

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

Mediální rutiny polské redakce Głos

Bakalářská diplomová práce

Izabela Adámková

Vedoucí práce: Mgr. Tomáš Holešovský

Olomouc 2024

Poděkování

Ráda bych vyjádřila svou vděčnost Mgr. Tomáši Holešovskému, vedoucímu mé bakalářské práce, za jeho trpělivost, ochotu a cenné rady, které mi velmi pomohly při psaní mé práce. Také bych chtěla poděkovat členům redakce Głos, kteří mi poskytli rozhovory a díky kterým jsem byla schopná tuto práci realizovat. V neposlední řadě chci také poděkovat svým nejbližším, kteří mě během mého psaní celou dobu podporovali.

Čestné prohlášení

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

V Olomouci dne

.....

Izabela Adámková

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zaměřuje na to, jaké strategie a postupy volí redakce Głos při své každodenní práci a jak funguje polskojazyčné médium v České republice. Cílem je charakterizovat jednotlivé redakční postupy a také poukázat na specifika polskojazyčného média v České republice. Jako výzkumnou metodu jsem zvolila kvalitativní výzkum technikou polostrukturovaného rozhovoru. Rozhovory byly realizovány s pěti členy redakce Głos.

Klíčová slova

Noviny Głos, mediální rutiny, polskojazyčné médium, polská menšina, mediální organizace, zpravodajství

Abstract

This bachelor's thesis focuses on the strategies and procedures Głos editors choose in their daily work and how the Polish-language media in the Czech Republic functions. The aim is to characterise the individual editorial practices and also to highlight the specificities of the Polish-language media in the Czech Republic. As a research method I chose qualitative research using a semi-structured interview technique. The interviews were conducted with five members of Głos.

Key words

Newspaper, media routines, Polish-language media, Polish minority, media organization, news

OBSAH

Úvod.....	7
1 Teoretická část	9
1.1 Noviny Głos	9
1.1.1 Vývoj Głosu v průběhu let	9
1.2 Polská národnostní menšina	12
1.2.1 Polská identita	12
1.2.2 Jazyk.....	13
1.2.3 Kultura.....	14
1.2.4 Polské školství	15
1.2.5 Polská národnostní menšina a její význam dnes	15
1.3 Mediální rutiny	16
1.3.1 Organizace práce v redakci	16
1.3.2 Výběr témat	17
1.3.3 Zdroje informací.....	19
2 Metodická část	20
2.1 Cíl výzkumu	20
2.2 Kvalitativní výzkum	20
2.3 Polostrukturovaný rozhovor	21
2.4 Aplikace metody	22
3 Analytická část.....	24
3.1 Medailonky respondentů	24
3.2 Organizace práce v redakci	25
3.2.1 Redakční porady.....	26
3.2.2 Pracovní dny	27
3.2.3 Pracovní podmínky v redakci.....	28
3.3 Výběr témat	28
3.4 Forma a obsah	30
3.4.1 Rubriky.....	32
3.5 Zdroje informací.....	33
3.5.1 Oficiální zdroje.....	34
3.5.2 Zdroje mezi polskou menšinou	34
3.6 Głos jako polskojazyčné médium v České republice.....	35

3.6.1	Jazyk.....	36
3.6.2	Financování a dotace	37
3.6.3	Role Głosu u polské menšiny	38
4	Závěr	39
5	Použitá literatura	42
6	Příloha	43

ÚVOD

V České republice kromě českých médií působí i polskojazyčná, která zde mají své stálé místo. Mají svá specifika a rozdílné zaměření, kterými se při práci v redakci řídí. Jedním z nich jsou noviny Głos, které se poprvé objevily v době Československa v roce 1945 pod názvem Głos Ludu.

Toto polskojazyčné médium patří k nejstarším polským médiím v České republice. Jeho konkurentem je měsíčník Zwrot, který se poprvé na mediálním trhu objevil v roce 1949. Jak Głos, tak i Zwrot vychází v regionu obývaném polskou menšinou zvaném Zaolzie při hranici s Polskem a řadí se k regionálním médiím. Głos má mezi polskou menšinou dlouholetou tradici a na mediálním trhu zaujímá důležité místo mezi polskojazyčnými regionálními médii.

V mé bakalářské práci se zaměřím na chod redakce Głos, na náplň práce jednotlivých zaměstnanců, postup při výběru témat, publikum, na které se redakce soustředí, a na faktory, které ovlivňují práci v redakci. Vysvětlím také pojem mediální rutiny a to, proč jsou pro chod redakce důležité a jaká je jejich role. Zmíním i výskyt polské menšiny na území Česka jako hlavního publika, na které redakce Głos cílí.

Cílem mého výzkumu je podrobně rozebrat redakční postupy v redakci novin Głos a následně přiblížit charakter polskojazyčné mediální scény v České republice. Budu se věnovat tomu, jak redakce funguje celkově a jakou roli hraje pro polskou menšinu žijící na území Česka.

Bakalářskou práci strukturuji do tří hlavních částí: teoretické, metodologické a analytické. V úvodu teoretické sekce se zaměřím na základní popis novin Głos – jejich charakter, účely a stanovené cíle. Kromě toho se podrobněji věnuji přítomnosti polské menšiny v České republice, důvodům její existence a jejím kulturním či jazykovým charakteristikám. Upřesním, co všechno se nachází pod pojmem mediální rutiny. Budu se věnovat výběru témat, zdrojů a celkové organizaci práce v redakci. Vysvětlení těchto základních pojmů mi pomůže navázat na metodologickou část mé práce.

V druhé části mé bakalářské práce se zaměřím na metodologii. Detailněji přiblížím výzkumnou metodu, kterou jsem si zvolila, popíšu ji a odůvodním, proč jsem se rozhodla právě pro ni. Pro realizaci výzkumu jsem se rozhodla využít kvalitativní metodu dotazování

formou polostrukturovaných rozhovorů. Tato metoda mi umožní podrobněji analyzovat mediální rutiny, kterými se redakce Głos řídí. Rozhovory provedu se zaměstnanci redakce, kteří zaujímají různé pracovní pozice.

Pro svůj výzkum jsem si stanovila hlavní otázku: „Jaké mediální rutiny uplatňuje redakce Głos při náplni své práce?“ Jako další oblast výzkumu jsem zvolila výběr témat k mediálnímu zpracování, koho považují členové redakce za své publikum a jak redakce funguje po finanční stránce.

V poslední části mé bakalářské práce se budu věnovat analýze rozhovorů. Díky informacím, které na základě rozhovorů získám, budu moct dosáhnout cíle mé práce a přiblížit tak mediální procesy, které v redakci Głos probíhají.

I když se na Univerzitě Palackého v Olomouci mnoho bakalářských prací věnuje mediálním rutinám, problematika polskojazyčných médií v Česku dosud zůstala neprozkoumána. Z tohoto důvodu jsem se rozhodla této oblasti věnovat.

1 TEORETICKÁ ČÁST

V teoretické části mé bakalářské práce se zaměřím na charakteristiku redakce novin Głos včetně historického vývoje. Rozeberu, jakou roli hraje Głos v rámci polské menšiny a proč je pro ni důležitý. Dále se budu věnovat tematice samotné polské menšiny a jejího postavení v České republice. Podrobně vysvětlím, co se nachází pod pojmem „mediální rutiny“, proč jsou klíčové pro práci v redakci a jaké aspekty zahrnují. Jednotlivé jevy spojené s mediálními rutinami budou popsány v samostatných bodech. Tyto informace budou sloužit jako základ pro metodologickou část mé práce a přípravu tematických okruhů pro polostrukturované rozhovory se členy této redakce.

1.1 NOVINY GŁOS

Noviny Głos, původně nazývané Głos Ludu, mají svou dlouholetou historii a v polské komunitě v Česku zaujímají důležité místo. Jejich kořeny sahají až do doby poválečné migrace, kdy se počet polských občanů v Československu dramaticky zvýšil. V tomto období se noviny Głos staly klíčovým nástrojem pro sdílení důležitých informací a posílení kulturní identity mezi příslušníky polské menšiny.

Vývoj tohoto média byl ovlivněn poválečnými politickými změnami, které se odehrávaly napříč celou Evropou. Různé faktory jako cenzura a propaganda ovlivňovaly tvorbu článků a určovaly témata, kterým se noviny věnovaly. Současná podoba již demokratického periodika se ustálila až na začátku 21. století.

1.1.1 Vývoj Głosu v průběhu let

Periodikum vzniklo v roce 1945 a v následujících letech se snažilo o rozvoj a stabilitu ve své práci. (Kadłubiec a kol. 1997, s. 125) Hlavním cílem bylo zajistit si svou pozici mezi médií. Z počátku se věnovalo tématům, která se vztahovala k aktuálním událostem spojeným s nezávislostí a obnovou polského a českého národa. *„Nejčastěji diskutovanými tématy v Głosu Ludu před rokem 1948 byly otázky spojené s ukončením války, články o významných osobnostech (T. G. Masaryk, J. A. Komenský, T. Kościuszko¹) a zdůrazňována byla bratrská spolupráce polského a českého národa.“* (Kolberová 2009, s. 32)

¹ T. Kościuszko byl polský a americký generál, pevnostní inženýr, účastnil se americké války za nezávislost, roznítil protiruské hnutí v rozdělovaném Polsku a byl nejvyšším vůdcem povstání v roce 1794

Jedním z cílů Głosu bylo získat podporu Komunistické strany Československa. Navzdory tomu se ale hlavně zaměřovalo na polské obyvatele sídlící na území Československa. Periodikum bylo prvním polskojazyčným médiem v Československu, nemělo tedy žádnou konkurenci. To se ale postupem času změnilo, když na mediální scénu vstoupila jiná polskojazyčná média, jako třeba měsíčník Zwrot. (Siwek, Zahradnik, Szymeczek 2001, s. 84)

Prvních několik čísel tohoto periodika [Głosu, pozn. IA] vycházelo v sobotu jako týdeník a mělo čtyři strany. (Kolberová 2009, s. 31) První výtisk vyšel 9. června 1945 ve Fryštátu s nákladem 15 tisíc výtisků a stál jednu korunu. „*V podtitulku bylo uvedeno, že je to Organ Komunistické strany Československa.*“ (Kolberová 2009, s. 31)

Z počátku redakce sídlila v Českém Těšíně. (Szymeczek 2002, s. 132) Následně byla redakce v roce 1953 přesunuta do Ostravy. První články vycházely anonymně, až postupem času se začala objevovat i jména autorů článků. (Kolberová 2009, s. 33)

Noviny se rychle rozvíjely a od 26. čísla druhého ročníku se začaly na stáncích objevovat třikrát týdně, vycházely v úterý, čtvrtek a neděli. (Siwek, Zahradnik, Szymeczek 2001, s. 84) Postupně se více zaměřovaly na mezinárodní události, ale stále obsahovaly informace o regionu, zejména o polských organizacích a kulturních akcích. V roce 1948 se začaly vydávat více propagandistickým směrem. Ve svém obsahu často zmiňovaly důležité představitele komunistické ideologie, mezi jinými Lenina, Stalina a Gottwalda. (Kolberová 2009, s. 33)

Už od roku 1945 se noviny musely zaměřovat na témata budování socialismu, a to především na úspěchy a vzory pracujících lidí. (Kaszper 2009, s. 62) Jedním z důvodů byla nespokojenost Komunistické strany Československa s publikací textů na témata, která neobsahovala komunistickou ideologii. „*Głos Ludu byl zcela odtržen od otázek života strany. Od té doby ale muselo mít každé číslo úvodník komentující události ve státě a straně.*“ (W. Krumniklowa, 2007, s. 32) Do roku 1955 se začalo objevovat výrazně více ideologicky motivovaných článků.

