010 v jednom z rozhovorů řekl, co chtějí Hospodářské noviny: „Chceme být médium pro elitu české společnosti, v tom žádnou konkurenci na českém trhu nemáme. (...) Jestli do něčeho budeme investovat, tak do lidí. Nebudeme šetřit na kvalitních novinářích, ty dokážeme zaplatit. Budeme investovat do konzultací o tom, jak co nejlépe nastavit newsroom, aby byl schopen pracovat pro papírové noviny,

čtečku iPhone i web. (...) A myslím, že chytrých lidí je v České republice víc, než čtenářů Hospodářských novin v tuto chvíli. To znamená, že máme potenciál, aby lidí, kteří čtou Hospodářky a koukají na náš web, bylo víc.“⁸⁷

4.2.2.2 Vedení oddělení domácího zpravodajství

4.2.2.2.1 Mladá fronta DNES (Jana Nováková Blažková)

Jana Nováková Blažková je vedoucí redakce domácího zpravodajství Mladé fronty DNES, respektive oddělení reportérů. V těchto novinách působí od roku 2003. Předtím byla v Lidových novinách, časopisu Týden a v Českém rozhlase. V roce 2001 získala za investigativní žurnalistiku cenu Křepelka Nadace Českého literárního fondu, o dva roky později 2. místo v novinářské soutěži Příběh uprchlíka a v roce 2005 rovněž 2. místo v národním kole novinářské soutěže Evropské komise Proti diskriminaci.

4.2.2.2.2 Lidové noviny (Vladimír Křivka)

Vladimír Křivka je vedoucím redakce domácího zpravodajství Lidových novin. V únoru 2010 přišel z časopisu Týden a má na starosti obecné zpravodajství. Druhou část domácí rubriky vede Petr Kolář (politické zpravodajství).

4.2.2.2.3 Hospodářské noviny (Ondřej Neumann)

Ondřej Neumann je zástupcem šéfredaktora Hospodářských novin a zároveň vedoucím redakce domácího zpravodajství Hospodářských novin, a to od dubna 2009. Předtím působil jako vedoucí domácí redakce a zástupce šéfredaktora zpravodajství České televize. Má zkušenosti také z Nedělního světa (šéfredaktor), z časopisu Týden (zástupce šéfredaktora), z Lidových novin (vedoucí domácího zpravodajství) a z ČTK (redaktor).

⁸⁷ Petr Šimůnek: Hospodářské noviny chtějí být médium pro nejchytřejší lidi v Česku. Mediář.cz [cit. 3. 11. 2010] dostupný na <http://www.mediar.cz/posezeni-na-pankraci/petr-simunek-hospodarske-noviny-chteji-byt-medium-pro-nejchytrejsi-lidi-v-cesku/>.

4.2.2.3 Hlavní editoři

4.2.2.3.1 Mladá fronta DNES (Tomáš Vocelka)

Tomáš Vocelka je hlavním editorem Mladé fronty DNES od roku 2003. Už v roce 2000 nastoupil do celostátní redakce tohoto deníku ve funkci editora ekonomiky. V novinách začínal externě působit od roku 1990, kdy příležitostně psal a fotografoval pro regionální týdeník Krnovské noviny (ten vznikl díky podpoře amerických fondů pro svobodnou žurnalistiku v zemích postsovětského bloku). Od roku 1993 působil v regionálním týdeníku Region na severní Moravě. Nastoupil jako sportovní redaktor, později byl fotografujícím i píšícím redaktorem obecného zpravodajství tohoto týdeníku. Posléze se stal zástupcem vedoucího krnovské redakce a následně editorem v ústředí firmy v Opavě, která už vydávala 100 000 výtisků různých regionálních týdeníků. Další profesní postup: šéf příloh týdeníku Region, zástupce šéfredaktora pro severní divizi týdeníků Region.

4.2.2.3.2 Lidové noviny (Martin Egyed)

Martin Egyed je šéfredaktorem Lidových novin, kde pracuje od roku 1998. Začínal zde jako ekonomický redaktor, přibližně po dvou letech přešel na pozici editora ekonomické rubriky a v současné funkci je přibližně 5 let. Před svým příchodem do Lidových novin vystřídal redakce České tiskové agentury a Denního telegrafu, kde působil jako politický zpravodaj. Novinařině se profesně věnuje asi 17 let.

4.2.2.3.3 Hospodářské noviny (Vladimír Dubský)

Vladimír Dubský je hlavním editorem Hospodářských novin. Dříve pracoval v Lidových novinách, a to od července 1997 do dubna 2009. Začínal jako redaktor domácího zpravodajství se zaměřením zejména na kriminalitu a politiku. Následně vystřídal v Lidových novinách několik pozic – editor tematické strany, vedoucí redaktor domácího zpravodajství, hlavní editor, editor domácího a ekonomického zpravodajství. Do Hospodářských novin nastoupil v květnu 2009 na pozici editora domácího zpravodajství, od června 2009 je hlavním editorem.

5 Formální průběh výzkumu

5.1 Přípravná fáze

Při zkoumání zpravodajství hraje důležitou roli okamžitý sběr dat a zároveň musíme uvažovat nad tím, jaké období pro zkoumání zvolíme. Jak jsme již zmiňovali, náš výzkum se skládal ze dvou základních fází. V té druhé jsme s respondenty dělali rozhovory a v té první jsme analyzovali tematickou složku tří sledovaných novin našeho vzorku v období jednoho týdne. Jednalo se o týden mezi prvním a druhým kolem senátních voleb, tedy 18. – 22. 10. 2010. Zároveň se v pondělí 18. 10. dalo očekávat, že budou média referovat o víkendových komunálních volbách. Proto jsme chtěli sledovat, do jaké míry se jim budou věnovat právě Mladá fronta DNES, Lidové noviny a Hospodářské noviny. Tato událost byla očekávaná. Nechtěli jsme naslepo vybrat jeden týden, kdy by noviny přinášely téměř výhradně svou agendu a byla by tak nesouměřitelná tematická šíře.

S jednotlivými aktéry jsme se sešli ve třech bezprostředně následujících dnech. Podle jejich časových možností byl scénář rozhovorů tento:

25. 10. – Mladá fronta DNES

26. 10. – Lidové noviny

27. 10. – Hospodářské noviny

Rozhovory na sebe během dne navazovaly a nebyly mezi nimi žádné přestávky. Vzhledem k zaneprázdněnosti šéfredaktorů Mladé fronty DNES a Lidových novin hovořili za vedení listu jejich zástupci. V případě Hospodářských novin mluvil sám šéfredaktor. Zbylé funkce jsou zastoupeny za všechna média stejně: vedoucí redakce domácího zpravodajství, hlavní editor (případně šéfeditor). Prostředím pro pořízení rozhovorů byly redakce samé, tedy pracovní prostředí respondentů. Pokud by analýza přinesla nové dotazy (což není v případě kvalitativního výzkumu vyloučeno), byly tázaní připraveni odpovědět dodatečně. Zejména ale čerpáme z autentických rozhovorů, což je patrné například z citací.

Všechny rozhovory byly nahrávány na diktafon a následně přepisovány.⁸⁸

⁸⁸ Viz kap. 3.4 Přepisy rozhovorů, v této práci.

5.2 Etická stránka výzkumu

Protože jsme se zabývali názory respondentů a uvádíme z logických důvodů jejich plná jména, musíme zmínit etický aspekt, jakým jsme se řídili. Vycházeli jsme ze základních pravidel:

- a) *potřeba získat poučený (informovaný) souhlas* (podmínkou rozhovoru byla osobní účast respondenta, který přišel dobrovolně a pouze tehdy, když s dotazováním souhlasil, při domlouvání schůzek jsme primárně vycházeli z časových možností jednotlivých účastníků rozhovorů, kteří byli informováni o základním tématu výzkumu)
- b) *přístup k nezletilým* (v našem výzkumu nebyl aplikován, všichni respondenti byli z pochopitelných důvodů plnoletí)
- c) *pasivní nebo aktivní souhlas* (postačoval pasivní souhlas, podpis smlouvy nebyl vyžadován)
- d) *zatajení informací účastníkům* (tento postup nebyl aplikován, všechny informace jsou veřejné)
- e) *svoboda odmítnutí* (každý z respondentů mohl rozhovor kdykoliv ukončit a byl o této skutečnosti řádně informován)
- f) *anonymita* (respondenti věděli, že bude v práci u jejich výroků zmíněno jejich jméno a s tímto aspektem souhlasili, anonymní výzkum by pro naše účely ztratil smysl).⁸⁹

Výzkumník před sběrem dat nikoho z respondentů osobně neznal.

⁸⁹ Podle HENDL, J. *Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. s. 155. ISBN 80-7367-040-2. (popsali jsme „důležité zásady etického jednání při výzkumu“, které jsme konkrétně ukázali na našem výzkumném šetření).

5.3 Průběh rozhovoru

Ačkoliv používaná šablona pro jednotlivé rozhovory nebyla definitivně daná a mohla se během interview měnit, měl každý rozhovor podobný průběh. Pokaždé jsme postupovali po shodných tématických celcích, a tak jsme mohli prozkoumat jednotlivé dílčí oblasti každého rozhovoru.

Žádná přesná pravidla pro vedení rozhovoru nebo posloupnost otázek v zásadě neexistují. Přesto by se mělo začínat „s otázkami, jež se týkají neproblémových skutečností, např. současných aktivit, zkušeností a chování jedince. Takové otázky povzbuzují dotazovaného, aby hovořil popisně. Další sondáže (probing) mají tento popis prohloubit a doplnit. V další fázi rozhovoru se snažíme získat informace o interpretacích, názorech a pocitech vztahujících se k popsáním akcím a chováním. (...) Nejdříve klademe otázky zaměřené na přítomnost a teprve pak na budoucnost nebo minulost. Otázky směrem k budoucnosti jsou do jisté míry spekulací a nelze je tak spolehlivě zodpovědět jako otázky, které se týkají přítomnosti nebo minulosti. (...) V kvalitativním rozhovoru se poměrně rychle přechází k vlastnímu předmětu rozhovoru.“⁹⁰ Také těchto zásad jsme se drželi, což blíže rozvedeme v dalších částech práce při specifikaci a vysvětlení pokládaných otázek. Vždy ale musíme mít na paměti, že jsme zkoumali profesní skupinu a specifické problémy.

„Otázky v kvalitativním interview by měly být skutečně otevřené, neutrální, citlivé a jasné. Základní snahou při vymýšlení otázek je minimalizovat vnucování určitých odpovědí samou formulací otázky. (...) Otevřená otázka dovoluje dotazovanému zvolit si mezi několika variantami možných dimenzí. (...) Ani v kvalitativním rozhovoru nesmí docházet k tomu, aby tazatel položil několik otázek najednou.“⁹¹ Zde se tak opět můžeme dostat k výhodám kvalitativního šetření oproti kvantitativnímu při analyzování vnímání zpravodajství. Respondenti měli široký prostor k vyjádření, nevnucovali jsme jim žádné předem připravené odpovědi.

Během rozhovorů jsme používali také sondážní otázky, které „slouží k prohloubení odpovědí v určitém směru.“⁹² Občas bylo nutné, aby dotazovaný svou odpověď více rozvedl, vysvětlil některé detaily, atp. „Při správně vedeném interview cítí jak tazatel, tak jeho partner, že jde o dvoustrannou rovnocennou komunikaci. Úkolem tazatele je jasně sdělovat, jaké informace požaduje a proč jsou pro něho

⁹⁰ Tamtéž, s. 169.

⁹¹ Tamtéž, s. 169, 170.

⁹² Tamtéž, s. 170.

důležité. (...) V interview hrají důležitou roli dva aspekty. Jde o přístup k dotazovanému a postoj vůči obsahu sdělení. Během rozhovoru musí tazatel udržovat motivaci dotazovaného k vyprávění tím, že se chová určitým způsobem, ale zároveň nesmí ovlivnit obsah sdělení tím, že kladně nebo záporně reaguje na odpovědi. Ačkoli tazatel zůstává neutrální vůči obsahu, musí vhodně podněcovat respondenta, aby mu svěřoval další podrobnosti. Tento přístup znamená dávat dotazovanému najevo, že se jeví tazateli jako velmi zajímavá osoba. To se týká i obsahu jeho sdělení.“⁹³

Díky polostandardizovanosti našich rozhovorů jsme, jak již bylo zmíněno, mohli rychle měnit otázky nebo pokládat nové, původně nezamýšlené: „V kvalitativním interview se často narazí na aspekty, s nimiž analýza nepočítala. Pokud mají vztah k základnímu problému nebo jsou důležité z hlediska udržení rozhovoru, tazatel musí pohotově formulovat otázky ad hoc.“⁹⁴

⁹³ Tamtéž, s. 170, 171.

⁹⁴ Tamtéž, s. 171.

6 Otázky v rozhovoru, tematické okruhy

S touto šablonou tematických okruhů jsme prováděli všechny rozhovory. Vždy vycházely z tohoto předem definovaného rámce. Ctili jsme zásadu nepokládat více otázek najednou. Formulovali jsme je pokaždé znovu, stanoveny byly pouze okruhy:

1. Mechanismus schvalování tématu v redakci
2. Témata na titulní straně
3. Důležitost kontextu (jiných zpráv) pro sestavení titulní strany
4. Konkrétní funkce daného respondenta v procesu stanovování témat
5. Osoba v redakci mající rozhodující vliv na tematickou agendu novin
6. Průzkum zjišťující spokojenost čtenářů s výběrem témat daných novin
7. Sebereflexe zjišťující existenci článku, jehož důležitost redakce nedocenila a neumístila ho na titulní stranu
8. Sledování událostí až do jejich rozuzlení
9. Souběh dvou mimořádných zpráv, jejich rozložení na titulní straně a způsob zpracování
10. Prostor pro respondenta k doplnění rozhovoru

Tyto okruhy byly vždy doplněny konkrétními otázkami vztaženými ke sledovanému týdnu a ke článkům, které dané noviny otiskly. Tím jsme chtěli respondenty přivést k praktickým problémům a zároveň otevřít témata, na která by nemuselo dojít pouze při použití výše zmíněných tematických okruhů. Znovu zdůrazňujeme, že jsme hledali pravidla stanovování témat, jež nemusela být vždy zřetelně vymezena v každé redakci. Občas bylo nutné zeptat se jiným způsobem, odpověď ověřit a podobně. Tudíž nebylo možné předem stanovit otázky. Respondenty jsme navíc chtěli konfrontovat se skutečnými texty, které byly reálně otištěny ve zkoumaných periodících a každého z nich jsme se mohli ptát na něco jiného. K bližší charakterizaci okruhů (i „doplňkových“ otázek) se dostaneme v samotné analytické části práce.

7 Analýza

7.1 Postup analýzy

Pro analýzu jsme se inspirovali zakotvenou teorií (grounded theory). Každý z transkribovaných rozhovorů jsme rozdělili na tematické okruhy. Poté jsme se snažili určit hlavní myšlenky jednotlivých okruhů. Aplikovali jsme tedy tzv. otevřené kódování. Následně jsme hledali shodné či odlišné myšlenky pro jednotlivé tematické okruhy.⁹⁵ Porovnávali jsme redakce mezi sebou, zástupce „funkcí“ mezi sebou a také jsme hledali rozdíly ve vyjádřeních členů stejné redakce.

Zvláštním prvkem naší analýzy pak je přítomnost mediálního odborníka Karla Hvížd'aly. Ten zasazuje strategii českých novin do širšího kontextu a porovná ji s německým mediálním prostředím, které dokonale zná. Po uskutečnění rozhovorů byl seznámen s přehledovou tabulkou odpovědí a položili jsme mu několik otázek shrnujícího charakteru. Ptali jsme se ho na hodnocení situace v českých novinách z hlediska pravidel pro stanovování agendy. Rovněž jsme chtěli zjistit stav v novinách německých. S podrobnými přepisy rozhovorů Karel Hvížd'ala seznámen nebyl. Nepovažovali jsme to za nutné vzhledem k jeho časovým možnostem a faktu, že přepisy se počítají na několik desítek stran. Nebylo cílem znát komentář k jednotlivým odpovědím, ale spíše k trendům v novinách jako celku. Ovšem znal závěry naší hlavní studie.

Na základě replik respondentů jsme sestavili „desatero“ pravidel pro nastolování agendy. S touto šablonou jsme následně porovnávali články otištěné ve sledovaném týdnu a zjišťovali jsme, které noviny se svých zásad drží a které s nimi naopak nakládají volně. Cílem nebylo určit pořadí ve smyslu, jaké noviny jsou nejlepší, ale spíše vysledování strategií v nastolování témat. Nemíníme žádné noviny propagovat, ani žádné dehonestovat. Analýza postupuje nezaujatě, byť je podmíněna subjektivitou osoby výzkumníka.

⁹⁵ Viz Kap. 3 Metodologie.

7.2 Výstupy analýzy rozhovorů

7.2.1 Mechanismus schvalování tématu v redakci

Při dotazu na mechanismus schvalování tématu v redakci přicházel u respondentů lehký úsměv. Díky bližšímu dotazování jsme zjistili, že pevný mechanismus existuje alespoň v podobě porad, na kterých se témata schvalují. Právě systém porad se posléze ukázal jako onen zaběhnutý mechanismus, který funguje při běžné redakční praxi, a to napříč všemi třemi zkoumanými médii.⁹⁶ Jana Nováková-Blažková, vedoucí domácího zpravodajství Mladé fronty DNES popsal mechanismus takto: „Já mám oddělení, které čítá jedenáct lidí rozdělených do tří skupin – bezpečnostní, společenská, politická. Každá ta skupina má svého šéfa a s ním proberou, co se ten příští týden očekává za události a co oni by mohli udělat ve větším, na co se více zaměřit. Nebo někdo má nějaké politické zjištění, tak to nahlásí tomu svému vedoucímu. V pátek se sejdeme s vedoucími těch jednotlivých buněk a ta jednotlivá témata tady probereme, mě k tomu ještě třeba něco napadne. Jednou za měsíc se stane, že u jednoho z těch témat řeknu, tohle jsme psali před měsícem a nic nového tam není, žádný posun, tak nevidím důvod, proč to psát. (...) Ale jinak se nestává, že bych to vyřazovala, spíš se snažíme s tím návrhem toho autora pracovat ve stylu jak to ještě rozšířit, jak to udělat víc do hloubky, koho ještě dalšího k tomu oslovit. Z toho pak vznikne takovýto papír (ukazuje), se kterým jdu na poradu šéfredakce, kam přijdou vedoucí všech oddělení, zástupci šéfredaktora a šéfredaktor. Každý tam předneseme, co chystáme a občas se nám stane, že něco přesuneme na jiný den, nějaké téma někam přidáme, ale jinak se to schvaluje prakticky beze změn. Co mi autor přinese, pokud to má hlavu a patu, tak se snažíme do těch novin dávat, protože já třeba uznávám, že člověk má psát ty články, do kterých má chuť a ne že bych to tady zvrchu zadávala, i když se to taky může stát. Spíš je to hodně o zjišťování těch autorů.“⁹⁷

Vladimír Křivka, vedoucí obecného domácího zpravodajství přidává charakteristiku onoho schvalovacího mechanismu v Lidových novinách. Mladé frontě DNES se výrazně podobá: „Máme nějakou sestavu lidí v domácím oddělení, kteří si většinou hlídají jednotlivé své rubriky. Přicházejí s nápady podobně jako šéf domácího nebo šéfredaktor. Je to asi každý den stejné. Sejdeme se v deset hodin na

⁹⁶ Pokud budeme generalizovat výstupy analýzy na „všechny noviny“ apod., máme na mysli výhradně tři zkoumané tituly. Ani v tomto případě však nemá tato generalizace absolutní platnost a spíše naše dílčí závěry zpřehledňuje.

⁹⁷ Příloha na CD, Blažková - MFD, s. 2.

poradě, kde už tedy z předchozího dne tuším, co kdo nabízí. Nějak si zopakujeme, jak se to vyvinulo, jestli se to dá psát. Porada v deset má potom nějaký závěr, kdy si řekneme, co asi na jaké stránce by mohlo být. Následuje porada vedení v jedenáct hodin, kde se to úplně vykrytalizuje a vrháme se na to. Celý den se na tom pracuje. (...) Noviny jsou pulsující médium, flexibilní. Kolikrát to, co se naplánuje ráno, tak je úplně jinak. Druhá, odpolední porada je ve čtyři hodiny a tam často je něco úplně jiného. Není to úplně ideální, když se to takto děje, ale stává se to a těch důvodů je několik. Nemusí se podařit zjistit to, co jsme chtěli. Typicky je někdo na dovolené, někdo je nemocný, nemůžeme ho sehnat, nemáme jeho vyjádření, tudíž ten článek třeba nemůže jít do novin. Druhá věc – plánujeme, že se na tiskovce nějaký politik vyjádří ke své kauze, zruší ji, nedostaneme z něj vyjádření, zase to tam jít nemůže. Třetí věc – padne něco přes den, typicky když někdo třeba umře. (...) Samozřejmě se vyhazují věci, které mohou počkat, jsou jakoby nadčasové. Rozhodně to není tak, že bychom teď věděli, co bude zítra v Lidových novinách. Máme rámcovou představu, ale víme, co se taky může vyhodit. To se ale samozřejmě řeší až tehdy, až je to na stole nějaká jiná, závažnější, aktuálnější zpráva. (...) Z porady ve čtyři odcházíme s tím, že víme, jak bude vypadat titulní strana, ale že se může něco změnit, je jasné.“⁹⁸

Rozpor s předchozími stanovisky nenalezneme ani v případě Hospodářských novin. Podle vedoucího domácího oddělení Ondřeje Neumanna pracují i v tomto listu obdobným způsobem: „Plánujeme jednak týdně, takže každý týden je plánován dopředu, plánujeme denně ráno, pak si plány upřesňujeme ještě odpoledne. To se konkretizuje to vydání, co kde bude a podobně. (...) Ten plán má vytvořit jakousi osu. Vychází z toho, co se děje, nevychází jenom z našich vlastních témat a já si myslím, že se nedá říct, kolik procent se mění nebo nemění. Záleží na vývoji situace, ale máme nějakou osu předem danou na týden, máme velká témata, na kterých se pracuje dlouhodoběji, a pak samozřejmě podle situace. V okamžiku, kdy padne vláda nebo se zaútočí na dvojčata v Americe, tak předěláme celé noviny a budeme je věnovat jenom tomu. V okamžiku, kdy se nic neděje, tak nám vyjde to, co jsme si naplánovali.“⁹⁹

Noviny tak vycházejí podle těchto odpovědí jako do značné míry plánovaný produkt. Sice se vyznačují schopností pružně reagovat na změny, mimořádné

⁹⁸ Příloha na CD, Křivka - LN, s. 1, 2.

⁹⁹ Příloha na CD, Neumann - HN, s. 1, 2.

situace, nový vývoj událostí, ale ve dnech, kdy se „nic neděje“, nabízejí svou agendu. Denní agenda proto vstupuje do mediální agendy jen v menší míře a spíše v případě závažnějších událostí. Neplatí, že by noviny takříkajíc čekaly na události dne, ale přicházejí samy se svými tématy a veřejnosti je předkládají. Ve všech novinách se konají pravidelné porady v pevném čase. Na nich se vybírají témata. Často se ale stává, že denní plán musí být později upraven.

Chybějí tedy přesná pravidla pro stanovování agendy. Proč tomu tak je, zreflektoval mediální analytik Karel Hvizďala, kterého jsme do naší práce přizvali jako odborníka, který je schopen erudovaně zhodnotit dílčí závěry našeho zkoumání: „Ještě před takovými patnácti dvaceti lety nejvyšší standardy tematické agendy v Evropě nastavovala BBC a dodržovala je všechna prestižní média. BBC vycházela z toho, že nejdůležitější jsou ty zprávy, které se dotýkají největšího počtu lidí na planetě. Někdy jim dávala přednost, někdy upřednostňovala něco z domácí politiky, jak na které stanici. Podobně postupovala printová média, protože věděla, že jsou určena hlavně domácímu obyvatelstvu. Ale v okamžiku, kdy se média vyvázala z kulturního provozu a začala se měnit v pouhý byznys, když majitelé novin prohlásili po druhé mediální krizi v roce 2001, 2002 – 2003, že chtějí vydělávat a chovat se stejně jako výrobci punčoch či žvýkaček, což je autentický výrok šéfa vydavatelů v Německu, tak přestala nést média odpovědnost za informace, které přinášela a začala se, kromě několika špičkových, prestižních médií, což v každé staré evropské zemi jsou tak dvoje troje noviny, podřizovat komerci. Média se začala proměňovat tak, jak například Pavel Šafr začal proměňovat Mladou frontu Dnes. Každé ráno si nechal vyhodnocovat na vzorku asi sta respondentů, kteří mu barevně zatrhávali, co četli a jak se jim to líbilo, jestli článek dočetli a podle toho určoval tematickou agendu dalšího dne. Tak redakce získala přehled o tom, co lidi zajímá za cenu, že vytěsnila to, co je pro lidi důležité, co ovlivňuje jejich život. Přestala jim přinášet relevantní informace, podle kterých vzniká veřejné mínění, začala čtenářům podlézat a tím je uspávala. Z rychloprůzkumů většinou vycházelo, že slova jako Havel, Klaus, sex, peníze, mrtvola atd. v titulku zvyšují náklad a čtenost. Podle toho se začalo proměňovat nejenom to, co se vybíralo, ale i způsob, jak se články poutaly, někdy až zcela uměle, což je jeden z typických znaků bulváru. Proto právě

printovým médiím, kde se to takto míchají zprávy bez kontextu a drby, mínění se zaměňuje s analýzou, se začalo říkat popnoviny.”¹⁰⁰

Díky Karlu Hvížd'alovi máme možnost srovnání s německými novinami. Mají pevnější pravidla než česká? “Samozřejmě ty čtyři prestižní noviny, co tam jsou - *Suddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Die Welt* a když nepočítáme *Frankfurter Rundschau*, které teď jdou hodně dolů – tak ty mají velice přesná pravidla a dodržují je. To jsou klasická prestižní média. Tlak konkurence a úsporná opatření ovlivňuje i tam práci, ale zdaleka ne tak brutálně jako u nás. Ani o jedněch z těchto novin se nedá mluvit jako o popnovinách. Ale na druhou stranu všechny lokální noviny jsou v Německu totálně poničené a snad ještě horší než u nás. Některé už nemají ani redaktory, mají jenom šéfredaktora. Všechno ostatní si už dělají čtenáři, spolky a tak dále. (...) Takto vypadají lokální noviny prakticky skoro všechny. Nic se nedá tak paušalizovat, v některé lokalitě to bude lepší, v některé horší. Ale v podstatě lze říct, že lokální noviny to odnesly brutálně, zatímco prestižní noviny, které mají dnes náklady kolem 300 000, se snaží si ještě udržovat pokud možno co nejvyšší úroveň. Mají výhodu v přesné cílové skupině, která je dost movitá a tudíž jim zvedá cenu inzerce. Tohle zcela bezpečně platí o těch novinách, co jsem jmenoval.”¹⁰¹

7.2.2 Témata na titulní straně

Titulní strana je samozřejmě rozhodující z toho důvodu, že se právě podle ní rozhodují potenciální čtenáři, zda si dané noviny koupí nebo ne. Někteří se jí nedají ovlivnit a pořizují si denní tisk pouze podle značky, ale strana číslo 1 má možnost ovlivnit nerozhodnuté čtenáře. Proto by se na ni podle tohoto předpokladu měly dostat přitažlivé či zajímavé články. Těžko bychom mohli přesně stanovit, jak se definuje přitažlivost či zajímavost textu. „Na to je spousta pravidel, která ani nejsou naformulovaná, ale fungují. Je jich spousta. To podstatné je, že to ten vedoucí nebo editor cítí, protože ta pravidla má nějakým způsobem v sobě, takže si řeknu, jasně, toto je věc na jedničku nebo na stranu 3 a nějak to nerozebíráte jakože byste si vysvětloval, jak to je, protože víte, že to tam prostě patří.“¹⁰²

¹⁰⁰ Příloha na CD, Hvížd'ala, s. 1.

¹⁰¹ Příloha na CD, Hvížd'ala, s. 3, 4.

¹⁰² Příloha na CD, Vocolka – MFD, s. 1.

Zde už narážíme na problém při hledání způsobu stanovování agendy novin. Zjistit pevná pravidla se při rozhovorech jeví jako obtížný úkol. Možná proto, že ani neexistují: „U nás nemáme nikde vypsany nějaký seznam ukazatelů a faktorů, které by ovlivňovaly výběr. Je to taková trošku alchymie, záležitost diskusí na poradě. Navíc jsou to věci, které se mění. Trošku to je také experimentování a mnohem větší než dříve. Co dáme dneska na otvírák, nám za týden může přijít jako blbost. Když se jedná o vlastní věci a zrovna se nám stane, že třeba máme k dispozici tři zprávy, které by aspirovaly na otvírák novin, tak se je snažíme pozdržet, protože ze zkušenosti víme, že další den se nám budou hodit.“¹⁰³ Navzdory popsanému plánování většina respondentů přiznala, že se vždy relevance jednotlivých článků určuje ad hoc. Priority nemohou být stanoveny dopředu. Souběhu s jinými články a možnému vlivu na skladbu novin se věnujeme v další části analýzy.

