

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra žurnalistiky

BAKALÁŘSKÁ DIPLOMOVÁ PRÁCE

**PROPOJOVÁNÍ INTERNETOVÝCH A TIŠTĚNÝCH  
ŽURNALISTICKÝCH TITULŮ NA PŘÍKLADU IDNES.CZ  
A MF DNES**

**INTERCONNECTING PROCESS OF ONLINE AND PRINTED  
JOURNALISTIC TITLES ILLUSTRATED ON THE MODEL  
OF IDNES.CZ AND MF DNES**

Vypracoval: Jakub Ghanem

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Adam Javůrek

OLOMOUC 2009

**Čestné prohlášení:**

*Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracoval zcela samostatně za pomoci uvedené odborné literatury a internetových pramenů. Žádný ze zdrojů jsem nezamlčel. Počet znaků je 109 549.*

*V Olomouci dne .....*

*.....*

## **Abstrakt**

**Ghanem, J.** *Propojování internetových a tištěných žurnalistických titulů na příkladu iDNES.cz a MF DNES*

Olomouc 2009. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Filozofická fakulta. Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce A. Javůrek

**Klíčová slova:** média – internet – noviny – zpravodajství – publicistika – žurnalistika – MF DNES – iDNES.cz – propojování – sblížení

Ústředním tématem této práce je popis procesu propojování internetových a tištěných žurnalistických titulů, které k sobě mají personální, obsahový, ekonomický, majetkoprávní, popřípadě i jiný blízký vztah. Jako příklad byla vybrána dvě média spadající pod vydavatelství MAFRA, a sice internetový portál iDNES.cz a tištěný titul MF DNES. Práce se snaží popsat zmíněné procesy propojování tak, jak v praxi skutečně probíhají. Dále usiluje o rozkrytí a identifikaci důvodů, které vedou daná média k postupnému vzájemnému slučování některých jejich částí. Dotýká se z mediálního pohledu i určitých charakteristických rysů dnešní doby, které mají za důsledek proměny v chování recipientů mediálních sdělení a jako reakci na tyto proměny i nové postupy v žurnalistické profesi. Do publikace byly zapracovány také výsledky dotazníkového průzkumu, který se úzce vztahuje k rozebírané problematice.

## **Abstract**

**Ghanem, J.** *Interconnecting process of online and printed journalistic titles illustrated on the model of iDNES.cz and MF DNES*

Olomouc 2009. Bachelor's thesis. Palacký University Olomouc. Faculty of Philosophy. Department of Journalism. Thesis dissertation supervisor A. Javůrek

**Keywords:** media – internet – newspaper – news – publicism – journalism – MF DNES – iDNES.cz – interconnecting – convergence

The fundamental theme of the thesis is the process of interconnecting the internet and printed journalistic titles that are related on personal, thematic, economic, proprietary and further basis. As illustrating examples were chosen two media namely the portal iDNES.cz and the printed daily MF DNES edited under the publishing house MAFRA. Author is trying to identify the processes of interconnecting in their everyday reality and as well he is seeking the revelation and identification of the reasons that lead the media studied to the progressive unifying of some of their parts. From the medial point of view some contemporary characteristics are there concerned and also the consequent changes of how the media recipients mutually communicate are studied as well as the response within these transformations and the new course of events in journalism. The results of the inquiry research which is very closely related to the theme under study are also included in the publication.

**Poděkování:**

Děkuji vedoucímu bakalářské diplomové práce Mgr. Adamu Javůrkovi za odborné konzultace, připomínky k textu a metodické vedení. Rád bych také vyslovil poděkování Bc. Veronice Süssové za odborné rady, které poskytla při sestavování i vyhodnocování dotazníkového průzkumu. Zároveň děkuji všem respondentům, kteří se na průzkumu podíleli. Zvláštní poděkování patří zástupci šéfredaktora MF DNES Michalu Musilovi, neboť umožnil detailně nahlédnout na principy sbližování inkriminovaných titulů a nevyhýbal se odpovědím na citlivá témata.

## Obsah

Úvod .....	8
1. Tituly MF DNES a iDNES.cz .....	12
1.1 MF DNES.....	12
1.1.1 MF DNES – terminologické ukotvení .....	12
1.1.2 Stručná historie deníku .....	12
1.1.3 Obsah listu .....	13
1.2 Portál iDNES.cz.....	14
1.2.1 Stručná historie a charakteristika portálu .....	14
1.3 Pozice produktů ve struktuře mediální společnosti MAFRA.....	17
2. Integrace.....	19
2.1 Základy propojování .....	19
2.2 Důvody propojování .....	20
2.2.1 Ochrana exkluzivity .....	20
2.2.2 Úspora personálních zdrojů na pozadí textové diference.....	22
2.2.2.1 Odlišné preference internetového publika .....	22
2.2.2.2 Určení priority sdělení .....	23
2.2.2.3 Titulky .....	24
2.2.2.4 Lead .....	25
2.2.2.5 Členění odstavců .....	25
2.2.2.6 Úspora pracovních sil .....	26
2.2.3 Potřeba přilákání a udržení čtenáře .....	28
2.2.3.1 Vzájemná propagace .....	28
2.2.3.1.1 Propagace latentní (skrytá).....	29
2.2.3.1.2 Propagace manifestní (zjevná) .....	38
2.2.3.1.3 Další formy propagace.....	48
2.2.3.2 Zasažení nové cílové skupiny .....	49
2.2.4 Snaha o personální prolnutí a zlepšení komunikace .....	50
2.2.4.1 Plně integrovaná rubrika.....	50
2.2.4.2 Fyzické sloučení .....	52
2.2.5 Usnadnění práce technologickým sjednocením.....	52
2.2.5.1 Publikační systémy .....	52
2.2.5.2 Intranet MAFRA .....	53
2.3 Další aspekty propojování.....	55
2.3.1 Společné projekty.....	55
2.3.2 Zajímavosti .....	55
3. Kritika integrace .....	58

4. Závěr .....	62
5. Seznam použité literatury.....	65
6. Přílohy.....	73
7. Seznam použitých zkratek.....	112

## Úvod

Na české mediální scéně jsou stále patrnější tendence velké části mediálních organizací sblížit vlastní zpravodajské a publicistické tituly vydávané v tištěné podobě s jejich obdobami existujícími na internetu. Tyto mediální produkty nejsou a nemohou být z podstaty média (slovem médium je nyní míněn výlučně jeho význam jakožto složky komunikačního procesu, tedy *materie, jejímž prostřednictvím se sdělení realizuje*<sup>1</sup>) zcela identické, nicméně se velmi často vzájemně silně podobají.

Blízkost lze spatřovat v obsahu publikovaných komunikátů. Velmi často se překrývají tematicky, není výjimkou, že jsou v textové rovině naprosto totožné. Mnohdy však žurnalisté toho či onoho typu média<sup>2</sup> (zpravidla editoři) provádějí v textu úpravy, které mají sdělení učinit atraktivnějším pro čtenáře daného druhu sdělovacího prostředku. Konkrétněji budeme odlišnosti v textové rovině zmiňovat níže<sup>3</sup>. Pokud jde o grafickou stránku, mohou být použity i stejné fotografie. Internet ovšem umožňuje jejich využití ve větším rozsahu, neboť není limitován prostorem. Recipient preferující výhradně noviny je ochuzen o video či audio, nicméně o tom, jak je i novináři v tisku mohou využít ve svůj prospěch, hovoříme dále v textu<sup>4</sup>.

Při zmínce o spojitosti témat a obsahu se logicky nabízí, že i mezi osazenstvem redakcí procházejících procesem sblížování dochází k jistému, většímu či menšímu, prolnutí.

Nelze opomenout indikátor, který na vzájemné propojení dvou médií upozorňuje z pohledu čtenářů patrně nejsilněji (k tomuto závěru nás přivedl provedený dotazníkový průzkum<sup>5</sup>). Totiž ten, že produkty na sebe vzájemně odkazují podobným názvem či grafickým vyvedením a fontem titulu.

Abychom přesně definovali předmět zájmu této práce, musí být zmíněna i majetková blízkost obou posuzovaných verzí mediálního produktu. Není-li splněna tato podmínka, může snadno dojít k omylu. Ne všechny tituly splňující ostatní výše zmíněné předpoklady musejí nutně náležet k produktu s podobným názvem, grafickým vyvedením či obdobným obsahem. Důkazem je stěžejní příklad této práce, dvojice titulů MF DNES a iDNES.cz. Bez přihlédnutí k tomu, kdo je jejich vlastníkem, lze za jistých

---

<sup>1</sup> JÍLEK, V.: *Psaná publicistická sdělení v kontextu teorie komunikace*, S. 16

<sup>2</sup> Dále jen ve významu: „prostředky masové či mediální komunikace, tj. a) tištěná média b) média elektronická a c) média nová“ – REIFOVÁ, I. a kol., *Slovník mediální komunikace*, S. 139

<sup>3</sup> S. 22

<sup>4</sup> S. 28

<sup>5</sup> S. 99



okolností nabyt dojmu, že existuje souvislost mezi nimi a některými produkty vydavatelství Mladá fronta, a. s. Přitom zmíněné vydavatelství vede soudní spor<sup>6</sup> o ochrannou známku s mediální organizací MAFRA, pod niž MF DNES a iDNES.cz spadají.

Z výše zmíněných charakteristik tedy plyne, že vybraná dvojice mediálních produktů splňuje základní předpoklady k tomu, aby sloužila jako příklad dvou vzájemně se propojujících médií.

Nyní zbývá zodpovědět dvě otázky. První z nich zní: Z jakého důvodu se tato práce věnuje právě propojování internetových a tištěných titulů? V první řadě je to proto, že se jedná o fenomén převážně posledních měsíců. Budeme-li hovořit pouze o dvojici zvolených titulů, pak nejhlubší kořeny sblížení systematicky uváděného do praxe sahají na přelom let 2006 a 2007. Je tedy nasnadě, že se jedná o záležitost v mediální krajině relativně novou a téměř nepopsanou.

Přínosem dokumentu má být výrazně praktický pohled na celou problematiku, podpořený dvouletým působením autora přímo v redakci MF DNES a půlročním zastáváním funkce editora rubriky Zprávy – Brno na portálu iDNES.cz. Tato rubrika byla v době vzniku práce společně s rubrikou Kavárna doposud jedinou *plně integrovanou rubrikou*<sup>7</sup>.

Druhou důležitou otázkou je, proč vůbec mediální společnosti přistupují ke sblížení svých značek. S tím se pojí i jiná nejasnost, a to proč například organizace MAFRA zahájila úkony vedoucí k propojení až v posledních letech, když její portál iDNES.cz v lednu roku 2010 oslaví již dvanácté výročí od svého založení.

Vše souvisí s rozvojem internetu a moderních technologií. Doba se výrazně zrychlila, funkce novin i internetových zpravodajských webů se neustále mění. Pojmenováním hlavních důvodů vlastně vzniká i kostra celé této práce, protože právě ony budou tvořit hlavní kapitoly.

S tím, jak se rozšiřuje a zkvalitňuje připojení k internetu, přibývá i lidí, kteří ho využívají, a času, který na něm stráví. Dokládá to pravidelné měření společnosti

---

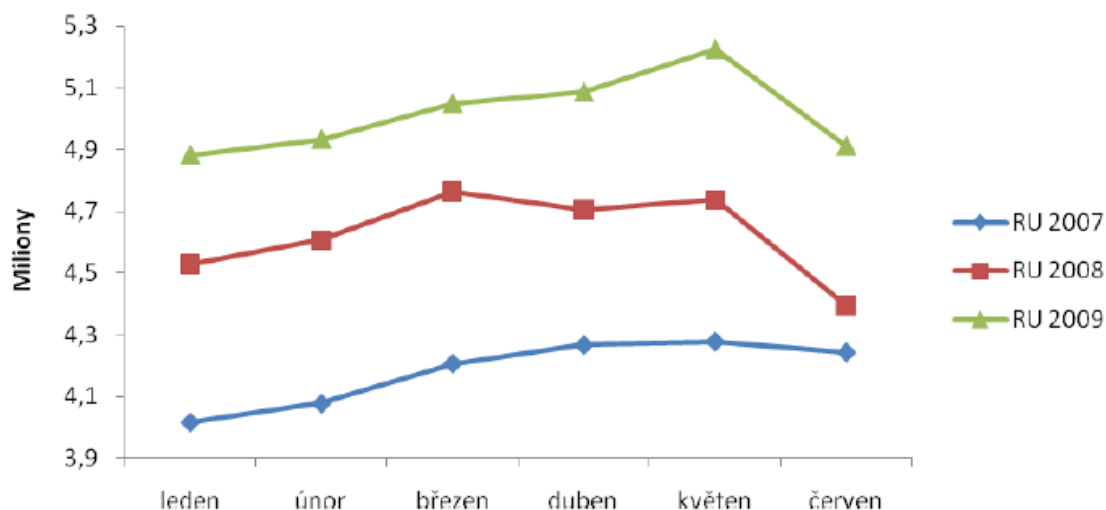
<sup>6</sup> ČESKÁ TISKOVÁ KANCELÁŘ, *NSS zamítl stížnost Mladé fronty ve sporu o ochrannou známku MfD*, vydáno 5. 10. 2009 ve 14.16 hodin. <[www.ctk.cz](http://www.ctk.cz)> Zpráva je již k nalezení pouze v placeném archivu. Dostupná je v pozmeněné verzi. [online]. [cit. 2009-10-10]. URL: <[http://www.tyden.cz/rubriky/media/tisk/mlada-fronta-a-mafra-se-prou-o-ochrannou-znamku-mfd\\_141823.html](http://www.tyden.cz/rubriky/media/tisk/mlada-fronta-a-mafra-se-prou-o-ochrannou-znamku-mfd_141823.html)>

<sup>7</sup> S. 50 a S. 51

Mediaresearch, a. s. Grafy přiložené v textu níže dokumentují první pololetí uplynulých tří let: roku 2007, 2008, 2009.

První<sup>8</sup> z nich ukazuje počet reálných uživatelů<sup>9</sup> internetu v České republice.

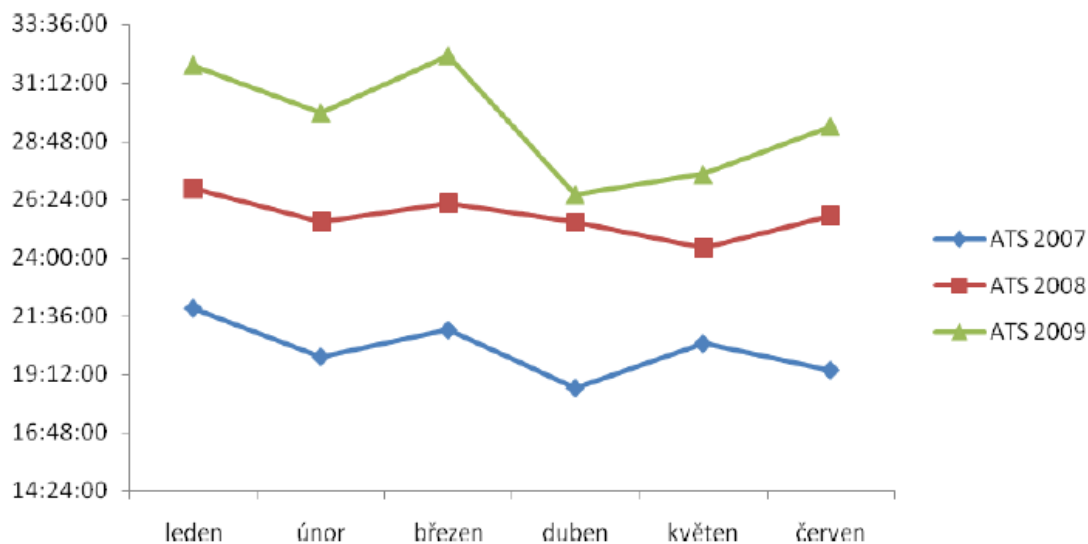
**Graf 1: Pololetní vývoj počtu Reálných uživatelů (RU) po měsících**



Zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1. pololetí 2007/2008/2009

Druhý<sup>10</sup> pak čas, který na internetu průměrně každý z uživatelů strávil.

**Graf 3: Pololetní vývoj průměrně stráveného času na uživatele (ATS) po měsících**



Zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1. pololetí 2007/2008/2009

<sup>8</sup> MEDIARESEARCH, *Tisková zpráva, NetMonitor v číslech 1. pololetí 2009* [online]. [cit. 2009-10-08].

URL: <<http://www.mediaresearch.cz/file/230/tz-netmonitor-v-cislech-1-pololeti-2009.pdf>>

<sup>9</sup> Reálný uživatel; „Jednotlivec, který prohlíží webovou stránku ve vymezeném časovém úseku (...)“. MATHUR, P., *Academic Dictionary of Marketing*, S. 334

<sup>10</sup> MEDIARESEARCH, *Tisková zpráva, NetMonitor v číslech 1. pololetí 2009* [online]. [cit. 2009-10-08].

URL: <<http://www.mediaresearch.cz/file/230/tz-netmonitor-v-cislech-1-pololeti-2009.pdf>>

Spolu s nárůstem uživatelů internetu narůstá také počet čtenářů on-line titulů.

<i>Reální uživatelé na adrese zpravy.idnes.cz<sup>11</sup></i> ☆
<b>březen 2005: 715 060</b>
<b>březen 2006: 790 702</b>
<b>březen 2007: 915 396</b>
<b>březen 2008: 1 109 007</b>
<b>březen 2009: 1 228 540</b>

☆ Aby nevznikla kontradikce tabulky a níže zmíněného faktu, že portál iDNES.cz se vysokým tempem rozrůstá o nové (s žurnalistikou nesouvisející) služby, byla pro statistiku záměrně vybrána pouze rubrika Zprávy.

Tím však vzniká tvrdá konkurence tištěným médiím, jejichž čtenářů v posledních letech ubývá<sup>12</sup>. „*Recipienti se poslední dobou zkrátka odvracejí od knih a novin a tráví více času užíváním jiných médií, jako televize, rádia a obzvláště internetu.*“<sup>13</sup> Jedním z cílů probíhajících změn je tedy udržet čtenáře u tištěného média, ale zároveň jej nalákat k „bonusům“ internetové verze titulu.

Jak MF DNES, tak i iDNES.cz se proto vzájemně stávají jakýmsi bezplatnými inzerenty. Kromě toho, jak uzpůsobují vzhled i obsah vlastních produktů probíhající integraci, vkládají na své stránky též objekty reklamního charakteru, jimiž lákají na sesterský projekt. Nijak významně se tím nevymykají moderní žurnalistické praxi.

Vzhledem k nízkému počtu publikací i odborných článků věnovaných vyčtené problematice má být přínosem této práce zejména pohled přímo „zevnitř“ mediální organizace na danou tematiku. Kromě vlastního působení autora v internetové i novinové redakci přímo v průběhu propojování je stěžejním pramenem práce podrobný rozhovor s koordinátorem<sup>14</sup> integrace, zástupcem šéfredaktora MF DNES Michalem Musilem.

Menší grafické přílohy této práce jsou pro lepší přehlednost vkládány přímo do textu.

<sup>11</sup> MEDIARESEARCH, *Měsíční zpráva* [online]. [cit. 2009-04-08].

URL: <[http://www.netmonitor.cz/index.php?option=com\\_content&task=view&id=23&Itemid=28](http://www.netmonitor.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=23&Itemid=28)>

<sup>12</sup> S. 75

<sup>13</sup> ROSALES, R., *The elements of online journalism*, S. 1

<sup>14</sup> IDNES.CZ, *Informace o novináři* [online]. [cit. 2008-11-11].

URL: <<http://zpravy.idnes.cz/novinari.asp?idnov=839>>

# 1. Tituly MF DNES a iDNES.cz

## 1.1 MF DNES

### 1.1.1 MF DNES – terminologické ukotvení

Jak již bylo zmíněno v úvodu, v době vzniku této práce probíhal soudní spor mezi vydavatelstvími Mladá fronta, a. s., a MAFRA, a. s., o ochrannou známku deníku Mladá fronta Dnes. V textu tedy bude při zmínkách o titulu Mladá fronta Dnes využívána výlučně zkrácená verze MF DNES. Jako „redaktoři MF DNES“ se od dubna 2009 dle interních pokynů představují i žurnalisté, kteří pro titul píší. Redakce tímto způsobem reagovala na vznik zpravodajského týdeníku Sedmička, který někteří lidé mylně začali přiřazovat k deníku MF DNES.

Konkrétní důvody lze nalézt v interních materiálech. „*Sedmička má logo, které se snaží barevně a stavbou vypadat jako naše logo. Jejich redaktoři používají v korespondenci a dalších věcech nejčastěji právě úsloví Mladá fronta. Název Mladá fronta je však zažitý mezi lidmi hlavně jako název našich novin. (...) V AMC<sup>15</sup> se už teď množí telefonáty a reakce, kdy si různí lidé a úřady myslí, že jsme to byli my, kdo jim volal, žádal je o rozhovor či jim nabízel inzerci. Ale byla to Sedmička.*“<sup>16</sup> Užívání zkráceného názvu MF DNES je cestou, jak deník odlišit od produktů vydavatelství Mladá fronta, a. s.

### 1.1.2 Stručná historie deníku

Deník MF DNES vznikl jako Mladá fronta v roce 1945. Po dobu osmi let jej vydávalo nakladatelství, jež neslo taktéž název Mladá fronta. Šéfredaktorem se stal Jaromír Hořec, v redakci působil například divadelní a literární kritik Jan Grossman či novinář, esejista a spisovatel Jiří Synek (píšící pod pseudonymem František Listopad).

V roce 1953 přešel deník do správy Ústředního výboru Československého svazu mládeže a o sedmáct let později se stal jedním z orgánů Socialistického svazu mládeže.

Produkt s názvem Mladá fronta Dnes se na trhu objevil poprvé 1. září 1990. Nově vzniklé nakladatelství M a F převzalo prakticky celou původní redakci i čtenářskou základnu a tímto krokem deník v původní podobě definitivně zanikl.

---

<sup>15</sup> Anděl Media Centrum, sídlo mediální skupiny MAFRA

<sup>16</sup> Instrukce z e-mailu zaslaného redaktorům MF DNES dne 8. dubna 2009

V prosinci roku 1991 založila společnost *M a F, a. s.*, jako jediný zakladatel společnost *MaFra, a. s.*<sup>17</sup> Již v lednu 1992 se nový subjekt spojil s nakladatelstvím Socpresse, patřícím k francouzské tiskové skupině Hersant. O dva roky později se Socpresse stalo majoritním vlastníkem. *Většinový podíl* ve skupině MAFRA získala od původních vlastníků včetně menšinových českých akcionářů *německá společnost*, koncern *Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft (RBVG)*<sup>18</sup>.

### 1.1.3 Obsah listu

Velmi důležité je v souvislosti s vybraným tématem zmínit, jak je celý deník koncipován. Skládá se z tematických sešitů, jež informují o novinkách nejen politických, ale i z oblasti sportu, financí, bydlení, vzdělávání, vědy, zaměstnání nebo zdraví a cestování. Každodenní součástí listu je pak sešit s regionální přílohou. Další pravidelnou součástí novin jsou magazíny. V pondělí je k MF DNES přiložen časopis určený primárně ženám s názvem *Ona DNES*, ve čtvrtek *Magazín MF DNES* s televizním programem a v sobotu *magazín Víkend*. „*Každou sobotu vychází magazín Víkend, který vysvětluje a do hloubky rozebírá události uplynulého týdne. V tomto ‚týdeníku uprostřed deníku‘ je i sekce Scéna informující o kulturním dění a sekce Kavárna – čtení pro náročného čtenáře.*“<sup>19</sup>

Nastíněná struktura zřetelně poukazuje na blízkost MF DNES a portálu iDNES.cz. Rozdělení jeho sekcí, byť svými názvy a obsahem plně nekopírují tištěný titul, se novinám významně podobá. Také na portálu lze nalézt rubriky Sport, Finance, Bydlení, Cestování, Auto, Ona, Kavárna a podobně. Nechybí ani zpravodajská část. Vzhledem k poněkud odlišným úkolům tištěného a internetového zpravodajství se jí budeme věnovat na dalších místech v textu.

---

<sup>17</sup> BENDA, J., *Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989–2006*, S. 112

<sup>18</sup> KATZENSTEIN, P., *Mitteleuropa: between Europe and Germany*, S. 170

<sup>19</sup> MF DNES, *Otázky a odpovědi* [online]. [cit. 2009-09-09].

URL: <<http://zpravy.idnes.cz/mfdnes.asp?y=mfdnes/otazky-a-odpovedi.htm>>

## 1.2 Portál iDNES.cz

### 1.2.1 Stručná historie a charakteristika portálu

Patrně se ani nebude jednat o nadsázku, konstatujeme-li, že deník MF DNES a portál iDNES.cz se v minulosti rozešly, aby se o více než deset let později jejich cesty znovu začaly sblížovat. První zpravodajství z redakce MF DNES se na internetu objevilo v roce 1995. Produkt s názvem iDNES.cz tou dobou ještě neexistoval a publikování článků se ostatně ani nedělo z iniciativy vydavatele novin. Kupříkladu v roce 1996 bylo možné obsah MF DNES, stejně jako i některých jiných titulů, pročítat na serveru Video on Line (dnes Volný.cz)<sup>20</sup>.

*Výběr z českého tisku<sup>21</sup> na internetu. Takto vypadal v roce 1996.*



Další snímky nejen z té doby lze nalézt v přílohové části<sup>22</sup>.

<sup>20</sup> PETERKA, J., Lupa.cz, *Jak MF DNES a iDNES.cz přicházely na internet* [online]. [cit. 2008-12-07]. URL: <<http://www.lupa.cz/clanky/mf-dnes-a-idnes-cz-vnbspobrazech/>>

<sup>21</sup> Tamtéž

Jak je možné zjistit dohledáním v novinových archivech, ve člancích zveřejněných na internetu nebyla vyvíjena žádná redakční činnost ve smyslu úpravy titulků, členění textu a podobně. Jednalo se tedy o zcela věrný duplikát vytvořený mechanickým okopírováním textu a o existenci jakékoliv paralelně fungující internetové redakce (buť nezávislé na redakci MF DNES nebo vydavateli deníku) nemůže být řeč. Čtenáři si mohli vyhledat kompletní texty přesně v té podobě, v níž byly toho dne distribuovány z tiskáren.

Zásadní zlom nastal v roce 1998. Dne 12. ledna byla uvedena v život zcela nová, a co je nezbytné podotknout, na původní novinové redakci téměř nezávislá, entita s názvem iDNES.cz. Dovětek v tehdejší tiráži iDNES.cz „*Na stránky iDNES přispívají redaktori celostátního deníku Mladá fronta DNES a jeho regionálních příloh*“ sice znamenal, že se na portálu (stejně jako dnes) objevovaly články převzaté z novin, nicméně web produkoval rostoucí množství vlastního obsahu a již od samého počátku měl své vlastní zaměstnance, redaktory i editory.

K vyprofilování produktu jako soběstačného organismu dopomohlo už v prvních letech pochopení potenciálu internetového média odpovědnými zaměstnanci skupiny MAFRA. Přidanou hodnotu běžnému zpravodajství dodala sekce, která se výrazně nelišila od dnešních on-line rozhovorů a původně se nazývala Osobnost na síti. Recipienti mohli poslouchat i zvukové záznamy pořízené redaktory. Timothy Paul Garrand předestírá některé praktické důvody, proč interaktivní média zvukové nahrávky využívají. „*Výroba audia je mnohem levnější než výroba videa. Soubory se zvukovými nahrávkami jsou mnohem menší než soubory s videem.*“<sup>23</sup> Na druhý důvod je záhodno nahlížet optikou dané doby. Limitujícím faktorem byla často právě omezená dostupnost a kvalita připojení k internetu. To je zároveň jedna z hlavních příčin, proč se na webu neobjevovala videa, ale jen audia. Je třeba si uvědomit také to, že druhá polovina devadesátých let je dobou zrodu českých internetových médií jako takových, a nebylo tedy zcela zjevné, jakou cestou se internetová média budou dále ubírat, a „*v době, kdy vznikl iDNES.cz, jsme ani my netušili, kam přesně tento typ zpravodajství směřuje. Svět prodělal technologickou revoluci a stejně tak nevíme, jak budou média vypadat za deset za dvacet let*“.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> S. 76-84

<sup>23</sup> GARRAND, T., *Writing for multimedia and the Web: a practical guide to content development for Interactive Media*. S. 33

<sup>24</sup> Michal Musil v rozhovoru pro účely této práce

V průběhu let se portál iDNES.cz velmi rychle vyvíjel. V dnešní době již nenabízí zdaleka jen zpravodajství a publicistiku, ale vyvíjí množství komerčních aktivit, zahrnuje servisní rubriky (například poskytuje informace o jízdních řádech), umožňuje sdílení fotografií, zprostředkovává prodej nemovitostí, provozuje katalog firem nebo nabízí volání přes internet. Děje se tak dvěma způsoby: služba buďto vznikne přímo na portálu (což je případ služby Klikni a volej), nebo je zakoupen celý web (jedná se například o komunitní web Ukažse.cz či o zmíněné sdílení fotografií Rajče.net).

Počet zaměstnanců portálu iDNES.cz *narůstal poměrně vysokým tempem již v prvních letech jeho existence. V minulém roce (2008 – pozn. autora) se pohyboval kolem čísla osmdesát.*<sup>25</sup>

Slovo „DNES“ v jeho názvu odkazuje na novinový titul, písmeno „i“ zastupuje „internet“. Přítomnost části názvu tištěného produktu lze chápat jako poukaz na tradici, zavedenou značku. Logo a název portálu můžeme považovat za první zárodek integrace. Navíc až do druhé poloviny roku 2000 neslo záhlaví informaci, že se jedná o „on-line magazín MF DNES“.

Hierarchie zaměstnanců v iDNES.cz je analogická jako v novinách. Na její špici je šéfredaktor se svými zástupci, články upravují editoři. Relativně nově však hlídají kromě věcné stránky i chyby gramatické a stylistické, což je zásadní rozdíl oproti MF DNES. „(...) *Od 5. 10. nemáme korektorky. Jejich počet jsme z finančních důvodů snížili ze 4 na nulu. Při plánování rozpočtu na rok 2010 jsme byli nuceni najít rezervy...*“<sup>26</sup>

V přílohové části je zdokumentováno potlačování písmene „i“<sup>27</sup> v průběhu dějin portálu, stejně tak i ústup sousloví „Mladá fronta“ v titulu tištěného periodika.

*Záhlaví stránky www.idnes.cz s původním logem (vlevo) v roce 1998.*<sup>28</sup>



<sup>25</sup> Michal Musil v rozhovoru pro účely této práce

<sup>26</sup> Šéfredaktor iDNES.cz Michal Hanák informoval 12. 10. 2009 redaktory e-mailem o nové situaci. Opatření má být v praxi kompenzováno tím, že text prohlédne před publikací kromě editora alespoň jeden další člověk

<sup>27</sup> S. 85-89

<sup>28</sup> INTERNET ARCHIVE WAYBACK MACHINE, [online]. [cit. 2009-06-02].

URL: <<http://web.archive.org/web/19980529174608/www.idnes.cz/idnes2/idnes2.asp>>



### 1.3 Pozice produktů ve struktuře mediální společnosti MAFRA

Pakliže chceme popisovat procesy integrace dvou de facto oddělených médií, zajímá nás, jaké síly je vlastně k něčemu takovému nutí. Je třeba si uvědomit, že propojování stojí mnoho lidí jisté úsilí, zaměstnanci se musejí učit novým dovednostem, je třeba zvažovat možnosti nových systémových nástrojů, díky kterým by vše pracovalo jako skutečně jediný celek. A v neposlední řadě tyto změny nejsou zadarmo (přestože existuje předpoklad, že do budoucna přinesou nebo již přinášejí úspory). Než budeme v textu konkrétnější, zhodnotíme stručně v obecné rovině, že svébytná, nezávislá existence každého z titulů jako samostatné jednotky má za důsledek utvoření třecích ploch mezi oběma produkty, a to jak v personální, tak i v obsahové rovině. Nejhlubší kořeny problémů přitom není na místě hledat v osobních neshodách či rivalitě mezi zaměstnanci MF DNES a iDNES.cz. I pokud připustíme existenci takových projevů, je třeba mít na paměti, že valná část z nich pramení ze samotné struktury mediální organizace.

Každý z produktů totiž podléhá jinému vedení. Struktura společnosti se skládá ze tří hlavních větví. Klíčovými pro nás jsou větve Tisk a Multimédia, zbylou představují tiskárny MAFRAprint (viz následující stranu).

Portál iDNES.cz spadá stejně jako celá větev multimédií pod Dalibora Balšínska (toho času zároveň výkonného ředitele a šéfredaktora Lidových novin). Šéfredaktorem iDNES.cz je Michal Hanák. Oproti tomu tištěný deník MF DNES podléhá šéfredaktorovi Robertu Čásenskému.

Domníváme se, že toto rozdělení je potřeba stejně jako mnoho jiných rozhodnutí vnímat v kontextu doby, kdy bylo učiněno. Na základě vývoje v mediální sféře může být v budoucnu i přehodnoceno, neboť v dnešní době již není zcela vyhovující. Michal Musil, který je pověřený koordinováním integračních procesů, se domnívá, „*že současný stav není trvalý, ale patrně se bude vzhledem k organizační integraci dál vyvíjet*“.

Proměny, které se iDNES.cz a MF DNES v posledních letech dotkly a které mají za účel tato média sblížit, zanechaly na obou titulech zřetelný otisk zevnitř i navenek. Stručně řečeno, podepsaly se na jejich provozu i obsahu.

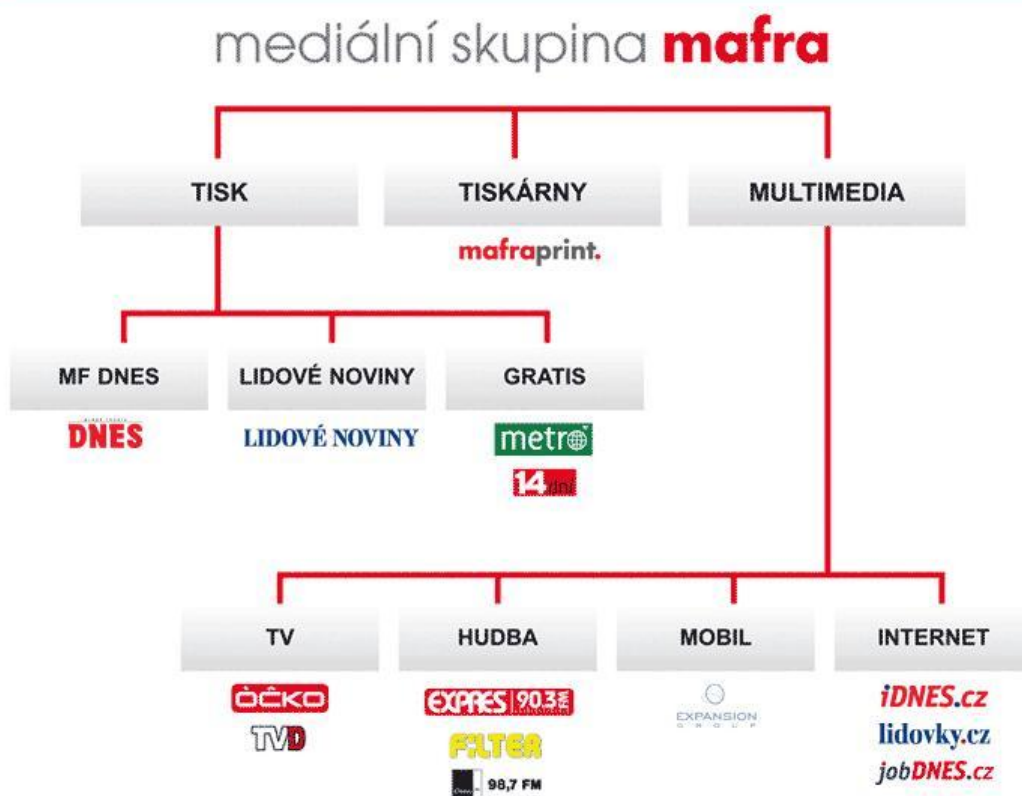
Některé ze změn jsou natolik markantní, že by dle autorova mínění mohly být impulsem ke změně právě ve struktuře celé společnosti. Ovšem „*oddělená struktura není záležitostí redakce iDNES.cz ani MF DNES, ale záležitostí vydavatele. Důvod tohoto rozdělení je historický. Vznikla ještě v době, kdy se nevědělo, že print a on-line budou*

spolupracovat způsobem, jaký dnes můžeme v praxi vidět. Netušili jsme, jak masivně začnou čtenáři přecházet k internetovému zpravodajství,“ konstatuje Musil.