Od poloviny 50. let se postupně změnila politická situace a noviny prošly určitými změnami. Głos se začal věnovat i jiným tematickým okruhům. Periodikum vzkvétá a tvoří zcela nový obsah. Głos zveřejňoval více neutrálních, vědeckých a kulturních článků a zaváděl nové rubriky, jako třeba sportovní nebo literární. Zpracovával témata jako knihy, letectví a filmy. Postupně také začal snižovat svou propagandistickou činnost. (Kolberová 2009, s. 34)

V 60. a 70. letech periodikum aktivně podporovalo změny, které přineslo Pražské jaro² a tato událost se odrážela i v tvorbě tohoto média. Głos zastával pozici liberalizace společenského a politického života. Ve svých článcích vyjadřoval nesouhlas s cenzurou, přičemž tyto texty získaly u publika velkou podporu. Objevují se nové žánry jako fejetony, recenze, komentáře, publicistické články nebo terénní reportáže. (Kolberová 2009, s. 38)

Snahy o liberalizaci a nesouhlas narazily na odpor režimu a různá omezení. Od roku 1972 se obsah novin opět věnuje propagandě a je pod silnou cenzurou. Informace přicházejí také ze zahraničí, zejména ze zemí, ve kterých probíhá válka. Tyto zdroje komplikovaly propagandistickou činnost, protože přinášely nové, necenzurované informace. Takhle noviny fungovaly až do konce 80. let, v období známém jako normalizace, kdy komunisté používali média jako nástroj k sdělování nepravdivých propagandistických informací. (Kolberová 2009, s. 40-41)

V roce 1989 nastal zásadní přelom v souvislosti s pádem komunistických režimů v celé východní Evropě. Noviny Głos aktivně sledovaly a komentovaly události spojené zejména se změnami v Polsku. Dochází k vymizení politických a ideologických článků, které jsou nahrazovány informačními články. Ve své tvorbě autoři nyní častěji používají výpovědi běžných občanů a také se v novinách začíná vyskytovat pojem demokratizace. (Kolberová 2009, s. 43)

Následně v průběhu 90. let započal proces transformace novin na nezávislé periodikum, které se více zaměřovalo na regionální a polskou menšinovou tematiku. Rok 1991 přináší zásadní změnu, periodikum už nepociťuje politický nátlak na podobu svého obsahu. Objevují se náboženská témata a také informace o válečných událostech, které byly doposud komunisty zakázané, jako třeba Katyňský masakr³. V roce 1992 se vydavatelem „Głosu Ludu“ stala Rada Poláků⁴. (Kolberová 2009, s. 45)

Po letech komunistické vlády Głos zažívá složité období zejména v důsledku finančních problémů a také kvůli nejistému postavení v nové politické situaci. Informuje o aktuálních problémech, reformách v zemi, volbách a mnohých dalších tématech. Noviny aktivně sledují působení prezidenta Havla a jeho zahraničních návštěvy. Také komentují vyhlášenou

² Pražské jaro je označováno jako období politického uvolnění v Československu v roce 1968.

³ Katyňský masakr je označení pro povraždění polských válečných i civilních zajatců vězněných v sovětských koncentračních táborech a táborech pro válečné zajatce

⁴ Rada Poláků je zastřešující organizací polské národnostní menšiny v Česku

amnestii, otázky národnostních menšin a vzdělávací systém v polském školství na příhraničním území Zaolzie. Tímto způsobem redakce podává komplexní a detailní zpravodajství, které zohledňuje klíčové události a trendy v novém politickém a společenském kontextu. (Kolberová 2009, s. 45)

Noviny Głos jsou dnes mnohem více než jen zpravodajským zdrojem – jsou vyjádřením kulturní identity a komunity, která se prostřednictvím nich udržuje a posiluje. Jejich historie a charakteristika hrají klíčovou roli v podpoře a udržení polského kulturního odkazu v česko-polském příhraničním regionu Slezska. Dnešním vydavatelem tohoto periodika je Kongres Poláků v České republice⁵. Redakce sídlí v Českém Těšíně, tedy kousek od hranice s Polskem, a v rámci České republiky pokrývá svým obsahem zejména okres Frýdek-Místek a okres Karviná.

1.2 POLSKÁ NÁRODNOSTNÍ MENŠINA

V České republice existuje polská menšina již dlouhá léta. Historické události 20. století měly vliv na to, jak tato národnostní menšina na území ČR funguje dnes, i na to, kde žije. Zmíněné etnikum má své dlouholeté tradice a kulturu, které jsou předávány z generace na generaci a kladou důraz na polské kulturní hodnoty a jejich význam ve společnosti. Obyvatelé Zaolzia provozují polské školy, mají řadu polských organizací a jsou velmi aktivní v prosazování polské identity. *„Národní menšinou, která vznikla v důsledku politických rozhodnutí, a nikoliv dobrovolnou nebo vymčenou migrací, je polská komunita v české části Těšínska.“* (Kadłubiec a kol. 1997, s. 67)

1.2.1 Polská identita

Polská národnostní menšina působí na Těšínsku, *„historickém území ve Slezsku odvozující svůj název od města Těšín,“* (Kaszper 2009, s. 9). Dnes je Těšínsko rozděleno mezi Polsko a Českou republiku.

V roce 1920 bylo toto území rozděleno mezi Polsko a Československo jako důsledek poválečného rozdělení Evropy. To vzbudilo silný nesouhlas polských občanů, kteří se administrativním rozhodnutím ocitli na československé půdě. *„Představitelé polské menšiny i její řadoví příslušníci sice s rozhodnutím velmocí o rozdělení Těšínska nesouhlasili a*

⁵ Kongres Poláků v České republice je ztřešující organizací polské národnostní menšiny v Česku

považovali je za nespravedlivé, ale byli si vědomi toho, že není reálné očekávat v blízké době změnu tohoto stavu.“ (Kaszper 2009, s. 33)

Oficiálně se Poláci snažili zachovat loajalitu k Československé republice, ale stále pociťovali sounáležitost s polským národem. Proto se snažili i v československém prostředí prosazovat polské hodnoty a zachovávat tak polskou identitu. Národní identita vyjadřuje *„pocit sounáležitosti, shody, sdílení prostoru a osudu jistého konečného počtu lidí, tvořícího národ nebo jeho část.*“ (Kaszper 2009, s. 36)

Důležitou událostí, která ovlivnila existenci polské menšiny na území České republiky, byla sedmidenní válka, která proběhla v roce 1919 mezi Polskem a Československem. Oba státy se snažily získat kontrolu nad strategickým územím Těšínska, bohatým na průmysl a zdroje. *„Po rozpadu Rakousko-uherské monarchie se Těšínsko stalo předmětem ostrého sporu mezi nově vzniklými státy Československem a Polskem. Původně místní konflikt záhy přerostl v mezinárodní problém, který byl ukončen až rozhodnutím Spojenecké rady vítězných mocností dne 28. července 1920. Sporné území bylo rozděleno mezi soupeřící strany.*“ (Kadłubiec a kol. 1997, s. 13)

„Československo získalo frýdecký okres, větší část okresu fryštátského, část okresu těšínského, dostalo celý úsek bohumínsko-košické dráhy, karvinský uhelný revír a hutě, včetně té největší v Třinci. Na tomto území žilo 140 tisíc Poláků (48,6 %), 113 tisíc Čechů (39,5 %) a 34 tisíc Němců (11,9 %). Pokud nebereme v potaz frýdecký okres, jehož se Poláci byli ochotni vzdát, Poláci čítali 69 % obyvatelstva, Češi jenom 18,3 %, a to pouze v západní části okresu fryštátského a v několika obcích západní části okresu těšínského.“ (Kaszper 2009, s. 28) Toto rozhodnutí vyvolalo hodně protestů ze strany Polska, ale vláda ve Varšavě byla nucena rozhodnutí přijmout.

Protesty nesly důsledky, které můžeme zaznamenat i v dnešní době. Polská vláda navrhla slezštinu jako úřední jazyk. Toto rozhodnutí má být dle Donalda Tuska, předsedy polské vlády, projevem úcty a respektu k historii a kultuře Slezska.

1.2.2 Jazyk

Velkou část polské menšiny tvořili a i nadále tvoří občané Těšínska mluvící specifickým nářečím. Toto nářečí je jakási směs polštiny, němčiny a češtiny. Němčina se s vývojem jazyka postupně vytrácí, stále se ale objevují některá slova, která mají své stálé místo ve slovníku tohoto nářečí. *„Vícejazyčnost v té části Těšínska, která v roce 1920 připadla*

československému státu, se pak týká spisovných útvarů českého, polského, v jisté době také německého národního jazyka.“ (Kadłubiec a kol. 1997, s. 85)

Nářečím se domlouvá většina obyvatel Těšínska. Stalo se jejich hlavním komunikačním jazykem. *„Primárním kódem místního obyvatelstva zůstává nadále těšínské nářečí, útvar stejnorodý a nadnárodní, jímž mluví zdejší občané bez ohledu na národnost.*“ (Kadłubiec a kol. 1997, s. 85)

Ačkoliv je primárním kódem této menšiny nářečí, Głos se po celou dobu svého působení věnuje tvorbě obsahu výhradně v polském jazyce. Podrobnějším informacím k tomuto tématu uvedu v analytické části.

1.2.3 Kultura

„Těšínské Poláci se pohybují v třech kulturních systémech: českém, polském a regionálním, který sami označují jako slezský.“ (Kadłubiec a kol., 1997, s. 70) Polská menšina na tomto území charakterizuje svoji kulturu především jako regionální. Ta vycházela z třech dalších, které jsou klasifikované jako národní, česká a polská. Ty se vzájemně stýkají a prolínají a tvoří tak různé kulturní vzory.

Pro Poláky bylo důležité zachovat společenský život, proto na území Československa zakládali různé organizace ať už v kulturních, či jiných oblastech života. *„Poláci v Československu vytvořili hustou síť kulturních, společenských, profesních, náboženských a sportovních organizací a spolků.*“ (Kaszper 2009, s. 33)

Velkou součástí kultury je zmíněná regionální neboli lidová kultura. *„Těšínská lidová kultura má, stejně jako zdejší nářečí, nadnárodní charakter z hlediska své funkčnosti, jelikož je kulturou místního autochtonního obyvatelstva bez ohledu na národnost.*“ (Kadłubiec a kol. 1997, s. 288) Hlavní součástí lidové kultury na Těšínsku je jednoznačně bohatý folklor.