Pouze respondenti z Hospodářských novin deklarovali, že struktura témat na titulní stránce není nahodilá a závislá na denní agendě: „Bezpochyby záleží na nabídce toho dne a záleží na síle těch témat. Někdy je možné dávat na otvírák nebo na titulku to, co je z toho dne, ale obecně platí, že my se jako Hospodářky snažíme nastolovat vlastní agendu. V okamžiku, kdy je silná událost ze dne, ale my máme silný otvírák, vlastní zprávu, tak saháme po naší zprávě. Někdy je ta událost ze dne natolik silná, že třeba upozadíme i to, co máme připravené, ale ta síla a relevance musí být velmi vysoká.“¹⁰⁴

Opačný přístup prezentoval Jiří Kubík jako zástupce šéfredaktora Mladé fronty DNES. Podle něj by měla vlastní agenda vždy ustoupit velké události: „Máme takové pravidlo, že vždycky silná událost má přednost před vším ostatním. Kdybych to měl uvést na konkrétním příkladu, tak v den, kdy je prezidentská volba, tak naše noviny rozhodně ten den nebudou přinášet nějaké vlastní zjištění v kauze Pandury. Samozřejmě ale kauza Pandury může posloužit jako příklad té druhé formy obsahu našich novin, to znamená vlastní obsah, vlastní zjištění, vlastní náměty našich autorů. My se snažíme naše autory vést k tomu, aby přicházeli se svými zjištěními, aby byli ve svých oborech, které sledují, natolik zběhlými odborníky, pokud se to tak dá nazvat, aby měli informace nejlépe s předstihem před konkurencí a aby ta témata na stránkách našich novin otevírali. (...) Ačkoliv tedy ta ambice je mít ty

¹⁰³ Příloha na CD, Dražan – LN, s. 2.

¹⁰⁴ Příloha na CD, Neumann – HN, s. 2.

vlastní věci, tak nikdy nemůžeme odhlédnout od toho, co se tady kolem nás děje, to znamená, že jakmile by tyto noviny, nebo stejně jako jiné, začly řešit svoji vlastní agendu a vůbec by se neohlížely na to, co se děje a že opravdu celá společnost řeší nějaký případ, tak by se najednou začaly ocitat takzvaně na Marsu a vůbec by nekořespondovaly s tím, co ti čtenáři řeší, takže vždycky tam je důležité to řešit v kontextu toho dne, a to se netýká jen obsahu té strany 1, ale týká se to i dalších stránek.¹⁰⁵ V tom nacházíme rozpor mezi redakcemi. Mladá fronta se podle tohoto srovnání zabývá více každodenní agendou než Hospodářské noviny, které chtějí nastolovat agendu vlastní.

Budeme-li titulní stranu považovat za klíčovou, pak je neklíčovějším článkem z klíčových otvírák, neboli hlavní zpráva umístěná v horní části strany. Její význam je tedy značný. Podobu otvíráků podle názoru zástupce šéfredaktora Lidových novin Jana Dražana ovlivnil rozvoj internetu: „V novinách dělám 19 let a třeba před deseti lety internet nikoho příliš netrápil tady u nás a stále se bralo, že to lidé viděli večer ve zprávách, tak nehraje tak velkou roli. Noviny se mnohem víc dělaly podle té denní agendy. Vydávaný plán ČTK byl základem toho, co se bude dít. I tehdy bylo bezvadné, když jsme měli nějakou vlastní zprávu. Ale že by na poradách byly nějaké velké diskuse o otvíráku, tak to nebylo tak běžné. Dneska se spousta času na těch poradách věnuje tomu, co bude otvírák, čím toho čtenáře můžeme nějak oslovit, co na něj bude působit nově.“¹⁰⁶ Noviny tak mají složitý úkol. Přinášet aktuální informace, ale v zajímavém zpracování anebo nabízet něco nového. Diskuse o otvíráku pro nás poté nemohou být žádným překvapením.

Podle šéfredaktora Hospodářských novin Petra Šimůnka se nedá přesně určit, jak dlouhé diskuse o otvíráku jsou: „Některé otvíráky jsou jasné, jednoduché a nemusí se o nich diskutovat dlouho, diskutuje se o nich třeba na nějakém jiném fóru, v těch odděleních. Některé otvíráky musíte prodiskutovat, jestli vůbec jsou dostatečně silné na to, aby otevřely noviny. Některé otvíráky jsou interpretativní a analytické a u těch se diskutuje samozřejmě desítky minut nebo hodin než se dospěje k tomu, jak mají vypadat.“¹⁰⁷ Zdá se, že hlavnímu článku novin věnují redakce logicky nejvíce času. Obdobný princip platí také u tématických celků, kde se podobně jako u otvíráku musí jednak vhodně zvolit téma a také žánrové rozdělení

¹⁰⁵ Příloha na CD, Kubík – MFD, s. 1, 2.

¹⁰⁶ Příloha na CD, Dražan – LN, s. 2.

¹⁰⁷ Příloha na CD, Šimůnek - HN, s. 2.

článků: „Bud' si uděláme jenom přehled – máme hlavní text, máme rozhovor, máme to a to, takže navrhnu já nebo navrhne vedoucí rubriky to seřazení a dohodneme se. Nebo je ještě jiná varianta, že si řekneme, co máme a v tu chvíli někoho napadne, že něco chybí a přemýšlíme, jak udělat tu věc jinak nebo to ještě doplnit nějakým žánrem. U těch témat je důležité, aby byly pestré žánrově, to znamená kromě zpravodajského textu, aby tam byl rozhovor, anketa, která mimochodem velmi často zabírá, to je hodně čtené, a pak ta grafika, hodně dobře a srozumitelně udělaná grafika je velké plus. To ten materiál posouvá o dva stupně výš.“¹⁰⁸ Čistě tematických stran využívají Lidové noviny a Hospodářské noviny. Mladá fronta DNES zařadila tematické strany pouze v případě velkých událostí (volby, Vítkov).

Již jsme zmiňovali, že titulní strana má schopnost noviny „prodat“. Její skladba proto rozhoduje o komerčním úspěchu tiskoviny. Na stáncích bývá obvykle vidět jen horní polovina anebo alespoň poutací pruh. To hraje roli pro všechny oslovené šéfreditory:¹⁰⁹ „Nahoře je nějaký ten poutací pruh, kde se snažíme prodat, co je v těch novinách vevnitř a jsou to třeba témata, která nejsou úplně zpravodajská a ve zpravodajských novinách je těžko na té titulní straně můžete prodat jinak. Například speciál k maturitám. Předpokládáme, že část lidí to extrémně zajímá z mnoha důvodů. Máme na to sestavování strany počítačový program, po levé straně je měřítko a vím, že tam je číslo 610 u toho překladu a dívám se zvlášť u fotek, aby tady bylo aspoň něco vidět, protože pokud tam nedostanu nějaký grafický prvek, tak ten vršek vypadá hrozně šedivě a snažím se, aby ta stránka opticky vypadala pestře a měl jste chuť si ji prohlédnout a tím pádem ji následně přečíst. Do horní půlky musím dát věci, o kterých předpokládám, že jsou nejdůležitější, nejzajímavější a kvůli kterým má smysl si ty noviny koupit a přečíst si je.“¹¹⁰

O kolik je důležitější horní polovina titulní strany než ta spodní podle Martina Egyeda z Lidových novin? „Určitě o moc, ale tím nechci nijak shazovat tu spodní část. Nemůžeme tam mít balast. Pak čtenář pozná, že to je podfuk. (...)Noviny máte na stánku a máte je většinou přeložené napůl a vy vidíte jen tu horní polovinu a někdy ani tu ne. Tomu čtenáři to potřebujete ukázat ještě předtím, než si to koupil, aby si řekl, to je ono, to chci. Za to těch 15 korun dám.“¹¹¹ Noviny respondenti vnímali jako zboží, jako prostředek své obživy, ale takový prostý pohled se snažili

¹⁰⁸ Příloha na CD, Egyed - LN, s. 2.

¹⁰⁹ Šéfreditor se primárně zabývá skladbou titulní strany novin.

¹¹⁰ Příloha na CD, Vocolka - MFD, s. 4.

¹¹¹ Příloha na CD, Egyed - LN, s. 2.

upravit: „Ty noviny jsou samozřejmě takový zvláštní druh produktu nebo zboží, které samozřejmě má mnohem víc co říct a co vám dát než normální zboží, ale prostě je to zboží a i tak k tomu musíte přistupovat, že musíte chtít, aby se ty noviny samozřejmě prodaly, protože jinak ta vaše práce, všechny ty zjištěné věci a práce spousty ostatních lidí nevedou k tomu, aby si to ten člověk koupil. I proto musíme myslet na skladbu novin, aby tam nebyly čtyři naprosto důležité zprávy, které zasáhnou většinu lidí a k tomu ještě nějaká opravdu nechutná věc, tak se to opravdu nedá číst.“¹¹²

Práce šéfreditora spočívá zejména ve výběru článků na titulní stranu. Podle Vladimíra Dubského z Hospodářských novin se většinou přetlak článků na titulní stranu nekoná. „Naopak, co já mám zkušenosti, tak je to tak, že jsou obě ty polohy – jedna poloha, že přijde více lidí a nabízejí své skvělé články na jedničku, ale mírně častější je ta druhá poloha, kdy naopak musíte přesvědčovat autora, že toto na tu jedničku patří, přestože autor si to nemyslí. V tu chvíli taky celkem nastupuje to, jestli argumenty autora jsou věcné nebo jestli je to jenom v jeho moci, že jemu osobně ta zpráva nepřijde tak důležitá, ale v kontextu celých těch novin se dostane do top čtyři zpráv, které se přibližně na tu titulní stranu vejdou.“¹¹³ Důležitosti kontextu zpráv jednoho dne se věnujeme v další části práce samostatně.

Zatím to vypadá, že noviny nepracují tak, že by měly šablonu témat, která se mohou dostat na titulní stranu. Spíše záleží na materiálu samotném a na ostatních textech, jež jsou v daný skladební moment konkurenční. Přesto Vladimír Křivka z LN přiznal, že mezi novináři existuje povědomí o domnělých zájmech čtenáře, o tom, jakou agendu by chtěli sledovat: „V novinách převládá názor, že politika zajímá lidi hodně, což asi nebude až tak pravda, ale přeci jen se to na titulní strany prosazuje nejčastěji. Kdyby se udělala analýza titulních stran, tak si myslím, že to bude suverénně jedno z nejčastějších. Hodně častá asi budou ekonomická témata s dopadem na lidi. (...) Třetí věc, která se tam dostává, ale spíš do těch podvalových částí, jsou potom různé story, takzvané hluboce lidské příběhy, když se ztratí děvčátko a pročešávají stovky policistů Prahu. Nebo ze zahraničí o politicích když vydávají paměti nebo se něčím proslavili nebo naopak mají nějaký skandál. Asi existuje přesvědčení naše, že to je to, co čtenáře nejvíc zajímá.“¹¹⁴ Zda se toto

¹¹² Příloha na CD, Vocolka - MFD, s. 2.

¹¹³ Příloha na CD, Dubský – HN, s. 2.

¹¹⁴ Příloha na CD, Křivka – LN, s. 3.

přesvědčení opírá o nějaké důkazy, statistická čísla nebo je jen subjektivním pocitem novinářské obce budeme zjišťovat posléze. Otázkou zůstává, zda by novináři nějak změnili své mediální rutiny, kdyby dostali do rukou výsledky nějakého sofistikovaného výzkumu. Každý pracovní den v redakcích plyne tak, že na velké úvahy a rozборы mnoho času nezbyvá: „Opravdu spoustu věcí řeším prvním dojmem, protože já jako editor jsem vlastně první čtenář těch novin. Mám tím každodenním čtením trochu větší background a dokážu ty věci trochu lépe zařadit než běžný čtenář, který je nechte a nemusí číst tak pozorně jako já, ale asi i proto se člověk dostane na pozici editora, že máte nějaký instinkt pro to, jak tu věc vybrat, protože většinou není čas nad tím nějak uvažovat a zvažovat a zaškrtnout si, jaká kritéria to splňuje. Musíte to nějak cítit, řešit vyloženě intuicí. Doufám, že vím, co lidi zajímá, tak snad vybírám dobře.“¹¹⁵

Titulní strana tedy nemá stanoveno, jaká témata se na ni mohou dostat. Snad jen Hospodářské noviny se snaží vymezovat, ale další zkoumaná periodika nechtějí určovat, co přesně tam patří. Spíše záleží vždy na dané situaci, na jiných článcích. Prosazuje se intuice, cit, zkušenosti a víra v sebe sama, že umíme čtenářovy potřeby odhadnout. Klamavým ukazatelem pravdivosti tohoto doufání je, že existuje velmi málo podkladů k tomu, abychom důkladně stanovili priority společnosti, která se skládá z individualit s odlišnými zájmy. Tak bychom se dostali jediné k jakýmsi typům, modelům ideálních čtenářů, průměrných čtenářů a podobně. I zde by šlo o zjednodušující pohled bez větší vypovídací hodnoty. Kdo by ho zkonstruoval, spoléhal by opět jen na svůj odhad. Mediální agenda odhaduje, co by mohlo snadno proniknout do agendy veřejné.

Ovšem ani v Německu nejsou pravidla pro stanovování agendy psaná, ale podle Karla Hvíždaly je mají tamní redakce více zažitá: „Napsané to nebývá, protože se pravidla mění, pevná jsou jen etická pravidla, i když i ta zaznamenala v posledních letech jistý posun. Ale hraje v tom velkou roli zvyková tradice. Média stejně jako celá stará Evropa víc věří v nepsaná pravidla, která mají staré tradice, než v psané a naordinované příkazy. To znamená, že v každé redakci je to trošičku odlišné, ale každé to médium si své redaktory i mladé vychovává a ti vlastně přenášejí podnikovou etiku dál. V tom taky dnes vidí špičková média jedno z největších ohrožení, že nebudou mít šanci si z úsporných důvodů vychovávat své

¹¹⁵ Příloha na CD, Vocolka – MFD, s. 3.

nové kádry a tím vlastně poškodí budoucnost svých novin. Tato diskuse o ohrožení tradice mediálních institucí se vede stejně ve Francii, v Itálii, ve Spojených státech, to neplatí jenom o Německu.”¹¹⁶

7.2.3 Důležitost kontextu (jiných zpráv) pro sestavení titulní strany

Zjistili jsme, že žádnou zprávu nemůžeme posuzovat samostatně a říkat předem, jestli bychom ji mohli zařadit na titulní stranu, či nikoliv. Svou roli v tomto procesu bezpochyby hraje kontext, tedy existence ostatních zpráv. Všechny dohromady pak určují, co aspiruje na umístění v přední části listu a co až na vnitřních stranách. Na hlavní stránku se navíc vejde jen minimum z celkového obsahu novin a také vždy nemusí patřit pouze domácím zpravodajství, ale může rovněž odkazovat k jiným rubrikám. V rozhovorech jsme proto pokládali otázku, zdali může nastat situace, kdy se na hlavní stranu dostane zpráva, která by tam za jiných okolností umístěna nebyla. Je možné, že se jiné texty ukazují jako „slabší“, a proto v jakési nouzi přistoupí redakce k řešení, kdy zařadí méně kvalitní článek na titulní stranu?

Již jsme upozorňovali na otvírák jako na nejdůležitější text novin daného dne, podle kterého se i čtenář rozhoduje, zda si noviny koupí. „Samozřejmě že ne každý otvírák novin je stejně silný. Z toho, co je, se tam dá to nejlepší. Musíte myslet na skladbu té stránky. Vždy hledím taky na to, abychom ty čtenáře úplně neuzemnil například negativními zprávami. Když máte korupčně-kriminální kauzu, zmizelou holčičku, tak se to třeba doplní zajímavostí o bramborách, protože by to byly hodně těžké stránky. Takže se snažíme najít něco lehčího, takového zábavnějšího. Musíte samozřejmě myslet na to, jak ty stránky k sobě ladí, co si za celkový dojem ze stran čtenář odnese. Když ho budu každý den umlácovat korupcí a že se musí šetřit, tak si to nikdo nebude kupovat.“¹¹⁷ Také titulní strana tedy musí být takzvaně vyvážená. Mladá fronta DNES opravdu během sledovaného týdne zařadila na hlavní stranu informaci o bramborách, která by třeba jiný den byla na straně 4 nebo 5, ale v patřičnou chvíli byla příhodná pro snížení tematické závažnosti v kontextu ostatních zpráv.

Diskuse o otvíráku novin bývají podle našich respondentů v redakcích dost dlouhé a zjistili jsme, že ne vždy končí ve shodě. Na zajímavý rozpor jsme narazili

¹¹⁶ Příloha na CD, Hvízd'ala, s. 4.

¹¹⁷ Příloha na CD, Blažková – MFD, s. 3.

při zkoumání agendy Lidových novin. Ve čtvrtěčném vydání umístili hned vedle článku o verdiktu nad žháři z Vítkova text hodnotící sto dní vlády premiéra Petra Nečase. Proč byl zvolen takový postup objasnil šéfreditor listu Martin Egyed: „To je taková situace, kdy máte obavu, aby tím, že budete jednu z těch dvou zajímavých zpráv jakoby hodně preferovat grafickým způsobem, aby vám ta druhá v tom moc nezaničila. K tomu se volí tento kompromis, a to je možná příliš slabé slovo. Uděláte zkrátka dva otvíráky. (...) Tady nám jde o to, že jsme měli dvě velmi silná témata. Právě proto, že byla hodně silná, zejména soud byl hodně emoční, tak bylo opravdu záhodno dát je nahoru.“¹¹⁸ Zcela jiný názor pak prezentoval zástupce šéfredaktora Lidových novin Jan Dražan: „To jsme umístili podle mého názoru špatně, i když tam jsme se úplně neshodli v redakci, ale to byla jasná zpráva, přestože běžela všude, ale nicméně byl předpoklad, že to lidi bude zajímat i druhý den na stánku. Byla to bezprecedentní událost jednak tím celým příběhem a taky těmi tresty. Byl to jednoznačný otvírák. My jsme nabídli dejme tomu něco jiného, ale když si to někdo přečetl, tak to byla taková hra. Mně sto dní vlády důležitých nepřijde, abych řekl pravdu. Samozřejmě hodnotit sto dní Nečasovy vlády musíme, je to v pořádku. Kdyby to byl jiný den, tak jako otvírák úplně bez problémů, ale v konkurenci tohoto pro mě jednoznačně prohrává.“¹¹⁹ Respondenti nám sdělili, že právě takové sporné momenty rozhoduje šéfredaktor. Jeho slovo bývá v zásadě posledním, protože on má hlavní zodpovědnost za tematickou agendu a za celou strukturu novin. „Noviny jsou do značné míry demokratická instituce, ale samozřejmě když potřebujete nějakou diskusi uzavřít, tak má poslední slovo šéfredaktor,“¹²⁰ potvrzuje šéfredaktor Hospodářských novin Petr Šimůnek.

Právě představitelé Hospodářských novin v rozhovorech deklarovali, že se snaží noviny chystat dopředu, aby zmiňovaná „nouze“, kdy je otvírákem méně závažný problém nenastala. Pokud jde o téma, nemusí se v případě HN jednat o ekonomiku, jak by mohlo vyplývat z názvu novin: „Je to nějaká kombinace toho, co máme třeba naplánované a toho, co ten den přinese, ať už událostmi nebo tím, že někdo přijde s nějakým objevem. Ta tematická šíře je celkem široká, ale asi v Hospodářkách nebudeme psát na titulní stranu o tom, že se rozvádí Iveta Bartošová nebo že Karel Gott si zlomil nohu, ale třeba kdyby Karel Gott umřel, tak

¹¹⁸ Příloha na CD, Egyed – LN, s. 1, 2.

¹¹⁹ Příloha na CD, Dražan – LN, s. 4.

¹²⁰ Příloha na CD, Šimůnek – HN, s. 1.

se na titulní stranu samozřejmě dostane. Vždycky to záleží na té míře a na nějakém uvědomění si, pro koho vlastně píšeme. U nás je to vcelku jednodušší oproti jiným novinám, protože máme hodně předplatitelů a víme, co jsou zač. Takže celkem přesně víme, pro koho píšeme.“¹²¹ O tom, kde vidí pozici Hospodářských novin jejich vedoucí pracovníci, se zmiňujeme v závěrečných pasážích naší práce zaměřených na konkrétní noviny a konkrétní články.

7.2.4 Konkrétní funkce daného respondenta v procesu nastolování témat

Jak jsme již několikrát popsali, našimi respondenty byli v každé redakci tři lidé – šéfredaktor (jeho zástupce), vedoucí oddělení domácího zpravodajství a šéfeditor. Proto máme možnost porovnat jejich funkce navzájem a zjistit, v čem se liší anebo naopak podobají z pohledu procesu nastolování tematické agendy. V západních médiích podle Karla Hvížd'aly právě tyto tři funkce rozhodují o podobě novin: „V takových funkcích skoro nikde nenajdete lidi pod pětatřicet let.“¹²²

7.2.4.1 Šéfredaktor (zástupce)

Šéfredaktor (případně jeho zástupci) se zúčastňují hlavních porad. Sledovaná periodika mají většinou zavedenou praxi, kdy má „službu“ někdo ze členů vedení. Ten rozhoduje případné redakční spory. Už jsme zmiňovali, že schvalování tématu mívá více stupňů. Zpravidla se o něm nejprve rozhoduje na úrovni oddělení (v našem případě domácí rubriky), kde se s jednotlivými autory radí šéf úseku. Po tomto prvním výběru postupuje téma na hlavní poradě, která se může podle situace opakovat vícekrát.

Při otázce na právo veta většinou přicházela odpověď, že ho má jedině šéfredaktor: „Tak samozřejmě právo veta asi na cokoliv může uplatnit logicky ten, kdo za ty noviny zodpovídá, to znamená šéfredaktor. Pro každý den je tady nějaký sloužící člen vedení redakce, který asi nejvýrazněji ovlivňuje to, jak ty noviny ten den vypadají. Buď je to ten šéfredaktor nebo jeden z jeho čtyř zástupců, tedy on společně se šéfeditem rozhoduje o tom, co se točí na straně 1,“¹²³ řekl Jiří Kubík, zástupce šéfredaktora Mladé fronty DNES. Ten zároveň připustil, že tematickou agendu může ovlivnit skutečnost, který ze členů vedení má zrovna tzv. službu:

¹²¹ Příloha na CD, Dubský – HN, s. 2.

¹²² Příloha na CD, Hvížd'ala, s. 4.

¹²³ Příloha na CD, Kubík – MFD, s. 2.

„Každý den je to člověk, který je zaměřený nějak jinak, třeba já mám na starosti domácí zpravodajství nebo jakoby patří do mého „rajónu“, mám na starosti zahraniční zpravodajství a komentáře. Kolegyně má zase na starosti magazíny, někdo má na starosti ekonomiku a tak dál. Každý jakoby víc rozumí něčemu jinému a může se stát, i když by se to nemělo stávat, že někdo z nás si ten den vyhodnotí nějakou zprávu třeba špatně, že ji podcení, nedá ji na tu stranu 1. Na druhou stranu vždycky ten sloužící člen vedení se musí spolehnout taky na názor šéfa těch jednotlivých oddělení.“¹²⁴

V případě Lidových novin jsme zaznamenali, že šéfredaktora mohou zástupci nahrazovat velice výrazně: „Samozřejmě poslední slovo má šéfredaktor, ale vzhledem k tomu, že u nás ty jeho povinnosti jsou mnohem rozsáhlejší, tak do toho můžu zasahovat docela dost. I po té poradě ve čtyři hodiny se to může měnit.“¹²⁵ Ovšem na příkladu, který jsme již nastínili, kdy se řešil souběh dvou otvíráků, rozhodovalo slovo šéfredaktora.

O roli šéfredaktora Hospodářských novin jsme již hovořili. Můžeme si ji připomenout díky slovům hlavního editora listu Vladimíra Dubského: „Samozřejmě tady to není žádný parlament, tady to je firma, takže v určitý okamžik ta diskuse končí. Šéfredaktor má poslední slovo, to tak prostě chodí. Jinak by ty noviny nevyšly. Na těch poradách ta diskuse samozřejmě probíhá a je důležitá v tom, že vnese nový pohled na to téma a může to nějakým způsobem rozšířit nebo vylepšit, protože ať chcete nebo nechcete, tak když má autor nějaké téma a je do něj ponořený, tak potřebuje nějaký pohled zvenku, někam přesměrovat nebo upozornit, nezapomeň na toto, toto jsme už psali víckrát, tomu už skoro nikdo nerozumí. Toto už mu řekne ten nadřízený na poradě oddělení, a pak ten nadřízený jde na tu velkou poradu a tam může zase slyšet z jiných úhlů pohledu, co by na tom příběhu nebo na tom objevu nebo na té zprávě, události, zajímalo jiné lidi. Ti do toho zase dávají tu svoji erudici, která není zaměřená jenom úzce na to, ze kterého oddělení zrovna ta zpráva vychází. Padají různé dotazy, ale v určitém okamžiku ta diskuse končí. U nás konkrétně to je tak, že na konci porady si bere slovo hlavní editor a říká, z čeho si bude vybírat na jedničku, kdo jsou jeho favoriti a co by měl být otvírák novin neboli hlavní zpráva druhého dne. Když to řekne, tak proběhne další krátká diskuse hlavně s příslušným zástupcem šéfredaktora nebo s šéfredaktorem a ještě se to utvrdí. Pak

¹²⁴ Příloha na CD, Kubík – MFD, s. 4.

¹²⁵ Příloha na CD, Dražan – LN, s. 2.

to všechno naplánujete a v průběhu dne může být všechno samozřejmě jinak. Ta porada končí kolem půl dvanácté a noviny vycházejí druhý den ráno, takže do té doby se může stát spousta věcí.“¹²⁶

7.2.4.2 Vedoucí oddělení domácího zpravodajství

Vedoucí oddělení domácího zpravodajství provádí první selekci při výběru témat. Jeho úkolem je porada s jednotlivými autory. Může navrhopvat, jak by se téma dalo rozšířit, koho by ještě mohl redaktor oslovit anebo upozorňuje, že se noviny tématu věnovaly nedávno a nemají k němu žádné nové informace. S jakýmsi seznamem možných témat přichází na následnou hlavní poradu se zástupci vedení redakce.

V Hospodářských novinách dochází v případě Ondřeje Neumanna k souběhu funkcí vedoucího domácího zpravodajství a zástupce šéfredaktora: „Protože přímo řídím domácí redakci, tak vytvářím nabídku toho, co dělá ten den domácí redakce a co nabízí ať už do novin anebo na titulní stránku. To je jedna moje role. Zároveň jsem členem užšího vedení, takže se každodenně účastním i porad nad jedničkou a v okamžiku, kdy mám službu za vedení, tak je fakticky moje role absolutní a mám definitivní slovo.“¹²⁷ Zde narážíme na problém českých novin, kterým je nízký početní stav redaktorů a vůbec členů redakce. Potom má stejný člověk na starosti více věcí. Z hlediska nastolování témat máme za to, že více lidí při jejich výběru rozhodně není na škodu. Tematická šíře pak může být rozhodně větší. Jednotlivec má tendenci sklouzávat k preferování témat blízkých jemu, byť může vystupovat jako dokonalý profesionál.

Jak často musí zasahovat do činnosti redaktorů vedoucí domácího zpravodajství, reportérského oddělení Mladé fronty DNES Jana Nováková-Blažková? „Jednou za měsíc se stane, že u jednoho z těch témat řeknu, tohle jsme psali před měsícem a nic nového tam není, žádný posun, tak nevidím důvod, proč to psát. Například jsem to udělala teď, když kolegyně chtěla znovu psát o porodních asistentkách. Ony si dlouhodobě stěžují na různé legislativní normy, ale je to pořád to samé, tak jsem se ptala, jestli tam je vážně něco nového a ona říkala, že asi ne – tak jsme to vyřadili z toho plánu. Ale jinak se nestává, že bych to vyřazovala, spíš se

¹²⁶ Příloha na CD, Dubský – HN, s. 1.