Je-li konstelace nastavena tímto způsobem, je přirozené, že vynucuje-li si moderní žurnalistika určitou míru přimknutí dvou samostatně fungujících produktů v rámci jedné firmy, vzniká iniciativa také „odspodu“. Odpovědné osoby v MF DNES a iDNES.cz sice nemohou ovlivnit samotnou strukturu společnosti, ale podnikají dílčí akty, které mají za cíl eliminovat její praktické nedostatky.

### Struktura mediální skupiny MAFRA<sup>29</sup>

#### Struktura společnosti



<sup>29</sup> MEDIÁLNÍ SKUPINA MAFRA [online]. [cit. 2009-08-17].

URL: <[http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra\\_all%5C%20o-spolecnosti\\_struktura-spolecnosti.htm](http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all%5C%20o-spolecnosti_struktura-spolecnosti.htm)>

## 2. Integrace

### 2.1 Základy propojování

Projekt úzké spolupráce mezi novinovou redakcí a redakcí internetového portálu se začal utvářet v roce 2006. Osobami pověřenými jeho vypracováním a koordinací byli zástupce šéfredaktora MF DNES Michal Musil a šéfredaktor iDNES.cz Michal Hanák. Dle Musilových slov ovšem integrace není zcela samozřejmou věcí, k níž by se od samého počátku fungování portálu směřovalo: *„Myšlenka integrace se objevovala v různých fázích dějin samostatné existence MF DNES, pak se zase v různých fázích ochlazovala. Jednu dobu dokonce existovala snaha marketingově obě značky oddělit a vyprofilovat samostatně.“*

Podstatou činnosti je snaha o změnu pracovních návyků osob činných v obou médiích. Aby se žurnalisté z novin a zaměstnanci internetového média vnímali jako kolegové, a nikoliv jako soupeři, bylo potřeba podniknout řadu kroků, které posilují dojem, že se jedná o jediné médium. Obě ve struktuře společnosti oddělené části tedy „protkala“ tenká vlákna opatření, která již v průběhu prvních dvou let od uvedení do praxe utvořila relativně silnou síť spojující obě entity.

Zcela nezbytným, elementárním opatřením je prostupnost porad. Aby jedna část pomyslného celku nepracovala v rozporu s tím, co je podstatné pro část druhou, musí znát její záměry a náplň činnosti. *„Na určité porady tiskové redakce chodí člověk z on-line redakce. Existují i jisté institucionalizované konzultace,“* upřesnil Musil.

Hodnocení novin, jež dostávali před započítáním integrace do svých e-mailových schránek pouze žurnalisté MF DNES, nyní přichází i kolegům z iDNES.cz (a naopak). Mimoděk tím u redaktorů dochází i ke zvyšování povědomí o tom, jak má po formální stránce vypadat sdělení ve druhém typu média. Pochvalami a kritikou totiž e-mail posuzuje poslední vydání deníku, respektive uplynulých čtyřadvacet hodin na webu. Společnost se snaží vychovat o poznání univerzálnějšího novináře, pro kterého by neměl být v případě potřeby problém přejít od jednoho způsobu informování ke druhému.

Takzvaný „redakční infomail“, kterým jsou žurnalisté zpravováni o nejdůležitějších událostech v redakci, má nyní jedinou, společnou podobu. Další typy spolupráce budou vysvětleny v následujících oddílech na pozadí příčin jejich aplikace.

## 2.2 Důvody propojování

### 2.2.1 Ochrana exkluzivity

*„Nadto se události stávají stále prchavějšími než v minulosti. Ve starém světě analogových médií byla zpráva publikována v novinách nebo ve večerní televizní zpravodajské relaci, poté ji možná aktualizovali druhý den. V roce 2000 jsou zprávy nepřetržitým tokem. Aktualizuje se neustále. Při návštěvě webových stránek často návštěvník nejprve zkontroluje, kdy byla provedena poslední aktualizace, a pokud se tak nestalo v nedávné době, přesune se na jiné stránky.“<sup>30</sup>* Takto vykresluje John Vernon Pavlík situaci v dnešních médiích. Naprosto přesně se trefuje do problematiky, kterou musejí chtít nechtít řešit ve všech internetových redakcích, které chtějí na agresivním trhu obstát.

Portál iDNES.cz vydá ve všední den i několik stovek článků, přičemž do části z nich jsou posléze zanášeny aktualizace, nezřídka mnohačetné. *„Jedinými limity aktuálního on-line zpravodajství jsou rychlost, jakou zpravodajské organizace dokážou aktualizovat informace, a přetížení, když se na stránku snaží dostat příliš mnoho lidí,“<sup>31</sup>* upozorňuje Kolodzyová.

Možnosti interaktivních médií vyvíjejí na internetové novináře silný tlak. Vystihuje jej žertovná průpovídka, která koluje mezi některými českými on-line žurnalisty. O vydávání článku říkají, že „už když se to stalo, bylo pozdě“. Tento přístup přináší dvě úskalí. První spočívá v tom, že *rychlost je nepřítelem přesnosti<sup>32</sup>*.

Pro pochopení integračních procesů je důležitější druhá obtíž: mezi jednotlivými internetovými médii narůstá konkurence. Jak dokládá citovaný Vernonův výrok, čtenář, který nevidí čerstvé zprávy, odchází. Rychlost se tak stává na trhu s informacemi cenným artiklem.

Nyní si představme imaginární vydavatelství, které odděleně provozuje tištěný deník a internetové zpravodajské stránky. Žurnalista z novin se odpoledne dozví důležitou informaci, ale zaměstnanec internetového média považuje za své konkurenty. Sepíše tedy zprávu, kterou si schová do ranního vydání. Jenomže ještě toho večera získá tutéž informaci novinář jiného listu. Protože u druhého vydavatelství proběhla úspěšná

---

<sup>30</sup> PAVLÍK, J., *Journalism and new media*, S. 1

<sup>31</sup> KOLODZY, J., *Convergence journalism: writing and reporting across the news media*, S. 15

<sup>32</sup> PAVLÍK, J., *Journalism and new media*, S. 126

integrace mezi novinami a internetem, během několika minut se na konkurenčním webu objevuje exkluzivní zpráva.

Jaký je důsledek pro prvního novináře? Jeho práce se tím okamžikem stává takřka bezcennou. Nakonec pravděpodobně bude muset citovat médium, které se k informacím dostalo později než on. Utrpí i jeho zaměstnavatel, vydavatelství. Čtenáři, kteří z webových stránek několika kliknutími odešli na internetové stránky spojené s konkurenčními novinami, tam našli podstatné sdělení. Prestiž webu prvního nakladatelství v očích čtenáře klesla, úspěšné stránky získávají na věrohodnosti.

Podobné případy potkaly před zahájením integrace, ale též v jejím průběhu, i MF DNES a iDNES.cz. „*Tento typ konfliktu se děl v posledních měsících (tedy v roce 2009 – pozn. autora). Příznivci integrace a on-linu mají škodolibou radost v okamžiku, kdy se někdo v printu rozhodne nechat něco do tisku a je evidentní, že to nemůže dopadnout dobře. Příkladem je zpráva, kterou jsme věděli, že do Česka přijede prezident Obama. Tuto zprávu jsme se v domnění, ale i na základě slibů našich zdrojů, že ji nikdo nemůže vědět, rozhodli nechat pro tisk. A výsledkem bylo, že ji zveřejnil iHNed.cz.*“<sup>33</sup>

Tento pro novináře jistě nepříjemný zážitek poskytuje živnou půdu propagátorům sblížení. „*Tato zkušenost je opravdu produktivní, protože ti lidé vidí, že si vážně nelze nic z tohoto typu informací schovávat. Skutečně se naplňují argumenty, které nás vedou k integraci,*“ doplňuje Musil.

Studiem tištěných médií musíme ovšem nutně dospět i k odlišnému závěru. V novinách se zjevně vyskytují i společensky závažné informace, které ještě nikde na internetu (či v jiných sdělovacích prostředcích) nejsou k nalezení. Přesto mají charakter, jež můžeme nazvat jako „exkluzivní“ a po vydání je citují prakticky všechna přední média. V nedávné době šlo například o texty *Čeští neonacisté chystali teror*<sup>34</sup> nebo *Zařídíme milost na Hradě a pak rozkrademe firmu*<sup>35</sup>.

Rozdílnost mezi informacemi, které „patří“ na internet, a těmi, jež lze ponechat pro otištění v novinách, spočívá obvykle v tom, že u prvního typu se jedná o aktuální událost (požár, havárie), nečekané a náhlé zjištění, které ze své podstaty vyjde patrně brzy najevo (odvolání ministra), či předem avizované dění (demonstrace, zasedání, soud).

---

<sup>33</sup> Michal Musil v rozhovoru pro účely práce

<sup>34</sup> MF DNES, *Čeští neonacisté chystali teror*, 5. 11. 2009, S. 1

<sup>35</sup> MF DNES, *Zařídíme milost na Hradě a pak rozkrademe firmu*, 19. 10. 2009, S. 1

„Něco jiného je, když Janek Kroupa dlouhodobě připravuje, zjišťuje a rozkrývá činnost neonacistů.“ I z vyjádření Michala Musila je patrné, že pro MF DNES mohou být ponechána témata, která jsou předmětem systematické investigace. Riziko, že by někdo z novinářů souběžně odhaloval stejnou tematiku, je výrazně nižší.

Ponechání jádra sdělení a samotné možnosti přijít se zprávou jako první novinám představuje v procesu integrace další význačný bod. Protože na internetu je nutné mít většinu produkce ihned, znamenají pro deník vlastní objevy vylepšení image. Jsou také jednou z nadstaveb, které může denní tisk nabídnout čtenářům ve složité době, kdy se pozornost recipientů přesouvá k interaktivním médiím.

## 2.2.2 Úspora personálních zdrojů na pozadí textové diference

### 2.2.2.1 Odlišné preference internetového publika

Již z předešlých slov vyplývá, že ze žurnalistiky tištěné a interaktivní se postupem času vyprofilovaly dva rozdělující se proudy. Odlišují se mimo jiné typem preferovaných informací a způsobem zpracování témat.

K internetovému zpravodajství přilne zejména ta část publika, které vyhovuje jeho rychlost. *Konzumenti webových zpráv upřednostňují rychlost a pohodlí před detaily.*<sup>36</sup> Přičteme-li fakt, že lidé zřídka čtou webové stránky slovo po slovu; místo toho stránku zběžně přelézají a vybírají jednotlivá slova a věty<sup>37</sup>, který konstatuje Jakob Nielsen<sup>38</sup>, je zjevné, že těmto požadavkům musí být uzpůsoben i styl psaní.

Faktorem podporujícím toto tvrzení je poznatek, proč příjemci na síti inklinují k povrchnímu čtení. *Máme množství technik výstavby textu, jež jsou specifické pro počítačový monitor. Hlavním důvodem užívání těchto postupů je, že lidé nedovedou na obrazovce monitoru číst tak rychle a pohodlně, jako to svedou z vytištěného listu. Dalším*

---

<sup>36</sup> The Pew Research Center for the People & the Press, *Online Papers Modestly Boost Newspaper Readership: Overview* [online]. [cit. 2008-03-09]. URL: <<http://people-press.org/report/282/online-papers-modestly-boost-newspaper-readership>>

<sup>37</sup> NIELSEN, J., *Why Web Users Scan Instead of Read* [online]. [cit. 2008-08-22]. URL: <<http://www.useit.com/alertbox/whyscanning.html>>

<sup>38</sup> Jakob Nielsen, Ph.D., je běžně označován za otce použitelnosti internetu a je autorem několika knih na toto téma (TANCER, B., *Click: What Millions of People Do Online and Why It Matters*, S. 124). List The New York Times jej označil za „guru použitelnosti webových stránek“ [online]. [cit. 2008-08-22]. URL: <<http://www.nytimes.com/library/tech/98/07/cyber/articles/13usability.html>>, Stuttgarter Zeitung za „předního světového experta na uživatelsky přátelský design“ [online]. [cit. 2008-08-22]. URL: <<http://www.stuttgarter-zeitung.de/stz/page/detail.php/228123>> a Peter Marks ze CNN jej tituloval jako „věhlasného guru použitelnosti internetu“ [online]. [cit. 2008-08-22]. URL: <<http://edition.cnn.com/2001/WORLD/asiapcf/east/02/23/web.usability/index.html>>

*problémem psaní pro počítačové monitory je, že mnoho čtenářů užívá multimédia a web, aby se k informacím dostali rychle. Nechtějí sedět a číst šestistránkový esej.*<sup>39</sup>

U internetového zpravodajství tedy můžeme očekávat snahu o maximální věcnost a stručnost. Vysoce ceněná je aktuálnost, která ovšem nesmí v zájmu zachování co nejvyšší míry objektivity způsobit porušení *zásad informační kvality*<sup>40</sup>. Čtenář hledá pokud možno co nejčerstvější informace, ale obrazu média by v jeho očích uškodilo, pokud by byl nesprávnými sděleními mystifikován.

#### 2.2.2.2 Určení priority sdělení

Jaké diference tedy nalézáme mezi komunikátem v internetovém a tištěném médiu? Už v tom, na jaké pozici jej nalézáme v každém z produktů. Zcela odlišná priorita může být dána dvěma naprosto identickým či velmi podobným textům<sup>41</sup>. Je známo, že *teoreticky je prostor v on-line novinách neomezený. Ale kvůli rozměrům počítačových monitorů je prostor pro zásadní, důležité zprávy mnohem menší než v tisku.*<sup>42</sup> Již pro tento nepoměr je složité publikovat na webu zprávu na místě odpovídajícím jejímu umístění v novinách, a to i když se řídíme tradičním postupem, kdy komunikáty se zásadní závažností zaujímají místa na předních stranách novin a pokud možno co nejvýše. Jak totiž určit, které postavení komunikátu v novinách odpovídá pozici v něčem vizuálně natolik odlišném, jako je internetový portál? Xigen dokonce zastává stanovisko, že *on-line editoři jsou nuceni činit zpravodajská rozhodnutí na ještě užším prostoru než jejich tiskoví protějškové*<sup>43</sup>, což přisuzuje reklamám a navigačním tlačítkům. Zde je však nutné podotknout, že inzerce může výrazně limitovat prostor i v novinách. Editoři internetových médií navíc obvykle nemají k dispozici tolik nástrojů pro variování prostoru, ty nejčastěji spočívají v rukou webdesignérů, a vzhled stránek je tím pádem neměnnou šablonou.

Rozhodování, na jakou pozici text umístit, se v obou typech médií odlišuje i vzhledem k nepřetržitému toku kontinuálně zveřejňovaných informací. Na rozdíl od tištěného periodika se na internetové síti do umístění markantněji promítají i jiné faktory než

---

<sup>39</sup> GARRAND, T., *Writing for multimedia and the Web: a practical guide to content development for Interactive Media*. S. 25

<sup>40</sup> JÍLEK, V., *Psaná publicistická sdělení v kontextu teorie komunikace*, S. 81

<sup>41</sup> S. 90-91

<sup>42</sup> XIGEN, L., *Internet newspapers: the making of a mainstream medium*, S. 284

<sup>43</sup> Tamtéž

relevance sdělení, podstatně vyšší zřetel než v novinách je třeba brát na aktuálnost (ta ovšem *s relevancí souvisí*<sup>44</sup>). Méně závažná informace tak může odsunout dříve publikovanou závažnější informaci na nižší pozici.

### 2.2.2.3 Titulky

Rozdílně se koncipují titulky. Neomezený internetový prostor je poznamenává asi nejvíce ze všech *textových komponentů*<sup>45</sup>. Editoři na webu je neváhají zpřesnit o doplňující informace. Jako příklad poslouží titulek *Zraněný voják si musí lůžko v nemocnici zaplatit*<sup>46</sup> vydaný v MF DNES. Ve stejný den se na iDNES.cz objevuje velice podobný text od stejného autora pod názvem *Voják zraněný v Afghánistánu musí v české nemocnici platit*<sup>47</sup>.

Rozšíření titulku není samoučelné. Popis čtenáře internetového média jako člověka, který letným pohledem hledá v textu záchytné body a rychle odchází na další stránku, tento postup osvětluje. Je třeba být co nejkonkrétnější. Pokud uživatel nenajde na internetu už v prvních sekundách přesně to, co hledá, pokusí se to nalézt jinde.

*Výňatek z hodnocení iDNES.cz 21. 8. 2009 šéfredaktorem Michalem Hanákem*

**Kultura se dopustila řemeslné hrubky. Kolikrát jsme se školili a říkali si, že s texty z deníku je potřeba pracovat! (...) Pokud máme titulek o tom, že Pilarová otevřeně mluví o svém podpisu pod antichartou, je přímo zločin, pokud je první půlka o vzpomínkách na Waldemara Matušku a na antichartu dojde až ve druhé polovině. Naši uživatelé nehledají čtenářský zážitek, hledají informaci. A když ji nenajdou, Google jim poradí jiné stránky. Konkurence je jeden klik daleko!**

<sup>44</sup> JÍLEK, V., *Psaná publicistická sdělení v kontextu teorie komunikace*, S. 82

<sup>45</sup> JÍLEK, V., *Psaná publicistická sdělení v kontextu teorie komunikace*, S. 38

<sup>46</sup> MF DNES, *Zraněný voják si musí lůžko v nemocnici zaplatit*, 20. 3. 2008, S. 2

<sup>47</sup> IDNES.CZ, *Voják zraněný v Afghánistánu musí v české nemocnici platit* [online]. [cit. 2009-03-25]. URL: <[http://zpravy.idnes.cz/vojak-zraneny-v-afghanistanu-musi-v-ceske-nemocnici-platit-pop-zahranicni.asp?c=A080320\\_081012\\_zahranicni\\_ban](http://zpravy.idnes.cz/vojak-zraneny-v-afghanistanu-musi-v-ceske-nemocnici-platit-pop-zahranicni.asp?c=A080320_081012_zahranicni_ban)>



*Výňatek z hodnocení iDNES.cz 29. 8. 2009 zástupkyní šéfredaktora Naděždou Petrovou*

**Už podruhé během jednoho týdne ale upozorňuji na selhání editora Kavárny. Titulek „Ochráncům životního prostředí, památek a lidských práv hází klacky pod nohy nejen stát, ale i spoluobčané“ nemá žádnou šanci na internetu uspět! Právě tak mě rozhodně nenalákal titulek na Oně<sup>48</sup>: Koně maluju i na nich jezdím, říká dcera návrhářky a malíře. Nenesou jedinou konkrétní informaci. A tu si naše médium rozhodně vyžaduje, aby přitáhlo čtenářovo oko. Funguje to u nás opravdu trochu jinak než v printu.**

#### 2.2.2.4 Lead

Plynule se tak dostáváme k navazující textové jednotce. Představuje ji úvod textu neboli lead. Jeho definice perfektně koresponduje s požadavky internetové žurnalistiky, protože v něm *bývají řazeny informace v rozsahu zprávy v základní podobě*<sup>49</sup>. Editoři a redaktoři iDNES.cz jsou důsledně školeni, jak má tato část komunikátu vypadat. Jak již vyplynulo z výše uvedených potřeb on-line žurnalistiky, právě okamžité zjištění, komu, kdy a kde se co stalo, reprezentuje cíl recipientovy návštěvy na webu.

#### 2.2.2.5 Členění odstavců

Navazující odstavce by pak měly *dle Jakoba Nielsena*<sup>50</sup> splňovat několik zásad. Za jednu ze dvou nejdůležitějších považujeme bod, který Nielsen uvádí až na čtvrtém místě. Každý odstavec by měl podle něj představovat jednu myšlenku či jeden důležitý fakt. *Uživatelé přeskočí jakékoli nadbytečné informace, pokud je nezaujme prvních pár slov v odstavci.*<sup>51</sup>

Toto chování implikuje, že čtenář nejenže přeskočí jakékoli nadbytečné informace uvnitř odstavce, ale má tendenci ignorovat celé dlouhé úseky textu. V případě, že jej sdělení vůbec nezaujme, prohlížeč zavře nebo klikne jinam. Proto i *Nielsenovy poznatky*<sup>52</sup> směřují k tomu, že by na internetu měl být aplikován postup takzvané obrácené

<sup>48</sup> Ona iDNES.cz [online]. [cit. 2009-03-25]. URL: <ona.idnes.cz>

<sup>49</sup> JÍLEK, V., *Psaná publicistická sdělení v kontextu teorie komunikace*, S. 87

<sup>50</sup> NIELSEN, J., *How Users Read on the Web*, [online]. [cit. 2009-06-21].

URL: <http://www.useit.com/alertbox/9710a.html>

<sup>51</sup> Tamtéž

<sup>52</sup> Tamtéž

pyramidy, tedy řazení informací od nejdůležitějších po nejméně podstatné. A to je stejně významný princip jako předchozí zmíněný.

#### 2.2.2.6 Úspora pracovních sil

Existuje řada pravidel, jimiž se internetoví žurnalisté řídí, a mnohá z nich vybočují z praxe tištěných médií. Propojování portálu iDNES.cz a MF DNES má za cíl naučit novináře z tisku „internetovému“ stylu práce (platí to do jisté míry i obráceně, ovšem většina novinářů si obvykle projde praxí v tištěném médiu).

Tento bod integrace má několik důsledků. Především eliminuje absurdní situace, ke kterým docházelo v minulosti, kdy spolu redakce nekomunikovaly. Stávalo se, že ke stejné události vyrazili zbytečně dva lidé, jeden z on-line redakce, druhý z deníku. Nyní, pakliže se nejedná v konkrétním případě o rozsáhlou a komplikovanou problematiku, může zpravodajství pro redakci MF DNES a iDNES.cz zpracovat týž člověk.

U významných akcí, jakou je například volba prezidenta či návštěva papeže, je však přítomnost obou médií běžná.

Ušetření nejen pracovních, ale také podstatné části finančních zdrojů zaručuje opatření obdobného druhu. „Došlo ke koordinaci zahraničních cest. Dá se říci, že tento krok je již nad rámec původně plánovaného projektu.“<sup>53</sup>

Aby redaktoři dokázali formulovat sdělení tak, jak oba produkty vyžadují, absolvují speciální lekce. Michal Musil je přiblížil: „V rámci našeho projektu školíme redaktory. Všichni lidé v on-linu i printu dostali informace o integraci a o tom, jak se odlišuje internetová verze od tištěné. A i když si to spousta lidí neuvědomuje, je tam poměrně velká odlišnost.“ Souhlasil také se závěry, k nimž jsme se dopracovali v předcházejících odstavcích. Totiž že „u on-linu je klíčové co nejdříve nabídnout zprávy veřejnosti, potom se dají dodatečně upravit. Je proto nutné být rychlý, flexibilní“.

Připomenutí je na místě. Proškolený redaktor, který ví, jak má psát pro internetovou verzi, zvyšuje u příjemců pocit kvality z celého média. Je totiž schopen vytvořit článek tak, aby bylo zapotřebí co nejméně editorských zásahů. O to dříve se komunikát ocitá na webu, což ve výsledku ocení čtenář.

---

<sup>53</sup> Michal Musil v rozhovoru pro účely práce

Během rozhovoru se zástupcem šéfredaktora MF DNES musela do mysli nutně pronikat otázka, kam až může proces integrace zajít. Na okamžik zcela opustíme obecnou rovinu a zaměříme se čistě na rozebíraná periodika. Odpověď na to, zda je na čase přemýšlet o jakémisi „multimediálním žurnalistovi“, totiž může dát vždy jen vedení konkrétního periodika a postoje se mohou odlišovat společnost od společnosti. „*Nikdy nebude jeden univerzální multimediální novinář. Respektive může existovat multimediální novinář, ale nebude dělat každý den všechno. Jeden den musí mít službu v on-linu, jindy zase v printu. Jinak by to byla vražda na lidech,*“ domnívá se Musil. Argumentuje přitom vysokou vytižeností při práci pro obě média současně.

Aby byl zjevný rozdíl: člověk, kterého označujeme za **multimediálního novináře**, se od běžného redaktora či editora zaměstnaného v dobře integrovaném médiu liší. Druhý jmenovaný pouze v případě potřeby usnadňuje fungování konglomerátu produktů tím, že výjimečně zastane povinnosti běžně očekávané od většího počtu osob pracujících v různých typech sdělovacích prostředků. Od „multimediálního žurnalisty“ by byla očekávání vyšší, fungoval by a priori pro obě média, a to soustavně a souběžně.

I přes Musilovo jednoznačné odmítnutí takového úvazku chystají MF DNES a iDNES.cz změnu, kterou by možná někdo mohl označit za předstupeň univerzálního zaměstnance. V blízké době má být některým lidem *přidělena jedna konkrétní oblast, o kterou se budou starat. Svým rozměrem nebudou tyto oblasti nijak rozsáhlé, příkladem může být například dění v cyklistickém sportu*<sup>54</sup>. Jak Michal Musil dále upřesňuje, daný žurnalista poté aktuální události z vytyčené oblasti zpracuje pro internetovou i tištěnou verzi. Podstatný (a vymezující vůči pojmu „multimediální žurnalista“) je fakt, že touto činností budou redaktoři pověřováni pouze nárazově.

Větší nároky kladené při integraci na novináře pro ně mají i pozitivní efekt. Přímou při výkonu povolání získávají nové dovednosti a znalosti, které zvyšují jejich kvalifikaci, a tím i uplatnitelnost a cenu na pracovním trhu.

Změny se nedotýkají pouze žurnalistů-redaktorů, ale také žurnalistů-fotografů. Fotoreportéři spadají pod fotografické oddělení MF DNES. I oni však zásobují snímky jak tištěný deník, tak i portál iDNES.cz. Dodržování tohoto způsobu práce mohl autor běžně sledovat v praxi a potvrzuje jej i Michal Musil: „*Fotograf má zásadně fotit pro obojí, byť by bylo ideální, aby, pokud jde o aktuální události, udělal nejprve dvě fotky*

---

<sup>54</sup> Michal Musil

*a ty vložil do systému pro okamžité použití on-line.*“ Pro tyto účely vybavuje firma fotografy notebooky s mobilním připojením na internet.

Zatímco fotografové jsou zaměstnanci MF DNES, tvůrci videí patří pod iDNES.cz. Na zadávání videí má stejným dílem nárok redakce tištěného i internetového média. Obě tohoto práva využívají, přestože u tištěného produktu se pravomoc může na první pohled zdát zbytečná, až nesmyslná. Nicméně je tomu přesně naopak. Zadávání videí tištěnou redakcí svědčí o vysokém stupni integrace. Postup je následující: nahrávka vzniká z popudu redakce MF DNES. V tištěném produktu se objevuje u souvisejícího sdělení slovní či grafická upoutávka na multimediální obsah, který je díky dobré míře propojení dostupný na iDNES.cz.

*„Tištěná Ona vymyslela článek o podpatcích a dělali si legraci, jestli já v těch podpatcích budu chodit. Skutečně jsem v nich chodil, ale vůbec mě nenapadlo to, co Michala Hanáka, že je to skvělá věc, která se má natočit<sup>55</sup>. Vím, že to video zhlédlo velké množství čtenářů.“<sup>56</sup> Zdání, že z této spolupráce profituje pouze portál, je podle Musila klamné: „Video nalákalo několik stovek lidí – což je v dnešní době hodně –, aby si Onu DNES koupili. Videá jsou stále populárnější. Propojit tištěný článek s videem je evidentně cesta.“*

## 2.2.3 Potřeba přilákání a udržení čtenáře

### 2.2.3.1 Vzájemná propagace

*„Rozhodně nejde o dvě lodi, z nichž by se jedna mohla potopit a druhá dále plout. Pokud se začne potápět iDNES, začne se potápět i MF DNES a obráceně. Naopak, pokud bude vzkvétat iDNES, bude vzkvétat i MF DNES a obráceně. Je to tak nejen z hlediska čtenářů, ale hlavně z hlediska finančního.“* Michal Musil

V dnešní době, kdy značná část významných sdělovacích prostředků patří zahraničním společnostem, lze téměř s jistotou předpokládat, že hlavním cílem vydavatelských domů je především generování zisku. *Pro tato média je důležitá přízeň příjemců sdělení, publika, kterému se snaží maximálně vycházet vstříc. Výsledkem je průnik odlehčených*

<sup>55</sup> IDNES.TV, *Jak se cítí muž na podpatcích? Podívejte se* [online]. [cit. 2009-09-16].

URL: <[http://webtv.idnes.cz/?relation=V090407\\_191009\\_tv-zpravy\\_zkl](http://webtv.idnes.cz/?relation=V090407_191009_tv-zpravy_zkl)>

<sup>56</sup> Michal Musil

témat či témat zřetelně bulvárních, působících na city a pudy (zločin, násilí, skandály, sex atd.), růst podílu zábavní složky, grafická podoba.<sup>57</sup>

Ani s integračními procesy mezi MF DNES a iDNES.cz tomu není jinak. Také sbližování obou produktů má silný ekonomický podtext. Jejich obsah je doslova protkán prvky, jimiž se obě média podporují, a snaží se tak zvýšit prodaný náklad, respektive počet reálných uživatelů a zhlédnutých stránek. Rozdělili jsme tato opatření do dvou skupin (a jedné skupiny ne zcela vymezené). Hlavním kritériem je skutečnost, zda je pro běžného recipienta na první pohled patrné, že je mu nabízen další mediální produkt, nebo zda se inkriminovaná část novinového či internetového obsahu jeví jako běžná součást podávaných informací.

#### 2.2.3.1.1 Propagace latentní (skrytá)

##### Šifra autora

V tištěné MF DNES jsou běžnou součástí komunikátů takzvané redakční šifry. Jak u původního zpravodajství, tak i u převzatých agenturních informací se objevují v závorce, zpravidla bezprostředně za domicilem. V posledních měsících není výjimečné, že redakce namísto zkratky autora textu umístí do závorek název „iDNES.cz“.

##### *Šifra iDNES.cz<sup>58</sup>*



<sup>57</sup> JÍLEK, V., *Psaná publicistická sdělení v kontextu teorie komunikace*, S. 64

<sup>58</sup> MF DNES, 20. 3. 2008, *ČT zastavila pořad Detektor*, S. A5

Přestože obdobné jmenování například tiskových agentur je obvyklé, u spřízněného produktu vlastního vydavatelství se jedná o nový fenomén. Před začátkem integrace se na stránkách novin objevovaly pouze zkratky či plná jména autorů portálu iDNES.cz, ostatně také proto nemohou mít redaktori MF DNES a iDNES.cz totožné akronymy.

Domníváme se, že se zmíněnou změnou v používání redakční šifry posouvá i celá její definice. Nyní již není její funkcí pouze informovat o tom, kdo je autorem textu, ale také (nebo patrně především) upozornit čtenáře (připomenout mu), že existuje médium, které s daným komunikátem přišlo jako první. Recipient se tak paradoxně vůbec nedozví, kdo je autorem sdělení, přestože to je prvotní funkcí tohoto textového komponentu. Původce textu nalezneme případně právě až na internetovém portálu.

### Anketa

Obvyklou součástí novin jsou grafy s různými statistickými údaji, výsledky průzkumů veřejného mínění a podobně. Do podoby grafu bývají v MF DNES zpracovány také výsledky čtenářských anket<sup>59</sup>. Příjemci vyjadřují své názory hlasováním na portálu iDNES.cz.

Zveřejnění ankety na stránkách novin může mít několik důvodů. Vedle samotného podání informace o postojích recipientů slouží také k optickému rozbití textu a mohou plnit i estetickou roli. V současné době propojování dominuje publikovaným grafům logo iDNES.cz, jež má webové stránky propagovat. Poslední zmíněný aspekt (propagace) není dle našeho názoru nijak oslabený ostatními funkcemi. Ty jsou však natolik tradiční a zažité, že příjemce zvyklý na jejich přítomnost si prezenci loga nemusí plně uvědomovat. S přihlédnutím k tomuto vývoji novin v posledních letech proto řadíme anketu k latentním podpurným prvkům integrace.

---

<sup>59</sup> JÍLEK, V., *Lexikologie a stylistika*, S. 124

# Trochu hloupé loučení Sparty

Spartě zdaleka největší, stoper Řepka, kvůli bolavému svalu v Aténách nehrál.

„Hoheneder podal při premiéře velmi dobrý výkon,“ ocenil sice trenér Martin Hašek hru mladého Rakušana, jenž na stoperu zaskočil. Avšak Hoheneder při veškeré snaze nemohl nahradit Řepkům zásadní vliv na mužstvo – autoritu, se kterou do týmu vnáší víru, že se nemůže nic zlého stát.

Sparta byla v Řecku bez Řepky výrazně slabší: herně, především však na duchu.

**2. Žádná osobnost**  
Zápas na Panathinaikosu je i varováním do budoucna: současnou Spartu si bez 35letého Řepky nelze představit. Když není on, není osobností ve Spartě nikdo. „I od televize bylo vidět, že Sparta na hřišti neměla

osobnost,“ všiml si Vladimír Táborský.

Blažek může mít z brány těžko hlavní slovo, na Bergerovi nelze v tomto směru stavět, což ukázalo i úterý, kdy se záložník po nadějném vstupu do utkání postupně vytratil. „Můj diesel se rozjíždí pomalu,“ komentoval jednou Berger, že se do vysoké formy dostává postupně. Problém je, že když se „diesel rozjede“, není už skoro o co závodit...

**3. Nedostatek kuráže**  
I přes absenci Řepky štve, jak ustrašeně si spartané v Řecku vzdor předzápasovým slibům počínali. Zvlášť když v defenzivě působil Panathinaikos zranitelně a nejistě. Jenže spartané se vyjma závěru před bránu Řeků ani nedostali, protože při přechodové fázi zbytečně a snadno odevzdávali míče.

„Nejde spoléhat na to, že zápas na Panathinaikosu jen ubráním,“ tvrdí Táborský.

**4. Mizerní útočníci**  
Ještě víc se však Táborský diví něčemu jinému: „V nové sezoně hrá-

li spartané čtyři soutěžní zápasy a ve třech nedali gól.“

Čekalo se, že Sparta v úterý nebude mít mnoho šancí, horší však je, že útočníci jako by v její sestavě chyběli, tak malý vliv měli na průběh zápasu.

**5. První inkasovaný gól**  
Vše by asi vypadalo jinak, kdyby Sparta udržela bezbrankový první poločas. A daleko k tomu neměla. „Gól do šatny považuji za klíčový,“ komentoval Hašek inkasovanou branku po standardce v posledních vteřinách před přestávkou. „V takové chvíli nesmí koncentrací hráčů povolit,“ zlobil se kouč a záložník Luboš Kalouda dodal: „Šance jsme jim dovolili, aby se chytili.“

Samotné vyřazení nebolí zdalek tolik jako skutečnost, že šlo o vyřazení zbytečné. **FILIP SAIVE**

### Co si myslí čtenáři iDNES.cz

Jaký máte dojem z vystoupení Sparty v předkole Ligy mistrů?

Zklamala, měla na postup	2 750 hlasů
Panathinaikos byl nad její síly	1 627 hlasů
Bojovala statečně, chybělo málo	312 hlasů

## Citace

Součástí žurnalistické etiky a jedním z pilířů vzájemné slušnosti a ohleduplnosti mezi novináři je předpoklad, že přijde-li konkurence s informací, kterou ostatní sdělovací prostředky citují, pak uvedou také název média, jež informaci přineslo jako první. Ne vždy se tak ale v praxi děje, neboť v dnešním vysoce konkurenčním prostředí se někteří novináři pokoušejí pokud možno co nejméně upozorňovat na úspěchy jiných sdělovacích prostředků.