Folklorní soubory jsou neoddělitelnou součástí kulturního života polské národní menšiny. Základem dlouhodobé udržitelnosti dané kultury jsou tradice. Aby byla tradice zachována, musí být mezigeneračně předávána. Základem každého folklorního života je tudíž mládež. *„Při zachování životnosti folkloru je záležitostí prvořadého významu uchovat jeho mezigenerační kontinuitu, přičemž nejdůležitějším článkem řetězu je mládež. Pokud najde k folkloru kladný vztah, jestliže se nám podaří získat ji pro uvědomělé kultivování folkloru, pak jsou obavy ze zániku kulturních tradic zcela neopodstatněné.*“ (Kadłubiec a kol. 1997, s. 307)

Navzdory měnícímu se administrativnímu rozdělení území si Těšínsko udrželo po dlouhá léta své polské kulturní hodnoty. Je příkladem etnické společnosti, která i přes do jisté míry necitlivé rozdělení daného území nadále prosazuje svou identitu a kulturu, ať už jsou podmínky jakékoli. „*Těšínsko je příkladem pomezi izolovaného od státního a národního, udržujícího se vlastní vnitřní silou a vlastními prostředky, schopného vytvářet ve své kultuře sílu vzdorovat.*“ (Kadlubiec a kol. 1997, s. 71)

1.2.4 Polské školství

Jednou z priorit, kterou čeští Poláci při vzniku Československa a rozdělení Těšínska považovali za nejpodstatnější, bylo zachování polského školství. Chtěli udržet polskou identitu na území Československa. „*Ze všech oblastí společenského života mělo pro polskou menšinu největší význam polské školství, které bylo zárukou, že se Poláci na československém Těšínsku udrží.*“ (Kaszper 2009, s. 33)

Existence polské diaspory byla zabezpečena řadou zákonů, které vymezovaly práva menšin a obsahovaly různá opatření s nimi spojená. „*V § 136 se psalo o právu menšiny na zakládání a provozování na vlastní náklady škol a výchovných zařízení, na používání v těchto školách mateřského jazyka a na vyučování vlastnímu náboženství.*“ (Kadlubiec D. a kol. 1997, s. 186)

Polské školství bylo zárukou udržení Poláků na těšínském území. V průběhu let pochopitelně procházelo změnami a úpravami, ale snaha a úsilí polské menšiny nese své ovoce doteď. Polské školy najdeme totiž na území České republiky i dnes.

1.2.5 Polská národnostní menšina a její význam dnes

V dnešní době polská národnostní menšina i nadále pěstuje svoji kulturu a tradice, nadále si zachovává svůj jazyk, tedy své nářečí. Ačkoliv se tato skupina v průběhu let vyvíjela, stále stojí na základech, na kterých byla vybudována. S postupem času se ale těšínská Poláci začali víc a víc přiklánět k české kultuře. „*Polská menšina v polské části Těšínska si uchovala svou etnickou a kulturní svébytnost, ale jen do určité míry, protože v jejím způsobu života se nachází jak polský, tak i český prvek a možná občas o něco víc ten druhý.*“ (Szymeczek 2002, s. 74)

Existence ve dvou kulturách, jak polské, tak i české, zanechala stopu na občanech tohoto regionu. Dnes už se obyvatelé Těšínska ztotožňují jak s českou, tak polskou národní identitou. K oběma kulturám pociťují náklonnost a považují je za součást svého života. „*Nejčastěji ty, kteří se považují za Poláky, charakterizuje duální identifikace – s polským i českým národem.*“

Vyznačují se také dvoji kulturou, která je ve vědě nazývána kulturní bivalence, což v nejobecnější rovině znamená pocit spojení se dvěma kulturami považovanými za vlastní, tvořící jejich kulturní dědictví a charakteristiku vlastní skupiny. Poláci z Těšínska nejsou vždy schopni říci, která kultura je jim bližší, protože jak v polské, tak v české kultuře pocítují stejnou svobodu.“ (Szymeczek 2002, s. 74)

Význam polské národnostní menšiny podporují i polskojazyčná média, která na území Těšínska fungují a ke kterým patří i Głos. Jejich obsah podporuje polskou kulturu a identitu, což přiblížím v analytické části mé práce.

1.3 MEDIÁLNÍ RUTINY

Mediální rutiny jsou neoddělitelnou součástí fungování každé mediální organizace. Redakční procesy od výběru zpráv až po publikaci následují ustálené postupy. *„Organizační kontext je důležitým aspektem produkce zpráv. Celý proces – od výběru příběhu po jeho publikaci – probíhá prostřednictvím ustálených rutin v každé redakci, přičemž některé staré rutiny přetrvávají a objevují se i nové rutiny.*“ (Kovašević, Perišin 2022, s. 68)

Dle Jiráka a Köpplové jsou mediální rutiny přítomny při všech redakčních činnostech a veškeré tvorbě mediálních produktů. (Jirák, Köpplová 2003, s. 76). Výsledkem redakční práce je mediální obsah, který se tvoří na základě postupu, kterými se redakce řídí. *„Mediální produkty (televizní seriály, filmy, stejně jako zpravodajské časopisy či jednotlivé rubriky deníků) se vyrábějí ustáleným způsobem připomínajícím práci na výrobní lince (včetně vysoké míry dělby práce a poměrně strmé hierarchie odpovědností a pravomocí).*“ (Jirák, Köpplová 2003, s. 143) V mých rozhovorech se zaměřím na to, zda je toto tvrzení relevantní i v dnešní době.

1.3.1 Organizace práce v redakci

Organizace redakční práce může vypadat různě, je však důležité, aby měla určitou strukturu. *„Existuje mnoho možností, jak organizovat provoz redakce. Alespoň občas je dobré se zamyslet se nad strukturou redakce a jejich jednotlivých oddělení.*“ (Ruß – Mohl, Bakičová 2005, s. 198)

Redakce mají své ustálené postupy, na základě kterých má jejich práce jakýsi řád a formu. *„Mediální organizace mají silný sklon zakládat svoji činnost na vytváření výrobních rutin (čili zažitých pracovních postupů, jež vedou k ekonomicky přijatelnému vyrábění daných produktů).*“ (Jirák, Köpplová 2003, s. 76)

Existují dva typy zpravodajských organizací, které byly definovány dlouho před vznikem internetu a digitálních médií a dominují v médiích dodnes. Patří k nim anglo-americký model a německý model, které ovlivnily způsob, jakým probíhá práce a organizace v redakcích po celém světě. (Kovašević, Perišin 2022, s. 68)

V německém modelu jsou práce rozděleny mezi specializovaná oddělení, která se zaměřují na konkrétní části novin. Tento přístup vytváří decentralizovanější prostředí a rozděluje práci mezi jednotlivé rubriky. Většina německých novinářů používá stejný pracovní titul „Redakteur“. (Kovašević, Perišin 2022, s. 69)

V anglo-americkém modelu zpravodajských organizací je práce rozdělena do různých rolí a editoři se setkávají kolem jednoho stolu, aby spolupracovali. Tento model klade důraz na rozdělení úkolů a sledování procesů, kdy editoři přebírají a distribuují zprávy. Nicméně může dojít k problémům v komunikaci mezi různými pracovními profily a platformami (např. editory a reportéry). (Kovašević, Perišin 2022, s. 69)

Redakce bývají rozděleny na specifické rubriky, přičemž každá z nich má svou vlastní specializaci a úkoly. *„Redakce jsou většinou stejně jako vydavatelství strukturovány hierarchicky. Části celé redakce se dělí na jednotlivá oddělení, rubriky nebo redakce (např. domácí, zahraniční, ekonomickou, nebo kulturní, sportovní atd.)“* (Ruß – Mohl, Bakičová 2005, s. 153)

Součástí redakční práce jsou redakční porady, které podporují organizaci redakce. Na poradách bývají diskutována témata článků, plánování témat, rozdělování úkolu. Tímto dochází ke koordinaci práce v redakci. (Ruß – Mohl, Bakičová 2005, s. 203)

„Tím, že organizace mají nastaveny určité filtry kontroly, jako je práce editora a podobně, a v některých případech je produkce zprávy výsledkem skupinové spolupráce, nezávisí podoba zprávy jen na představách jediného redaktora. Zároveň je ale nutné si uvědomit, že moc organizačních rutin a tlaků se může výrazně odlišovat médium od média.“ (Trampota 2006, s. 51) V mých rozhovorech se zaměřím i na toto téma.

1.3.2 Výběr témat

V rámci redakční práce je důležitý výběr témat, který určuje obsah, jenž bude médium publikovat. Podle Jiráka a Köpplové existují pro každou redakci kritéria, která určují témata k zpracování. (Jirák, Köpplová 2003, s. 76)

Témata můžou také záviset na osobních zkušenostech a postojích redaktora. „*Částečně je výběr závislý na subjektivních osobních zkušenostech, postojích a očekáváních jednotlivých novinářů.*“ (Ruß – Mohl, Bakičová 2005, s. 98) Dalším faktorem může být časový tlak nebo třeba technické podmínky redakce. „*Výběr spoluurčují také organizační a technické podmínky redakce a nakladatelství, jako například časový stres nebo stránkový obsah.*“ (Ruß – Mohl, Bakičová 2005, s. 98)

Dle výzkumu sociologa Davida M. Whitea, který pojmenoval gatekeeping⁶, je skutečnost taková, že novináři při výkonu své práce musí vybrat jen některé z množství zpráv, které obdrží. Zajímal se o to, jak postupují při výběru obsahu a celý proces si představoval jako bránu, kterou prochází zprávy, o kterých následně novinář, redaktor či šéfredaktor rozhoduje, zda je pustí dovnitř, tedy zda danou informaci médium publikuje. (Trampota 2006, s. 38)

Dle McQuaila nejuživnější vysvětlení zpravodajských hodnot nabídli Galtung a Ruge (1965), kde poukázali, jaké faktory mohou ovlivnit obsah médií. Patří sem například blízkost, významnost, závažnost, jasnost a negativnost. Tyto hodnoty mohou posloužit jako kritéria pro výběr a prezentaci zpráv a mohou být reflektovány v rozhodování o obsahu. (McQuail 1999, s. 302)

Při výběru zpráv hraje klíčovou roli koncept zpravodajských hodnot, který určuje, jaké události se stanou zajímavými „příběhy“ pro publikum. Tyto hodnoty jsou však relativní a mohou se měnit v závislosti na aktuálních událostech. I když jedna událost může chvíli upoutávat pozornost publika, může být rychle vytlačena jinou událostí, která je ještě aktuálnější a zajímavější. (McQuail 1999, s. 260)

Zprávy jsou taky vybírané na základě atraktivity obsahu. „*Přednost mají zprávy, jež jsou pro příjemce něčím významné (např. politická rozhodnutí, která mohou změnit cenové hladiny), popřípadě něčím přitažlivé (fyzickou blízkostí, negativitou, přítomností obecně známých osob apod.).*“ (Jiráček, Köpplová 2003, s. 76)

Roli při výběru témat taky hraje technické vybavení. „*Současně je jasné, že vedle zaběhnutých postupů hraje při výběru významnou roli i přítomnost či nepřítomnost technických zařízení na nahrávání a přenos událostí.*“ (Jiráček, Köpplová 2003, s. 76)

⁶ Gatekeeping je proces rozhodování o tom, které informace, příběhy nebo témata jsou zveřejněny nebo předány veřejnosti

1.3.3 Zdroje informací

Dle Herberta Gansa musí informační zdroj splňovat určitá kritéria, než si zajistí přístup k pracovníkům média. „*Jsou proto nutné čtyři klíčové vlastnosti: podnětnost, moc, schopnost dodat vhodné informace a geografická blízkost k novinářům.*“ (Gans 1979, s. 117) Schopnost a dispozice zdroje však neznamená automatický výběr do zpravodajského obsahu.

„*Zpravodajové mají své vlastní zdroje, jimž dávají přednost, a navíc z titulu své profese přicházejí do styku s řadou prominentů – děje se tak na tiskových konferencích, prostřednictvím oddělení pro styk s veřejností atd. Studie o zpravodajích jasně ukazují, že existuje jedna oblast, kterou se svými kolegy nesdílejí: totiž svoje zdroje.*“ (McQuail 1999, s. 243).

