

## 6 ORGANIZACE PRÁCE V REDAKCI

Jaroslav Čuřík, Rudolf Burgr

K pochopení toho, jak fungují redakce různých médií, je třeba si připomenout, že média se nemohou věnovat všem událostem. Vše, co je v médiích publikováno (mediální agenda), omezuje lidské možnosti konkrétního média, jeho kapacita a předpokládaný zájem publika.

Do novin lze zařadit jen omezené množství informací,<sup>300</sup> každé médium může zaplatit jen omezený počet novinářů. Žurnalisté tedy předpokládají, že ne všechny informace a typy zpráv přitahují pozornost publika – a podle nich přitažlivé typy zpráv upřednostňují před těmi „nepřitažlivými“.<sup>301</sup>

*„Média (editoři, vedoucí vydání, redaktori, sami novináři) zprávy třídí a vybírají a tím, že si je vybírají, vybírají také agendu témat, jež se dostanou do zorného pole příjemců, a vzbuzují tak dojem, že jsou – v daném dnu či týdnu – nejdůležitější.“ (Burton – Jiráček 2001: 239–240)*

Události, které se stanou zprávami, vybírají takzvaní gatekeeperi, čili dveřníci, kteří pracují s mediálními rutinami. Jejich funkci mnohdy vykonává více lidí na různých úrovních – zpravodaj, redaktor nebo vydavatel. Z množství informací vybírají takové, jež si podle nich zaslouží zveřejnit a rozhodují o tom, co se do zpráv dostane a co ne. Takový výběr ovlivňují dvě skutečnosti. Každá mediální organizace si vybírá, koho zaměstná, a redakci tak tvoří lidé, kteří jsou ochotni akceptovat mediální rutiny konkrétní organizace.

Obsah médií ovlivňují také profesní standardy. Novináři se řídí například etickými normami,<sup>302</sup> zákony a užívají podobné postupy, i když pracují pro různé redakce.

Základním zákonem, kterým se žurnalisté v tištěných médiích řídí, je zákon 46/2000 Sb. ze dne 22. února 2000 o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (*tiskový zákon*). Jedno z nejdůležitějších ustanovení pro novináře je § 16 Ochrana



300 Do značné míry to platí i pro online média, přestože teoreticky či technicky vzato je jejich rozsah téměř neomezený. V tomto případě ale hraje roli především předpokládaný zájem publika, které by s velkou pravděpodobností nemělo chuť ani čas konzumovat kapacitně neomezené zpravodajství.

301 Za přitažlivé pro čtenáře považují novináři ta témata, která vyhovují alespoň některým ze zpravodajských hodnot, které v 60. letech 20. století stanovili badatelé Johann Galtung a Mari Ruge. Více informací k procesu výběru událostí a témat k žurnalistickému zpracování lze najít v kapitole 5 Obsah a forma – vybrané aspekty proměny českých deníků.

302 Viz například Etický kodex novináře na stránkách Syndikátu novinářů České republiky: [http://syndikat-novinaru.cz/index.php?web=1&main=5&sub=36&main\\_tit=Etika&sub\\_tit=Eticky\\_kodex](http://syndikat-novinaru.cz/index.php?web=1&main=5&sub=36&main_tit=Etika&sub_tit=Eticky_kodex) (15. 3. 2012). Zde <http://syndikat-novinaru.cz/1/5/etika> (15. 3. 2012) lze najít také stanoviska etické komise syndikátu a zde <http://epaper.mfdnes.cz/o-mf-dnes/eticky-kodex> (15. 3. 2012) Etický kodex MF Dnes.

zdroje a obsahu informací a paragrafy 10 (o právu na odpověď) a 11 (upravuje takzvané dodatečné sdělení).<sup>303</sup>

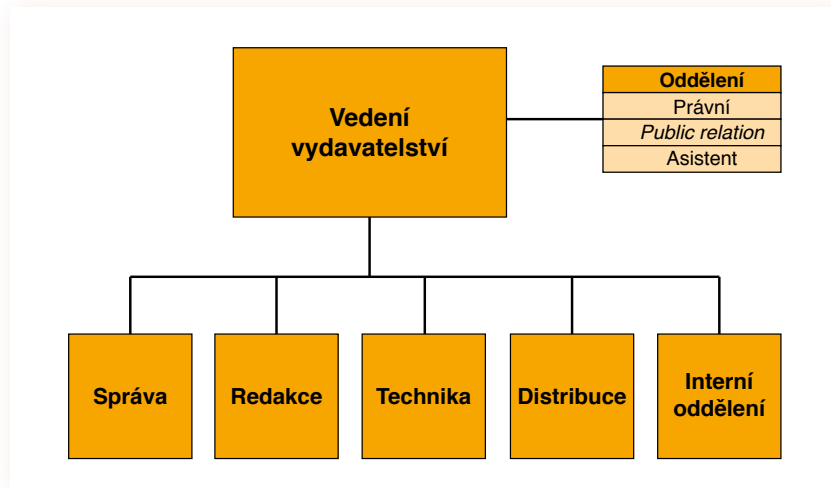
Pokud žurnalisté dodržují profesní standardy, vede to mimo jiné ke sblížení obsahů. Novináři uvažují podobně, dodržují například stejná či velmi podobná pravidla práce se zdroji, vybírají si podobná témata. Média pak, bez ohledu na typ, produkují podobné obsahy.

K dalším faktorům jež vedou ke sblížení obsahů, je konvergence médií podmíněná technologiemi – spolupráce mezi médii, která produkují odlišné produkty, například tištěné noviny a televize.

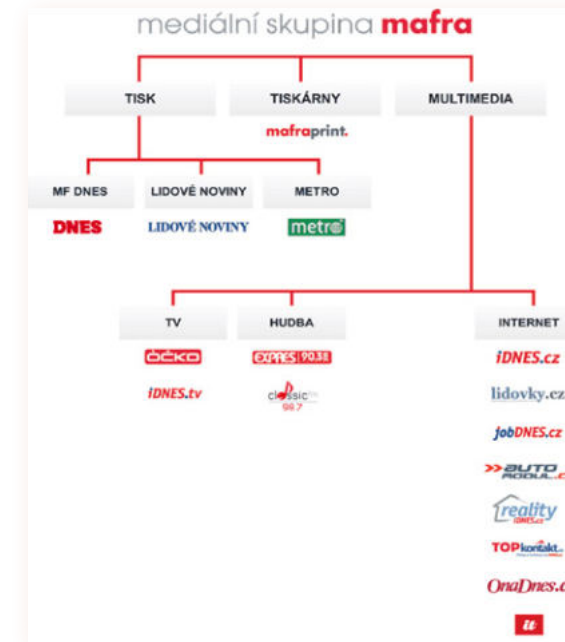
## 6. 1 Média jako obchodní společnosti

Média fungují jako zvláštní obchodní společnosti. Podle McQuaila (1999: 181) je klíčem k neobvyklému charakteru médií skutečnost, že jejich činnost je zároveň ekonomická, politická a také velmi závislá na měnících se technologiích šíření.

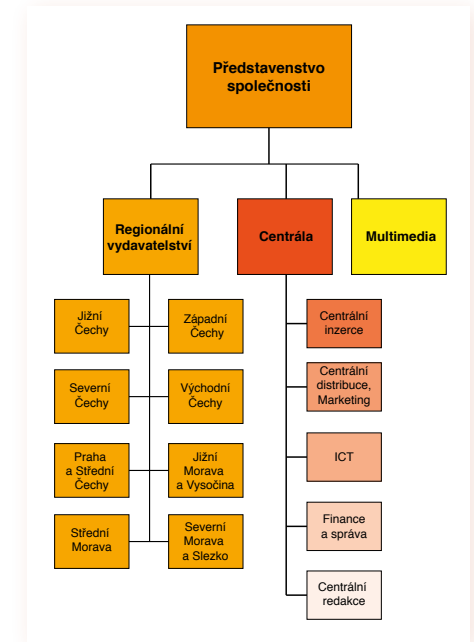
Mediální organizace mají zpravidla hierarchickou strukturu a většinou je neřídí přímo vlastníci, ale manažeři. Existují ovšem výjimky – například malé okresní týdeníky vlastněné malou firmou někdy řídí jako šéfredaktor právě jejich vlastníci.



Obrázek 6. 1 Struktura mediální společnosti. Zdroj: RuB-Mohl 2005: 151



Obrázek 6. 2 Struktura mediální společnosti Mafra, a. s.  
Zdroj: [http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra\\_all](http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all)  
[cs\\_o-spolecnosti\\_struktura-spolecnosti.htm&menu](http://www.mafra.cz/cs_o-spolecnosti_struktura-spolecnosti.htm&menu)  
(15. 1. 2012)



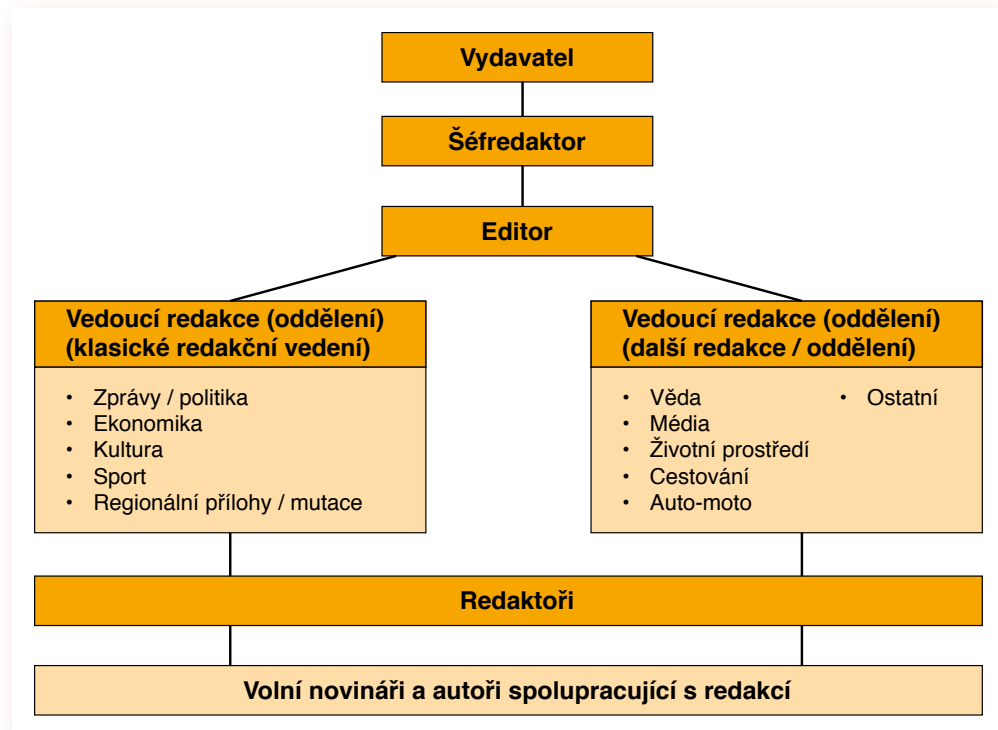
Obrázek 6. 3 Struktura mediální společnosti Vltava-Labe-Press, a.s.  
Zdroj: archiv autora

### Struktura redakce, vybrané profese

Stejně jako celá mediální společnost, má i redakce hierarchickou strukturu. Redakci řídí manažer, šéfredaktor, který mimo jiné funguje jako spojnice mezi redakcí a vedením mediální organizace. V dnešní době jsou šéfredaktoři zapojeni i do ekonomického rozhodování. Zároveň ovšem mají hájit autonomii redakce.

Základní fungování redakcí je podobné bez ohledu na druh a velikost média (noviny, zpravodajské servery, televize, rozhlas, lokální, regionální, celostátní). Výkonnou silou jsou vždy redaktori – konkrétní redakce se ovšem liší svou strukturou a organizací.

303 Tiskový zákon v aktuálním znění je k dispozici například na Portálu veřejné správy České republiky, viz <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=49066&fulltext=tiskov~C3~BD~20z~C3~A1kon&nr=&part=&name=&rpp=15#local-content> (9. 6. 2012).



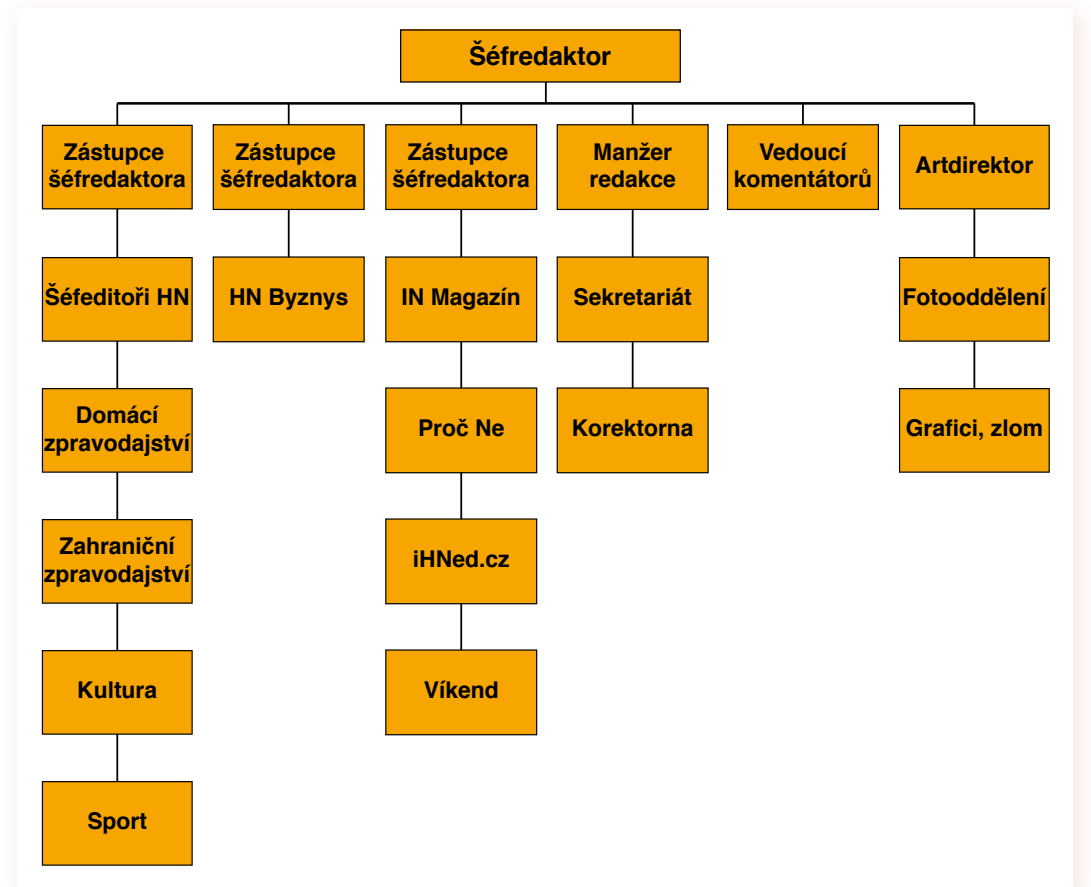
Obrázek 6. 4 Organigram redakce. Zdroj: Ruß-Mohl – Bakičová 2005: 152