Vzájemné odkazování fungovalo ještě před zahájením integračního projektu i mezi MF DNES a iDNES.cz. Tehdy ještě mělo pro některé zaměstnance obou titulů především zmíněný etický rozměr. Ač to možná navenek nebylo zjevné, vnímaly se podle Michala Musila obě redakce jako soupeři: „Prošli jsme několika konflikty. Jeden z nich spočíval v tom, že jsme například zveřejnili původní informaci z MF DNES na iDNES.cz. Jiná média ji převzala a citovala iDNES.cz. Lidé v MF DNES se pak naštváli. Z našich zkušeností vnímají tyto produkty jako jednu značku v podstatě všichni,

<sup>60</sup> MF DNES, *Trochu hloupé loučení Sparty*, 6. 8. 2009, S. C6

*dokonce i část novinářů z jiných médií. Jediným místem, kde byly vnímány jako dvě značky, byla redakce.“*

Přestože je dnes proces propojování patrný doslova na každé stránce novin i na webu, a je tedy již ve značně pokročilé fázi, od citací se mezi redakcemi neupustilo. Naopak se staly jednou ze součástí integrace. Odkazování výborně zapadá do celkového konceptu vzájemné propagace. A tak, přestože si jsou obě média stále blíže, lze například v textech na portálu najít formulace typu „o kterém včera jako první informovala MF DNES“<sup>61</sup>, „o kterých před časem informovala MF DNES“<sup>62</sup>, v případě probíhajících událostí dokonce „hlásí z místa reportér MF DNES“<sup>63</sup>. Poslední příklad ilustruje úzkou spolupráci mezi oběma médii, kdy reportér tištěného deníku z místa události komunikoval s editorem iDNES.cz a informace byly okamžitě použity do článku. Přesto editor záměrně ctí, že redaktor je zaměstnán v MF DNES, a cíleně formulaci nezaměňuje za jinou, například: „hlásí z místa reportér **pro** iDNES.cz“ a podobně.

Obdobně se s iDNES.cz může při citacích nakládat jako s některými tiskovými agenturami. Sepíše-li redaktor MF DNES článek, ve kterém využije informace dříve publikované na iDNES.cz, upozorní na to u podpisu dodatkem *s využitím iDNES.cz*. Analogicky se v deníku užívá sousloví *s využitím ČTK*, *s využitím Reuters* či obecně *s využitím tiskových agentur* a tak dále.

*Dodatky u podpisu: s využitím iDNES.cz<sup>64</sup> a s využitím ČTK<sup>65</sup>*



<sup>61</sup> IDNES.CZ, *Praha přijde kvůli krizi o pět miliard, připustil Bém* [online]. [cit. 2009-08-17].

URL: <[http://zpravy.idnes.cz/praha-prijde-kvuli-krizi-o-pet-miliard-pripustil-bem-f9o-praha.asp?c=A090815\\_090743\\_praha\\_jan](http://zpravy.idnes.cz/praha-prijde-kvuli-krizi-o-pet-miliard-pripustil-bem-f9o-praha.asp?c=A090815_090743_praha_jan)>

<sup>62</sup> IDNES.CZ, *Wilsonův les je pejskařům zaslíbený dál, letáky vyvolaly planou paniku* [online].

[cit. 2009-08-27]. URL: <[http://zpravy.idnes.cz/wilsonuv-les-je-pejskarum-zaslibeny-dal-letaky-vyvolaly-planou-paniku-13n-brno.asp?c=A080827\\_173927\\_brno\\_atk](http://zpravy.idnes.cz/wilsonuv-les-je-pejskarum-zaslibeny-dal-letaky-vyvolaly-planou-paniku-13n-brno.asp?c=A080827_173927_brno_atk)>

<sup>63</sup> IDNES.CZ, *Demonstranti nechali vejce doma, mítinky sledovaly desítky policistů* [online].

[cit. 2009-05-29]. URL: <[http://zpravy.idnes.cz/demonstranti-nechali-vejce-doma-mitinky-sledovaly-desitky-policistu-128-domaci.asp?c=A090529\\_105431\\_domaci\\_bar](http://zpravy.idnes.cz/demonstranti-nechali-vejce-doma-mitinky-sledovaly-desitky-policistu-128-domaci.asp?c=A090529_105431_domaci_bar)>

<sup>64</sup> MF DNES, *Útočník na Topolánka dělal ochranu na Kočkově pohřbu*, 21. 8. 2009, S. A2

<sup>65</sup> MF DNES, *„Stavbaři tam neměli co dělat“*, 9. 8. 2008, S. A3



### Internetová diskuse jako obsah tištěného titulu

*„Diskuze pod články – slouží jako doplněk ke článkům a autorovi umožňuje získat tzv. zpětnou vazbu (reakce od čtenářů na jeho článek). Předmětem diskuzí bývá buď samotný text, téma, nebo věc (produkt), jichž se týká. Toho využívají zejména internetová média, jak profesionální, tak amatérská (ale i obyčejní uživatelé internetu). Například [www.idnes.cz](http://www.idnes.cz).“<sup>66</sup>*

Z pohledu integrace ukrývá tento typ diskuse ještě další dva aspekty. Jedním se zabývá tato kapitola, druhý je zmíněn níže<sup>67</sup>. Čtenářské příspěvky pod články na webových stránkách totiž někdy přímo dotvářejí obsah tištěného média. V našem případě jsou tedy postoje recipientů iDNES.cz použity v MF DNES (nebo jejích magazínech). Opět může být prvotním cílem pouhá propagace, často ale autor získá nový, vítaný rozměr pro svá sdělení tím, že na diskusích uživatelů ilustruje různé názorové nuance, jež se k tématu vztahují. Pochopitelně si redaktoři ani editoři MF DNES nevybírají do textů názory z konkurenčních internetových stránek, jako Novinky.cz či Lidovky.cz, ale právě portál iDNES.cz. Je proto patrné, že přinejmenším sekundárním cílem je i zde vzájemná podpora vlastních produktů.

*Výňatek z rubriky K věci<sup>68</sup>*

**Případ lékařky z brněnské „fakultky“ čtenáře iDNES.cz, kteří pod článkem diskutovali, vůbec, ale vůbec nepřekvapil. Měli však zajímavé postřehy: „A já už se lekl, že chtějí zakročit proti firmám, které úplatky nabízejí. Ale (...) potrestá se jen ukecanost (...) pro výstrahu ostatním doktorům...“ Laika napadne, že když existuje na jednu chorobu tolik léků, měly by ty firmy, jež se do afér s úplatky zapletou, jít z kola ven. „Nařčení z úplatku se lze bránit. Byly to provize, ty bere kdekdo. Je to platba za službu, kterou firmě prokázala. Jedině snad je měla přiznávat na daň z příjmu,“ popsal zase situaci další čtenář. A kde leží pravda?**

**Rozum, nebo cit?**

<sup>66</sup> KREJČÍŘÍKOVÁ, L., *Internetové diskuze pod články na zpravodajských serverech*, S. 22

<sup>67</sup> S. 56

<sup>68</sup> MF DNES, mutace Jižní Morava a Brno, *K věci: Hlavně to zdraví, říká se moudře*, 8. 8. 2009, S. C2

*Příspěvky z diskuse<sup>69</sup> na stránkách magazínu Ona DNES<sup>70</sup>. Text byl publikován v roce 2007 a neproduktivně zamlčuje zdroj příspěvků.*

**ONA téma**

**KOMU TO VYSLO:**

VZTAH S MLADŠÍM MUŽEM NEMUSÍ BÝT POKAŽDÉ POUZE CHVILKOVÁ ZÁLEŽITOST, ALE I OSUDOVÉ PARTNERSTVÍ, KTERÉ DÁ ŽIVOTU KONEČNĚ SPRÁVNÝ ROZMĚR

DEMI MOORE (44) A ASHTON KUTCHER (29)

**Vztahu s o pět let mladším kolegou nikdo neprorokoval víc než pár měsíců. Ale na podzim oslaví dvouleté výročí svatby a vypadají stále šťastně.**



IVA HÜTTNEROVÁ (58) A PETR MÄNDL (52)

**Kvůli lásce kdysi sebrala syna a opustila prvního manžela. Láska časem odešla, ale objevil se ON – sice mladší, ale klape jím to už přes 20 let.**



**@ DISKUSE NA CHATU: Život se zajíčkem**

Nic netrvá věčně. Na ‚starém kole‘ se naučí nejlíp jezdit a pak dřív či později stejně uteče za mladší... V druhém případě, pokud je ta ‚stařenka‘ bohatá, tak může být s ní i dlouho a bokem mít ještě jinou, mladou... **Goldy**

Je mi 40 let a mému partnerovi 30. Nemám ráda názory typu ‚na starém kole... pokud je stařenka bohatá...‘ apod. Jsme spolu 10 let, pomáhal mi od začátku s výchovou mých dvou dětí z předešlého vztahu a mnohdy nám osud připravil perné chvíle. Mohl se na nás vykašlat, sbalit svých pět švestek a jít o dům dál. **Ale naopak, náš vztah se upevnil. Chtěla jsem jen říci, že záleží na síle vztahu. Pokud není pevný, rozpadne se, ať je starší muž nebo žena. Kaa**

Neboj, ještě chvíli to bude dobrý, nejdýl to může vydržet i 15 let. Pak nastane pro tebe období přechodu a pro něho konečně období dospělosti. Našel si tě proto, že sám se v tom dospívání jaksi opozdil. No a na to u něho naváže po padesátce druhá míza. Máš se na co těšit. **Chardone**

Měl jsem partnerku o pár let mladší... Pokud měla malé děti, malý plat, nebyla zajištěna, vše OK, žádná stížnost na sex, na chování... prostě idylka. Děti vyrostly, partnerka našla dobře placené místo, vztah přestával fungovat, ona má vše a již potřebuje jen volnost a užívání si s mladším, výkonným samcem... Ale pánové, pamatujte, že jednou jeden náš kolega řekl... staré baby at dupe čert... Ještě že na světě jsou... **Evža**

► novově svůj druhý život až ve chvíli, kdy sama zůstane opuštěná.  
A i když s ním začne jako první žena, má ještě jednu brzdu: nový vztah obvykle nebere, na rozdíl od mnoha mužů, jen takzvané na přilepenou.  
Muž nehledá změnu životního stylu, žena často ano. Konečně bude chodit tancovat a vůbec začne žít – a nikdo se jí nebude

„Pokud je vztah založený pouze na vzhledu, pak ano,“ předpovídá Ondřej Trojan. „Pokud na hodnotách, nemusí to tak být.“  
I starší žena může být pro muže fyzicky velmi přitažlivá (aniž by nutně potřebovala plastické operace) a navíc velmi inspirující v sexu. „Měl jsem několik krásných žen, ale často to byly špatné milenky,“ podotýká Trojan. „Důležitá je kreativita, vyzrálost, chuť

### On-line rozhovor

Takzvané on-line rozhovory jsou běžnou součástí obsahu internetového portálu iDNES.cz. Čtenáři v nich pokládají otázky lidem pozvaným redakcí, obvykle v návaznosti na nedávné společenské dění. „On-line rozhovory mohou mít synchronní formu, což znamená, že kontakt s účastníkem probíhá v chatovací místnosti<sup>71</sup>, kde je možná bezprostřední výměna otázek a odpovědí, zatímco obě strany jsou zároveň připojené. To má blízko k ústní výměně při komunikaci tváří v tvář. Ale on-line rozhovory mohou být také provozovány jako asynchronní, kdy tazatel pošle otázku

<sup>69</sup> IDNES.CZ, *Diskuse k článku*, [online]. [cit. 2007-07-28].

URL: <[http://ona.idnes.cz/ona\\_vztahy.asp?r=ona\\_vztahy&c=A070719\\_125126](http://ona.idnes.cz/ona_vztahy.asp?r=ona_vztahy&c=A070719_125126)>

<sup>70</sup> ONA DNES 30/2007, *Ženy a druhá míza*, S. 16

<sup>71</sup> On-line rozhovory v této formě provozuje v České republice například Český rozhlas 1, Radiožurnál

účastníkovi, jenž odpoví po nějaké době, a oba nemusí být ve stejnou chvíli on-line.“<sup>72</sup>

Druhou charakteristiku lze vztáhnout právě na portál iDNES.cz.

Pro průběh on-line rozhovoru je stanoveno následující schéma: on-line rozhovor je standardně avizován článkem s profilem pozvané osobnosti<sup>73</sup>. V okamžiku, kdy je čtenářům umožněno pokládání otázek, mění editor titulek článku, aby bylo patrné, že interview již začalo. Například *Galerie Vaňkovka chystá změny, její šéf bude on-line*<sup>74</sup> upraví editor na: *Na změny ve Vaňkovce se ptejte jejího ředitele*<sup>75</sup>.

Jakmile osobnost zodpoví první zajímavý dotaz, přepracuje editor obsah článku. Dotazy a odpovědi nebo jejich části vkládá do článku tak, aby nenarušil srozumitelnost textu a aby byly provázány s původními informacemi o osobnosti. Nejnovější části s dalšími odpověďmi průběžně doplňuje do textu, pokud možno co nejvýše, aby čtenáři nemuseli dlouho hledat poslední aktualizovanou pasáž.

Pakliže se domnívá, že již byla zodpovězena nejdůležitější či nejzajímavější otázka, znovu změní titulek<sup>76</sup>. Ve výše citovaném případě zvolil editor *Rozšíření Vaňkovky je šance pro obchodníky z centra, napsal její šéf*<sup>77</sup>. Některé živnostníky ze středu města totiž v souvislosti se zvětšením nákupní galerie znepokojovala nejistá budoucnost vlastního podnikání.

Po zodpovězení poslední otázky již takovýto titulek může zůstat nepozměněn, někteří editoři však upřednostňují prosté konstatování typu *Ředitel Vaňkovky odpovídal v on-line rozhovoru čtenářům iDNES.cz*.

---

<sup>72</sup> FLICK, U., *An introduction to qualitative research*, S. 257

<sup>73</sup> Může nastat mimořádná situace, kdy se odehraje natolik závažná, zajímavá či nečekaná událost, že se redakce rozhodne pozvat hosta k on-line rozhovoru na co nejbližší termín. V takovém případě nemusí psát profil osobnosti, ale pouze do souvisejícího textu vloží box s upozorněním, kdy on-line proběhne a kdo bude jeho účastníkem. Již den po svém zvolení do funkce trenéra fotbalové reprezentace odpovídal čtenářům František Straka. [online]. [cit. 2009-05-13]. URL: <[http://fotbal.idnes.cz/streku-na-sampionat-do-afriky-bych-absolvoval-rad-rekl-straka-ctenarum-1mg/fot\\_reprez.asp?c=A090513\\_100145\\_fot\\_reprez\\_mn](http://fotbal.idnes.cz/streku-na-sampionat-do-afriky-bych-absolvoval-rad-rekl-straka-ctenarum-1mg/fot_reprez.asp?c=A090513_100145_fot_reprez_mn)>

<sup>74</sup> IDNES.CZ, *Galerie Vaňkovka chystá změny, její šéf bude on-line*, [online]. [cit. 2009-09-15]. URL: <[http://zpravy.idnes.cz/rozsireni-vankovky-je-sance-pro-obchodniky-z-centra-napsal-jeji-sef-1pt-brno.asp?c=A090915\\_1257519\\_brno\\_dmk](http://zpravy.idnes.cz/rozsireni-vankovky-je-sance-pro-obchodniky-z-centra-napsal-jeji-sef-1pt-brno.asp?c=A090915_1257519_brno_dmk)>

<sup>75</sup> IDNES.CZ, *Na změny ve Vaňkovce se ptejte jejího ředitele*, [online]. [cit. 2009-09-15]. URL: <[http://zpravy.idnes.cz/rozsireni-vankovky-je-sance-pro-obchodniky-z-centra-napsal-jeji-sef-1pt-brno.asp?c=A090915\\_1257519\\_brno\\_dmk](http://zpravy.idnes.cz/rozsireni-vankovky-je-sance-pro-obchodniky-z-centra-napsal-jeji-sef-1pt-brno.asp?c=A090915_1257519_brno_dmk)>

<sup>76</sup> Někdy editoři vyčkávají s tímto typem titulků (vyzdvihujícího zajímavý či důležitý aspekt) až do ukončení on-line rozhovoru. Zůstane-li pak titulek ve formě výzvy „...ptejte se osobnosti...“ až do chvíle, kdy vyprší časový limit pro zadávání otázek, používá se formulace „osobnost odpovídá“.

<sup>77</sup> IDNES.CZ, *Rozšíření Vaňkovky je šance pro obchodníky z centra, napsal její šéf*, [online]. [cit. 2009-09-15]. URL: <[http://zpravy.idnes.cz/rozsireni-vankovky-je-sance-pro-obchodniky-z-centra-napsal-jeji-sef-1pt-brno.asp?c=A090915\\_1257519\\_brno\\_dmk](http://zpravy.idnes.cz/rozsireni-vankovky-je-sance-pro-obchodniky-z-centra-napsal-jeji-sef-1pt-brno.asp?c=A090915_1257519_brno_dmk)>

Výstup z on-line rozhovoru se může následně objevit v novinách, a to zpravidla ve dvou formách. Buďto je upraven do podoby žánrově nezačlenitelného textu vykazujícího prvky *reportu a reportu*<sup>78</sup>, nebo má formu rozhovoru se shrnujícím úvodem. Otázky žurnalisty běžné v jiných typech rozhovorů jsou zde nahrazeny převzatými dotazy čtenářů, z internetového portálu jsou přejaty i odpovědi pozvané osobnosti. Obojí bývá redakčně upraveno a kráceno, neboť někteří čtenáři dělají lingvistické chyby, uvádějí nepravdivé informace nebo se vícekrát opakují stejné dotazy. Zpracování on-line rozhovoru proto klade na novináře značné nároky, měl by být dokonale znalý rozebírané problematiky, aby nebyly porušeny některé ze zásad informační kvality. Všechna fakta, která uvádějí čtenáři, je na místě ověřit. Do většiny on-line rozhovorů je zvána pouze jedna osobnost<sup>79</sup>, novinář do nich v průběhu nezasahuje (pokud není nucen mazat vulgární či jinak nevhodné příspěvky), a je proto nutné mít při zpracovávání na paměti, že se rozhovor může dotýkat nezúčastněných osob, které nemají příležitost jakkoliv se ohradit.

Vlivem nedbalosti může dojít k publikování informace, která neprávem někoho poškodí. V jednom z přepisů v MF DNES byl například publikován dotaz: *Pane Janečku, co si myslíte o tom, že se v Česku aplikují totalitní praktiky? Ministr Julínek odvolal vás, profesora Černého či Klenera jen kvůli jinému názoru na věc.*<sup>80</sup> Jedná se přitom o polopravdu. Profesora Jana Černého, někdejšího ředitele Centra pro kardiovaskulární a transplantační chirurgii v Brně, odvolal za předchozí vlády ministr David Rath. Vzhledem k tomu, že v žádné z odpovědí nebyl tento omyl vyvrácen, recipientům MF DNES byl předložen jako pravdivý fakt.

Zpracování do podoby rozhovoru je praktické v případě, kdy se redakce rozhodne v novinách vyčlenit větší prostor nebo spolu otázky tematicky příliš nesouvisejí. Druhý typ textu se užívá na menším prostoru, dobře působí užití otázek a odpovědí jako provázaného celku.

---

<sup>78</sup> JÍLEK, V., *Lexikologie a stylistika*, S. 121

<sup>79</sup> Existuje také takzvaný „duel“, kdy na otázky čtenářů odpovídají dvě osobnosti, obvykle z různých pólů názorového spektra. Tato forma on-line rozhovoru není na iDNES.cz v praxi příliš využívána.

<sup>80</sup> MF DNES, mutace Brno, *Senátorský duel: Úrazovka i vtípky*, 23. 10. 2008, S. C4

*„Mexičané nosí roušky i na pláž“<sup>81</sup>*

**Panikaří Mexičané? Jak se k prasečí chřipce staví mexická média? Změní se kvůli tomu celá země? Dvaadvacetiletá studentka Alexandra Jašová z Brna, která díky svému studijnímu pobytu v hlavním městě Mexico City zná atmosféru kolem prasečí chřipky, včera odpovídala v on-line rozhovoru na brno.idnes.cz.**

**Čtenáře nejvíce zajímalo, jak to teď vypadá v mexických ulicích.**

**„V Mexico City je znát, že se něco děje. Lidé nosí roušku a ulice se mírně vylidnily.**

**Paniku jsem ale nezažila,“ odpověděla jednomu ze čtenářů Jašová o situaci v metropoli. „Někteří lidé se bojí, jiní si myslí, že za celou chřipkou vězí něco jiného,“ dodala studentka. Sama ale z města raději na pár dní odjela. Čtenář František se proto zeptal, jestli ji nenapadlo raději sbalit kufry a odletět domů. „Strach nemám, možnost nákazy je malá,“ míní dívka. „O předčasném návratu domů proto neuvažuji,“ připustila Jašová. (...)**

*„Po prasečí přijde jiná chřipka“<sup>82</sup>*

Děkan Lékařské fakulty Masarykovy univerzity Jan Žaloudík odpovídal na serveru brno.idnes.cz on-line. Škola i fakulta totiž slaví 90 let.

**Má fakulta ještě kapacitu přijmout více studentů do prvního ročníku?**

Nejsme výrobním podnikem na ocel, musíme zohledňovat také výukové možnosti. Od zájemců o studium slýchávám, že bychom měli brát více studentů, od studujících zase, že máme počty redukovat, aby bylo více prostoru. S dokončením kampusu možná můžeme počty studentů lehce navýšit, limitovaní jsme ale především tím, že stát více studentů platit nebude a zdarma učit neumíme. Počty studentů medicíny v Brně jsou ale obecně vysoké, mezi lékařskými fakultami jsme možná i na prvním místě.

**Bojíte se prasečí chřipky?**

Nebojím. Už před 35 lety mě učili, že vlastností chřipkových virů je neustálá proměna i jejich nebezpečnosti. Po ptačí a prasečí přijdou chřipky „jiných zvířat“. Samozřejmě, že pro oslabený organismus může být chřipka fatální, nebezpečnost různých epidemií je různá, nevnímám to však jako nic fatálního. (...)

<sup>81</sup> MF DNES, mutace Brno, „Mexičané nosí roušky i na pláž“, 6. 5. 2009, S. C4

<sup>82</sup> MF DNES, mutace Brno, „Po prasečí přijde jiná chřipka“, 13. 11. 2009 S. C2

On-line rozhovor jsme zařadili k latentním prvkům propagace, neboť svým novinovým zpracováním (stejně jako výše zmíněné diskusní příspěvky) sám o sobě explicitně nevyzývá k návštěvě internetového portálu, pouze (převážně v některém z úvodních odstavců) konstatuje, odkud komunikát pochází.

Téměř pravidlem ovšem je, že se pod otištěným on-line rozhovorem objevuje upozornění ve smyslu „celý on-line rozhovor najdete na iDNES.cz“. V našem chápání se jedná o samostatný element (viz níže na této straně), neboť jeho přítomnost není bezpodmínečná. V případě, že by noviny otiskly celý on-line rozhovor, byla by prezenze takového segmentu přímo nežádoucí.

#### 2.2.3.1.2 Propagace manifestní (zjevná)

##### Dovětky

Jako dovětky<sup>83</sup> označujeme pro účely této práce krátká sdělení, která stojí obvykle na konci textu. V tištěné MF DNES informují o dalším, nadstavbovém obsahu, který příjemci mohou najít na webu iDNES.cz. Jejich funkce bývá posílena grafickými motivy, například logem portálu či ikonou videokamery, sluchátek a podobně. Naléhavost zvyšují žurnalisté apelem na čtenáře: *podívejte se, poslechněte si, čtěte* apod. Jejich jediným účelem je přivést recipienta na portál.

*Dovětky upozorňující na (zleva) rozšířený obsah<sup>84</sup>, animaci<sup>85</sup> a zvukovou nahrávku<sup>86</sup>.*



Svou obdobu mají i na iDNES.cz. Zde jim často předchází exkluzivní text, který však není uveden v plném rozsahu. Příkladem je rozhovor s Václavem Klausem, z něhož byly uveřejněny pouze první dvě otázky. Zbytek byl publikován v ranním vydání MF DNES.

<sup>83</sup> V žurnalistickém slangu bývají internetové i tištěné dovětky označovány také jako „poutáky“.

<sup>84</sup> MF DNES, *Stát zjednodušil zelené dotace*, 11. 8. 2008, S. B1

<sup>85</sup> MF DNES, *„Stavbaři tam neměli co dělat“*, 9. 8. 2008, S. A3

<sup>86</sup> MF DNES, *Útočník na Topolánka dělal ochranu na Kočkově pohřbu*, 21. 8. 2009, S. A2

*Dovětek na iDNES.cz. Je vkládán na konec textu a má jednotné grafické vyvedení.<sup>87</sup>*



Plné znění textů bývá po několika hodinách zveřejněno i na iDNES.cz a dovětek je z internetu vymazán. Účelem je poskytnout čtenáři tištěného titulu jistou časovou výhodu a podpořit tak výjimečnost novin.

Tento postup však nemusí být praktikován vždy. Některé dovětky mohou upozorňovat na to, že noviny přinesou k aktuálnímu tématu více materiálů. Část z nich se na portálu v průběhu dne může objevit, jiné ovšem zůstávají výsadou čtenářů tištěného produktu.

Noviny ze své podstaty nedokážou nabídnout takovou škálu doplňujícího obsahu jako internet. Ve zcela výjimečných případech však dovětky na portálu nabízejí i něco jiného než pouze text. Například 4. 10. 2008 podpořila jihomoravská redakce MF DNES projekt dárcovství krve hokejového klubu Komety Brno a uveřejnila na jednom z listů velké logo projektu, které při zápase fanoušci hromadně zvedli nad hlavu. Viz foto<sup>88</sup>.



*Plakát s logem akce Červená z modré... pro život!!!, který vyšel v regionální mutaci Brno deníku MF DNES. Inzerován byl o den dříve v rubrice Brno portálu iDNES.cz. Na snímku příznivkyně klubu 4. 10. 2008 v brněnské hale Rondo.*

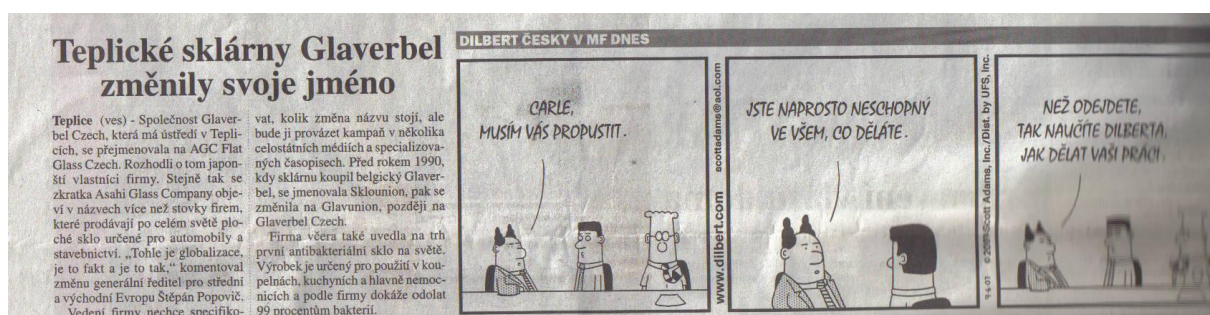
<sup>87</sup> IDNES.CZ, *Vyprázdněná politika je příležitostí pro „havlismus“, říká Václav Klaus* [online]. [cit. 2009-11-16]. URL: <[http://zpravy.idnes.cz/vyprazdnena-politika-je-prilezitost-pro-havlismus-rika-vaclav-klaus-126-domaci.asp?c=A091115\\_200740\\_domaci\\_vel](http://zpravy.idnes.cz/vyprazdnena-politika-je-prilezitost-pro-havlismus-rika-vaclav-klaus-126-domaci.asp?c=A091115_200740_domaci_vel)>

<sup>88</sup> IDNES.CZ [online]. [cit. 2008-12-12]. URL: <[http://i.idnes.cz/08/101/maxi/TAJ263549\\_hokej2.jpg](http://i.idnes.cz/08/101/maxi/TAJ263549_hokej2.jpg)>

Umístování dovětků vychází z rozdílnosti obou médií, z potřeby udržet čtenáře u obou produktů, nabídnout mu v každém z produktů něco jiného a z možnosti umístit na internet multimediální soubory, o které by jinak byli příjemci tištěného deníku ochuzeni.

Mimo to je jednou z výhod internetu schopnost absorbovat prakticky neomezené množství obsahu. Pakliže je redakce tištěného média nadměrně limitována prostorem, má možnost nabídnout část vlastního obsahu (třeba i pravidelně v novinách publikovanou) na stránkách internetového média. Čini tak znovu prostřednictvím dovětku, tentokrát stojícího samostatně mimo text.

### Pravidelně zveřejňovaný komiks Dilbert.<sup>89</sup>



O dva dny dříve<sup>90</sup> se však do novin nevešel a redakce jej nabídla pouze na iDNES.cz.

**Airbus čeká zakázky čínských aerolinek**

Hongkong (ČTK) - Evropský Airbus předpokládá, že se čínské aerolinie objednájí během následujících 20 let 113 obřích letadel A380. Průměrná objednávka airbusů dosáhne v nejbližších pěti letech celkem až 150 strojů ročně, uvedl v Hongkongu obchodní ředitel Airbusu John Leahy.

**KMV a Poděbradka se mohou sloučit**

Praha (ČTK) - Karlovarská Koruní a její distributor firma Alphaduct neuspěly u antimonopolního úřadu s odvoláním proti fúzi Karlovarských minerálních vod (KMV) a Poděbradky. Spojení předních českých výrobců nealkoholických nápojů povolil loni po předchozím zamítnutí Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS). Firmám určil podmínky, které měly zajistit rovnováhu na trhu. Podle konkurence je však fúze i tak nebezpečná. Předseda ÚOHS Martin Pecina ale rozklad zamítl.

**iDNES.cz**  
Aktuální díl komiksu Dilbert na [www.idnes.cz/dilbert](http://www.idnes.cz/dilbert)

modelem CEO. Ale na první pohled vůz připomíná BMW X5. Další výrobce, Zhejiang Jonway, plánuje představit terénní vozidlo UFO, jehož tvůrci se více než důkladně inspirovali u Toyoty RAV 4. Model Shuanghuan Nobel pro změnu napodobuje úspěšné vozidlo do města Smart. A mohli byehom pokračovat.

**BMW se chce bránit**

„Máme připravena opatření proti tomu, aby taková auta po Evropě jezdila,“ uvedli zástupci BMW pro časopis Automobilwoche.

Pokud se nakonec model objeví na autosalonu, automobilku chtějí dát okamžitě k soudu. Podobně chce postupovat i koncern Daimler, pod který výroba smartů spadá. První vozidla však už do Evropy dorazila.

Pořadatelé frankfurtského autosalonu, který příští týden začíná, mají možnost čínským plagiátorům účast zrušit. Ale až poté, co se objeví jejich výrobky fyzicky ve Frankfurtu na veletrhu.

Na problém kopírování německých aut si stěžovala minulý týden při své návštěvě Číny i kancléřka Angela Merkelová.

„Když se objeví auto, které vypa-

**STEJNÝ DESIGNÉR?** Návrt

**NAJDI ROZDÍL.** Chery QQ (

**BMW PO ČÍNSKU.** I čínsk

<sup>89</sup> MF DNES, 6. 9. 2007, S. A12

<sup>90</sup> MF DNES, 4. 9. 2007, S. A12



### Upoutávky s logem a dalším, dominujícím grafickým prvkem

Tento typ propagace má své pevné místo v tištěné MF DNES. Od dovětků se liší většími rozměry, často delším textem, kromě loga iDNES.cz i dalším výrazným grafickým prvkem (zejména fotografiemi), nad nímž je umístěn titulek i podtitulek. Fotografie se úzce vztahuje k problematice, na kterou textové sdělení uvedené ve spodní části objektu láká. I zde bývají přítomny apely na čtenáře, noviny s ním někdy „vedou dialog“: *Váháte, kdy ve slově napsat jedno „n“ a kdy dvě? Vyplňte si test a zjistěte (...)*<sup>91</sup>.

Některé z těchto prvků se v novinách objevují pravidelně. Na straně A2 redakce každý den upozorňuje na vybraný obsah portálu iDNES.cz. Sešit Ekonomika analogicky odkazuje na přehled aktuálních kurzů. Přítomnost upoutávky přímo uvnitř některého z textů není vyloučena (viz následující stranu).

Předmětem upoutávek mohou být plánované on-line rozhovory, zvláštní přílohy jako testy či interaktivní informační grafiky, videonahrávky, fotogalerie a jiné. Významnou roli zde sehrává nepřetržitost internetového zpravodajství. Noviny mohou prostřednictvím upoutávek nabídnout aktuální informace po celý den, čehož využívají při významných událostech, jako jsou prezidentská volba nebo olympijské hry, případně jiné situace, u nichž se očekává kontinuální zpravodajství.

*Upoutávky upozorňující (zleva) na aktuální internetové zpravodajství<sup>92</sup>, on-line rozhovor<sup>93</sup> a průběžně aktualizované kurzy měn<sup>94</sup>.*



<p><b>Aktuální zpravodajství</b> na <a href="http://www.idnes.cz">www.idnes.cz</a></p>  <p>Aktuální zpravodajství o tom, co bude dál, kdo bude v Česku do jara vládnout a zda se politici shodnou na státním rozpočtu, sledujte na <a href="http://www.idnes.cz/volby">www.idnes.cz/volby</a></p> <p><b>iDNES.cz</b></p>	<p><b>Podrobně o kávě</b> na <a href="http://brno.idnes.cz">brno.idnes.cz</a></p>  <p>Znalkyně kávy Julie Kalodová, která připravovala recenze kaváren pro MF DNES, odpovídala čtenářům. <b>Pondělní on-line rozhovor</b> čtete na <a href="http://brno.idnes.cz">brno.idnes.cz</a>.</p> <p><b>iDNES.cz</b></p>	<p><b>On-line kurzy</b> na <a href="http://www.idnes.cz">www.idnes.cz</a></p>  <p>Aktuální kurzy řady světových měn vůči české koruně <b>včetně přehledných grafů</b> najdete on-line na adrese <a href="http://www.idnes.cz/kurzy">www.idnes.cz/kurzy</a></p> <p><b>iDNES.cz</b></p>
---	--	--

<sup>91</sup> MF DNES, 20. 11. 2008, S. A2

<sup>92</sup> MF DNES, 16. 9. 2009, S. A2

<sup>93</sup> MF DNES, 2. 9. 2009, mutace Jižní Morava, S. C2

<sup>94</sup> MF DNES, 16. 9. 2009, S. B4



## Upoutávky okazionální

Další typy upoutávek mohou vzniknout spontánně a objevovat se příležitostně na rozličných místech periodika. Míra propagace u nich může být vysoká, ale i zcela marginální. Časté jsou grafické boxy, v jejichž textu je pouze tučným písmem zvýrazněna internetová adresa serveru iDNES.cz vztahující se k obsahu vydání či k informacím v samotném boxu. Logo iDNES.cz může zcela absentovat.

*Upoutávky příležitostného charakteru podporující integraci s webem. První<sup>98</sup> odkazuje na speciální stránku věnovanou olympijským hrám v Pekingu, druhá<sup>99</sup> na on-line textovou reportáž ze semifinále play-off české hokejové extraligy.*



## Upoutávky inzertního charakteru

Součástí obsahu MF DNES i iDNES.cz je prostor, který oba produkty nabízejí zájemcům pro uveřejňování reklamních sdělení. Tato komerční činnost zajišťuje sdělovacím prostředkům podstatnou část příjmů. Prostory určené k inzerci ovšem nevyužívají jen vnější subjekty za úplatu, oba mediální produkty si je vzájemně bezplatně propůjčují. Na stránkách portálu i v deníku se vyskytují prvky, které se na první pohled jeví jako placená inzerce, jedná se však jen o další rys probíhající integrace.

<sup>98</sup> MF DNES, 9. a 10. 8. 2008, S. A1

<sup>99</sup> MF DNES, 20. 3. 2008, S. D1

S jistotou je odlišit od placené reklamy lze díky tomu, že na iDNES.cz ani v MF DNES nejsou na rozdíl od inzerce za úplatu odděleny od zbylého obsahu slovem „reklama“, respektive „inzerce“. Rozlišovacím znakem mezi upoutávkami inzertního charakteru a typy upoutávek zmíněnými výše je skutečnost, že upoutávky inzertního charakteru nenabízejí pouze jednotlivosti z momentální nabídky produktů MF DNES a iDNES.cz (jeden článek, fotogalerii, video a podobně), ale celý produkt jako takový, případně jeho podstatnou část (pondělní předplatné s magazínem Ona DNES, rubriku Hobby serveru iDNES.cz a podobně). Také dosahují mnohonásobně větší velikosti, v novinách není výjimkou celá čtvrtina stránky.

a) Upoutávky inzertního charakteru na iDNES.cz

Na portálu iDNES.cz je největším takovým prvkem reklama ve spodní části hlavní stránky. Téměř dvě třetiny objektu zaujímá animované sdělení, které návštěvníkům nabízí předplatné MF DNES. Zbýlá přibližně třetina má ve své levé části náhled titulní strany aktuálního vydání MF DNES, v pravé části jsou odkazy na čtrnáct regionálních mutací deníku.