Dle teorie Deacona a Goldinga (1994) přistupují novináři k zdrojům buď jako k advokátům, nebo jako k aktérům. Advokáti patří ke zdrojům, které jsou vnímány jako reprezentanti určitého názorového směru nebo určité perspektivy. Aktéři patří k expertním zdrojům, které slouží k hodnocení názorů a postojů. (Trampota 2006, s. 85-86). Přiřazení zdroji jednu z těchto rolí ovlivňuje způsob zpracování promluvy a zařazení do zpravodajského příběhu. (Trampota 2006, s. 86)

Jedním ze způsobů jak získat informace můžou být například tiskové konference, které ale nenabízejí exkluzivní informace. „*Každý novinář, který se jich účastní, může klást otázky. Exkluzivní informace se tak ale získat nedají. Naopak, ten, kdo se je snaží dostat, by měl usilovat o možnost telefonátu pro dodatečné doplnění údajů.*“ (Ruß – Mohl, Bakičová 2005, s. 117)

Zdroje ve zpravodajství mohou být rozmanité a každý typ události může vyžadovat odlišné přístupy k získávání informací. Pokrytí plánovaných událostí nabízí novinářům možnost pečlivého plánování a přípravy, zatímco neplánované události mohou vyžadovat okamžité reakce a rychlou adaptaci. V obou případech je důležité, aby novináři byli schopni rychle filtrovat a ověřovat informace, zejména v případě neplánovaných událostí, kdy může být riziko šíření neověřených nebo nepřesných informací vyšší. (Wheatly 2019, s. 11)

Dle výzkumů jsou mezi zdroji důležité osobní kontakty. „*Nejen výsledky výzkumů, ale i neoficiální hodnocení těch, kdo zpravodajství produkují, zdůrazňují význam osobních kontaktů (a „zdrojů blízkých někomu či něčemu“)* v jakékoli mediální činnosti týkající se současného společenského dění.“ (McQuail 1999, s. 244) Toto tvrzení platí i v případě redakce Głosu, čemuž se budu detailněji věnovat v analytické části.

2 METODICKÁ ČÁST

2.1 CÍL VÝZKUMU

Mým hlavním zájmem je prostřednictvím kvalitativního výzkumu odhalit, jak redaktoři novin Głos každodenně pracují a jaké postupy používají. Dále se zaměřím na fungování redakce a roli jednotlivých členů týmu, včetně redaktorů, editorů a šéfredaktorů.

Hlavní otázka mého výzkumu zní: Jaké mediální rutiny uplatňuje redakce Głos při náplni své práce? Mezi další otázky patří: 1) Jak probíhá organizace práce v redakci? 2) Jaké jsou charakteristiky polskojazyčného média v České republice?

Prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů se pokusím lépe porozumět postupům, které redaktoři používají při výběru témat a zdrojů informací, a také organizaci práce v redakci. Cílem je získat hlubší poznatky o fungování polskojazyčného média v České republice. Na základě analýzy zmíněných rozhovorů bych měla získat data potřebná k zodpovězení hlavní výzkumné otázky (a vedlejších otázek) a tím tak naplnit cíle mé práce.

2.2 KVALITATIVNÍ VÝZKUM

Kvalitativní výzkum představuje metodu zkoumání, která se soustředí na detailní popis konkrétních jevů, jedinců nebo situací. Oproti kvantitativnímu přístupu, který klade důraz na získání velkého množství dat, se kvalitativní přístup zaměřuje na kvalitativní analýzu jednotlivých informací (Sedláková, 2014, s. 48-49). Zde se nejedná tolik o kvantitu dat, ale spíše o jejich kvalitu a hloubku poznání zkoumaného fenoménu. *„Kvalitativní výzkumníci se snaží obsáhnout jev podrobněji v celé šíři jeho rozsahu a působení, jejich práce jsou spíše holistické a snaží se zkoumaný jev uchopit komplexně a zohledňovat přitom i jeho kontext“*. (Sedláková 2014, s. 51)

V rámci kvalitativního výzkumu se výzkumník spoléhá na vlastní úsudek a často pracuje s „měkkými“ daty. *„Kvalitativní výzkumy tedy pracují s měkkými daty, jež mají zpravidla podobu dlouhých slovních výpovědí či zápisů nebo vyobrazení“* (Sedláková, 2014, str. 51). Ty zahrnují dlouhé slovní výpovědi, záznamy terénních poznámek, fotografie nebo zvukové

nahrávky (Hendl, 2005, s. 50). Tato data mají za cíl přiblížit každodenní život lidí nebo situace, které jsou zkoumány, a umožnit tak hlubší porozumění zkoumaným jevům.

Kvalitativní metoda se soustředí na detailní zkoumání jednotlivých případů nebo skupin, což umožňuje pochopení specifických situací a zkušeností. Naopak kvantitativní metoda se zaměřuje na shromažďování a analýzu velkého množství dat z rozsáhlejšího vzorku, což poskytuje obecnější pohled na dané jevy či problémy. (Sedláková 2014, s. 51)

Kvalitativní typ výzkumu nám otevírá dveře k důkladnému zkoumání sledovaného jevu a poskytuje nám možnost detailního porozumění okolnostem a situacím, které jsou zkoumány. Proto jsem se rozhodla využít kvalitativní metodu ve své práci, neboť mi umožní důkladně prozkoumat fungování redakce Głos a získat hlubší porozumění procesům, které formují každodenní provoz redakce.

2.3 POLOSTRUKTUROVANÝ ROZHOVOR

V kvalitativním dotazování se často využívají polostrukturované rozhovory, které obsahují předem sestavený seznam otázek nebo témat, známý jako rozhovor s návodem. *„Mnohem více využívané jsou rozhovory polostrukturované, označované také jako semistrukturované nebo řízené. Ačkoli i pro ně si připravujeme soupis otázek, a proto se označují také jako rozhovor s návodem, tato poměrně podrobná příprava nebrání tomu, aby v návaznosti na průběh rozhovoru byly doplněny další otázky nebo některé upraveny čistě na základě aktuálního uvážení tazatele.“* (Sedláková 2014, s. 211) Seznam otázek má za cíl zajistit, aby byla pokryta všechna relevantní témata pro tazatele, která mu umožní získat potřebné informace k objasnění daného tématu (Hendl, 2005, str. 174).

Průběh rozhovoru umožňuje výzkumníkovi flexibilitu přidávat další otázky nebo upravovat stávající otázky v souladu s průběhem konverzace. Důležité je, že pokud informanti spontánně reagují na otázky předem, tyto otázky už tazatel v průběhu rozhovoru nemusí klást a může je vynechat (Sedláková, 2014, s. 211).

Polostrukturovaný rozhovor je často považován za optimální metodu sběru dat v kvalitativním výzkumu, neboť kombinuje výhody standardizované a nestandardizované formy dotazování a snaží se minimalizovat jejich nedostatky. *„Pomáhá udržet zaměření rozhovoru, ale dovoluje dotazovanému zároveň uplatnit vlastní perspektivy a zkušenosti.“* (Hendl 2005, s. 174) Tato strategie poskytuje tazateli určitou flexibilitu při formulaci otázek, což umožňuje získat hlubší pochopení zkoumaného tématu. Otázky v rámci tohoto typu rozhovoru mohou

být rozděleny do kategorií jako primární (předem připravené), sekundární a sondážní. Důležité je, jak zdůrazňuje Sedláková, že otázky položené v polostrukturovaném rozhovoru by se neměly shodovat s těmi, které byly součástí původního výzkumného plánu. (Sedláková, 2014, s. 209)

Důležitou součástí polostrukturovaných rozhovorů je i jejich následné vyhodnocení. Po skončení rozhovorů jsou výpovědi respondentů přepisovány s důrazem na zachování jejich významu. Následně jsou identifikována relevantní data pro potřeby výzkumu a použita k další analýze.

Získané informace budu následně strukturovat do jednotlivých kapitol na základě východisek z teoretické části práce. Pro můj výzkum jsem zvolila otevřené kódování, které mi umožní kategorizovat zkoumaná témata. *„Při výchozím otevřeném kódování výzkumník vytváří základní kategorie, jež považuje za podstatné pro zkoumané téma. Jedná se o prvotní, často poměrně hrubé třídění, které reflektuje hlavní charakteristiky daných jevů a jednání.“* (Sedláková 2014, s. 412)

2.4 APLIKACE METODY

Pro polostrukturované rozhovory bylo vybráno pět respondentů, kteří jsou členy redakce Głosu. Rozhovory s grafikem, fotografem a jedním z redaktorů se nakonec neuskutečnily z důvodu jejich omezených časových možností. Nicméně, bylo získáno postačující množství materiálu díky odpovědím ostatních respondentů. Mezi ně patří Tomáš Wolff, šéfredaktor redakce, zástupce šéfredaktora a redaktor sportovní rubriky Janusz Bittmar, který se zaměřuje na specifika práce sportovního redaktora. Mezi další respondenty patří redaktorky Danuta Chlup a Beata Schönwald, které přiblíží každodenní práci v redakci a specifika práce v polskojazyčném médiu v České republice. Posledním respondentem je Szymon Brandys, redaktor internetového obsahu, správce sociálních sítí, který podrobněji popíše fungování Głosu v online podobě.

Rozhovory probíhaly v polském jazyce, následně jsem je sama překládala do češtiny. Při dotazování občas respondenti používali polský slang, což komplikovalo následný překlad rozhovorů. Pro rozhovory byly připraveny předem stanovené otázky, jež byly během jejich průběhu upravovány a doplňovány podle potřeby, což je v souladu se zvolenou metodou sběru dat.

Všech pět rozhovorů proběhlo v podobě online videohovorů kvůli časovým možnostem respondentů. Hlavním tématem bylo fungování redakce z pohledu polskojazyčného média v České republice. Rozhovory byly realizovány v únoru 2024.

3 ANALYTICKÁ ČÁST

V analytické části mé bakalářské práce pečlivě zhodnotím odpovědi získané z rozhovorů. Získané informace mi umožní lépe porozumět mediálním procesům probíhajícím v redakci Głos. Na základě toho budu schopná identifikovat klíčové postupy, procesy a výzvy v redakční práci, což mi umožní podrobněji popsat prostředí a fungování tohoto mediálního subjektu.

3.1 MEDAILONKY RESPONDENTŮ

Tomasz Wolff – šéfredaktor redakce Głos, 50 let

Na pozici šéfredaktora redakce působí od roku 2010, přičemž v novinách aktivně pracuje již od roku 2009. V rámci redakce zastává funkci vedoucího tištěného vydání a je také aktivním účastníkem různých novinářských fór. Mimo svou pracovní sféru rád cestuje a objevuje nová místa.

Janusz Bittmar – zástupce šéfredaktora, redaktor sportovní rubriky, 49 let

Janusz Bittmar je novinář a redaktor se zájmy v oblasti sportu, hudby a filmu. Během svých studií polonistiky se začal aktivně věnovat novinářské práci. V práci zastává pozici zástupce šéfredaktora, redaktora a také vedoucího tištěného vydání.

Beata Schönwald – redaktorka, 52 let

V redakci Głosu pracuje již 25 let. V mládí dokončila studium v oblasti financí a bankovníctví v Krakově, nedávno získala bakalářský titul z teologie v Olomouci. Jako redaktorka se zabývá především tématy spojenými s polskou mládeží.

Danuta Chlup – redaktorka, 56 let

Danuta Chlupová je absolventkou ekonomického oboru, dříve pracovala jako účetní, nyní již 18 let pracuje jako novinářka a je také autorkou společensko-historických próz, vydaných v Polsku i v České republice. V rámci své redakční práce se věnuje tématům spojeným s dětmi polské menšiny.