¹²⁷ Příloha na CD, Neumann – HN, s. 2.

snažíme s tím návrhem toho autora pracovat ve stylu jak to ještě rozšířit, jak to udělat víc do hloubky, koho ještě dalšího k tomu oslovit.“¹²⁸

V Lidových novinách podobně jako v jiných tištěných periodících rozhoduje kolektivní porada: „To rozhodování je samozřejmě ve sboru. Na druhou stranu vždycky existuje určitá hierarchie a pokud by měl pan šéfredaktor nějaký názor, tak jediné, co ho může zlomit je právě to, že by byl celý sbor proti němu, ale to už podle mě jsou dost specifické momenty. Každý máme určitou hranici. Třeba se ne úplně shodujeme v kauze ztracené devítileté Aničky. Někdo si myslí, že to jako skoro už pro bulvární média a někdo zase, že tomu máme dávat prostor. Tam probíhají určité diskuse, debaty, ale nevzpomínám si na případ, kdyby šéfredaktor vystoupil a řekl by, tohle v novinách být nesmí. Spíš naopak vystupuje s tím, když něco jakoby opomíjíme a mělo by to tam být víc. Což si myslím, že je od něj správná role. Má tu rozhodovací sílu nejvyšší, bezpochyby, ale právě to právo veta neuplatňuje ve smyslu nějaké cenzury.“¹²⁹

7.2.4.3 Šéfeditor

Šéfeditor (někdy označovaný jako hlavní editor) rozhoduje o podobě titulní strany. Má možnost řadit články, které jsou podle něho nejdůležitější nebo nejobjevnější, na titulní stranu, ale také některé úplně vyřadit. V každých novinách pracuje mnoho editorů pro jednotlivé strany, ale hlavní strana reprezentuje celé noviny ještě předtím, než je případně otevřeme.

Kdy může hlavní editor Lidových novin Martin Egyed téma úplně vyřadit? „Já mám tu pravomoc, kterou nemám proto, abych se vyžíval v nějakém egoismu, to tak v drtivé většině případů není. My se nějakým způsobem umíme dohodnout. Nemusím dovolit dát to téma do novin tehdy, když to má fakt nějaký závažný důvod. Například etický, když je to nějaká hodně choulostivá zpráva. Jinak nemám důvod tohoto práva využívat. Častěji se děje posouvání témat. Toho autora nebo vedoucího rubriky nenapadne v tu chvíli, jak to téma posunout dál. Pak samozřejmě do toho zasahovat můžu, když mám nápad, samozřejmě nemám patent na rozum. V tomto není nějaký problém.“¹³⁰

¹²⁸ Příloha na CD, Blažková – MFD, s. 2.

¹²⁹ Příloha na CD, Křivka – LN, s. 2, 3.

¹³⁰ Příloha na CD, Egyed – LN, s. 2.

Tomáš Vocelka z Mladé fronty DNES popsal práci hlavního editora: „Mám na starosti titulní stranu, která je podle jednoho klišé „výkladní skříní novin“. Ta titulka ty noviny z velké části prodává kromě reklamy a nějakých jiných věcí. Já si na tu první stranu vytahuji to nejdůležitější a nejzajímavější, co v těch novinách mám podle mého mínění a mínění zástupce šéfredaktora, protože skladba stran je taky týmová práce, není to rozhodnutí jednoho člověka, ale většinou nějaké skupinky. Když se vybírá na jedničku, tak jsem to já a zástupce šéfredaktora, který slouží. A když jsou to třeba domácí stránky nebo ekonomické, tak tam zase o tom, jak to bude zařazeno, rozhoduje editor a šéf té rubriky. Názory se mohou střetávat, pak se lépe dobereme k tomu, co je opravdu zajímavé. (...) Pro výběr jsou klíčové dvě porady. Jedna je v té dané rubrice, kde ten vedoucí probírá se svými autory a editory které zprávy se ten den budou dělat, jaký prostor se jim zhruba dá. To se rozhodne už poměrně brzo ráno. S nabídkou pak přijdou na velkou redakční poradou, která je v poledne a kde ty jednotlivé rubriky řeknou, co dělají. Taky se řeší případný překryv například domácí rubriky s ekonomickou, tak aby to nedělaly dvě party najednou a nebylo to na dvou místech v novinách. Zároveň z této nabídky si pak vybírám ty věci na jedničku a samozřejmě můžu říct, toto tam určitě nechci, byť mně to jako věc na jedničku nabízeli a řeknu, proč to nechci. Naopak si můžu vybrat věc, kterou mi na jedničku nenabízeli, ale myslím si, že by tam měla být.“¹³¹ Týmově pracují všechny redakce. Deklarují, že jeden člověk v nastolování agendy mnoho nezmůže. Noviny musíme chápat jako kolektivní dílo, kolektivní výrobek. Proto se nedá prstem ukázat na jednoho člověka, který určuje, o čem se psát bude a o čem ne.

Vladimír Dubský z Hospodářských novin přiznal, že když nemá službu a podívá se druhý den na titulní stranu, říká si, že by ji asi zpracoval jinak: „Určitě. To je hodně individuální. Tam jde o to, abyste se příliš často nelišili v příliš zásadních věcech. Protože pak je někde problém, buď ho máte vy jako hlavní editor a neztotožňujete se s tím, v jakém stylu se ty noviny vyrábějí, tak máte dát výpověď a jít někam jinam. Anebo je to z druhé strany a můžou být ty noviny nějak špatně řízené, že vlastně nikdo neví, jaký ten styl je a tím pádem k těmto zásadním rozdílům dochází. Když máte nějakou sumu informací, nabídku zpráv, vlastní objevy, něco jste hezkého vyfotili, tak v těch hlavních věcech my jak tady

¹³¹ Příloha na CD, Vocelka – MFD, s. 2.

pracujeme, co máme vliv na tu titulní stranu, tak v těch hlavních věcech bychom se měli většinou shodovat. Můžeme se lišit třeba názorem na titulek nebo jakým směrem se má ta zpráva napsat nebo jakým stylem. Která informace bude na začátku článku a na konci. Ale v těch tématech, která jsou hlavní pro ten den, by se ty lidi v těch novinách měli shodovat. To se opravdu týká otvíráku a možná ještě jednoho článku. Na titulku se vejdu čtyři články. Vy je můžete variovat, některou mírně potlačit, některou zdůraznit. Záleží na situaci nebo na vaší náladě nebo máte nápad, jak to udělat, tak uděláte z tohoto otvírák. V tom základním trendu byste se měli většinou shodovat.“¹³²

7.2.4.4 Výsledek srovnání funkcí

Jednotlivé funkce se v zásadě příliš neliší. Popsané principy platí vždy na všechna tři periodika bez podstatných rozdílů. Museli bychom detailně pozorovat respondenty při praktické denní činnosti. Tím bychom však porušili zásady naší práce. Měli jsme vycházet pouze z výpovědí a na jejich základě porovnat redakce mezi sebou. Proto můžeme prohlásit, že mezi zástupci funkcí v novinách podstatné rozdíly zjištěny nebyly.

7.2.5 Osoba v redakci mající rozhodující vliv na tematickou agendu novin

O tomto okruhu otázek jsme se už zmiňovali dříve. Protože jsou v Česku v současnosti všechny noviny soukromými subjekty, uplatňuje v nich rozhodující slovo šéfredaktor. Tematickou agendu může částečně formovat šéf rubriky a v nejmenší míře autor sám. Jednotlivec musí svůj návrh nechat projít celým schvalovacím procesem, kde se na stanovení tematické agendy podílí více důležitých činitelů.

Kdo je osobou s rozhodujícím vlivem na tematickou agendu novin, popsal Ondřej Neumann z Hospodářských novin: „Je to buď šéfredaktor, obecně generelně ke všemu kdykoliv anebo je to služba za vedení, což jsou vesměs šéfredaktor nebo zástupci šéfredaktora zjednodušeně řečeno, kteří zkrátka řeknou, toto tam nebude.“¹³³

V teoretické části práce jsme už narazili na problém působení PR. Za poslední roky narostla snaha o vliv různých agentur, které mají v popisu práce propagovat

¹³² Příloha na CD, Dubský – HN, s. 4.

¹³³ Příloha na CD, Neumann – HN, s. 1.

určitou firmu. Proto se snaží tiskové zprávy formulovat tak, aby byly rovnou použitelné a tedy aby se staly pro novináře snazším zdrojem informací. Neočekávali jsme, že by respondenti řekli, že je PR společnosti ovlivňují. Proto jsme ani nepokládali specializované dotazy na tuto problematiku. Spontánně o ní začal hovořit Vladimír Křivka z Lidových novin: „Neříkám, že nejsme neovlivnitelní, že samozřejmě můžou různé PR síly se snažit dostávat tam články komerčnějšího založení, ale jsem si jist, že u nás se to neděje.“¹³⁴ Proto zůstáváme u názoru, že rozhodující osobou s vlivem na tematickou agendu novin je šéfredaktor.

7.2.6 Průzkum zjišťující spokojenost čtenářů s výběrem témat daných novin

V naší práci jsme chtěli zjistit, jestli novináři pracují intuitivně s předpoklady očekávaného čtenářského zájmu nebo vycházejí ze statistik či jiných průzkumu. Naším záměrem bylo zmapovat, zda mají redakce alespoň dílčí přehled o potřebách svých čtenářů nebo jestli ho vůbec chtějí mít. K průzkumům obecně přistupují oslovení respondenti většinou s lehkou nedůvěrou. Většinou je berou s rezervou a spíše s marketingovým podtextem.

Nikdo z odpovídajících neřekl, že by jim průzkumy přinesly zpochybnění jejich stávající práce. Občas se zdá, že je dokonce brali jako potvrzení správnosti svých postupů: „Samozřejmě že různé průzkumy mezi čtenáři probíhají – jak jsou s novinami spokojení, co se jim líbí, co se jim nelíbí. Hodnotí se tam vlastně všechny části novin, to znamená nejenom domácí, ale i sport, komentáře, magazíny a tak dále. Mezi nejlépe hodnocenou rubriku řadí především právě to domácí zpravodajství, což jenom dokazuje, že tyto noviny hodně stojí na té agendě toho, co se děje kolem nás. Nemám za to, že bychom z těch průzkumů někdy vyčetli nějakou buď odtrženost od té reality, v níž ti naši čtenáři žijí, nebo nějaké silné volání po jiných tématech,“¹³⁵ uvedl Jiří Kubík z Mladé fronty DNES.

Podobně se vyjádřil také Ondřej Neumann za Hospodářské noviny: „My jsme měli obrovský průzkum asi tak před půlrokem nebo třičtvrtě rokem, který mapoval, co naši čtenáři chtějí a co nechtějí, mapoval potenciál, kam můžeme umístit nebo pozicionovat ten deník a podobně. Ano, víme tak zhruba, co od nás lidé očekávají. (...) Ten produkt z toho vyšel velmi dobře i v porovnání s dalšími novinami na trhu. Co se týče byznysu, tak jednoznačně, tam jsme neměli konkurenci a co se týče

¹³⁴ Příloha na CD, Křivka – LN, s. 1.

¹³⁵ Příloha na CD, Kubík – MFD, s. 4.

ostatního zpravodajství, tak nás lidé přesně vnímají tak, jak bychom si přáli, tedy jako seriózní, důležité noviny pro elitu.“¹³⁶

Lidové noviny z průzkumu zjistili, že čtenáře až tak nezajímá rubrika o byznysu. „To je doopravdy rubrika, která zajímá lidi s docela dobrým ekonomickým vzděláním, ale pro normální smrtelníky často zprávy z burzy a jak se střídají manažerské posty, nejsou až tak zajímavé. Tam se ukazuje, že přeci jen národ není asi až tak intelektuální a že si nejradši čte recenze z kultury a sportovní výsledky, takové jakoby lehčí texty, a pak asi lidé jsou navyklí, že přeci jenom ta politika a něco z toho domácího tam je, ale že přeci jen za srdce tahají čtenáře ty hluboce lidské příběhy, když se s nimi člověk může ztotožnit.“¹³⁷ Proč proto rubrika Byznys zůstává jednou z důležitých částí Lidových novin? „Čtenářský průzkum se ptal na ekonomiku jako takovou a zjistili jsme z něj, že čtenáře Lidových novin ten byznys zase až tak nezajímá. Na druhou stranu v momentě, kdy na tom noviny tady obecně jsou tak jak jsou a ať chceme nebo ne, tak Hospodářky jsou naše nejbližší konkurence, my na to nějak reagovat musíme. Druhá věc je, že samozřejmě několik stran věnovaných byznysu je možnost jak přilákat inzerenty.“¹³⁸

Jan Dražan z Lidových novin chápe průzkumy mezi čtenáře jako zajímavé čtení, podle něhož se ale noviny nemohou moc zařídit: „Spíš to bereme jen jako orientační ukazatel, který nám moc nepomohl. Že bychom podle toho zjistili, jak to čtenáři chtějí. Z toho průzkumu se dá vycházet jen částečně.“¹³⁹ O účelnosti a vypovídací hodnotě průzkumů zapochyboval také Vladimír Dubský z Hospodářských novin: „Nějaký průzkum probíhal, ale ty průzkumy jsou takové dvojsečné. Předplatitel a pravidelný čtenář je z velké většiny spokojený s tím, jak to děláme. Otázka je, co vám ta informace dá. Ambicí každých novin nebo média je rozšiřovat počet těch čtenářů, takže v zásadě to je vždycky boj o to, že se hledají nějaké cesty, ať už grafickým zpracováním nebo možná výběrem témat nebo zpracováním přímo toho textu, jak je to napsané. Jak ulovit nové čtenáře a zároveň nenaštvat ty „staré“, kteří byli do té doby spokojení. Při novém relanchi nebo redesignu to je sázka. Ten asi rok starý redesign celkem přežili naši čtenáři, které

¹³⁶ Příloha na CD, Neumann – HN, s. 2, 3.

¹³⁷ Příloha na CD, Křivka – LN, s. 4.

¹³⁸ Příloha na CD, Dražan – LN, s. 3.

¹³⁹ Příloha na CD, Dražan – LN, s. 3.

máme. Sice k němu měli nějaké výhrady, ale pak se zjistilo, že po pár měsících si na to zvykli a jsou v pohodě.“¹⁴⁰

O tom, že průzkumy se redakce neřídí úplně doslovně svědčí i to, že někteří ani neměli bližší informace o jejich závěrech: „Neznám details. Měli jsme tady jednu takovou věc, byl to průzkum dočtenosti. Tam se daly jednotlivé články z daného dne a výsledkem bylo to, že se zjistilo, který z těch článků vůbec začali číst ti vybraní čtenáři a který z těch článků dočetli nejdále nebo do konce. Podle toho jsme zjišťovali, co ty čtenáře zajímá. Samozřejmě to má svá úskalí jako každý jiný průzkum, do jaké míry to je reprezentativní vzorek. Ale myslím si, že to mělo vypovídací hodnotu.“¹⁴¹

Ukázalo se, že noviny spíše pracují s aktuální agendou a pokaždé jiným způsobem. Průzkumy provádějí, aby úplně neztratily kontakt se čtenáři. Nemůžeme se dopracovat k detailům. Respondenti spíše řeknou, že jsou průzkumy interní nebo o nich hovoří pouze obecně. Navíc by těžko zpochybňovali své médium. Proto spíše uvedou fakta, která jejich pozici potvrzují než aby rozebírali své vlastní chyby. Markantnější je takový postup u „nejvýše postavených“ respondentů, kteří často jsou u zadávání jednotlivých průzkumů. Sázka na intuici a na zkušenost zůstává praktičtěji použitelná než různá výběrová šetření. Mají podle Karla Hvížd'aly čeští novináři přehled o potřebách svých čtenářů? „Orientují se spíš intuitivně. Občas si zřejmě nechají udělat nějaký průzkum. Ale hlavně nevědí či ztrácejí povědomí o tom, co je jejich poslání! Neumí se bouřit proti povrchním trendům, jsou zlenivělí.“¹⁴²

¹⁴⁰ Příloha na CD, Dubský – HN, s. 3.

¹⁴¹ Příloha na CD, Egyed – LN, s. 3.

¹⁴² Příloha na CD, Hvížd'ala, s. 2.

7.2.7 Sebereflexe zjišťující existenci článku, jehož důležitost redakce nedocenila a neumístila ho na titulní stranu

Novináři musí každý den zvažovat, jaké zprávy budou preferovat, jakým budou věnovat menší pozornost a jakým žádnou. Nutně se tak musí potkávat s tím, že své kroky zpětně vyhodnotí jako chybné. V rozhovorech jsme je proto chtěli přimět k jisté sebereflexi. Měli za úkol najít praktický příklad toho, kdy podcenili důležitost určitého článku, nezařadili ho na hlavní stranu a následně tohoto kroku litovali. Druhý den totiž členové redakce porovnávají (záměrně či nezáměrně) titulní stranu svých novin s konkurencí. Sebereflexe podle našeho soudu patří k tomuto povolání.

Respondenti uváděli na obhajobu svých postupů, že se na titulní stranu z prostorových důvodů nemůže vejít všechno: „Stává se poměrně často, že se tam něco nevejde a přitom to je dobré a závažné, ale v kombinaci s jinými závažnými články ta závažnost klesne. Nebo třeba to vylétlo proto, že se snažíme mít na titulu nějakou odlehčenou zprávu. Ta jednička není nafukovací, tam v našem layoutu dostanete dva články a končíte. My máme třeba čtyři kauzy v těch novinách, takže se to stává.“¹⁴³ „To se stává, ale spíš vždy také záleží na kontextu. V nějaké situaci ty noviny vyrobíte, jdete spát a ráno se podíváte, co mají televize a co je v jiných novinách a může se vám stát, že téma nebo událost, která se ten den děla a vy jste se rozhodli, že ji nedáte na titulní stranu, protože vám nepřišla tolik zajímavá, tak ji třeba konkurence uchopí jiným způsobem a na tu titulní stranu ji dá a vy si uvědomíte, když se to udělá takto, tak se to má dát na jedničku. Obvykle to jsou spíš takové klasické scénky, že po bitvě je každý generál. Když jste v nějakém stresu, večer tady vyrobíte noviny a když se na to pak podíváte druhý den ráno, tak to samozřejmě vidíte jinýma očima. Jinak ta stránka není nafukovací a vy máte při té výrobě nějaké priority a ty noviny jsou takové médium, že když byste si udělal anketu mezi lidmi, kteří mají rozhodovací pravomoci nebo mají vliv na to, co má být na titulní straně, tak vám ze stejného portfolia událostí každý tu stránku poskládá trochu jinak. Někdy se stane, že tam něco mělo být a nemáme to vůbec, přestože jsme informaci věděli. Tato chyba se občas stane, ale málokdy. Za ten den je tolik porad, které mají svůj pevný čas a zároveň celý ten den je taková kontinuální porada, že vám máloco uteče. Když má konkurence svůj vlastní objev, tak vám to uteče, to je jasné.“¹⁴⁴ „Řeknete si, že by se vám něco nehodilo do té skladby. Potom druhý

¹⁴³ Příloha na CD, Blažková – MFD, s. 3.

¹⁴⁴ Příloha na CD, Dubský – HN, s. 3.

den se to vyvine víc než jste předpokládali a řeknete si, to jsem fakt podcenil a mohli jsme to udělat mnohem větší. My žijeme hodně ze dne na den, takže pro mě je ten včerejšek jako dávná minulost, takže si nic konkrétního nevybavím.“¹⁴⁵ „No jistě, takových případů je. Pak je samozřejmě taková věc, kdy se posuzujete s konkurencí. Třeba si řeknete, toto dáme jako jedňák, jako článek o jednom sloupci, někam na stranu 4, je nezajímavý a druhý den zjistíte, že konkurence to rozpálí na titulní straně jako velkou věc. Pak si říkáte buď, že jsou divní, protože takovou blbost rozpalují nebo naopak že my jsme něco podcenili. Jsme jenom lidi.“¹⁴⁶

Zástupci Hospodářských novin v tomto tematickém okruhu zmiňovali plánování, které podle nich eliminuje možnost, že by redakce podcenila důležitost určitého tématu: „Nevzpomenu si na žádný konkrétní, ale to se samozřejmě občas stane, že si druhý den řeknete, možná jsme to měli udělat jinak. Tím, co jsem popsal, jak jsou ty noviny spíš plánované, promyšlené dopředu, tak se to stává minimálně.“¹⁴⁷ „Spíš si dokážu vybavit situaci, kdy jsme jakoby přestřelili tu důležitost a že jsme to tam dali než že bychom ji jakoby podskočili. Je to dané i tím, že pakliže ta informace není jakoby od nás, tak tím, že my preferujeme ty naše, tak tam dáme tu informaci. My ji přiřkládáme o trošičku větší důležitost, než se pak ukáže její relevantnost v čase. Myslím si, že umíme dobře odhalit, když to přinese čas nebo doba. Když s tím přijde konkurence, tak samozřejmě to je zpráva konkurence.“¹⁴⁸

Praktický příklad uvedl Vladimír Křivka z Hospodářských novin: „Třeba dnešní situace to může být. Hospodářské noviny jedou z jedničky podobu vyjednávání o koalici v Praze, o které se už dlouho mluví, že to tady povede asi velká koalice a ne vítězná „topka“ a že primátorem nebude Zdeněk Tůma. Oni to mají i na straně 2, 3. My to tentokrát na titulní straně nemáme, nicméně už dříve jsme někdy o tom informovali. Vždy záleží na tom, jak si to jakoby zhodnotíme. Přeci jen na tu titulní stranu se vejdu tři, čtyři zprávy – jedna zásadní plus nějaké menší. Často je to tak, že tam něco nemáme, co tam ostatní mají. My bychom to tam chtěli mít, ale nezjistili jsme to, nevěděli, což je samozřejmě ta nejhorší varianta. Pakliže jenom jsme to tam nedali, protože jsme tomu nepřikládali takovou váhu, tak

¹⁴⁵ Příloha na CD, Vocolka – MFD, s. 3.

¹⁴⁶ Příloha na CD, Egyed – LN, s. 4.

¹⁴⁷ Příloha na CD, Šimůnek – HN, s. 2.

¹⁴⁸ Příloha na CD, Neumann – HN, s. 3.

to už je pak naše chyba. Noviny nejsou nafukovací, je to občas vážení na miskách vah.“¹⁴⁹

Opět se tedy respondenti obhajují tím, že se na titulní stranu nevejde všechno. Taky uvádějí, že pracují s událostmi toho dne a další den si možná jen řeknou, že něco zařadili špatně, ale žádné další závěry z toho nevyvozují. Z praktického pohledu fungování novin ani není důvod.

7.2.8 Sledování událostí až do jejich rozuzlení

Tento tematický okruh jsme do naší práce zařadili spíš jen okrajově. Ptali jsme se na názor respondentů na to, jestli jsou novináři vždy schopni sledovat událost až do konce. Panuje obecný názor, že nejsou a že určité otevřené kauzy zůstávají bez jasného vyřešení. Tento dojem nám respondenti nevyvraceli a tvrdili, že za tento stav může zejména početní stav redakcí, kdy jeden člověk musí sledovat více témat najednou: „Jednak je to tím, že nemáme tolik lidí, kolik bychom potřebovali, ať už v početním stavu redaktorů nebo editorů, kteří by se tím mohli zabývat a nejenom se věnovat té denní agendě. Je to tím, že redaktoři si nehlídají vlastní okruhy věcí. Věc, na které před půlrokem dělali hodně, tak je samotné nenapadne se k tomu vrátit. Nejhorší je, když se to děje u věcí, které jsme „rozjeli“, byla to naše kauza, pak vlastně ji nedosledujeme a necháme si ji vzít. Bohužel početní stav nám neumožňuje, že by tam byl jeden editor, který by mohl trochu nadčasověji uvažovat.“¹⁵⁰

Početní stav redakcí má podle Karla Hvížd'aly přímou vazbu na neexistující pevná pravidla pro stanovování agendy, ale rozhoduje i jiný faktor: „Náš malý trh má jinou tradici: stále zde má vyšší hodnotu ústní zpráva než informace a pracuje s malými čísly. Chtějí-li ti majitelé ze západních zemí, aby tady měli stejné výdělky nebo větší než mají doma, tak silně šetří, protože výdaje na lidi jsou vždy jedny z nejvyšších. Za tím vším je brutální konkurenční boj médií a nezájem o obsah. Je to způsobeno tím, že dnes známe cenu věcí, ale nezajímáme se o hodnotu.“¹⁵¹

Někteří respondenti ale do značné míry nesouhlasili s tím, že novináři mohou za existenci nedokončených kauz. Jiří Kubík z Mladé fronty přišel s jedním argumentem: „Na druhou stranu taky jde o to, jestli máme na mysli dosledovávání

¹⁴⁹ Příloha na CD, Křivka – LN, s. 5.

¹⁵⁰ Příloha na CD, Dražan – LN, s. 4.

¹⁵¹ Příloha na CD, Hvížd'ala, s. 2.

případů ve smyslu souzení, trestání, protože už jakoby taky není věc nás, často se takové názory objevují u různých kauz – že novináři něco odkryjí a ta kauza není odsouzená. Tak to samozřejmě taky není na nás, abychom my někoho stíhali nebo vyslychali. To bych jen řekl na obranu novinářů, že ne vždy to je tím, že my ten případ nesledujeme, tak vyšumí.“¹⁵²

Ondřej Neumann z Hospodářských novin přišel s příkladem jedné konkrétní kauzy, která trvá dlouho a je obtížné ji kompletně zachytit až do jejího rozuzlení: „My se o to snažíme to dohrávat takzvaně ty kauzy, ale otázkou je samozřejmě, že ne vždy se to daří. Ty noviny vycházejí a je tam zmínka o spoustě věcí. Velké kauzy ostře sledované, dlouhodobě sledované se snažíme dohrávat a menší kauzy, které se objeví, a pak vyšumí, pak je nějaký rozsudek. Ano, určitě se stává, že ne všechno dotáhneme do konce. Když použiji kauzu Srba, tak to bylo ve svém čase strašně sledované a teď už těch soudů je tolik, on je osvobozený. Navíc ta nebezpečnost pominula, takže víceméně se to zaznamenává, zároveň my už ty noviny nevnímáme jenom jakožto papír, ale vnímáme je jakožto nějaký informační kanál, patří tam iHNED. Ty informace nabízíme už nejenom na papíře, ale i na internetu, v mobilech, tam o tom informujeme. Pak už nepovažujeme za důležitou tuto zprávu, že byl Srba osvobozený v kauze Štirín, ovšem bude ještě odvolání.“¹⁵³

7.2.9 Souběh dvou mimořádných zpráv, jejich rozložení na titulní straně a způsob zpracování

S touto otázkou jsme pochopitelně vstupovali na poměrně tenký led. Záleželo na schopnosti respondentů představit si určitou hypotetickou situaci, která na jednu stranu vypadá bizardně, ale na druhou by se klidně mohla stát. Šlo nám o představu, že se během dne stanou dvě zcela mimořádné události, které noviny musí zpracovat a zároveň musí zvážit, jaké zprávě dají přednost a jakou trochu upozadí. Někteří úplně odmítli podobnou hypotézu s tím, že se nedá takto bez ničeho určit, jaké téma by mělo přednost. Například Petr Šimůnek z Hospodářských novin: „To je úplná hypotéza. To se vám stane jednou za život. To musíte vyhodnotit. Noviny jsou o tom, že to musíte vyhodnotit v ten okamžik, nedá se o tom nějak moc teoretizovat.“¹⁵⁴

¹⁵² Příloha na CD, Kubík – MFD, s. 5.

¹⁵³ Příloha na CD, Neumann – HN, s. 2, 3.

¹⁵⁴ Příloha na CD, Šimůnek – HN, s. 2.

Jiní respondenti už byli ochotni trochu spekulovat. Třeba Jan Dražan z Lidových novin předložil poměrně konkrétní řešení: „Kdyby byly obě věci hodně důležité, tak asi otvírák, celá ta první polovina pod hlavičkou tak něco s fotkou a druhé téma by se ocitlo v pásku. Tam by byl titulek a podtitulek plus odkaz na další zpracování uvnitř. (...) I na tom stánku, když to leží, tak je dobré, když ten člověk nemá roztrášenou pozornost, když ho zaujme jedna konkrétní věc. My s tím nemáme takový problém.“¹⁵⁵

Tomáš Vocolka z Mladé fronty DNES zastává názor, že není nutné za každou cenu umístit obě zprávy na hlavní stranu: „Můžete si říct, že obě dvě nemusíte zachytit, protože vždycky je jedna zpráva důležitější než druhá a vy byste se jako editor měl vždycky umět rozhodnout, která je ta důležitější a pokud to úplně neumíte, tak to není úplně v pořádku. Řešení jsou dvě: buď na jednu z nich vsadíte a je to opravdu velká věc, prodáte ji tam ve velkém a tu druhou nemusíte dát vůbec. To je na vás. Může se druhý den ukázat, že jste to rozhodl úplně špatně, ale děláme to. Další řešení je, že se snažíte dát dvěma věcem velký prostor, potlačíte ty ostatní, ale zase se musíte rozhodnout, která je pro vás ta jednička, protože nemůžete udělat z titulky půlstrany. Vypadalo by to blbě a myslím si, že i čtenář by si řekl, že ty noviny jsou trochu zvláštní, protože to se normálně nedělá, aby vám neřekly, co je podle nich nejdůležitější ten den. Z pohledu profesní cti by to asi málokdo udělal, že by dal najevo, že si nevěděl rady, co je vlastně důležitější.“¹⁵⁶ Ovšem ve sledovaném týdnu podobný postup praktikovaly Lidové noviny, kdy vedle sebe umístily dva otvíráky (verdikt nad žháři z Vítkova a hodnocení sta dnů vlády premiéra Nečase). Jak jsme už vyzkoumali, obhajovaly to tím, že právě nedokázaly určit, co je důležitější. Kdybychom chtěli problém nějak personifikovat, tak proti řešení ze strany Lidových novin se postavil Dražan a podporovali ho Křivka s Egyedem. Protože byla stanoviska rozdílná, rozhodl šéfredaktor.