Pokud jde o profese v médiích, některé jsou prakticky stejné jako v jiných firmách (personalista, účetní a podobně). Liší se především odborné profese (profese v redakci, distribuci, inzerci) a částečně se liší některé odborné profese v tištěných a online médiích.<sup>304</sup>

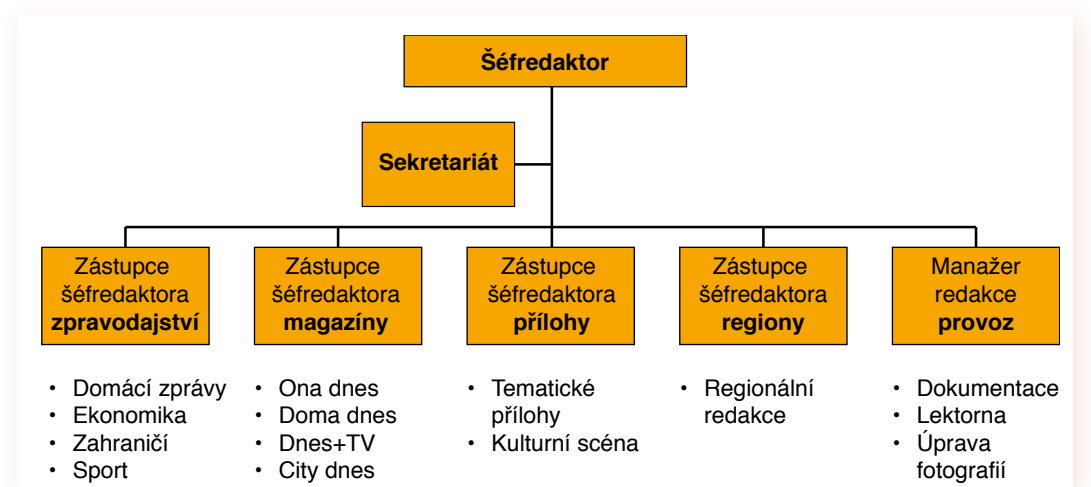
V médiích tedy najdeme: vydavatele (majitele), manažery, ředitele, produkční, marketingové a inzertní pracovníky, administrativu, techniky (například grafiky, zvukaře, střihače, osvětlovače), vedoucí redakční pracovníky (šéfredaktory, editory, vedoucí vydání, vedoucí směn) a redaktory (zpravodaje, reportéry, fotoreportéry, komentátory a podobně).

Struktura redakce v moderních médiích ale nezahrnuje pouze vedoucí pracovníky, editory a redaktory. S postupující multimedialitou tištěných médií vznikají také profese s nejasněnou kategorizací.

304 Rozdíly existují také v profesích v televizi či v rozhlasu, ovšem těmito médii se zde nezabýváme, zabývá se jimi publikace navazující – Nové trendy v médiích II: rozhlas a televize (Motal 2012).



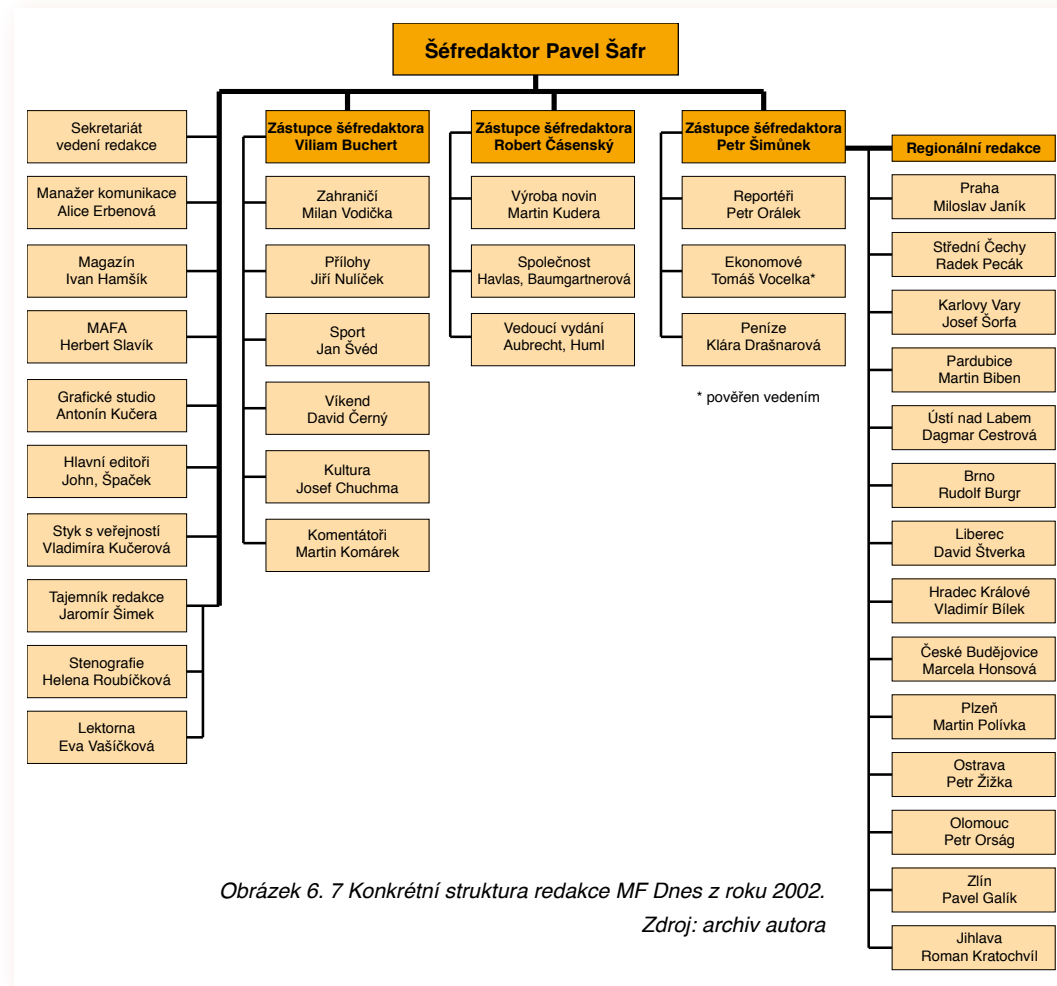
Obrázek 6. 5 Struktura redakce Hospodářských novin. Zdroj: HN



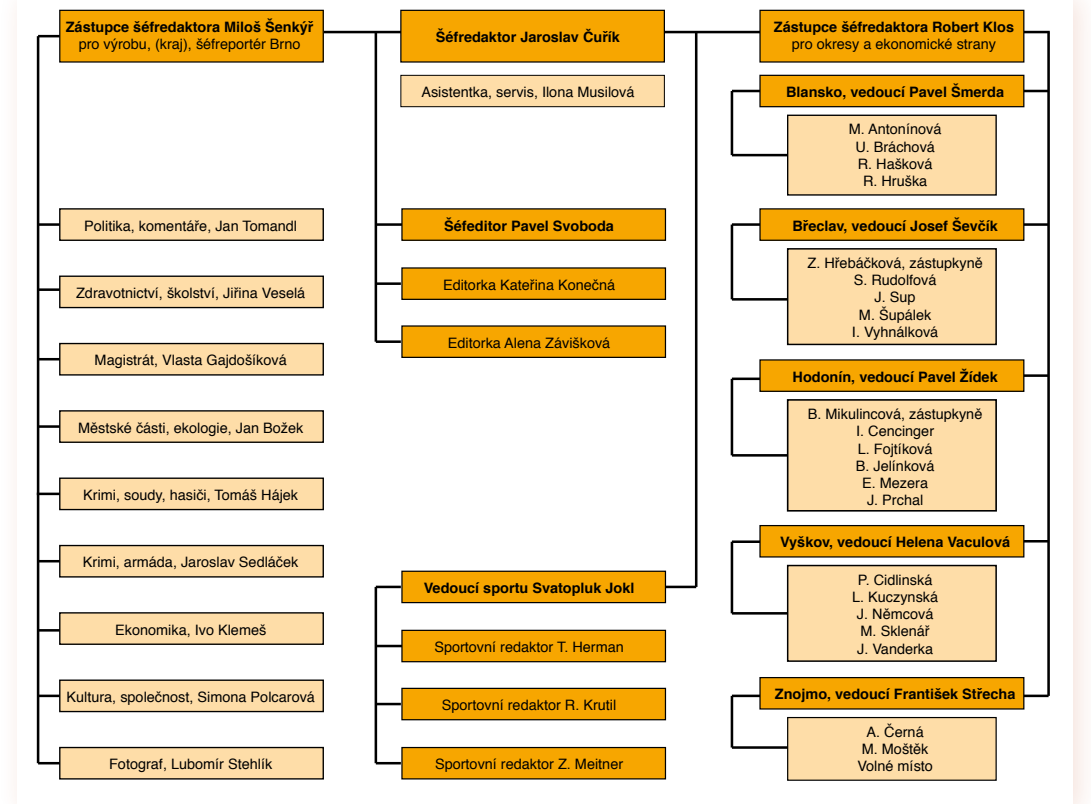
Obrázek 6. 6 Struktura redakce MF Dnes. Zdroj: MF Dnes

„Celé odvětví se vyznačuje tak mnohotvárnými úkoly, že přesně vymezit jednotlivé profese a specifickou oblast jejich činnosti je možné jen s obtížemi. Ani rozmanité názvy povolání, až udivující ve své kreativě, nevnašejí do otázky definice jednotlivých profesí v médiích příliš transparence. Z názvů jednotlivých profesí a pracovních činností navíc vyplývá, že u většiny z nich se běžně používají pro příslušné profese původní anglické názvy.“ (Schellmann 2004: 66)

Jde především o profese, spojované s novými technologiemi a multimédií (například *online redaktor*, *multimedia assistant*, *multimedia developer*, *foto and multimedia producer*, *screen-designer* a podobně). Mnohé činnosti při výrobě multimédií jsou podobné činnostem při výrobě audiovizuálních médií nebo při filmové a televizní produkci. Jsou ale díky novým technologiím doplněny o nové možnosti.



Obrázek 6. 7 Konkrétní struktura redakce MF Dnes z roku 2002.  
Zdroj: archiv autora



Obrázek 6. 8 Konkrétní struktura jihomoravské krajské redakce (a redakcí okresních) deníku Rovnost z roku 2005.  
Zdroj: archiv autora

## 6. 2 Fungování redakce v tištěných médiích

Zpracovávat velké množství informací v časové tísni umožňují nepsaná pravidla mediálních organizací týkající se shromažďování a zpracování informací, *mediální rutiny*. Mediální organizace si jejich pomocí strukturují čas a prostor tak, aby si dokázaly udělat časový plán práce, vytvořit si zpravodajské síť, definovat postupy práce a vytvořit si tak řadu pracovních technik, jež hrají důležitou roli při tvorbě mediálních sdělení.

„Rutiny jako pravidelné vzorce jednání zpravodajských organizací usnadňují kontrolu toku práce a umožňují zpracovávat v krátkém časovém horizontu nečekané události. Rutiny formují soustavu pravidel a stávají se integrální součástí představy o tom, co znamená být mediální profesionál.“ (Trampota 2006, s. 55)

O rutinách, zažitých způsobech, jak vyrábět žurnalistické materiály, a také o organizaci práce v mediální organizaci rozhoduje redakční management.

Podobu zpráv ovlivňují tlaky ze strany publika, mediální organizace a zdrojů. Od toho se odvozují základní otázky zohledňované při tvorbě zpráv. Tyto otázky jsou důležité pro výběr událostí, které budou zařazeny (a jakým způsobem) do zpráv (viz Shoemakerová – Reese 1996: 109):

1. Co je přijatelné pro publikum?
2. Co je médium schopno zpracovat?
3. Jaký informační materiál od zdrojů má médium k dispozici?

Ve zpravodajství se rutinní postupy vyskytují v několika rovinách – při sestavování agendy, vyhledávání informací, práci se zdroji a také při konečném zpracování zpráv.

## 6. 2. 1 Práce reportéra a editora

V následujícím textu se zabýváme prací reportéra a editora z hlediska běžného fungování redakcí zejména v seriálních českých denících a vybrané aspekty toho, „*jak by to mělo být*“ konfrontujeme s tím, „*jak to je*“ v denní žurnalistické praxi.

Redakční produkty vznikají na této „výrobní lince“: redaktor/fotograf – editor/grafik – korektor – tiskárna/web.<sup>305</sup> Ještě předtím, než začne příslušný redaktor na zprávě pracovat, musí ovšem získat téma. A právě vyhledávání témat (nápad) je při novinářské práci to nejsložitější. Dobrý reportér<sup>306</sup> tedy musí umět nejenom dobře psát (platí to, ať už pracuje pro jakékoliv médium, jde o základní novinářskou dovednost), ale rovněž aktivně vyhledávat důležitá a zajímavá témata, musí umět shromažďovat a vyhodnocovat informace – analyzovat je, interpretovat, vybírat a dávat do souvislosti. *Redaktor, reportér*<sup>307</sup> je v každém případě tím nejdůležitějším činitelem při produkci zpráv. Reportér, který chce být dobrý, by měl být například přesný, objektivní, skeptický ke zdrojům, poctivý, vnímavý, asertivní a dravý (srov. Tušer 1999: 128–132).

Pro reportéra je také důležité umění naslouchat – zároveň je ovšem třeba nebát se ptát: když novinář odpovídi nerozumí nebo ji nedostane, musí dokázat položit stejnou otázku i třikrát, čtyřikrát, desetkrát (třeba i jiným způsobem). Dobrý reportér nikdy neslibuje nic, co nemůže dodržet a vyhýbá se střetu zájmů.

305 Na vznik titulní strany MF Dnes z materiálů dodaných redaktory se lze podívat zde: <http://redakcni.blog.idnes.cz/c/120750/Podivejte-se-na-video-kde-uvidite-jak-pro-vas-delame-noviny.html>, zde <http://www.newseum.org/todayfrontpages> jsou aktuální titulní strany některých světových deníků (15. 3. 2012).

306 Profesi reportéra a editora se podobně zabývá také interní příručka *Novinářské minimum*, kterou pro vydavatelství Vltava-Labe-Press v roce 2006 v rámci Institutu regionální žurnalistiky FSS MU Brno zpracovali Rudolf Burgr, Jaroslav Čuřík a Lenka Waschková Císařová.

307 Termíny reportér a redaktor jsou zde používány jako synonyma, protože v dnešní redakční praxi se oba pojmy většinou také nerozlišují.

Dobrý novinář by měl pracovat bez předsudků a být nestranný, měl by odlišovat vlastní názory (komentáře) od zpravodajství a nesměšovat je do jednoho článku (i když novináři v některých médiích to dělají; a někteří praktici to považují za trend). Předtím, než začne pracovat na článku, by se měl dobrý novinář rozhodnout, jaký žánr použije a čeho přesně se má článek týkat. Podle toho musí shromáždit a vybrat všechny potřebné a podstatné informace a pak musí vymyslet kompozici článku, poutavý úvod a titulek.