*Reklama na předplatné MF DNES s odkazy na aktuální vydání a regionální suplementy<sup>100</sup>.*



**Předplaťte si MF DNES s nejčtenější magazínovou přílohou pro ženy**

**Aktuální vydání MF DNES**  
Středa 11. listopadu 2009  
**Zpravodajství z regionů**

<a href="#">Praha</a>	<a href="#">Středočeský</a>
<a href="#">Ústecký</a>	<a href="#">Liberecký</a>
<a href="#">Plzeňský</a>	<a href="#">Karlovarský</a>
<a href="#">Jihočeský</a>	<a href="#">Královéhradecký</a>
<a href="#">Pardubický</a>	<a href="#">Vysočina</a>
<a href="#">Morávkoslezský</a>	<a href="#">Jihomoravský</a>
<a href="#">Olomoucký</a>	<a href="#">Zlínský</a>

Po kliknutí na odkaz „aktuální vydání“ se recipient ocitá na stránce věnované tištěné MF DNES<sup>101</sup>, stránka je však také součástí portálu iDNES.cz. Příjemci zde naleznou titulní stranu posledního vydání listu ve formátu PDF.

<sup>100</sup> IDNES.CZ [online]. [cit. 2009-10-10]. URL: <<http://www.idnes.cz>>

<sup>101</sup> IDNES.CZ, MF DNES – největší seriózní noviny v ČR, [online]. [cit. 2009-09-02]. URL: <<http://zpravy.idnes.cz/mfdnes.asp>>

Pod jejím náhledem lze vstoupit do jednotlivých rubrik MF DNES. Rubriky nabízejí přepis všech publikovaných textů, před polednem pouze v nedokončené podobě, po poledni v plném znění. Stejný princip zveřejňování článků je praktikován i u odkazů na regionální přílohy.

Na stránce je možné prohlédnout si i celé vydání MF DNES včetně magazínu a tematických sešitů, text je ovšem rozostřen a jedná se o starší číslo deníku.

Součástí stránky věnované MF DNES jsou i odkazy na čtyři vybrané aktuální články ze serveru iDNES.cz. Provázání tedy funguje i opačným směrem.

V sekci MF DNES je kromě stránky s aktuálním vydáním ještě deset dalších podsekcí věnovaných tištěnému deníku. Ze zbylých jmenujme například části: Redakce, Předplatné, Etický kodex, Předchozí vydání či Co je MF DNES.

#### b) Upoutávky inzertního charakteru v MF DNES

Internetový portál je v těchto kvazireklamních sděleních představován čtenáři tištěného deníku v mnoha podobách. Nejenže je příjemce lákán na aktuální zpravodajství a další žurnalistické produkty, dostává se mu i nabídky komerčních a servisních aktivit webu iDNES.cz.

Přitom oba postupy prezentace jsou velmi variabilní a v MF DNES je toho náležitě využito. V houbařské sezoně například lákala barevná upoutávka o velikosti čtvrtiny strany na atlas hub, který je k dispozici na adrese hobby.idnes.cz. Komerčně laděná pobídka (zjevně přesně zacílená) propaguje motoristický inzertní server Automodul, jenž taktéž spadá pod portál iDNES.cz, a „reklama“ se v tištěném deníku opakovaně nacházela přímo v rubrice Auto.



## Horní lišta titulní strany

Pro podporu propojování je hojně využíváno i jedno z nejatraktivnějších míst celých novin. V záhlaví nad titulem přináší denně MF DNES sdělení vyvedené ve výrazném půlcentimetrovém fontu. Velmi často je jeho účelem přivést čtenáře na portál iDNES.cz. V takovém případě začíná sdělení logem webových stránek, zbytek specifikuje, co portál daný den nabízí zajímavého. Charakteristiky textu mají velmi blízko k výše uvedeným upoutávkám. I na tomto místě vedou noviny se čtenáři dialog a snaží se je oslovit jasnými výzvami. *Vyznáte se v nabídce povinného ručení? Otestujte se na [www.idnes.cz/test](http://www.idnes.cz/test)<sup>104</sup> nebo Ptejte se epidemioložky na klišťata. Od 11.00 na [www.idnes.cz/klistata](http://www.idnes.cz/klistata)<sup>105</sup>, případně Přichází vedro. Jak bude u vás? Sledujte on-line (...)*<sup>106</sup>.

Vrchní část titulní strany nemusí být portálu vyhrazena vždy. Stejně jako u jiných objektů i u tohoto promlouvají do obsahu aktuální události, momentální společenská situace či redakční potřeby. Před logem iDNES.cz a jeho nabídkou tedy mohou dostat přednost informace jako *BUSH V ČESKU – SPECIÁL Mimořádné zpravodajství, analýzy a komentáře na 10 stranách*<sup>107</sup> nebo *PROGRAM TELEVIZE NA 14 DNÍ AŽ 50 televizních stanic najdete v Magazínu DNES+TV.*<sup>108</sup>

*Ukázka záhlaví titulní strany.*<sup>109</sup>



<sup>104</sup> MF DNES, 20. 11. 2008, S. A1

<sup>105</sup> MF DNES, 21. 7. 2008, S. A1

<sup>106</sup> MF DNES, 28. 7. 2008, S. A1

<sup>107</sup> MF DNES, 6. 6. 2007, S. A1

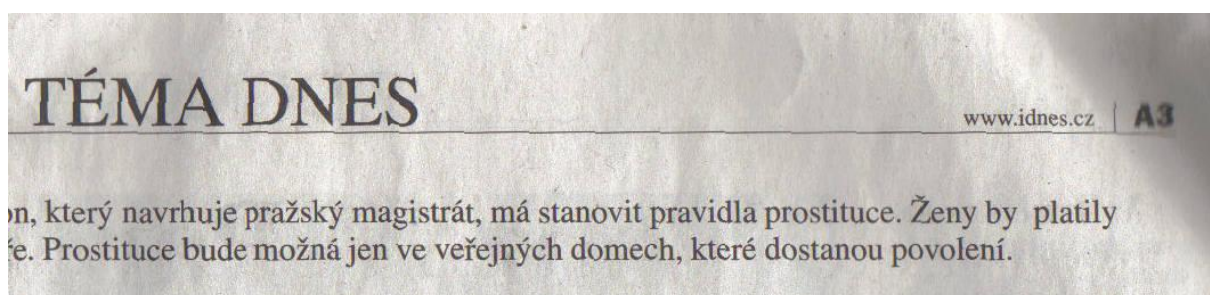
<sup>108</sup> MF DNES, 27. 9. a 28. 9. 2007, S. A1

<sup>109</sup> MF DNES, 2. 2. 2009, S. A1

### Záhlaví zbylých stran novin a zápatí vnitřních stran magazínu Ona DNES

Záhlaví je využito k propagaci i na zbylých listech deníku. Vedle čísla strany je napsána internetová adresa portálu iDNES.cz, přičemž může být dle potřeby modifikována. V sešitu „A“ je vždy v základním znění, tedy [www.idnes.cz](http://www.idnes.cz), v příloze Auto je odkazováno přímo na příslušnou rubriku [www.auto.idnes.cz](http://www.auto.idnes.cz) a podobně. Dle tohoto klíče se postupuje i v magazínu Ona DNES, a to s jediným rozdílem. Adresa [www.ona.idnes.cz](http://www.ona.idnes.cz) je vložena do zápatí některých stran časopisu.

*Adresa portálu iDNES.cz v záhlaví strany A3<sup>110</sup>. Není pravidlem, že odkaz stojí na vnějším okraji listu, dodržováno ovšem bývá jeho prostorové sepětí s číslem strany.*



#### 2.2.3.1.3 Další formy propagace

##### Soutěže

Ne všechny typy propagace podporující propojování musí mít nutně standardizovanou podobu. Proto nelze všechny typy propagace jednoznačně zařadit do skupiny zjevných či skrytých prvků. Na pomezí se pohybují redakcí pořádané soutěže. Mohou vykazovat prvky latentní propagace, ale i prvky propagace manifestní. Záleží na tom, zda recipient, jenž se rozhodne do soutěže zapojit (ať už aktivně jako soutěžící nebo pasivně jako hlasující), může takto učinit bez omezení jak v internetovém, tak i v tištěném médiu. Pakliže alespoň jedno z médií je pro účast v soutěži nepostradatelné, hodnotíme propagaci jako zjevnou. Pokud čtenáři ke všem úkonům v soutěži postačí jediné médium a druhé je pouze zmíněno v textu, jedná se o propagaci skrytou.

<sup>110</sup> MF DNES, 20. 3. 2008, S. A3



V červenci roku 2009 vyhlásila jihomoravská redakce MF DNES<sup>111</sup> a iDNES.cz fotografickou soutěž o nejlepší snímky uměleckých objektů v ulicích města Brna. Čtenáři zaslali v jejím průběhu přes dvě stě fotografií, přičemž prostorové limity novin neumožnily všechny snímky otisknout. Čtenář MF DNES, který chtěl všechny záběry vidět, musel tedy *bezpodmínečně* navštívit internetový portál. Zde se jedná o příklad zjevné propagace. V hypotetické situaci, kdy by čtenáři zaslali jen malé množství fotografií nebo by byl prostor v novinách díky jakékoli jiné příčině dostatečný, jednalo by se o propagaci skrytou, neboť portál iDNES.cz by byl v textu zmíněn pouze jako spolupřadatel. Návštěva webu by nebyla nezbytná.

### 2.2.3.2 Zasažení nové cílové skupiny

V každém vydání tištěného deníku MF DNES je také sešit s regionální přílohou. Svou dobu na portálu iDNES.cz však měly v době vzniku této práce pouze mutace Praha a Brno. Zásadním integračním krokem bylo zřízení druhé jmenované rubriky, přestože se na webu objevila i chronologicky až jako druhá, konkrétně 14. března 2008.

Pramení to z určité specifičnosti hlavního města. Než přibyla ve zpravodajství iDNES.cz rubrika Brno (která stejně jako tamní redakce informuje o dění na celé jižní Moravě), objevovaly se na portálu pouze mimořádně důležité a výjimečně zajímavé informace z tohoto regionu, potažmo sdělení, kterým redakce takovou významnost přiřkla. V první čtvrtině roku 2008 však dochází ke zlomu; mimořádné informace z jihu Moravy jsou sice na internetu stále dle přiřazené důležitosti vkládány do rubrik domácího zpravodajství (Zprávy – Domácí) či výběru všech zpráv (Zprávy), popřípadě se objevují i na hlavní straně iDNES.cz, zcela nový je však pro recipienta fakt, že zajímá-li se podrobně o dění v Jihomoravském kraji, nalézá v rubrice Brno sdělení, k nimž by se dříve dostal pouze v tištěné regionální příloze.

Zmíněný rozdíl oproti rubrice Praha je výrazný. Zatímco v Brně se vlastní rubrika na portálu stává dílem jak osazenstva internetové části žurnalistů, tak i redaktorů tištěných příloh Brno a Jižní Morava (viz strany 50 a 51), internetová rubrika Praha funguje dle původních pořádků. Jejími editory jsou editoři celostátního zpravodajství, a tak do pražské rubriky pouze *zařazují* publikované články mající vztah k hlavnímu městu. Důvodů, proč dosud nedošlo v Praze k organizační změně, může být více. Jako

---

<sup>111</sup> MF DNES, mutace Jižní Morava, *Foťte sochy v Brně. Vítěze oceníme, snímky otiskneme*, 9. 7. 2009, S. C4

nejpravděpodobnější se autorovi jeví skutečnost, že podstatná část dění v České republice se dotýká Prahy jakožto politického, správního, ekonomického a společenského centra země. Editor celostátního zpravodajství by tedy měl být znalý pražských poměrů, a je proto po finanční i personální stránce nejjednodušší ponechat mu na starosti i ryze pražskou agendu. Logickým důsledkem takového uspořádání je, že rubrika Praha neprodukuje takové množství komunikátů jako rubrika Brno<sup>112</sup>, a není tak zatím plnohodnotnou náhradou tištěného regionálního zpravodajství.

Po vzoru brněnské rubriky mají ovšem v budoucnu vznikat internetové verze i dalších regionálních příloh. „*Vznik integrované jednotky*<sup>113</sup> Brno je velmi důležitá věc. Na rozšiřování této podoby do dalších regionů se teď bude evidentně stavět.“<sup>114</sup>

## 2.2.4 Snaha o personální prolnutí a zlepšení komunikace

### 2.2.4.1 Plně integrovaná rubrika

Internetová verze tištěné brněnské a jihomoravské přílohy MF DNES je ideálním příkladem pro ilustraci jednoho z klíčových záměrů celé integrace. Všechna ostatní opatření směřující k propojení obou médií nabývají mnohem zřetelnějších kontur až ve světle organizace fungování rubriky Zprávy – Brno na portálu iDNES.cz jako součásti redakce tištěné jihomoravské a brněnské přílohy.

Neboť hovoříme-li o ní, pak se bavíme o skutečně **plně integrované rubrice**, jež je v integračním procesu archetypem pro rubriky ostatní. Obsah tohoto termínu je totiž pro MF DNES a iDNES.cz metou, které hodlají v budoucnu dosáhnout u většiny ostatních rubrik.

Pro plně integrovanou rubriku je typické, že tištěná a internetová verze rubriky již nespádají pod dva různé vedoucí, ale pod jediného nadřízeného. Vedoucí koordinuje práci editorů tištěné části rubriky i internetové části rubriky, obě původní editorské linie zůstávají zachovány. *Editoři jsou však vzájemně částečně nebo plně zastupitelní.*<sup>115</sup>

---

<sup>112</sup> Vycházíme z exaktních statistik internetového publikačního systému Oris (viz strany 52 a 53). Autor zadal o půlnoci ze 4. na 5. 12. 2009 požadavek na výpočet období, během něhož bylo v každé ze zmíněných rubrik publikováno 500 článků, přičemž konec období se rovná datu zadání požadavku. V případě rubriky Praha začíná toto období 3. červencem. Rubrika Brno zveřejnila 500 článků v rozmezí mezi 19. říjnem a 4. prosincem včetně. Výpočet tedy zjišťujeme, že rubrika Praha vydá za den průměrně tři články, zatímco rubrika Brno publikuje denně jedenáctkrát (oba výsledky byly zaokrouhleny na celá čísla).

<sup>113</sup> Viz níže na této straně: **plně integrovaná rubrika**

<sup>114</sup> Michal Musil

<sup>115</sup> Michal Musil

Nezastávají však obě funkce najednou, neboť internet vyžaduje okamžitou reakci a obě části rubriky mohou (i v zájmu zachování pestrosti) souběžně zpracovávat zcela odlišná témata.

Až do stěžejního kroku v podobě plné integrace rubrik vhodně zapadají i všechna výše zmíněná opatření. Teprve je-li jediný vedoucí, a tím pádem – s výjimkou dvou editorských linií – společné celé redaktorské osazenstvo rubriky, lze koncepčně a s co nejnižším úsilím zajistit, aby byl na jediné místo vyslán jediný redaktor, aby se internetová a tištěná verze rubriky tematicky vhodně doplňovaly a ve výsledku, určí-li si tato sjednocená rubrika tematické náplně, dokáže nejlépe vyhodnotit, na které obsahy a jakým způsobem je vhodné upoutávat v různých verzích média.

*„Integrace je nejsnadnější tam, kde je jedna z rubrik, tedy printová nebo on-linová, výrazně větší a druhá je malá,“* popsal Musil. Například v kulturní rubrice iDNES.cz pracují pouze dva lidé. Oproti tomu tištěná MF DNES má rozsáhlé kulturní oddělení, které je navíc spojené se sobotním magazínem Víkend. Zde by tedy v případě potřeby stačilo vyčlenit dvě osoby z kultura.idnes.cz, poupravit náplň jejich práce, bude-li to nutné, zařadit je do nového kolektivu a vybrat ze dvou vedoucích jediného. Synchronizovat pracovní činnost u oddělení, kde v obou sekcích pracují desítky osob, jejichž pracovní návyky jsou odlišné a náplň činnosti se často překrývá, je o poznání obtížnější.

Jelikož nelze opomenout ani takzvaný lidský faktor, je potřeba očekávat také odmítavé postoje některých redaktorů. Nabízí se otázka, zda sloučením rubrik nemůže paradoxně dojít k úplnému pohlcení původně menší rubriky větší rubrikou, tedy stavu, kdy by produkce komunikátů zcela podlehla potřebám větší části rubriky. Potřebná rozdílnost mezi oběma typy médií by tak zmizela. Michal Musil v reakci na tento dotaz říká: *„Skutečně to spoustu lidí trápí. Je to jedna z výzev, respektive problémů integrace, které musíme řešit. Proto je složité, a nezastírám, že je to složité, vymyslet model, který by zařídil, aby neklesla kvalita ani jednoho, ani druhého média. Je třeba diferencovat, udržet personální stav, poučit členy obou redakcí, aby věděli, co se děje, odkud kam se přesouvají čtenáři.“*

Přístup plného integrování dvou blízkých rubrik nelze použít vždy. Je třeba přihlížet k jejich konkrétním potřebám. Reportérské oddělení MF DNES, tedy oddělení domácího zpravodajství, pracuje jinak než jeho obdoba na iDNES.cz, která má na starosti značnou část rubriky Zprávy. V první řadě jsou obě rubriky dosti početné. Obě se snaží vytvářet

vlastní obsah a přinášet zajímavá odhalení. U zpráv na portálu je pak více než kde jinde zřetelná potřeba aktuálnosti, okamžitého zpracování zpráv. Je tedy výhodné, aby část redaktorů spadala trvale výhradně pod rubriku internetového zpravodajství.

#### 2.2.4.2 Fyzické sloučení

I tak je snahou vedení, aby byly rubriky co nejprostupnější, aby mezi nimi co nejsnáze probíhala výměna informací a aby měly co nejlepší přehled o svých aktivitách. V roce 2007 se proto začaly slučovat i fyzicky. *„Byla to největší a nejviditelnější změna. Redakce iDNES.cz a MF DNES byly původně odděleny. Jednotlivé rubriky jsme posadili k sobě. Zprávy jsou teď blízko repa<sup>116</sup>, ekonomiky sedí čistě pospolu, kultura sedí u sebe. Máme ale i potíže s prostorem. Například redaktori příloh sedí na různých místech, ale tam výměna informací nemusí probíhat tak rychle,“* popsal Musil.

#### 2.2.5 Usnadnění práce technologickým sjednocením

Celý integrační proces je vlastně řetězcem souvisejících a logicky se doplňujících opatření, kde existence jednoho prvku posiluje význam prvku jiného. Dosud byly předestřeny postupy užívané po personální, obsahové či organizační stránce. Nyní, když už mají obě redakce společné porady, využívají stejných redaktorů a část rubrik sdílí pracovní prostory, vyvstává před vedením obou produktů otázka, zda lze výrobní proces zefektivnit a urychlit dalšími způsoby. Na řadu tedy přišla technologická stránka.

##### 2.2.5.1 Publikační systémy

Redakce MF DNES a iDNES.cz používají odlišné publikační systémy. Pro tištěnou verzi je využíváno komerčního softwaru Hermes, internetoví žurnalisté pracují s programem, který vznikl přímo pro potřeby iDNES.cz a nazývá se Oris.

Část redaktorů umí pracovat pouze s jedním ze systémů. Chce-li tedy například novinář z MF DNES předat článek svým kolegům na iDNES.cz, musí text okopírovat ze systému Hermes a vložit jej do e-mailu (v některých případech text vytvořit přímo jako e-mailovou zprávu), internetový editor si text vyzvedne ve své schránce a překopíruje do systému Oris. Program Oris přitom neumožňuje vložení celého sdělení najednou,

---

<sup>116</sup> Reportéřské oddělení MF DNES – pozn. autora

je třeba postupně vkládat titulek, lead, odděleně zadat autora textu a podobně. Teprve pak přichází na řadu samotná editace. Pakliže by redaktor tištěného periodika dokázal používat stejný systém jako on-line žurnalisté, do formulářových oken by text vyplnil sám a editor by jej pouze zkontroloval a vložil na internet.

Proto vznikla myšlenka, že by MF DNES a iDNES.cz mohly přejít na jediný, společný publikační systém, jenž by byl vytvořen jako syntéza toho nejlepšího z obou současných systémů. Potíž spočívá již v tom, že zatímco Oris je vlastním produktem vydavatelství MAFRA, od tvůrců nového programu by byly potřeba detailní prozkoumání a dokonalá znalost i systému Hermes. Rovněž je žádoucí, aby programátoři znali každodenní potřeby novinářů tištěné MF DNES. Nakonec se připojují i komplikace ohledně autorských práv. *„Oris vznikl na základě praktických požadavků on-line novinářů, je to čistě náš produkt a upgrade (převedení na vyšší verzi – pozn. autora) může dělat MAFRA. Upgrade u jiných programů musí dělat přímo programátor, tak je tomu třeba u Hermesu,“* vysvětlil Musil a dodal: *„Naučit se ale pracovat v obou systémech není zase tak složité a takový důvod, aby musel být jen jeden program. Plán na jejich spojení je teď pozastavený a podle mého názoru je to dobře.“*

#### 2.2.5.2 Intranet MAFRA

Bod, u něhož se tato práce nyní zastavuje, není přímou součástí projektu integrace MF DNES a iDNES.cz, nýbrž iniciativou vydavatele. Přesto považujeme za nutné se o něm alespoň okrajově zmínit. Dne 29. 2. 2008 byl spuštěn intranet mediální skupiny MAFRA, tedy speciální počítačové stránky pro zaměstnance. *„Jeho cílem je soustředit na jednom místě veškeré informace týkající se naší společnosti. Tyto stránky obsahují přehled o společnostech patřících do mediální skupiny, o jejich produktech, zaměstnancích, praktické formuláře a dokumenty, archiv časopisu pro zaměstnance atd. Kromě toho Vás zde budeme informovat o aktuálních událostech a nahradíme tak postupně informace, které jsme Vám dosud rozesílali prostřednictvím hromadných e-mailů.“*<sup>117</sup>

Zřízení intranetu přispělo k urychlení integračního procesu mezi MF DNES a iDNES.cz. Všichni spolupracovníci obou produktů včetně externistů jsou uvedeni v telefonním

---

<sup>117</sup> Interní sdělení od zástupkyně šéfredaktora Martiny Riebauerové ze dne 29. 2. 2008

seznamu skupiny MAFRA a zaměstnanci v každodenním provozu využívají intranetu k dohledání telefonických kontaktů či e-mailových adres svých kolegů.

## 2.3 Další aspekty propojování

Propojování MF DNES a iDNES.cz se projevuje prakticky v každé činnosti těchto médií. Produkty se společně podílejí na mediálním partnerství rozličných akcí, pořádají pod oběma značkami vlastní projekty, snaží se udržovat obě loga pohromadě a co nejvíce na očích veřejnosti. Zde předkládáme několik dalších zajímavostí spojených s integrací.

### 2.3.1 Společné projekty

- MF DNES a iDNES.cz provozují společně redakční blog<sup>118</sup>. Příspěvky od novinářů z tištěného a internetového média nejsou nijak oddělovány, čímž je navozen silný dojem existence jediné redakce a jediného produktu.
- Iniciují vznik vlastních projektů nejrůznějšího druhu. Tradiční se stala každoroční sbírka MF DNES, iDNES.cz a konta Bariéry. Zájemcům o práci v médiích nabídly oba produkty v roce 2007 a 2008 čtrnáctidenní intenzivní kurz (viz Přílohy) v Anděl Media Centru, sídle společnosti MAFRA i obou redakcí.
- Jednou z činností, které přispívají k propagaci, je i takzvané mediální partnerství. Loga iDNES.cz a MF DNES byla pohromadě k vidění při udílení cen Česká hlava, obě média jsou až do roku 2012 mediálními partnery národního olympijského týmu.

### 2.3.2 Zajímavosti

- Dle Michala Musila je iDNES.cz „*třetím nejdůležitějším zdrojem příjmů v mediální skupině MAFRA*“. Patrik Zandl, šéfredaktor serveru o českém internetu Lupa.cz, v září 2009 v souvislosti s pesimistickými prognózami příjmů z internetové inzerce napsal: *Jedním z potenciálních problémů je totiž časté propojení českých internetových médií s těmi tištěnými a převládající strategie internet dotovat z výnosů printu.*<sup>119</sup> Musil oproti tomu konstatuje: „*iDNES.cz je*

---

<sup>118</sup> BLOG.IDNES.CZ, *Redaktorka MF DNES Ivana Svobodová mluví o rozhovoru s Barborou Škrlovou* [online]. [cit. 2009-04-07]. URL: <<http://redakcni.blog.idnes.cz/>>

<sup>119</sup> LUPA.CZ, *Odhady příjmů z internetové inzerce: další propady i tlaky zadavatelů* [online]. [cit. 2009-09-20]. URL: <<http://www.lupa.cz/clanky/odhady-prijmu-z-internetove-inzerce-2010/>>

*pro nás nezanedbatelný zdroj příjmů. Což je věc, kterou nám, když o ní mluvím v cizině, spousta lidí závidí. V zahraničí je často celkový objem příjmů z on-linu 10 až 15 %, zbytek jde ze strany tištěného média; iDNES.cz představuje 20 % příjmů<sup>120</sup> MF DNES. Noviny na chod iDNES.cz rozhodně nepřispívají. “*

Při odborné debatě Media Monday, která se 21. 9. 2009 odehrála v Praze na Pankráci v sídle PPF Media, byl přednesen *statistický údaj*<sup>121</sup> o tom, že server Novinky.cz vytváří 30 % příjmů deníku Právo. Vzhledem k tomu, že web má díky portálu Seznam.cz velmi silné zázemí inzerentů<sup>122</sup> a s portálem iDNES.cz soupeří o pozici nejnavštěvovanějších českých zpravodajských stránek, lze patrně oba uvedené procentuální údaje brát jako odpovídající.

- Prvky integrace nemusí být vždy předem systémově dané. Některé se objevují spontánně při každodenní žurnalistické praxi.
  - Redaktoři tištěného deníku se mohou při hledání témat inspirovat v internetové diskusi.
  - Mnohdy čtenáři v diskusi upozorní redaktora iDNES.cz na věcnou chybu, která se posléze díky tomu neobjeví v novinách.
  - Každodenní porady s hodnocením posledního vydání novin zase slouží jako inspirace pro internetové editory. Připomínky k vydaným textům z tisku mohou zpracovat do sdělení, která chtěli převzít z novin.
  - Přejde-li redaktor MF DNES s důležitou aktuální událostí, kterou se iDNES.cz rozhodne poslat zájemcům tzv. zpravodajskou SMS zprávou, formuluje nejprve redaktor deníku, jak by mohla SMS zpráva vypadat, formulaci pošle editorovi iDNES.cz, který ji dle potřeby upraví a vždy ji ještě jednou před odesláním recipientům předá pro kontrolu redaktorovi.
  - V denních plánech, kde redaktoři MF DNES stanovují témata, jimž se chtějí během dne věnovat, může být od vedoucího vydání připsána připomínka typu „*hned na iDNES.cz*“, „*hned na web*“ a podobně. Prostřednictvím obdobných sousloví je určeno, které informace se bezprostředně po získání musejí objevit na internetu.

---

<sup>120</sup> Autor se pokusil na několika místech skupiny MAFRA tyto údaje ověřit. Materiály mu však nebyly poskytnuty. Michal Musil očekává ještě vyšší podíl příjmů z inzerce iDNES.cz v roce 2009, neboť „propad tištěné inzerce je výraznější než propad internetové inzerce“.

<sup>121</sup> ONLINE ŽURNALISTIKA, *Má smysl zpoplatnit zpravodajství? Žive z Media Monday*, [cit. 2009-11-20].

URL: <<http://online.zurnalistika.cz/137/ma-smysl-zpoplatnit-zpravodajstvi-zive-z-media-monday/>>

<sup>122</sup> S. 92



- Reakce čtenářů i čtenost článků na iDNES.cz jsou mnohdy nejrychlejší zpětnou vazbou a redaktoři si jí všímají<sup>123</sup>: „Mám tu čest mít hodnocení právě v den, který se zapíše do dějin magazínu: poprvé má na obálce<sup>124</sup> obnažená ženská ňadra :-). Protože se o tom na poradě rozpoutala očekávaná debata, je třeba říci, že u podobných obálek vždy půjde o nějakou nepsanou (a nepopsatelnou) hranici individuálního citu. Všem, kteří se na výběru fotky podíleli, tentokrát cit řekl ano. Můžeme se bavit o tom, zda se nám fotka líbí, nebo nelíbí, ale také to rozhodně není známka nějaké bulvarizace (což nezaznělo na poradě, ale v některých vzkazech na webu) ani nějaký nově vypsany trend magazínu. Jinak gratulace ještě k jednomu prvenství: článek o tom, jak se vybírala obálka, strhl na blogu<sup>125</sup> iDNES rekord v čtenosti.“
- Ke vnímání iDNES.cz a MF DNES jako dvou propojených značek přispívá také iDNES.tv. U rozhovorů natočených v Anděl Media Centru je často vidět nová společná redakce, v pozadí se dvěma zářícími logy obou médií<sup>126</sup>.
- Za prohlížení portálu iDNES.cz odměňuje redakce čtenáře věrnostními body. Lze je vyměnit i za reklamní předměty s logem MF DNES.

<sup>123</sup> Hodnocení novin ze dne 6. 3. 2008

<sup>124</sup> MAGAZÍN DNES+TV, 6. 3. 2008

<sup>125</sup> BLOG.IDNES.CZ, *Ňadra na obálce magazínu DNES. Poprvé v historii* [online]. [cit. 2009-04-07]. URL: <<http://mfdnes.blog.idnes.cz/c/27429/Nadra-na-obalce-Magazinu-DNES-Poprve-v-historii.html>>

<sup>126</sup> IDNES.TV, *Redaktorka MF DNES Ivana Svobodová mluví o rozhovoru s Barborou Škrlovou* [online]. [cit. 2009-04-15]. URL: <<http://webtv.idnes.cz/?relation=080220165823884>>

### 3. Kritika integrace

Na propojování on-line a tištěných titulů nelze pohlížet jako na proces jednoznačně pozitivní. Způsobuje problémy organizátorům integrace i jejich podřízeným. Uváděn do praxe začal být teprve v posledních letech, takže není snadné ani předvídat jeho důsledky.

Michal Musil v rozhovoru opakovaně upozorňoval na počáteční neochotu žurnalistů měnit zažitá návyky: „Každodenně jsme se museli potýkat s tím, že zejména lidé v novinové redakci jsou mnohem konzervativnější. Respektive byli konzervativnější před začátkem integrace a velká část z nich na spoustu změn už dopředu pohlížela s despektem.“

Na vedení každého konkrétního média závisí, do jaké míry jsou obavy oprávněné. Integrační procesy mohou vést k přetěžování novinářů, je proto potřeba nalézt únosnou mez, po kterou je ještě vhodné zvyšovat nároky kladené na redaktory. „Není tajemstvím, že posledních několik let bylo pro novinové redakce po celém světě bouřlivých. Standardní procedury pevně ukotvené po desetiletí v žurnalistické kultuře jako třeba systém jediné uzávěrky během dne (...) či mnohonásobné redakční kontroly obsahu před publikací byly zrušeny.“<sup>127</sup>

Po novinářích jsou požadovány nové dovednosti, jejichž množství v některých případech neúměrně narůstá. Publicista Paul Conley například v jednom ze svých článků vzpomínal na redakci Chicago Tribune, v jejímž středu byla umístěna „obrovská dálkově ovládaná kamera. V Tribune vymysleli systém, kde si reportéři z novin stoupali před kameru a vykládali o svých objevech“.<sup>128</sup> Dle Conleyho slov pak tyto záběry vysílala televize WGN, která stejně jako Chicago Tribune patří společnosti Tribune Company.

„Byl jsem užaslý a nadšený. Avšak má kamarádka (zaměstnaná v Chicago Tribune – pozn. autora) byla rozmrzelá. Nevnímala kameru jako příležitost, ale jako další z nekonečné řady nároků na svůj čas.“<sup>129</sup> Conley Doplnuje také svou zkušenost ze CNN: „Naši reportéři pracovali na webu, objevovali se v televizi, dělali krátké zvukové nahrávky pro rádio.“

---

<sup>127</sup> TRENDS IN NEWSROOM 2008, *In-depth Focus: Integrated Newsrooms* [online]. [cit. 2009-10-15]. URL: <<http://www.trends-in-newsrooms.org/articles.php?id=25>>

<sup>128</sup> CONLEY, P., *Discovering the converged newsroom* [online].

[cit. 2009-12-11]. URL: <<http://paulconley.blogspot.com/2005/08/discovering-converged-newsroom.html>>

<sup>129</sup> Tamtéž

Podobné nároky mohou být kladeny i při integraci tištěného a internetového titulu, protože interaktivní médium pracuje s texty, videi, zvuky i fotografiemi. Vůdčí postavy integrace by měly mít potencionální riziko na paměti.

Neochota, která se na začátku propojování MF DNES a iDNES.cz u novinářů objevovala, mohla mít i další důvody. Jedním z nich je struktura společnosti MAFRA. Inkriminované produkty nemají společné vedoucí pracovníky, a přestože patří pod jeden vydavatelský dům, mohli je sami zaměstnanci považovat za konkurenční, jako je tomu kupříkladu u MF DNES a Lidových novin.

Propojování médií vzbuzuje i další důležitou otázku: Jaký vliv má integrace na názorovou pluralitu? Portál iDNES.cz patří pravidelně mezi nejsledovanější zpravodajské servery, MF DNES jsou nejčtenější seriózní noviny v České republice. Toto spojení samo o sobě představuje velký potenciál pro ovlivňování recipientů. Web iDNES.cz navíc propaguje další projekty vydavatelství MAFRA, jako jsou TV Óčko nebo Expresrádio. Pokud by i v těchto případech docházelo k dalšímu prohlubování integrace, je na místě důkladněji se zabývat etickými aspekty a možnými dopady na demokratický systém. Majitelé vydavatelských domů jsou při nákupu jednotlivých mediálních produktů limitováni téměř výlučně množstvím kapitálu. Jistou roli by při větších transakcích mohl sehrát Úřad pro ochranu hospodářské soutěže.