Praktický příklad uvedl zástupce šéfredaktora Mladé fronty DNES Jiří Kubík: „V roce 2001 jsem psal s kolegyní Sabinou Slonkovou případ Miroslava Macka, tehdejšího místopředsedy ODS, který podle našich zjištění vydělal 10 000 000 korun jakožto poradce rakouské Erste Bank, která kupovala Českou spořitelnu. Bylo to sporné právě v tom, že on byl tehdy členem vedení strany, která byla v opoziční smlouvě s vládou ČSSD, takže tam právě minimálně podezření ze střetu zájmů

¹⁵⁵ Příloha na CD, Dražan – LN, s. 4.

¹⁵⁶ Příloha na CD, Vocolka – MFD, s. 3, 4.

bylo silné. My jsme toto zveřejnili 11. září 2001 ráno. Vyvolalo to velký poprask, Miroslav Macek ještě ten den stihnul rezignovat na funkci místopředsedy ODS a hodinu na to už to nikoho nezajímalo a od té doby se to nikde v podstatě ani nezmiňovalo, protože se stala ta věc v New Yorku. Ty noviny druhý den řešily už jenom prostě útok teroristů a na Macka si už nikdo nikdy nevzdechl. (...) My jsme to vyřešili tak, že první sešit našich novin byl komplet věnovaný útoku na New York a naše kauza, kterou jsme tady všichni vyhodnotili tak, že ten den umřela, tak byla otvírákem sešitu B, což bylo naprosto výjimečné. Tehdy sešit B nebyl regionální jako dnes, ale tuším, že se jmenoval „Společnost“. Ten den noviny vypadaly úplně jinak. Museli jsme to vyřešit jakýmsi ad hoc rozhodnutím, což by se asi v těchto případech řešilo dnes taky.“¹⁵⁷

Postup novin v případě 11. září 2001 oceňoval také Karel Hvizďala, ovšem i u mimořádných situací pociťuje nekoncepční činnost českých novin v porovnání se zahraničím: „Tak toto zrovna byla událost, kde nejvíc zaspala, co si pamatuji, ČT nikoliv print. Ten měl na to dost času, protože se to stalo dopoledne a tím pádem se na zpravodajství mohlo celý den pracovat. Noviny totálně změnily pořadí stránek a uspořádání a tak dále, čili tenkrát si nemyslím, že by naše noviny udělaly nějaké výrazné chyby. Spíš naše noviny právě díky té silné konkurenci lehce podlehnou svodům k nějakým konspiračně-senzačním trendům, které je možné vždy v takovéto momenty zaslechnout. Nepracují se střízlivým odstupem. Ale co se už naučily, to je třeba říct, že dokáží díky internetu celkem rychle aspoň heslovitě dát dohromady background. To si myslím, že se mění, ale už horší jsou komentáře, pokud není v redakci třeba Milan Vodička, který Ameriku dokonale zná. Místo komentáře, tedy analýzy se v novinách objevují jen pouhé osobní názory či fejtonisticky zbarvené glosy. To je samozřejmě chyba. Taky se u nás - nevím, jak teď, ale ještě před časem - nepracuje dostatečně systémově. V zahraničí pro takové případy existuje přesný scénář, jak se redakce zachová, kdo všechno a v jakých časových limitech musí přijít do redakce, na jaké odborníky se obrátit a jak se změní noviny.“¹⁵⁸

¹⁵⁷ Příloha na CD, Kubík – MFD, s. 3, 4, 5.

¹⁵⁸ Příloha na CD, Hvizďala, s. 3.

7.2.10 Otázky na konkrétní články sledovaného týdne

7.2.10.1 Mladá fronta DNES (MFD)

Ústředním tématem sledovaného týdne byly ve všech novinách komunální volby a první kolo voleb do Senátu. Mladá fronta DNES jim v pondělí věnovala téměř všechny domácí stránky. Zpravodajství bylo mimořádně rozšířené, což odpovídalo závažnosti události. Pro informování zvolila MFD krátké jedňáky, tedy články o jednom sloupci. Zjišťovali jsme, proč vybrala takový postup a jestli je ten nejvhodnější pro komunální volby. Vedoucí domácího zpravodajství Jana Nováková Blažková míní, že tento postup slouží zejména pro vyvolání poutavého vizuálního dojmu: „Ne, to bylo spíš proto, aby ty stránky vypadaly hezky, aby je to propojilo. (...) Jedňáky měly jednak důvod, abychom tam dostali různé zajímavůstky, pro které nebyl tento obrovský článek (například že uhelná Příbram patří mužům není na otvírák). Aby ty zajímavůstky lidé měli, ale jinak to taky opticky ty stránky propojí až po tu poslední. Takže to tomu čtenáři naznačí, toto je tok voleb a dokud tady bude ten páseček, tak to tak bude.“¹⁵⁹

Podobně se vyjadřoval taky zástupce šéfredaktora Jiří Kubík. Články menšího rozsahu umožňují přinést mnoho zajímavých detailů a zároveň graficky sjednocují volební zpravodajství z hlediska přehlednosti. „Samozřejmě že tam hrálo roli to, že při těch komunálních volbách je to hodně na nejnižší úrovni a ty krátké zprávy mají mimo jiné i ten smysl, že se tam rychle dozvíte o věci, která takzvaně nestojí za víc než těch pár řádek. Respektive je to věc, kterou ty noviny zaznamenají, ale nemají u ní ambici přinést v ní nějakou svoji přidanou hodnotu. Myslím si, že zrovna u komunálních voleb takových věcí, které stojí za zaznamenání a zároveň jim stačí ty tři věty bylo hodně. Druhá věc: tyto krátké zprávy jsou dobrým doplňkem právě těch dlouhých textů i pro nějaké udržení tempa těch stránek.“¹⁶⁰ Žádnou odlišnost v porovnání s kolegy nenalezneme ani u hlavního editora Tomáše Vocolky: „Abyste věděl, co zajímavého se dělo jinde. Jsou to takové perličky jednak proto, že tady jsou vybrané poměrně velké materiály, tak abyste z pohledu skladby toho čtenáře nezahltl a aby si neřekl, že to jsou strašně dlouhé věci, které neví, jestli vůbec přečte. Ta stránka by jinak byla šedivá a může vás opticky odpuzovat, abyste to četl. Druhý důvod je takový, že to jsou kolikrát hrozně zajímavé věci, které jsou jen

¹⁵⁹ Příloha na CD, Blažková – MFD, s. 4.

¹⁶⁰ Příloha na CD, Kubík – MFD, s. 6.

malinké, ale je to hrozně fajn, že když jste třeba v Praze původem někde ze Zlína, tak vás to zaujme a přečtete si to hrozně s chutí.“¹⁶¹

Na co byla Mladá fronta DNES doslova hrdá ve vztahu k volbám je regionální mutace titulní strany. Každý kraj totiž četl jinou hlavní stranu tohoto listu. O tom byli informováni taky sami čtenáři. „My dokážeme na všech 14 regionů přinést změnu. Ta stránka se dá pozměnit čtrnáctkrát. Celkově vlastně šestnáctkrát, protože my máme ještě jedno vydání na Slovensku, a pak rozlišujeme Brno a jižní Moravu. Umíme to udělat se kteroukoliv stránkou, že ji umíme regionálně mutovat.“¹⁶² Proč se tato možnost využívá? „Komunální volby jsou vždy zajímavé pro člověka v tom daném místě, to znamená každý chce vědět, jak to dopadlo u něj doma nebo v okrese nebo v krajském městě. Strašně špatně se interpretují v nějakém celostátním kontextu, protože někde vyhrála ODS, někde vyhrála TOP09, někde sociální demokrati, někde nějaké liberecké hnutí, takže dělat z toho nějakou takovou všeobecnou zprávu nelze, tak jsme zvolili tento model. Je to v našich podmínkách možné, protože můžeme opravdu měnit na každé vydání sólo vlastní speciální otvírák, jen to je strašně technicky náročné a hrozí tam několik takových úskalí, při kterých se může udělat chyba, ale naštěstí se ten den žádná nestala.“¹⁶³ List v tomto případě vychází vstříc potřebám čtenáře, kterého pravděpodobně při komunálních volbách skutečně nejvíc zajímají výsledky z jeho okolí.

Ve středu zařadila Mladá fronta DNES na titulní stranu článek týkající se zrušeného příletu boxera Mika Tysona do Česka. Byl to jediný případ, kdy byl na této straně identifikován článek se sportovní tematikou. Podle čeho redakce posuzuje, že umístí sport takto dopředu? Roli hraje účast českého sportovce, ale také fakt, že sport je velice fotogenický a může šéfredaktorovi ulehčit práci, když nemá použitelný snímek. To uvedl Tomáš Vocolka: „Abych to shrnul, tak sport se tam dostane tehdy, pokud zajímá poměrně hodně lidí a pokud ten výsledek je hodně výjimečný nebo cenný. Druhá kategorie je taková, když zoufale nemáte vůbec žádnou fotku a blíží se uzávěrka a chcete tam mít něco hezkého, tak sport je většinou fotograficky přitažlivý, někdy se stane, že sáhnete po naší pěkné tenistce, protože zahrála docela slušný výsledek a vypadá na té fotce pěkně. Někdy nemáte z čeho vybírat. V deníku všechno běží hrozně rychle. Stane se to občas i u otvíráku novin,

¹⁶¹ Příloha na CD, Vocolka – MFD, s. 5.

¹⁶² Příloha na CD, Blažková – MFD, s. 4.

¹⁶³ Příloha na CD, Kubík – MFD, s. 5.

že tam nemáte nic, u čeho byste byli přesvědčení, že ho chcete jako otvírák mít. Jenže noviny vyjít musí, tak vybíráte z kategorie, kterou byste v případě něčeho lepšího nikdy nevyužili. Pak se vám ale stává, že tu stranu třeba třikrát čtyřikrát měníte, protože zase vyskočí něco malinko lepšího a stále si nejste úplně jistý, že to je to pravé, co by tam mělo být. A k tomu Tysonovi, tak spíš než sport to je zpráva z ranku celebrity. Což se používá ze dvou důvodů. Vyvážení ostatních věcí něčím normálním, na co se pěkně kouká anebo s tou osobností máte rozhovor. To se stalo, když jsme Tysona dávali poprvé. Tím poutáte, že s někým zajímavým, se kterým většinou české noviny rozhovor nemají, se nám podařilo udělat rozhovor a chceme, aby to bylo vidět.“¹⁶⁴

Celým týdnem se nesla výrazně medializovaná kauza hledání po ztracené dívce Anně z Prahy. Mladá fronta DNES o něm informovala i v tom případě, kdy se neobjevovaly žádné výrazně nové skutečnosti. Z jakého důvodu se držela této agendy, vysvětluje Jiří Kubík. Byla to pro noviny jakási povinnost? „Povinnost pro nás je vždy, když se něco děje, tak to nějak vyhodnotit a referovat o tom. Jinak tu povinnost vám nikdo nijak nedefinuje. U tohoto případu samozřejmě všichni cítí, že to je natolik závažná věc, je k tomu upřená pozornost veškerého publika, takže stejně jako ostatní média o tom referují, tak o tom referovala i Mladá fronta DNES a stejně tak měla i u této věci snahu o tom referovat nejlíp, pokud se to zrovna u takovéto věci dá tímto způsobem definovat. Musím říct, že se nám třeba i v sobotních novinách podařilo, ačkoliv jsme vycházeli z tiskové konference, kterou udělala pražská policie, přinést informace, které jinde nebyli – že ten dotyčný obviněný člověk byl soudem nezat do vazby a že se posléze podle policistů ztratil a oni nevědí, kde je.“¹⁶⁵ Pokud bychom hovořili o povinnosti, je založena jen na pocitech. Novinám, podobně jako jiným médiím, žádný zákon ani nařízení pochopitelně neurčuje, o čem mají informovat.

Další zprávou týdne byl verdikt nad žháři z Vítkova. Taky MFD měla na zpracování téměř celý den, protože se informace objevila v dopoledních hodinách. Zároveň však existuje riziko, že čtenář bude mít povědomí o rozsudku z internetu, z rádia anebo z televize. Jak se tématu může chopit tisk, aby zůstalo přitažlivým? „Přidanou hodnotou novin oproti internetu a televizi je právě ta komplexnost, kterou vám to dává včetně nějakého přehledu, co se v tom případě dělo postupně. My jsme

¹⁶⁴ Příloha na CD, Vocolka – MFD, s. 6.

¹⁶⁵ Příloha na CD, Kubík – MFD, s. 6, 7.

tady řešili zejména tu reakci na výši trestu. Zejména prezident se podíval nad tím vysokým trestem, což vyvolalo celospolečenskou diskusi. Samozřejmě jsme řešili i ten motiv, jestli to odškodné, ke kterému byli odsouzeni ti pachatelé, tak jestli se ho vůbec někdy ta rodina může dočkat. Zjistili jsme, že spíš ne, že spíš to je taková formalita u lidí, kteří jsou na takto dlouhou dobu odsouzeni do kriminálu. Uděláte to téma v širokém záběru a rozhodně nemůžeme ten den udělat to, že bychom ty noviny naplnili něčím jiným. Téma je tak silné, že ta redakce si musí opravdu lámat hlavu, jak ho udělat tak, abychom nekopírovali včerejší zpravodajství agentur a internetu.“¹⁶⁶ Zde se otevírá nové velké téma k diskusi – současná role novin. Respondentů jsme se na ni také ptali, ale protože není předmětem naší práce, nebudeme se jí blíže zabývat, spíše jen v případě, kdy se dotýká některých řešených otázek, jako například v tomto případě.

V pátek měla Mladá fronta DNES rozpracovanou svou exkluzivní zprávu o sledování ministra spravedlnosti Jiřího Pospíšila. Kdy je dobré s podobnou informací vyjít ven než naroste riziko, že ji otiskne konkurence? Podle Jany Novákové Blažkové se mohlo v tomto případě s publikováním počkat: „Toto byl zrovna docela průšvih. Já bych to odložila. Když máme něco exkluzivně, tak to znamená, že na tom investigativci a moji lidi dělají třeba v řádu půl roku. A není tam pravděpodobné, že by se k těm informacím někdo dostal. Pokud máme vlastní zjištění jako například z toho ministerstva nějaký zákon, tak tam to hrozí. Tam to musí jít co nejrychleji, jak je to hotové. Ale tyto kauzy, co myslíte, tak ty nám nikdo nesebere v tu chvíli. Problém je jiný, že toto doplatilo na skutečnost, že my jsme teď rozjeli spolupráci s televizí Prima, která to vysílala taky, ale jakoby cíleně. My jsme to točili pro Primu, ta to dávala do těch Soukromých dramát ve čtvrtek večer a tím pádem, my jsme to museli dát v ten pátek. A stalo se, že se hodně rozjelo to pátrání po Aničce a já za normálních okolností (kdyby to nebylo závislé na té Primě) bych to vyndala z těch novin a dala jsem to tam třeba až v pondělí, protože to je naše věc, která nám neuteče – závažná, stala se, už se jakoby nic nedá změnit na tom, nikomu nic nehrozí, takže to může jít kdykoliv. Udělala bych to pak klidně na dvoustranu. Jenomže do toho spadla ta událost s Aničkou, takže se toto téma zmenšovalo.“¹⁶⁷ Opět můžeme sledovat, že při sestavování tematické agendy novin hraje velkou roli

¹⁶⁶ Příloha na CD, Kubík – MFD, s. 7.

¹⁶⁷ Příloha na CD, Blažková – MFD, s. 5,

situace. Tento článek mohl klidně vyjít i později, ale kvůli jiným závazkům ho noviny musely otisknout dřív.

Někdy se může zdát, že noviny odkrývají určitý případ postupně, ale Tomáš Vocelka vysvětluje, že pravým důvodem není postupné vyšetřování, ale snaha o přehlednou formu pro čtenáře: „Když chystáte nějakou kauzu jako dělá Janek Kroupa nebo Jarda Kmenta, tak většinou víte, že nikdy nejste sto tu kauzu dát do těch novin najednou. Že to má tolik různých aspektů, že kdybyste tomu člověku to chtěl všechno naservírovat naráz, tak se do toho úplně zamotá. Proto se to naporcuje třeba na tři balíčky a napřed napíšete ten základ, doplníte to nějakým rozvinutím nebo vysvětlením pozadí. Potom už víte, že další den budete pokračovat další věcí z té kauzy, a tu rozpracujete. A třetí den uděláte něco dalšího. To není ani tak práce editora, jako spíš šéfa rubriky nebo zástupce šéfredaktora. Někteří lidé toto netuší a myslí si, že děláme nějaké kampaně. My nemůžeme velkou kauzu dostat do novin za jeden den.“¹⁶⁸

Jeden článek v monitorovaném týdnu nesl znaky možné skryté reklamy. Týkal se nového bednářského mistra v plzeňském pivovaru. Všichni respondenti se ale vyslovili proti tomu, že by se jednalo o formu neoficiální inzerce. Důvod nastolení tématu byl podle nich spíše ten, že na dané stránce chyběla fotografie anebo že bylo potřeba ji tematicky odlehčit: „To může být klidně skrytá reklama, ale my jsme soukromé médium, takže my toto neřešíme, ale faktem je, že ta zpráva se tam dostala tak, že jsme právě kvůli skladbě potřebovali něco hodně odlehčeného. Samozřejmě že je proti našim zájmům dávat někomu reklamu do článku, když pak chybí v našem inzertním oddělení, takže si my na toto docela dáváme pozor, na skrytou reklamu. Toto byla spíš zajímavá story, která se hodila v ten den do té skladby. Měla i pěknou fotku, takže to jsme vážně neřešili tímto prizmatem.“¹⁶⁹ „Osobně v tom reklamu žádnou nevidím, protože jestli si myslíte, že si někdo začne kupovat víc Prazdrojů kvůli tomu, že mají nového mistra bednáře, to asi ne. Spíš bych v tom viděl jinou věc, a to takovou naprosto prozaickou, že tady na tu stránku, kde se píše o Národním technickém muzeu, jak se odsud vyťahovaly peníze a ještě se tady řeší žhářský útok ve Vítkově, tak měl editor snahu to jednak doplnit zajímavými fotografiemi a jednak odlehčit tu stránku. Mimochodem, ta reklama v tom není opravdu žádná, protože my jednak takové věci z principu neděláme a o

¹⁶⁸ Příloha na CD, Vocelka – MFD, s. 7.

¹⁶⁹ Příloha na CD, Blažková – MFD, s. 7.

zařazení těchto věcí rozhoduje opravdu editor strany 4 společně se šéfkou domácího oddělení a dám ruku do ohně za to, že ani jeden z nich nemá motivaci dávat reklamu Prazdroji na naše stránky. Nejlepší otvírák každé stránky je ten, který má fotku. Ale pak máte témata, která tu fotku nemají a než tady dávat ilustrační fotografie, tak vždycky je dobré zachytit něco, co je fotogenické a co se ten den dělo. Takových věcí je mimochodem strašně málo.¹⁷⁰ „Tu stránku jsem nedělal, protože ji má na starosti editor, ale myslím si, že v tomto případě jim to jenom přišlo zajímavé a snažili se vyvažovat ostatní závažná témata. Vyvádění peněz z muzea, nějaká špína a tresty za Natálku, takové bolestivé nepěkné téma a pravděpodobně se editor taky snažil najít fotku, protože k těm jiným článkům není. A vždycky když nemáte k tomu hlavnímu tématu fotku, tak se hledá „samonoska“, tedy samostatné foto, které plní spíše estetickou roli. Je to grafická pomoc, abyste se vůbec na tu stránku podíval. Takže pivo, to lidi zajímá, s relativně pěknou fotkou.“¹⁷¹

Páteční vydání obsahovalo jen minimum informací o druhém kole senátních voleb. Proto jsme položili otázku, jestli noviny kopírovaly očekávaný nižší zájem voličů anebo naopak ony samy mohou ten nižší zájem vyvolat. „To nesouvisí vůbec se zájmem o volby. To souvisí s tím, že vy těsně před těmi volbami nemáte co psát. Co jako napíšete? Dnes začínají volby? Co to je za zprávu jako? Ucházejí se tito kandidáti? To všichni vědí. Tam nemáte žádnou informaci, která vás někam posune. Co se dělá úplně nejhůř, to jsou články z povinnosti – ve volební pátek a sobotu, protože nesmíte zveřejnit průzkum, nesmíte spekulovat, kdo vyhraje. Psát, jak zaškrtnout správně volební lístek? Tak to je servis, který mají lidé doma ve schránce. To není záměr, to je tak, že není o těch volbách co psát.“¹⁷²

¹⁷⁰ Příloha na CD, Kubík – MFD, s. 9.

¹⁷¹ Příloha na CD, Vocolka – MFD, s. 7.

¹⁷² Příloha na CD, Blažková – MFD, s. 5, 6.

7.2.10.2 Lidové noviny (LN)

Lidové noviny o komunálních volbách a prvním kole senátních voleb informovaly velmi obšírně. Na domácích stranách dostalo prostor jen neštěstí na toboganu v Čestlicích a neúspěšné pátrání po ztracené dívce Anně. Proč byly vybrány právě tyto dvě události a není možné, že novinám něco během volebního víkendu případně uteklo? Odpověděl vedoucí domácího zpravodajství Vladimír Křivka: „Ta nehoda v Čestlicích se stala, nikdo ji nečekal, tak samozřejmě se tam dostala. Kdyby bylo takových věcí víc, tak by se to nějakým způsobem muselo řešit. Druhá věc je, že volby jsou tak mimořádnou událostí, že většinou je na ně nasazena celá redakce a třeba i agenturní servis, který nás normálně jakoby zachraňuje, když nemáme vlastní „super zprávy“, tak jede zprávy jenom z voleb. Tudíž není moc kde čerpat. Je možné, že se někde děje něco, co se na ty stránky novin nedostane, nicméně podle mě právě tento případ ukazuje, že když se stane nehoda v Čestlicích, je pravda, že to byla Praha, což je taky trochu jiný přístup, kdyby to bylo mimo Prahu, tak je to asi trochu méně závažné, protože v těch novinách přeci jenom ten pragocentrismus jede a je tam cítit, ale myslím si, že se ty zprávy tam dostanou. Kdyby někde vybuchla bomba tady v Česku, tak to nefunguje tak, že jsou volby, tak se to tam nedostane. Doopravdy je to v tom, že my ty zprávy spoluvytváříme, my je hledáme a když jsme na těch volbách, tak je tolik nehledáme, tak se tam nedostanou. Spíš nevěnujeme invenci na nastolování agendy, na vlastní zjišťování.“¹⁷³ Volby tedy zakryjí veškeré ostatní dění. Zabývají se jím agentury i celá redakce. Zvyšuje se náročnost vstupu do tematické agendy dne. Kolik prostoru bylo dopředu plánováno pro nevolební události, uvedl Jan Dražan, zástupce šéfredaktora: „Počítali jsme od začátku s tím, že tam bude jedna necelá stránka vyhrazená na nějaký pelmel ostatních záležitostí, aby tam nebyly jenom volby.“¹⁷⁴

Formálně zpracovaly LN komunální volby za pomoci velkých souhrnů na podvale jednotlivých stránek. Proč se tak v redakci rozhodli, odůvodnil hlavní editor Martin Egyed: „V tomto případě jde o ty komunální volby a primárně o to, že tam je strašné kvantum informací, které nějakým způsobem chcete sdělit, ale jste limitovaný velikostí té stránky. Toto je jedna z věcí, zkrátka v bodech přinést velmi stručně to zpravodajství, což se právě u těch komunálních voleb hodilo. Máte hodně regionů a teď potřebujete přinést toho co nejvíc, ale nezahltit úplně a udělat to

¹⁷³ Příloha na CD, Křivka – LN, s. 7.

¹⁷⁴ Příloha na CD, Dražan – LN, s. 5.

zajímavě. Toto je varianta takzvaného boxu.“¹⁷⁵ Podobně jako Mladá fronta postupovaly Lidové noviny ve snaze zpřehlednit výsledky a učinit je srozumitelnějšími.

Po konání komunálních voleb se objevuje otázka, jestli se do tematické agendy LN snáz zařazují než volby do Poslanecké sněmovny. Odpovědi se zcela neshodovaly. Křivka: „Určitě ty parlamentní jsou přitažlivější, protože jsou důležitější, víc se tam toho děje. O komunálních se to hůře čte, déle se čeká na ty výsledky, je tam složitý volební systém, dlouho trvá než se v jednotlivých městech vyrýsují koalice. Celostátní jsou přehlednější, je jasné, kdo vyhrál, dá se očekávat, jaká se zhruba složí koalice a je to jenom za celek jako takový. A v případě komunálu nemusí lidi ve Vsetíně zajímat, jaká koalice se tvoří v Aši a naopak. Zatímco na tom celostátu se to nějakým způsobem dotýká všech. Určitě tedy ta přehlednost a jednoduchost je na straně celostátu.“¹⁷⁶ „Obojí je úplně jiné. Jednodušším způsobem se podle mě dělají ty komunální volby, přestože se volí do vícero regionů. Tam řešíte hotovou věc. Ale u těch parlamentních voleb není těžké, jak dopadly volby. Ale vy už musíte trošku dopředu řešit, co bude dál. A to je hodně těžké zpravodajství. Taháte z těch politiků informace, které oni samozřejmě nejsou ochotní říct, ale něco říct musí. Samotné zpracování voleb je jednoduché, ale toto dělá ty parlamentní volby těžšími. U komunálních voleb nemusíte důsledně řešit v tu chvíli, kdo kde jak pohládne, protože tam čekáte, že to nějakým způsobem vyplyne.“¹⁷⁷ „Jak pro novináře, tak i pro ty čtenáře je horší se v nich orientovat. Vybrat to, co je zajímavé, je mnohem těžší. U parlamentních je taky spousta takových střípků. Ale není tam tolik relevantních kandidujících stran. Tady co město, to jiné volební uskupení.“¹⁷⁸

Lidové noviny měly podobně jako Mladá fronta regionálně mutovanou titulní stranu. Mechanismus popsal Martin Egyed: „Dělali jsme ten den čtyři titulní strany. Máme poměrně složitou distribuci. Ty zprávy se nějakým způsobem vyvíjejí. Noviny se nedělají najednou. Jsou čtyři vydání. První musí být někdy v osm hodin večer hotové, a to je většinou moravské vydání. Bohužel, mě to moc mrzí, že takto brzy, ale potřebujete to tam včas dostat do těch nejzazších částí země. Tím ty čtenáře bohužel ochuzujete o informace a události, které se stanou po osmé hodině večer,

¹⁷⁵ Příloha na CD, Egyed – LN, s. 4.

¹⁷⁶ Příloha na CD, Křivka – LN, s. 7.

¹⁷⁷ Příloha na CD, Egyed – LN, s. 4.

¹⁷⁸ Příloha na CD, Dražan – LN, s. 5.

například Liga mistrů ve fotbale, to je velká bolest, ale s tím nic nenaděláme. Vždycky nejlepší to budou mít ti Pražáci, protože ti mají nejzazší čas na to zalomení. Proto se musí do novin zasahovat čtyřikrát. Kromě toho děláme ryze regionální stránku pro tu oblast, pro kterou to vydání je. Máme moravskou, brněnskou, českou a pražskou. Bývá to strana 5, 6.¹⁷⁹ Podle Jana Dražana proto bylo možné uveřejnit regionální otvíráky: „Na všechna ta čtyři vydání jsme udělali jinou otvírací fotku s textem. Na Moravě jsme tady měli Sobotku a ČSSD ovládla sever Moravy, v Brně jsme se soustředili na drtivé vítězství sociální demokracie na jižní Moravě, v Čechách jsme to jeli přes prohru ODS a v Praze jsme to jeli přes historickou porážku ODS a přes vítězství TOPu.“¹⁸⁰ V menším rozsahu tak můžeme hovořit o podobnosti s Mladou frontou DNES.

V mezivolebním období uveřejnily Lidové noviny průzkum volebních preferencí, který se týkal voleb do Sněmovny. Mohlo dojít k ovlivnění voličů anebo lidé umí oddělit tyto dva typy voleb? Odpovědi spíše svědčí pro druhou variantu. Nikdo z respondentů ani příliš nepochyboval o správnosti zařazení tohoto tématu. Bylo pojato v menším rozsahu, ale s grafem, který pochopitelně přitahuje pozornost čtenářů. „Nejsem si jistý, že by voliči natolik se tím nechávali ovlivnit mezi prvním a druhým senátním kolem. Myslím si, že ne. Na tom, jestli otisknout nebo ne, nebyl ani žádný problém,“¹⁸¹ tvrdí vedoucí domácího oddělení Vladimír Křivka. „To bylo někde na malém prostoru. My jsme to brali jako informaci,“ přidává se k němu i zástupce šéfredaktora Jan Dražan.