Dobrý novinář rovněž nesmí těžit z nezkušenosti lidí, kteří nejsou na média zvyklí (například jde o děti), nikdy neupravuje skutečnost, nevymýšlí si informace, citace, postavy a příběhy a neupravuje fotografie.<sup>308</sup> Dobrý redaktor také neopisuje informace z jiných médií – když se bez informace z jiného média opravdu neobejde, uvede, odkud informace získal. Jinak jde o krádež informací.<sup>309</sup>

Zvláště redaktor v regionálním či lokálním<sup>310</sup> médiu musí dobře znát prostředí, v němž působí a musí mít své vlastní spolehlivé zdroje, musí být vždy dobře a včas informovaný o dění ve svém regionu. Právě práce regionálního či lokálního novináře je v mnohém ohledu těžší než práce novináře v centrální celostátní redakci. Týká se to nejen samotného vyhledávání témat, ale i přístupu k nim. Právě regionální a lokální novináři se totiž mohou mnohem více dostávat do střetu zájmů zejména kvůli různým osobním vazbám. Pavel Macků, v té době jihomoravský krajský šéfredaktor Deníků VLP, se ve svém příspěvku *Achillova pata regionální žurnalistiky* ve sborníku *Regionální média v evropském kontextu* (Waschková Císařová (ed.) 2007: 102) ptá, zda se lze střetu zájmů v regionální žurnalistice vůbec vyhnout a uvádí několik existujících problémů:

- tykání si s primátorem či starostou je u některých žurnalistů naprosto běžné a konotuje tak bližší vztah těchto dvou osob,
- v malém městě se všichni znají – není jednoduché psát o člověku, se kterým novinář sedává v jedné vesnické hospodě či v sokolovně,
- jsou novináři připraveni jít do středu s lidmi, které znají? Jsou všichni novináři skutečně připraveni jít do střetu a upřednostnit tak vlastně zájmy svého zaměstnavatele nad své soukromé zájmy – tedy vycházet s lidmi ze svého okolí? To je zásadní střet, do něhož se časem dostane každý lokální novinář. U regionálních médií, které jsou ve vlastnictví lidí

308 Novináři by měli dodržovat profesní pravidla a etické kodexy, ovšem ne všichni to dělají. Například americká novinářka Janet Cookeová počátkem 80. let 20. století napsala do listu Washington Post příběh o osmiletém černošském chlapci Jimmym, který je závislý na heroinu. Za reportáž dostala Pulitzerovu cenu. Pak se ale ukázalo, že Cookeová si všechno vymyslela a cenu musela vrátit. (viz například Jiráček – Köpplová 2009: 296)

309 Problém krádeže informací je obecně mnohem větší v prostředí online médií různého druhu na internetu než v zavedených klasických médiích. Vydavatelství Ringier Axel Springer CZ, Mafra, Economia, Centrum Holdings a agentura ČTK se proto 4. 4. 2012 shodli na první verzi pravidel nazvaných *Co se smí a nesmí při využívání obsahu na internetu*. Jde o takzvanou *release candidate* verzi pravidel, což znamená, že jsou téměř hotová a vyžadují testování širší komunitou. Viz Příloha č. 1: *Co se smí a nesmí při využívání obsahu na internetu* (<http://www.unievydavatelu.cz/Upload/1011.pdf>, 10. 6. 2012).

310 Například podle typologie navržené Tušerem (1995: 8–9) je lokalitou obec a město, regionem okres, oblast, nebo kraj. Z toho pak vychází označení médií za lokální či regionální.

přímo z konkrétního místa bydliště, a nevlastní je ekonomicky a politicky nezávislý majitel, je upřednostnění zájmů vydavatele prakticky nemožné.

Macků (in Waschková Císařová (ed.) 2007: 102) dodává, že „novinář, pokud nechce přijít o práci, se (v takových případech) neubrání otištění PR článků, skryté reklamy či napsání rozhovorů na zakázku“. V souvislosti s tématy je pro novináře důležité plánování. Správný redaktor si práci plánuje, nespolehá se na to, co přinese den. Vede si také vlastní elektronický archiv, pravidelně si doplňuje adresář kontaktů a databázi různých tipů a námětů. Dobrý redaktor by neměl být pouhým přepisovačem tiskových zpráv a svodek hasičů a policistů, ale měl by především sám aktivně vyhledávat témata. Redaktor by také měl článek před odevzdáním k dalšímu zpracování zkontrolovat (což v praxi nebývá, například kvůli časovému tlaku, tak samozřejmě, jak by se mohlo zdát).

Situace nejen na českém a slovenském mediálním trhu je však složitá. Vydavatelé šetří, zkušené novináře (kterým musí více platit<sup>311</sup>) mnohdy propouštějí a přijímají méně zkušené, kteří mají s vyhledáváním témat potíže. Navíc se počet novinářů v redakcích spíše snižuje, což znamená, že práce přibývá – novináři pak, aby dostali požadovanému množství práce, více a více využívají právě tiskové zprávy a policejní či hasičské *svodky*. Je to rychlejší a jednodušší než hledat a zpracovávat vlastní témata.

Redakce dnes také stále častěji využívají externích spolupracovníků. Specifikem v mnohých českých médiích jsou takzvaní *stálí externisté*. Označují se tak novináři, kteří nemají s vydavatelem pracovní smlouvu, ale pracují na svůj živnostenský list. Mají přitom stejné povinnosti jako redaktori s běžnou pracovní smlouvou, mají své místo v redakci a používají redakční techniku.

Jde o způsob práce zvaný *švarcsystém*, který není v Česku v současné době v souladu se zákonem – pro zaměstnavatele je výhodný, protože za takového pracovníka nemusí odvádět daně. Na daních může ušetřit i *stálý externista*, ovšem na druhé straně takový novinář nemá právo na dovolenou, na nemocenskou ani na žádné případné benefity, které vydavatel poskytuje svým zaměstnancům. Vydavatel se rovněž může takového pracovníka rychle „zbavit“, protože se na něj nevztahují žádné zákonné výpovědní lhůty. Skončit ze dne na den se ovšem může rozhodnout i samotný pracovník.

V redakcích mají novináři většinou své zaměření, obory, o kterých píší – například zdravotnictví, školství, armáda, policie a podobně. Reálný stav je ovšem takový, že vzhledem k neustálému snižování počtu redaktorů jde spíše o skupinu oborů, které spolu více či méně souvisí.

Zvláštním „druhem“ novinářů pak jsou žurnalisté *investigativní*, kterých je ovšem v českých či slovenských poměrech jen několik, protože jejich práce je pro vydavatele drahá (zatímco řadový redaktor v současných tištěných denících nebo online zpravodajských médiích musí denně vyprodukovat několik

článků,<sup>312</sup> investigativní novinář napíše například za dva tři měsíce pouze jeden, i když prestižní; anebo také nemusí napsat nic – pokud se mu nepodaří informace z kauzy, kterou zpracovává, ověřit).

## Profese editora

Editor je novinář, který je zodpovědný za celé vydání, za jednotlivé stránky nebo za konkrétní rubriky. Jeho prací je konečná úprava materiálů (stránek, rubrik) k vydání (Osvaldová – Halada a kol. 1999: 54). Redigováním by měl projít každý text a je dobré, aby základy redigování znal každý redaktor.<sup>313</sup> Prací editora je ovšem nejenom redigovat, ale také komunikovat s redaktory. Po jejich návratu z akce s nimi konzultuje záměr, který vzešel z porady. Platí to hlavně, když se děje něco aktuálního nebo se téma vyvíjí oproti původním předpokladům jinak. Průběžné informování o změnách umožňuje neustále upřesňovat podobu připravovaného vydání a zlepšovat jeho kvalitu.

Specifická je práce šéfreditora ve velkých denících, Zde jsou například povinnosti hlavního editora MF Dnes Bohumila Špačka (2011):

1. Vybírá (respektive účastní se výběru) tématu na titulní stranu novin.
2. Koordinuje spolupráci regionálních příloh s celostátní částí novin – tedy především vybírá texty napsané redaktory regionálních příloh, které půjdou do novin.
3. Koordinuje provoz mezi „papírovými“ novinami a internetovou sekci – tedy určuje, co, v jaké podobě a kdy půjde z novin na internet a vice versa.<sup>314</sup> Významnější texty pro internet rediguje.
4. Schvaluje všechny stránky před odchodem do tiskárny.
5. Přípravuje mutace titulní strany, tedy její případné změny pro jednotlivá regionální vydání.
6. A nejnověji (což je teprve ve zkušebním provozu), kompletuje, schvaluje a odesílá vydání MF Dnes pro tablety (iPady).

Celý systém, kdy článek mimo autora vidí, připomínkuje a případně upravuje další člověk, pomáhá vyšší kvalitě příslušného média. Zvláště v malých regionálních redakcích, kde pracují tři čtyři novináři, však v některých případech texty nikdo nerediguje, před vydáním je nevidí nikdo jiný než jejich autor (a někdy také korektor či korektorka, což také nebývá pravidlem).

312 Zvyšování počtu článků, které musí novináři denně vyprodukovat, má samozřejmě negativní vliv na výslednou kvalitu textů.

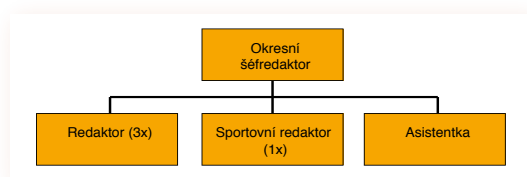
313 Editorem by se měl stávat pokud možno vždy jeden z nejlepších a nejzkušenějších redaktorů. Pak ho budou redaktori respektovat a jeho práce bude kvalitní. Samozřejmostí by měla být vynikající znalost českého jazyka a přívětivý vztah k technice, protože dnešní editor pracuje s vyspělými redakčními systémy. Bohužel ne vždy tomu tak v praxi je. Také autor tohoto textu se za léta své redaktorské praxe setkal s editory, kteří si nerozuměli s technikou, stejně jako s editory, kteří si nerozuměli s českým jazykem.

314 A naopak.

311 Platy, zvláště v regionálních redakcích (okresních, ale i krajských) přitom nejsou nijak vysoké, mnohde výše hrubé mzdy u začínajících novinářů nepřekračuje 15 tisíc korun.

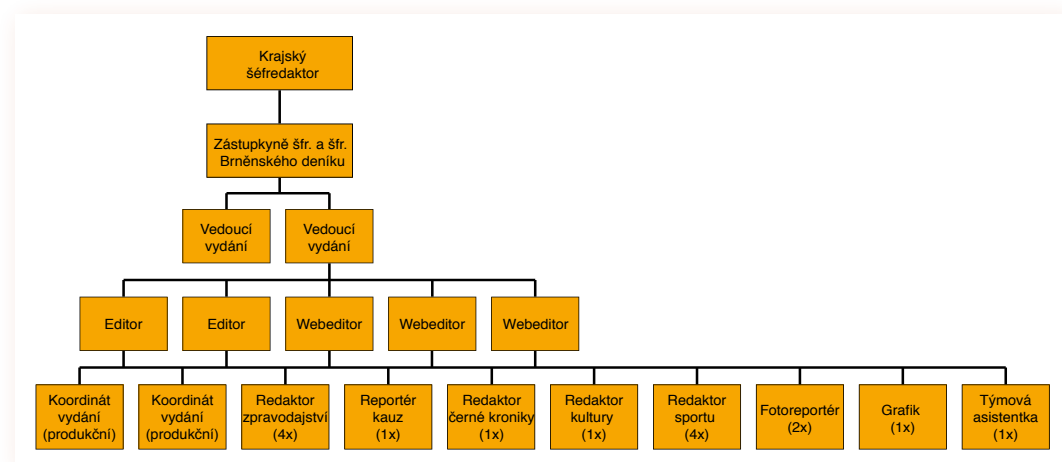
Například v okresních redakcích regionálních Deníků VLP na jižní Moravě funguje editování podle slov krajského šéfredaktora Tomáše Hermana (2012) takto: „Tam se střídají ti dva nejdůležitější redaktori, to znamená šéfredaktor a zástupce šéfredaktora a editují stranu jedna, tři, čtyři. Ty ostatní se nemusí tolik editovat. Korektury většinou řeší pomocí honorářů. Že tam nějaký češtinář z gymnázia si odpoledne přivydělá na korekturách.“

Na obrázcích lze srovnat konkrétní struktury okresních redakcí Deníků VLP na jižní Moravě, jihomoravské krajské redakce VLP a jihomoravské krajské redakce MF Dnes. Z údajů vyplývá, že krajská redakce MF Dnes má v současné době pouze jednoho editora, krajská redakce Deníků VLP má dva editory<sup>315</sup> a tři webeditory a okresní redakce VLP nemají editora žádného.



Obrázek 6. 9: Struktura okresních redakcí Deníků VLP na jižní Moravě.

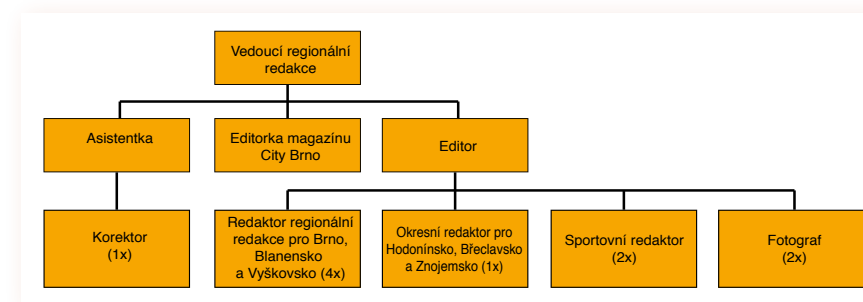
Zdroj: VLP



Obrázek 6. 10 Struktura krajské redakce VLP na jižní Moravě (bez okresních redakcí).

Zdroj: VLP

<sup>315</sup> Srovnání počtů editorů i redaktorů v krajské redakci MF Dnes a v krajských a okresních redakcích Deníků VLP bereme ovšem s rezervou, protože MF Dnes vyrábí pouze jednu krajskou přílohu, zatímco Deník na jižní Moravě má celkem šest vydání (Brněnský deník Rovnost, Blanenský deník Rovnost, Břeclavský deník Rovnost, Hodonínský deník Rovnost, Vyškovský deník Rovnost a Znojemský deník Rovnost. Pro okres Brno-venkov je určeno brněnské „městské“ vydání). Ve struktuře jihomoravské krajské redakce VLP nejsou uvedeni pravidelní externisté: jde o zhruba 30 spolupracovníků, kteří se věnují publicistice, pět novinářů píšících zpravodajství a také o čtyři korektory.



Obrázek 6. 11 Struktura krajské redakce MF Dnes na jižní Moravě.

Zdroj: MF Dnes

Struktura jihomoravské redakce MF Dnes je platná od června 2012. Vedoucí jihomoravské redakce je současně vedoucí divize, pod níž spadají krajské redakce v Jihlavě a ve Zlíně. Divize má svého divizního editora, který má na starosti speciální přílohy, brněnská asistentka je společná pro celou divizi a má na starosti všechny korektory. V Brně totiž sídlí také korektorna pro celou Moravu – má celkem čtyři korektory.

Na struktuře jihomoravské redakce MF Dnes jsou patrné „zeštíhlující“ změny, které vydavatel zdůvodňuje spojováním regionálních redakcí deníku MF Dnes a portálu iDnes.