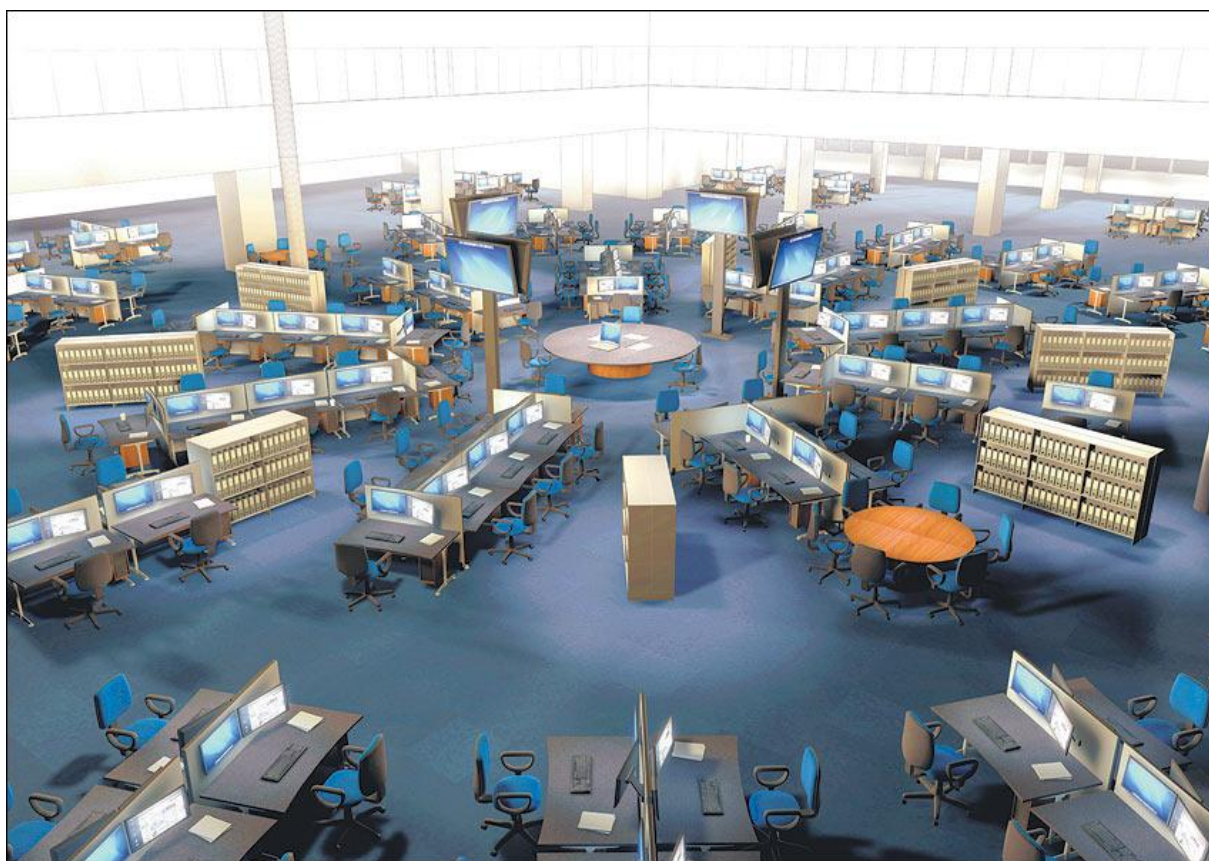
Spornou součástí integrace jsou i nedokončené články na internetu s pokračováním v novinách. Jejich účelem je přilákat internetového uživatele k tištěné MF DNES. Pro některé čtenáře jsou ovšem iritující. Jedna z respondentek dotazníkového průzkumu uvedla k výhodám tištěných novin následující: *„Mám je radši, protože si je můžu vzít všude s sebou, lépe se čtou, mají jasnou strukturu a můžu dočíst články do konce. Na internetu články někdy konec nemají a je v nich reklama na noviny. To mi vadí a noviny si radši koupím rovnou.“*

Práce se zmiňuje také o fyzickém sloučení redakcí. I provedení tohoto kroku může vzbuzovat kontroverze. Britský deník Daily Telegraph uspořádal ve snaze o co nejefektivnější integraci<sup>130</sup> svou redakci do nové podoby. Stoly redaktorů směřují paprscitě od středu místnosti. Samotný střed tvoří kulatý stůl určený editorům a vedoucím vydání.

---

<sup>130</sup> YOUTUBE.COM, *The Daily Telegraph Case: Multimedia Newsroom Integration* [online]. [cit. 2009-12-10]. URL: <[http://www.youtube.com/watch?v=2yXT\\_1pvDv4&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=2yXT_1pvDv4&feature=player_embedded)>

## Nové uspořádání redakce Daily Telegraph



Ředitel *World Editors Forum*<sup>131</sup> Bertrand Pecquerie podrobil uspořádání *ostré kritice*<sup>132</sup>. Tvrdí, že „moderní noviny nepotřebují obrovské newsroomy. Lepší je soustředit se na malé, nezávislé jednotky, namísto vytváření ‚pavoučích monster‘.“ Ve své polemice se obává „návratu ke starému autoritářskému modelu“, kde je kvůli rozmístění vybavení novinář neustále pod dohledem. „Jaký je základní požadavek na newsroom zítřka? Aby poskytl více svobody, více prostoru pro vyjádření novinářů a autorů. (...) Co ztratíme s centralizovaně uspořádanou redakcí? Hlavní obětí bude investigativní žurnalistika, protože rigidní uspořádání nemůže poskytnout zázemí této specifické skupině novinářů.“<sup>133</sup>

Přímo mezi MF DNES a iDNES.cz pak zůstává nevyřešen další z aspektů integrace; jakým způsobem se propojování dotkne částí portálu iDNES.cz, které se nevěnují zpravodajství a publicistice, tedy zejména komerčních, servisních a zábavních služeb.

<sup>131</sup> WORLD EDITORS FORUM [online]. [cit. 2009-12-10]. URL: <<http://www.wan-press.org/wef>>

<sup>132</sup> NEXTNEWSROOM.COM, *The pros and cons of the Daily Telegraph newsroom* [online]. [cit. 2009-12-10]. URL: <<http://www.nextnewsroom.com/page/1625659:Page:181>>

<sup>133</sup> Tamtéž

*„Tyto služby mají svou vlastní správu. A my nemůžeme vzít celý iDNES a propojit ho s redakcí, protože, koneckonců, proč by to ta redakce dělala? O to je integrace složitější, a proto i déle trvá.“<sup>134</sup> Dle Musilova názoru je správná cesta oddělení zpravodajství a publicistiky od zbylých služeb, přičemž všechny poskytované služby by i nadále zůstaly součástí portálu.*

---

<sup>134</sup> Michal Musil

## 4. Závěr

Tři roky představují v historii médií jen nepatrnou část jejich existence. V dějinách ovšem může dojít k zásadním změnám během krátkého časového úseku. Domníváme se, že podobný přelom se odehrál mezi lety 2006 a 2009 i v historii českých médií, alespoň pokud jde o vztahy mezi internetovou a tištěnou žurnalistikou.

Jde o období, kdy největší české noviny obecně označované jako seriózní zcela změnily vztah ke svému „sesterskému“ internetovému projektu.

Jak ukazuje i přiložený průzkum (viz stranu 100), výrazná většina respondentů chápe produkty MF DNES a iDNES.cz jako součást jedné značky. Vedení obou médií pro tento stav udělalo mnohé. Integraci pojalo jako proces, který musí zakořenit v hloubi obou sdělovacích prostředků, prorůst celou strukturou a objevit se i na samém povrchu, aby výsledky činnosti viděli recipienti, ale také inzerenti.

Na základě zjištěných opatření se sluší také nastínit další možný vývoj. Nejedná se o jednoznačnou předpověď, přesto se autor domnívá, že z integračních procesů mezi portálem iDNES.cz a MF DNES lze již nyní leccos vyčíst.

Jde-li o obsah médií, mezi řádky pasáží o ochraně exkluzivity a textových diferencích se rýsuje výhled do budoucnosti obou sdělovacích prostředků. Pakliže síla internetu je v poskytování aktuálních informací, které si většina příjemců ihned na webu přečte, a pakliže integrace dostoupí tak daleko, že noviny budou ve velké míře přebírat již publikovanou část zpravodajství z internetu, musí si MF DNES najít oblast, v níž bude dominovat. Noviny už nejsou médii, které přináší události jako první. Proto inklinují k roli vysvětlovací, mnohdy však i ve zpravodajství redaktoři hodnotí a komentují.

Jak říká Michal Musil (a jak dlouhodobě potvrzují statistiky publikačního systému Oris), *„máme-li text, který vychází v sekci Publicistika nebo v Kavárně, obecně jsou na internetu čteny mnohem méně. Čtenář má zcela jiný požitek z toho, když je čte na papíře, než když je čte na internetu“*. Komentáře či články pro intelektuálního recipienta tak pravděpodobně zůstanou výsadou tištěných periodik.

Jeden z dotazovaných v provedeném průzkumu na toto téma uvedl: *„Tištěnou verzi si mohu vzít s sebou kamkoliv a nejsem vázán na dostupnost připojení či elektrickou energii. Noviny přinášejí na rozdíl od internetu, kde se jedná pouze o příjem informací,*

*téměř aristokraticky procitěný zážitek.*“ Pro ilustraci jen dodejme, že se respondent zařadil do věkové skupiny 20 až 25 let.

Lákadlem tištěných novin jsou v dnešní době, kdy informace jsou k dispozici během několika sekund, také investigativní počiny. Lze předpokládat, že dokud bude vydavatelství MAFRA produkovat tištěnou MF DNES, zůstane tento stav nezměněn. Mimořádné objevy jsou totiž způsobem, jak čtenáři nabídnout k běžnému zpravodajství něco navíc.

Ostatně, mnohé možná naznačí připravovaná nová podoba MF DNES, jejíž vydání je naplánováno na 25. ledna 2010.

Není od věci se ptát, zda v ní bude integrace posílena i dalším potlačením sousloví „Mladá fronta“ ve prospěch dominujícího DNES. Co však víme s jistotou, je, že absolutní sjednocení MF DNES a iDNES.cz pod jedinou značku se zatím nechystá. *„Byla by to natolik nákladná operace s natolik nejistým výsledkem, že by byla vlastně zbytečná. Můžeme se snažit nějakým způsobem posilovat ‚DNES‘ a mírně potlačovat ono ‚i‘ a ‚MF‘, ale obecně jsou obě značky velmi zaběhnuté. Dobré je, že v obou značkách je dominantní ‚DNES‘. Kromě našich redakcí nikdo nevěděl, že jsou to dvě oddělené instituce. I v jiných novinách jsou v jednom článku zaměňovány iDNES.cz za MF DNES jako synonyma. Nepochybně existuje část čtenářů, kteří nepoužívají internet a neví, co iDNES je. Ale pokud používají internet, velmi bych se divil, kdyby to nějak oddělovali.“*<sup>135</sup>

Jak se zdá, propojování bude pokračovat v regionálních redakcích. Po vzoru rubriky brno.idnes.cz vzniknou na portálu plně integrované jednotky v podobě dalších krajských suplementů. Půjde tedy o nové internetové rubriky začleněné do fungujících redakcí tištěných regionálních příloh. U současných rubrik, tam, kde je to možné, bude také dokončena integrace. S přihlédnutím k počtu zaměstnanců iDNES.cz a ke složitosti propojování, jak bylo výše popsáno, však zřejmě půjde o proces, který potrvá spíše roky než měsíce. Za povšimnutí stojí postoj Michala Musila, tedy jedné ze dvou předních postav integrace, k budoucnosti tištěného produktu. *„Z průzkumů vím, že existuje stále menší skupina čtenářů, kteří čtou MF DNES každý den. Ještě v 90. letech se jako s určitým rytmem pracovalo se skutečností, že si čtenáři pamatovali, kdy vychází která příloha. Například že v úterý máme přílohu Peníze. Dnes už si to lidé pamatují čím dál*

---

<sup>135</sup> Michal Musil

*méně, protože si často kupují noviny, jen když se něco stane. Ideální cíl je mít člověka čtoucího stále iDNES, který, když se o něco hodně zajímá nebo když má prima den, koupí si MF DNES.“*

Scénář, s nímž operuje jako s ideálním, však může být dosti vrtkavý. Mají-li klesat prodané náklady novin, sníží se zřejmě i množství inzerentů, a vydávání tištěného deníku by se tak mohlo stát nerentabilním.

Skutečný vývoj predikovat nelze. Poměrně jasně ovšem hovoří pohled do nedávné minulosti. V roce 1998 vznikl na internetu produkt s názvem iDNES.cz, jehož cesta se od tištěného deníku MF DNES postupně vzdalovala, dokonce existovaly snahy o jejich marketingové oddělení. V současné době využívají obě média všemožných prostředků, aby o sobě dala vzájemně vědět. Nyní již jde také o zájem redakce tištěného periodika, dříve o něco konzervativnější a vůči integraci odměřenější. Poměr příjmů z inzerce se časem může změnit ve prospěch internetu stejně rychle, jako nyní přecházejí od tisku k internetu čtenáři.

Oboustranná podpora je tedy jistě oběma médiím ku prospěchu. Jak ovšem ilustrujeme na *příkladu nedokončených článků*<sup>136</sup> v kritické části, prostředky vzájemné propagace je nutné pečlivě vybírat.

---

<sup>136</sup> S. 59



## 5. Seznam použité literatury

- ❖ BENDA, J., *Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989–2006*, 1. vyd. Praha: Karolinum, 2007. S. 112. ISBN: 978-80-246-1387-1
- ❖ FLICK, U., *An introduction to qualitative research*, 4. vyd. Londýn: SAGE Publications Ltd. S. 257. ISBN 978-1-84787-323-1
- ❖ GARRAND, T., *Writing for multimedia and the Web: a practical guide to content development for Interactive Media*, 3. vyd. Oxford: Elsevier Science Ltd, 2006. S. 25 a 32. ISBN 0-240-80822-3
- ❖ KREJČÍŘIKOVÁ, L., *Internetové diskuze pod články na zpravodajských serverech*, Olomouc, 2009, S. 22
- ❖ JEFKINS, F., *Advertising*, 4. vyd. Essex: Pearson Education Limited, 2000. S. 351. ISBN 0-273-63435-6
- ❖ JÍLEK, V., *Lexikologie a stylistika*, S. 121 a 124
- ❖ JÍLEK, V., *Psaná publicistická sdělení v kontextu teorie komunikace*, Olomouc, 2004. S. 16, 38, 64, 81, 82 a 87
- ❖ KATZENSTEIN, P., *Mitteleuropa: between Europe and Germany*, 1. vyd. Oxford: Berghahn Books, 1997. S. 170. ISBN 1-57181-124-9
- ❖ KOLODZY, J., *Convergence journalism: writing and reporting across the news media*, Rowman & Littlefield Publishers, Inc. S. 15. ISBN 0742538869
- ❖ MATHUR, P., *Academic Dictionary of Marketing*, 1. vyd. Delhi: Isha Books, 2005. S. 334. ISBN 81-8205-222-X.
- ❖ PAVLIK, J., *Journalism and new media*, 1. vyd. New York: Columbia University Press, 2001. S. 1 a 126. ISBN 0-231-11483-4
- ❖ REIFOVÁ, I. A KOLEKTIV, *Slovník mediální komunikace*, 1. vyd. Praha: Portál, 2004. S. 139. ISBN 80-7178-926-7
- ❖ ROSALES, R., *The elements of online journalism*, 1. vyd. Lincoln: iUniverse, 2006. S. 1. ISBN 0-595-39708-5
- ❖ TANCER, B., *Click: What Millions of People Do Online and Why It Matters*, New York: Hyperion Books, 2008. S. 124. ISBN 1401323049
- ❖ XIGEN, L., 1. vyd. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2006. *Internet newspapers: the making of a mainstream medium*, S. 284. ISBN 0-8058-5416-9

## Noviny a magazíny:

- MAGAZÍN DNES+TV, 6. 3. 2008
- MF DNES, 6. 6. 2007, S. A1
- MF DNES, 4. 9. 2007, S. A12
- MF DNES, 6. 9. 2007, S. A12
- MF DNES, 27. 9. a 28. 9. 2007, S. A1
- MF DNES, 20. 3. 2008, S. A3 a D1
- MF DNES, 21. 7. 2008, S. A1
- MF DNES, 28. 7. 2008, S. A1
- MF DNES, 9. a 10. 8. 2008, S. A1
- MF DNES, 9. a 10. 8. 2008, S. A9
- MF DNES, 20. 11. 2008, S. A1 a A2
- MF DNES, 2. 2. 2009, S. A1
- MF DNES, 2. 9. 2009, S. B6
- MF DNES, 16. 9. 2009, S. A2
- MF DNES, 16. 9. 2009, S. B4
- MF DNES, 16. 9. 2009, S. D4
- MF DNES, *Čeští neonacisté chystali teror*, 5. 11. 2009, S. A1
- MF DNES, *ČT zastavila pořad Detektor*, 20. 3. 2008, S. A5
- MF DNES, mutace Brno, „*Mexičané nosí roušky i na pláž*“, 6. 5. 2009, S. C4
- MF DNES, mutace Brno, „*Po prasečí přijde jiná chřipka*“, 13. 11. 2009 S. C2
- MF DNES, mutace Brno, *Senátorský duel: Úrazovka i vtípky*, 23. 10. 2008, S. C4
- MF DNES, mutace Jižní Morava, 2. 9. 2009, S. C2

- MF DNES, mutace Jižní Morava a Brno, *K věci: Hlavně to zdraví, říká se moudře*, 8. 8. 2009, S. C2
- MF DNES, mutace Jižní Morava, *Foťte sochy v Brně. Vítěze oceníme, snímky otiskneme*, 9. 7. 2009, S. C4
- MF DNES, *Rána. A z vagonů byl šrot*, 9. 8. 2008, S. A2
- MF DNES, *Stát zjednodušil zelené dotace*, 11. 8. 2008, S. B1
- MF DNES, *„Stavbaři tam neměli co dělat“*, 9. 8. 2008, S. A3
- MF DNES, *Trochu hloupé loučení Sparty*, 6. 8. 2009, S. C6
- MF DNES, *Útočník na Topolánka dělal ochranku na Kočkově pohřbu*, 21. 8. 2009, S. A2
- MF DNES, *Zařídíme milost na Hradě a pak rozkrademe firmu*, 19. 10. 2009, S. 1
- MF DNES, *Zraněný voják si musí lůžko v nemocnici zaplatit*, 20. 3. 2008, S. 2
- ONA DNES 30/2007, *Ženy a druhá míza*, S. 16

## Internetové zdroje:

- BLOG.IDNES.CZ [online]. [cit. 2009-04-07]. URL: <<http://redakcni.blog.idnes.cz/>>
- BLOG.IDNES.CZ, *Ňadra na obálce magazínu DNES. Poprvé v historii* [online]. [cit. 2009-04-07]. URL: <<http://mfdnes.blog.idnes.cz/c/27429/Nadra-na-obalce-Magazinu-DNES-Poprve-v-historii.html>>
- CNN.COM [online]. [cit. 2008-08-22]. URL: <<http://edition.cnn.com/2001/WORLD/asiapcf/east/02/23/web.usability/index.html>>
- CONLEY, P., *Discovering the converged newsroom* [online]. [cit. 2009-12-11]. URL: <<http://paulconley.blogspot.com/2005/08/discovering-converged-newsroom.html>>
- ČESKÁ TISKOVÁ KANCELÁŘ, *NSS zamítl stížnost Mladé fronty ve sporu o ochrannou známku MfD*, vydáno 5. 10. 2009 ve 14.16 hodin. [online]. <[www.ctk.cz](http://www.ctk.cz)> Zpráva je již k nalezení pouze v placeném archivu. Dostupná je v pozměněné verzi. [online]. [cit. 2009-10-10]. URL: <[http://www.tyden.cz/rubriky/media/tisk/mlada-fronta-a-mafra-se-prou-o-ochrannou-znamku-mfd\\_141823.html](http://www.tyden.cz/rubriky/media/tisk/mlada-fronta-a-mafra-se-prou-o-ochrannou-znamku-mfd_141823.html)>
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, *Sčítání lidu, domů a bytů 2001*, [online]. [cit. 2009-09-26]. <<http://www.czso.cz/csu/2005edicniplan.nsf/kapitola/4132-05--3002>>
- IDNES.CZ, [online]. [cit. 2009-10-10]. URL: <<http://www.idnes.cz>>
- IDNES.CZ, *Diskuse k článku* [online]. [cit. 2007-07-28]. URL: <[http://ona.idnes.cz/ona\\_vztahy.asp?r=ona\\_vztahy&c=A070719\\_125126](http://ona.idnes.cz/ona_vztahy.asp?r=ona_vztahy&c=A070719_125126)>
- IDNES.CZ, *Informace o novináři* [online]. [cit. 2008-11-11]. URL: <<http://zpravy.idnes.cz/novinari.asp?idnov=839>>
- IDNES.CZ, *Demonstranti nechali vejce doma, mítinky sledovaly desítky policistů* [online]. [cit. 2009-05-29]. URL: <[http://zpravy.idnes.cz/demonstranti-nechali-vejce-doma-mitinky-sledovaly-desitky-policistu-128-/domaci.asp?c=A090529\\_105431\\_domaci\\_bar](http://zpravy.idnes.cz/demonstranti-nechali-vejce-doma-mitinky-sledovaly-desitky-policistu-128-/domaci.asp?c=A090529_105431_domaci_bar)>
- IDNES.CZ, *fotografie* [online]. [cit. 2008-12-12]. URL: <[http://i.idnes.cz/08/101/maxi/TAJ263549\\_hokej2.jpg](http://i.idnes.cz/08/101/maxi/TAJ263549_hokej2.jpg)>

- IDNES.CZ, *Galerie Vaňkovka chystá změny, její šéf bude on-line* [online]. [cit. 2009-09-15]. URL: <[http://zpravy.idnes.cz/rozsireni-vankovky-je-sance-pro-obchodniky-z-centra-napsal-jeji-sef-1pt-/brno.asp?c=A090915\\_1257519\\_brno\\_dmk](http://zpravy.idnes.cz/rozsireni-vankovky-je-sance-pro-obchodniky-z-centra-napsal-jeji-sef-1pt-/brno.asp?c=A090915_1257519_brno_dmk)>
- IDNES.CZ, *MF DNES – největší seriózní noviny v ČR* [online]. [cit. 2009-09-02]. URL: <<http://zpravy.idnes.cz/mfdnes.asp>>
- IDNES.CZ, *Na změny ve Vaňkovce se ptejte jejího ředitele* [online]. [cit. 2009-09-15]. URL: <[http://zpravy.idnes.cz/rozsireni-vankovky-je-sance-pro-obchodniky-z-centra-napsal-jeji-sef-1pt-/brno.asp?c=A090915\\_1257519\\_brno\\_dmk](http://zpravy.idnes.cz/rozsireni-vankovky-je-sance-pro-obchodniky-z-centra-napsal-jeji-sef-1pt-/brno.asp?c=A090915_1257519_brno_dmk)>
- IDNES.CZ, *Praha přijde kvůli krizi o pět miliard, připustil Bém* [online]. [cit. 2009-08-17]. URL: <[http://zpravy.idnes.cz/praha-prijde-kvuli-krizi-o-pet-miliard-pripustil-bem-f9o-/praha.asp?c=A090815\\_090743\\_praha\\_jan](http://zpravy.idnes.cz/praha-prijde-kvuli-krizi-o-pet-miliard-pripustil-bem-f9o-/praha.asp?c=A090815_090743_praha_jan)>
- IDNES.CZ, *Rozšíření Vaňkovky je šance pro obchodníky z centra, napsal její šéf* [online]. [cit. 2009-09-15]. URL: <[http://zpravy.idnes.cz/rozsireni-vankovky-je-sance-pro-obchodniky-z-centra-napsal-jeji-sef-1pt-/brno.asp?c=A090915\\_1257519\\_brno\\_dmk](http://zpravy.idnes.cz/rozsireni-vankovky-je-sance-pro-obchodniky-z-centra-napsal-jeji-sef-1pt-/brno.asp?c=A090915_1257519_brno_dmk)>
- IDNES.CZ, *Vyprázdňená politika je příležitostí pro „havlismus“, říká Václav Klaus* [online]. [cit. 2009-11-16]. URL: <[http://zpravy.idnes.cz/vyprazdnena-politika-je-prilezitost-pro-havlismus-rika-vaclav-klaus-126-/domaci.asp?c=A091115\\_200740\\_domaci\\_vel](http://zpravy.idnes.cz/vyprazdnena-politika-je-prilezitost-pro-havlismus-rika-vaclav-klaus-126-/domaci.asp?c=A091115_200740_domaci_vel)>
- IDNES.CZ, *Wilsonův les je pejskařům zaslíbený dál, letáky vyvolaly planou paniku* [online]. [cit. 2009-08-27]. URL: <[http://zpravy.idnes.cz/wilsonuv-les-je-pejskarum-zaslibeny-dal-letaky-vyvolaly-planou-paniku-13n-/brno.asp?c=A080827\\_173927\\_brno\\_atk](http://zpravy.idnes.cz/wilsonuv-les-je-pejskarum-zaslibeny-dal-letaky-vyvolaly-planou-paniku-13n-/brno.asp?c=A080827_173927_brno_atk)>
- IDNES.TV, *Redaktorka MF DNES Ivana Svobodová mluví o rozhovoru s Barborou Škrlovou* [online]. [cit. 2009-04-15]. URL: <<http://webtv.idnes.cz/?relation=080220165823884>>
- IDNES.TV, *Jak se cítí muž na podpatcích? Podívejte se* [online]. [cit. 2009-09-16]. URL: <[http://webtv.idnes.cz/?relation=V090407\\_191009\\_tv-zpravy\\_zkl](http://webtv.idnes.cz/?relation=V090407_191009_tv-zpravy_zkl)>
- IDNES.CZ, *Voják zraněný v Afghánistánu musí v české nemocnici platit* [online]. [cit. 2009-03-25]. URL: <[http://zpravy.idnes.cz/vojak-zraneny-v-afghanistanu-musi-v-ceske-nemocnici-platit-pop-/zahranicni.asp?c=A080320\\_081012\\_zahranicni\\_ban](http://zpravy.idnes.cz/vojak-zraneny-v-afghanistanu-musi-v-ceske-nemocnici-platit-pop-/zahranicni.asp?c=A080320_081012_zahranicni_ban)>
- INTERNET ARCHIVE WAYBACK MACHINE [online]. [cit. 2009-06-02]. URL: <<http://web.archive.org/web/19980529174608/www.idnes.cz/idnes2/idnes2.asp>>

- LUPA.CZ, *Odhady příjmů z internetové inzerce: další propady i tlaky zadavatelů* [online]. [cit. 2009-09-20]. URL: <<http://www.lupa.cz/clanky/odhady-prijmu-z-internetove-inzerce-2010/>>
- MEDIÁLNÍ SKUPINA MAFRA [online]. [cit. 2009-08-17]. URL: <[http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra\\_all\cs\\_o-spolecnosti\\_struktura-spolecnosti.htm](http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_o-spolecnosti_struktura-spolecnosti.htm)>
- MEDIARESEARCH, *Měsíční zpráva* [online]. [cit. 2009-04-08]. URL: <[http://www.netmonitor.cz/index.php?option=com\\_content&task=view&id=23&Itemid=28](http://www.netmonitor.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=23&Itemid=28)>
- MEDIARESEARCH, *Tisková zpráva, NetMonitor v číslech 1. pololetí 2009* [online]. [cit. 2009-10-08]. URL: <<http://www.mediaresearch.cz/file/230/tz-netmonitor-v-cislech-1-pololeti-2009.pdf>>
- MF DNES, *Otázky a odpovědi* [online]. [cit. 2009-09-09]. URL: <<http://zpravy.idnes.cz/mfdnes.asp?y=mfdnes/otazky-a-odpovedi.htm>>
- NEXTNEWSROOM.COM, *The pros and cons of the Daily Telegraph newsroom* [online]. [cit. 2009-12-10]. URL: <<http://www.nextnewsroom.com/page/1625659:Page:181>>
- Ona iDNES.cz [online]. [cit. 2009-03-25]. URL: <[ona.idnes.cz](http://ona.idnes.cz)>
- ONLINE ŽURNALISTIKA, *Má smysl zpoplatnit zpravodajství? Žive z Media Monday*, [cit. 2009-11-20]. URL: <<http://online.zurnalistika.cz/137/ma-smysl-zpoplatnit-zpravodajstvi-zive-z-media-monday/>>
- NIELSEN, J., *How Users Read on the Web* [online]. [cit. 2009-06-21]. URL: <<http://www.useit.com/alertbox/9710a.html>>
- NIELSEN, J., *Why Web Users Scan Instead of Read* [online]. [cit. 2008-08-22]. URL: <<http://www.useit.com/alertbox/whyscanning.html>>
- PETERKA, J., Lupa.cz, *Jak MF DNES a iDNES.cz přicházely na internet* [online]. [cit. 2008-12-07]. URL: <<http://www.lupa.cz/clanky/mf-dnes-a-idnes-cz-vnbspobrazech/>>
- Stuttgarter Zeitung [online]. [cit. 2008-08-22]. URL: <<http://www.stuttgarter-zeitung.de/stz/page/detail.php/228123>>
- THE NEW YORK TIMES [online]. [cit. 2008-08-22]. URL: <<http://www.nytimes.com/library/tech/98/07/cyber/articles/13usability.html>>
- THE PEW RESEARCH CENTER FOR THE PEOPLE & THE PRESS, *Online Papers Modestly Boost Newspaper Readership: Overview* [online]. [cit. 2008-03-09]. URL: <<http://people-press.org/report/282/online-papers-modestly-boost-newspaper-readership>>
- TRENDS IN NEWSROOM 2008, *In-depth Focus: Integrated Newsrooms* [online]. [cit. 2009-10-15]. URL: <<http://www.trends-in-newsrooms.org/articles.php?id=25>>

- WORLD EDITORS FORUM [online]. [cit. 2009-12-10]. URL: <<http://www.wanpress.org/wef>>
  
- YOUTUBE.COM, *The Daily Telegraph Case: Multimedia Newsroom Integration* [online]. [cit. 2009-12-10]. URL: <[http://www.youtube.com/watch?v=2yXT\\_1pvDv4&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=2yXT_1pvDv4&feature=player_embedded)>

## **Korespondence:**

- Hodnocení iDNES.cz ze dne 21. 8. 2009
- Hodnocení iDNES.cz ze dne 29. 8. 2009
- Hodnocení novin ze dne 6. 3. 2008
- Instrukce z e-mailu zaslaného redaktorům MF DNES dne 8. dubna 2009
- Interní sdělení od zástupkyně šéfredaktora Martiny Riebauerové ze dne 29. 2. 2008
- Šéfredaktor iDNES.cz Michal Hanák informoval 12. 10. 2009 redaktory e-mailem o nové situaci týkající se propuštění korektorek.



## 6. Přílohy

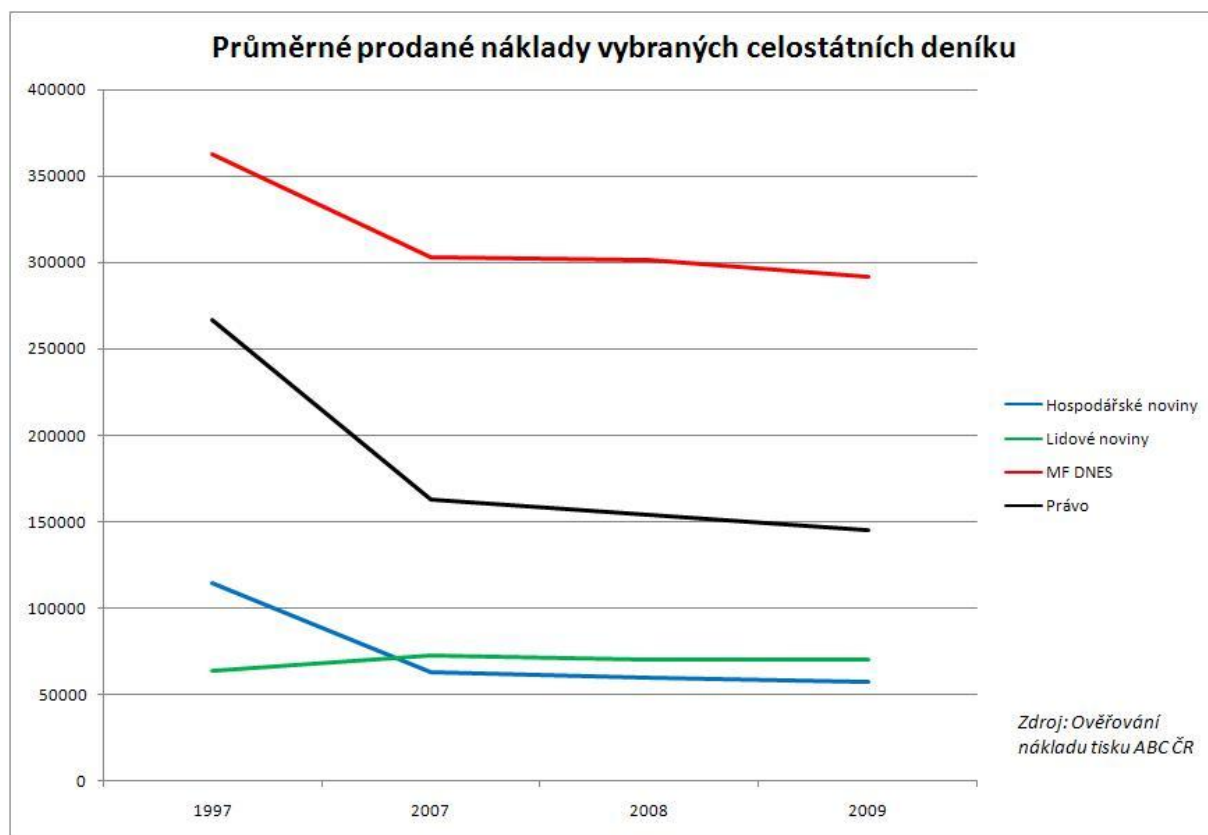
# Seznam příloh

## Obsah

<b>Příloha 1:</b>	Graf průměrného prodaného nákladu českých deníků .....	<b>75</b>
<b>Příloha 2</b>	Články z MF DNES publikované na Vol.cz .....	<b>76</b>
<b>Příloha 3</b>	Server Medea.cz stylizoval v roce 1996 přehled novin do podoby trafiky.....	<b>77</b>
<b>Příloha 4</b>	Spuštění portálu iDNES.cz bylo na adrese www.idnes.cz předem avizováno .	<b>78</b>
<b>Příloha 5</b>	Čtenáři si před vstupem na stránky mohli vybrat jazykovou verzi .....	<b>79</b>
<b>Příloha 6</b>	Obdoba on-line rozhovoru a audiozáznamy z rozhovoru na iDNES.cz .....	<b>80</b>
<b>Příloha 7</b>	Hlavní stránka webu iDNES.cz 12. 1. 1998.....	<b>81</b>
<b>Příloha 8</b>	Hlavní stránka webu iDNES.cz v roce 1999.....	<b>82</b>
<b>Příloha 9</b>	Hlavní stránka webu iDNES.cz v roce 2001.....	<b>83</b>
<b>Příloha 10</b>	Hlavní stránka webu iDNES.cz v roce 2004.....	<b>84</b>
<b>Příloha 11</b>	Potlačování sousloví „Mladá fronta“ v názvu deníku (rok 1965) .....	<b>85</b>
<b>Příloha 12</b>	Potlačování sousloví „Mladá fronta“ v názvu deníku (rok 1990) .....	<b>86</b>
<b>Příloha 13</b>	Potlačování sousloví „Mladá fronta“ v názvu deníku (rok 1991) .....	<b>87</b>
<b>Příloha 14</b>	Potlačování sousloví „Mladá fronta“ v názvu deníku (rok 1992) .....	<b>88</b>
<b>Příloha 15</b>	Potlačování písmene „i“ v logu portálu iDNES.cz.....	<b>90</b>
<b>Příloha 16</b>	Odlíšné titulní strany MF DNES a iDNES.cz ve stejný den: MF DNES .....	<b>91</b>
<b>Příloha 17</b>	Odlíšné titulní strany MF DNES a iDNES.cz ve stejný den: iDNES.cz .....	<b>92</b>
<b>Příloha 18</b>	Příjmy z internetové inzerce v říjnu 2009 .....	<b>93</b>
<b>Příloha 19</b>	Publikační systém Oris: editace článku .....	<b>94</b>
<b>Příloha 20</b>	Publikační systém Oris: vyhledávání článků .....	<b>94</b>
<b>Příl. 21 a 22</b>	Publikační systém Hermes – náhledy strany.....	<b>95 a 96</b>
<b>Příloha 23</b>	Publikační systém Hermes – psaní v otevřeném objektu s fotografií.....	<b>97</b>
<b>Příloha 24</b>	Upozornění na konání prvního ročníku tzv. novinářské školy.....	<b>98</b>
<b>Příloha 25</b>	Dotazníkový průzkum.....	<b>99</b>

## Příloha 1

### Graf průměrného prodaného nákladu vybraných českých deníků



## Příloha 2

Články z MF DNES publikované na serveru Vol.cz



Zdroj: [www.lupa.cz](http://www.lupa.cz)

## Příloha 3

Server Medea.cz stylizoval v roce 1996 přehled novin do podoby trafiky.