Příkladem nastoleného tématu, u kterého záleží na zvážení redakci, zda ho zařadí anebo ne, je střeční zpráva o tom, že si různé gangy rozebírají armádní zbraně. Zdrojem byla tisková konference. Materiál z ní mohly použít všechny noviny, ale právě LN z něj udělaly velké téma. Ostatní ho z různých důvodů nepoužily vůbec anebo jen v menším rozsahu. Forma zprávy vyvolává dojem exkluzivity, nebo alespoň toho, že list přichází s něčím, co se nikde jinde dočíst nemůžeme. „Při přemýšlení o tom, co bychom ten den mohli tematicky zpracovat na stranu 2, tak nám toto přišlo zajímavé a redaktor, který na tom dělal, tak dospěl ještě k nějakým dalším nápadům, jak by se na to ještě dalo nahlédnout a popsal obchod se zbraněmi tady u nás směrem k obchodu s rizikovými zeměmi, kam zbraně

¹⁷⁹ Příloha na CD, Egyed – LN, s. 5,

¹⁸⁰ Příloha na CD, Dražan – LN, s. 5.

¹⁸¹ Příloha na CD, Křivka – LN, s. 7.

vyvážíme. Proto jsme to zkusili udělat na téma.“¹⁸² „Tady to bylo vázáno na to, že Útvar pro odhalování organizovaného zločinu ten den rozkryl nějakou skupinu, která pašovala ty zbraně. My jsme se víceméně od toho případu odpíchli k nějakým dalším trošku rešeršním, trošku nově zjištěným věcem, jak to zkrátka funguje a „splácali“ jsme to do nějaké ucelené podoby na stranu 2 a vyrukovali jsme s tím i ze strany 1. Často záleží na tom, jak se to zabalí. Na čtenáře to může působit jako převratná zpráva, ale mezi novináři si často řekneme, že jsme to vlastně mohli udělat taky, že šlo jen o to poskládat to hezky na tu stránku. U této zprávy jsme věděli, že bude i v jiných médiích, ale tušili jsme, že asi málokdo si řekne, že by to zrovna pokrýl takto ve větším. Jiné případy jsou samozřejmě, když máme nějakou zprávu, která je takového významu, že se dá očekávat, že ji budou mít i ostatní redakce. Tam pak právě následuje vážení, jestli to hned uveřejnit na webu nebo s tím počkat do novin, případně jakým způsobem to prezentovat. Ten strach je tam věčný, že člověk má nějakou informaci, kterou má i konkurence a je složité, kdy to uveřejnit. Uveřejnit to můžeme až tehdy, kdy to máme ověřené, napsané, vyzdrojované, v čemž nás někdy může konkurence předběhnout, a to je pak problém.“¹⁸³

Podobným typem článku se zdá být hodnocení sta dnů vlády premiéra Petra Nečase. Už jsme zmiňovali, že Lidové noviny tento text zařadily na roveň s informací o trestech pro žháře z Vítkova. Téma se v zásadě samo nabízí a řečeno s nadsázkou je vděčné. I respondenti s tímto náhledem souhlasili: „Je. Když jsme se bavili o těch grafikách, tak právě tady se dělá takový, možná pro někoho trošku prvoplánový, ale čtenářsky atraktivní, způsob hodnocení těch jednotlivých ministrů podle známek ve škole. To je asi na nějaký sociologický průzkum čtenářstva, ale opravdu toto lidi zajímá. Roli hraje srozumitelnost.“¹⁸⁴ „Je to jedno z takových soft témat, těch lehčích, protože sto dní vlády vlastně nic neznamena. Je to jenom jakási vějička, kterou se ministři ohánějí při nástupu do funkce. Je to takový vděčný případ pro média, protože stejně tak bychom vládu mohli hodnotit po dvou stech dnech, po pěti stech dnech. Nebo si vzít metu třeba 999. Ale ta stovka je taková zažitá jako sto dní hájení.“¹⁸⁵ Jan Dražan se od předchozích dvou respondentů odlišuje. Styl zpracování se mu podle jeho slov příliš nezamlouvá, byť článek působí čtenářsky atraktivně. „Toto je takové na hraně. Protože i to zpracování, které my tam máme,

¹⁸² Příloha na CD, Dražan – LN, s. 6.

¹⁸³ Příloha na CD, Křivka – LN, s. 7, 8.

¹⁸⁴ Příloha na CD, Egyed – LN, s. 5.

¹⁸⁵ Příloha na CD, Křivka – LN, s. 8.

tak kromě té analýzy, tam je tablo a známkování ministrů na té dvojce. Upřímně řečeno, to není nic jiného než hra směrem ke čtenářům a hra uvnitř redakce. Nemyslím tedy hra ve špatném. Není nic relevantního, na čem by se ty známky zakládaly.“¹⁸⁶ Na přímou otázku, jestli jde o typ zprávy, kdy si Dražan jako zástupce šéfredaktora řekne, že téma nic moc, ale čtenáře zaujme, odpověděl: „Myslím, že se to dá takto nazvat.“¹⁸⁷

Volby se prolínaly celým týdnem v Lidových novinách. V pátek se navíc velice silně zajímaly o chystané druhé kolo senátních voleb. V porovnání s Mladou frontou DNES a také s Hospodářskými novinami přinesly relativně mnoho článků. Vladimír Křivka popsal důvody takového postupu: „Pátek, to byl den, kdy Mladá fronta vyrukovala s tím sledováním ministra Pospíšila. Tudíž oni, když mají takovouto informaci, tak samozřejmě si to můžou dát na otvírák novin a ty volby jakoby umenšit, protože co před těmi volbami můžete říci – kdo proti komu, kde jsou zajímavé souboje, jak to dopadlo minule, co to změní. Dá se to nafukovat, ale z profesního hlediska vás nikdo nebude citovat, všichni si to dokáží zjistit, není to nic exkluzivního, takže je tam lepší mít nějakou vlastní věc. Druhé kolo senátních voleb nebývá až tak sledované a když, tak až podle těch výsledků, protože předem se tam nic moc říct nedá.“¹⁸⁸ LN tedy psaly o volbách, protože jim víceméně scházela vlastní agenda.

Skutečně pohled na tematickou nasycenost pátečních novin prozrazuje, že v porovnání s jinými dny příliš velká nebyla. Ani tedy nepanovala mezi respondenty přílišná shoda v názoru, jestli to byla otázka onoho konkrétního pátku anebo jestli tento den v týdnu obecně mnoho témat negeneruje. Egyed: „To byla náhoda. To nejde úplně říct, že pondělí je super, úterý je slabší a tak. Fakt je ten, že pondělky jsou možná trošku slabší. V pondělí ten týden tak jakoby začíná, ještě nikdo nic pořádně nedělá, ale není to pravidlo, je to možná jenom dojmologie taková. U sobotních novin je to trošku specifičtější v tom, že se nesnažíme dávat nějaké technicistní zprávy, příliš odborné, nesmí to sklouznout do banalit, ale takzvaně lehčí témata, která jsou čtenářsky co nejlíp srozumitelná.“¹⁸⁹ Dražan: „V pátek je obecně méně zpráv. Novináři se už připravují na víkend, i politici a celá společnost.

¹⁸⁶ Příloha na CD, Dražan – LN, s. 7.

¹⁸⁷ Příloha na CD, Dražan – LN, s. 7.

¹⁸⁸ Příloha na CD, Křivka – LN, s. 8, 9.

¹⁸⁹ Příloha na CD, Egyed – LN, s. 6.

V pátek většinou nezasedá vláda, občas zasedá parlament. Pátek je klidnější.¹⁹⁰ „Ten pátek je tradičně problém. I novináři jedou v cyklu a když si tvoříte plán na celý týden, tak zpočátku by mělo být témat nejvíc, protože máte připraveno, co asi tak ten týden by se mohlo dělat a směrem ke konci týdne by to mohlo klesat. Samozřejmě se to snažíme držet nějak vyrovnané, pošetřit něco na pátek, pak aby víkendové čtení bylo co nejnabitější, ale nemusí se to povést. Druhá věc je zase to směřování k volbám. Jsou na to vyhrazení určití lidé, kteří potom chybějí při zpracovávání určitých témat a i ta konkurence se zaměřuje převážně na ty volby, tudíž se těžko hledají jiná témata. Dával bych to do spojitosti s těmi volbami.“¹⁹¹

Lidové noviny a Mladou frontu DNES pojí stejný vydavatelský dům. Mohou si vzájemně „půjčovat“ i témata? Podle Vladimíra Křivky rozhodně ne: „Jsme úplně samostatné noviny. Tu spolupráci jsem osobně nezažil. Že by nám volal z fronty Janek Kroupa a říkal, že na zítra připravuje reportáž? Je možné, že na úrovni šéfredaktorů někdy jakási výměna informací probíhá, ale spíše se chováme tržně, konkurenčně. Potřebuje přežít Mladá fronta, my chceme být nejlepší stejně jako další noviny a chceme, aby nás četlo co nejvíce lidí. Spíše si zdravě konkurujeme. Určitě si neházíme klacky pod nohy nebo se alespoň tak snažíme, ale spolupráce tam není.“¹⁹² Hlavního konkurenta na trhu vidí podle Jana Dražana Lidové noviny v Hospodářských novinách: „My samozřejmě nemáme ambici se s nimi přetahovat o pozici hlavních ekonomických novin. Ale stejně tak oni mají spoustu věcí z politiky. To už je pak pozicí na tom trhu, kdy máme stejně početnou čtenářskou skupinu nebo my máme o trošku víc, ale nejsou to příliš výrazné rozdíly. Chceme čtenářům nabízet víc než nabízejí oni a trápí nás, když mají zprávy, které my nemáme. A nejenom z byznysu, dělají dobře politiku, takže konkurence to je velká.“¹⁹³ V části věnované Hospodářským novinám nabídneme pohled tohoto listu na Lidové noviny. Budeme se snažit zachytit, jestli je tento konkurenční náhled oboustranný.

¹⁹⁰ Příloha na CD, Dražan – LN, s. 7.

¹⁹¹ Příloha na CD, Křivka – LN, s. 9.

¹⁹² Příloha na CD, Křivka – LN, s. 9.

¹⁹³ Příloha na CD, Dražan – LN, s. 3.

7.2.10.3 Hospodářské noviny (HN)

Hospodářské noviny se v pondělí věnovaly komunálním volbám nejvíce ze všech sledovaných periodik. Dokonce v tento den nedaly prostor ani žádnému jinému tématu. Tím však vzniká podezření, jestli jim nějaká událost z víkendového domácího dění neunikla. Respondenti tvrdí, že ne a že byl naopak záměr poskytnout všechny domácí strany ve prospěch volebního tématu. Vedoucího domácího zpravodajství Ondřej Neumann říká, že by redakce uměla zareagovat na případnou mimořádnou situaci: „Byli jsme na to samozřejmě připravení. Řešili bychom to tak, že bychom sebrali jednu stránku zahraničnímu zpravodajství a tu relevantní domácí událost bychom tam dali. Volby by zůstaly v tom rozsahu, jak byly.“¹⁹⁴ Také šéfredaktor Vladimír Dubský potvrdil, že se o možnosti případně ubrat jednu stránku zahraničnímu zpravodajství diskutovalo v předstihu: „Shodou okolností jsme o tomto diskutovali, jak by se to dělalo. Myslím, že to došlo k tomu, že by o jednu stránku přišlo zahraniční zpravodajství, pokud by byly nějaké zprávy. Ale myslím, že ten víkend byl tak jalový, že tam o nic moc nešlo, protože se neúspěšně rozbíhalo pátrání po Aničece a na žádnou další zprávu, která se o tom víkendu stala, se nepamatuji.“¹⁹⁵ Šéfredaktor Petr Šimůnek v této souvislosti upozornil na to, že HN nemůžeme pojímat jen jako noviny: „Přesto, co jsem řekl, že noviny jsou plánované, tak je to pořád živý organismus, který musí reagovat na to, co se kolem něj děje. Je to jednodušší teď v tom, že už nejsme jenom noviny, ale jsme médium, které má svoji docela dost navštěvovanou internetovou stránku, tak věci, které jsou aktuální, žhavé, pro nás patří na internet. Pak když si myslíme, že by se měly objevit i v novinách, tak bychom jednu stranu obětovali nebo dvě strany obětovali podle závažnosti té události.“¹⁹⁶

V souladu se změnou vizuální podoby Hospodářské noviny už nějaký čas operují s výrazným podílem grafiky. Zvláště čitelné to bylo v případě pondělní titulní stránky, kde komentář šéfredaktora doplňoval graf „vítězů“ a „poražených“. Jsou čtenáři HN spokojeni s tímto pojetím listu? „Myslím, že jsou z toho nadšení. Když jsme si dělali ten megaprůzkum, tak nám z toho vycházela velká čtenost a velká spokojenost se stranami 2 a 3 v obou sešitech, které jsou právě na té grafice postavené. Strukturovanost těch informací, grafický přehled, protože grafika

¹⁹⁴ Příloha na CD, Neumann – HN, s. 5.

¹⁹⁵ Příloha na CD, Dubský – HN, s. 5.

¹⁹⁶ Příloha na CD, Šimůnek – HN, s. 2.

usnadňuje čtení těch informací. Zároveň v okamžiku, kdy třeba uděláte výčet toho, kdo kde vyhrál, tak vám to vlastně nic neřekne a teprve, když vidíte ty modré, oranžové případně fialové skvrny na té mapě, případně na mapě Prahy, tak vám to ukáže daleko víc, rychleji, než abyste studoval, kdo vyhrál v Třebíči, kdo v Ústí nad Labem a podobně. Myslím si, že i ta titulka, která vystihovala podle mě velmi dobře ty trendy nebo ty výsledky shrnula a snažila se i trošičku předjímat, co bude a vlastně interpretovala ty výsledky, které už každý zná, tak já si myslím, že toto funguje,¹⁹⁷ popisuje Ondřej Neumann. Petr Šimůnek se domnívá, že poutavá grafika lépe konvenuje potřebám dnešního čtenáře: „Dnešním čtenářům novin ta stará klasická forma text – fotografie přestává stačit. Potřebují rychlou orientaci, potřebují ty informace do sebe vstřebat formami, které jsou jim bližší nebo jsou pro ně jednodušší, což můžou být dobře vymyšlené infografiky, a to je určitě naše sázka, kterou se chceme odlišovat od ostatních novin a nejenom kvůli tomu odlišení, ale protože jsme fakt hluboce přesvědčení, že to je služba pro čtenáře.“¹⁹⁸

Na úterní titulní stránce byla uveřejněna fotografie francouzského demonstranta z protestů proti důchodové reformě. Na snímku má lehce zkrvavenou hlavu a je veden policisty. Obrázek působí poměrně drsně. Podle Vladimíra Dubského nehrála přítomnost krve tu hlavní roli: „Vlastně typická situace – máme úterní noviny, pořád jsou domácím tématem číslo jedna volby, ale zároveň je to strašné, protože do druhého kola senátních voleb daleko, všechny výsledky se vyvíjí a o koalicích ve velkých městech se ještě neví skoro nic. To znamená, je to typický otvírák bez fotky, kde se akorát nějakým způsobem snažíme zachytit to, co se děje. A k tomu je druhá věc, a to je nejdůležitější zahraniční událost, že se demonstrovalo ve Francii a stávkovalo proti důchodové reformě. Těžko se to popisuje v textu, protože to nebyl první den těch stávek, akorát to tam nějak jakoby dostoupilo k nějakému vrcholu, že Sarkozy tlačil na to, aby to senátoři schválili co nejdřív a byly tedy demonstrace v ulicích. Rozhodli jsme se, že to dáme přes fotku a výběr této konkrétní fotky byl v tom, že tam je nejméně „bordelu“. Jsou tam de facto jenom tři lidi a ta fotka je celkem jednoduše čitelná i s nějakým titulkem „Všichni proti Sarkozymu“. Obyčejně těch fotek je hodně a všechny vypadají stejně. Z této fotky taky nepoznáte, že je z Francie nebo z Říčan, ale problém fotografií na titulní stranu je ten, že musí být na první pohled čitelná, na první pohled musí říkat, co se

¹⁹⁷ Příloha na CD, Neumann – HN, s. 7

¹⁹⁸ Příloha na CD, Šimůnek – HN, s. 3.

děje. To tato fotka splňovala nejlépe. Na zbylých fotografiích byly fronty před čerpacími stanicemi, které byly zavalené auty a oni jim neměli co čepovat do nádrží, protože kvůli stávce byly blokovány výdejny benzínu anebo byly davové fotky z ulic, jakých je dvanáct do tuctu. Nakonec z nich vyplynula tato fotka. Docela se o té fotografii diskutovalo. Primární záměr nebyl tam dávat krev. My si spíš na krev dáváme obecně pozor, protože zase druhá věc, že by se ten člověk neměl při tom čtení nebo prohlížení novin pozvracet na ty noviny. Když dáte něco opravdu hodně ošklivého na velký prostor do novin, tak ti lidé si ten článek k tomu moc nepřečtou. Šokovat se dá na místech, kde člověk tak nějak ten šok očekává, ale v tom segmentu těch seriózních novin to po vás čtenáři moc nechtějí. Tady na snímku je vlastně ten demonstrant celkem v pohodě, tak to nějak rozhodlo. Jiná situace je, když jsou nějaké nepokoje v Africe nebo bombový útok v Izraeli, tak se ty fotky do novin vůbec nedostávají. Tam se válejí ruce po zemi, lidé jsou různě ohořelí. To nikdo do novin nedá a už vůbec ne takto velké.¹⁹⁹

Ve středu se Hospodářské noviny zabývaly svou agendou, otevřely téma sporu ministrů Kalouska a Vondry. Jednalo se o exkluzivní informaci, kterou postupně přebrala jiná média včetně konkurenčních novin. Ondřej Neumann nám popsal, jak moc hrozilo, že téma převezme konkurence: „To samozřejmě hrozilo. My jsme tuto informaci mohli dávat už do pondělníku, ale tam jsme nějakým způsobem věděli, že od nás lidé očekávají volby a interpretace jejich výsledků. Do úterníku jsme ještě nebyli spokojeni se zdrojováním a rozhodli jsme se ještě autorce dát čas, aby na tom ještě pracovala a dostala to dál. My jsme Vondrovi volali až v okamžiku, kdy jsme věděli, že už to půjde do novin, aby on sám s tím případně někam nešel nebo aby se to nedostalo ke konkurenci. Kdybychom otáleli příliš dlouho, tak by ta informace mohla připutovat k někomu jinému.“²⁰⁰ Zejména kvůli existenci osob potřebných pro citace a ověřování roste riziko úniku informace do jiného média.

HN rovněž ve středu rozebíraly také na domácích stranách zrušený přilet boxera Mika Tysona do Česka. Důvodem bylo v tomto případě propojení sportu a byznysu, ačkoliv sám sport v listě moc prostoru nedostává: „Já беру sport jako úplně normální součást života naší cílové skupiny, což jsou chytří, aktivní lidé a pokud je nějaká výjimečná, mimořádná sportovní událost, ve které nějakým způsobem figuruje Česká republika nebo je nějaká událost, která přesahuje běžný denní provoz

¹⁹⁹ Příloha na CD, Dubský – HN, s. 5, 6.

²⁰⁰ Příloha na CD, Neumann – HN, s. 6.

sportu, tak se může probojovat až na titulní stranu. U nás je to tak jednou dvakrát za rok – když se staneme mistry světa v hokeji a ještě váháme anebo když je nějaká velká dopingová aféra na Tour de France nebo něco takového. My nejsme typicky sportovní noviny, ta naše sportovní sekce je relativně malá, ale protože si myslím, že ten sport je úplně normální součástí, že i ti naši lidé na sport koukají,²⁰¹ myslí si šéfredaktor Petr Šimůnek. A Ondřej Neumann soudí, že zpráva byla vybrána taky s ohledem na cílovou skupinu novin: „Toto měla být velká společenská akce, zároveň to je jedna z velkých akcí, které jakoby zkrachovaly, zůstaly tam nějaké dluhy. My jsme přesvědčení, že tato akce byla směřovaná na lidi, kteří nás čtou a oni měli být těmi, kteří to měli platit v přeneseném slova smyslu. Takže proto jsme o tom informovali a nehledě na to, že Tyson je celosvětovou celebritou, řekl bych téměř nejtěžšího kalibru, a tady šlo o nějaké jednání, které minimálně zavánělo podvodem a týkalo se to asi spousty lidí. Teď se tam dostane Jágr v souvislosti se státním vyznamenáním.“²⁰²

Agenda Hospodářských novin zaujala v týdnu také tím, že avizovala vynesení rozsudku nad žháři z Vítkova. Podobně jako samotný rozsudek zpracovala přípravu na něj na analytických stranách 2 a 3. „Rozhodli jsme se, že to dáme ještě v ten den, kdy bude daný rozsudek. Souvisí to přesně s tím, jak se snažíme reflektovat úlohu internetu, protože jsme věděli, že rozsudek bude vyneseny dopoledne a my vycházíme až druhý den ráno. To už výsledek lidé budou znát. Když jsme nad tím přemýšleli, tak jsme došli k tomu, že v den rozsudku jim dáme kontext, dáme jim veškeré možné dostupné informace, které víme. Aby jim pak stačilo jen přečíst, že dostali tolik a tolik let a budou díky Hospodářkám vědět, za co, proč a co je to za lidi a co se vlastně stalo. Když jsme si říkali, jak v tom budeme pokračovat, až bude vyneseny rozsudek, tak jsme si řekli, že bude debata o tom, do jaké míry je relevantní nebo není. V pátek na poradě jsme věděli, že to takto uděláme.“²⁰³

Rozhovor s respondenty Hospodářských novin byl pořizen ve středu 27. 10. 2010. V noci z úterý na středu uhořelo v Praze na Florenci osm lidí. Následoval státní svátek a noviny vyšly až 29. 10. 2010. Proto jsme vyzkoušeli test ad hoc. Zeptali jsme se, jestli je toto událost, kterou ještě mohou noviny popsat, když vyjdou dva dny poté, co se stala: „Píšeme o tom dneska na iHNED. Teď zrovna přišel

²⁰¹ Příloha na CD, Šimůnek – HN, s. 3.

²⁰² Příloha na CD, Neumann – HN, s. 6.

²⁰³ Příloha na CD, Neumann – HN, s. 6.

kolega, který na tom pracuje. Jestli o tom budeme psát ještě do pátečníku se ukáže podle toho, jestli tam bude nějaký nový vývoj a hlavně v okamžiku, kdyby se prokázalo, že za tím bylo žhářství nebo nějaký cílený útok, tak se to pro nás stává velkým tématem. Jinak je to v podstatě tragédie lidí na okraji společnosti, které se, i když to je možná kruté, čas od času stávají, ať už kvůli alkoholu nebo nepozornosti nebo já nevím čemu. Myslíme si, že ta relevance tohoto neštěstí, je to jenom zajímavé, je to dojmavé, ale vlastně tam ta relevance není. V okamžiku, kdyby šlo o nějaký útok na tyto lidi na okraji nějakými chlapíky s vyholenou hlavou případně kýmkoliv jiným, tak samozřejmě to pro nás relevantní je. Je to útok na nějakou menšinu a jako takové to je velké společenské téma.²⁰⁴ V pátečním vydání Hospodářských novin se zpráva o tragédii neobjevila ani v podobě krátké informace. Redakce ji vyhodnotila jako případ lidí na okraji společnosti bez výraznější relevance. Ani se neobjevil žádný možný přesah. Mimochodem, v pátek o události psaly Lidové noviny na straně 5 nazvané „Regiony“. Informaci převzaly ze servisu ČTK a jedná se o jedňák. Mladá fronta DNES umístila článek až na stranu 6, ovšem ve větším formátu s fotografiemi. O požáru píše jako o nejhorším pražském za posledních patnáct let. Článek je dvojákem. V tomto případě je třeba ocenit systematickosti Hospodářských novin, které se zachovaly přesně podle svého vyjádření. Vzhledem k tomu, kdy oheň vypukl, nemohli jsme zjišťovat strategii jiných novin, a proto nemůžeme posoudit, zda se zachovaly konzistentně.

Když se představitelé Lidových novin vymezili proti Hospodářským novinám jako své hlavní konkurenci, zajímalo nás, jestli i HN vnímají LN jako svého hlavního soupeře na trhu: „Lidové noviny s příchodem nového šéfredaktora, což je zhruba rok, se snaží vymezovat proti Hospodářským novinám, protože oni tam, kde jsou teď, kde je jejich pozice, tak si tak požírají čtenáře s druhým produktem toho vydavatelství, tedy s Mladou frontou. Problémem Lidových novin je strašná rozbředlost, neurčitost, neukotvenost. Nám z toho průzkumu vyšlo, že lidé vlastně nevědí, co jsou Lidovky. Vůbec netuší, co od nich očekávat. Začaly tvrdit, že budou taky ty byznysové a snaží se tak pozicionovat. Oni by rádi měli naše čtenáře, to bezpochyby, ale potom musí nabídnout něco relevantního. Z průzkumu nám ještě vyšlo, že pro naši cílovou skupinu jsou daleko důležitější noviny Mladá fronta než Lidové, takže nám z toho vlastně vyšlo, že Lidovky pro nás nejsou konkurence.“²⁰⁵

²⁰⁴ Příloha na CD, Neumann – HN, s. 7.

²⁰⁵ Příloha na CD, Neumann – HN, s. 3.

7.3 Test jednotlivých novin z hlediska dodržování pravidel tematické agendy

7.3.1 Vytvoření „desatera“ pravidel nastolování agendy

Na základě odpovědí respondentů jsme vytvořili přibližné „desatero“ pravidel pro stanovování tematické agendy jednotlivých redakcí, a to jak pro titulní stranu a pro domácí zpravodajství obecně. Jeho dodržování jsme pak ověřili porovnáním s konkrétními články sledovaného týdne. Jsme si vědomi značné interpretativnosti a nemyslíme si, že náš způsob hodnocení je jediný možný. Chtěli jsme z replik respondentů vypracovat šablonu, dle které je možné porovnávat. Texty jsou dohledatelné podle data vydání novin. Plné texty jsme vzhledem ke značnému rozsahu analytického materiálu do práce ani do příloh nezařadili. Pro každé noviny jsme vytvořili samostatný dílčí závěr dodržování pravidel. Vzhledem ke zvolené metodice a charakteru práce nepopíráme subjektivitu tohoto šetření.