Szymon Brandys – správce sociálních sítí a internetových stránek, redaktor, 38 let

Od roku 2020 je redaktorem internetového vydání Głosu na platformě glos.live a zároveň působí jako správce sociálních sítí tohoto média. Má za sebou praxi v polské redakci Českého rozhlasu v Ostravě a je autorem pořadu „U Polaków za Olzą“ v Polském rádiu Katowice, kde rovněž moderuje místní programy. Szymon Brandys je absolventem polonistiky na Jagellonské univerzitě v Krakově, bohemistiky na Technicko-humanitní akademii v Bílsko-Bělé a úspěšně absolvoval kurzy češtiny pro cizince na Masarykově univerzitě v Brně.

3.2 ORGANIZACE PRÁCE V REDAKCI

Každá redakce má své ustálené postupy a řád, které podporují organizaci práce v redakci (viz kapitola 1.3.1). Trampota tvrdí, že je redakční práce skupinovou spoluprací mezi zaměstnanci redakce. Głos má pracovní strukturu, která je klíčová pro efektivitu práce v redakci. Šéfredaktor rozděluje úkoly a dohlíží na průběh práce. Tím se zajišťuje, že práce v redakci probíhá hladce a efektivně.

V redakci Głosu jsou definovány jednotlivé pracovní pozice, které usnadňují organizaci práce. Šéfredaktor a jeho zástupce se starají o celkové vedení redakce. Kromě toho jsou v pracovním týmu tři redaktori, kteří se specializují na různá témata. Dále je přítomna osoba, která se stará o sociální sítě a webové stránky, grafik, fotograf a sekretářka. Každý zaměstnanec ví, co jeho práce obnáší a co se od něj očekává.

Jednou z hlavních pozic v redakci je šéfredaktor, který v případě Głosu plní mnoho rolí. *„V naší malé redakci to funguje trochu jinak než ve velkých médiích. Šéfredaktor zde plní různé úkoly. Vybírá témata, upravuje texty, podepisuje smlouvy, komunikuje s grafikem, koordinuje sociální sítě a mnoho dalších věcí.“* (Wolff)

Jako šéfredaktor musí být Wolff přístupný po celou dobu, 24 hodin denně. Zatímco ostatní novináři mají stanovené pracovní hodiny a mohou být občas nedostupní, šéfredaktor musí být k dispozici po celý den. Jeho pracovní doba nezačíná ráno a nekončí odpoledne, ale trvá nepřetržitě.

Bittmar, zástupce šéfredaktora, zastává také roli redaktora sportovní rubriky. Kromě psaní článků se podílí na editaci textů společně se šéfredaktorem Wolffem, protože v redakci neexistuje samostatná pozice editora. Mají za úkol číst texty, provádět případné úpravy, zkracovat texty, měnit titulky a podobně.

Správce sociálních sítí Głosu je Szymon Brandys, který je zodpovědný za chod všech sociálních médií jako je Instagram, Facebook a Youtube. *„Mám na starosti všechna různá*

multimédia a lze říci, že se starám o všechno, co jde zařadit do kategorie nová média.“
(Brandys)

Jednou z dalších pracovních pozic jsou již zmínění redaktoři. Jejich náplní práce je vytváření obsahu, který je v souladu s redakčními standardy. *„Na nás, redaktorech, závisí, aby byl k dispozici kvalitní obsah, který můžeme sdílet a nabídnout čtenáři, takže naším hlavním úkolem je vytvářet texty, které budou připraveny k publikaci.“* (Schönwald). Práce v redakci je velmi různorodá a každý den vypadá úplně jinak. Redaktoři musí být neustále ve střehu. *„Často nevím ani den dopředu, zda budu mít volné odpoledne nebo večer. Nefunguje to tak, že bych měla stále pracovní hodiny.“* (Schönwald)

Grafik Norbert Dąbkowski má na starosti vizuální stránku tištěné verze Głosu. Jeho úkolem je sestavit a upravit obsah v grafickém programu Adobe Indesign tak, aby byl připraven k publikaci. Poté, co je materiál připraven k tisku, ho prochází šéfredaktor nebo jeho zástupce, aby odhalili případné chyby, a společně s grafikem provádí potřebné úpravy. Teprve potom je hotový materiál odeslán do tiskárny Czech Print v Ostravě.

3.2.1 Redakční porady

V redakci Głosu se konají jak pravidelné, tak nepravidelné porady. Neplánované schůzky se konají, když nastane nějaký problém nebo neočekávaná událost. Někdy trvají delší dobu a probíhají osobně, jindy stačí rychlá online porada přes Skype. Redakce si tímto způsobem udržuje efektivní komunikaci mezi svými zaměstnanci.

Porady se konají každý týden, ale nemají pevně stanovený den. *„Není to tak, že bychom měli schůzky například pouze v pondělí nebo ve čtvrtek. Když jsme v redakci, tak pracujeme ve třech místnostech, takže se pravidelně vidáme a setkáváme během dne, což nám umožňuje si běžně vyměňovat důležité informace.“* (Bittmar)

V důsledku pandemie covidu-19 jsou redakční porady častěji realizovány online.

Většina záležitostí se nyní řeší pomocí Skype nebo jiných komunikačních platforem. Redakce se stále více přiklání k internetové komunikaci.

Před pandemií se zaměstnanci pravidelně scházeli téměř třikrát týdně na pracovních poradách. Nicméně po nuceném omezení pohybu a následném pracovním přesunu do domácího prostředí došlo k poklesu počtu těchto setkání. V současné době se redakce neschází tak často, jak tomu bylo dříve.

Porady částečně nahradila komunikace přes Skype. „Většinu věcí teď řešíme přes platformu Skype, což nám umožňuje být neustále v kontaktu. Myslím si, že je to velmi efektivní. Nedávno se stala situace, kdy byla zrušena místní událost a email s tímto oznámením dorazil večer. Já jsem tuto informaci okamžitě přeposlal našemu redakčnímu týmu prostřednictvím Skypu a téměř okamžitě byla zveřejněna na sociálních sítích a webových stránkách. Díky moderním prostředkům komunikace člověk v podstatě ani nemusí používat telefon, aby něco zařídil.“ (Wolff)

Pracovní schůzky nebývají pouze skupinové. „Občas jsou i osobní porady, kdy máme hovory s šéfredaktorem, kde diskutujeme a řešíme, jaké máme pracovní plány, o čem budeme psát.“ (Schönwald)

Cílem porady je systematicky rozplánovat práci v redakci. Většinou jsou schůzky relativně krátké, s výjimkou těch, kde se řeší klíčové záležitosti. Obvykle se konají dvakrát týdně a soustředí se na plánování tištěného vydání novin, rozdělení psaní článků a obecně na správné rozplánování všech úkolů.

Delší pracovní setkání probíhají například před Vánoci, kdy vychází noviny v rozšířeném rozsahu, při pololetním nebo ročním shrnutí redakční práce nebo při zavádění novinek, jako byla například premium verze webových stránek.

3.2.2 Pracovní dny

Práce v redakci se liší v závislosti na dni v týdnu. V pondělí a čtvrtek se redakce soustředí na přípravu tištěného vydání pro následující den. V tyto dny jsou všichni zaměstnanci fyzicky přítomni v redakci, protože se jedná o nejnáročnější pracovní dny. Obecně platí, že pondělní a čtvrteční práce bývá poměrně chaotická. „V tyto dny pamuje v redakci zmatek, který je důsledkem nesprávné organizace práce.“ (Brandys). V dnech před úterním a pátečním tištěným vydáním se redaktori zaměřují na psaní a dokončování hlavních témat, která se objeví na titulních stranách. To zahrnuje shromažďování potřebného materiálu a kontaktování tiskových mluvčích nebo jiných zdrojů. Tyto dny jsou obvykle pracovní velmi náročné.

V úterý, středu a pátek se práce redaktorů odehrává převážně v terénu. Před tím, než vyrazí, si rozdělují úkoly a vybírají témata, která budou zpracovávat. V redakci se většinou zastaví pouze proto, aby si vyzvedli potřebné technické vybavení, jako jsou nahrávací zařízení nebo fotoaparáty. V terénu získávají potřebný materiál pro články, které následně zpracovávají doma nebo v kavárně, kde mají internetové připojení, protože tuto část práce jde vykonávat v podstatě kdekoli.

Podle Bittmara je práce v terénu základem novinářské činnosti. *„Redaktoři se samozřejmě snaží být co nejvíce v terénu. Pro mě není skutečným novinářem ten, kdo celý den sedí za stolem. Novinář by měl být aktivně v terénu, získávat potřebné informace a materiál, provádět rozhovory, připravovat reportáže.“* (Bittmar)

Práce v redakci běží i o víkendech. Každý redaktor má svoji víkendovou službu přibližně jednou za čtyři týdny. Během těchto služeb sleduje aktuální události a sdílí je na webových stránkách. Nezbytnou součástí víkendových služeb je účast na důležitých událostech v regionu. *„Během víkendové služby je naší povinností se účastnit nejdůležitějších události v regionu. Takže člověk třeba vyjede v poledne a vrací se až někdy večer. Hned nato píše o dané události článek, aby se dostal v co nejaktuálnější podobě na internetové stránky.“* (Bittmar)

Zaměstnanci redakce tvrdí, že víkendové služby zvládají a že probíhají zcela bez problému. Systém, jakým jsou organizovány, jim nevádí, jelikož jim umožňuje mít pak během ostatních víkendů volno.

3.2.3 Pracovní podmínky v redakci

V redakci nedávno došlo ke zlepšení pracovních podmínek díky finanční podpoře poskytnuté polskou vládou. Tato podpora umožnila pořízení nového vybavení, včetně fotoaparátů a počítačů, což výrazně zvýšilo efektivitu práce redakce. Rekonstrukce prostor redakce proběhla před několika lety. Zaměstnanci uvádějí, že podmínky jsou zcela uspokojivé a neexistuje nic, co by někdo z nich naléhavě postrádal.

Redaktoři mají také k dispozici tři automobily, které využívají pro práci v terénu. *„Pracovní prostředí je skutečně vynikající, a navíc máme v redakci k dispozici tři auta, takže vždy, když potřebujeme vyrazit do terénu, máme po ruce auto, což je pro práci novináře opravdu skvělé“* (Bittmar).

Redaktoři jsou vybaveni nejnovějšími mobilními telefony, což jim umožňuje vytvářet obsah ve vysoké kvalitě. Díky mobilním tarifům s neomezeným internetem mohou kdykoli připojit počítač k internetu pomocí svého mobilního telefonu, což je zvláště užitečné při práci mimo redakci.

3.3 VÝBĚR TÉMAT

Jak jsem popsala v teoretické části, pro každou redakci existují kritéria, která určují témata k zpracování (viz kapitola 1.3.2). V případě redakce Głos se na procesu výběru témat podílí celá redakce. Témata si můžou redaktoři volit sami, ta ale musí být projednána s

šéfredaktorem, který musí dané téma schválit. Jelikož je Głos polskojazyčné médium, zaměřuje se prioritně na témata polské menšiny na Těšínském Slezsku, různé události, akce, které se na tomto území odehrávají.

Redaktoři sice musí konzultovat výběr témat s šéfredaktorem, ale v některých případech mají určitou míru svobody. Pokud jde o články, které nejsou příliš rozsáhlé nebo nejsou umístěny na titulní straně, mají redaktoři důvěru šéfredaktora a mohou samostatně rozhodovat o obsahu své tvorby. Málodky dojde k tomu, že by šéfredaktor téma neschválil, každý ví, čemu se má věnovat a na co se zaměřit, díky čemuž nedochází k problémům s výběrem témat.