Zdroj: [www.lupa.cz](http://www.lupa.cz)

## Příloha 4

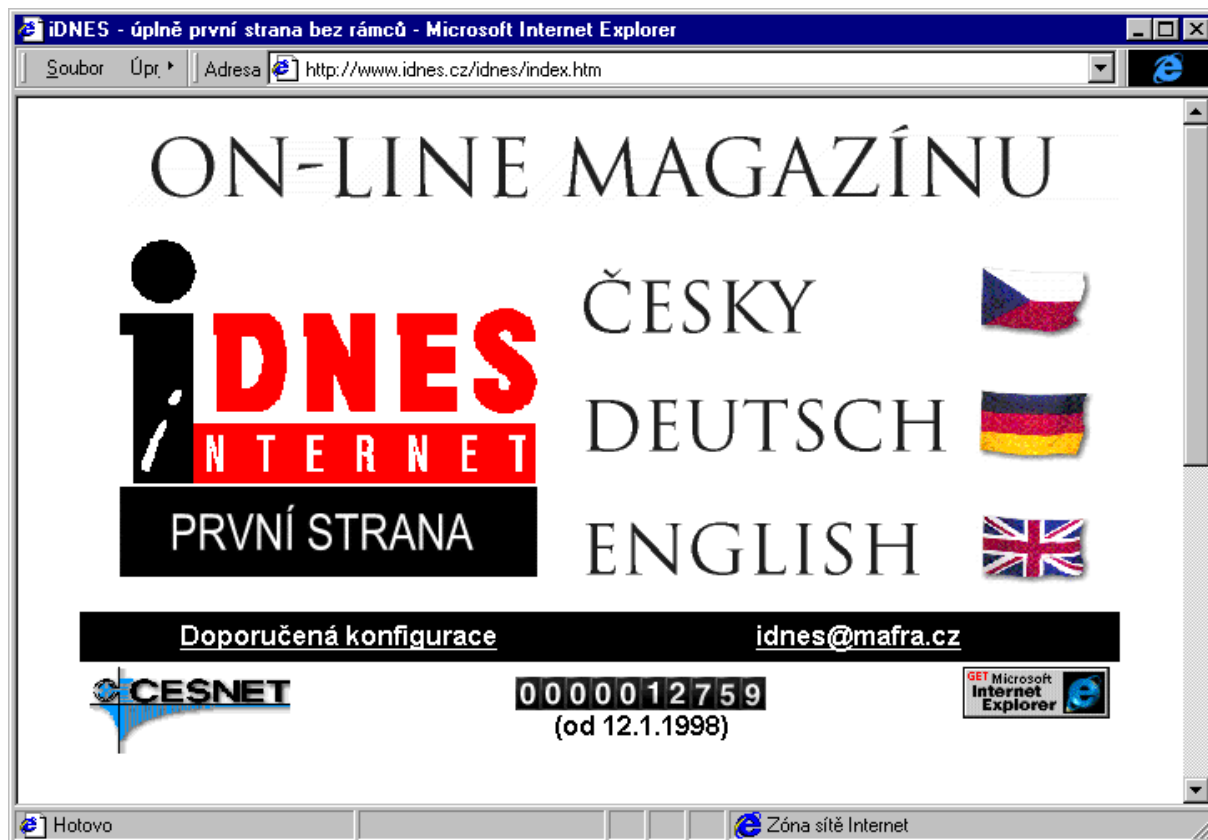
Spuštění portálu iDNES.cz bylo na adrese [www.idnes.cz](http://www.idnes.cz/) předem avizováno.



*Zdroj: [www.lupa.cz](http://www.lupa.cz)*

## Příloha 5

Čtenáři si před vstupem na stránky mohli vybrat jazykovou verzi.



*Zdroj: www.lupa.cz*

## Příloha 6

Obdoba on-line rozhovoru s názvem Osobnost na síti a audiozáznamy z rozhovoru (obojí z roku 1998)

Definice rámců pro iDNES - základní stránka - Microsoft Internet Explorer  
http://www.idnes.cz/idnes/default.htm

O deníku a vydavateli  
**iDNES**  
INTERNET  
Prohledej iDNES  
ATLAS

PSÁNO PRO WEB  
[Osobnost na síti](#)  
[Internetová aukce](#)  
[Fotogalerie](#)  
[Brouzdání](#)  
[Natáhněte si soft](#)  
[Zpět na Hlavní obsah](#)

# OSOBNOST NA SÍTI

Máte na jazyku otázky, které novináři známým lidem nepokládají? Víte, na co se chcete zeptat, ale neměli jste příležitost? V této rubrice můžete setkat se známými osobnostmi, kteří vám na vaše dotazy odpoví.

**Petra BUZKOVÁ**  
nejpopulárnější česká politička

[portrét](#)  
[otázky](#)  
[odpovědi](#)  
[poslat dotaz](#)

**Od pondělí 12.ledna do pátku 23.ledna čekají na váš e-mail**

[portrét](#)  
[otázky](#)  
[odpovědi](#)  
[poslat dotaz](#)

**Pavel SODOMKA**  
informační specialista

*Reakce Petry Buzkové zveřejníme příští týden, Pavel Sodomka odpovídá průběžně.*

Zóna sítě Internet

Definice rámců pro iDNES - základní stránka - Microsoft Internet Explorer  
http://www.idnes.cz/idnes/default.htm

O deníku a vydavateli  
**iDNES**  
INTERNET  
Prohledej iDNES  
Reklama

z DENÍKU  
[První strana DNES](#)  
[Komentáře listu](#)  
[Řekli na diktafon](#)  
[Dokumenty](#)  
[Archiv MF DNES](#)  
[Zpět na Hlavní obsah](#)

# ŘEKLI NA DIKTAFON

**Václav Klaus odpovídá v rozhovoru pro MF DNES (1 minuta záznamu)**

Jak se chová Václav Klaus? (vlastními slovy)	RealAudio 14.4	<a href="#">32 kB</a>
	RealAudio 28.8	<a href="#">62 kB</a>
	Audio WAV	<a href="#">1412 kB</a>

**Alexandr Tomský, bývalý člen výkonné rady ODS hovoří na shromáždění Unie svobody v sobotu 17.1.1998 v Litomyšli (několikaminutové vystoupení)**

	RealAudio 14.4	<a href="#">75 kB</a>
--	----------------	-----------------------

Zóna sítě Internet

Zdroj: [www.lupa.cz](http://www.lupa.cz)





# Příloha 8

## Hlavní stránka webu iDNES.cz v roce 1999

iDNES  
INTERNET

ostrov kultury ostrov slepých ostrov PC a her

ostrov volného času ostrov obchodní ostrov deníku MF DNES

ostrov zpravodajství

online magazin MFDNES  
26.3.1999 17:27

[mapa iDNES](#)  
[obsah](#)  
[24 hodin iDNES](#)

Aktuální předpověď počasí

domácí

zahraniční

sport

ekonomika

kanadské pohledy

burzovní hra

osobnost na síti

počasí

kurzy akcií

čísla loterií

kvíz

ankety

iDNES glosuje

náznaky čtenářů

tiskovky

krajane píší

seznam videí

seznam zvuků

seznam chatů

Ostrov iDNES:

zpravodajský

kulturní

volného času

MF DNES

slepých

obchodní

ostrov PC a her

26.3. 17:22 Začal v pořadí třetí útok na Jugoslávii

Nad Bělehradem se vznáší oblak kouře

Letadla NATO začala bombardovat předměstí jugoslávského města Bělehradu. Oznámila to agentura Reuters s odvoláním na nezávislou televizní stanici Studio-B. Stalo se tak půl hodiny poté, co se nad celou metropolí rozezněly sirény. Podle očitých svědků se nad jihozápadní částí města vznášel oblak dýmu. Začal tak v pořadí třetí útok spojenců NATO na Jugoslávii.

*Podrobnosti uvnitř článku. Událost dále sledujeme*

26.3. 15:57 Rusko nabízí Jugoslávii humanitární pomoc

Recko vyzývá k ukončení bombardování Jugoslávie

Řecko, následované Itálií, jako členský stát NATO vyzvalo k ukončení bombardování Jugoslávie a k návratu k jednacímu stolu. Itálie navíc požaduje, aby Rusko, které přerušilo spolupráci s aliancí, převzalo roli vyjednáváče. To mezitím přerušilo veškeré styky s NATO a nabízí Jugoslávii humanitární pomoc.

26.3. 13:06 Zahraniční

Jugoslávie hlásí sto zabitých civilistů

Jugoslávská svazová republika hlásí, že při náletech NATO zemřelo sto civilistů a třicet vojáků. Ze zprávy ruské agentury RIA, kterou cituje ČTK, však není zřejmé, jakého období se má tento údaj týkat.

Ruský generální štáb armády hlásil přes 70 mrtvých, z toho 50 civilistů a přes 220 zraněných. NATO zatím vydalo informace pouze o zasažených letounech: sestřeleny byly tři jugoslávské MiGy.

27.3. 0:00 Požár v tunelu pod nejvyšší horou Evropy

Ohnivě peklo pod Mont Blanem: 30 mrtvých

Ohnivě peklo v tunelu pod nejvyšší horou Evropy Mont Blanem si vyžádalo nejméně 30 lidských životů. Francouzským, italským a švýcarským záchranářům se v noci na dnešek podařilo poprvé dostat do asi 600 metrů dlouhé zóny v ohnisku požáru. Ta byla dosud nepřístupná kvůli hustým jedovatým zplodinám a teplotě, jež místy dosahovala 1000 stupňů Celsia.

26.3. 14:36 Boj o slovenské podsvětí si vyžádal deset mrtvých

Maskovaní střelci zastřelili deset lidí na jihu Slovenska

Deset mrtvých si vyžádal útok tří samopalníků ve čtvrtek večer v jedné restauraci v Dunajské Středě na jihu Slovenska. Nejpravděpodobnějším motivem masakru je podle slovenského vyšetřovatele boj o sféru vlivu ve slovenském podsvětí mezi slovenskými, ruskými, jugoslávskými a ukrajinskými gangy.

26.3. 14:33 Letní čas bude letos zaveden od 28. března a skončí 31. října

V neděli si posuneme hodinky

Letní čas letos v České republice začne v neděli 28. března, kdy se úderem 2 hodiny středoevropského času hodiny posunou na 3 hodiny. Ukončení letního času připadá na neděli 31. října, kdy se ve 3 hodiny posunou hodiny o 60 minut zpět.

JEDNOU VĚTOU

Pátek 26.3.1999

17:24 - Moskevský starosta Lužkov: "Kosovská krize je horší než kubánská v roce 1962"

17:20 - Spojené státy zahájí z velvyslanectví v makedonském Skopje všeobecný prosvětlující jejičho přítomnost není nezbytně nutná

17:05 - Hustyj dým se objevil nad jihozápadním Bělehradem

17:01 - Letadla zasáhly blíže nespecifikované cíle na předměstí Bělehradu

16:56 - V 16:20 odstartovalo letadlo s ukrajinskými ministry zahraničí a obrany do Bělehradu, kde chtějí vyjednávat o příměří

16:55 - Podle Vuka Draškoviče bylo pozastaveno rozhodnutí vypovězení novinářů z členských zemí NATO

16:18 - Bělehradem se rozezněly sirény

16:02 - Podle svědků odpálily loď v Jaderském moři rakety, poprvé za denního světla

15:58 - Srobné polípační a vojenské síly zastřelily ve čtvrtek 20 učitelů před školy jejích žáků

15:35 - Česká republika posílá ochranu hranic v obavách z uprchlických vln

15:16 - Rusko nabídlo Jugoslávii humanitární pomoc

další zprávy jednu větou najdete ZDE

ANKETA

Obáváte se v souvislosti se záahem NATO v Jugoslávii o svou bezpečnost?

Ano  Ne

1133      1067

Hlasovat

MIMORÁDNÉ PŘÍLOHY

| TEST IQ | Třicet přípisů majora Zemana | Senátní volby 1998 | Vánoční příloha iDNES | Internet proti monopolu | Holejová příloha - Robert Reichel na šampionát do Norska nepojede |

PŘEDPověď počasí 26. 3. 1999

DEN	NOC:
13 / 17°C	2 / 6°C
BIO:	SNÍH:
1	Lysá Hora 120
OZÓN:	Hanachov 85
- 7%	Kilínovec 120
	Zaj. Russa 67

**26. března**  
svátek má Emanuel, Haštel, Manuela.

Když na jaře přiletne kukačka, mohou se zahodit bohy

(Z knihy Český pranostikon - 3000 pranostik)

1348 - Karel IV. položil základní kámen Nového Města pražského, zakládací listinu vydal 8.3.1348

KURZOVNÍ LÍSTEK 26. 3. 1999

EMU	EUR 38.485
V. Spolk.	100.57.004

Sbírka zákonů České republiky

Texty zákonů včetně aktualizací

Vyhledávání ve sbírce zákonů

Zákonů o nichž se mluví

Najdete na

Zdroj: www.lupa.cz

# Příloha 9

## Hlavní stránka webu iDNES.cz v roce 2001

Podrobnosti o finále  
Čtenářské soutěže  
o Škodu Superb čtete  
v MF DNES 1.12.

**DOMINIK HAŠEK**  
on-line rozhovor

zprávy katalog klikni ekonomika kultura technet dům a byt cestování palmare mf dnes shopcenter  
sport slovníky fincentrum programy mobil melior amis letenky pandora inzerz telstore  
regiony daně nově zákony nově revue bonusweb auto zájezdy radio | tv jarmark gamestore

můj iDNES | mujPAS přihlásit | DUKÁTY | hleděj slovo | ZDE | V INTERNETU | hleděj

24 hodin iDNES | 1.12. 22:22

01.12.2001 13:40 - Spojené státy zprávu popírají

### Taliban: Sestřelili jsme americký letoun

Bojovníci hnutí Taliban v sobotu údajně nedaleko své poslední bašty Kandaháru v jižním Afghánistánu sestřelili americký bojový letoun. Podle agentury Reuters to tvrdí bývalý talibánský velvyslánec v Pákistánu Abdas Salám Zaif. Představitelé USA pravdivost této informace popřeli. "Všechny naše letouny..."

| top | více | chat | téma | komentáře |

Zprávy iDNES na váš mobil  
nyní Eurotel i Paegas - návod zde  
**ORIGINÁLNÍ VÁNOČNÍ DÁREK - předplatné MF DNES**  
Harrison na Rádii iDNES  
Poslouchejte nesmrtelné písně

**Předprodej kupónů MHD**  
Vyhrajte 3 roky cestování MHD

**PRÁVE SE STALO 20:40** - Držitel stříbrné olympijské medaile ze Sydney ve stříbě na skeet a letošní mistr světa v ...

01.12. 18:34  
Sociální demokraté zvolili volební lídry

01.12. 19:02  
Příčinou důlního neštěstí bylo vadné odvětrávání

[více na zpravy.idnes.cz](#)

01.12. 19:28  
Lubina dovedl tým k vítězství v nové hale

01.12. 17:25  
Rusický přihrál na gól a Dortmund vyhrál

[více na sport.idnes.cz](#)

30.11. 18:49  
Ceny hypotek jsou na historickém minimu

01.12. 00:01  
Britové na rozdíl od vlády po euro netouží

[více na ekonomika.idnes.cz a www.fincentrum.cz](#)

01.12. 00:06  
Život běžného herce? Nic moc

30.11. 17:56  
Jezíšmarjá, už zase Těžké pokondr

[více na kultura.idnes.cz](#)

01.12. 11:25  
Jana Štefánková nechce být pouhým sexsymbolem

01.12. 08:42  
Japonská princezna porodila holčičku

[více na revue.idnes.cz](#)

**PRAHA VYSOČINA JIŽNÍ MORAVA VÝCHODNÍ MORAVA STŘEDNÍ MORAVA SEVERNÍ MORAVA A SLEZSKO**

[více na regiony.idnes.cz](#)

**AUTO.IDNES.CZ**  
ANTIRADARÝ S OTAZNÍKEM  
Jsou antiradary schopné varovat před policejním radarem? Vyzkoušeli jsme je!

**sobota 1.12.**

**DNES**  
Výchud v dole zabil tři horníky

**komiks GARFIELD**  
vychází každou oen

**Kniha Tiha olova** od Sabiny Slonkové a Jiřího Kubíka právě vyšla:  
**TIHA OLOVA**  
A co jsme do novin nepsalí

Tiha olova - kniha redaktorů MF Dnes Sabiny Slonkové a Jiřího Kubíka přináší evědectví ze zákulisí naší politické scény. Zatajené dary politických stran, kauza Olovo nebo to, jak se chovají mimo záběry televizních kamer politici lidí Miloš Zeman a Václav Klaus, kteří už řadu let výrazně ovlivňují dění v tomto státě.

Knihu si můžete koupit přímo na iDNES na adrese <http://knihy.idnes.cz/> a to na dobírku, převodem nebo eBankou. Stojí 188,- korun.  
| VÍCE INFORMACÍ V PŘÍLOZE [www.idnes.cz/TIHAOLOVA](http://www.idnes.cz/TIHAOLOVA) |

**ELTON JOHN - DANIEL**  
reklama

**REVUE.IDNES.CZ**  
VELKÁ VÁNOČNÍ HRA  
Hleďte na iDNES vánoční symboly a sbírejte body. Dá se vyhrát zájezd a další ceny.

**AUTO.IDNES.CZ**  
KUDY DO ALP AUTEM  
Jak se nepohodlněji a nejrychleji dostat do alpských lyžařských středisek? Čtete autoweb.

**TECHNET.CZ**  
FILMAŘI VYHRÁLI BITVU O AUTORSKÁ PRÁVA. Šíření dekodérů DVD je podle soudů USA nelegální.

**MOBIL.CZ**  
NOKIA 6310 PŘECHÁZÍ  
Nokia přeci jen stihne uvést model 6310 na trh ještě před vánočními za necelých 16 000 Kč.

**FINCENTRUM.CZ**  
UCITY V ZÁHRANÍČÍ  
Mnoho lidí uvažuje o tom, že přestěhují svůj účet do zahraničí. Takový krok ovšem nemá smysl.

**BONUSWEB.CZ**  
HALO - SVĚT BEZ HRANIC  
Předpoklad, že akční hra Halo nebude tak dobrá, jak jsme čekali, se splnil. Je totiž lepší.

**CESTOVANI.IDNES.CZ**  
KAM A ZA KOLIK NA LYŽE?  
Aktuální informace najdete v rubrice Lyžařský servis a v databázi horáckých středisek

**reklama**

**reklama**

Auto na přání. Vy sami si nejlépe vyberete model a sestavíte vůz podle svých představ.

Zvolte si model, prosím

**IINZERT.CZ**  
nabídky zaměstnání, prodej automobilů a trh nemovitostí

**LETENKY**  
Chcete letět za rodinou či za přáteli? Nebo si užít dovolenou v teple? Zkuste výhodnou nabídku na [letenky.idnes.cz](http://letenky.idnes.cz)

**[TELSTORE] [GAMESTORE]**  
Akční cena - Twist sada Nokia 3310  
Twist sada 5.499,- Kč - nakoupit speciálně s trickerem Mobil.cz

Ericsson T39m - nová cena  
cena 11.790,- Kč - nakoupit barvy - modrá, světle modrá, bílá

**ZÁJEZDY**  
Rakousko , Haus im Ennstal - Pension Haus im Ennstal - nástup 17. 11. doprava: vlastní  
7 dní za 5.690,- Kč za osobu  
| více informací a on-line rezervace |

**SHOPCENTER** **lovecenter**  
bazén ORLANDO s filtrací  
8.970,- Kč - nakoupit  
posilovací stroj KETTLER classic  
17.990,- Kč - nakoupit  
Philips - DVD přehrávač typ957  
17.890,- Kč - nakoupit

**DUMABYT.IDNES.CZ**  
LEVNÁ PROMĚNA KUCHYNĚ  
Nemáte dost peněz na novou kuchyň? Existuje jednoduchá metoda, pomocí níž linku proměníte!

**HOMO MORAVICUS**  
vychází každé pondělí

**chimo**

© Copyright MAFRA a.s. 2000 a dodavatelé obsahu (ČTK, Reuters) - info zde  
Publikování nebo šíření obsahu iDNES je bez písemného souhlasu MAFRA a.s. zakázáno.  
Tento server dodržuje právní předpisy o ochraně osobních údajů - info zde  
email: [IDNES@IDNES.CZ](mailto:IDNES@IDNES.CZ) INZERUJTE NA IDNES.CZ - PODMÍNKY ZDE

## Příloha 10

### Hlavní stránka webu iDNES.cz v roce 2004

**iDNES** Zprávy | Sport | Revue | Ekonomika | Fincentrum | Mobil | Technet | BonusWeb | Auto | Reality | Cestování | Zdraví | více

09.2. 10:34 24 hodin na iDNES

**Češi nejvíce věří prezidentu Klausovi**



09.02.2004 09:47 - Klaus: Nesnažím se lidem vládat

Prezident Václav Klaus se poprvé stal nejdůvěryhodnějším českým politikem. Podle průzkumu ČVVM mu věří 69 procent občanů. Žebříček dlouho vedl ministr Stanislav Gross. Tomu teď důvěřuje 60 % lidí. Od říjnového průzkumu si výrazně pohoršila ministryně zdravotnictví Součková.

[více](#) • [komentáře](#)

**DALŠÍ UDÁLOSTI DNE**

- [Kinský má miliony, zjistil soud](#)
- [Mrtvých z metra je víc, než tvrdí úřady](#)
- [Za útok sekáčkem 3,5 roku](#)
- [Konvalinková uvažuje o rozvodu](#)

[více aktuálních zpráv na zpravy.idnes.cz](#)

**Právě se stalo** [zpravodajství do emailu](#)

**10:33** - Na silnici z Příbrami do Březnice havarovala cisterna s propan-butanem. Deset tun plynu musí hasiči přečerpat do jiné cisterny. Silnice je uzavřena.

**10:08** - Italská letecká společnost Alitalia musela kvůli stávce pilotů zrušit 159 letů. Piloti jednodenní stávkou protestují proti plánu ozdravení společnosti.

09.02.2004 02:01 - Nejvíce branek obdržel Tomáš Vokoun z Nashvillu

**I Utkání hvězd NHL vyhrál Východ**

**M i n n e s o t a** - Poté, co suverénně uspěl v sobotních dovednostních disciplínách, vyhrál tým z Východní konference i samotné Utkání hvězd v poměru 6:4. Po jedné asistenci si připsali Jaromír Jágr a Robert Lang. Titul nejlepšího hráče zápasu však putuje na Západ do rukou kapitána Colorada Joe Sakica, který vstřelil tři branky.

**jako homepage | do oblíbených | Internet iDNES**

**dane.idnes.cz**  
**Daňové příznání**

Interaktivní příznání k daní z příjmů fyzických osob vám samo vypočítá daň. Stáhnete, vyplníte, odevzdáte.

**hokej.idnes.cz**  
**Hokej on-line: extraliga**

Sledujte průběh zápasů 47. kola nejvyšší hokejové soutěže. Podrobně: Liberec - Plzeň a Č. Budějovice - Vsetín.

**Vyhrajte přehrávač**  
Soutěž o zajímavé ceny

**iDNES pomohl vozíčkářům**  
Handbike pro Centrum Paraple

**revue.idnes.cz**  
**V Železném jsem se zmýlil**

Co dělá Jan Vávra, člověk, který pět let bojoval za televizi Nova a dalších pět let proti ní?

**www.technet.cz**  
**Užitečné tipy pro Windows**

Jak uzamknout PC, jak nastavit Outlook Express, aby podal informace o přečtení odeslaného e-mailu, a další triky...

**auto.idnes.cz**  
**Kabriolety pro Ženevu**

Na Ženevském autosalonu bude mít premiéru několik zajímavých kabrioletů. Podívejme se, které to budou.

**reality.idnes.cz**  
**Vytvořte dětem bezpečný byt**

Hledej  v internetu  reklama

**Příjemně rychlá komunikace**



**revue.idnes.cz**  
**Hlasujte: Anděl 2003**

Vyhraje Bílá, Dusilová nebo Radůza? Je to na vás. Zúčastněte se čtenářského hlasování a můžete jít na VIP party.

**svycarsko.idnes.cz**  
**Vydejte se na lyže do země čtyřtisícovek!**

**Další služby iDNES**

- [Televizní program](#)
- [Kurzovní lístek](#)
- [Pocasi.idnes.cz](#)
- [Katalog odkazů](#)
- [Fulltext](#)
- [Loga na mobil](#)
- [Zajezdy.idnes.cz](#)
- [Vstupenky online](#)

**Internet iDNES**  
Předplata MF DNES

Zdroj: [www.lupa.cz](http://www.lupa.cz)

Potlačování sousloví „Mladá fronta“ v názvu deníku

VE VAŠICH HODINÁCH A DNECH ODBÍJÍ BUDUCNOST REPUBLIKY



III. CS

DENÍK ČESKOSLOVENSKÉHO SVÁZU MLÁDEŽE  
Bře. Čtvrtek 1. července 1965. - Cena 30 haléřů. - Ročník XXI. - Číslo (6236) 156

STRAHOVSKÁ PLÁŇ VÁS OČEKÁVÁ

Vstávají za tmy a po celý den  
aplavují všemi vstupními branami  
strahovskou pláň. Pověly vy-  
stupující mohutným chorem am-  
plionů ze země je vedou k nové-  
mu a novému opakování pohybu,  
už se staly částí jejich života v  
nedělních městských ulicích se odpo-  
čívají v blízkosti 16 000 změkčáků lépe  
už v protáhlých uličkách, které jsou  
jejich přítomností ještě těsnější.  
Vespáchají do práce, mají oči  
červené pro hlavní město, které  
je, vzdalo jejich pívučků a oda-  
vedlo jim klíče od svých bran.  
Když ve frontách na listky do dí-  
voch i na chlebičky v Kárané, ve-  
se s oblíbenou bílou kašičkou, na-  
příliš salko nebo stávanou v ná-  
vratných tričkách, šeptají si na  
ulicích a volají na sebe holkavě  
tes říka Václaváku, jsou nejisti  
a přestupných stanicích tramvaj  
nevadí kom dřív, aby uvideli  
baru. Celou Prahu a svou Prahu,  
Brodě borec jsou srovnatější  
až všichni propouje prozřelých  
zářících, večer na lehkých  
novější než maratónní běh-  
ci. Žijí v Praze každou hodinu,  
sboj jsou to jejich hodiny a je-  
ch dny. Je to jejich čas a čas  
je všech.



FOTO: M. EMIL FARKS

Čera na Strahově  
ba pořady

Včerejší den, kdy se na Stra-  
hově u vyústění oba pořady  
„Zpívá mladá“ i „Vítězství patří  
smi“ potvrdili, že se dají nové  
dramatické režijní záležitosti do orga-  
nizace vedoucích hromadných vy-  
stupů. Oba pásma mají dobrou  
sbi, navzdory že se jedná  
v bábových kontrastech cvič-  
ních sběrů, ale především jed-  
notlivé nástupy také si dovo-  
dí se spolupráce. Dynamické, ná-  
divné a „prohlašující se nástupy  
dramatické skladby patří mezi  
nejlepší objevné činy III. CS.  
Generálka II. programového  
poledne „Vítězství patří nám“  
obhájila už od 7.30 hod. Ke  
ledbám a největším ohlasek na  
buněch partia oba srazdát vy-  
stupů. Odpoledne v 15.00 hodin  
lidlo vstoupil již první velké  
artistickejší odpolední, které by-  
přidáno do programu dodateč-  
ně ještě před odjezdem zahá-  
tina hlezních dnů, jež nás čeká  
na. Skladba „Dobrá noc“ „Jaro  
má má“ vstoupila souborem „Zpívá  
mladá“ v něm se vystoupilo osm  
ladsb.

Játnelský rozhovor  
československé delegace

Praha (tisk). - První telom-  
k sestavená výhora KSC, pře-  
hod republiky Antanta Nový  
předseda vlády Josef Lenárt  
jště včera v ústředí hospodářskou  
hlavní Vietnamské demokratic-  
republiky vedena členem po-  
byra sestavená výhora Viet-  
namské strany zpravidla a ná-  
ležen předsedy vlády VDR Le-  
tan-Nghim. Delegát odpově-  
l, mluvíme a s přehledem  
výslavně VDR v Praze Phan-  
an-Su.  
V dalším rozhovoru, který pra-  
v v kulisách a představení  
sází, informovali představení  
státního ekonomického zveřej-  
ě. Boli vietnamského lidu proti  
vstřední srazdát, souhlasná byla  
dána o dalším prohlášení  
výhrady mezi oběma zeměmi.  
Rozhovora se zúčastnil také mi-  
předseda vlády Jan Růžek.

DVA Z 12480

Kterého zlatní? Kterou si vybrat? Z br-  
bany vypouští oběma stejně.  
Dobře nřhodně jsem ho vyřadila z řady.  
H jsem ohýla za rameno.  
Hlasit Miroslav Růžek z Ostravy a Třída  
Marta Kvailková z Chrástů představují  
dva z 12 480 cvičenců učebního dorostu,  
které hřdíže se skládá Souv prací pře-  
hodně smi. Mirek je elektrotechnič-  
k ostravsko-karvinských elektrárén, Marta  
je pleťářka pánobch z Řitly.  
Chci jít na elektrotechnickou pře-  
myslovku. Jejími mě vzali, se dovím, až se  
vrátím ze spřátelědí. Možná rozhodnu  
trojky z občanské výchovy a ruštiny...  
Až přijedu domů, dostanu výzván list  
Pleťářky.  
A byli jsme tancovat v Praze Julia Fu-  
řika. Zpívaly tam sestry Dostálová. Ostat-  
ní zpěváci neznám. Nejraději tančím  
„bůžka“. Je to něco mezi holandskou  
a džajven. Ale jistě, seznámil jsem se tam.  
S Verou z Berouna. Cvíčák také naši sklád-  
bu. No, o spřátelědí jsem se vůbec ne-  
bavil.  
Se sestrou, která bydlí v Praze, jsme  
procházeli celý Václavák. A večer tancova-  
ly na Žitně.  
To lehké má zemi nomámi rád. Jsem  
potom celý spínavě. Ale skoro na konci,  
jak vytvořím sloněné píse, a postupně se  
ukláníme, to je pěkné.  
S kluky se nejvíce shodneme v těch  
čtvrtích na valčíku. Nejvíce se mi líbí  
čas, kde se hraje ba-ča.  
Jednou jsem sice vřel rozvřít. Je se  
dala sůp pit, ale jinak vařím lepší než ti,  
co nám každý večer dávají.  
Říci nemá ráda. Teď jí máme ka-  
dy večer. A ještě teď.  
V pondělí jsme ustávali na zkoušku  
ve tři ráno a až v sedm nastupovali. Ho-  
dinu jsme zbytečně mřzli.  
Vstávání mi nevdá.  
Rád bych si začel do zoologické za-  
hody.  
Chábi bych se podíval do Národního  
divadla. Na cokoli. Ještě jsem tam nikdy  
nebyla.  
Třicátého mám zrovna narozeniny.  
Nejdřív si musím vyprat košili. Jak?  
Mýdlem helladou. Pak si ji nacítím v Ki-  
rovově ulici na pokřání vyřadit. Učeb-  
ní budu pit jen H-O. Go kdyby to čítit teta!  
LADISLAVA SIEBEROVA

NEZ ZÁČNŮ PSÁT  
BÁSEŇ

Snídal zrajkovou senatinu kost  
K svazím měli pouliční prac  
K obědu biftek slunce upoceně  
A teď tu stoj  
Na značkách...  
Červenec dry jak důverné míče  
Na ražkách obličejů připečený  
nach  
Zéplaty vzpominek chlad pustých  
taločičen  
Teď zkamenějí  
Na značkách...  
Barvená zářivá? Onava i dílnať  
Do ochraptění skandování  
Fantazie se papírovou ložkou  
vzpíná  
Nad žlutým mořem písku  
Stojí na značkách...  
Teď už ne ůl  
Ne podřídáné věčy  
Ne tuš a rjovací pexo pro stíny  
Oči se nebem inspiřace  
Zbývá jen klapřový zlomek  
vážiny  
A...  
Začnou psát básně

ZVONIMIR ŠUPICH

Prohlášení  
ministerstva  
zahraničních věcí

K protičeskoslovenským  
útokům v NSR  
Praha (tisk). - Ministerstvo  
zahraničních věcí bylo pověno  
vřadit prohlášení k protičeskoslo-  
venským útokům, ke kterým do-  
šlo na srazu západoněmeckých ze-  
stavanců ve Stuttgartu.  
Vzhledem k tomu, že revanšis-  
tické provokace v Německé spole-  
kové republice jsou trvalým ústra-  
nem narušování normální situace  
ve střední Evropě a ohrožují tak  
evropský mír a bezpečnost, pře-  
dalo ministerstvo zahraničních  
věcí tímto prohlášením oficiálně  
představitelům, inkterých stáť  
bývalá protikomunistická koalice a  
nřstředních dělnických stran němeč-  
ckých v CSSR.  
Z prohlášení ministerstva za-  
hraničních věcí zveřejněného pod-  
statnou část:  
Vláda CSSR v uplynulých letech  
nejednou upozornila světovou ve-  
řejnost i vlády mnohých států na  
nabobřející vřavy v NSR ohrožující  
cí mír a bezpečnost. Poukázala, že  
zapádnomocní militarizaci a revanšis-  
tické orientaci důkladně vyřizva-  
jící z porážky hitlerovského fa-  
šismu ve druhé světové válce a  
závazky z mezinárodních dohod  
usazených vříděnými mocnostmi,  
aby byla upravena národní slobod-  
nost a znemožněna venik nové  
válečné tragédie, hospochyby jistě  
naučí, než jakou lidstvo prošlo  
v nedávno minulosti. Doložila, že  
se tyto vlády snaží přeměnit jed-  
ni výsledků druhé světové války;  
sílou drzeji vyhlásit revanšistické  
požadavky, vyvíjejí provokace.  
Pokročení na str. 2

KONEC KONCŮ ...

Ma každého má školní rok  
1965 od činnosti čerenu, kdy  
praziti školci upobili školy  
spřátelědíckým a sice si méně  
úspěšně přinesli svůj ročník od-  
měny za celoroční píli a tabuti,  
ne školených, laboratorních i té-  
lecůbných. A podle její konitly  
vynikla i pochvala. Dnes bych už  
cervadla rád napalil, že školní rok  
zauval brány škol celé republiky  
a je keratou minulostí, ale jaksi  
to dobe nedo. Sice přitrdím,  
že sáci a žákyne už všech dauti-  
letých, pšedšlech, přímějšledek  
a jiných sřadních škol mlti v kap-  
sách vyupředení a před sebou dou-  
soustve předání o letech obor-  
rech, u vody, ale přece jen ještě  
školy neodulaly na svou činnosti  
přodání tečka, ještě mohou vy-  
sokovkoidati si vyřadit člá od-  
zák a pěk na „politických“ pro-  
běhí banky šedě křdy možkou do  
obřadec vysoké upkonnosti - pro-  
tože dlo se jim jaksi zrovna  
nepodařilo udřlat... A taky na  
některých upokojích školách jsou  
přijímání školky. A na jiných  
se dokončuje oběma to, co se  
vypodřelo udřlat během rovní  
různých vyřadě až po pořadí  
v kabinetech, a až se tohle zář-  
dlo, bude se připravovat nový  
školní rok, který užityky zářdno  
malomocím píli, mltim obem a se-  
lou tou školkou Augustou. A se-  
nec konec se olavně oběbe nežd  
Vni, se by škola mláďa končila.  
I když o ni šdát neloua a nauči  
se, řádkem obek je, že školní rok  
1965 se loučí, aby smolní nový  
trín školnímu roku 1965-66. A nez-  
ten nastupují: At Hřl. představitel  
(tisk)

Zdroj: Mladá fronta, 1. 7. 1965



Co týden dal  
není rodinná idylka  
(příloha TV servis)

# DNES

OBSAH:  
Z domova ..... str. 2 a 3  
Kultura ..... str. 4  
Ze zahraničí ..... str. 5  
Z domova/Sport ..... str. 7  
Sport ..... str. 8  
TV servis ..... příloha

ZPRAVODAJSKÝ LIST • ČÍSLO 231 • ROČNÍK II MORAVSKOSLEZSKÉ VYDÁNÍ ČTVRTEK 3. ŘÍJNA 1991 • 2,50 Kčs



Ján Langoš se včera v parlamentu usmíval, přestože někteří poslanci podobu ústavního zákona, kterým jsou zmíněni, předsedu, tvrdě kritizovali.

FOTO: MAFIA - HERBERT SLAVÍK

## UKRADENÉ ŠTĚSTÍ

ÚNOSKYNĚ TADEÁŠKA PŘEDÁNA  
NA POZOROVÁNÍ PSYCHIATRŮM

"Zároveň odmáknul a nezvrátil. Volal mi už ředitel podniku Ostrava kvůli půl milionu korun, který nabídl za informaci vedoucí k nalezení Tadeášky. Pak také jeden soukromý podnikatel, který vyžadoval 10 000. Bude-li to nezbytné, peníze převezmou a vzápětí je dám na výstavbu zdravotnických zařízení." Chrudimská matrikářka Jana Andrášková se

v úterý značně přičinila o to, že unesené dítě bylo po 24 dnech vráceno rodičům do Hradce Králové. "Necítím se však jako nálezeč. Když za mou přišel manžel únoskyně, jako první vyslovil domněnku, že nebyl ukraden. Jen formulář, ale i dítě, jsem převzela. Ze rodina by všechno ohlásila policii."