MFD	LN	HN
-zajímavá	-ekonomika s přesahem a dopadem na čtenáře	-byznys
-žije jí společnost	-důležitá	-domácí politika nebo zahraniční událost
-aktuální	-zajímavá	-zajímavá a relevantní s dopadem na život elity
-vlastní zjištění (nemá přednost před velkou událostí)	-vlastní zjištění (má přednost před denní agendou)	-vlastní dlouhodobé téma (např. rozkrývání veřejných zakázek, vždy přednost před denní agendou)
-velká událost ze všech aspektů	-„dobrá“ obsahově (nebo i vizuálně)	-foto na straně 1/čitelné s pomocí titulku

-vyvažování závažnosti témat	-často politická témata	-99 slov (specifický útvár využívající nadsázky a ironie)
-sport (podle svých kritérií, často fotkou, sportovní celebrity)	-dolní polovina strany/story, hluboké lidské příběhy	-sport (podle svých kritérií, s přesahem do ekonomiky nebo kriminality, sportovní celebrity)
-nejsilnější zprávy z těch, co ten den jsou	-nejsilnější materiály (mohou minimálně „praštit“ do očí)	-důležitost kontextu ostatních zpráv, výběr z dostupných článků podle jejich síly
-poutací pruh/info o obsahu novin (spíše nezpravodajská témata)	-poutací pruh/info o obsahu novin (co je „umenšené“ na straně 1)	-poutací pruh/využití fotografie
-horní polovina strany/důležitější zprávy	-otvírák/něco nového pro čtenáře, možnost dvou otvíráků pro dvě zajímavé, zásadní události	-může být i „falešný“ otvírák (fotografie)

Tab 1. Pravidla pro umístění zprávy na titulní stranu novin

MFD	LN	HN
-zajímavá	-čtivý styl s originálním úvodem	-velké společenské téma
-zpráva se týká mnoha lidí	-politika	-relevance pro cílovou skupinu
-aktuální	-zpráva z agentur nebo tiskových konferencí	-nový přínos
-vyvažování závažnosti témat (na všech domácích stranách)	-grafická složka (přitáhnutí pozornosti)	-grafika (zejména pro Fokus)
-komplexní popis události	-„velké“ zprávy ve „velkém“ zpracování	-hledání kontextu
-snaha o nový pohled	-výběr témat nejen z denní agendy	-otevírání nových témat
-událost po 20. hodině (po skončení televizních zpráv)	-událost z dopoledne má menší šanci na uveřejnění	-běžné denní události spíše na web
-zpravodajská hodnota	-postupný posun k analýzám a tematickým článkům	-analýza
-kauza (může se rozdělovat do několika dnů)	-na tematické straně více žánrů	-velký důraz na tematické strany
-„dobrý“ titulek	-srozumitelnost	-srozumitelná grafická podoba

Tab 2. Pravidla pro umístění zprávy v domácím zpravodajství novin (obecně)

7.3.2 Aplikace „desatera“ pravidel nastolování agendy pro sledovaný týden

7.3.2.1 Mladá fronta DNES (MFD)

Titulní strana – 1810

1. Hradec trestal ODS (regionálně mutovaný článek, shrnuje výsledky voleb v Královéhradeckém kraji a Pět klíčových momentů voleb/velká událost splňuje všechna redakční pravidla)
2. Nečase potrápí i výbuch věčkařů (dopady komunálních voleb na současnou vládu)
3. Špatná zpráva pro politiky: volič vidí, slyší a myslí (redakční komentář, mimořádná událost)

Poutací pruh – 1810

Výsledky voleb. Kompletní výsledky z kraje a 130 největších měst republiky (hlavní téma víkendu, poutá na další zpravodajské informace, čímž redakční pravidla porušuje, ale jde o „mimořádné“ vydání)

Magazín ONA DNES. První sex: po porodu, po rozchodu, po nevěře (přitažlivé téma, rámeček ve fialové barvě vyžaduje pozornost, redakční pravidla splňuje, stránku vyvažuje)

Hradecký kraj. Rozhodlo parkování? Hradec už není baštou ODS, prý pro parkovací systém (upoutávka na regionální sešit s hlavním tématem víkendu)

Domácí strany – 1810 (Rozšířené volební zpravodajství – obecně splňuje všechna redakční pravidla)

1. Města před víkend ztrácela modrou barvu a oranžověla
2. Poslance Rádla doma porazili i hasiči
3. KDU-ČSL má tisíce zastupitelů. Třeba Čunka
4. „Politolog“ Miki Kopas už více věří knížeti
5. Mrtví kandidáti získali více hlasů než mnozí živí
6. Čím to je, že nenesu stranám volební štěstí?
7. Vedení ODS chce hlavy poražených
8. Nečas: Nestačí mít jen nového lídra
9. Uhelná Příbram tentokrát patří mužům
10. Moderátor Vladimír Kořen okouzлил Říčany
11. Voliči poslali na zlínskou radnici M.O.R.
12. Zklamaní poslanci Věcí veřejných: Vládněme levicověji
13. Výsledek je neideální. Chyběly nám osobnosti, říká Bárta

14. S úspěchem ČSSD posílí Bohuslav Sobotka
15. „Ve velkých městech chceme mít své primátory“
16. 102letý kandidát se na radnici nedostal
17. Kateřina Kornová uspěla v Praze 1
18. Policie prověřuje kupčení s hlasy
19. Z mluvčího TOP 09 možná starosta
20. Za senátní volby peněz méně, za komunálky nic
21. Praha: Tůma rozdrtil ODS
22. Most: Sdružení rozdávající auta převálcovalo ostatní, má většinu
23. Ostrava: Netradičně v oranžové barvě
24. Liberec: ODS ztratila město po 19 letech. Vyhnalo ji nové sdružení
25. Brno: sociální demokraté poprvé vyhráli, do rady lákají ODS
26. Brandýsek, bašta Jany Bobošíkové
27. Zelené starostky získaly polovinu hlasů
28. Levicový Senát? ČSSD stačí i 10 míst
29. Prohry Topolánkových žen: po Pavle neuspěla ani Lucie
30. Bývalý agent StB Žifčák boduje, ale jen málo
31. Berounskou radnici dobyl otec a dva synové
32. 30 největších měst: velké mocenské zemětřesení
33. Výsledky voleb v dalších městech, nad 10 000 obyvatel
34. Druhé kolo: ČSSD versus ODS
35. Kdo unesl Aničku? Mohl to být i zoufalý rodič, který přišel o dítě (pokračování dlouhodobější události, nová informace o možném pachateli podle detektiva/dá se čekat, že čtenáři případ sledují, je poutavý)
36. Na toboganu se uvolnil ostrý plech, pořezal osm lidí (nešťastná víkendová událost/spíše jen zajímavá bez dalšího přesahu)
37. Sníh bude skoro všude. Už tento čtvrtek a pátek (počasí/vyvažuje negativní témata, zajímá většinu lidí)
38. „Piráť“ z D1 půjde před soud, hrozí mu 12 let (soudní případ/aktuální, týká se řízení auta, proto obecně zajímavá)
39. Mladý muž zemřel po incidentu před barem (krimi menšího významu)

Titulní strana – 1910

1. V pasti. ČSSD vyhrála, ale část radnic ztrácí (dozvuky voleb, splňuje redakční pravidla)
2. V Hradci se válčí o malé strany (regionální mutace)
3. Rekordman. Popáté primátorem (fotografie úspěšného primátora Teplic, upoutávka na obsah vevnitř/týká se doznívající hlavní události víkendu a zaměřuje se na známou osobnost)
4. Ve sportu dopují i děti a teenageři. V Česku i na hrách v Singapuru (částečně sportovní téma/týká se dětí, má přesah, ale otázkou je aktuálnost)
5. Epopej se nemá stěhovat, říká pražský vítěz (vliv komunálních voleb na sledovanou kauzu Slovanské epopeje/nachází se v dolní části stránky, která není hned viditelná, spíše poutá na obsah uvnitř)

Poutací pruh – 1910

Zlepšete si angličtinu. Domluvte se v práci – nový kurz praktické angličtiny. Každé úterý dvě strany zdarma v MF DNES (selfpromo/splňuje redakční pravidla)

Hradecký kraj. Známé tváře v politice. V zastupitelstvu Hradce usednou i známé osobnosti (regionální upoutávka na dozvuky velké události, známé osobnosti přitahují pozornost)

Domácí strany – 1910 (částečné pokračování mimořádného volebního zpravodajství, komunální volby nekončí samotným aktem, ale média sledují vytváření koalic a další vývoj)

1. Kmotři prohráli, vyhrál jen Nečas
2. Křížky vynesly na radnici lékařku Natálky či zámeckého zahradníka
3. Takový úspěch ČSSD Paroubek nečekal. Prohrál šampaňské
4. Usmívejte se, jste v Kuberově
5. Zkusili si obě funkce a tvrdí: Starosta je mocnější než poslanec
6. Starosta má větší ekonomický vliv než ministr či šéf obřího holdingu
7. „Voliči odmítli mejdan za hranicí vkusu“
8. Čunek ovládl Vsetín, za starostu ho však nechtějí ani jeho straníci
9. ČSSD v Karviné může vládnout sama. Udělá to? Zatím přemýšlí
10. ODS ztratila polovinu hlasů a ze Studénky je rudé město
11. Měli stejně hlasů. Tak zastupitele vybrali losem
12. Kladenský primátor zabránil návratu komunistů k moci

13. Kuberův recept: Dávám lidem pokoj
14. „Politik“ Hanák: Na známou tvář spíš získám peníze
15. STEM: Koalice by poprvé od voleb ztratila většinu
16. Každý se tváří, že vyhrál, řekl Klaus k volbám
17. Lumpy nevolíme, odmítá Ostrava Nečasovu výzvu
18. Rodiče Anny pátrají sami. Pomáhají jim i cvičení psi (pokračování případu/zavádějící fotografie policisty se psem u článku o tom, že rodiče pátrají sami, jinak splňuje redakční pravidla)
19. Radičová s Nečasem ladili noty na summit EU o rozpočtu (oficiální informace s fotografií politického charakteru/nelze posoudit dopad na čtenáře)
20. Soud propustil „vora v zakoně“ z kauzy vraždy řidiče Sazky (krátká informace, oznámení/dopad na čtenáře je prakticky nulový)

Titulní strana – 2010

1. Klaus: ODS teď doplácí na Topolánka a lobbisty (oproti předchozímu dni byly prezidentovy výroky vytaženy na titulní stranu/dozvuk voleb)
2. Vítěz prohrál. Hradecká ČSSD bude v opozici (regionální mutace)
3. Lékaři nestíhají, kvůli obezitě musí na operaci 5 000 Čechů ročně (nadčasový článek, poutá na obsah uvnitř listu/má spornou zpravodajskou hodnotu, ale popisuje společenský trend)
4. Boxer Tyson měl dostat sto milionů korun. Za charitu (sport s přesahem do ekonomiky/celebrita v malé fotografii, titulní stranu silně zaměřenou na volby vyvažuje)

Poutací pruh – 2010

Speciál Státní maturity. Jak si vybrat mezi matematikou a cizím jazykem + tipy na řešení maturitní generálky z angličtiny (nezpravodajské téma praktického charakteru, které je tématem „celospolečenské diskuse“)

Domluvte se v práci. Nový kurz angličtiny zdarma. Každé úterý nová lekce. Každý den krátké cvičení. Kurz praktické angličtiny pro každého (opět selfpromo na produkt novin)

Hradecký kraj. V Hradci začíná boj o posty. Radniční koalice je domluvena, na řadu přijde obsazení křesel (upoutávka na regionální téma)

/Na podvale se objevují upoutávky na další texty z listu

Domácí strany – 2010 (povolební zpravodajství tentokrát obsahuje strana 3, tu nebudeme zvlášť hodnotit, jde o články č. 7 – 14)

1. Kdo letos dostane vyznamenání? Jágr i plukovnice (MFD přiznává původce informací LN, referuje o pravděpodobných laureátech státních vyznamenání/obsahuje snahu o nový pohled, má poutavý titulek obsahující celebritu i „bezejmennou“ ženu)
2. Islandská sopka „usnula“, Češi už mohou létat bez obav (téma vztažené na Čechy, ačkoliv se týká všech, článek počítá se znalostí problému se sopečným prachem z Islandu)
3. ČSSD poprvé řekla: Paroubka na Hrad ne! (krátká politická informace o aktuálním stanovisku ČSSD)
4. Malování úřadu: čtyřiatřicetkrát dražší (vlastní zpráva, na kterou navazuje komentář, zde označený jako článek č. 6/kauza odhalující nepravost, kvůli menšímu rozsahu se do několika dnů nerozděluje)
5. Týden po zmizení Anny se policie soustředí na dvě možné verze (pokračování pátrání, aktuální vývoj)
6. Okrádají vás? „Zneužívejte“ šikovně učně (komentář k článku č. 4 napsaný stejným autorem jako zpravodajský text/vyjádření názoru, které snižuje zpravodajskou relevanci)
7. Vznikají velké koalice. Šéfové se zlobí
8. Radek John „přežil“ volby, VV spočítaly, proč neprohrály
9. Pražská TOP 09 zbrojí na „kmotry“
10. Soud zamítl první volební stížnost
11. Foldyna chce, aby z čela ČSSD v Ústí odešel Benda
12. S ODS se ve Znojmě nikdo nebaví
13. Lázeňskému městu budou vládnout lidovci
14. Zrada, prohlásili socialisté v Olomouci
15. Pro těžce obézní chybí léčba (vlastní, spíše servisní informace/na stránkách domácího zpravodajství vyplňuje prostor, ačkoliv by mohla být uveřejněna na jiném místě)
16. Když přiberete moc, dieta už nepomůže (totéž)
17. Cítili jsme se jako štvaná zvěř, říká stíhací pilot (zajímavost o úspěchu českých letců, spíše oddychového charakteru)
18. Přílet havranů potvrzuje předpovědi o kruté zimě (počasí)

19. Dívka vyplašila matku, přespala u kamaráda (zpráva nepřímo navazující na aktuální pátrání po dívce z Prahy, lidé daleko citlivěji reagují na to, když se jim děti nevrátí domů)
20. Travič přesnídávek dostal 8,5 roku vězení (negativní informace/vyvažování)
21. Zbraň proti kůrovci našli vědci přímo v lesích Šumavy (zajímavost)

Titulní strana – 2110

1. Žháři dostali 22 let, podle Klause je to příliš (velká událost nesoucí hned v titulku názor známé osobnosti, vyvolává diskusi, odkazuje na důkladné zpracování uvnitř listu, zaplňuje podstatnou část titulní strany)
2. „Ve škole se maďarsky nemluví!“ (informace ze zahraničí o slovensko-maďarském sporu, v tomto případě opět spíše vyvažuje a poutá na sebe pozornost vykřičníkem v titulku/naše společnost tímto tématem ale příliš nežije, sporná také zpravodajská hodnota)
3. Mateřská jako celý plat. Poslanci EU bujně fantazírují (titulek obsahující názor, není čistě zpravodajský)
4. Besser málem přišel o post ministra kultury (vlastní kauza/vedle verdiktu pro žháře na titulní straně v souladu s redakčními pravidly minimalizována)

Poutací pruh – 2110

Pavel Trávníček. Vysmátý „dědic“: od Popelky k Rolls-Roycu (upoutávka na Magazín/v souladu, není totiž zpravodajským tématem, což je v poutacím pruhu vítáno)

Satelity z nebe. Podívejte se, jak bydlíte. Unikátní fotky satelitních městeček (slovník internetového titulku, opět upoutávka na Magazín)

Hradecký kraj. Nový primátor Hradce. Zdeněk Fink si do pondělka rozmyslí, zda funkci přijme (regionální upoutávka, stále dozvuky voleb a formování koalice v Hradci Králové)

Domácí strany – 2110 (dvě strany téměř kompletně věnované žhářskému útoku ve Vítkově, články č. 1 – 6 charakterizujeme jen žánrově, protože jde o velkou událost, která splňuje redakční pravidla)

1. Vysoké tresty nemusí zastráhit extremisty (historický přehled trestů pro rasisty s citacemi odborníků na extremismus)
2. „Proč tak moc? Nikoho nezabili“ (reportáž z Vítkova)
3. A jaký trest bys chtěla, kdyby popálili tvoje děti? (komentář)

4. Popálená Natálka vidí, že je jiná. „Proč?“ ptá se svojí maminky (reportáž z postižené rodiny)
5. Odškodné 17 milionů. Jen na papíře (vlastní zpráva o možnosti finančního zisku postižené rodiny)
6. Anketa/Co říkáte na vysoké tresty pro žháře z Vítkova? (anketa mezi politiky, politologem a psychologem)
7. Klaus je symbol prorůstání byznysu a politiky, vrátil Topolánek úder (povolební reakce, mediální výměna názorů mezi prezidentem a expremiérem, jinak také mezi bývalými předsedy ODS/nemá žádný dopad na život lidí)
8. Senátorka posílá v kampani sirky. Žháře odsuzují, říká (spojení vítkovské kauzy a druhého kola senátních voleb, spíše podnět pro diskusi než zpravodajský text)
9. Ministři, musíte se víc snažit, slyší Besser a Heger od vlastních (vlastní kauza, viz analýza titulní strany)
10. Soužití knížete, ministra financí a starosty. Sonda do hlubin TOP 09 (analýza vlastního tématu, podle redakčních pravidel by v jiný den šlo o otvírák novin, ten však musel ustoupit velké události)
11. Autobusu se za jízdy otevřely dveře. Dívka vypadla na silnici (zpráva o neštěstí bez přesahu)
12. Zmizení Anny: policii může mást podivná stopa (pokračování, úvaha o možném pachateli)
13. Klaus chátrá, píše Pehe v knize (promo nové knihy autora Jiřího Pehe, vypíchnutá myšlenka o známé osobnosti/nulová zpravodajská hodnota)
14. Praha ani Brno nemusí mít za primátory vítěze (dozvuky voleb ve velkých městech, kde žije hodně čtenářů, podrobnější informace v regionálních přílohách)
15. Zima nepřichází, příští týdny budou deštivé (počasí)
16. Ať jezdí poslanci za své, souhlasí vláda (politika, úspory)
17. Vlak u Lovosic srazil dva dělníky, oba zemřeli (tragédie bez přesahu, drobná zpráva)

Titulní strana – 2210

1. Sledujte ministra spravedlnosti! Za 30 000 denně (exkluzivní vlastní zpráva/dostala přednost před novým vývojem v kauze zmizelé Aničky – v souladu s pravidly, protože zadržení pachatele nemůžeme považovat za velkou událost)
2. Policie má podezřelého ze zmizení Aničky (nový vývoj v dlouhodobém případě, článek hned pod otvírákem)
3. Stávky ničí ekonomiku i pověst Francie. Boj odborů proti Nicolasi Sarkozymu se stupňuje (fotografie s krátkým textem, k hlavním textům lze v tomto případě jen obtížně pořídit fotografii, proto tato z pouličních nepokojů, zároveň zpráva o důležité zahraniční události)
4. Brambory už nejsou potravina chudých. Neúroda je zdražuje (článek na vyvážení strany/poutá na ekonomickou stránku, není zásadní, ale má na čtenáře dopad, je v dolní části titulní strany)

Poutací pruh – 2210

Otestujte si srdce. První díl seriálu vám řekne, jak zdravé máte srdce (upoutávka na nový seriál listu/téma absolutně životně důležité, zdravotní)

Tichá hvězda Tůma. Muž, který ukončil dvacetiletou nadvládu ODS v Praze (publicistický profil vítěze pražských komunálních voleb, už v titulku obsahuje mediální obraz Zdeňka Tůmy)

Hradecký kraj. Nová lanovka na Sněžku. Stavět se bude, dotaci na novou dráhu schválili (poprvé nevolební regionální upoutávka a navíc mimohradecká, důležitá pro turisty)

Domácí strany – 2210 (Dvě velká témata dominují těmto domácím stranám, Nové skutečnosti v případě ztracené dívky z Prahy – články č. 1 – 4, Sledování ministra Pospíšila – články č. 5 – 7, ty charakterizujeme jen žánrově)

1. Policie se vrátila tam, kde dívka zmizela. Kvůli recidivistovi (popis aktuálního stavu)
2. „Analýza DNA může být velmi rychlá. Pokud je vzorek kvalitní“ (rozhovor)
3. V Česku stále neexistuje databáze odsouzených deviantů. Naráží na ochranu osobních údajů (background o deviantech v Česku)
4. Jsou pravdy, o kterých nikdo nechce psát (komentář)
5. „Chceme vědět, s kým se ministr Pospíšil stýká“ (reportáž se skrytým mikrofonem)
6. Pátral po informacích z ministrova soukromí (rozhovor)

7. Vadí jim, že chci očistit resort, říká Pospíšil (rozhovor)
8. Penězovod z muzea vedl léta na Vysočinu (rozpracovaný Národního technického muzea, další vlastní zpráva – tentokrát však méně závažná, proto až na straně 4)
9. Nízké tresty, teď zase vysoké (analýza reakce prezidenta na verdikt v kauze žhářů)
10. Přání, pohlavek – a Prazdroj má nového mistra bednáře (skrytá reklama, článek použitý kvůli vyvážení strany se dvěma fotografiemi a odlehčeným námětem/má nízkou zpravodajskou hodnotu)
11. Komunisté podporují ODS, bojí se Štětiny (před druhým kolem senátních voleb, krátký článek)
12. Na Sněžku se bude jezdit v kabinkách (dubluje se s poutacím pruhem, pouze krátký článek)
13. Roma, který zbil chlapce, čeká soud (soudní případ/krátký článek bez přesahu)
14. Z rozvadovské celnice chtějí udělat léčebnu (příklad využití celních budov, vlastní zpráva/zajímavá, přesah do zdravotnického tématu, problémem může být nadčasovost)
15. Volí se noví senátoři. Bude to triumf ČSSD? (krátký článek ke dni začínajícího 2. kola senátních voleb/zpráva by mohla být jinde než na straně 5, ale v kontextu několika vlastních zpráv a velkých událostí na ni pravděpodobně nezbylo místo)

Souhrn

Většinu svých pravidel Mladá fronta DNES v domácím zpravodajství dodržuje. Problémy má občas se zpravodajskou hodnotou jednotlivých článků. Objevují se nezpravodajská témata spíše magazínového nebo lifestylového stylu. Hodně se přidržuje požadavku zajímavosti a méně podstatným se jeví dopad na všechny čtenáře. Sledovanému týdnu dominovalo téma komunálních voleb. Až ve středu se noviny vrátily do klasické podoby, kdy na podvale nabízí upoutávky na další texty uvnitř. Po pravé straně pak je vždy sloupec rozsáhlejších článků odkazujících taky na následující strany. Poutací pás už od úterý plnil přesně svou funkci, tedy že by se neměl zaměřovat na zpravodajské informace. Dominuje mu vždy lidská tvář a ve čtvrtek titulní strana přílohového Magazínu. Titulek otvíráku měl v pondělí jen jeden řádek, v úterý a v pátek tři a ve středu a ve čtvrtek dva. Mladá fronta DNES předložila taky několik vlastních témat, v pátek dokonce došlo k jejich souběhu. Jednomu tématu v tomto vydání patří celá strana 2 a druhému zase celá strana 3.

Naprostu v ústraní zájmu tím pádem zůstává důležité téma druhého kola senátních voleb. Pokud jde o skladbu titulní strany, jeví se nám jako nejvíce sporný čtvrtek. Na hlavní stránce se ocitl maďarsko-slovenský spor, ve kterém ani nebylo nic nového. Taky jsme si ale mohli přečíst titulek, který vyjadřoval názor na některé poslance Evropského parlamentu ve smyslu jejich „bujného fantazírování“. Zde byl jasně překročen zpravodajský mantinel. Oceňujeme dodržování zásady vyvažování témat – vedle negativních se většinou objevuje alespoň jedno pozitivní. Taky platí pravidlo, že velká událost má přednost před vlastním zjištěním a je popsána ze všech aspektů za pomoci několika žánrů.

7.3.2.2 Lidové noviny (LN)

Titulní strana – 1810

1. Porážka ODS v Čechách (upoutávka na volební zpravodajství uvnitř listu, titulek regionálně mutovaný pro Čechy)
2. Socialisté útočí na Senát (textový otvírák o volbách do Senátu, předjímá možné dopady vítězství ČSSD ve 2. kole senátních voleb a zároveň v jednom článku informuje i o volbách komunálních – matoucí pojetí pro pochopení)
3. ODS ztratila po 20 letech Prahu, porážena být nemusí (výsledky komunálních voleb v Praze, opět předjímání vyjednávání o koalici, interpretativní až komentářové pojetí mimo zpravodajství)
4. Kdo vyhrál v Teplicích? No přece Kubera. Kdo jiný? (výsledky komunálních voleb v Teplicích, využití známé osobnosti, sporné umístění na titulní stranu – Teplice patří mezi středně velká města, ani ne mezi krajská, o jiných se na titulní stránce hovoří jen velmi zhruba)
5. Dobré volby (redakční komentář k velké události víkendu)

Poutací pruh – 1810

Kuchaři pobláznili Čechy. Tisíce lidí chtějí mít hospodu (fotografie „televizního“ kuchaře Zdeňka Pohlreicha – využití známé tváře kvůli zjednodušení, barevné pozadí splývá s modrou barvou ODS na titulní fotografii a vyvolává dojem, že jde o volební zpravodajství, navíc není jasné, proč by zrovna kuchaři měli mít vliv na zájem Čechů o podnikání v pohostinství)

Investiční soutěž LN. Vyhraje 50 000 Kč a zlatou cihlu! (selfpromo, anonce „lákavé“ výhry, pro povolební vydání nepřiliš vhodná upoutávka, akceptovatelná snad jen kvůli vyvážení titulní strany lehčím tématem)

Domácí strany – 1810 (Rozšířené volební zpravodajství – obecně splňuje všechna redakční pravidla)

1. Volby ovlivní souboj v ČSSD
2. Nezávislí ovládli venkov. Ještě víc než obvykle
3. Lidovci utekli hrobníkovi z lopaty
4. Menší strany pod drobnohledem (infobox)
5. ODS prohrála, ale může mít primátora
6. Trik vyřadil ze hry zelené i Věci veřejné
7. Od vedení máme zcela volnou ruku, říká Šťastný
8. Ve vedení Prahy usedne manažer ČEZ
9. Verdikt voličů: Konec kmotrů i pokračování radikálních politiků (infobox)
10. Boj o Senát: proti ČSSD se šikuje koalice
11. Jděte volit, budu prosit občany
12. Podpoříme nelevicové kandidáty
13. Ztroskotali v klání o Senát (infobox)
14. Výsledky 1. kola voleb do třetiny Senátu, konaného ve dnech 15. 10. – 16. 10. 2010
15. Zajímavé souboje pro druhé kolo senátních voleb (infobox)
16. Výsledky voleb do zastupitelstev obcí, konaných ve dnech 15. 10. – 16. 10. 2010
17. Paroubek: Uspěli jsme jen díky vládě
18. Křížky ve volbách spíš mátlly
19. Malý politolog Miki opustil ODS. Nově fandí TOP 09
20. Ani pátý den pátrání nepřinesl stopu (pátrání po ztracené dívce z Prahy, dlouhodobá událost, souhrn situace)
21. Uvolněný plech v akvaparku zranil osm lidí (informace o nehodě v Čestlicích, zpráva z víkendu bez přesahu, jenom zajímavá)

Titulní strana – 1910

1. O Senát bojují, na radnicích si notují (povolební vyjednávání ve městech spojené s 2. kolem voleb do Senátu, opět míchání dvou odlišných typů voleb a svým způsobem dvou odlišných typů politik, zjednodušující titulek na hraně zpravodajství)
2. Comeback sesazeného primátora (story z Českých Budějovic, povolební téma, opět jenom jedno město, ale krajské)

3. Nevinen, rozhodl soud (fotografie s popiskou, propuštění „vora v zákoně“, ten však není příliš známý, zpravodajská hodnota fotografie je proto sporná)
4. Klaus má jasno: medaili dostanou Jágr i Knížek (vlastní zpráva, později citovaná jinými médii, v povolební době zajímavé zjištění, kvůli volbám se však ocitá až na podvale – rozpor s redakčními pravidly, podle kterých by měla mít vlastní zpráva přednost před velkou událostí)
5. České maso prohrává souboj s dovozem (poutací článek pro rubriku Peníze a byznys, stranu vyvažuje, vychází ze statistiky, v kontextu jiných zpráv může působit až zábavně)
6. Košile vs. kabáty (komentář k volbám – součást denního layoutu)
7. Bin Ládin si prý žije „v pohodlí“ (zahraniční informace, poutá na obsah v listě, není jasný význam pro čtenáře, zpráva nenese zásadně nové informace)

Poutací pruh – 1910

České VŠ mezi elitou. Jak si vedou české školy ve srovnání se světem (odkaz na přílohu Akademie a věda, z titulku není zřejmé, jestli české školy uspěly či ne – na hlavní zpravodajské straně by měl být alespoň náznak)

Medaile plné emocí. Ocenění, která vadila (není zřejmé, jaké medaile, podle článku na titulní stránce můžeme usuzovat na státní vyznamenání, ale opět se spoléhá na čtenářovu dedukci, ve druhé větě chybí předmět, komu ocenění vadila)

Domácí strany – 1910 (částečné pokračování mimořádného volebního zpravodajství, komunální volby nekončí samotným aktem, ale média sledují vytváření koalic a další vývoj)

1. ODS a ČSSD pojí touha vládnout
2. Ostravak v Ostravě ostrouhá
3. „Šéf“ VV uklidnil Nečase a podpořil předsedu Johna
4. Praha: Zelení mohou zrušit volby
5. V Lišově dělení města chválí
6. Onderka ODS „uplácí“ místy radních
7. Volby mění i vyjednavače ve sporu o epopej
8. Koalice? V ODS se očekává „krvavá řež“
9. Volební dohry (infobox)
10. Jízda na červenou. 10 tisíc ihned (vlastní zpráva, v kontextu voleb až na straně 4, začíná lidským příběhem, což splňuje redakční pravidlo originálního úvodu článku, podobně jako přehledná grafika)