Do poloviny roku 2012 jihomoravská redakce vydávala dvě přílohy (Brno a Jižní Morava), nyní už je to jenom jedna společná pro celý kraj. Zatímco dosud byli v Brně tři editoři, nyní je to editor jeden (plus editorka pro magazín City Brno), klesl také počet okresních redaktorů ze dvou na jednoho a redakce přišla o jednoho fotografa a sportovního redaktora (oba pracovali na poloviční úvazek). Redakce už také nemá dva žurnalisty na plný úvazek, kteří se věnovali pouze práci pro server iDnes, a stejně tak přišla o dva další, pracující pro iDnes (nejen jihomoravský) na poloviční úvazek.

## 6. 2. 2 Využívání technologií a změny rutin

Technologický pokrok i ekonomika jsou dva základní faktory, které dnes nutí vydavatele a šéfredaktory, aby po novinářích stále častěji vyžadovali multimediálnost (tedy aby redaktori uměli nejenom psát, ale také zpracovávat video i audio). Tento trend se přitom týká prakticky všech typů médií – multimediální novinář totiž může zvládnout práci i za několik „nemultimediálních“ žurnalistů.

Technologické možnosti jsou přitom v dnešní době téměř neomezené. Už v roce 2008 například použila americká CNN poprvé v historii televizního vysílání živý přenos hologramu. V newyorském studiu se před moderátorem Wolfem Blitzerem „zhmotnila“ reportérka Jessica

Yellinová, která byla ve skutečnosti v Chicagu. Ve studiu ji tam snímalo 35 kamer s vysokým rozlišením, které byly propojeny s kamerami v New Yorku.<sup>316</sup>

K napsání článku dnes už dokonce někdy není třeba ani novinář – stačí robot, automat. Například americká firma *Narrative Science*,<sup>317</sup> k jejímž zakladatelům patří Kris Hammond a Larry Birnbaum z chicagské Northwestern University (zabývají se počítači a žurnalistikou) dodává články několika desítkám odběratelů, mezi něž patří i webová verze časopisu *Forbes* (jde o zprávy týkající se ekonomického hodnocení firem) nebo síť *Big Ten Network*, kde automat tvoří sportovní zprávy. Program využívá k psaní článků prvky umělé inteligence – prozkoumá strojově zpracovatelné zdroje, data zanalyzuje a sepiše zprávu. Přestože takový systém nedokáže nahradit novináře ve všech případech (zvláště při tvorbě autorské publicistiky), výhodou je, že „robotické“ zprávy jsou zpracované a uveřejněné velmi rychle (krátká sportovní zpráva do 60 vteřin po skončení utkání), jsou levné a údajně jsou i prakticky nerozeznatelné od zpráv zpracovaných žurnalisty.<sup>318</sup> (Lohr 2011)



Obrázek 6. 12 Blog Forbesu s článkem, který vytvořil počítač.

Zdroj: <http://www.forbes.com/sites/narrativescience/2012/04/05/forbes-earnings-preview-alcoa-2/> (16. 4. 2012)

316 Viz První interview s hologramem v dějinách televize .avi na [www.uloz.to/live/930158/prvni-interview-s-hologramem-v-d-jinach-televize-avi](http://www.uloz.to/live/930158/prvni-interview-s-hologramem-v-d-jinach-televize-avi) (15. 3. 2012).

317 Další informace o společnosti Narrative Science lze najít na [www.narrativescience.com](http://www.narrativescience.com).

318 Zmíněný program funguje zatím pouze v angličtině. Je však více než pravděpodobné, že podobné programy budou v blízké budoucnosti k dispozici i pro jiné jazyky. Českým novinářům by zatím v některých případech mohly usnadnit práci jiné programy – ty, které slouží k převodu řeči na text. Jde například o program NewtonDictate vyvinutý Laboratoří počítačového zpracování řeči Technické univerzity v Liberci ve spolupráci se společností Newton Technologies. Program dokáže zapisovat řeč z devadesátiprocentní i vyšší přesností. Obecný slovník využitelný v žurnalistice, který je součástí programu, obsahuje 350 tisíc slov. Tohoto systému už využívá například mediální databáze Newton k přepisu rozhlasového a televizního vysílání (<https://www.ite.tul.cz/speechlab/index.php/newtondictate.html>, <http://www.v2l.cz/index.php>, 6. 4. 2012).

Rozvoj technologií může podle některých odborníků vést až postupnému zániku tištěných médií. Právě nové technologie a ekonomika stojí za konvergencí (sblížováním) a multimedializací médií a za radikálními změnami novinářské práce. Kupříkladu Örnebring (2010: 69) soudí, že technologie dominují nad žurnalismem. A podle Pavlika (2000: 229) byla žurnalistika formovaná technologií vždy.

*„Klasické informační technologie (televize, počítače, telefon) se dají multimedialně propojit do jediné informační dálnice. Software, který umožňuje slyšet, vidět a současně simultánně zpracovávat text, je na vítězném tažení, které se nedá zastavit. [...] I když tomu dnes žádný vydavatel a šéfredaktor nechce věřit, noviny tištěné na papíře a doručené poštovním doručovatelem nám možná za dvacet let budou připadat stejně staromódní jako dnes poštovní dostavníky.“ (Ruß-Mohl – Bakičová 2005: 27)*

Stejný autor ovšem také uvádí, že „v principu není internet ničím jiným než jen novým distribučním kanálem, novou distribuční cestou.“ (Ruß-Mohl – Bakičová 2005: 144) Vydavatelé dnes o konci tištěných médií příliš nehovoří, přiklánění se spíše k takové variantě, kdy web představuje aktuální zpravodajství a tištěný deník kontext, analýzu, souvislosti k tomuto zpravodajství. Obojí, web i tištěné noviny, si tak podle těchto názorů mohou zachovat svou hodnotu.

Faktem ovšem je, že spolu s příchodem nových technologií se mění mediální rutiny, žurnalisté musí být flexibilnější.

*„Zatímco dříve museli novináři shánět informace po telefonu a při tom putovat po úřadech, ministerstvech a knihovnách, dnes jim webové stránky umožňují sledovat krok za krokem legislativní proces, pro tisková prohlášení již nemusejí obrážet tiskové konference, jakékoli dokumenty včetně obrazových mohou získat okamžitě buď přímo z webu, nebo prostřednictvím elektronické pošty.“ (Šmíd 2006: 29)*

Největší proměnou mediálních rutin v souvislosti s multimedializací médií je zrušení uzávěrek. Nebo, jinak řečeno, jejich nepřetržitá existence. Když online novinář dokončí článek, ihned ho zveřejní. Ale také ho může i po publikaci upravovat a doplňovat, což v tištěném médiu nelze.<sup>319</sup> Craig (2005: 22–23) uvádí, že „řemeslo psaní [...] je silně ovlivněno nepřetržitými uzávěrkami [...]. Stejně jako u tradičního tištěného zpravodajství je pravdou, že uzávěrky diktují velkou část stylu a charakteru online psaní.“

319 Více se online žurnalistice věnuje kapitola 1 Proměna tradiční žurnalistiky a online žurnalistika.



Komunikační technologie umožnily přesunout redakční práci na internet.<sup>320</sup> Jak uvádí Ruß-Mohl, tyto technologie se propojují do jedné informační dálnice. „Propojování neznamená jenom novou mediální nabídku a nové návyky publika při používání médií. Především se změnila sama práce novinářů: pracovní místa v redakcích se proměnila v terminály, využívání nových technologií je všudypřítomné.“ (Ruß-Mohl – Bakičová 2005: 28)

Také McNair (2004: 127) uvádí, že „forma a obsah žurnalistiky jsou zásadně ovlivněny dostupnou technologií získávání, produkce a šíření zpráv“.

V této souvislosti jsou zajímavé výsledky některých výzkumů – například 57 procent respondentů americké studie Pew Research Center's Project for Excellence a Online News Association (výzkumu zveřejněného v roce 2009 se zúčastnilo 292 novinářů, většinou pracovníků internetových redakcí klasických médií s více než jedenáctiletou praxí) uvedlo, že online žurnalistika mění některé staré novinářské hodnoty, a to často k horšímu. Ve 45 procentech respondenti uváděli jako příklad pokles standardů či ve 25 procentech velký důraz na rychlost.<sup>321</sup>

Podle Avilese (Aviles a kol. 2004: 99) znamená právě důraz na rychlost uveřejňování informací pro novináře méně času pro naplňování takových tradičních žurnalistických praktik, jako je ověřování informací ze dvou zdrojů a hledání kontextu události. Rychlost tak může být příčinou publikování třeba i nepravdivých nebo nepřesných informací. Na to pak ovšem lze rychleji a lépe reagovat v online médiích než v médiích tištěných. Verze uveřejněná materiálu na internetu se jen operativně nahradí jinou, přesnější.<sup>322</sup> Změny v novinářské práci související s multimedializací a „internetizací“ potvrzují i odborníci z praxe.

*„A najednou nejsou peníze na provoz papírových redakcí, čili se škrtaří náklady, a tím pádem se až na výjimky obsah trivializuje. Nejsou peníze na opravdu investigativní žurnalistiku, nejsou peníze na kvalitní zahraniční zpravodajství, to znamená na cesty. A to už vůbec nemluví o tom mít stálého zahraničního zpravodaje. Na to nemá nikdo. [...] I ty weby vedou k trivializaci novinářské práce, protože web je rychlé zpravodajství. Nehledí se tam na preciznost, občas když se stane nějaká chyba, tak se prostě posléze opraví a jede se dál ten ,průtokáč'; což je devastující pro novinářskou branži.“ (Šabata 2011)*

320 Změny související s internetem reflektuje například takzvaný Internetový manifest, který v roce 2009 vydalo 15 německých žurnalistů. Upozorňují, že internet vytváří jiné publikum, jiné podmínky pro podnikání a jiné kulturní možnosti. Podle autorů manifestu musí média své pracovní postupy přizpůsobit současné technologické realitě. Nemohou ji popírat či s ní bojovat. Povinností médií je tvořit žurnalistiku v co nejlepší podobě založenou na dostupné technologii, což zahrnuje nové žurnalistické produkty i postupy. Viz [http://24report.imprimis.eu/prilohy/1342-internetovy\\_manifest.pdf](http://24report.imprimis.eu/prilohy/1342-internetovy_manifest.pdf) (10. 6. 2012).

321 Viz Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism, The State of the News Media 2009 (<http://stateofthemedias.org/2009/online-journalist-survey-intro>) (6. 4. 2012).

322 Proměnami pracovních rutin v souvislosti s multimedializací se autor zabývá také v příspěvku Multimedialní novinář: proměny pracovních rutin, předneseném 13. 4. 2012 na mezinárodní konferenci Masmédiá a marketing: nová autenticita mediálního priestoru, pořádané v Časté – Papierničke Fakultou masmédií Paneurópskej vysokej školy v Bratislave.

## 6. 2. 3 Změny v organizaci práce novinářů

Multimedializace a konvergence (v této publikaci se zabýváme pouze tištěnými a online médii, i když multimedializace a konvergence se v praxi neomezuje pouze na ně) je trendem nejenom v zahraničí, ale také v českých médiích. Zvláště v prvních deseti letech druhého tisíciletí nastaly změny, které stále pokračují. Lze je ukázat na příkladu regionálních Deníků vydávaných společností Vltava-Labe-Press (VLP), kde byly změny v českém prostředí zřejmě nejradikálnější.

V Denících vydávaných Vltava-Labe-Press totiž až do roku 2007 neexistoval plnohodnotný internetový portál, na web se v podstatě pouze automaticky „překlápěla“ tištěná vydání novin.<sup>323</sup> Změnilo se to až po nástupu Romana Gallo na místo ředitele redakcí a šéfredaktora skupiny Deníků v říjnu 2006. Roman Gallo byl v roce 1998 jedním ze zakladatelů prvního českého zpravodajského serveru iDnes a po šéfredaktorském působení v Hospodářských novinách založil první samostatný český zpravodajský server, který nemá svou tištěnou obdobu (Aktuálně.cz). Gallo přišel do společnosti Vltava-Labe-Press s vizí multimedialní žurnalistiky.



Obrázek 6. 13 Vlevo web regionálních deníků VLP ze 14. listopadu 2001, kdy se na něj pouze „překlápěly“ noviny, vpravo testovací verze nového webu z 2. dubna 2007.

Zdroj: VLP

323 První web regionálních deníků vydávaných VLP byl spuštěn v prosinci roku 2000. „Netové vydání bylo jen celostátní a krajské. Okresní články převáděl automat [...], vkládaly se bez fotografií. Tehdy jsme řešili jen česká vydání, protože moravské deníky a týdeníky ještě VLP tehdy nevlastnilo,“ vzpomínal v roce 2008 na intranetu VLP Michal Drtina, který v době zavádění prvního webu pracoval ve VLP v Hradci Králové. V té době působil ve VLP také Milan Holakovský: „Tématem dne bylo, že nám internet vezme čtenáře novin, internet je pouze doplněk, jakési lákadlo pro papírové noviny. [...] Důležité články jsme dávali opatrně až s jednodenním zpožděním, aby konkurence nedostávala tipy. V to, že internet bude přinejmenším rovnocenný novinám, tehdy věřil málokdo.“ (Archiv autora)



Obrázek 6. 14 Web Brněnského deníku Rovnost v podobě z 6. dubna 2012.

Zdroj: <http://brnensky.denik.cz>

Nový ředitel redakcí Roman Gallo začal prosazovat koncepci Deníku založenou na propojení tištěné a online verze:

*„Budeme pracovat na tom, aby se naše regionální Deníky (v různé mediální podobě – tisk, online...), propojené do celostátní sítě, staly hlavním, pro čtenáře a inzerenty těžko nahraditelným a postradatelným zdrojem informací na lokální a krajské úrovni. Deníky budou zároveň nabízet kvalitní zpravodajství celostátní a světové a vytvářet tak alternativu k zavedeným celostátním deníkům, médiím.“ (Archiv autora 2012)*

Gallo prosazoval, aby deník už nebyl pouze tištěnými novinami. „Každý redaktor musí pozměnit své pracovní rutiny podle pravidel multimediální žurnalistiky.“ (Archiv autora 2012 – Interní materiály Vltava-Labe-Press). Redaktoři VLP dostali k dispozici takzvané Multimediální devatero, jímž se měli při své práci řídit. Zde uvádíme jeho plné znění (viz Archiv autora 2012 – Interní materiály Vltava-Labe-Press):

- 1) Značka Deník není označením pouze pro tištěné noviny. Je zároveň značkou pro weby a pro agenturní servis.
- 2) Žádné z uvedených typů médií nemá před dalšími prioritu.
- 3) Lokál, okres se musí stát zdrojem, místem, kde redaktoři především sbírají informace. Systém výroby tištěných Deníků musí být nastaven tak, aby podstatným způsobem neomezoval základní úkol lokální redakce: sběr a novinářské zpracování informací.
- 4) Každý redaktor Deníků sbírá informace bez ohledu na médium, prostřednictvím kterého bude informace publikována (noviny, web, multimediální agentura).
- 5) Informace může mít podobu textovou, obrazovou, zvukovou, ale může to být i video.