Pokračování na str. 2

## Odboráři požadují celní hradbu

PŘEDSTAVITEL A. S. ŠKODA  
"IMAGE FAVORITA NENÍ DOBRÝ"

"Kdybychom při ustavování pracovních úřadů byli zájmově líní, jako ministerstvo financí při zřizování úřadů berních, zmítali bychom se dnes ve věru stávkách," prohlásil včera zástupce odborářských předků - subdodavatel společnosti Škoda - Volksvagen. Řekl to těsně potom, co náměstek federálního ministra financí Inženýr Křák prohlásil, že příčinou

proč nelze zavést daň z obrátu na dovážené vozy je, že celníci daň vybírat nesmějí a berní úřady toho dosud nejsou schopny. Za vlnka oznamoval republiková ministerstva financí. Odboráři se nakonec dohodli pověřit odborový svaz KOVO, aby s vládou projednal vytvoření specifické tripartity, zabývající se krizí automobilového průmyslu. Cílem by mělo být dosažení dočasné celní ochrany.

Pokračování na str. 3

## PŘIŠEL ZÁKON LUSTRAČNÍ

Poslanci Federálního shromáždění začali během včerejšího odpoledne projednávat očekávaný lustracionální zákon. Už po prvních okamžicích, kdy se do rozpravy přihlásily desítky poslanců, bylo zřejmé, že o zákonu se bude mluvit ještě během dneška. Nejvýznamnějším momentem se stalo vystoupení poslance Tomana, ze kterého vyplynula dohoda klubů ODS, ODA, VFN, KDS, LDS, KDU, HSD, MKDII a části SNS na podstatných bodech zákona.

Ráno se poslanci Sněmovny národů vrátili k jedné již zamítnuté zákonoderné opatření o federálním fondu úzrní regulace. Tenkrát prošel v obou částech sněmovny. Společně sch-

ze obou komor parlamentu pak pokračovala zamítnutím většiny pozměňovacích návrhů k živnostenskému zákonu. Úspěšný byl návrh, aby vedoucí pracovníci státních podniků a státních akciových společností mohli provozovat živnost ve stejném oboru, jen za podmínek určených zvláštním zákonem. Živnostenský zákon byl nakonec přijat jasnou většinou hlasů.

Poslanci včera přijali také zákon o sdružování v politických stranách, včetně sporného bodu podle kterého budou strany financovány ze státního rozpočtu.

Odpoledne pak přistoupili k projednávání lustracionálního zákona. Ten dostal do vlnky nesouhlasu lustracionálního výboru Sněmovny lidu (což byl výboru Sněmovny národů, ale s jeho výraznými výhradami. Jmenem sociálně demokratických poslanců požádal v rozpravě Ivan Pišeň, aby se zákon netýkal těch lidí, kteří se po roce 1968 snažili o znovuzrození demokracie. Poslance Toman pak za osm poslanců klubů přednesl důležité pozměňovací návrhy.

Pokračování na str. 2

## Horníci hrozí stávkou

Ostrava (jsl) - Na Dole Jan Šverma včera ráno nevyfala noční směna. Havří hrozí stávkou. "Podrážděno už bylo dost," kritiči před branou šachty v Opatřovicích-Mariánských Horách. Podle vládního usnesení se na Dole Jan Šverma měl útlumový program týkat jen jednoho závodu, avšak v úterý se horníci dozvěděli, že útlum platí i pro závod v Mariánských Horách. Havříům se také nelíbí sociální zabezpečení v rámci útlumového programu. Předsavatelé federativní dohody a Správy OKD a. s. vyhlásili havarijní stav a odmítli s horníky jednat, dokud lidé nevyjdou na povrch. Na základě dohody zástupci havříů odpoledne mimořádně stav odvolali a ve 14 hodin byl obnoven normální provoz.

Pokračování na str. 7

## ODS v čele

Praha (tma) - Největší část (19 procent) obyvatel ČR by nyní volila ODS. Na druhé místo se s devíti procenty dostala sociální demokracie, třetí jsou komunisté se sedmi procenty příznivců. Vyplývá to z včera

zobtené výzkumy, jeho informovat, že ně-

## Moře kamiónů

Pražský (hš) - Na západě českých hranicních přechodech byla včera tak dramatická situace, že někteří řidiči začali vyvolávat konflikty. Ve Folmavě se totiž čekalo doby pohybovaly mezi 40 až 50 hodinami. v Rozvadově došlo 70 hodin (stálo tam 700 vozů) a nejméně se čekalo na Pomezí nad Ohří na Chrabru - 24 až 30 hodin. Řidiči kamiónů opouštějících území ČSFR však mají chmurné vyhlídky i pro dnešek, kdy je v SRN svátek a spediční firmy buď nepracují, nebo mají omezenou pracovní dobu. Už včera přitom v blízkosti západě české hranice nebylo kde parkovat. Podrobněji se situace zabýváme na str. 3.

## Válečné lodě u Dubrovniku

BĚLHRAD - Biva o chorvatský Vukovar pokračovala včera už druhým dnem. Zářehský rozhlás k tomu sdělil, že federální armáda nasadila do střetu bojové jednotky jednotky. Ústřední televizní zpravodajství, že armáda postupuje směrem k centrálnímu strategickému územnímu městu, které bylo v uplynulých měsících vystaveno četným bombardováním a útokům.

Agentura HINA rovněž informovala, že všechny spoje s Vinkovci a Vukovarem jsou přerušeny a že "postup agresorů jugoslávské armády pokračuje". Také v noci na včerejšek pokračovala jugoslávská federální armáda v osiřelování svetozámožného historického přístavu Dubrovnik a jeho okolí. Informuje o tom s odvoláním na zářehský rozhlás agentura DPA.

Pokračování na str. 5

## Reklama včera ke smlouvě

Ján Čar'gurský: Nic jiného nepobídnutí  
Premiéra slovenské vlády jsme se zeptali, zda je pravda, že se měl objavit na kanciláře Kohla s tím, že si nepřecí, aby čs.-německá smlouva byla podepsána a inkriminovanou větou o nepřetržitosti kontinuity Československa od roku 1918. Ján Čar'gurský nám řekl: "Neobrátil jsem se na utko. Mimo dopisu, který jsem napsal společně s Františkem Mikloškem a stanoviska, které zaslala vláda SR, jsem nic jiného v této věci nepožadoval ani jednání nemám."

Richard von Weizsäcker: Smlouva bude

"Vycházím z toho, že během mého dvouapůldenního pobytu v Praze tam bude parafována dojednaná smlouva mezi ČSFR a Spolkovou republikou Německo," prohlásil včera německý spolkový prezident Richard von Weizsäcker, když v Bonně přijal skupinu čs. novinářů. Sítí odborníci i prezidentovy odpovědi na otázky zpravodajů z německého listu přinesené v přístředních dnech.

Petr Pithart: Nesporná kontinuita  
Na otázku, co pokládá česká

Jiří Dienstbier: Parafování přístřední týden

Čs.-německá smlouva během nadcházející návštěvy spolkového prezidenta Richarda von Weizäckera v ČSFR bude parafována. Řekl to včerejším brifinkem ministr zahraničí ČSFR Jiří Dienstbier. Mluvčí ministerstva Egon Lánský odpověděl, že smlouva s kvalifikací mnichovskou dohodou jako nulová, ne však jako neplatnou od samého počátku. Tuto formulaci zdvojnásobil tím, že jiná charakteristika než nulita mnichovské dohody by pro německou stranu byla z lustracionálních důvodů nepřijatelná.

Pokračování na str. 5

## Zůstanou v Edmontonu

Podle rozhodnutí viceprezidenta kanadsko-americké ligy NHL Briana O'Neilla jsou smlouvy litvínovských hokejistů Josefa Berana a Martina Rucinského s Litvínovem neplatné a nic nastojí v cestě tomu, aby nastoupili za Edmonton Oilers. Vedení klubu to oznámilo ve středu.

Litvínovský trenér Ivan Hlinka řekl, že jen doufá, že NHL o svém rozhodnutí vyzoomí Čs. hokejovou federaci. Doufá, že je celou záležitostí tak znechucen, že už o tom nechce slyšet.

Pokračování na str. 8



Andrzej Nefc  
PETER PITHART  
Jaké jsou šance, že úmysl ustoupit od tzv. vyrovnání rozpočtu ČR a SK prosadí na federálním kolektivě v rámci každého společného celku - nejen státu - nezbytné. Ve státní službě k vyrovnávání nejen rozpočtu, ale především k vyrovnávání životních podmínek v jeho jednotlivých částech. Trvalá a hluboká rozdíly v tomto směru jsou totiž nejrychlejší cestou rozpadu státu. Problém ovšem nastává v případě, kdy část celku naznačí, že se jí jedná o součást pouze na dobu vřehodnou. Česká politika by se mohla ocitnout v situaci, kdy by nebyla schopna před vřehodnými voliči obhájit princip "silačů" poměrně slabých, ale to jsou spochybněná vále ze společné přítomnosti, je těžké prosazovat společnou odpovědnost za životní podmínky. To neznamená, že bychom měli zavést okamžitě úplné oddělení vazeb mezi našimi rozpočty, protože to by znamenalo přímé ohrožení existence společného státu. Určité omezení dosavadního přerozdělování bude ale nutné. A doufám velmi, že právě federální orgány nás postoj pochopí, protože právě tento postoj - a obávám se, že potom už žádný jiný - umožňuje záchranu federace.

# DNES

Středa  
14. října 1992

Moravskoslezské vydání

ROČNÍK III

ČÍSLO 242

2,50 Kčs

**Do zastavárny  
chodí hlavně důchodci  
a mladé maminky**  
(str. 7)

## Začíná 4. kolo kupónové privatizace

Praha (mrs) - Ode dneška do 27. října si mohou držitelé investičních kupónů obstarávat akcie 1317 společností ve žvrtlém kole první vlny kupónové privatizace. Ceny akcií se pohybují od nejlevnějších v kursu 60/100 - například u likvidované společnosti Investa - až po nejdražší v kursu 1/1000 - vřbec nejvyšší kurs mají akcie podniku zahraničního obchodu Inspekta (1/1000). Výsledky 4. kola budou známy 17. listopadu, kdy kolo končí.

(Viz Kupónové podezření str. 14)

## Zieleniec v Rakousku

Víděň - Ministr mezinárodních vztahů České republiky Josef Zieleniec se včera v závěrečný den své návštěvy Rakouska setkal se spolkovým kancléřem Francem Vranitzkým. Jednání mezi Českou republikou a Rakouskem se podle něho dostala již z obecné roviny ke konkrétním smlouvám. Josef Zieleniec potvrdil, že Magdalena Vašířová zůstává velvyslankyní ČRFR v Rakousku.

## Při zemětřesení v Egyptě už údajně na tisíc mrtvých

Ženeva, Káhira - Nejméně 1000 lidí zahynulo nebo je pohřbeno po pondělním zemětřesení, jehož epicentrum bylo v těsné blízkosti Káhiry a bylo doprovázeno v Egyptě třetími. Ozvěny to včera v Ženevě Mezinárodní výbor Červeného kříže. Podle jeho odhadů bylo ošle 30 000 osob zraněno. Egyptské zdroje údaj o tak vysokém počtu obětí popírají. Mrtvých v Otisey při zemětřesení, které dosáhlo síly až 6 stupňů RichtEROVY stupnice, byly čítány i ve 425 kilometrů vzdáleném Jeruzalémě. Zachráněné práce nadále pokračují a informace o rozsahu škod či počtu obětí v jednotlivých oblastech přicházejí pomalu, protože nefungují telekomunikace. Egyptský prezident HusnÍ Mubarak předčasně ukončil návštěvu Číny a vrátil se do Káhiry. Po Saudské Arábii a Izraeli včera obětem přírodní katastrofy přišlo silbo pomoc také Evropské společenství (ES). Předseda komise ES Jacques Delors pro tento účel vyčlenil 195 000 dolarů. Největší škody zemětřesení způsobil na budovách, kterých spadly desítky. Hlavní památkovost Egypta se byly poškozeny.

## Vyhoštění Jugoslávci zpátky v Praze

Ostrava - Chorvatsko odmítlo přijmout dvanáct občanů Kosova, kteří byli z Československa vyhoštěni po mimořádné policijnÍ akci, zaměřené v Ostravě na kontrolu Jugoslávských občanů podezřelých z účasti na nedávných ozbrojených útocích proti ostravským nočním podnikům. Tito muži, upravení letadlem na základě federálního ministerstva vnitra, byli ze Zábřeha vráceni zpět do Prahy. "Věšinou jde o muže vyhoštěné i z jiných států a žádná země je nechce přijmout. Zadrženi jsou nyní zpátky v Praze a Úřad cizinecké policie ve spolupráci s federálním ministerstvem zahraničních věcí hledá cestu, jak je dostat z Československa," řekl nám ředitel ostravské úřadovny cizinecké policie a pasové služby pplk. Stanislav Musil. "Jednám



Egyptská Káhira byla v pondělí postřena zemětřesením o síle 5,3 až 6 stupňů RichtEROVY stupnice. Ve městě pokračují záchranné práce, počet obětí není dosud znám.

## ČSD dražší o 150 procent?

Praha - Od Nového roku pravděpodobně dojde ke zdražení tarifů v železniční dopravě. Doporučený návrh federálního ministerstva dopravy, který u osobní přepravy musí schválit vláda ČSFR, obsahuje zvýšení vyjádření obyčejného jízdného z 0,28 Kčs na maximální mez 0,52 Kčs za ujetý kilometr. Jako kompenzace tohoto opatření má sloužit zrušení rychlíkových příplatků.

"Ze strany železnic budou zrušeny veškeré sociální slevy včetně žákovských jízdenek a volného jízdného pro důchodce," sdělil nám včera vedoucí oddělení tarifní politiky ČSD Jaromír Hřla. Poskytování zrychleného jízdného by v budoucnosti měla vyřadit pouze státní dotace. Pokračování na str. 14

## Honecker umírá

Berlín - Proces s Erichem Honeckerem plánovaný na listopad se podle jednoho z obžalů nemůže konat. Jak včera v Berlíně sdělil advokát Nicolas Becker, Honeckerovo nátorové omezením se v posledních měsících podstatně zhoršilo, nedor na jatech se více než zdvojnásobil a pacienti v brzké době hrozí zastavení činnosti jatek.

## Koaliční shoda o české ústavě

VLÁDNÍ NÁVRH PARAGRAFOVÁNEHO ZNĚNÍ BY MOHL BÝT HOTOV DO DVANÁCTI DNŮ

Praha - Česká vládní koalice se včera dohodla na základních principech Ústavy České republiky a vládní komise může začít pracovat na jejím paragrafování. Uvedl to po včerejším setkání "třináctky" (kterou kromě předsedů čtyř koaličních stran ODS, KDU-ČSL, ODA a KDS tvoří předseda a místopředsedové ČNR a předsedové koaličních poslaneckých klubů) premiér české vlády Václav Klaus. Dohody byly podle něho dosaženy ve třech základních a sporných bodech: v případě Listiny základních práv a svobod, senát a územně správní

uspořádání České republiky. Vládní komise by podle odhadu místopředsedy vlády Jana Kalvody (ODA) mohla dokončit návrh paragrafování znění ústavy do dvanácti dnů. Ihned poté by byl návrh projednán vládou. "Česká republika by měla být tvořena obcemi a vyššími samosprávnými celky ne méně než s jedním a ne více než se dvěma milióny obyvatel," charakterizoval výsledek jednání koalice k dosud nespornějšímu místu české ústavy premiér Klaus. Tyto vyšší samosprávné celky se zlikvidují na územní úrovni (nikoli na územně správní

úrovni). Měl by být maximálně stočetný, jeho volební období by bylo osmileté, přičemž vždy s komunálními volbami by se polovina senátu obměňovala. Koalice se shodla i na tom, že senát by měl projednávat pouze ústavní zákony či další právní normy na vyžádání. Dispenoval by právem svévole, tzn. měl by právo vracet sněmovně zákony. Na dotaz, zda koalice svažovala při svém jednání i přípomínky parlamentní opozice, Václav Klaus odpověděl: "Kompromisní je možné končit, ne začínat."

JANA BENDOVÁ

## Ministři o Škodě

Praha (lh,lv) - Kejtání škodě situace v Komořanech. Škoda Plzeň byla jedním z nejzávažnějších bodů včerejšho jednání ekonomických ministrů české vlády. Podle vyjádření náměstka ministra průmyslu, obchodu a cestovního ruchu Rudolfa Hanuse předložil Vladimír Dlouhý návrh na "důležitou restrukturalizační politiku: "Jestliže nám máme mít nástř podpoře, bude ve sřetdu projednán v české vládě," řekl nám Rudolf Hanus. Zároveň dodal, že pokud jde o odstupuje představenstvo Škodovky, mělo by být nahrazeno do konce tohoto týdne.

Růžickovi přestý  
čepice  
(str. 14)

## Navštívenky strachu z násilí

POLICIE JE NA VYHROČENÍ SITUACE V JIRKOVĚ PŘIPRAVENA

Jirkov, Praha - "Nepůjdou do práce a dělníci nepůjdou do školy. Zabijou při padesátí Romů," řekl nám Dušan Kondot Romové v Jirkově na Chomutovsku se bojí. Několik rodin našlo včera ve schránce samostatně "navštívenky" "eskadry smrti". Tě, která na čtvrté 15. října ohlásila ve městě výbuchy, stěhbu a požáry. Podle anonymního dopisu to má být násilné útočství s privandrovalými Romy. "Jestli jim pomůžeme. Doufám, že přijdou," řekl nám pan Václav Štěpánek ve sřetdu města. "Běžně si berou cigarety bez pla-

cent, chodí škrmet o plátek, a když odmítnu... Nedávno mi vykradli zboží za 15 000 korun, u stánku založili požár, darmo mluvit." "Oni si taky nevybírají," mřní Zdeněk Dvořák. Většina lidí, která jsme včera odpovídala v Jirkově odvolili, odvěru schvaluje. Je to reakce na atmosféru strachu, který jim při nedovoli nechat přeběhnout děti nebo vyjít večer do ulic. V tomto devatenáctistém městě nikdy ani náznak rasových útocích nebyl. Starosta města Štěpán Škapa i nyní soudí, že situace není tak vážná. Náklady se tu výrazně rasisticky vyhrtily až

po zveřejnění výhrůšek "eskadry smrti". Násilí samozřejmě není řešením. Starosta je spřís vidí v možnosti potrestat ihned ty, kteří se dopustí přestupků či trestných činů. "Abý ruku zákona cítil každý hřníník hned za zády. Abý se "hermitičtí obyvatelé cítili chráněni spravedlností a nemuseli čekat pomoc od samosprávných celků. Jedním z metakých policistů je Rom, starousedlík Zdeněk Zolák. "Přepad mě poct bezvýchozími, když vidím romské děti fotovat v parku tolu. Demně tu sbírají osm deset letřů." Pokračování ze str. 3



## Příloha 15

Potlačování písmene „i“ v logu portálu iDNES.cz

Původní verze z let 1998 – 2005:



*Zdroj: [www.idnes.cz](http://www.idnes.cz)*

Nová verze z let 2005 – 2009:



*Zdroj: [www.idnes.cz](http://www.idnes.cz)*

MLADÁ FRONTA

# DNEŠ

ČTVRTEK 20. BŘEZNA 2008 17,- Kč (předplatné 15,50 Kč\*), XIX / 08

**Tri města chystají nová nádraží**  
**STŘEDNÍ MORAVA**  
Zprávy z vašeho kraje



**LIVIA KLAUSOVÁ Svého muže málo vidám**  
Velký rozhovor s manželkou prezidenta: jak prožívala volbu hlavy státu a co si říká s manželem u večere

**AMPER**  
1. - 4. 4. 2008  
PVA Letňany - PRAHA  
**700**  
VYSTAVOVATELŮ Z 23 ZEMÍ

**Ester Kočíčková: To nejsem já, kdo zpívá**  
Ve svých šansonech se řídí radou Hany Hegerové

## Prostitutky zaplatí daně státu

Poslanci dostanou na stůl radikální návrh zákona, který zlegalizuje a zároveň omezí prodej sex

**PĚT LET V IRAKU**  
Válka je to drahá, ale nutná, řekl Bush

Washington (zahr.) - Boje v Iraku...  
Bushův projev provázely protiválečné protesty v hlavním městě Washingtonu i na jiných místech Spojených států.  
„Demokrate budou nadále usilovat o skončení války v Iraku a pečlivěji dohléd nad válečnými operacemi,“ prohlásila předsedkyně Kongresu Nancy Pelosiová z Demokratické strany.  
Více informací na str. A1  
FOTO: AP - GERALD HERBERT

**Povinnosti prostitutek**  
Nový zákon

Registrovat se u obecního úřadu  
Chodit na lékařskou prohlídku  
Platit daně a sociální pojištění  
Být v doměch, nesát na ulici

„Nečekávám, že stát nebo město z toho získají milióny. I když peníze se v tom točí velké. Také nemyslím, že se zcela vymýtí černý trh. Ale potřebujeme nástroje, jak prostituci re-

blematikou zabývají, mluví, že snaha o regulaci je správná, ale neteží zásadnou otázkou: obchod s lidmi. Podle Hany Malinové z organizace Rozkoš bez rizika podobné zákony ani v jiných zemích nefungují tak, jak si je jejich tvůrci představovali.  
Samy prostitutky se k placení daní a ohlašování podnikání sřídám zřejmě nepohodou. „Moc nevídm, že by to fungovalo. Spít by se měli ramnit na pasky. Postihám se zatím vřdyce-ky nějak podalio vyhnout, pájde to i

„Rekl jsem si: tak to pozor, to už by bylo předávání informací přes nekolikery ruce, a to není nikdy dobré... Ten nápad nás však hrozně nudoší, hlavně to, že s tím příšli sami, a tak jsme sedli a vymysleli, že natočíme vyukové videokazety,“ vypráví porodník.  
Ty už jsou hotové. Porodníkům s policisty se pro roli roděcky podalio získat v té době tóhnotou miss a modelku Lucii Kofaňkovou.  
Pokračování na str. A3



**Z DOMOVA**  
**Macek se musí omluvit Rathovi**

Soud nařídil Miroslavu Mackovi, aby se Davidu Rathovi omluvil za slavnou facku z roku 2006, odkud ně však plátní nemusi.  
Strana A2

**Zločinné obtěžování: chystá se pomoc**

Politici sřibují, že se budou zabývat problémem takzvaného stalkingu, při kterém agresor neustále pronásleduje vyhládnout oběť.  
Strana A4

**KUPON NA DVD**  
**Jak získat DVD o hubnutí se slevou**

Slevový kupon na DVD s lekcemi powerjogy trenéra Václava Krejčíka, při kterých se hubne.  
Strana D1

Počasí dnes  
2 / 4 °C  
Předplatné: 225 555 522

## Jménem zákona: Je to kluk!

Policisté se v porodnici učí, jak v „terénu“ přivést na svět dítě

**Praha** - Moderní policista už musí umět nejen ovládat pendrek a vypsat pokutový bloček. Ted se budou policisté učít i to, jak pomoci dítěti na svět.  
Například: jak podvázat pupěční šňůru novorozence tkaničkou od zimní bundy své uniformy. A jak potom přeznatout pupěčník třeba svým služebním odznakem. To není vtip - k povinné výbavě policistů má nepatřit a nouzi se dá použít cokoliv. Tedy i odznak.

Právě dnes má první stovka policistů poprvé takovou vyukovou hodinu. Jak jinak - v porodnici.  
„Oni jsou často ti první, kdo jsou v takových situacích u matky, kdydy dřív než záchranka,“ říká porodník Antonín Pařízek z pražské porodnice u Apollině.  
Právě za ním před tři čtvrté rokem přišli tři učitelé z policejní školy v Hrdlořezech u Prahy s nesmělou prosbou, aby je naučil roditi děti. Že to pak budou dál učít své studenty.

„Rekl jsem si: tak to pozor, to už by bylo předávání informací přes nekolikery ruce, a to není nikdy dobré... Ten nápad nás však hrozně nudoší, hlavně to, že s tím příšli sami, a tak jsme sedli a vymysleli, že natočíme vyukové videokazety,“ vypráví porodník.  
Ty už jsou hotové. Porodníkům s policisty se pro roli roděcky podalio získat v té době tóhnotou miss a modelku Lucii Kofaňkovou.  
Pokračování na str. A3

## Bin Ládin hrozí Evropě trestem za karikatury

**Káhira (AP, zahr)** - Bin Ládin, vůdce teroristické organizace Al-Kajda, hrozí Evropské unii tvrdým trestem za zveřejnění karikatur proroka Muhammada.  
Ve zvukové nahrávce, kterou Al-Kajda v noci na dnešek umístila na internet, označil kresby ošistně opakovaně předešlím v dánských novinách za součást křivčických výprav. A dodal, že za tím stojí papež.  
„To, že jste zveřejnili tyto urážlivé kresby, je největší něstění a je to v-

chodně nebezpečné,“ řekl v přítomnosti své nahrávce muž, označený na webu jako Bin Ládin. „Ať nás naše matky prokeří, jestli nezvůníšinu ve jménu našeho Boha.“ Napololeh se ozval loni 29. listopadu. Karikatury Muhammada před dvěma lety vyvolaly velké rozhořčení mezi muslimy pa celém světě. Na protest palili dánská vlajka a bojkotovali dánské zboží.  
Plakety s karikaturou někdo vložil vylepili v brněnských ulicích.  
(Viz V Brně... str. A4)

## Livia Klausová - osamělá první dáma

**Praha** - Je manželství prezidenta Václava Klause ve vážné krizi? Zdá se, že nikoli. Anebo je Livia Klausová výtečnā herečka. Ti dva se vzali před čtyřiceti lety a ona v rozsáhlém rozhovoru pro dnešní Magazin DNES říká: „Nikdy v životě jsem té svatby nezalitovala.“  
Přesto Livia Klausová přiznává, že žije ve velmi zvláštním vztahu a úplně spokojená není.  
S manželem si například téměř nepopovídá o soukromých starostech, prý na to nemá čas: „Jestli si myslíte, že prezident kterékoli země na světě přijde večer domů,

žena stojí ve dveřích a on se zeptá, zlatičko, copak jsi celý den dělala,“ vysvětluje. „Tak takhle to není a být nemůže. Starosti na prezidentě.“  
„Musím mít vedle sebe hezkého chlapa. A já ho mám, celých těch čtyřicet let.“  
Livia Klausová

Iluzi soukromí mají ti dva jenom malokdy. I proto si Livia Klausová tolik oblíbila knihovnu s krbem na zámku v Lánech: „V ní si se mnou občas pan prezident vypije káfkíčko, jsme sami, voják stojí až u brány. Proto jsou Lány tak krásné.“  
V rozhovoru Klause chválí. Že

**Předplatte si MF DNES**  
a získáte mobilní telefon Sony Ericsson K700i a fotoaparát iFree

Objednejte si na [www.predplatne.mf.cz](http://www.predplatne.mf.cz)  
Infolinka: 225 555 522

## Kolaps na D1: v hustém sněžení havarovaly desítky aut



vydáno 20.3.2008 v 10:37, aktualizováno 12:38

Sníh ochromil dálnici D1. Na stém kilometru dopoledne havarovalo až sto aut a kamionů. Provoz na spojnici Prahy... [celý článek](#)



### Brněnský Mohamed zaměstnal znalce i úředníka se špachtlí

vydáno 20.3.2008 v 11:08

Akci "přátel svobody slova", kteří po Brně vylepili plakáty s karikaturou proroka Mohameda, řeší policisté z jednotky... [celý článek](#)



### Meteorologové očekávají silné sněžení, spadne až 40 centimetrů

vydáno 20.3.2008 v 11:09, aktualizováno 11:22

Česko zasáhne v noci a zítra další silné sněžení. Na horách může napadnout až čtyřicet centimetrů. Meteorologové... [celý článek](#)



### Agáta Hanychová: bydlení na dosah mámy Žilkové

vydáno 20.3.2008 v 1:00

Když modelka Agáta Hanychová hledala dům, ve kterém bude bydlet, nerozhodovalo ani to, jak bude vypadat a v jakém... [celý článek](#)



**Zalo**

JMÉNO:

HESLO:

**SLU**

**Po**

**Slo**

REKLAMA

## **ZPRÁVY**

[Policisté se učí, jak v terénu přivést na svět dítě](#)

## **NEJNOVĚJŠÍ**

**13:07** [Brücknerovi chyt](#)

Zdroj: <http://web.archive.org/web/20080320120821/http://www.idnes.cz/>

## Příloha 18

### Příjmy z internetové inzerce v říjnu 2009

SKUPINY MÉDIÍ	
Skupina médií	Investice v mil. K
1. Seznam.cz	182,65
2. Centrum Holdings	101,39
3. Mafra	66,13
4. CET 21	12,69
5. Economia	8,49
6. Ringier R	8,45
7. AWD česká republika (Finance.cz)	3,86
8. AliaWeb	2,79
9. Internet Info	2,26
10. Business Media	0,04
– Nezapojená média	29,73

Zdroj: [http://www.strategie.cz/assets/strategie2/strategie-main/data/s49\\_47.pdf](http://www.strategie.cz/assets/strategie2/strategie-main/data/s49_47.pdf)

## Příloha 19

### Publikační systém Oris: editace článku

místa	<b>článek</b>	rubrika	homepage	článek krátký	anketa	chat	↑	<b>článek</b>	anketa
osobnost	bleskovky	uživatelé	online	nástroje	novináři	agentury	≡	super foto	audio
soutěže	includy	přílohy MF	klic.slova	galerie	popisek	emailizace	↓	místa	klic.slova
noutani	diskuse	nánověda	video	recenze	LOGOUT	výsledky		soutěže	agentury


**Perex:**

Dříve se do prostoru Listových kolejí v Kounicově ulici v Brně chodili studenti najíst. Teď v něm mohou bádát. Vedení Vysokého učení technického totiž nechalo třípatrovou budovu zrekonstruovat a místo vysokoškolské menzy tam vybudovalo archiv.

**Podtitulek:**

Uvniř fotografie

Nastavit editoru šířku: [N3](#) [N2](#) [BW](#) [využit dostupnou šířku](#) | [využit dostupnou výšku](#) [scvrknout](#)




Rekonstrukce stála 52 milionů korun. "Důvodem pro vznik archivu bylo nedostačující provozní zázemí archivu v Antonínské ulici," uvedla mluvčí VUT Jitka Vanýsková.

Starý archiv nebyl vhodný ani pro knihy. V jarních a letních měsících totiž teploty v depozitářích překračovaly stanovené parametry.

Z původní menzy kromě schodiště nezbylo skoro nic. Celou budovu dělníci zcela přestavěli.

**Mrazicí boxy**



*Zdroj: oris.idnes.cz*

## Příloha 20

### Publikační systém Oris: vyhledávání článků

Články – vyhledávání Nastavení ▾

Slovo z  titul  nadtit  klíč  článku  cizí autor  ID článku

Hledej:

Klíčové slovo:

Ostrov: vše  
 ▾

Rubrika: vše **Bez omezení práv**  
 ▾

Autoři: vše jag  
 ▾

Zdroje:  ▾

Za posl.:  den  týden  měsíc  půl roku  vše -  pro korektora

Řadit:  titulek  čas

Výsledek dotazu (zařazené články): (max. 100 záznamů)

▾

Výsledek dotazu (nové články):  ▾

**Vyhledat články**

**Editovat článek** **Vložit nový článek**

SE:

**Zobrazit náhled článku** **Zobrazit xml data článku**

Drobnosti: ▾

*Zdroj: oris.idnes.cz*

## Přílohy 21 a 22

### Publikační systém Hermes – náhledy strany

The screenshot displays the Hermes publishing system interface. At the top, there is a toolbar with various icons and settings, including a font size of 12, a height of 11.9, and a page number of 10. The main workspace shows a page layout for 'BRNO' with a title 'DNES' and a subtitle 'PŘÍLOHA PRO MORAVSKOU METROPOLI A OKOLÍ'. The layout is divided into several sections:

- Top Section:** Includes a large placeholder for 'POUTAK\_REGION.B' (176.8 x 189.3), a central title 'BRNO', and a 'SEŠIT C' label.
- Second Section:** Features a red header 'ČTVRTÉ ZL. LISTOPAD 2009' and several smaller placeholders for 'POUTAK\_REGION.A/NžVRJ00', 'POUTAK\_REGION.E', and 'POUTAK\_REGION.F'.
- Third Section:** A large red block labeled 'OTVIRAK.B-OTVIRAK' (1/55).
- Fourth Section:** A grid of smaller blocks including 'OTVIRAK.A/Z212L', 'BOX\_NAHOR12L', and 'JEDNAK\_3R.B-JED'.
- Fifth Section:** A large central placeholder for 'FOTO\_RAM\_5X.C' (537 x 259) flanked by 'FOTO\_RAM\_24L' and 'JEDNAK\_3R.A/20L'.
- Sixth Section:** A grid of blocks including 'PANEL\_NIC.C', 'TROJAK\_1.B-TROJAK', 'DVOJAK.B-DVOJAK\_2', and 'PANEL\_NIC.A/10L'.
- Seventh Section:** A large grey block labeled 'THUR1B/THUR1B-6x109' (284.858m x 112.994m) with a lock icon.

*Zdroj: publikační systém Hermes*

MĚSTO **DNEŠ** SEŠIT C  
**BRNO**  
 PŘÍLOHA PRO MORAVSKOU METROPOLI A OKOLÍ



**Další trenér Komety skončil**  
 Pavel Pažout rekové vše na rozbořil shráči Komety a rezignoval. Prohry jsou stresující, řekl. **Strana C**



**Děkan odpoví on-line**  
 Šéfa „ekonomů“ Martina Svobody se přejde v 11 hodin na brno.idnes.cz

**Kometa poslední?**  
 Dokáže se klub udržet? Či o celou sezonu bude bojovat? [brno.idnes.cz](http://brno.idnes.cz)

Brno - Co se týče nového trenéra, bylo za tím i moje malý důstojný výstup. To má ale malý význam. Pro příklad: Po každém utkání jsem si vzal s sebou 800 metrů dlouhý pás na Střední ulici v Křídle-Poli, zaplatil za něj z kapsy a nechal se nymfomaničkou károu. PPM ink. to ale bude už 116 Kč. Po každé zátěži jsem schválil lakrování nového mápu, které se nyní vlnuje veslel město.

Co to je cestová mapa? Pokud například jdu do práce z úřadu v Brně, tak se vrátím jakousi jízdenkou za Brno. Je to ale bytí je to málo, tak jsem si vzal s sebou i nějakou průběžnou cestu z cestovní mapy zjednotil, upozornil náměstek předsedy Olgera Pospíšila na to, že cestová mapa je třeba mít i do práce. Zřejmě se ale cestová mapa zavede v průběhu příštích pár měsíců.

výše uvedených dat. Dále z převládajícího směru dle těchto dat. Smlouva má být tedy jasná. Přizpůsobí se v mapě i další cestovní ujetosti. Smlouva má být tedy jasná. Přizpůsobí se v mapě i další cestovní ujetosti. Smlouva má být tedy jasná. Přizpůsobí se v mapě i další cestovní ujetosti.

šlá se mezi majiteli. Ten v starých článcích má být dle údajů už jen jeden. Řekli je to velký ale vyprávělo o škole. Nemůžeme přijmout. Ve staré mapě jsou stejné údaje z roku 2004, které jsou nové. Přesně si nebo má to má. Má to být myslí, že to má být a vyvíje se i v rámci a by by bylo. Z hlediska těchto údajů má být výše je, protože smlouva se zakazuje bez domluvy.

ve vaší oblasti se nyní takovou cestu jako poselství smlouvy. Máte i smlouvu, která je to poslední smlouva, která se přizpůsobí i mapy uplatňuje. Přijde se před to Pospíšilovy článcem z roku 2004, který má být v jakých smlouvách, které se v průběhu let měly měnit i na další smlouvy.