11. Pokuty už se dají platit i kartou (doplňující článek k vlastní zprávě, důležitý a zajímavý)
12. Paroubek i jeho kmotr Benda zproštění viny v Chorvatsku (opět politika, není jasné použití výrazu „kmotr“ – může být kmotr na křtu dítěte, na křtu Paroubkovy knihy anebo mediální výraz pro nezvolené osoby politiku ovlivňující)
13. Průzkum: koalice by ztratila většinu ve sněmovně (článek mezi volbami s voličskými preferencemi, grafika navíc zvyšuje jeho důležitost, pojetí mohlo být méně nápadné)
14. Aničku se nedaří najít, je výjimkou (dlouhodobý případ, nabízí přesah do problematiky pátrání po dětech, aktuální a zajímavé pro rodiče)
15. ČEZ musí poskytnout informace, řekl soud (spíše jen informace o velké firmě menšího významu)
16. Tři proděkani práv v Plzni rezignují (drobné znovuotevření velké kauzy na Právnické fakultě Západočeské univerzity v Plzni formou krátkého článku)
17. Zbytečný strach o ježčí mláďata (souvislost s počasím, zpráva vyvolává lehký soucit se zvířaty)
18. Jágr a Knížek jdou na Hrad. Pro metál (vlastní zpráva, až na straně 5, zabírá půl strany a zdánlivě působí jako téma, protože na dolní straně listu je reklama a jiný článek zde nevidíme, ale splňuje redakční pravidla)
19. Překvapení. „Vor v zákoně“ je volný (interpretativní, nezpravodajský titulek, působí dojmem senzace, slova „vor v zákoně“ nepůsobí srozumitelně)
20. Dobeš se distancoval od náměstka (k pochopení titulku nutnost znalosti kontextu, zpráva z politiky, což splňuje redakční pravidla, má i přesah)
21. Metrostav před propadem Blanky podcenil prevenci (není prvoplánově jasné, že jde o tunel Blanka, vlastní jméno bylo použito necitlivě, spíše pražská než celorepubliková událost)
22. Ve znojenské korupční kauze mohlo jít o statisíce (politika, korupce, spíš jen informace o vývoji kauzy bez vlastních zjištění)
23. Izraelské ambasádě hrozili bombou (fotografie a krátký popis, v souladu s redakčními pravidly přitahuje pozornost)

Titulní strana – 2010

1. Elektřina zdraží lidem jen o polovinu, plánuje vláda (plně splňuje redakční pravidla – ekonomika s přesahem a dopadem na čtenáře, důležitá, zajímavá, vlastní zpráva, obsahově „dobrá“, částečně politické téma, díky grafice čtenáře „praští“ do očí, jako otvírák přináší něco nového)

2. Armáda si nehlídá své staré zbraně. Ty končí u gangů (vlastní zpráva sestavená z rešerší a zjištění na základě tiskové konference, působí jako exkluzivní, odkazuje na další zpracování vevnitř listu v rámci tématu)

3. Nabouralo do něj auto z vedlejší. Může za to sám (příběh, který se tzv. může stát komukoliv, má tedy přesah do praktického života čtenáře, vyvolává diskusi, jako story je dle redakčních pravidel umístěn v dolní polovině strany)

4. Podporou rasistické senátorky Nečas narazil úplně u všech (článek navazující na fotografii, která zabírá přes polovinu strany, senátorku stigmatizuje jako rasistku, což ovšem ona sama o sobě tvrdí, titulek přesto zpravodajské normy porušuje, protože absolutizuje slovem „úplně“ – taková paušalizace bývá ve zpravodajském diskurzu sporná)

5. Běh na Sobotkovy vidle (komentář)

Poutací pruh – 2010

Konec kmotrů? Tak snadné to nebude (politické téma, podle redakčních pravidel odkazuje na zpravodajský text, připomíná dozvuky voleb, označení „kmotr“ proniklo do zpravodajství z publicistiky)

Rolling Stones se škádlí (žlutý podklad vyvolává dojem bulvárnosti nebo toho, že jde o reklamu, navíc není vůbec zřejmý smysl této upoutávky, text nesplňuje redakční pravidla)

Domácí strany – 2010

1. Téma/V Česku se tradičně daří obchodu se zbraněmi, podle policistů však i tomu nelegálnímu

- Česko vyzbrojuje i diktatury (analýza)
- Rizikové vývozy (přehled)
- Otrlý gang. Samopaly skryl u dítěte (reportáž)
- Expertka: Riziko pašování zvýšila loňská novela (rozhovor)

2. Nečas straší Paroubkem na Hradě (volby, články č. 2 – 7, splňují redakční pravidla)

3. Nejsem třídní nepřítel

4. V Karviné má ČSSD většinu. Přesto jedná o koalici
5. V Brně se lídr ODS otočil k velké koalici zády
6. Za ODS v Praze jedná i nechtěná stará tvář Blažek
7. Kohout: místo „kamrlíku“ zřejmě Řím
8. Čtveřice vítkovských žhářů dnes uslyší verdikt (anonční zpráva, upozorňuje na velkou událost dne)
9. „Víme, že jsme v Česku, ale maturity ukrást nepůjde“ (celospolečenské téma, pohled na zabezpečení státní maturity, informace s přesahem)
10. Za tunelování Rubeny 5 let vězení (krátká informace)
11. Změny v nemocenské se nelíbí ani firmám (stručná zpráva z jednání tripartity)
12. Soud zmírnil trest vrahovi dcery (zpráva z oblasti krimi citlivého rázu)
13. Vláda šetří. Stopne pobídky pro cizince (vlastní zpráva s originálním úvodem a grafikou, splňuje redakční pravidla)

Titulní strana – 2110

1. Nejlepší je Nečas, John propadá (jeden ze dvou otvíráků, splňuje redakční pravidla – upřednostňuje vlastní zprávu bilancující prvních sto dní vlády Petra Nečase před velkou událostí v podobě rozsudku nad žháří z Vítkova, otázka však je, co v tento den očekával čtenář jako otvírák)
2. Tvrdé tresty rozdělují společnost (zpráva dne v podobě druhého otvíráku, titulek nad fotografií není jednoznačný a až po přečtení prvních řádků zjišťujeme, čeho se zpráva týká, navzdory své závažnosti je tato zpráva v souladu s redakčními pravidly až jako druhá, možná hrál roli i faktor dopoledního času, kdy byl verdikt vyneseno, pro noviny pak podle stanovených pravidel klesá význam této zprávy)
3. Válka o uhlí: ČEZ žaluje uhlobarony o 10 miliard (porušuje redakční pravidla, sice pochází z oblasti ekonomiky, ale nemá téměř žádný dopad na běžné čtenáře, ačkoliv poutá na rubriku Peníze a byznys na titulní stranu podle pravidel nepatří)
4. Řekněte si mojí Natálce o odpuštění (story podle pravidel ve spodní části titulní strany, rozvíjí velkou událost, je poměrně emotivní)
5. Exemplárně (komentář k velké události)

Poutací pruh – 2110

Taková milá normalizace. Nový film Občanský průkaz (upoutávka na kulturu)
 Záhrobská si věří. Světový pohár startuje (upoutávka na sport, vedle reklamního textu vypadá česká lyžařka jako z reklamy na své sportovní náčiní)

- Tyto poutací texty byly možná použity kvůli dvěma poměrně „těžkým“ otvírákům, vzhledem k nezpravodajskému charakteru se nedá posoudit dodržení kritérií

Domácí strany – 2110

1. Téma/Nečasův kabinet vládne 100 dní – LN zhodnotily práci jeho členů. Premiér dostal dvojku, John propadl

- Vysvědčení (grafické hodnocení jednotlivých členů české vlády)
 - Šetření je správné, vážne boj s korupcí (analýza)
 - Sto dní účetních škrťů (analýza)
 - Co vláda udělala (přehled)/Z hlediska požadované žánrové pestrosti chybí například rozhovor, všechno je jen avizované hodnocení LN
2. Kalousek „trestá“ Vondru (zdroj: Hospodářské noviny, článek se vztahuje taky k vládní problematice, nemá ani originální úvod, plní funkci přinést to, co už konkurence měla)
3. ČSSD a ODS hledají v Praze „průnik“ (povolební vyjednávání na pražské radnici, informativní článek)
4. Klaus se pře s Topolánkem o ODS a byznys (spory prezidenta a expremiéra, vybrána byla nepatřičná fotografie, kde se oba smějí – neodpovídá titulku)
5. Verdikt nad Žháři: přehnaný, či trefný (až na straně 4, nepatřičné i když originální řazení pravděpodobně podle redakčních pravidel, která se zde neukazují zcela šťastně nastavená)
6. Chtěli uctít Hitlera, šli vraždit (článek o extremistech zdůrazňující možný podtext jejich činu)
7. Laguny s jedy trápí Česko. Akutní riziko hasiči nehlásí (titulek si odporuje, vytváří paniku, kterou následně uklidňuje, je víc dramatický než skutečnost)
8. Vláda je pro dvoukolovou přímou volbu prezidenta (politika, běžná denní agenda, prostá informace)
9. Tisíce lososů z igelitových pytlů už plavou v řece (zpráva z přírody bez dopadu na čtenáře)
10. Romové kritizují kampaň Janáčkové (opět politika, reakce na již řešenou kauzu senátorky)
11. Vlák srazil dva dělníky, oba zemřeli (tragická informace bez přesahu)
12. Vedení rádia zruší zpravodaje ve Francii (informace z médií, částečně zajímavá a pouze pro posluchače Českého rozhlasu)

Titulní strana – 2210

1. Volby mohou vládě dost ztrpčit život (anonce 2. kola senátních voleb, přesah do odhadu dalšího možného vývoje, vlastní zpráva je podle redakčních pravidel otvírákem vydání)
2. Miliony pro Natálku: žháři by museli pracovat 617 let (propočít doby splacení odškodného, hodí se do poutavého titulku, který „praští“ do očí – splňuje redakční pravidla)
3. Případ Anička. Má policie pachatele? (krátký článek se dvěma fotografiemi, posun v případě je dokumentován těmito snímky a umístěním na titulní straně, splňuje redakční pravidla)
4. John s Kalouskem se chytli na jednání (článek začíná citací, má tedy originální úvod, týká se politiky, opět splňuje redakční pravidla)
5. Volte a užijte si dvouletý klid (komentář ke 2. kolu senátních voleb)

Poutací pruh – 2210

20 nejloupežnějších českých písní. Lída Baarová pomohla natočit antisemitský film. Magazín PÁTEK s programem TV na celý týden (upoutávka na přílohu novin, mimo zpravodajství, splňuje funkci selproma, podle daných kritérií se nedá hodnotit)

Domácí strany – 2210

1. Téma – Volby/Pro politické strany se kdysi podceňovaná horní komora parlamentu stává významným kolbištěm
 - Kdo s kým před druhým kolem voleb do třetiny Senátu (přehled kandidátů)
 - Ve hře je i Hrad. Přes spoustu „kdyby“ (dopad působení Senátu na volbu prezidenta)
 - Czudek chce do Senátu, nemocenská ho nezastaví (reportáž)
 - Spojenci z vlády se perou o čtyři senátní křesla (reportáž)
2. Zadržovaný muž policii k Anně nepřivedl (velká zpráva o sledovaném případě, splňuje pravidla)
3. Přibývá mladých lidí bez práce (článek vycházející se statistiky, kterou rozvíjí, splňuje redakční pravidla)
4. Arbitráž s Diag Human? Nešťourat! (shrnutí kauzy Diag Human, těžko posouditelné jsou dopady na veřejnost a její zájem o tento složitý případ, obtížně se naplňovalo pravidlo srozumitelnosti článku, ačkoliv je použit souhrn „zlomových okamžiků“)
5. Pyrotechnický robot pro české mise (dobrá zpráva, pouze v rubrice krátce bez dalšího rozpracování)

6. Zpochybňování holokaustu před soud (titulek bez slovesa, ale taky pouze krátká zpráva)
7. Češi nemají rádi Putina a Berlusconiho (paušalizace výsledku průzkumu žebříčku popularity)

Souhrn

Lidové noviny se k dodržování svých vlastních redakčních pravidel staví poměrně rozporuplně. Řadu z nich občas poruší, jiné plní důsledně a někdy je prosazují navzdory aktuální agendě. Často se uchylují k nezpravodajským titulům, které mají sklony k hodnocení a k vytváření názoru. Poutací pruh se občas zaměřuje na jiná než zpravodajská témata, což však není zcela proti duchu kritérií. Škodí mu ale pestrá různobarevnost a také to, že ne vždy zobrazí nějakého člověka. Například ve čtvrtek byl místo tváře na obrázku občanský průkaz. V úterý byla zachycená osoba v rámečku napravo, zatímco jindy bývá nalevo. Těmto novinám se daří umisťovat do spodní části titulní stránky story, hluboký lidský příběh. Také jiné články občas příběhem začínají a následně přecházejí k řešení nějakého společenského problému. Rovněž jsme sledovali, že relativně často pracují s informacemi z tiskových konferencí anebo rozpracovávají tiskové zprávy či statistické údaje. I tento fakt redakční pravidla naplňuje. Ve volebním zpravodajství měly Lidové noviny tendenci k předjímání událostí, což by dle našeho soudu měla být spíše role publicistiky. Nejméně povedenou titulní stranou byla ta čtvrteční. S velkou událostí nenaložily noviny dobře, byť jí věnovaly tři články. Když hovoří o tom, že horní polovina titulní strany je viditelná a jsou na ni umisťovány nejzajímavější texty, tak není možné zvolit nicneříkající titulek k fotografiím aktérů hlavní události a zaměřit se na vlastní agendu. Zcela čitelné je pak váhání a neshoda v redakci. Podle pravidel by měl přednost vlastní článek o stu dnech vlády a verdiktu nad žháři mohla patřit dolní část strany. Anebo se výjimečně mohla věnovat hlavní pozornost zprávě dne. Tato polovičatost jen potvrzuje celkovou rozkolísanost listu. Výjimkou pak je velikost titulku pro otvírák. Ve sledovaném týdnu byl pokaždé dvouřádkový. V pondělí a v úterý přinesl list mimořádné volební zpravodajství, od středy již na straně 2 (případně i 3) nabízel Téma. K podpoření pravidel o nastolování agendy by v něm měl používat pestřejší paletu žánrů. Vzorem by v tomto směru mohlo být střeďeční zpracování nabízející přehled, reportáž, rozhovor i analýzu.

7.3.2.3 Hospodářské noviny (HN)

Titulní strana – 1810

1. ODS platí za kmotry (neobvyklé pojetí titulní strany s jedním článkem a velkým grafem, který popisuje výsledky víkendových komunálních voleb, politické strany dělí na „vítěze“ a „poražené“/je to jedna z možných interpretací, komunální volby asi nemůžeme kompletně shrnout do jednoho grafu, ovšem tomuto pojetí se nedá upřít srozumitelnost, graf je následně doplněn komentářem šéfredaktora, proto bychom mohli „prominout“ částečně publicistický titulek, na titulní straně tentokrát z logických důvodů není útvar „99 slov“)

Poutací pruh – 1810

Volby 2010. Vítězové a poražení (upoutávka na mimořádné volební zpravodajství, tedy na velkou událost, zachycuje opět „vítěze“/Zdeňka Tůmu a Bohuslava Sobotku i „poražené“/Radka Johna, zároveň upozorňuje na další aktuální info na internetu, je přehledný a splňuje redakční pravidla)

Domácí strany – 1810 (všech 8 domácích stran, pokud nepočítáme titulní, věnují HN volebnímu zpravodajství, spoléhají na výraznou grafiku a obrazovou složku, naprosto v souladu s redakčními pravidly/pokud bychom nějakou výtku chtěli najít, tak snad jedině, že i v barevných grafech se čtenář může ztratit)

1. Volby, analýza/Pět věcí, které jsou po víkendu jinak
2. Do čela Prahy míří Tůma. I s ODS
3. Jiří Dientsbier, kandidát ČSSD na pražského primátora: Budu jednat tak, aby koalice ČSSD s ODS nevznikla
4. ODS udržela radnice. Bodují Chalupa i „odepsaný“ Vodrážka
5. Karolína Peake, poslankyně a zastupitelka VV na Praze 1: Propad? Je na nás vidět víc než dřív
6. Foto/Překažený spánek
7. „Korupční“ radnice se otřásly
8. Opět ve hře: Dvořák, Palas, Poche
9. Do Senátu míří statečná lékařka z Mostu
10. Čunek se vrací. Lidovci zabodovali hlavně na Moravě
11. Onderka v Brně vyhrál, primátorem ale být nemusí
12. Boží Dar: obec, kde dluhy nikomu nevadí
13. Kdo vyhrál a kdo povede velká města
14. Vládní koalice musí vyhrát skoro všechno. Jinak přijde o většinu v Senátu

Titulní strana – 1910

1. Vznikají první velké koalice, Nečasovi navzdory (povolební vyjednávání, do komunální politiky vtaženo celostátní vedení politické strany, souhrnný článek o stavu jednání ve velkých městech)
2. Foto/Všichni proti Sarkozymu (článek s fotografií, zahraniční událost, je čitelná s pomocí titulku, navíc nahrazuje chybějící snímek u otvíráku)
3. Stavební spoření – Spořitelny očekávají vlnu nových smluv (ekonomické téma, upoutávka na byznysový sešit „Podniky a trhy“)
4. Lesy ČR – Lesy tají, kolik utrácí za externí právníky (vlastní investigativní zpráva, vzhledem k volbám obsahuje spodní část titulní strany)
5. 99 slov – Petr Honzejek (hodnocení vznikajících velkých koalic z nadhledu, splňuje redakční pravidla)

Poutací pruh – 1910

Téma HN – Vše o stavebním spoření. Jak vyžrát na dopady vládních škrtů (hlavní téma v byznysu, upoutávka spíše „neelitářská“ navzdory redakčním pravidlům, navíc bez fotografie)

Česká ostuda na poslední chvíli: Tyson nepřijede, čeští promotéři na něj nemají peníze (sportovně – ekonomické téma s přesahem a s celebritou, zpráva se objevila až ve večerních hodinách, proto je ocenitelná rychlost zpracování, namísto fotky byla vybrána karikatura)

Domácí strany – 1910

1. Fokus/Vítězové s poraženými. Na řadě magistrátů se rýsují velké koalice. Pravděpodobné jsou v Brně, Plzni či Budějovicích. Praha mezi nimi ale prý nebude (pohled do velkých měst, ten hlavní do Prahy, kde žije pravděpodobně hlavní složka cílové skupiny, tedy elit, nabízí kontext a znovu důsledně pracuje s terminologií „vítězů“ a „poražených“, práce s grafikou, ale v mírnější podobě – pražský vyjednávací kolotoč)

- Dilema ODS: Vzdát se Prahy nebo Blažka s Richterem
- Praze hrozí kvůli manévru ODS zrušení voleb
- Poslanec dovedl ODS k rekordnímu výprasku
- Jak se domlouvají koalice ve velkých městech

2. Výsledky/Extrémisté se oklepávají po knock-outu. ODS pálí ztráty na menších městech (stále povolební téma – rekapituluje výsledky extrémistů ve volbách a také hodnotí ztráty ODS v menších městech, z tohoto důvodu jde logicky o menší téma)

- ČSSD vyráží do ulic. ODS straší rudou hvězdou
 - Rána pro ODS: ztráty okresů
 - Dělnická strana propadla. Nezískala ani jeden mandát
3. Hospodaření státu – Právníci státních lesů: tajní a milionoví (pokračování exkluzivní vlastní zprávy, kvůli volbám až na straně 5, důležité byznysové téma)
 4. Justice – „Vor v zákoně“ z Arménie osvobozen (denní událost, relevance u ní není zřejmá, pracuje se složitou terminologií „vor v zákoně“, agenturní informace bez dalšího přesahu – porušuje redakční pravidla)
 5. Ekologie – Na severu Čech hoří skládka (aktuální zpráva, spíše poutá na internetové stránky listu)
 6. Restituční spory – Za komunistů získali vilu po emigrantech, pak o ni přišli. Štrasburk je teď odškodnil (téma s fotografií, splňuje redakční pravidla – kontext, nový pohled, přínos, relevance)
 7. Železnice – Stát ruší nevyužívané lokální tratě (ekonomické téma, připojena přehledná grafika rušených tratí)
 8. Praha – Měsíc s okruhem: 80 tisíc aut denně a 19 milionů za mýto (pražské téma, splňuje redakční pravidla z hlediska zmiňované cílové skupiny a potenciálních čtenářů, analytické pojetí včetně grafického vypíchnutí pěti slabých míst okruhu – pouze je sporná velikost tématu z hlediska celé společnosti)
 9. Jednání se Slováky – Při zavádění reformy se poučte z našich chyb, vzkázala Čechům Radičová (diplomatická informace, ale se zajímavou fotografií polibku slovenské premiérky s českým expremiérem – ta však má ve vztahu k celému jednání jen těžko postřehnutelný vztah)
 10. Pátrání – Policie dál hledá nezvěstnou dívku (celospolečenské téma, souhrn bez dalšího přesahu, jen informativní)
 11. Celkové výsledky voleb do zastupitelstev obcí konaných ve dnech 15. a 16. října 2010 (povinně zveřejněné oficiální výsledky, kritéria se na tento článek nedají aplikovat)

Titulní strana – 2010

1. Kalousek vrací úder. Kontrola má najít Vondrovo plýtvání (vlastní, exkluzivní zpráva – v souladu s redakčními pravidly jako otvírák, nabízí také přehlednou grafiku sporných bodů ve vztahu obou ministrů Nečasovy vlády)
2. Jaderná energetika – Vláda: O Temelínu rozhodneme my, ne ČEZ (byznysová zpráva, odkaz na téma ve druhém sešitu)
3. Senátní volby – Julínek vyhrotil boj o senátní křeslo (krátká upoutávka vracející čtenáře k senátním volbám)
4. Box – Ostuda s Tysonem může stát miliony (upoutávka na sportovně – ekonomické téma zpracované na domácích stranách, vrací se k informaci, o které HN už v úterý psaly, pracuje s tématem dál)
5. 99 slov – Martin Jašminský (komentář k tématu z jaderné energetiky, poněkud postrádá nadsázku a ironii, patří k méně povedeným)

Poutací pruh – 2010

Dnes vychází příloha HN – iN PODZIM. Nejbarevnější část roku očima českých fotografů (upoutávka na přílohu, využívá „barevnosti podzimu“ také v barvě použitého písma)

Multikulturalismus a Německo. O kvalifikované cizince stojíme, hlásí Němci (zahraniční téma, není od upoutávky na přílohu zřetelně oddělené a vyvolává dojem, že se o něm píše také v příloze)

-Poutací pruh opět nepracuje s fotografií, jen nabízí otisk titulní strany Magazínu, můžeme to chápat jako specifický den, kdy chce list upozornit na svou přílohu

Domácí strany – 2010

1. Fokus/Kauza Vítkov: Dnes soud rozhodne (upozornění na očekávanou událost dne, nabídnutí kontextu, nového pohledu, lidského příběhu, navíc došlo taky ke zdařenému nenásilnému pokusu o spojení s dominantním tématem komunálních voleb, téma nevyžadovalo grafiku, stačil jen přehledný infobox s popsány body obžaloby a obhajoby)

- Po roce a půl padne rozsudek v kauze Vítkov. Důkazů je hodně
- „Osamělý vlk“ může dostat 25 let
- Dravý obhájce ex offio jde do politiky

2. Volby 2010/Očista ODS, kampaň před 2. kolem senátních voleb (povolební vyjednávání, zaměřuje se na „očišťování“ pověsti ODS, vyjednávání o pražské

koalici, znovu shrnuje aktuální vývoj ve městech a otevírá 2. kolo senátních voleb
výroky bývalého ministra zdravotnictví, tedy známé osobnosti)

- Čistka v „trafikách“? Počkejte si
- Koalice ODS a TOP 09 dostala ránu
- Vítězná hnutí střízlivější z euforie
- Julínek zaútočil ostře na Žaloudíka
- Olomouc, Kolín a Hlinsko: koalice dojednány

3. Vláda – Otevřený spor dvou vlivných ministrů (vlastní zpráva podrobně rozpracovaná, byla otvírákem přesně podle redakčních pravidel, ocitá se však až na straně 4, což je pro vlastní agendu podle redakčních pravidel poměrně „zadní“ místo, dobře je zvolená fotografie, která článek činí ještě více srozumitelným – ministr obrany před logem českého předsednictví Evropské unii v době, kdy byl vicepremiérem pro evropské záležitosti)

4. Praha – Část okruhu má opět zelenou, ale ne peníze (pražské téma, HN pokračují v úterní agendě, celorepubliková relevance však není vysoká)

5. Počasí – Havrani potvrzují teorii o nezvykle kruté zimě (zajímavost, okrajové a spíše doplňkové téma dostalo nepatřičný prostor ve dvou sloupcích)

6. Soud – Pozemky Hiltonu: sleva 497 milionů (soudní jednání, široce rozpracované, jde už o druhý soud v jednom vydání, hrozí monotematicnost)

7. Soud – Proti Spyrovi chyběly přímé důkazy (znovu soud, navíc umístěný vedle předchozí zprávy, čtenář si je podvědomě spojuje a pokud ne, tak se snaží najít, jestli spolu opravdu oba případy nesouvisí – odvádí ho to od soustředěného čtení)

8. Zdravotnictví – Brno staví hotel pro pacienty s rakovinou (poměrně nesrozumitelná fotografie, důležité a závažné téma)

9. Policie – Ukrajinský politik zadržen v Praze (krátká politická informace)

10. Statistika – Češky žijí déle a jsou vzdělanější (statistika, jen stručně bez přesahu)

11. Pátrání – Případ nezvěstné zdvihl solidaritu (stručné připomenutí případu „Anička“, pracuje se s jednoduchým elipsovitým titulkem, článek odkazuje na celospolečenský zájem o případ – tomu však neodpovídá malá velikost tohoto článku)

12. Spor o obrazy – Epopej se stala kulturní památkou (sledované téma popsané stručně)

13. Liberec – Bývalému řediteli policie hrozí 8 let (rozsah odpovídá regionálnímu tématu)

14. Žebříček – Česká centra vědy bodují (další statistika bez přesahu)

15. Box – Po Tysonově „návštěvě“ milionové škody (rozpracované sportovně – ekonomické téma s infoboxem a fotografií, splňuje redakční pravidla – objevuje se celebrita z oblasti sportu a čitelné jsou taky dopady na cílovou skupinu listu, která měla pravděpodobně být i cílovou skupinou odvolané akce)

16. Armáda – Vojáci postavili poslední provizorní most po povodních (návrat k letnímu tématu povodní, informace o dalším vývoji v oblasti)

Titulní strana – 2110

1. Vládní solární balíček padne hlavně na ČEZ (vlastní zpráva má přednost před jinými, i před událostí dne kauzou Vítkov, je z oblasti byznysu, správný postup, jasné vymezení tematických priorit)

2. Kauza Vítkov – Klaus se podivuje: Proč tak přísné tresty? (událost dne, přesto v dolní polovině strany s nepříliš výraznou fotografií, prostor by jí asi mohl být věnovaný větší, ale takto se přesně projevují redakční pravidla, kdy má přednost vlastní agenda, text pracuje s reakcí prezidenta, tudíž není zejména o trestech, ale posouvá se někam dál – předpoklad: čtenář výši trestů zná z internetu nebo z jiných médií)

3. Šéfka Vodafonu opět vítězí („falešný“ otvírák s fotografií, poutá na anketu listu a velký rozhovor s její vítězkou, přesto není titulek bez kontextu zcela srozumitelný)

4. Byznys – Kanadanka Muriel Anton potřetí vyhrála soutěž HN (text k předchozí fotografii, selfpromo, HN v den po vynesení verdiktu nad žháři přináší kromě reakcí na něj na titulní straně pouze svou agendu, což zcela vyhovuje stanoveným kritériím)

5. 99 slov – Petr Honzejek (komentář ke kauze Vítkov)

Poutací pruh – 2110

25 žen českého byznysu. Mimořádná příloha uvnitř listu (je otázkou, zda tři selfproma na titulní straně nejsou příliš, ale zvolená společná fotografie účastnic ankety HN o nejvlivnější ženy českého byznysu poutá pozornost a pravidlům vyhovuje)

Domácí strany – 2110

1. Fokus/Tvrdé tresty. Za útok, při kterém loni v dubnu málem uhořela dvouletá dívka, poslal soud čtyři útočníky na nejméně dvacet let do vězení (dvě strany o hlavní události dne vyvažují uměnění článku na titulní straně, nabízejí kontext –

zkoumají, jaké tresty dostávají rasisté v sousedních zemích, přinášejí vývoj kauzy a přehled největších rasisticky motivovaných zločinů u nás a v zahraničí, dva dny po sobě je tedy téma Fokusu stejné, což rovněž ilustruje pečlivost, s jakou se redakce tomuto tématu v souladu se svými pravidly věnovala)