- 6) Každá informace, kterou redaktor pokládá za hodnou dalšího zájmu, zpracování, musí být co nejrychleji vložena do databáze Rebel.
- 7) Redaktoři Deníků musí být schopni kvalitně zvládnout sběr informací v jakékoli mediální podobě.
- 8) Čas, podoba, forma publikované informace je přizpůsobena médiu, pro něž je informace připravena. Pro každé médium je tedy modifikována. Postup vkládání, zpracování a publikování informací je zpravidla v tomto pořadí:
  - a) agentura Rebel;
  - b) weby Deníků;
  - c) tištěná podoba Deníků.

Neznamená to ale, že by se zpráva musela psát na několik způsobů. Na web jde ve většině případů první rychlá informace, kterou si ze systému Rebel bere a dále zpracovává webeditor, novinový editor nebo sám autor. Do novin jde pak normální rozpracovaný text. Jiné pořadí platí, jen pokud jde o exkluzivní věci. V tom případě se na web umísťuje informace buď pozdě v noci, nebo až druhý den ráno, případně jako upoutávka v předvečer vydání novin. Vždy s odkazem na tištěný Deník.

- 9) Fungování redakcí musí být nastaveno tak, aby zajišťovalo podmínky pro průběžné a co nejaktuálnější publikování informací (agentura, web) a zároveň soustředění se na klíčová hlouběji a žánrově pestře propracovaná témata pro tištěný Deník.

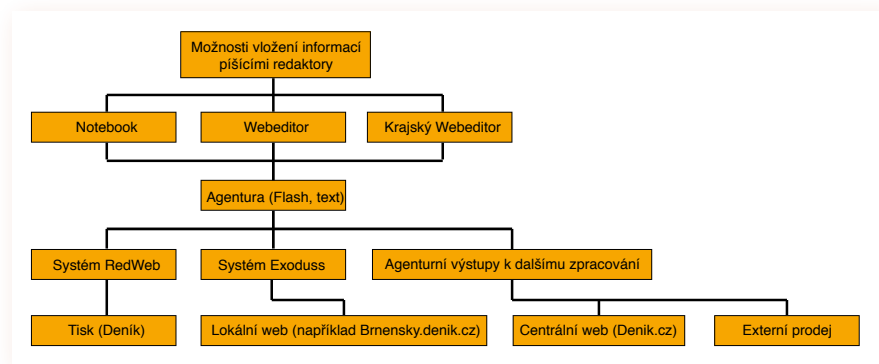
Hlavním prostředkem práce se v té době ve společnosti Vltava-Labe-Press stal redakční systém či agentura Rebel. Jde o jednotnou interní databázi, do níž měli redaktoři co nejrychleji ukládat všechny informace, které získali, a předpokládají, že s nimi budou ještě chtít pracovat, případně je uveřejnit v tištěném Deníku, na jeho webech nebo prostřednictvím agenturního servisu Rebel (Gallo z firmy v roce 2008 odešel a v roce následujícím nové vedení společnosti přejmenovalo agenturu Rebel na Agenturu VLP. Systém práce však zůstal do značné míry zachován, i když po odchodu Romana Gala už na tento systém práce i na multimedializaci přestal být kladen důraz).<sup>324</sup>

Krajský šéfredaktor Deníků VLP na jižní Moravě Tomáš Herman k tomu říká:

*„V té době se počítalo s tím, že to bude dělat víc lidí, teď je lidí méně, tak se to tak samozřejmě dělat nedá. [...] Obsah generují stejní lidé jako tištěný obsah. Nemáme speciální redaktory pro web, ani jednoho, v celé VLP, není [...] ani jediný redaktor, který by psal speciálně pro web. Existují webeditoři, a to webeditorství je v každém kraji řešeno jinak. Existují centrální webeditoři, kteří se střídají [...]. Na jižní Moravě to máme uděláno tak, že máte tři krajské webeditory, kteří se střídají ve službách, zároveň spravují těch*

324 Obdobně jako v tomto pododdílu, ale podrobněji, se autor zabývá multimedializací zvláště ve VLP v příspěvku publikovaném ve Zborníku z mezinárodní konference doktorandů Quo vadis Mass Media (Čuřík 2009, s. 365–375).

šest lokálních webů, které tady máme. V tom prime time, to znamená od jedné do osmi do večera, vždycky slouží dva, jeden má ranní, jeden odpolední, tam se stýkají, s tím, že pak mají vždycky po těch dvou službách dvanáctihodinových jeden den volna. Jinde to funguje třeba tak, že [...] v každém lokále mají jednoho webeditora, ale ten webeditor tam není na plný úvazek, dělá to zhruba na půl úvazku a dělá jiné práce [...] je to spíš technický redaktor, technický editor.“ (Herman 2012)



Obrázek 6. 15 Systém práce redaktorů VLP po zavedení agentury.

Zdroj: archiv autora

Ze zahraničních výzkumů (například Aviles – Carvajal 2008: 221–239, Aviles a kol. 2009: 285–303, Verweij 2009: 75–87) vyplývá, že změny při konvergenci různých médií nelze zobecnit. Média stále testují možnost spolupráce mezi některými platformami či distribučními kanály a hledají nejlepší řešení. V každém médiu dávají přednost něčemu jinému – způsobu fungování redakce, organizační struktuře, společnému či rozdělenému newsroomu a podobně. Přestože jde o neukončený proces, konvergence tištěných médií s internetem v každém případě vyžaduje velké změny způsobu a také organizace práce redakcí i samotných žurnalistů. Takové propojování přitom vytváří multimediálního novináře – takového, který musí umět psát, fotografovat a také pracovat se zvukem a videem – všechno online, za existence nepřetržité uzávěrky.

Konvergence médií rovněž ukazuje problémy související s kvalitou novinářské práce daleko více, než tomu bylo v době, kdy novinářům stačilo umět „jen“ psát. (srov. Čuřík 2009, s. 365–375). Zástupce šéfredaktora Lidových novin Jan Dražan okomentoval současnou situaci v médiích slovy: „Bohužel při stále klesajícím počtu redaktorů a personálu vůbec není možné udržet kvalitu.“ (Dražan 2011)

Změny související s uvedenými trendy jsou vidět nejen v Denících společnosti Vltava-Labe-Press, které mají v podstatě jednu redakci pro tisk a internet. Například v roce 2007 se spojily deníkové a internetové redakce Hospodářských novin a také Mladé fronty Dnes. V Mladé frontě Dnes

tak novináři z deníku i online zpravodajství sedí v newsroomu v podstatě vedle sebe: sportovní rubrika novin se sportovní rubrikou webu, reportéřské oddělení deníku s online zpravodajstvím. Má to umožnit plynulejší tok informací. Větší propojování redakce MF Dnes a iDnes ale (zatím?) nenastalo.

„Redakce jsou stále ještě oddělené, ale jsou propojené velmi důkladně. Tematicky související redakce sedí spolu [...]. Pak existuje i funkční propojení poradou, proměnili jsme od jara funkci hlavního editora, který sleduje, co jde kam, je to hlavní zpravodajská osoba, iDnes se tomu přizpůsobuje, hlavní editoři, papírový a internetový, sedí proti sobě [...]. Na úrovni regionu to funguje tak, že jeden šéf má na starosti obojí.“<sup>325</sup> (Čásenský 2011)

Podle ředitele serveru iDnes Jaroslava Kábele (2011) začíná každý den nejdříve pracovat internetový tým „protože musí nabrat, co se stalo ráno, [...] startuje se řekněme v sedm, když se čeká něco mimořádného, jedeme nonstop. Zprávy mají první poradou po osmé hodině, v půl desáté má poradou šéfredakce online, potom začíná printová, po ní se sejdou lidi z online a printu a řeknou si, co dělají a co kdo vykryje [...]. Generální jízdní řád neexistuje, řeší se to každý den.“

Protože v roce 2011 vznikla v centru newsroomu Mladé fronty Dnes společná editorna, je nyní komunikace online i tištěného média kontinuální. Podle hlavního editora Mladé fronty Dnes Bohumila Špačka (2011) „plány obě redakce sdílí, hlavní editoři webové redakce se účastní i klíčových porad ‚papíru‘. Důvody jsou dva: kvůli úsporám a snižování stavů je třeba ‚šetřit síly‘, například neposílat na akce zvlášť redaktory obou redakcí; a je třeba důkladně a několikrát denně dohadovat, která zpráva půjde hned na internet a které články naopak zůstanou exkluzivně v ‚papíru‘“.

Šéfredaktor Mladé fronty Dnes Robert Čásenský vylíčil fungování newsroomu těmito slovy:

„Na velině sledujeme produkci deseti zpravodajských serverů<sup>326</sup> po deseti vteřinách, aby lidi věděli, co se kde děje. A k tomu vidíme přehled nejčtenějších článků za poslední den a za poslední hodinu i s grafem. To je dobré pro základní orientaci, ale na druhé straně neplatí stoprocentní korelace, že co je čtené na webu, se hodí nebo by bylo čtené v novinách. To publikum se sice překrývá asi z třetiny, ale očekávání čtenářů novin a webu jsou jiná.“ (Čásenský 2011)

<sup>325</sup> Další fáze spojování regionálních redakcí deníku MF Dnes a portálu iDnes.cz i jejich vedení začala v květnu 2012 a byla spojena s propouštěním některých novinářů. Sjednocený regionální tým vytváří obsah 14 krajských příloh MF Dnes i krajských webů iDnes.cz. (viz <http://www.mediar.cz/papirova-mf-dnes-a-idnes-cz-slucujj-regionalni-redakce-tymy-zestihlujj/>, 9. 6. 2012)

<sup>326</sup> Jde například o iDnes, iHNed, Seznam, CNN, BBC.

Dlouholetý reportér MF Dnes Milan Vodička je ke sledování aktuálního zpravodajství v newsroomu mnohem kritičtější:

„Vtip je ten, že my si tím necháváme vnucovat agendu. Ale je to úplně směšné, protože ta elektronická média jsou z povahy úplně jiná. Oni potřebují pořad novinku, breaking news. A když není, tak si ji vyrobí tým, že co by bylo za normálních okolností druhořadá zpráva, najednou je to návrh a je to breaking news. [...] nejhorší, když je to kolem čtvrté, kdy je porada a rozhoduje se, co půjde do novin. Oni na to koukají a nejsou schopni pochopit, že to je šum, pěna, že to odteče okamžitě, za hodinu o tom už nikdo nebude vědět. Oni řeknou, to se hodně čte, tak to musí být nahoře, tak to uděláme. A najednou my máme druhý den jako jednu z hlavních zpráv informací, po které už v šest hodin na internetu neštěkl ani pes. Ale my už jsme se dali do pohybu... je to jako tanker, než se to zbrzdí, ale už tam ta zpráva je. Takhle to funguje... (Vodička 2011)

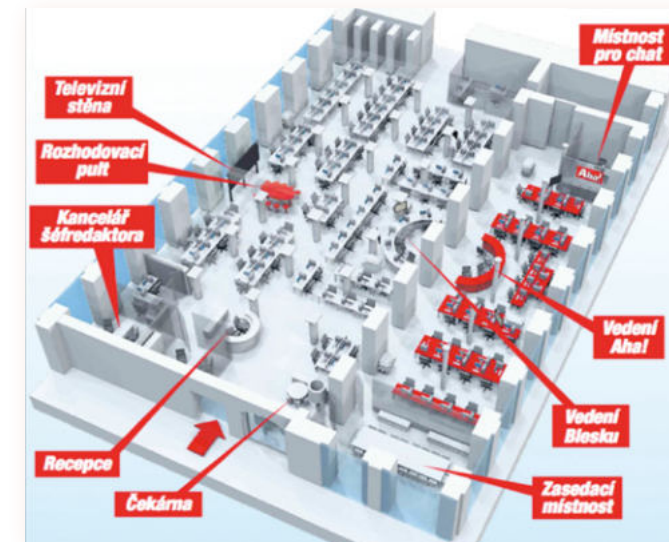
Redakce Hospodářských novin a serveru iHned jsou v propojování své práce dál než v Mladé frontě Dnes a iDnes. „Od dubna<sup>327</sup> jsme integrovali newsroom, to znamená, že všichni lidé dělají jak pro papír, tak pro online verzi. Když říkám všichni, tak je to absolutní. Samozřejmě ale jsou specialisti pro papír a pro online verzi. Ale sdílení informací, někdy i psaní věcí tam i tam nebo transfer myšlenek a nápadů je masivně integrované.“ (Šabata 2011)

Ve spojené redakci Hospodářských novin a serveru iHned zkoušejí při práci na jednotlivých tématech dávat dohromady dvou nebo tříčlenné mikrotýmy, které společně pracují na velkých tématech. Jeden novinář tak například celý den podrobně sleduje reakce na důležité rozhodnutí Ústavního soudu a doplňuje zpravodajský článek na webu, druhý mezitím obvolává své zdroje a tvoří analytičtější text pro papírové vydání novin následující den. Oba žurnalisté jsou přitom stále ve spojení – mohou i sedět naproti sobě v takzvaném *hubu*, což je oválný stůl s množstvím ethernetových přípojek, kde se scházejí a kombinují všechny zprávy i „papíroví“ a „online“ novináři. (Kočí – Zandl 2011)

V souvislosti s těmito změnami, které v Hospodářských novinách nastaly na přelomu dubna a května 2011, vznikly v redakci i nové funkce, například takzvaní *hub editoři*. Jejich úkolem je redakci vyrobené články a fotografie rozdělovat mezi web a tištěný deník. Rozhodují tedy co, kdy, kam a v jaké podobě půjde, aby se vložená práce co nejlépe zúročila a přitáhla pozornost čtenářů. *Traffic manager* zase celý den sleduje a analyzuje návštěvnost webu, ví, kdy má každá rubrika své špičky a své propady, a analyzuje, které téma jde nahoru či dolů, aby ho mohl na webu správně prezentovat. Další novou funkcí je samostatný *editor sociálních médií* nebo takzvaný *informační architekt*, což je žurnalista specializovaný na práci s daty a na jejich vizualizaci. (Tamtéž)

327 2011 (pozn. autora).

Šéfredaktor Hospodářských novin Petr Šabata (2011) uvádí, že potřebná rozhodnutí se dělají od půl deváté ráno až do deseti večer „v permanentní debatě lidí, kteří sedí uprostřed newsroomu, což jsou lidé papíroví i weboví, pod vedením sloužícího zástupce nebo vedoucího vydání“.



Obrázek 6. 16 Schéma společného newsroomu bulvárních deníků Blesk, Aha! a jejich online verzí.