Kulturní témata mají v redakci významné místo, neboť život polské menšiny je značně propojen s kulturními událostmi. Kultura je u Poláků na Těšínsku bohatá a rozmanitá, to redakci poskytuje bohaté zdroje a mnoho zajímavých témat, kterým se může věnovat. Důležitou součástí zdejší kultury je třeba zdejší folklor nebo polská divadelní scéna.

Redakce věnuje značnou pozornost podpoře a šíření povědomí o polské menšině, což zahrnuje propagaci a upevnění identity této komunity. Jde o důležitý aspekt práce redakce, který se promítá do výběru témat a událostí, které se zpracovávají a publikují. *„Jedním z našich hlavních cílů je informovat zdejší společnost o životě Poláků na Těšínsku, že tady jsme a žijeme kulturně bohatý život.“* (Chlup)

Hlavním zájmem je přinášet informace, které zaujmou místní Poláky a přiblížit jim každodenní realitu života na Těšínsku. *„Zaměřujeme se jednoduše na to, co nejvíce zajímá zdejší Poláky, a to je právě to, co děláme zde na Těšínsku každý den.“* (Brandys)

Kromě sledování témat týkajících se polské menšiny se redakce také zaměřuje na informování o událostech, které probíhají na česko-polském pomezí. Volí témata, která se dotýkají života na obou stranách hranice a mají relevanci pro Těšínské Slezsko.

Při výběru témat se redakce také soustředí na politické dění, nejčastěji regionální, které se blíže týká zdejší komunity. *„Při výběru témat se hodně věnujeme i politice, zejména té regionální, a také tématům, která se věnují dění ve školství. Méně se soustředíme na hospodářskou situaci, sice je také důležitá, ale na ni se zaměřujeme rozhodně méně.“* (Chlup)

Jedním z témat, které se také pravidelně v novinách objevují, jsou sportovní události. *„Nejvíce se zaměřuji na sportovní události z regionu, na které si často seženu akreditaci, abych se jich mohl přímo účastnit. Dalšími tématy jsou sporty, které patří k těm populárním, například fotbal v Polsku a lední hokej v Česku, který je v našem regionu velmi oblíbený.“*

Dále píšou o mezinárodních sportovních událostech, jako je mistrovství světa nebo olympiáda.“ (Bittmar)

Celkově je obsah vybírán tak, aby zahrnoval důležité události jak v Polsku, tak i v Česku. To znamená, že se redakce neomezuje pouze na témata spojená výhradně s Polskem. *„Vzhledem k tomu, že žijeme v České republice, týkají se nás i události, které se odehrávají v Česku. Proto poskytujeme našim čtenářům aktuální informace jak z Polska, tak i z Česka.*“ (Schönwald)

V redakci dochází k vzájemnému sdílení nápadů na články mezi redaktory. Někteří z nich začínají svůj pracovní den průzkumem tiskových agentur a sledováním událostí v politice a na různých online portálech. Na základě těchto informací navrhuji svým kolegům témata, která by mohla být zajímavým námětem na článek. Redaktoři si poté vybírají některá z navržených témat a přistupují k jejich zpracování.

Jako médium, které primárně cílí na polskou menšinu v Česku, redakce často obdrží náměty na témata od svého publika. I na tom je postavené fungování polské menšiny na Těšínsku, že spolupracuje a komunikuje. *„Jelikož jsme médiem, které reprezentuje polskou menšinu v Česku, často se stává, že nám někdo předloží téma nebo událost, které by stály za zpracování. Lidé nás často sami kontaktují, abychom byli informováni o různých událostech nebo problémech.*“ (Brandys) Pokud jsou náměty od čtenářů relevantní a zajímavé, redakce je za ně obvykle vděčná. Oceňuje zapojení čtenářů a považuje za důležité, že se na ni obrací s návrhy na nová témata.

Podle výpovědí dotazovaných je zřejmé, že při výběru témat se redakce soustředí především na události, které formují život polské komunity na Těšínsku. Nicméně se neomezuje pouze na lokální dění. Snaží se zajistit, aby témata reflektovala jak události v Česku, tak v Polsku. Pokud jde o témata spojená s polskou menšinou, většinou se zaměřuje na kulturu a různé kulturní akce. Redakce také klade důraz na posílení polské identity a pozornost je věnována i regionálnímu dění.

3.4 FORMA A OBSAH

Dříve noviny vycházely třikrát týdně, aktuálně je to pouze dvakrát – v úterý a v pátek. Úterní vydání obsahuje 12 stran, zatímco páteční vychází v rozšířené verzi s 16 stránkami. V

této rozšířené verzi čtenář najde více publicistického obsahu, jako jsou rozhovory nebo reportáže.

Noviny mají ustálený formát, podle kterého se řadí rubriky a témata. „*Na první straně vždy najdete hlavní článek, který obvykle přináší důležité téma nebo událost. Na druhé a třetí straně se většinou nachází regionální zprávy. Stránky uprostřed jsou vyhrazeny publicistice, takže zde najdete rozhovory a reportáže. Na konci jsou umístěny vždy sportovní zprávy spolu s televizním programem a informátorem.*“ (Chlup)

Głos je dostupný jak v tištěné, tak online podobě. Je rozdělen do jednotlivých rubrik, což poskytuje jak novinám, tak webovým stránkám strukturu a přehled. Obsah na internetových stránkách bývá obvykle rozsáhlejší než v tištěném vydání.

Nově má redakce na svých webových stránkách také premium obsah. Za přístup k tomuto materiálu musí čtenář zaplatit. „*Zhruba půl roku funguje na našich internetových stránkách premium obsah. Zatím to není ještě úplně perfektní, ale pracujeme na tom.*“ (Bittmar)

V prémiové verzi novin se často objevují rozsáhlejší texty, které zahrnují publicistiku nebo rozhovory. Články jsou zde publikovány dříve, než se objeví v tištěném vydání. Tímto způsobem se redakce snaží přilákat čtenáře k odběru premium verze.

Pokud chce čtenář získat přístup k premium verzi, má k dispozici pět možností⁷. Ty zahrnují měsíční, tříměsíční, půlroční a celoroční varianty. Navíc existuje ještě VIP verze celoročního předplatného, která zahrnuje i tištěné vydání.

Zavedení premium obsahu má čtenářům uvědomit, že redakce nemůže poskytovat veškerý obsah zcela zdarma. „*Zavedli jsme premium obsah, abychom naše čtenáře postupně zvykli na to, že za kvalitní obsah je potřeba zaplatit. Nemůžeme přece jenom donekonečna fungovat tak, že veškerý obsah, který sdílíme na našich webových stránkách, bude přístupný zdarma.*“ (Schönwald)

Na internetových stránkách je možné sdílet více obsahu. Zatímco v tištěném vydání není možné zveřejnit velké množství fotografií z nějaké události, na internetu toto omezení neplatí. To znamená, že na webových stránkách je k dispozici více fotografií a multimédií, což umožňuje podrobnější pokrytí událostí a bohatší vizuální zážitek pro čtenáře.

⁷ Měsíční balíček premium stojí 135 Kč, tříměsíční 390 Kč, půlroční 750 Kč, celoroční 1380 Kč a celoroční plus 2800 Kč. Jeden výtisk tištěného vydání zakoupíte za 17 Kč.

Díky webovým stránkám může redakce rychleji a efektivněji reagovat na okolní události. *„Internetové stránky by měly ještě rychleji reagovat na události. Například, když dojde k dopravní nehodě někde v okolí v pondělí, mělo by se o tom okamžitě informovat na webových stránkách, a ne až v pátek v tištěném vydání, protože v tu chvíli už to nikoho nezajímá. Musíme být schopni okamžitě reagovat na události, které mohou ovlivnit nás nebo naše čtenáře, a právě k tomu slouží naše internetová stránka.“* (Bittmar)

Webové stránky Głosu mají také pozitivní dopad na jeho dosah. Díky nim je obsah dostupný širšímu publiku. Na rozdíl od tištěného vydání, které nelze distribuovat do Polska, internetové stránky nejsou žádným způsobem omezeny. To znamená, že články jsou online dostupné pro každého, což přispívá k většímu dosahu.

Redakce také používá ke sdílení obsahu a komunikaci se čtenáři sociální sítě. *„Máme Facebook, Twitter, Instagram a také Youtube kanál.“* (Wolff) Na tvorbě obsahu pro sociální sítě se občas podílí každý člen redakce. I když je hlavním správcem sociálních sítí Brandys, obsahem na tyto platformy přispívají i ostatní členové redakce. Dle respondentů je to v dnešní době běžná záležitost, která umožňuje rozmanitost a aktivní zapojení celého týmu do komunikace na sociálních sítích.

Na sociálních sítích redakce většinou sdílí informace ve zkrácené podobě, o kterých následně píše články, sdílí akce a události, kterých se v rámci své novinářské práce účastní, ale také sdílí zábavný obsah v podobě různých obrázků.

Dle Bittmara jsou sociální sítě přínosem. *„Sociální média nám umožňují navazovat spojení s našimi čtenáři více neformálním způsobem. Kdysi se zasílaly dopisy do redakce nebo se volalo na sekretariát, pokud měl někdo nějaké dotazy nebo připomínky. Avšak díky sociálním sítím se tyto interakce přesunuly do digitálního prostoru. Nyní můžeme s našimi čtenáři okamžitě komunikovat prostřednictvím platformy, jako je Facebook, Instagram nebo Twitter. Tento přístup nám umožňuje rychleji a efektivněji reagovat na jejich zpětnou vazbu.“* (Bittmar)

3.4.1 Rubriky

Noviny Głos jsou strukturovány do jednotlivých rubrik, z nichž každá má své vlastní zaměření. Mezi tyto rubriky patří regionální zprávy, sport, kultura, informátor, rubrika věnovaná dětem a mládeži a speciální rubrika věnovaná Polákům žijícím v zahraničí. Každá z těchto rubrik má své stálé místo v novinách, čímž poskytuje čtenářům přehledné a strukturované informace o daných tématech.

Kromě rubrik, které mají v Głosu své stále místo, se občas vyskytnou i nové. „*Objevují se i nové rubriky. Například jsme měli rubriku Naši lékaři, která představovala polské lékaře působící zde na Těšínsku. Stejně tak nyní máme rubriku Naše knihovny, kterou vedu, kde se snažím upozornit na knihovny, které stále nabízejí polské knihy.*“ (Chlup)

Občas se rubriky také mění, a to zejména v situacích, kdy je omezený počet dostupných zdrojů nebo osob, se kterými lze na dané téma diskutovat. V takových případech se objevují nové nápady a vytvářejí se nové rubriky.

Mezi nejčtenější rubriky v novinách patří informátor. „*V informátoru si lidé můžou přečíst třeba, kdo se narodil nebo kdo zemřel. Jeden čtenář mi dokonce řekl, že začíná číst naše noviny právě od této rubriky.*“ (Bittmar)

Noviny také obsahují rubriku s televizním programem. „*Čtenáři velmi naléhali, abychom vrátili rubriku s televizním programem, kterou jsme zrušili. Přiznejme si, že v dnešní době je možné najít televizní program kdekoli na internetu a mladá generace už téměř nesleduje televizi. Nicméně, zejména starší čtenáři nás žádali, abychom tuto rubriku vrátili do tištěného vydání, a tak jsme to udělali. Nyní se snažíme tuto rubriku zatraktivnit, přidáváme do ní fotografie a dbáme na její vizuální stránku.*“ (Bittmar)

3.5 ZDROJE INFORMACÍ

Zdroje informací jsou neodmyslitelnou součástí fungování každé redakce. Díky zdrojům je redakce schopna vytvářet smysluplný obsah s ověřenými informacemi. Redakce Głos má v oblasti zdrojů jedinečné postupy, které souvisí se soudružností polské menšiny, již se primárně Głos věnuje.