- Soud: Při plánování této vraždy neexistuje polehčující okolnost
 - U soudu mi bylo špatně, říká matka oběti
 - Největší rasisticky motivované zločiny v ČR
 - Rasisticky motivované zločiny v zahraničí
 - U sousedů jsou vůči rasistům mírnější
2. Vláda – Kontrola zkoumá miliardový rozpočet předsednictví EU (pokračování vlastní zprávy, informace o dalším průběhu)
 3. Kalousek si udělal z ministerstva svou zbraň (překračuje rámec zpravodajství, což naznačuje i publicistický titulek, příliš komentářový článek)
 4. Volby do Senátu – Kandidát VV může mít potíže. Agituje při nemocenské (připomínka voleb do Senátu, pokračování vlastní zprávy, opět v kontextu, s novými názory)
 5. Janáčková rozesílá voličům sirky (krátký článek o další kandidátce do Senátu, splňuje kritéria)
 6. Počasí – Do Česka přijde déšť, sníh a mráz (článek o počasí působí spíše „do počtu“)
 7. Neštěstí – Vlak srazil dva dělníky (nešťastná událost bez přesahu)
 8. Justice – Grosse žalují dvě údajné věritelky (politika + krimi, známá osobnost, jen krátký článek bez významného přesahu)
 9. Ekologie – Stromem roku je 443 let starý dub (výsledek ankety s „uklidňující“ fotografií, která je značně srozumitelná)
 10. Nejmocnější ženy/Soutěž a anketa HN (výsledky vlastní ankety a reportáž, zpracování na celou stranu, jednoznačně vlastní agenda, tudíž splněná pravidla)
- Nejvlivnější ženy? Němcová a Klausová
 - Vlivné ženy českého byznysu: Kéž by náš úspěch konečně nikoho nepřekvapoval
11. Vláda – Sto dní vlády: nové daně, škrty a hádky (hodnocení sta dnů vlády, analýza, kontext, téma je spíše samonosné, ale pravidla porušena nebyla)
 12. Jak se vede jednotlivým ministrům Nečasovy vlády (hodnocení jednotlivých členů vlády, pouze slovně, nikoliv zcela subjektivně známkováním)

13. Výzkum – Vědci z Brna dokážou zrychlit umělé oplodnění (věda, nová informace na poměrně velké ploše)

14. Kauza – Hiltonu slevil půl miliardy. A dobře jsem udělal, říká (pokračování vlastní kauzy, vhodně umístěné na straně 7 – závažnost není vysoká - i ve vhodném rozsahu)

Titulní strana – 2210

1. V cizích rukou je téměř 70 procent české ekonomiky (vlastní a byznysová zpráva doplněná grafikou, bezvýhradně splňuje redakční pravidla)

2. Energetika – Hledá se viník cen elektřiny, na odpis je šéf cenového úřadu (spojení byznysu a politiky, vlastní zpráva odkazující na rozhovor s premiérem, můžeme vytknout snad jen opakování slovesa „je“ u otvíráku stejně jako u článku č. 2)

3. Senátní volby – ČSSD stačí k odložení škrtnů sedm senátorů (nezpravodajské předjímání dopadu výsledku senátních voleb na hlasování o vládních reformách, zároveň však v den voleb nepřímo přináší informaci o jejich konání, čímž se věnují důležité události následujícího víkendu, byl nalezen kontextový motiv praktického projevu výsledků, čímž se volby stávají srozumitelnějšími)

4. Létající poslanci – Sněmovna mlží: lety poslanců stály dvojnásobek (vlastní zpráva o politice, detailnější zpracování uvnitř listu)

5. 99 slov – Luděk Mádl (sportovní komentář, týká se chování předsedy Českomoravského fotbalového svazu, které srovnává s chováním ministra vnitra, nepostrádá nadhled a ironii)

Poutací pruh – 2210

Čtyři lvi, opravdu jiný film. Černá komedie o sebevražedném útoku v Británii (upoutávka na kulturní rubriku, nevyužívá fotografii, poutací pruh působí temně)

Magazín + Víkend. Matematik, jehož algoritmy ovládají světové burzy. Rozhovor s Karlem Janečkem (rozhovor, který odpovídá zaměření listu, zpovídánou není celebrita, bohužel osobu nevidíme na obrázku příliš moc, je otištěna pouze titulní strana daného Magazínu, ale ve velmi tmavých barvách, v tomto byla redakční pravidla o využívání fotografie v poutacím pruhu porušena)

Domácí strany – 2210

1. Fokus/Komu opravdu patří Česko. HN zkoumaly, komu patří stovka největších firem v Česku. Českých je jen 30 procent, 70 procent patří cizincům (Fokus tentokrát uchopený trochu nešťastně, pokračuje až na stranu 4, což ale není zjevné,

opět vidíme výraznou grafiku a použití obrázků, ale analýze poněkud škodí velká reklama na straně 3, která budí dojem, že do Fokusu patří, neboť na ní podle všeho jsou děti ze zahraničí, nemá žádný výrazný nápis, slůvko „inzerce“ příliš nápadné není, bylo porušeno redakční pravidlo srozumitelnosti)

- Cizí investice Česku pomohly. Teď ale chybí „domácí“ banka
- Vlastnictví podle oborů (grafy)
- Čechům patří jen polovina „Václaváku“

2. Létající poslanci – Sněmovna fixluje, lety byly dražší (nezpravodajský titulek, vlastní zpráva přehnaně upozorňující na problém, ale otevírá nový problém, provádí veřejnou kontrolu, což pravidlům nastolování agendy neodporuje)

3. Pátrání – Policisté mají podezřelého v případě zmizelé Aničky (nová skutečnost v dlouhodobém případě ztracené dívky z Prahy, až na straně 5, přestože jde o velké společenské téma)

4. Kauza Vítkov – Svět: politici soudy nekritizují (reakce na výroky českých politiků a jejich srovnání s chováním zahraničních politických osobností, článek s přesahem navazující na denní agendu, ale rozvíjející)

5. Druhé kolo senátních voleb: 27 duelů („tablo“ soubojů ve 2. kole senátních voleb, působí přehledně a je srozumitelné)

6. Nečas: volby můžou zpozdit vládní úspory (doložení oprávněnosti článku na titulní straně, kde se předjímal možný dopad výsledků voleb do Senátu, opět tedy volby v kontextu s novým, spíše analytickým, pohledem)

Šéfredaktor Hospodářských novin Petr Šimůnek o titulní straně svého listu: „Myslím, že to vyplývá z charakteru těch novin. Naše noviny se zabývají především politikou, byznysem a věcmi, které s tím souvisejí, a snaží se je podávat v kontextu. Z toho vyplývá, jaká témata se na naší titulní straně mohou objevit. **Kdybyste si dělal nějakou tematickou analýzu, tak určitě třetina z toho budou témata byznysu, třetina zahraniční,** protože jsme noviny, které mají nejširší zahraniční zpravodajství ze všech, **a třetina budou zprávy z domácí politiky.**“

Ověření platnosti tohoto výroku:²⁰⁶

Témata titulní strany ve sledovaném týdnu

Pondělí (domácí politika)

Úterý (domácí politika, zahraničí, 2 x byznys)

Středa (3 x domácí politika, byznys)

Čtvrtek (domácí politika, 2 x byznys, jiné)

Pátek (2 x byznys, 2 x domácí politika)

Celkem: 17 (8 x domácí politika, 1 zahraničí, 7 x byznys, 1 jiné)

Výrok platí z hlediska témat, nikoliv však z hlediska jejich poměrného zastoupení. Pokud pomíneme kauzu verdiktu nad žháří z Vítkova, zůstane 16 zpráv, z nichž celou polovinu tvoří domácí politika. O něco málo méně byl na titulní straně zastoupen byznys. Nechme stranou, že některé články působí jako politicko – byznysové a nedají se přesně zařadit. Zcela nepochybné zůstává, že zahraničí ani zdaleka ve sledovaném týdnu nezabíralo třetinu témat na titulní straně. Bylo jen jedno a navíc ve formě velmi krátkého článku pod fotografií. Nebudeme dál rozebírat příčinu takového postupu redakce Hospodářských novin, protože se v naší práci primárně zabýváme zpravodajstvím domácím, nikoliv zahraničním. Protože jsme byli vyzváni k tematické analýze, udělali jsme ji. Výsledek však výrok nepotvrzuje.

Souhrn

Hospodářské noviny pracují navenek i uvnitř koncepčně. Vyplácí se jim, že mají víceméně definovaný rámec, ve kterém působí. Pak také daleko snáz než jiné noviny určují svou vlastní agendu. Ač jsme nezjistili úplnou shodu výroku šéfredaktora ohledně titulních stran a skutečných vydání, široký rozptyl témat rozhodně identifikován nebyl. Taky platí, že vlastní agenda má přednost před velkou událostí. Kauze žhářů z Vítkova patří den po vynesení rozsudku pouze spodní část strany 1, protože otvírákem je zpráva o vládním solárním balíčku a zdražování elektřiny. Často jsme viděli vlastní zprávy, objevilo se jen minimum krátkých, „agenturních“ zpráv. Tím se sice zužuje tematická agenda, ale obsah je bezpochyby zkvalitňován. Naprosto výjimečná byla titulní strana v pondělí po komunálních volbách. Přinesla jen jednu zprávu, ve které dostal prostor souhrn výsledků a redakční komentář

²⁰⁶ Jednotlivá témata pro přehlednost označujeme stejnými výrazy jako šéfredaktor Hospodářských novin bez bližších charakteristik. Nezapočítáváme specifickou „rubriku“ 99 slov.

šéfredaktora. Komunální volby zpracovaly Hospodářské noviny s výraznou grafikou, což splňuje jejich redakční kritéria. Navíc oceňujeme schopnost dodržení terminologie. Během povolebních dnů využívají HN ve vztahu k aktérům voleb označení „vítěz“ a „poražený“. Mohli bychom to chápat jako labeling, ale média většinou s různými pojmenováními nakládají spíše volně. V jiných tématech není vždy dodržován princip listu pro elity. Ale neznáme přesně preference elity. Pokud by byly určitým způsobem vymezeny, mohli bychom tento případný odklon anebo naopak bezprecedentní dodržování posoudit precizněji. Hospodářské noviny se snaží události zachycovat v kontextu a analyzují je. Například už zmiňovaný verdikt nad žháři z Vítkova podrobně rozebírají, ačkoliv ho na titulní straně spíše upozadily. Věnovaly se mu v den, kdy se rozsudek očekával a také během dne po tomto rozsudku. Zároveň však nezapomněly na své pravidlo, že vlastní informace má vždy přednost. Až na drobné výjimky jsme nenalezli výraznější odklony od kritérií.

7.3.3 Výsledek testu jednotlivých novin z hlediska dodržování pravidel tematické agendy

Relativně nejlépe vyšly z testu Hospodářské noviny následované Mladé frontou DNES a Lidovými novinami. Ovšem zcela bezprecedentní dodržování pravidel jsme nezaznamenali. Jaké noviny by se podle Karla Hvížd'aly mohly považovat za prestižní? „U nás bohužel se tomu blížily donedávna jen Hospodářské noviny, ale myslím, že už se tomu taky vzdalují. Asi ještě z konkurence vycházejí nejlíp, jenže ten problém spočívá v tom, že tam je řádově 50 redaktorů a s tím počtem nemůžete dělat prestižní noviny. Po třetí mediální krizi si třeba šéfredaktor Süddeutsche Zeitung klade otázku, jestli je možné ještě dělat seriózní noviny s menším počtem než 300 redaktorů. No a takové noviny jako New York Times nebo Washington Post, dělá stále asi 1200 lidí a před deseti a více lety to bylo 2 500 redaktorů. A část těch lidí vlastně nejsou redaktoři, ale jsou to rešeršisté, kteří informace sbírají, třídí, a pak ověřují to, co píší redaktoři. To tady není ani v jedněch novinách.“²⁰⁷ Výsledek testu se víceméně s tímto pohledem shoduje. Na českém trhu budou Hospodářské noviny pravděpodobně prestižní, ovšem jejich prestiž platí jen v našem prostředí. Čím je dáno postavení Hospodářských novin? „U Hospodářských novin je už z názvu jasné, že se tam vždy akcentuje ekonomika, to je evidentní.

²⁰⁷ Příloha na CD, Hvížd'ala, s. 1, 2.

Když si kliknu a podíváme se na dnešní iHned, vidíme, že začínají na hlavní stránce článkem o tom, že elektřina zdraží méně, což samozřejmě by si žádné z těch srovnatelných novin nedovolily. Další zpráva: Česká stopa z WikiLeaks a jak se rušil radar už je zpráva, která by zřejmě mohla být ve všech zmiňovaných novinách, ale už ta třetí zpráva o tom, že ministr Drábek slibuje vyšší důchody bohatším lidem, by se asi na těch ostatních novinách nedostalo na titulní stránku. Kdybychom šli takto dál, zjistíme, že jen ta akcentace ekonomiky noviny odlišuje. To je to hlavní, co nabourává hierarchii popnovin.”²⁰⁸

Vzájemnou odlišnost ve zpravodajství mezi Mladou frontou DNES a Lidovými novinami Karel Hvížďala nacházel jen obtížně: „Tak oboje dělal pan Šafr a silně tyto noviny poznamenal. V obou redakcích sedí jeho fámulové, tím je určen jejich obsah. A druhý rozdíl je samozřejmě v tom, že Mladá fronta má podstatně víc redaktorů. Tím pádem si může dovolit mít některé materiály delší, na kterých se déle pracuje, což si většinou Lidovky nemohou dovolit, nepočítáme-li jejich Orientaci, která je doopravdy velmi slušná. Je třeba říci, že tu ovšem založil taky pan Šafr.”²⁰⁹

Při srovnání s německými novinami Hospodářské jako nejprestižnější české prohrávají. Důvody opět popsal Karel Hvížďala: „Ta první odlišnost spočívá v tom, že prestižní noviny si troufnou jít mnohem hlouběji do tematiky, kterou považují za důležitou. Nebojí se, že tím odradí čtenáře, když se budou zabývat do hloubky věcmi, které jsou složité. A za druhé, se mnohem víc věnují zahraničí. Není to tak jako u nás, že třeba Mladá fronta má rubriku Z domova a Ze světa. My se do světa nepočítáme, svět začíná za našimi humny. Toto samozřejmě v Evropě nikde nenajdete, usvědčuje nás to z blbosti. Prestižní noviny mají na všechno odborníky a velká rešeršní oddělení, která vše po redaktorech kontrolují. Taky tam nikde nenajdete, aby byli v redakci tři nebo čtyři komentátoři, kteří píšou o všem. To je nemyslitelné. Tam je každý odborník na něco a když ho nemají v redakci, tak ho mají nasmlouvaného. Něco jiného jsou sloupky, ale komentáře prostě musí být analýzou. Při počtu 300 nebo 350 redaktorů, je evidentní, že mohou být velice specializovaní. Třeba Washington Post má oddělení pro sledování prezidenta o padesáti redaktorech. Každý sleduje jenom kousek jeho činnosti. Když on někam

²⁰⁸ Příloha na CD, Hvížďala, s. 2.

²⁰⁹ Příloha na CD, Hvížďala, s. 2, 3.

jede, tak odborník na tuto oblast to hned umí analyzovat a dát do souvislostí a chytit ho na švestkách nebo pochválit.”²¹⁰

Nabízela se samozřejmě i otázka, jestli mohou české noviny svou úrovní někdy dohnat prestižní západní noviny. Výhledy odborníka se jeví pesimisticky: „V nejbližší dekádě nevidím tu možnost, protože ten trh je hrozně malý a informace na něm mají příliš nízkou cenu. Deset milionů obyvatel je strašně málo. Tím pádem se tady těžko uживí prestižní noviny, protože co vím, tak poslední průzkumy ukazovaly, že takové noviny by tu četlo 20 000 nebo 30 000 lidí. Takové noviny by samozřejmě musely být hrozně drahé. Mělo by nás to ale víc nutit číst zahraniční noviny, a tím se učit cizí jazyky.”²¹¹

²¹⁰ Příloha na CD, Hvížd'ala, s. 5.

²¹¹ Příloha na CD, Hvížd'ala, s. 5.

Závěr

Naše práce hledala pravidla pro stanovování agendy v jednotlivých českých novinách. Zajímali jsme se o Mladou frontu DNES, Lidové noviny a Hospodářské noviny. Zjistili jsme, že žádné pevně stanovené postupy neexistují. Redakce se řídí nejvíce citem, intuicí, zkušenostmi. Jedná se tedy o čistou dojmologii, co novináře vede. Totéž platí také o znalostech potřeb čtenářů. Respondenti sdělovali, že přibližně tuší, co lidé chtějí číst, jaká témata je zajímají, ale přiznávali, že tyto představy nemají dokázána jakýmikoliv statistickými daty. Průzkumy chápou jako „zajímavé čtení“, které však nemohou považovat za přínos ke své činnosti.

Samotný proces hledání postupů pro určování důležitosti témat hodnotíme jako obtížný. Ukázalo se, že jsme pátrali po něčem, co reálně neexistuje. Přesto to nepovažujeme za zbytečné, protože každé noviny pracují určitým způsobem. Jejich zaměstnanci vybírají témata, o kterých budou psát. K tomu musí použít například svou intuici. Tato intuice však také z něčeho vychází, má někde své kořeny. I proklamované zkušenosti, které novinář musí mít, aby věděl, čím veřejnost zaujmout, nezískal nahodile.

Schvalování tématu v redakci vykazuje podobné rysy ve všech třech zkoumaných novinách. Vždy je ustaven vícestupňový systém porad. V prvním stupni se schází vedoucí domácího zpravodajství se členy svého oddělení. Po této první selekci bývá přistupováno k hlavní poradě, které se účastní zástupce vedení celé redakce. Na ní jsou přítomny všechny funkce, jejichž pracovní pozici jsme podrobně mapovali v naší práci – tedy šéfredaktor (případně jeho zástupce), vedoucí domácího zpravodajství a hlavní editor. S nimi jsme hovořili záměrně, neboť jejich volba témat se pro každé noviny ukazuje jako klíčová.

Témata na titulní straně představují nejdůležitější materiály z daného vydání. V tomto případě jsme našli rozdíl, protože Mladá fronta DNES upřednostňuje „velké události“, Hospodářské noviny vždy preferují vlastní agendu a Lidové noviny oba postupy kombinují. Tento dílčí závěr jsme však značně zjednodušili, i když z rozhovorů i praktických ukázek sledovaného týdne vyplynul. Pokaždé však platí, že záleží na kontextu všech zpráv, na závažnosti událostí dne, případně povaze vlastních zjištění. Zejména Mladá fronta DNES a Lidové noviny tendují k „vyvažování“ jednotlivých stran. Prakticky se to projevuje tak, že dvě negativní zprávy kompenzují jednou méně závažnou. Velké diskuse se vždy vedou okolo

otvíráku, tedy hlavního článku vydání a obtížný rovněž bývá výběr fotografie, díky níž se na titulní stranu může dostat sice fotogenické, ale méně závažné téma.

Podstatné rozdíly mezi zastoupenými funkcemi zaznamenány nebyly. Musíme však upozornit na zjištěný fakt kumulace funkcí, kdy jeden člověk personálně pokrývá více činností (například Ondřej Neumann z Hospodářských novin vede domácí oddělení a je navíc zástupcem šéfredaktora nebo Jan Dražan z Lidových novin zastupuje šéfredaktora a působí také jako editor). Jak upozornil analytik Karel Hvízd'ala, právě nedostatek lidí v redakcích determinuje české noviny jako méně vyspělé v porovnání se zavedenými médii ze „staré“ Evropy. Vzhledem k ekonomickým úsporám Hvízd'ala nevidí možnost změny v dohledné době.

Na tematickou agendu novin má rozhodující vliv šéfredaktor, avšak tázaní sdělovali, že se ve všech redakcích vede na poradách diskuse, v žádné z nich nepřicházejí direktivní rozhodnutí. Ovšem šéfredaktor může „ohlídat“ sledování určitého tématu, pokud o něj autoři ztrácejí zájem. Ale opětovně zdůrazňujeme, že naše závěry vycházejí pouze z odpovědí respondentů, nebyly ověřovány přímou účastí na redakčních poradách.

Souběh dvou mimořádných událostí by noviny uměly vyřešit, ale záleželo by, o jaké události by se konkrétně jednalo. Pokud byli respondenti ochotni o tomto tématu diskutovat, říkali, že by se na první straně věnovali textově zprávě, která postrádá výraznější obrazový materiál a naopak ke druhé zprávě by přiřadili fotografii a větší prostor by jí dali uvnitř listu. Tento závěr však není ničím jiným než spekulací. Navíc ze zkušenosti víme, že mimořádně exponované situace se neodehrávají naráz. Přesto jsme chtěli respondenty postavit před zdánlivě nereálnou možnost, kterou by byli nuceni nějak řešit.

Vnitroredakční analýza je pozoruhodná v případě Lidových novin. Nalezli jsme rozpor v pohledu na zpracování titulní strany během sledovaného týdne. Souběh vlastního článku a důležitého sdělení vyhodnotili tak, že oba články zařadili vedle sebe jako dva rovnocenné otvíráky. V rozhovorech potvrdili, že během porad se o to vedla dlouhá debata, kterou musel řešit až šéfredaktor. Rozhodně tak neplatí, že by výsledná podoba konvenovala všem názorům a představám v redakci.

Naopak konzistentně ve svých stanoviscích působili představitelé Hospodářských novin. Rozpory ve vyjádřeních bychom hledali jen obtížně. Respondenti působili přesvědčivě. K tomu jim pravděpodobně pomáhá jasné vymezení listu, které se dost výrazně orientuje na ekonomiku. Tato jednoznačně

definovaná tematická agenda se prokazatelně odlišuje od „všeobecného“ zaměření Mladé fronty DNES a Lidových novin. Také proto se vyjádření představitelů těchto dvou listů ve vnitroredakčním porovnání jeví značně rozporuplně.

Pokud bychom komparovali Mladou frontu DNES a Lidové noviny z hlediska nastolování vlastní agendy, vycházely by lépe prvně jmenované noviny. Jejich redakce je vícečlenná, proto může generovat texty „exkluzivnějšího“ charakteru než jaké nabízejí Lidové noviny. Ovšem na druhou stranu jsme během monitorovaného týdne objevili v LN text, který rozvíjel zprávu z tiskové konference a nabízel nové souvislosti. Mladá fronta DNES s ním naopak dál nepracovala.

Pravidla výběru témat stanovená na základě rozhovorů jsme aplikovali v praxi pro porovnání se skutečnou tematickou agendou novin. I zde vyšly z analýzy relativně dobře Hospodářské noviny, které do značné míry drží svou stanovenou linku. Nejvíce kolísavé byly znovu Lidové noviny. Přesto bychom nemohli tvrdit, že HN vycházely jednoznačně nejlépe a LN jednoznačně nejhůře. Jen škoda, že neexistují skutečná pravidla, která by si noviny určily samy.

Úzký český mediální trh působí současně na všechny troje noviny. Vzájemně se ovlivňují, kontrolují, o čem píše konkurence, co jim chybí, co mají navíc. Mladá fronta DNES a Lidové noviny pracují ve stejném vydavatelském domě, což vyvolává spekulace o jejich spolupráci. Důkazy však chybí a nezískali jsme je ani z porovnání agendy sledovaného týdne. Lidové noviny se snaží konkurenčně vymezovat proti Hospodářským novinám, i díky své rubrice o byznysu. Ovšem Hospodářské noviny pocítují jako významnějšího konkurenta Mladou frontu DNES. To může souviset s exkluzivními informacemi, které ve větším množství jednoznačně přináší MFD.

Mediální agenda českých novin má podle vyjádření tázaných ambici ovlivňovat veřejnost. Zda-li se jí to daří, může zjišťovat pouze obtížně, protože noviny věnují průzkumům jen okrajovou pozornost. Taky proto nepotřebují vytvářet relativně pevná pravidla, která by jim samotným usnadňovala každodenní činnost.

Naše práce může být inspirací pro další výzkumná šetření, zejména kvantitativního charakteru. Pokud by se měla se stejnou kvalitativní metodologií opakovat, bylo by potřebné ponechat výraznější časový odstup. Nemůžeme očekávat, že se redakční strategie změní z roku na rok a už vůbec ne z měsíce na měsíc. Současná praxe novinám vyhovuje, jinak by s ní nepracovaly. Navíc jsou ze své komerční povahy orientované na prodejnost, nikoliv na výsledky průzkumů.

Prameny a literatura

Prameny –časopisy

KALVAS, F. – KREIDL, M. *Jaký je vliv obsahu a struktury televizního zpravodajství na vnímání důležitosti vybraného tématu českou veřejností?*

In: Sociologický časopis, 2007, č. 2., s. 335. ISSN 0038-0238.

Prameny - internet

Economia.cz, [cit. 3. 11. 2010]

dostupný na [www:<http://economia.ihned.cz/494/obsah-sekce/o-spolecnosti/>](http://economia.ihned.cz/494/obsah-sekce/o-spolecnosti/).

Lidovky.cz, [cit. 3. 11. 2010] dostupný na [www:](http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_produkty-a-sluzby_lidove-noviny.htm)

[<http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_produkty-a-sluzby_lidove-noviny.htm>](http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_produkty-a-sluzby_lidove-noviny.htm).

MF DNES – největší seriózní noviny v ČR, [cit. 3. 11. 2010] dostupný na [www:](http://zpravy.idnes.cz/mfdnes.asp?flash=1)

[<http://zpravy.idnes.cz/mfdnes.asp?flash=1>](http://zpravy.idnes.cz/mfdnes.asp?flash=1).

Petr Šimůnek: Hospodářské noviny chtějí být médium pro nejchytřejší lidi v Česku.

Mediář.cz [cit. 3. 11. 2010] dostupný na [www: <http://www.mediar.cz/posezeni-na-pankraci/petr-simunek-hospodarske-noviny-chteji-byt-medium-pro-nejchytrejsi-lidi-v-cesku/>](http://www.mediar.cz/posezeni-na-pankraci/petr-simunek-hospodarske-noviny-chteji-byt-medium-pro-nejchytrejsi-lidi-v-cesku/).

REVUE PRO MÉDIA Č.10 – Heslář – Percepční schéma [cit. 7. 4. 2010] dostupný na [www: <http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/percepcnischema.htm>](http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/percepcnischema.htm).

Literatura

BOORSTIN, D. J. *Člověk tvůrce. Historie lidské imaginace*. Přel. Vaněk, J. 1. vyd. Praha: PROSTOR, 1996. 960 s. Přel. z: *The Creators. A History of Heroes of the Imagination*. ISBN 80-85190-48-6.

GRABER, D. *Processing the News. How People Tame the Information Tide*. 2. vyd. New York: Longman, 1988. 298 s. ISBN 0-8013-0047-9.

HENDL, J. *Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. 407 s. ISBN 80-7367-040-2.

- JÍLEK, V. *Psaná publicistická sdělení v kontextu teorie komunikace*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2004. 171 s. Studijní text.
- JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. 206 s. ISBN 978-80-7367-287-4.
- KALVAS, F. *Nastolování agendy. Role masové a interpersonální komunikace, osobní zkušenosti a genderu*. Plzeň: Západočeská univerzita, 2009. 160 s. ISBN 978-80-7043-805-3.
- Kolektiv autorů. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, Univerzita Karlova, 2001. 155 s. ISBN 80-246-0248-2.
- LIPPMANN, W. *Public Opinion*. 15. vyd. (návaznost na vydání z r. 1922). New York: The Macmillan Copany, 1956. 428 s. Bez čísla.
- MALÝ, J. *Jak využívají tištěné a elektronické deníky svou technologickou jedinečnost? Srovnání domácího politického zpravodajství MF DNES, Hospodářských novin a Aktuálně.cz*. Olomouc 2008. Bakalářská práce. 101 s. Univerzita Palackého v Olomouci. Filozofická fakulta. Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce D.Macháček.
- McCOMBS, M. *Agenda setting. Nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Přel. Kačer, T. – Nečas, V. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. 256 s. Přel. z: Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion. ISBN 978-80-7367-591-2.
- McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Přel. Jirák, J. – Kabát, M. 3. vyd. Praha: Portál, 2007. 447 s. Přel. z: Mass communication theory: an introduction. ISBN 978-80-7367-338-3.
- PÁNA, L. – SOMR, M. *Metodologie a metody výzkumu*. 1. vyd. České Budějovice: 2007. 164 s. ISBN 978-80-86708-52-2.
- POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti. Veřejná komunikace ve věku zábavy*. Přel. Reifová, I. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 1985. 192 s. Přel. z: Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business. ISBN 80-204-0747-2.
- STRAUSS, A. – CORBINOVÁ, J. *Základy kvalitativního výzkumu. Postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Přel. Ježek, S. 1. vyd. Brno: Albert, 1999. 206 s. Přel. z Basics of Qualitive Research: Grounded Theory Procedures and Techniques. ISBN 80-85834-60-X.
- TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006. 192 s. ISBN 80-7367-096-8.

VYBÍRAL, Z. *Vyšokovaný svět. Eseje a glosy z let 1997 – 2002*. 1. vyd. Hradec Králové: KONFRONTACE, 2003. 296 s. ISBN 80-86088-08-1.

ZICH, F. *Úvod do sociologického výzkumu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní. Edice: EUPRESS. 115 s. ISBN 80-86754-19-7.

- v seznamu pramenů a literatury uvádíme pouze materiály, na které je v práci přímo odkazováno, při citování respondentů uvádíme jejich odkaz ke transkripcím na CD
- k této práci přikládáme jedno CD s kompletními textovými transkripcemi použitých rozhovorů a s přehledovou tabulkou odpovědí

Seznam tabulek

Tab 1. Pravidla pro umístění zprávy na titulní stranu novin

Tab 2. Pravidla pro umístění zprávy v domácím zpravodajství novin (obecně)