Zdroj: <http://www.mediar.cz/obrazem-bulvary-blesk-a-aha-maji-spolecnou-redakci-vyrabi-v-ni-tistene-i-online-vydani/> (10. 6. 2012)



Obrázek 6. 17 Společný newsroom bulvárních deníků Blesk, Aha! a jejich online verzí. Zdroj: <http://www.mediar.cz/obrazem-bulvary-blesk-a-aha-maji-spolecnou-redakci-vyrabi-v-ni-tistene-i-online-vydani/> (10. 6. 2012)



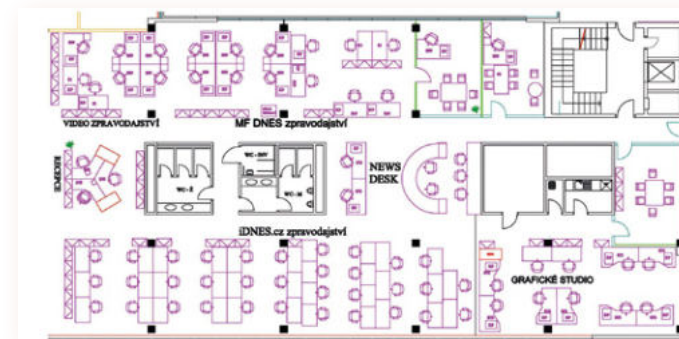
Obrázek 6. 18 Newsroom agentury RIA Novosti v Moskvě. Zdroj: Jürg Vollmer, [http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B0%D0%B9%D0%BB:Newsroom\\_RIA\\_Novosti,\\_Moscow\\_2.jpg](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B0%D0%B9%D0%BB:Newsroom_RIA_Novosti,_Moscow_2.jpg) (10. 6. 2012)



Obrázek 6. 19 Příklady podoby různých newsroomů. Zdroj: <http://schantin.files.wordpress.com/2008/07/dt.jpg>, <http://schantin.files.wordpress.com/2008/07/oesterreich.jpg> (10. 6. 2012)



Obrázek 6. 20 Integrovaný newsroom dánských regionálních novin Nordjyske Stiftstidende. Zdroj: <http://schantin.files.wordpress.com/2008/07/nordjyske.jpg> (10. 6. 2012)



Obrázek 6. 21 Schéma integrovaného newsroomu redakce deníku MF Dnes a zpravodajského serveru iDnes. Zdroj: MF Dnes

## 6. 2. 4 Plánování, neočekávané situace

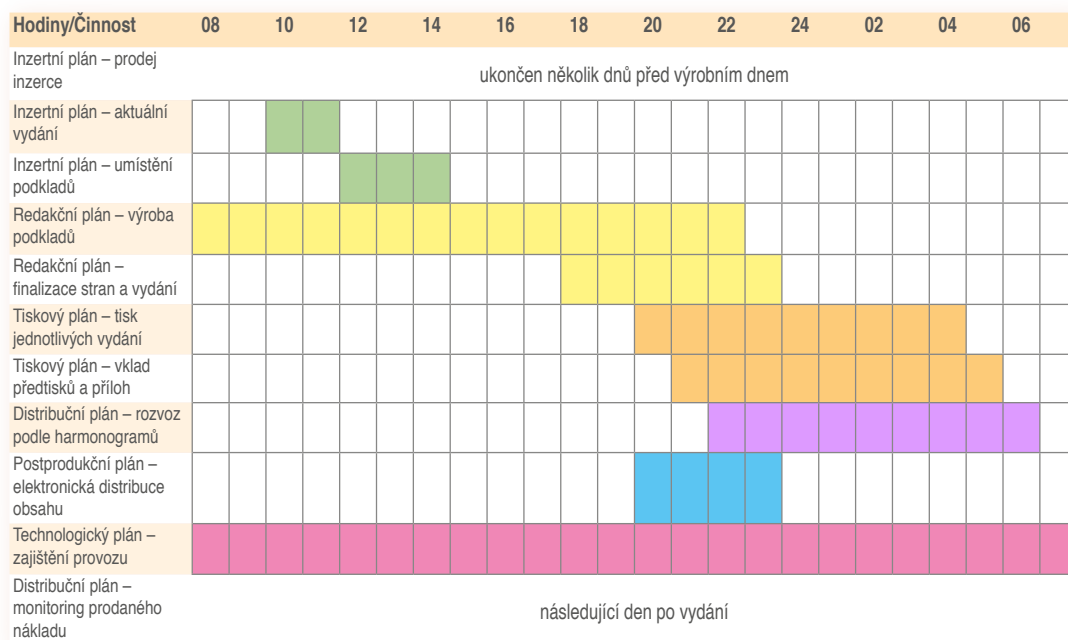
Pro média (nejenom pro samotné redakce, ale i pro celé mediální organizace) je velmi důležité plánování. „Je krátkozraké odmítnout plánování proto, že je to procedura zabírající příliš mnoho času. Čas je jedním ze zdrojů firmy. Plánování pohltí jeho určitou část, aby umožnilo efektivněji využít ostatní zdroje – peníze a schopnosti pracovníků.“ (Repková 2004: 48)

Obecně lze plány rozdělit na dlouhodobé (roční a půlroční), střednědobé (čtvrtletní) a krátkodobé, tedy měsíční, týdenní a denní (záleží na periodicitě média). Právě krátkodobé plány se zabývají konkrétním obsahem jednotlivých vydání. (Tušer 1999: 68)

Typický den v redakci deníku Mladá fronta Dnes popsal jeho šéfredaktor Robert Čásenský takto:

„[...] Ráno v 9.45 se u mne potká vedoucí domácího oddělení, ten kdo řídí vydání na iDnes, vedoucí ekonomiky, hlavní editor, člověk z vedení redakce, který má vydání na odpovědnost, řekneme si, co se děje a co kam dáme. O půl dvanácté je hodnotící porada, kde se sejdou šéfové všech rubrik, řekneme, co kdo chystá, máme to rozdělené na poloviny, nejdříve to řeknou zadní rubriky [...]. Pak už poradu nemáme, pak už udržuje přehled nad tím, co vzniká, hlavní editor, ve čtyři se akorát sejde hlavní editor, ten kdo dělá titulní stránku a služba za vedení redakce a řeknou si, co dáme na titulní stranu a od té doby tam všichni stejně sedí na velitelském stupínku a od té doby se všechny věci řeší za pochodu.“ (Čásenský 2011)

Regionální redakce Mladé fronty Dnes se do uvedeného procesu zapojují po své poradě. Od 10.45 mají vedoucí regionálních redakcí konferenční hovor s hlavním editorem, kde mu sdělí, na čem pracují, a on jim řekne, o co by měl zájem do celostátního vydání. Odpoledne už komunikuje „celostátní“ editor jen s těmi regiony, které pro celostátní vydání něco připravují. (Tamtéž)



Tabulka 6. 1 Časový harmonogram běžného výrobního dne v deníku Mladá fronta Dnes. Zdroj: Voříšek 2011

Čas	Činnost
9.00–10.00	Redakční porada – diskuse nad denním plánem, rozdělení úkolů, hodnocení předešlého dne.
10.00–14.00	Redaktoři, fotořadaři – získávání informací od zdrojů v terénu, po telefonu nebo mailem.
10.00–13.00	Editoři – příprava layoutu novin v redakčním systému.
13.00–13.30	Editoři – porada se šéfredaktorem nebo vedoucím zpravodajského oddělení; upřesňování denního plánu.
14.00–19.00	Redaktoři – tvorba článků; fotořadaři – úprava fotografií, případně fotořadění aktualit.
14.00–19.00	Editoři – redigování textů dodávaných postupně redaktoři, diskuse nad nedostatky textů s redaktoři.
19.00–23.00	Redaktoři – případné dopisování textů nebo práce na aktualitách (nehody, požáry a podobně).
19.00–23.00	Editoři – redigování textů, dokončování výroby celých novin, korektoři – jazykové korekce textů.
19.00–23.00	Korektoři – jazykové korekce textů.
23.00	Uzávěrka vydání, odeslání hotových novin do tiskárny.

Tabulka 6. 2 Orientační struktura dne v redakci tištěného média. Zdroj: vlastní tabulka

Čas	Činnost
9.45	Porada vedoucích rubrik s vedením redakce (stanovení priorit a hlavní agendy dne). Porady jednotlivých oddělení.
10.40	Konferenční telefonická porada šéfredaktora s vedoucími regionálních redakcí.
11.30	Hlavní výrobní porada (řeší se hlavně nabídka na titulní stranu).
13.30	Porada editorů rubrik (ke konkrétní podobě stránek).
16.00	Porada hlavních editorů tištěného vydání a zpravodajského serveru (rozdělení témat mezi tisk a internet).
20.15	Uzávěrka prvního vydání.
20.15–23.30	Výroba vydání pro iPad a mutaci jednotlivých regionálních vydání.
23.30	Definitivní deadline tištěného vydání.

Tabulka 6. 3 Časový harmonogram běžného výrobního dne v deníku Mladá fronta Dnes. Zdroj: Špaček 2011

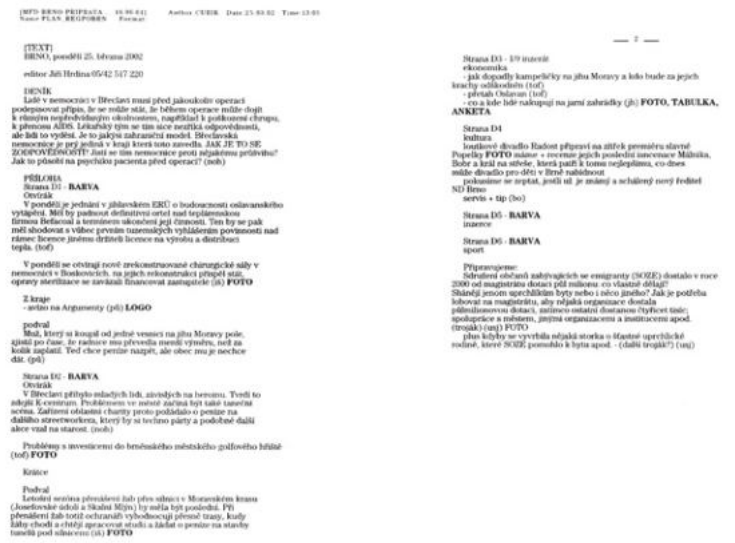
Při plánování a vlastní tvorbě deníku se nelze spoléhat na to, že se „něco stane“. Pro současné tištěné deníky už v plné míře neplatí to, že prvořadé je zpravodajství z událostí. Vzhledem k propojování a ke konkurenci zpravodajských webu by se moderní deníky měly zaměřovat především na souvislosti, analýzy a background událostí.

„S nástupem internetu je to šílená alchymie, co do těch novin vybírat, co lidi přitáhne, co je láká. Spoustu aktuálních věcí z předešlého dne vlastně vědí z televize nebo z rádia. [...] Ideální případ samozřejmě je, když máme vlastní věci, které nemají ostatní. Nemusí to být věci investigativního charakteru, ale nějaké společenské problémy. [...] Myslím, že se s tím potýkají ve všech novinách a neexistuje recept. (Dražan 2011).“

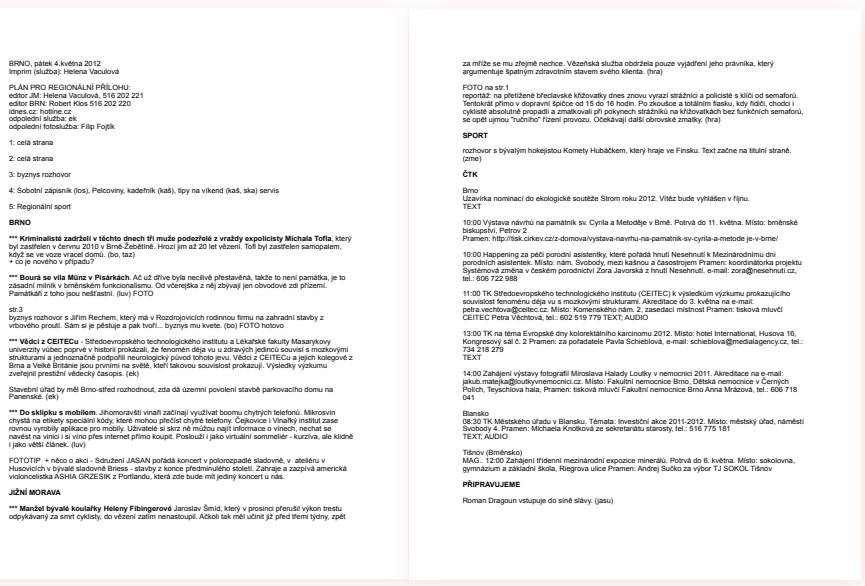
Při plánování v tištěných denících se využívají zejména **denní a týdenní plány**. Podklady k dennímu plánu (návrh témat, které hodlá zpracovávat) odevzdává každý redaktor vždy tak, aby podle nich mohl vedoucí redakce zpracovat plán vydání na následující den jako podklad pro ranní poradou. Denní plán se strukturuje podle rozpisu stran, které redakce vyrábí. Týdenní plán pak zahrnuje hlavní témata a události, které chce redaktor v následujícím týdnu zpracovat. Redaktor ho odevzdává v dostatečném předstihu před týdenní poradou a vedoucí z podkladů jednotlivých redaktorů a s využitím přehledu akcí a redakční databáze témat zpracovává týdenní plán celé redakce. Týdenní plán tvoří základ pro denní plány v následujícím týdnu.

Na obrázcích lze vidět příklady reálných denních plánů z jihomoravských krajských redakcí MF Dnes a Deníků VLP.

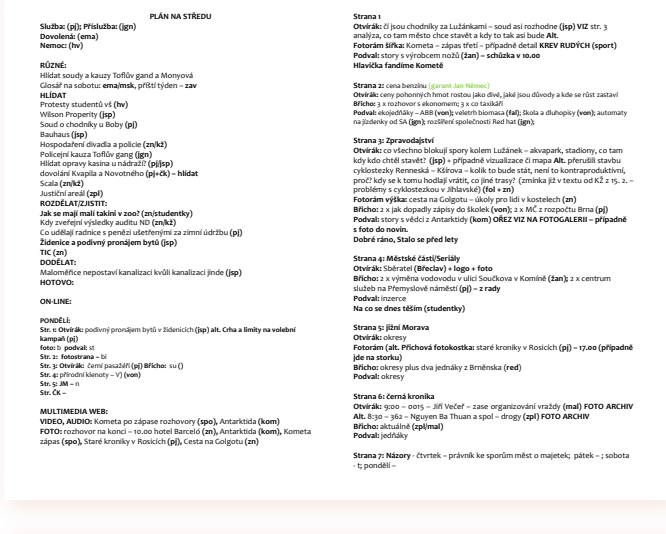
Při srovnání jihomoravských plánů MF Dnes z roku 2002 a z roku 2012 je patrné, že v současné době se do plánu nepíše přesnější zařazení témat, zvláště chybí upřesnění hlavních článků (tzv. *otvíráků*). Redakce nyní pracuje s velkými tematickými bloky. Vedoucí redakce nebo editor, který plán zpracovává, tak pouze tučným písmem a hvězdičkami na začátku textu zvýrazní prioritní témata. Na ranní poradě sice vedení redakce neformálně určí, jaké téma kandiduje na hlavní články na všech připravovaných novinových stranách, ale definitivní rozhodnutí padne až na odpolední poradě ve 13 hodin.