**GALERIE V BRNĚ**  
 Vystaví se poprvé hosti veškerých umění  
 Brno - Zámek - Osmá tisíc galerií, včetně jedné z historické, bude zde otevřeno na výstavě. Každá jako u městečka dle svého stylu, ale o ní jsou a takto vane do nás přede mnou do deseti tisíc let. Zámek má veškeré umění Brno Art Fair.  
 Ten se v Brně koná poprvé. A přivede do nás.  
 Někdy se říká, že Brno má nejlepší obrazy. Brno má nejlepší obrazy. Je to jedinečná příležitost vidět křivkové galerie na jedné místě. Všechno zájme Brno a juračkovitá Brno galerie v Brně, každá jako sama o sobě i na kvalitní subvencí dělá.  
 info: na ra - morava ro uskocova



galerie

**DNEŠ ZPRÁVA**  
 Brno - Do se mluví u Svateho Anny, všech pracovních brněnských klubů a smlouvy smlouvy u Městského úřadu se od střešit do svého zastavení.  
 Při uzavření smlouvy. Někdy se říká, že Brno má nejlepší obrazy. Brno má nejlepší obrazy. Je to jedinečná příležitost vidět křivkové galerie na jedné místě. Všechno zájme Brno a juračkovitá Brno galerie v Brně, každá jako sama o sobě i na kvalitní subvencí dělá.  
 info: na ra - morava ro uskocova

Brno - Do se mluví u Svateho Anny, všech pracovních brněnských klubů a smlouvy smlouvy u Městského úřadu se od střešit do svého zastavení.  
 Při uzavření smlouvy. Někdy se říká, že Brno má nejlepší obrazy. Brno má nejlepší obrazy. Je to jedinečná příležitost vidět křivkové galerie na jedné místě. Všechno zájme Brno a juračkovitá Brno galerie v Brně, každá jako sama o sobě i na kvalitní subvencí dělá.  
 info: na ra - morava ro uskocova

Brno - Do se mluví u Svateho Anny, všech pracovních brněnských klubů a smlouvy smlouvy u Městského úřadu se od střešit do svého zastavení.  
 Při uzavření smlouvy. Někdy se říká, že Brno má nejlepší obrazy. Brno má nejlepší obrazy. Je to jedinečná příležitost vidět křivkové galerie na jedné místě. Všechno zájme Brno a juračkovitá Brno galerie v Brně, každá jako sama o sobě i na kvalitní subvencí dělá.  
 info: na ra - morava ro uskocova

Brno - Do se mluví u Svateho Anny, všech pracovních brněnských klubů a smlouvy smlouvy u Městského úřadu se od střešit do svého zastavení.  
 Při uzavření smlouvy. Někdy se říká, že Brno má nejlepší obrazy. Brno má nejlepší obrazy. Je to jedinečná příležitost vidět křivkové galerie na jedné místě. Všechno zájme Brno a juračkovitá Brno galerie v Brně, každá jako sama o sobě i na kvalitní subvencí dělá.  
 info: na ra - morava ro uskocova

Brno - Do se mluví u Svateho Anny, všech pracovních brněnských klubů a smlouvy smlouvy u Městského úřadu se od střešit do svého zastavení.  
 Při uzavření smlouvy. Někdy se říká, že Brno má nejlepší obrazy. Brno má nejlepší obrazy. Je to jedinečná příležitost vidět křivkové galerie na jedné místě. Všechno zájme Brno a juračkovitá Brno galerie v Brně, každá jako sama o sobě i na kvalitní subvencí dělá.  
 info: na ra - morava ro uskocova

**BREITLING** 1884

WWW.BREITLING.COM

Fr. Hanák  
 KLENOTNICTVÍ  
 Brno, Palácová 2  
 tel: 503 515 300  
 Švédské seřazené a opravě nádob



## Příloha 23

### Publikační systém Hermes – psaní v otevřeném objektu s fotografií



*Zdroj: publikační systém Hermes*

## Příloha 24

### Upozornění na konání prvního ročníku tzv. novinářské školy

**POZOR!**

**NOVINÁŘSKÁ ŠKOLA**

VLADÁ PRÁHA  
**DNES iDNES.cz**

- Chcete si vyzkoušet, jaké to je pracovat v MF DNES?
- Chcete si zkusit napsat reportáž nebo rozhovor?
- Rádi byste věděli, jak získávají novináři informace?
- Bavilo by vás vyzkoušet si, jak psát pro iDNES.cz?

Deník MF DNES a internetový server iDNES.cz pořádají v září v Praze dvoutýdenní praktický kurz žurnalistiky pro maturanty, studenty vysokých škol či absolventy.

Lektory budou novináři, reportéři i editoři MF DNES a iDNES.cz. Účastníci kurzu obdrží certifikát.

**Nejlepším z vás nabídneme trvalejší spolupráci.**

Zdroj: [http://zpravy.idnes.cz/bavi-vas-psat-zkuste-si-to-pro-mf-dnes-a-idnes-cz-frx-/domaci.asp?c=A070808\\_115846\\_domaci\\_nad](http://zpravy.idnes.cz/bavi-vas-psat-zkuste-si-to-pro-mf-dnes-a-idnes-cz-frx-/domaci.asp?c=A070808_115846_domaci_nad)

## Příloha 25

### Dotazníkový průzkum

Dotazníkového průzkumu šířeného v tištěné formě a elektronickou poštou se zúčastnilo 300 respondentů. Na základě *Sčítání lidu, domů a bytů*<sup>137</sup> jsme se pokusili sestavit vzorek odpovídající některým charakteristikám obyvatelstva. Zohledněny byly dle demografických údajů poměry věkových skupin populace, dosaženého vzdělání či pohlaví. Do výběru respondentů naopak nebyly promítnuty výsledky sčítání obyvatel, které se týkají sociálního zázemí nebo velikosti obce, v níž respondenti žijí.

Účelem průzkumu bylo především zjistit míru povědomí o mediálních integračních procesech mezi respondenty, jejich znalost či neznalost propojujících se médií a postoje, jež se k integraci váží.

Na následujících šesti stranách jsou přiloženy nevyplněné dotazníky v podobě, kterou obdrželi i všichni respondenti. Dále na ně navazují stránky s výsledky vyjádřenými za pomoci grafů.

---

<sup>137</sup> ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, *Sčítání lidu, domů a bytů 2001*, [online]. [cit. 2009-09-26]. <<http://www.czso.cz/csu/2005edicniplan.nsf/kapitola/4132-05--3002>>

Vážení respondenti,

dostává se Vám do rukou dotazník, který bude přílohou mé bakalářské diplomové práce. Předem děkuji za čas a úsilí, které vynaložíte k jeho vyplnění. Průzkum je zcela anonymní, použity budou pouze dílčí procentuální výsledky a nevyplněná předloha dotazníku tak, jak ji nyní vidíte před sebou.

Prosím, odpovídejte na otázky pravdivě a odpovědi, které neznáte, před dokončením nedohledávejte. Pro relevanci průzkumu je důležité neporušit jeho formální stránku. Držte se proto, prosím, červeným a zeleným písmem psaných instrukcí.

Výzkum sestává z patnácti otázek, požadovanou odpověď označte **tučně**, pakliže vyplňujete průzkum v textovém editoru. Nežádoucí odpovědi neodmazávejte. Máte-li vytištěnou verzi, zakroužkujte písmeno u zvolené odpovědi.

Ještě jednou děkuji,

Jakub Ghanem

III. ročník KZU  
Univerzita Palackého v Olomouci

Pohlaví: žena / muž

Věk: do 15 let / 16-19 / 20-25 / 26-30 / 31-40 / 41-50 / 51-65 / 66 a více let

Profese:

Nejvyšší dosažené vzdělání:

1. Jak často se připojujete na internet? **POUZE JEDNA ODPOVĚĎ**

- a) Denně.
- b) Alespoň třikrát týdně.
- c) Jednou či dvakrát týdně.
- d) Přibližně jednou za čtrnáct dní či tři týdny.
- e) Jednou za měsíc.
- f) Méně často.
- g) Internet nepoužívám vůbec.

**POKUD JSTE ZVOLILI ODPOVĚĎ g), PŘEJDĚTE, PROSÍM, POUZE K OTÁZKÁM 5 AŽ 11 A K OTÁZCE ČÍSLO 15**

2. Co obvykle na internetu vyhledáváte? **MOŽNO ZVOLIT VÍCE MOŽNOSTÍ**

- a) Informace s dopravní tematikou, které nespádají do zpravodajství.
- b) Odborné poradenství a odborné texty.
- c) Počítačové hry, zábavná videa a fotografie či jinou volnočasovou aktivitu mimo komunitní portály.
- d) Komunitní portály typu Facebook, Libímseti, Lidé.cz apod.
- e) Zpravodajství a publicistiku.
- f) Používám internet k pracovním účelům a na stahování e-mailů.
- g) Něco jiného (doplňte):

**POKUD JSTE V OTÁZCE ČÍSLO 2 OZNAČILI MOŽNOST d), POKRAČUJTE OTÁZKOU ČÍSLO 3. POKUD JSTE MOŽNOST d) NEZVOLILI, NAVAŽTE OTÁZKOU ČÍSLO 4.**

3. Pakliže navštěvujete komunitní portály a někdo z vašich známých sdílí informace ze zpravodajských serverů, jak reagujete? **MOŽNO ZVOLIT VÍCE MOŽNOSTÍ**

- a) Vždy na ně kliknu.
- b) Rozhoduji se o návštěvě stránky podle titulku, fotografie či typu informace.
- c) Rozhoduji se o návštěvě stránky podle toho, na jakém webu se sdílený obsah nachází.
- d) Rozhoduji se o návštěvě stránky podle toho, kdo tento obsah sdílí.
- e) Rozhoduji se podle jiného kritéria (doplňte):

4. Které zpravodajské či publicistické internetové stránky pravidelně navštěvujete?  
(Alespoň jednou za 14 dní.)

MOŽNO ZVOLIT VÍCE MOŽNOSTÍ

POKUD NENAVŠTĚVUJETE ŽÁDNÉ TAKOVÉ STRÁNKY, VYNECHEJTE,  
PROSÍM, TUTO OTÁZKU A VYNECHEJTE I OTÁZKY 12 AŽ 14.

- a) Aktuálně.cz
- b) Denik.cz
- c) iDNES.cz
- d) iHNed.cz
- e) Lidovky.cz
- f) Novinky.cz
- g) Reflex.cz
- h) Respekt.cz
- i) TN.cz
- j) Týden.cz
- k) zpravy.rozhlas.cz
- l) jiné stránky (doplňte):

5. Nyní ke každému z médií přiřpte tištěný titul, s nímž je podle vás internetová verze propojena. Informace nedohledávejte. Pokud odpověď neznáte, napište „nevím“.

*Příklad: [www.halonoviny.cz](http://www.halonoviny.cz) jsou propojeny s tištěným titulem Haló noviny*

Aktuálně.cz -  
iDNES.cz -  
Lidovky.cz -  
Novinky.cz -  
Deník.cz -

6. Z jakého důvodu si podle vašeho názoru mediální společnosti zřizují internetové verze svých tištěných titulů (nebo naopak)? **POPIŠTE STRUČNĚ VLASTNÍMI SLOVY**

7. V bodu číslo 5 jste spojovali jednotlivá média. Pakliže jste znali některý ze vztahů mezi tištěným a sesterským on-line titulem, jaké konkrétní ukazatele vás při jejich pročítání upozornily na vzájemnou blízkost titulů? **MOŽNO ZVOLIT VÍCE MOŽNOSTÍ**

**OZNAČTE, PROSÍM, JEN TY UKAZATELE, NA KTERÉ JSTE SAMI NARAZILI PŘI ČTENÍ NOVIN NEBO INTERNETOVÝCH STRÁNEK. NEOZNAČUJTE TY, U KTERÝCH POUZE TUŠÍTE, ŽE SE POUŽÍVAJÍ, ALE SAMI JSTE JE NEVIDĚLI. V PŘÍPADĚ, ŽE NEČTETE TIŠTĚNÉ ANI INTERNETOVÉ TITULY, POKRAČUJTE K OTÁZCE ČÍSLO 8.**

- a) Internetová a tištěná verze odkazují názvem nebo grafickou úpravou na společnou původní značku.
  - b) V internetové verzi se objevují texty převzaté z tištěné podoby.
  - c) V tištěné verzi se objevují texty převzaté z internetové podoby.
  - d) Tištěné médium rozvíjí události původně uvedené v internetovém médiu do širších souvislostí.
  - e) Internetové médium rozvíjí události původně uvedené v tištěném médiu do širších souvislostí.
  - f) V obou typech médií se objevují stejní autoři.
  - g) Média na sebe v textech často odkazují. Nebo na jejich stránkách bývají sdělení typu: „Fotogalerii z výstavy najdete na stránkách...“ případně: „Bližší informace o nehodě přinese zítřejší...“
  - h) V jednom typu média bývají upoutávky inzertního charakteru, které lákají na druhý typ média.
  - i) něco jiného (doplňte):
  - j) Ničeho podobného jsem si nevšiml(a).
8. Jaké jsou podle vás výhody tištěných novin oproti webovým zpravodajským stránkám? **POPIŠTE STRUČNĚ VLASTNÍMI SLOVY**

9. Se kterým z následujících výroků se nejvíce ztotožňujete? **POUZE JEDNA ODPOVĚĎ**
- a) Zpravodajství ani publicistiku nesleduji ani na internetu, ani v tisku.
  - b) Zpravodajství či publicistiku jsem začal(a) sledovat v tisku a tištěné noviny a časopisy dodnes upřednostňuji před jejich „elektronickou“ verzí.
  - c) Zpravodajství či publicistiku jsem začal(a) sledovat v tisku a tištěné noviny a časopisy nyní vyhledávám přibližně stejně často jako jejich internetové verze.
  - d) Zpravodajství či publicistiku jsem začal(a) sledovat v tisku, ale před tištěnými novinami a časopisy nyní upřednostňuji internet.
  - e) Zpravodajství či publicistiku jsem začal(a) sledovat na internetu a upřednostňuji jej před tištěnými médii.
  - f) Zpravodajství či publicistiku jsem začal(a) sledovat na internetu a nyní ve stejné míře využívám i tištěná média.
  - g) Zpravodajství či publicistiku jsem začal(a) sledovat na internetu a nyní upřednostňuji tištěná média.
10. Pokud jde o propojenost internetových a tištěných zpravodajských titulů, je situace na českém mediálním trhu pro vás osobně: **POUZE JEDNA ODPOVĚĎ**
- a) prakticky bez výjimky přehledná
  - b) poměrně přehledná, ale ne vždy jsem si úplně jist(a), kam který titul zařadit
  - c) značně nepřehledná, velkou část internetových zpravodajských či publicistických titulů nedovedu přiřadit k tištěnému médiu
  - d) zcela nepřehledná, internetové a tištěné verze se diametrálně odlišují a neexistují vodítka, podle nichž by se k sobě daly přiřadit
11. Jaká je dle vašeho mínění výhoda internetového titulu oproti tištěným novinám?  
**POPIŠTE STRUČNĚ VLASTNÍMI SLOVY**



**VYNECHEJTE OTÁZKY 12 A 13, POKUD NEČTETE TIŠTĚNÉ ZPRAVODAJSTVÍ**

12. Po stránce **textových sdělení** uvádějí propojená média podle vašich zkušeností:

**POUZE JEDNA ODPOVĚĎ**

- a) zcela totožné informace
- b) velmi podobné informace
- c) spíše odlišné informace
- d) naprosto odlišné informace

13. Po stránce **doplňkových grafických prvků** uvádějí propojená média podle vašich zkušeností: **POUZE JEDNA ODPOVĚĎ**

- a) v obou svých verzích prakticky identické grafické prvky jako tabulky, fotografie a grafy
- b) v každé ze svých verzí částečně odlišné grafické prvky
- c) v každé ze svých verzí zcela odlišné grafické prvky

14. Pokud jde o stránku **multimediální**, domníváte se, že: **POUZE JEDNA ODPOVĚĎ**

- a) v předních českých internetových médiích je nedostatečné množství audio- a videonahrávek
- b) v předních českých internetových médiích je adekvátní množství audio- a videonahrávek
- c) v předních českých internetových médiích je příliš vysoké množství audio- a videonahrávek

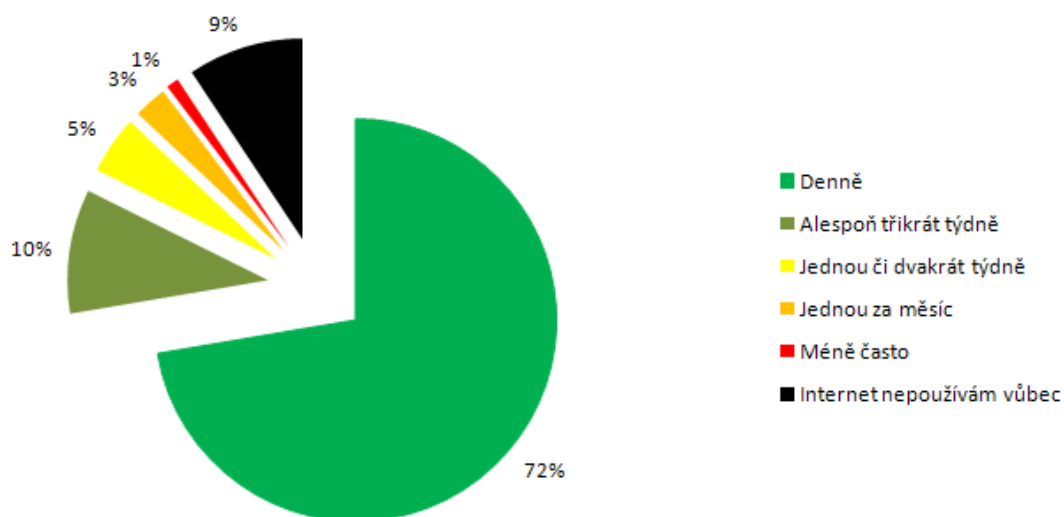
15. Důvěřujete více internetovým, nebo tištěným médiím? **POUZE JEDNA ODPOVĚĎ**

- a) internetovým
- b) tištěným
- c) v tomto ohledu je nerozlišuji

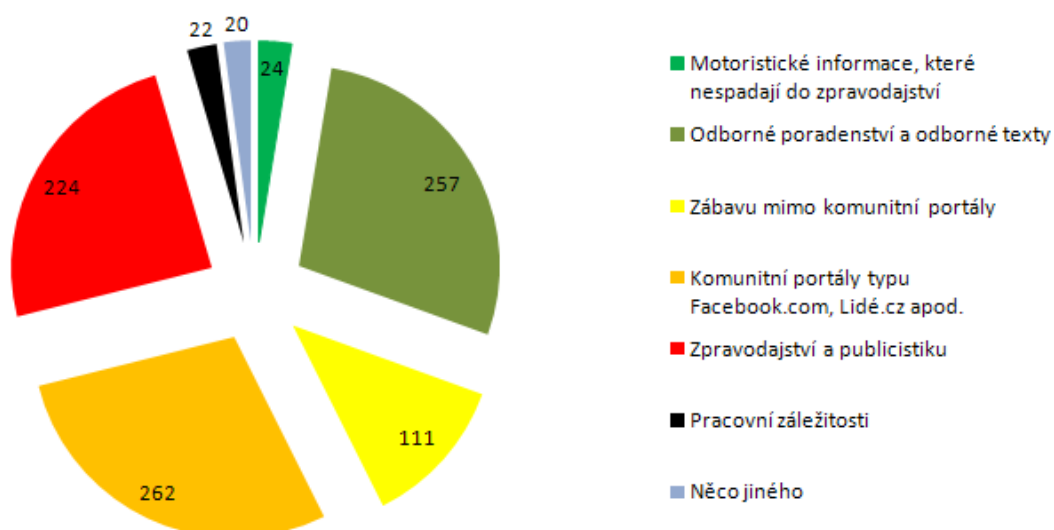
**VOLITELNÉ:** Zdůvodněte, prosím, svoji odpověď:

## Grafy:

### Jak často se připojíte na internet?



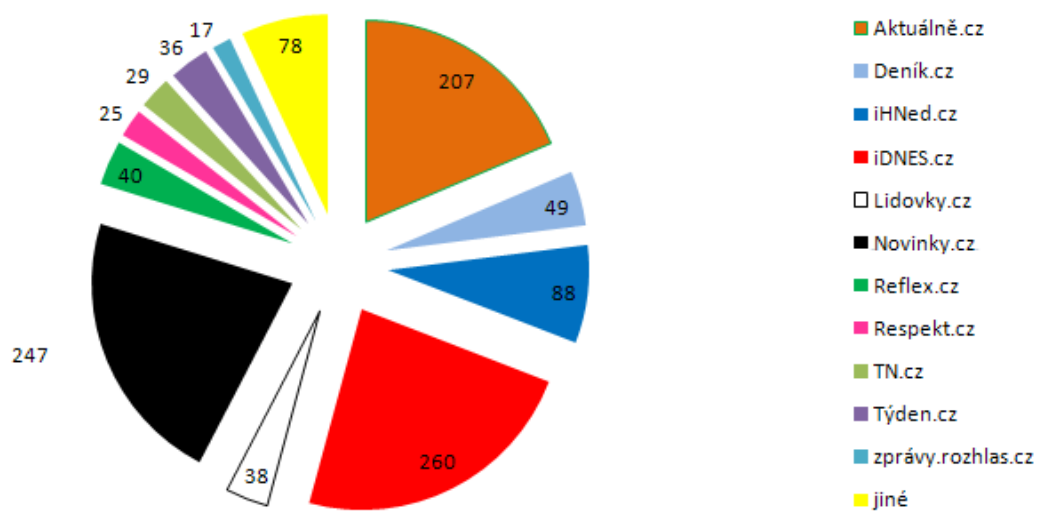
### Co obvykle na internetu hledáte?

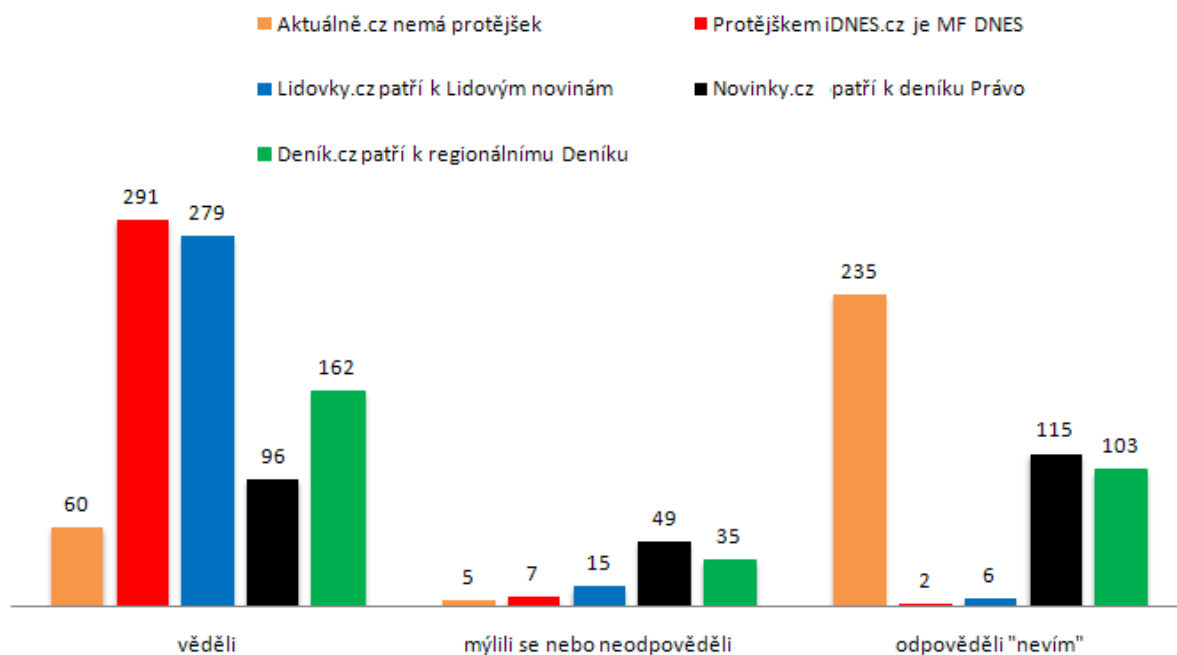


## Vidím-li zpravodajství na komunitním portálu:

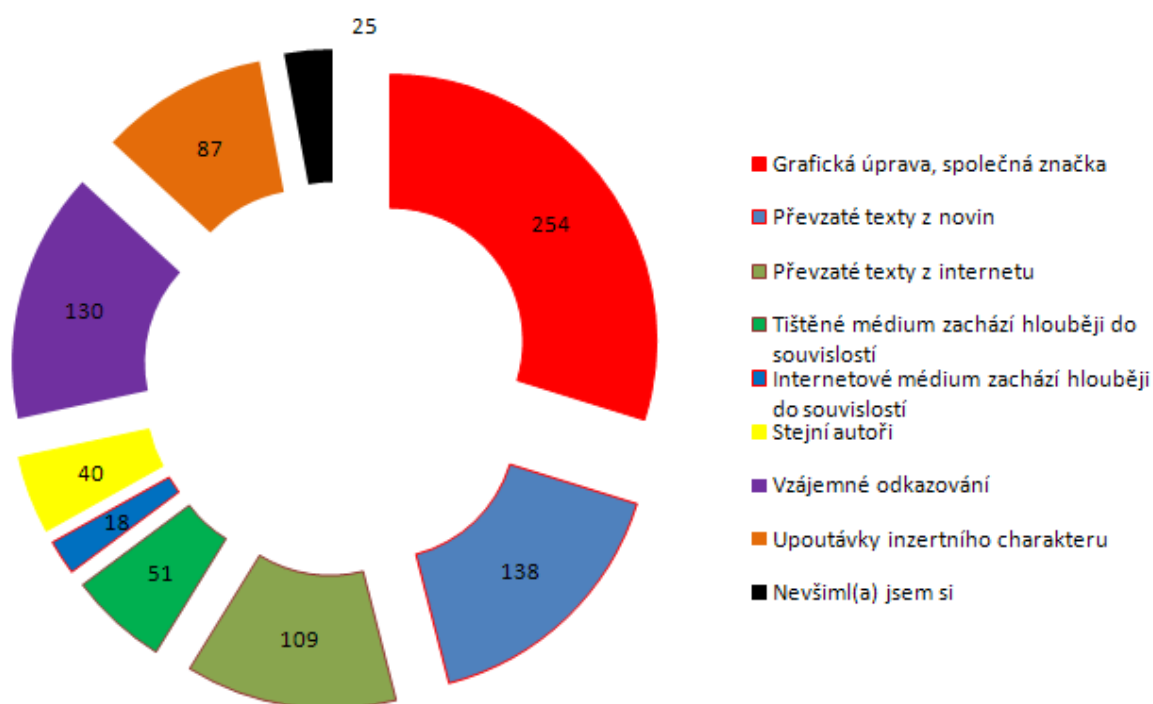


## Které stránky pravidelně navštěvujete?

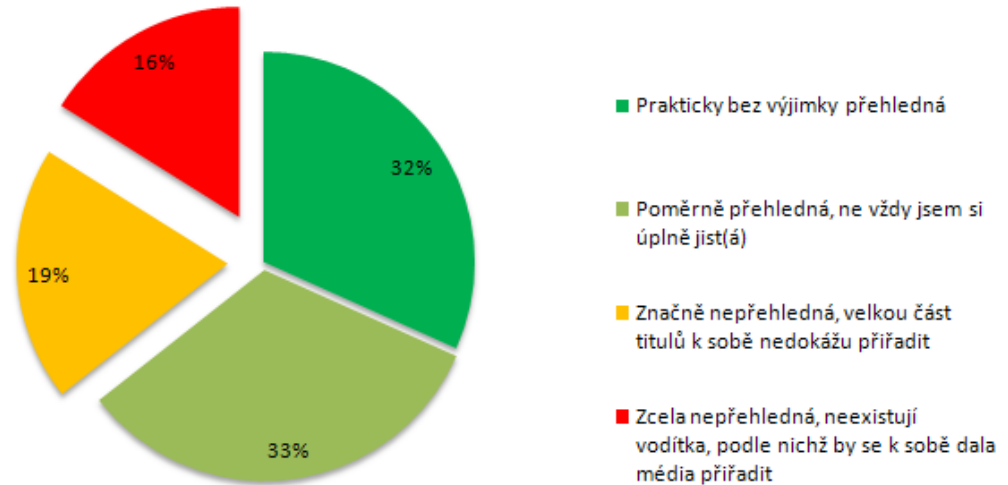




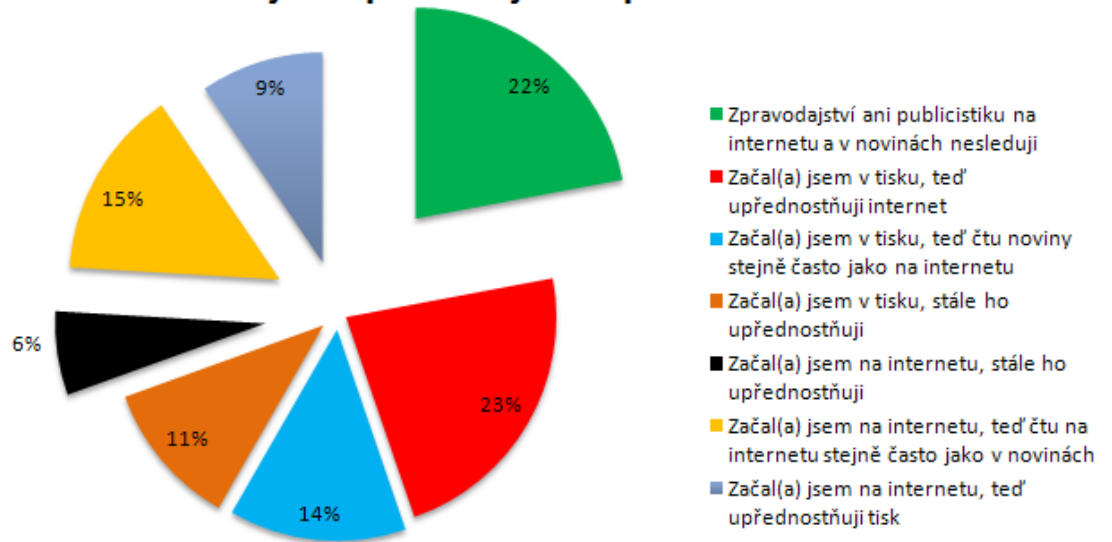
## Jaké ukazatele vás upozornily na blízkost titulů?



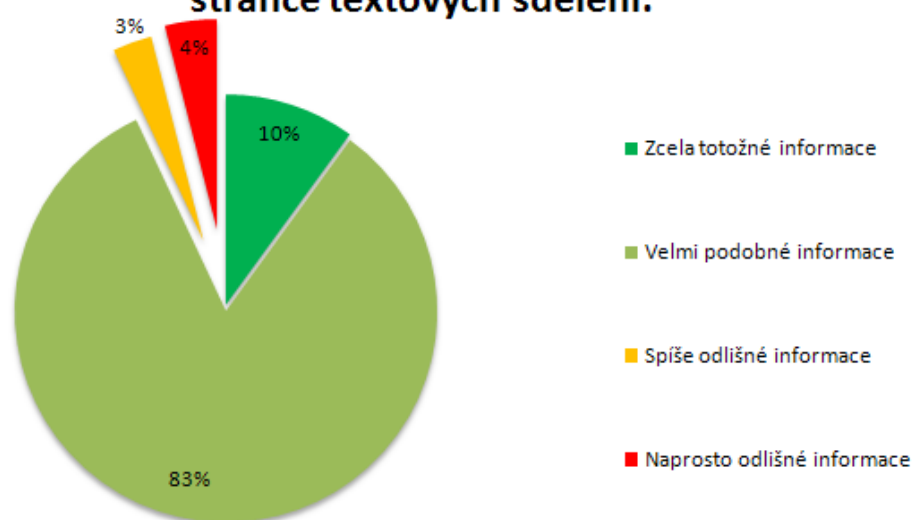
## Pokud jde o propojenost médií, je pro mne situace na českém trhu:



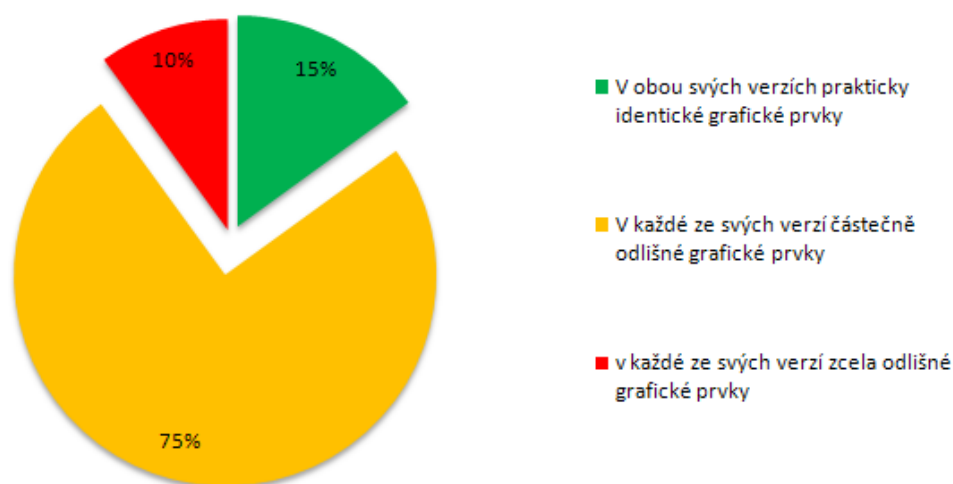
## Kde sledujete zpravodajství a publicistiku?



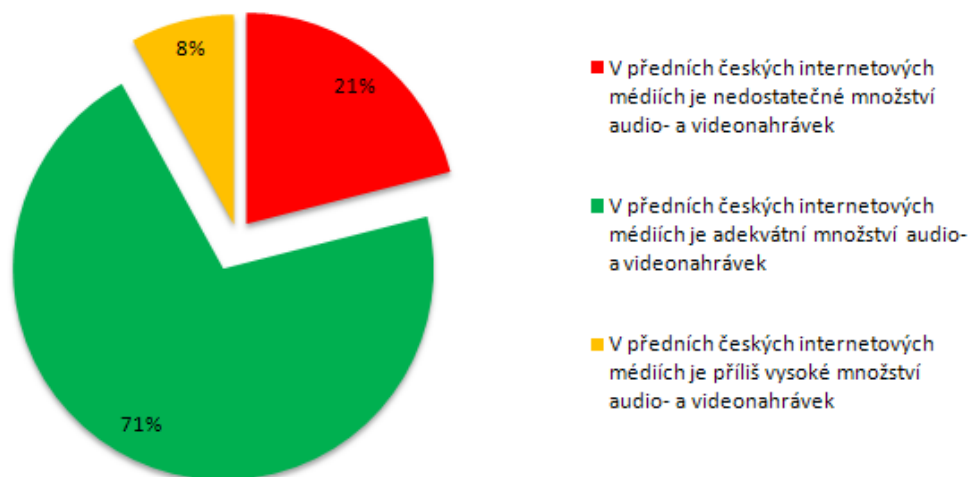
### Dle mých zkušeností uvádějí propojená média po stránce textových sdělení:



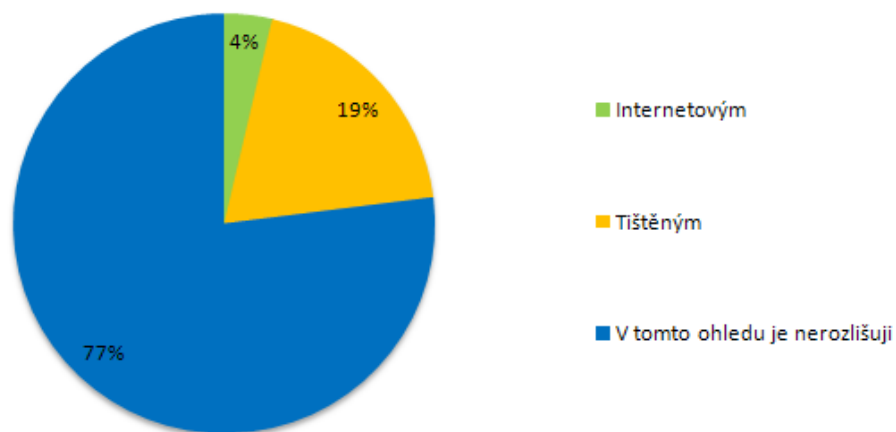
### Dle mých zkušeností uvádějí propojená média po stránce grafických prvků:



### Domnívám se, že:



### Důvěřujete více internetovým, nebo tištěným médiím?



## 7. Seznam použitých zkratk

<b>aj.</b>	a jiné
<b>apod.</b>	a podobně
<b>atd.</b>	a tak dále
<b>kol.</b>	kolektiv
<b>MF DNES</b>	Mladá fronta Dnes
<b>pozn.</b>	poznámka
<b>příl.</b>	přílohy
<b>tzv.</b>	takzvaný