Jak jsem zmínila v teoretické části mé práce (viz kapitola 1.3.3), každý zpravodaj má své zdroje, které považuje za důležité a kterým dává přednost. V této kapitole si přiblížíme, zda tohle tvrzení platí pro redaktory Głosu a jak redakce postupuje při získávání zdrojů.

Redakce si zakládá na důvěryhodnosti svých zdrojů. „*Vždy se snažíme sdílet důvěryhodné informace, aby obsah našich novin nikdy neklesl na úroveň bulvárního tisku. V redakci všichni pečlivě ověřujeme použité zdroje, abychom se vyvarovali publikaci neověřených informací.*“ (Bittmar)

Dle Brandyse by měl každý novinář aktivně hledat zdroje informací a budovat si kontakty na různých místech, aby získal potřebné informace ještě předtím, než se dostanou k ostatním

médiím. „*Hlavním zdrojem informací je samotný tým novinářů. Ti systematicky vyhledávají a pečlivě zkoumají informace, aby ověřili jejich věrohodnost a kvalitu.*“ (Brandys)

3.5.1 Oficiální zdroje

Pokud se jedná o informace týkající se celostátních událostí, redakce Głosu se obvykle obrací na oficiální kanály. To zahrnuje kontaktování různých institucí a ministerstev v závislosti na povaze daného tématu. Tímto způsobem se snaží získat spolehlivé a ověřené informace. „*Obracíme se s dotazy na různé jiné instituce. Například pokud píšeme o nějaké věci týkající se školství, informace získáváme na ministerstvu školství.*“ (Chlup)

Kromě už zmíněných oficiálních kanálů, jako jsou instituce a ministerstva, se redakce Głosu spoléhá i na Polskou tiskovou agenturu, od které získává informace týkající se událostí v Polsku. Naopak, přístup k České tiskové kanceláři k dispozici nemá. „*Co se týče informací z České republiky, nemáme přístup k České tiskové kanceláři, takže využíváme zdroje dostupné všem občanům. Pokud se jedná o události v regionu, často čerpáme z tiskových zpráv, které nám přicházejí z různých měst z kraje.*“ (Schönwald)

Głos je pravidelně informován o událostech a aktivitách v okolních městech a obcích díky zprávám poskytovaným tiskovými mluvčími. Tyto zprávy pokrývají širokou škálu témat včetně kulturních událostí, politických iniciativ, sportovních akcí a dalších relevantních událostí v regionu, které jsou důležité pro čtenáře Głosu.

Redakce při získávání zdrojů občas spolupracuje i s jinými médii. „*Občas máme informace dřív než jiná regionální média, jindy zase oni získají něco dříve. Sdílíme si mezi sebou získané informace, čímž si vzájemně pomáháme.*“ (Bittmar)

3.5.2 Zdroje mezi polskou menšinou

Zaměstnanci Głosu disponují osobními zdroji, které zahrnují kontakty a známosti, jež si vytvořili během své kariéry. Tyto zdroje jsou výsledkem dlouhodobé a aktivní práce v redakci. Díky nim má redakce širokou síť kontaktů, které jsou často osobní povahy a umožňují rychlý a důvěryhodný přístup k informacím. „*Tak to u nás na Těšínsku funguje, že někdo předá nějaké informace a ten je pošle dál přes své příbuzné, kamarády. Často se k nám informace dostávají osobní cestou.*“ (Brandys)

Vzhledem k tomu, že polská menšina tvoří relativně malou komunitu, redakce má snadný přístup k informacím o nadcházejících událostech a akcích v okolí. Některé zdroje a informace občas přichází i samovolně, protože čtenáři projevují zájem o pokrytí určitých

událostí a akcí. „*Průběžně dostáváme informace o tom, co se děje nebo co je naplánováno v nejbližších dnech. Poláci na Těšínsku tvoří malou skupinu lidí, kteří se znají a aktivně si vyměňují různé informace a události.*“ (Bittmar)

Místní Poláci představují klíčový zdroj informací pro redakci Głosu. Jejich aktivní zapojení do místní komunity se projevuje nepřetržitým pořádáním různých událostí a akcí, díky čemuž se v regionu vždy něco zajímavého děje.

Někteří členové redakce jsou aktivními členy polských organizací v regionu. Tato účast jim umožňuje udržovat kontakt s organizátory různých událostí a získávat aktuální informace o plánovaných akcích. Díky své angažovanosti ve zdejší společnosti mají přehled o tom, co se v regionu děje, a mohou tyto informace sdílet s ostatními členy redakce.

Akce pořádané polskou menšinou patří k většině témat, kterým se Głos věnuje. Redakce získává informace o těchto událostech jednak prostřednictvím vlastních zdrojů a jednak díky spolupráci s organizátory, kteří sami oslovují médium a sdílejí s ním informace o svých akcích. „*Pokud jde o události polské menšiny, informace získáváme přímo od organizátorů. Často nás také zvou, abychom se dané události zúčastnili osobně. Některé akce se každý rok opakují, v tom případě si zdroje často obstaráváme sami.*“ (Chlup)

Události polské menšiny v České republice koordinuje Polský kulturně-osvětový svaz v České republice a Kongres Poláků v České republice, dvě největší polské organizace v Česku. Často jsou právě tyto organizace zdrojem informací.

Dle Schönwaldové jsou události polské menšiny pro redaktory Głosu zdrojem samy o sobě „*V rámci konkrétní události se stává zdrojem přímo událost. Tím, že se jí často osobně účastním, sama zjistím, co se v rámci dané akce odehrává, povídám si se zúčastněnými, dozvídám se různé detaily.*“ (Schönwald).

3.6 GŁOS JAKO POLSKOJAZYČNÉ MÉDIUM V ČESKÉ REPUBLICĚ

Dle zaměstnanců Głosu být polskojazyčným médiem v České republice obnáší určité výzvy. Jednou z hlavních je fakt, že mají omezený počet čtenářů, protože redakce nemá možnost distribuovat noviny do Polska. To je zapříčiněno tím, že přijímají finanční podporu od Ministerstva kultury České republiky, jehož zákony zakazují distribuci novin mimo území České republiky.

Práce novinářů v Głosu se liší od práce v běžných médiích. Je to jiná forma žurnalistiky, která se vyznačuje zvýšeným zájmem o specifické potřeby čtenářů tím, že se zaměřuje hlavně na témata polské menšiny na Těšínsku. „*Dalo by se říct, že pracujeme pro polskou menšinu tady na Těšínsku.*“ (Wolff)

V rámci polské menšiny se lidé dorozumívají polsky, občas také česky, avšak hlavně místním nářečím. (viz kapitola 1.2.2). Tato okolnost často komplikuje práci zaměstnancům Głosu. „*Jednou z obtížností v naší práci je, že často obdržíme informace nebo odpovědi respondentů, které jsou buď v češtině, nebo v místním nářečí, a tak je pak musíme překládat, což zabere určitý čas.*“ (Brandys) Texty, které přicházejí od České tiskové kanceláře nebo od tiskových mluvčích, jsou v českém jazyce. To znamená, že redaktoři Głosu musí tyto texty přeložit do polštiny, což také představuje dodatečnou práci.

Pro redakci Głosu je vytváření a objevování nových témat náročné. Nacházet neustále nové a zajímavé příběhy a osoby v malé komunitě je výzvou. Bývá obtížné se vyhnout opakování témat a zajistit, aby obsah novin zůstal svěží a zajímavý pro čtenáře.

Dalším omezením, které brzdí redakci, je definovaný cíl, který musí redakce plnit. Tento jev určuje, jaká témata jsou vhodná pro zpracování a jaká jsou mimo rámec zájmů redakce a omezuje tak škálu témat, kterým se redakce může věnovat. „*Musíme naplňovat cíle naší redakce, tedy soustředit se především na témata týkající se polské menšiny a polské identity, což je také určitým způsobem limitující.*“ (Brandys)

Každý člen redakce by měl být obeznámen s důležitými aspekty polské komunity. To zahrnuje znalost místní kultury, tradic a respekt k této skupině lidí. Důležité je, aby rozuměli tomu, jak tato komunita funguje a co pro ni má význam.

Polská menšina v Česku obecně nenaráží na žádné velké problémy či obtíže ze strany české společnosti, organizací nebo institucí. Nejsou patrné žádné xenofobní či etnocentrické tendence, které by znepříjemňovaly život polské menšině v české části Těšínska.

I přestože se redakce odlišuje od ostatních českých médií, nikdy se nesetkala se situací, kdy by nebyla respektována kvůli tomu, že patří k polským médiím v České republice. „*Vždy k nám všichni přistupují stejně, zodpovídají naše dotazy, sdílí informace a tak dále.*“ (Chlup)

3.6.1 Jazyk

Jak již bylo zmíněno, Poláci na Těšínsku používají k běžné komunikaci hlavně nářečí (viz kapitola 1.2.2). To platí i o zaměstnancích Głosu, kteří někdy během každodenní

komunikace mezi sebou rovněž volí právě toto nářečí. „*Například když mluvím s kolegy, používám spíše nářečí.*“ (Chlup)

Bittmar tvrdí, že on se naopak při komunikaci v redakci snaží používat pouze polštinu. „*Člověk se automaticky naučí přepínat do polštiny při práci v redakci a při komunikaci s jejími členy. Ano, primárně používám nářečí, ale pokud bych takto komunikoval i v redakci a při práci, mohl bych mít potíže s používáním spisovné polštiny. Díky tomu, že ji mezi sebou denně používáme, se to pro mě stává více přirozené i při práci novináře. Proto se již mnoho let snažím s ostatními členy redakce mluvit polsky, i když někteří z nás používají v běžném životě nářečí. Usnadňuje mi to moji práci.*“ (Bittmar)

Někteří členové redakce neovládají úplně místní dialekt. Jedná se například o šéfredaktora, který pochází přímo z Polska. Vzhledem k tomu, že jeho mateřským jazykem je polština, při komunikaci s ním ostatní členové redakce automaticky používají spisovnou formu tohoto jazyka.

Při tvorbě obsahu redakce používá výhradně spisovný polský jazyk. Redaktoři píšou články v polštině již při samotné tvorbě textu, i když mají informace a zdroje dostupné v češtině nebo v místním nářečí. Tímto způsobem se vyhýbají pozdějšímu překládání textu z jiného jazyka do polštiny, což usnadňuje a zefektivňuje proces tvorby obsahu.

Každý zaměstnanec by měl ovládat polštinu na takové úrovni, aby byl schopen psát gramaticky správně a mluvit plynule. Znalost češtiny, i když není nezbytná, může být užitečná a přínosná. „*Pokud redaktor ovládá češtinu, je pro něho práce jednodušší, protože se přece jenom stále pohybujeme po České republice.*“ (Schönwald)

3.6.2 Financování a dotace

Redakce Głosu není schopna působit sama nezávisle bez finanční podpory. „*Bez finanční podpory nejsme schopni existovat. Jsme závislí na projektech a dotacích.*“ (Brandys)

I přesto, že být polskojazyčným médiem v České republice přináší své obtíže, redakce má dobrou finanční podporu. „*Existují jisté výzvy, ale pokud jde o finanční podporu redakce, máme se poměrně dobře. Dostáváme dotace od Ministerstva kultury České republiky, což nám umožňuje vydávat noviny na vysoké úrovni. Navíc disponujeme kvalitní technickou výbavou, která také přispívá k dobrým pracovním podmínkám.*“ (Bittmar) Dle Wolffa je právě tato finanční podpora tím, co usnadňuje působení Głosu tady v Česku. „*Díky dotacím z*

Ministerstva kultury v České republice máme obrovský komfort a můžeme bez problému vydávat naše noviny.“ (Wolff)

Redakce získává finanční podporu jak od Ministerstva kultury České republiky, tak i od polské vlády. Tato dvojitá podpora zajišťuje nezávislost redakce a umožňuje pokračování v publikační činnosti.