Obrázek 6. 22 Denní plán jihomoravské přílohy MF Dnes z 25. března 2002.  
Zdroj: Archiv autora



Obrázek 6. 23 Denní plán jihomoravské přílohy MF Dnes ze 4. května 2012.  
Zdroj: MF Dnes



Obrázek 6. 24 Denní plán Brněnského deníku Rovnost ze 14. března 2012.  
Zdroj: VLP

Specificky je **plán na víkend**. Podklady k němu odevzdává sloužící redaktor tak, aby vedoucí redakce mohl včas zpracovat plán pondělního vydání a bylo možné ještě před víkendem zajistit informace, které by jinak nebyly v sobotu a v neděli dostupné. Vedoucí redakce by měl připravovat také **měsíční plány** a **zvláštní plány** na taková období, kdy lze očekávat málo událostí nebo obtížnou dostupnost informací – období letních prázdnin, Vánoce a podobně.

Zvláště denní, týdenní a víkendové plány by měly být podrobnější, u každého tématu by měl být uveden **autor, návrh rozsahu materiálu a způsob jeho zpracování** (žánr, zda se bude pořizovat fotografie, zda bude třeba vyrobit infografiku a podobně).

Plánování velmi usnadní společná **databáze nápadů, námětů a témat**. Takovou databázi, do níž přispívají všichni redaktori, by měla mít každá redakce. Lze z ní vycházet v době, kdy je málo aktuálních událostí, a také při tvorbě „nadčasových“ (tedy ne vyloženě aktuálních) publicistických materiálů.

Nezbytnou pomůckou při plánování je také elektronický **centrální přehled událostí**. Každý redaktor by do ní měl zapisovat všechny akce, události, pozvánky, avíza z agenturního servisu, tipy čtenářů a další podobné informace.

Vlastní získávání informací potřebných ke tvorbě žurnalistických materiálů pak velmi usnadní společná **redakční databáze kontaktů** (má-li takovou databázi jen každý redaktor samostatně, může nastat problém například při dlouhodobé nepřítomnosti, nemoci; redakce by pak řešila problém, že jeho kontakty nejsou k dispozici).

## Postup v mimořádných situacích

Každá redakce by měla mít vypracovaný postup pro takzvané mimořádné situace – může jí být například velký požár, velká nehoda, výbuch, povodeň a podobně. Aby dokázala redakce takové případy zvládat i v mimopracovní době, je třeba, aby vedoucí určoval jednoho či více redaktorů jako službu. Nastane-li mimořádná situace (třeba i v noci), musí být **redakční služba** schopna ihned reagovat a kontaktovat příslušné kompetentní zdroje, například mluvčí různých institucí.

Pokud jde o zpracování mimořádných událostí, podílí se na něm zpravidla více redaktorů. Přitom nejméně jeden by měl vyjet přímo na místo události, další pak může zajišťovat ohlasy zdrojů a další informace přímo z redakce. Editor nebo redaktor, který zajišťuje ohlasy z redakce, pak práci koordinuje. Závažnosti mimořádné události se po poradě s vedoucím vydání (editorem) přizpůsobuje podoba novin (například se i pozdě večer mění naplánovaný obsah média).

Závažné události nestačí pokrýt jen zprávou a fotografií, ale je třeba využít i další možnosti. Lze například zpracovat i fotoreportáž, story s účastníkem nebo svědkem události, rozhovor s kompetentním zdrojem, infografiku, anketu, analýzu či komentář.<sup>328</sup>

<sup>328</sup> Plánování v deníku a postupu v mimořádných situacích se podobně, ale podrobněji, věnuje například interní příručka Novinářské minimum, kterou pro vydavatelství Vltava-Labe-Press v roce 2006 v rámci Institutu regionální žurnalistiky FSS MU Brno zpracovali Rudolf Burgr, Jaroslav Čuřík a Lenka Waschková Čisarová.

## Souhrn

V této kapitole jsme se věnovali organizaci práce v redakci a konstatovali jsme, že dodržování profesních žurnalistických zásad vede ke sblížení obsahů médií. Základní fungování redakcí v různých médiích i typech médií je podobné, liší se ale některé profese, struktura a organizace práce. S postupující multimedializací pak vznikají profese s nejasnou kategorizací, dokonce ani nemají české názvy, používá se anglická terminologie. Různé činnosti při výrobě multimédií jsou přitom podobné činnostem při audiovizuální televizní či filmové produkci, ale nové technologie přináší více možností.

Využívání nových technologií, multimedializace, mění novinářské rutiny, a to často k horšímu (větší časový tlak znamená možnost většího chybování, důraz na výrobu zpráv pro více platformů může znamenat nižší výslednou kvalitu produktu).

Důležité pro organizaci práce v redakci je plánování. Žádná redakce se bez něj neobejde. Důležité pro provoz redakce je především plánování krátkodobé. Pokud jde o obsah, v tištěných médiích se důraz od událostí přesunuje k tématům, analýzám a souvislostem; události a jejich rychlé pokrytí je prvořadé především pro web.



## Doporučená literatura

- Aviles, José Alberto García et al. 2009. „Newsroom integration in Austria, Spain and Germany.“ Pp. 285–303 in *Journalism Practice* 2009, vol. 3, no. 1.
- Örnebring, Henrik. 2010. „Technology and journalism-as-labour: historical perspectives.“ Pp. 57–74 in *Journalism* 2010, vol. 11, no. 1.
- Repková, Tatiana. 2004. *Ako robíť profesionálne noviny*. Bratislava: Logos.
- Ruß-Mohl, Stephan – Bakičová, Hana. 2005. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada.
- Tušer, Andrej. 2010. *Ako sa robia noviny*. 4. prepr. vydanie. Bratislava: Eurokódex.
- Verweij, Peter. 2009. „Making Convergence Work in the Newsroom.“ Pp. 75–87 in *Convergence* 2009, vol. 15, no. 1.



## POUŽITÁ LITERATURA

- Adams, Sally.** 1999. „Writing features.“ Pp. 47–98 in *Writing for journalists*. Ed. Hicks, Wynford. London: Routledge.
- Allan, Stuart.** 2006. *Online News. Journalism and the Internet*. London – New York: Open University Press.
- Aviles, José Alberto García – Carvajal, Miguel.** 2008. „Integrated and Cross-Media Newsroom Convergence: Two Models of Multimedia News Production – The Cases of Novotecnica and La Verdad Multimedia in Spain.“ Pp. 221–239 in *Convergence* 2008, vol. 14, no. 2.
- Aviles, José Alberto García et al.** 2004. „Journalists in Digital television Newsrooms in Britain and Spain: Workflow and Multi-skilling in Competitive Environment.“ Pp. 87–100 in *Journalism Studies* 2004, vol. 5, no. 1.
- Aviles, José Alberto García et al.** 2009. „Newsroom integration in Austria, Spain and Germany.“ Pp. 285–303 in *Journalism Practice* 2009, vol. 3, no. 1.
- Bartoň, Michal.** 2010. *Svoboda projevu: principy, garance, meze*. Praha: Leges.
- Bartošek, Jaroslav.** 1995. „Příběh – nový publicistický žánr.“ Pp. 18–19 in *Mediažurnál* 1995, č. 4.
- Bartošek, Jaroslav.** 1997. *Žurnalistika: Úvod do studia*. Olomouc: Filozofická fakulta Univerzity Palckého v Olomouci.
- Bartošek, Jaroslav.** 2002. *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati.
- Bednář, Vojtěch.** 2011. *Internetová publicistika*. Praha: Grada.
- Boczkowski, Pablo J.** 2005. *Digitizing the News. Innovation in Online Newspapers*. Cambridge – London: MIT Press.
- Brečka, Samuel. – Tušer, Andrej.** 2004. „Transformácia printových médií. Vplyv nových informačných technológií na prácu novinárov printových médií.“ Pp. 73–85 in *Otázky žurnalistiky* 2004, r. XLVII, č. 1–2.
- Bull, Andy.** 2010. *Multimedia Journalism. A Practical Guide*. London – New York: Routledge.
- Burton, Graeme – Jiráček, Jan. 2001. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister&Principal.
- Callahan, Christopher – Thornton, Leslie-Jean.** 2007. *A Journalist's Guide to the Internet. The Net as a Reporting Tool*. Boston: Pearson Education.
- Carroll, Brian.** 2010. *Writing for Digital Media*. New York: Routledge.
- Conboy, Martin.** 2005. „The print industry – yesterday, today, tomorrow: An overview.“ Pp. 4–20 in *Print Journalism – A Critical Introduction*, ed. by Richard Keeble. Abingdon: Routledge.
- Coyer, Kate – Dowmunt, Tony – Fountain, Alan.** 2007. *The Alternative Media Handbook*. Oxon – New York: Routledge.
- Craig, Richard.** 2005. *Online Journalism. Reporting, Writing and Editing for New Media*. Boston: Thomson Wadsworth.
- Creeber, Glen – Royston, Martin (eds).** 2009. *Digital Cultures. Understanding New Media*. London: McGraw-Hill.
- Čuřík, Jaroslav.** 2009. „Zrod multimediálního novináře v regionálních denících společnosti Vltava-Labe-Press.“ 2009. Pp. 365–376 in *Zborník z medzinárodnej konferencie doktorandov Quo vadis Mass Media*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave.
- Daneš, František.** 2009. *Kultura a struktura českého jazyka*. Praha: Karolinum.
- De Wolk, Roland.** 2001. *Introduction to Online Journalism: Publishing News and Information*. Boston: Allyn & Bacon.
- Deuze, Mark.** 2004. „What is Multimedia Journalism?“ Pp. 139–152 in *Journalism Studies*, 5 (2).
- Dupagne, Michel – Garrison, Bruce.** 2006. „The Meaning and Influence of Convergence.“ Pp. 237–255 in *Journalism Studies*, 7 (2).
- Fenton, Natalie (ed.)** 2010. *New Media, Old News. Journalism and Democracy in the Digital Age*. London: Sage Publications.
- Fink, Conrad C.** 1998. *Introduction to professional newswriting: reporting for the modern media*. New York: Longman.
- Foust, James C.** 2004. *Online Journalism: Principles and Practices of News for the Web*. Scottsdale: Holcomb Hathaway Publishing.
- Franklin, Bob (ed.)** 2009. *The Future of Newspapers*. Oxon: Routledge.
- Friend, Cecilia – Singer, Jane B.** 2007. *Online Journalism Ethics. Traditions and Transitions*. New York – London: M. E. Sharpe.
- Fronek, Josef.** 2006. *Velký anglicko-český slovník*. Praha: LEDA.
- Frost, Chris.** 2005. „Design for print media.“ Pp. 190–223 in *Print Journalism – A Critical Introduction*, ed. by Richard Keeble. Abingdon: Routledge.
- Fux, Vladimír.** 1997. *Z českých luhů do háje*. Brno: Petrov.
- Hais, Karel – Hodek, Břetislav.** 1997. *Velký anglicko-český slovník*. Díl I. A-M. Praha: LEDA, Academia.
- Hais, Karel – Hodek, Břetislav.** 1997. *Velký anglicko-český slovník*. Díl I. N-Z. Praha: LEDA, Academia.
- Hall, Jim.** 2001. *Online Journalism: A Critical Primer*. London: Pluto Press.
- Harcup, Tony.** 2004. *Journalism: Principles and practice*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Harrower, Tim.** 2002. *The Newspaper Designer's Handbook*. New York: McGraw-Hill.
- Herczeg, Jiří.** 2004. *Meze svobody projevu*. Praha: Orac.
- Houston, Brant.** 2003. *Computer-Assisted Reporting: A Practical Guide*. Bedford – St. Martins.
- Chaloupková, Helena.** 2006. *Tiskový zákon: komentář*. Praha: C. H. Beck.
- Itule, Bruce D. – Anderson, Douglas A.** 2003. *News Writing and Reporting for Today's Media*. Boston: McGraw-Hill.
- Jiráček, Jan.** 2004. „Hodnota zpravodajská.“ Pp. 76–78. In: Rreifová, Irena a kolektiv. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál.
- Jiráček, Jan – Köpplová, Barbara.** 2009. *Masová média*. Praha: Portál.
- Jiráček, Jan – Kruml, Milan.** 1996. „Svět jako zábava.“ Pp. 28–29 in *KMIT* 1996, č. 11.
- Just, Vladimír. 2005. *Slovník floskulí 2*. Praha: Academia.
- Keeble, Richard (ed.)** 2005. *Print Journalism – A Critical Introduction*. Abingdon: Routledge.
- Keeble, Richard.** 2006. *The Newspapers Handbook*. London: Routledge. New York: Taylor & Francis.
- Knap, Karel a kol.** 2004. *Ochrana osobnosti podle občanského práva*. Praha: Linde.
- Kolektiv autorů.** 1999. *Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích*. Díl 8. tž. Praha: Diderot.
- Kolektiv autorů.** 2007. *Velký slovník anglicko-český, česko-anglický*. Brno: Lingea.
- Kroupa, Jiří a kol.** 2009. *Mediální právo*. Brno: Masarykova univerzita.
- Küng, Lucy – Picard, Robert G. – Towse, Ruth.** 2008. *The Internet and the Mass Media*. London: Sage Publications.
- Láb, Filip – Turek, Pavel.** 2009. *Fotografie po fotografií*. Praha: Karolinum.
- Lábová, Alena – Láb, Filip.** 2009. *Soumrak fotožurnalistiky: manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum.
- Lábová, Alena – Láb, Filip. *Soumrak fotožurnalistiky? Manipulace fotografií v digitální éře*. Praha, Karolinum 2009.
- Lauf, Edmund.** 2001. „Research Note: The Vanishing Young Reader: Sociodemographic Determinants of Newspaper Use as Source of Political Information in Europe, 1980–98.“ Pp. 233–243 in *European Journal of Communication* 2001, vol. 16, no. 2.
- Lax, Stephen.** 2009. *Media and Communication Technologies. A Critical Introduction*. New York – London: Palgrave Macmillan.
- Lister, Martin – Dovey, Jon – Giddings, Seth – Grant, Iain – Kelly, Kieran.** 2006. *New Media: A Critical Introduction*. Oxon – New York: Routledge.
- Lotko, Edvard.** 2005. *Slovník lingvistických termínů pro filologii*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- McNair, B.** 2004. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál.
- McQuail, Denis.** 1999. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.
- Mencher, Melvin.** 1996. *Basic media writing*. Madison: Brown & Benchmark.
- Mencher, Melvin.** 2003. *News Reporting and Writing*. Boston: McGraw-Hill.
- Motal, Jan a kol.** 2012. *Nové trendy v médiích II: rozhlas a televize*. Brno: Masarykova univerzita.
- Niblock, Sarah.** 2005. „Practice and Theory: What Is News?“ Pp. 73–81 in *Print Journalism: A critical introduction*. Ed. Keeble, Richard. Abingdon: Routledge.
- Ondrášek, Branislav.** 2010. „Internetová tvorba (online).“ Pp. 305–341 in Tušer, Andrej a kol. 2010. *Praktikum mediální tvorby*. Bratislava: Bratislavská vysoká škola práva.
- Örnebring, Henrik.** 2010. „Technology and journalism-as-labour: historical perspectives.“ Pp. 57–74 in *Journalism* 2010, vol. 11, no. 1.
- Osvaldová, Barbora – Halada, Jan (eds.)** 2007. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Vyd. 3. Praha: Libri.
- Osvaldová, Barbora – Halada, Jan a kol.** 1999. Vyd. 1. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri.
- Osvaldová, Barbora – Tejkalová, Alice (eds.)** 2009. *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Praha: Karolinum.
- Osvaldová, Barbora a kol.** 2005. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum.
- Pape, Susan – Featherstone, Sue.** 2006. *Feature Writing. A Practical Introduction*. London: Sage Publications.
- Pavera, Libor – Všetická, František.** 2002. *Lexikon literárních pojmů*. Olomouc: Nakladatelství Olomouc.
- Pavlik, John.** 2000. „The Impact of Technology on Journalism.“ Pp. 229–237 in *Journalism Studies* 2000, vol. 1, no. 2.
- Pech, Jaroslav.** 2007. *Schůzky s češtinou aneb hezky česky: populárně naučná forma pravidel české gramatiky*. Praha: Svoboda.
- Polčák, Radim.** 2009. „Odpovědnost poskytovatelů služeb informační společnosti.“ Pp. 837 in *Právní rozhledy* 2009, R. 17, č. 23.
- Quinn, Stephen – Filak, Vincent F. (eds.)** 2005. *Convergent journalism*. Boston: Elsevier.
- Repková, Tatiana.** 2004. *Ako robíť profesionálne noviny*. Bratislava: Logos.