Jednou z dalších možností finanční podpory jsou projekty. *„Píšeme projekty, které následně předložíme Ministerstvu kultury a ono je buď schválí, nebo ne. Pokud je projekt úspěšný, dostáváme finanční prostředky, které slouží k určitým cílům, třeba propagaci redakce nebo správě internetových stránek. Tyto peníze však nejsou používány na výplaty zaměstnanců.*“ (Bittmar)

3.6.3 Role Głosu u polské menšiny

Dle členů redakce má působení Głosu pro polskou menšinu zásadní význam. Zastává důležitou roli v životech místních Poláků, protože informuje o událostech, problémech a úspěších, které se mezi jejími členy odehrávají. *„Poláci, kteří žijí na Těšínsku, často bydlí v prostředí, kde převažují Češi. Díky Głosu mají možnost sledovat, co se děje v okolních vesnicích a městech mezi místními Poláky, a uvědomit si, že tvoříme určitou komunitu, která není tak malá, jak by se mohlo zdát.*“ (Chlup)

Jednou z dalších funkcí, kterou redakce plní, je udržování spisovného polského jazyka na Těšínsku, protože tato menšina komunikuje primárně nářečím. *„Tvoříme obsah v polském spisovném jazyce, takže jedním z cílů je také zachovat přítomnost spisovného jazyka mezi Poláky na Těšínsku.*“ (Wolff)

Głos hraje klíčovou roli při udržování polské identity, kultury a tradic. Jeho úloha spočívá v integraci místní polské menšiny a umožňuje sdílení jejich zkušeností, příběhů a vzájemnou podporu. Tato funkce má zásadní význam pro udržování polské komunity v tomto regionu.

Redakce je ve své tvorbě jedinečná, protože se zaměřuje na události, o kterých ostatní média nepíší. Díky tomu, že reflektuje cíle a zájmy polské menšiny, přináší čtenářům témata, jež jinde nenajdeme. I přesto, že se doba mění, Głos stále zůstává důležitou součástí polské menšiny. Zatímco dříve byly tyto noviny jediným zdrojem informací o nadcházejících událostech na Těšínsku, s příchodem internetu a sociálních sítí se tato situace změnila. Nicméně členové redakce věří, že přítomnost Głosu má stále význam, protože lidé pořád jeví

zájem o to, aby o nich redakce psala a informovala o tom, co se mezi Poláky na Těšínsku děje.

4 ZÁVĚR

Cílem mé práce bylo zjistit, jak postupuje redakce Głos při své každodenní práci. Během svého výzkumu jsem se zaměřila na jednotlivé fáze redakčního procesu včetně výběru témat, zdrojů a organizace práce v redakci. Jedním z mých hlavních cílů bylo také představit, jak funguje polskojazyčné médium v České republice, poukázat na jeho specifika, celkový charakter a definovat jeho hlavní cíle.

Práce byla strukturována do tří kapitol. V první, teoretické části jsem se zaměřila na tři hlavní oblasti – historii novin Głos a jejich vývoj, polskou národnostní menšinu a koncept mediálních rutin. Ve druhé části jsem představila metodický podklad výzkumu práce. V třetí, analytické části jsem se věnovala vyhodnocování provedených rozhovorů, které zkoumaly mediální rutiny redakce Głos jako polskojazyčného média v České republice.

Všechny rozhovory byly uskutečněny formou online videohovorů přes platformu Skype. Rozhovory byly provedeny s pěti členy redakce Głos, zastávajícími různé pracovní pozice. Jelikož je redakce malá, měla jsem možnost vést rozhovory s téměř všemi zaměstnanci kromě grafika, fotografa a jednoho redaktora kvůli jejich časovým možnostem. To mi umožnilo získat detailní informace o fungování redakce.

Jako hlavní jsem si pro svou výzkumnou práci stanovila otázku: Jaké mediální rutiny uplatňuje redakce Głos při náplni své práce? Mezi další výzkumné otázky, které jsem zvolila, patří: Jak funguje polskojazyčné médium v České republice? Jak probíhá organizace práce v redakci?

Organizace práce v redakci je dle výpovědí respondentů efektivní díky jasnému a zřetelnému rozdělení jednotlivých úkolů mezi zaměstnance na základě pracovní pozice, kterou vykonávají. Každý zaměstnanec ví, co se od něj očekává a co patří do popisu jeho práce. Díky redakčním poradám si redakční tým předává důležité informace a plány pro nadcházející dny, čímž se snaží vyhnout chaosu. Ačkoliv nejsou porady úplně pravidelné, redakce je neustále v kontaktu pomocí platformy Skype, kde řeší všechny akutní věci. Pracovní dny se liší podle toho, zda do vydání tištěných novin zbývá pouhý den, nebo se

jedná o delší časový úsek. Pokud noviny mají vyjít druhý den ráno, jsou všichni zaměstnanci přítomní v redakci a pracují na tom, aby bylo tištěné vydání v co nejlepší kvalitě. V tyto dny je práce v redakci z pohledu zaměstnanců spíše chaotická. V ostatní dny jsou redaktoři často v terénu, kde získávají materiál, který následně zpracovávají.

Výběr témat v redakci se zaměřuje především na události týkající se polské menšiny na Těšínsku a na podporu polské identity a kultury. Mezi další důležitá témata patří zprávy z regionu, jak z Polska, tak i z Česka, mezi které se řadí například politická témata. Vedle regionálních témat se snaží pokrýt i důležité celostátní události v Polsku i v Česku.

Při výběru zdrojů se redakce často obrací na osobní kontakty. Jelikož je polská menšina v České republice malá, mají redaktoři své stálé zdroje, kterým důvěřují a které jim sdělují konkrétní informace. Toto tvrzení se vztahuje především na témata, která se věnují polské menšině, jako jsou třeba zdejší události. Mezi další oficiální zdroje řadí redakce Polskou tiskovou agenturu a také informace získané od tiskových mluvčích, různých institucí nebo organizací.

Další kategorií, kterou jsem zkoumala, bylo, jak funguje polskojazyčné médium v České republice. Dle respondentů není nijak extrémně komplikované působit jako polskojazyčné médium v České republice, ale obnáší to určitá specifika, která dělají práci v této redakci náročnější. Mezi jedny z nich patří například překládání textů z češtiny do polštiny, například v případě používání českých zdrojů nebo rozhovoru s českým respondentem. Další komplikací je třeba vyhledávání nových témat, jelikož se redakce soustředí na malou komunitu, takže je těžké hledat nové zajímavé respondenty. Redakce také plní určité cíle, které svým způsobem limitují okruh témat, o kterých mohou redaktoři psát.

Posledním tématem, kterému jsem se ve své bakalářské práci věnovala, bylo, jakou roli sehraává redakce Głos mezi polskou menšinou. Dle dotazovaných je působení redakce pro udržování a podporu polské identity a kultury mezi Poláky na Těšínsku klíčové. Úlohou redakce je také udržování polského spisovného jazyka, jelikož zdejší Poláci komunikují mezi sebou primárně v nářečí. Další cíle, které redakce plní, je informování o životě zdejší menšiny a propojování zdejší komunity.

Redakce Głos na českém mediálním trhu plní jiné cíle než ostatní média. Její práce je specifická a pro polskou menšinu velmi důležitá. Ačkoliv zájem o tištěný obsah novin klesá, stále jsou lidé, kteří si noviny rádi koupí a přečtou. Na základě informací získaných v této

práci je vidět, že Głos jako polskojazyčné médium v České republice bude fungovat ještě dlouho. Přesto je pravděpodobné, že se v budoucnu přesune primárně k online obsahu.

5 POUŽITÁ LITERATURA

- GANS, Herbert J. Deciding what's news: Story suitability. Online. *Society*. 1979, roč. 1979, č. 16, s. 65–77. Dostupné z: <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/BF02701600>. [cit. 2024-04-19].
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-736-7040-2.
- JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2003. ISBN 978-80-7367-287-4.
- KADŁUBIEC, Karol Daniel a kol.: *Polská národní menšina na Těšínsku v České republice 1920–1995*, Filozofická fakulta Ostravské univerzity, Ostrava: 1997, ISBN 80-70424796
- KASZPER, Roman, Bohdan MAŁYSZ a Józef SZYMECZEK. *Poláci na Těšínsku: studijní materiál*. Český Těšín: Kongres Poláků v České republice, 2009. ISBN 978-80-87381-00-7
- KOLBEROVÁ Urszula, „*Głos Ludu*“ – *gazeta mniejszości polskiej na Zaolziu*. Zarys problematyki. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, 2009. ISBN 978–80–7368–685–7.
- KONOPKA, Krzysztof a MIKOWSKI, Mateusz. *Tusk: język śląski będzie uznany za język regionalny*. Online. PAP S.A. Polska agencja prasowa. C 2024. Dostupné z: <https://www.pap.pl/aktualnosci/news%2C1550466%2Ctusk-jezyk-slaski-bedzie-uznany-za-jezyk-regionalny.html>. [cit. 2024-04-19].
- KOVACEVIC, Petra and PERISIN, Tena. *The Potential of Constructive Journalism Ideas in a Croatian Context*, *Journalism Practice*, 12(6), pp. 747–763, 2018. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1472528>
- KRUMNIKLOWA, Łada. *Polski los. Karta: kwartalnik historyczny*. 2007, roč. 2007, č. 53, s. 24–45. ISSN 0867-3764.
- MCQUAIL, Denis *Úvod do teorie masové komunikace*. S českou předmluvou Jana Jiráka. Vyd. 1. Praha: Portál, 1999. Str. 74. ISBN 80-7178-200-9
- RUSS-MOHL, Stephan. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0158-8.
- SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Žurnalistika a komunikace. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9.
- SIWEK, Tadeusz, Stanisław ZAHRADNIK a Józef SZYMECZEK. *Polská národní menšina v Československu 1945-1954*. Praha: Ústav pro soudobé dějiny AV ČR. 115 s. ISBN 80-7285-009-1. 2001.
- SZYMECZEK, Józef. *Polacy na Zaolziu 1920-2000: zbiór referetów z konferencji naukowej, która odbyła się 13.-14.10.2000 w Czeskim Cieszynie*. Czeski Cieszyn: Kongres Polaków w Republice Czeskiej, 2002. ISBN 80-238-8050-0.

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

WHEATLEY, Dawn. A Typology of News Sourcing: Routine and Non-Routine Channels of Production. Online. *Journalism Practice*. 2019, roč. 2020, č. 14, s. 277–298. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1617042>. [cit. 2024-04-19].

6 PŘÍLOHA

Návod k rozhovorům

Organizace práce
Pracovní pozice a jejich náplň
Pracovní schůzky
Běžné pracovní dny
Pracovní podmínky
Výběr témat
Proces výběru témat
Hlavní témata
Rubriky
Forma a obsah novin
Zdroje informací
Oficiální zdroje
Osobní zdroje
Zdroje mezi polskou menšinou
Specifika polskojazyčného média v České republice
Překážky
Financování
Jazyk
Význam a role pro polskou menšinu