- Rogers, Everett., M. *Diffusion of innovations*. 1983. New York: Free Press.
- Rozehnal, Aleš. 2007. *Mediální právo*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk.
- Russial, John. 2004. *Strategic Copy Editing*. New York: The Guilford Press.
- Russ-Mohl, Stephan – Bakičová, Hana. 2005. *Žurnalistika. Komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada Publishing.
- Shoemaker, Pamela J. – Reese, Stephen D. 1996. *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. New York: Longman.
- Schellmann, Bernhard. 2004. *Mediální základní pojmy, návrhy, výroba*. Praha: Europa-Sobotáles.
- Sissons, Helen. 2006. *Practical Journalism. How to Write News*. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage Publications.
- Smith, Jon. 2007. *Essential Reporting. The NCTJ Guide for Trainee Journalists*. London: Sage Publications.
- Stepp, Carl Sessions. 2008. *Editing for Today's Newsroom. A Guide for Success in a Changing Profession*. New York – London: Routledge.
- Stovall, James Glen. 2003. *Journalism on the Web*. Allyn & Bacon.
- Stovall, James Glen. 2004. *Web Journalism. Practice and Promise of a New Medium*. Boston: Pearson Education.
- Svozilová, Nadá. 2000. *Jak dnes píšeme/mluvíme a jak dnes hřešíme proti dobré češtině*. Praha: H & H.
- Škodová, Markéta. 2004. „Gatekeeper, gatekeeping.“ Pp. 70–71. In: Reifová, Irena a kolektiv. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál.
- Škop, Martin. 2009. „Internet.“ Pp. 287–302 in Brečka, Samuel a kol. *Od tamtamov po internet*. Bratislava: Bratislavská vysoká škola práva.
- Šmíd, Milan – Trunečková, Ludmila. 2009. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum.
- Šmíd, Milan. 2005. „Česká média 1995–2005 – léta

## INTERNETOVÉ ZDROJE

- A Bloggers' Code of Ethics*. (Nedatováno). <http://www.cyberjournalist.net/news/000215.php> (1. 12. 2011).
- Aust, Ondřej. 2012. *Papírová MF Dnes a iDnes. cz slučují regionální redakce, týmy zeštíhlují*. <http://www.mediar.cz/papirova-mf-dnes-a-idnes-cz-slučují-regionální-redakce-tymy-zestihlují/> (9. 6. 2012).
- Briggs, Mark. 2007. *Journalism 2.0: How to Survive and Thrive. A Digital Literacy Guide for the Information Age*.

- technického pokroku a zrání.“ Pp. 23–32 in *10 let v českých médiích*. Praha: Portál.
- Šmíd, Milan. 2006. *Žurnalistika v informační společnosti: internetizace a digitalizace žurnalistiky*. Praha: Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy.
- Taylor, Jane. 2005. „What makes a good feature? The different genres.“ Pp. 117–128. in *Print Journalism – A Critical Introduction*, ed. by Richard Keeble. Abingdon: Routledge.
- Trampota, Tomáš. 2006. *Zpravodajství*. Praha: Portál.
- Tuchman, Gaye. 1978. *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.
- Tušer, Andrej, Follrichová, Mária. 2001. *Teória a prax novinárskych žánrov. I*. Bratislava: Univerzita Komenského.
- Tušer, Andrej. 1995. *Typológia periodickej tlače I. Lokálna a regionálna tlač*. Bratislava: Univerzita Komenského.
- Tušer, Andrej. 1999. *Ako sa robia noviny*. Bratislava: Sôfa.
- Verweij, Peter. 2009. „Making Convergence Work in the Newsroom.“ Pp. 75–87 in *Convergence 2009*, vol. 15, no. 1.
- Vojtek, Juraj. 2001. *Dejiny svetového novinárstva: dokumenty II. Žánre anglicky písaného novinárstva s ukázkami*. Bratislava: Univerzita Komenského.
- Wahl-Jorgensen, Karin. 2008. „Op-ed pages.“ Pp. 70–78 in *Pulling Newspapers Apart: Analysing Print Journalism*, ed. by Bob Franklin. Abingdon: Routledge.
- Ward, Mike. 2002. *Journalism Online*. Oxford: Focal Press.
- Waschková Císařová, Lenka. (ed.). 2007. *Regionální média v evropském kontextu*. Brno: Institut regionální žurnalistiky, Fakulta sociálních studií, Masarykova univerzita.
- Wenger, Deborah. „Help Wanted: An Examination of New Media Skills Required by the Top U. S. News Companies.“ *International Scientific Conference Media in Crisis. Crisis in Media*. Bratislava 2010.
- Wheeler, Sharon. 2009. *Feature Writing for Journalists*. London, New York: Routledge.

- [http://www.kcnn.org/resources/journalism\\_20/](http://www.kcnn.org/resources/journalism_20/) (1. 12. 2011).
- Dube, Jonathan. 2000. *A Dozen Online Writing Tips*. <http://www.cyberjournalist.net/news/000118.php> (1. 12. 2011).
- Garcia, Mario. 2002. *Pure Design: 79 simple solutions for magazines, books, newspapers and websites*. St. Petersburg, Florida: Miller Media. [http://issuu.com/mariogarcia/docs/mario\\_garcia\\_pure\\_design](http://issuu.com/mariogarcia/docs/mario_garcia_pure_design) (3. 3. 2012).

- Gardner, Susannah. 2005. *Time to Check: Are you Using the Right Blogging Tool?* Online Journalism Review. <http://www.ojr.org/ojr/stories/050714gardner/> (1. 12. 2011).
- Gillmor, Dan. 2006. *We the Media, Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol: O'Reilly. <http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp> (1. 12. 2011).
- Glaser, Mark. 2006. *Your Guide to Citizen Journalism*. <http://www.pbs.org/mediashift/2006/09/your-guide-to-citizen-journalism270.html> (1. 12. 2011).
- Internetová jazyková příručka. Ústav pro jazyk český AV ČR, v. v. i.* (Nedatováno). <http://prirucka.ujc.cas.cz/> (10. 6. 2012).
- Internetový manifest. Jak funguje žurnalistika dnes. Sedmáct prohlášení*. 2009. [http://24report.imprimis.eu/prilohy/1342-internetovy\\_manifest.pdf](http://24report.imprimis.eu/prilohy/1342-internetovy_manifest.pdf) (10. 6. 2012).
- Kijonka, Radim – Bortlíčková, Anna – Právo. *Hyundai prý uvítal, že Nošovice jsou volné*. 2005. <http://www.novinky.cz/ekonomika/72883-hyundai-pry-uvital-ze-nosovice-jsou-volne.html> (10. 6. 2012).
- Kočí, Petr – Zandl, Patrik. 2011. *Zpravodajství iHned dostalo krásný nový kabát. A co víc?* <http://www.lupa.cz/clanky/zpravodajstvi-ihned-dostalo-krasny-novy-kabat-a-co-vic/> (10. 6. 2011).
- Kratochvíl, Bedřich. 2009. *Přechylovat nebude třeba*. [http://www.lidovky.cz/prechylovat-nebudetreba-0h1-/ln-media.asp?c=A090228\\_093908\\_ln-media\\_val](http://www.lidovky.cz/prechylovat-nebudetreba-0h1-/ln-media.asp?c=A090228_093908_ln-media_val) (10. 6. 2012).
- Laboratoř počítačového zpracování řeči. Ústav informačních technologií a elektroniky, FM, Technická*

- Poradní názor Meziamerického soudu pro lidská práva vyžádaný vládou Kostariky č. j. OC-5/85, ze dne 13. 11. 1985*. [http://corteidh.or.cr/docs/opiniones/seriea\\_05\\_ing.pdf](http://corteidh.or.cr/docs/opiniones/seriea_05_ing.pdf) (10. 6. 2012).
- Rozsudek Evropského soudu pro lidská práva ve věci Fressoz a Roire proti Francii (stížnost č. 29183/95) ze dne 16. 3. 1998*. <http://cmiskp.echr.coe.int/tkp197/view.asp?action=html&documentId=696783&portal=hbkm&source=externalbydocnumber&table=F69A27FD8FB86142BF01C1166DEA398649> (10. 6. 2012).
- Rozsudek Evropského soudu pro lidská práva ve věci Hachette Filipacchi Associés proti Francii (stížnost č. 71111/01) ze dne 14. 6. 2007*. <http://cmiskp.echr.coe.int/tkp197/view.asp?action=html&documentId=818894&portal=hbkm&source=externalbydocnumber&table=F69A27FD8FB86142BF01C1166DEA398649> (10. 6. 2012).

- univerzita v Liberci*. (Nedatováno). <https://www.ite.tul.cz/speechlab/index.php/newtondictate.html> (6. 4. 2012).
- Lasica, Joseph Daniel. 2003. „What is Participatory Journalism?“ In *Online Journalism Review*. <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php> (1. 12. 2011).
- Lohr, Steve. 2011. „In Case You Wondered, a Real Human Wrote This Column“. In *The New York Times*, 10. 9. 2011, [http://www.nytimes.com/2011/09/11/business/computer-generated-articles-are-gaining-traction.html?\\_r=1](http://www.nytimes.com/2011/09/11/business/computer-generated-articles-are-gaining-traction.html?_r=1). (10. 6. 2012).
- McAdams, Mindy. 2003. *Tips for Writing for the Web*. <http://www.macloo.com/webwriting/> (1. 12. 2011).
- McAdams, Mindy. 2009. *Reporter's Guide to Multimedia Proficiency*. <http://mindymcadams.com> (1. 12. 2011).
- Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism, The State of the News Media*. 2009. <http://stateofthemediamedia.org/2009/online-journalist-survey-intro> (6. 4. 2012).
- První interview s hologramem v dějinách televize*. (Nedatováno). In *Uloz to* <http://www.uloz.to/live/930158/prvni-interview-s-hologramem-v-d-jinach-televize-avi> (15. 3. 2012).
- Šťastný, Jiří. 2011. *Sharon Stone, nebo Stoneová? Přechylování odmítá třetina Čechů*. [http://zpravy.idnes.cz/sharon-stone-nebo-stoneova-prechylovani-odmita-tretina-cechu-pux-/domaci.aspx?c=A110817\\_151611\\_domaci\\_js](http://zpravy.idnes.cz/sharon-stone-nebo-stoneova-prechylovani-odmita-tretina-cechu-pux-/domaci.aspx?c=A110817_151611_domaci_js) (10. 6. 2012).
- vor – Právo. 2006. *Muže v plamenech uhasili až hasiči*. <http://www.novinky.cz/krimi/73683-muze-v-plamenech-uhasili-az-hasici.html> (10. 6. 2012).

## SOUDNÍ ROZHODNUTÍ

- Rozsudek Evropského soudu pro lidská práva ve věci Jersild proti Dánsku (stížnost č. 15890/89) ze dne 23. 9. 1993*. <http://cmiskp.echr.coe.int/tkp197/view.asp?action=html&documentId=695768&portal=hbkm&source=externalbydocnumber&table=F69A27FD8FB86142BF01C1166DEA398649> (10. 6. 2012).
- Rozsudek Evropského soudu pro lidská práva ve věci Pedersen a Baadsgaard proti Dánsku (stížnost číslo 49017/99) ze dne 17. 12. 2004*. <http://cmiskp.echr.coe.int/tkp197/view.asp?action=html&documentId=709500&portal=hbkm&source=externalbydocnumber&table=F69A27FD8FB86142BF01C1166DEA398649> (10. 6. 2012).
- Rozsudek Evropského soudu pro lidská práva ve věci Perna proti Itálii (stížnost č. 48898/99) ze dne 6. 5. 2003*. <http://cmiskp.echr.coe.int/tkp197/view.asp?action=html&documentId=698952&portal=hbkm&source=extern>

albydocnumber&table=F69A27FD8FB86142BF01C1166DEA398649 (10. 6. 2012).

**Rozsudek Evropského soudu pro lidská práva ve věci Stoll proti Švýcarsku (stížnost č. 69698/01) ze dne 10. 12. 2007.** <http://cmiskp.echr.coe.int/tkp197/view.asp?action=html&documentId=826927&portal=hbkm&source=externalbydocnumber&table=F69A27FD8FB86142BF01C1166DEA398649> (10. 6. 2012).

**Rozsudek Evropského soudu pro lidská práva ve věci White proti Švédsku (stížnost č. 42435/02) ze dne 29. 11. 2002.** <http://cmiskp.echr.coe.int/tkp197/view.asp?action=html&documentId=808585&portal=hbkm&source=externalbydocnumber&table=F69A27FD8FB86142BF01C1166DEA398649> (10. 6. 2012).

**Rozsudek Nejvyššího správního soudu č. j. 7 Afs 15/2009 – 159 ze dne 27. 1. 2010.** [http://www.nssoud.cz/files/SOUDNI\\_VYKON/2009/0015\\_7Afs\\_0900\\_b78d76be\\_5861\\_42e0\\_a65a\\_725f6e3ef44b\\_prevedeno.pdf](http://www.nssoud.cz/files/SOUDNI_VYKON/2009/0015_7Afs_0900_b78d76be_5861_42e0_a65a_725f6e3ef44b_prevedeno.pdf) (10. 6. 2012).

**Rozsudek Nejvyššího soudu č. j. 30 Cdo 2089/2003 ze dne 3. 6. 2004.** [http://www.nsouid.cz/Judikatura/judikatura\\_ns.nsf/WebSearch/D5BC16FFAA7AC453C1257983005978DA?openDocument&Highlight=0](http://www.nsouid.cz/Judikatura/judikatura_ns.nsf/WebSearch/D5BC16FFAA7AC453C1257983005978DA?openDocument&Highlight=0) (10. 6. 2012).

**Nález Ústavního soudu č. j. I. ÚS 156/99, ze dne 8. 2. 2000.** <http://nalus.usoud.cz/Search/ResultDetail.aspx?id=32822&pos=1&cnt=1&typ=result> (10. 6. 2012).

**Nález Ústavního soudu č. j. III. ÚS 73/02, ze dne 7. 2.**

**2001.** <http://nalus.usoud.cz/Search/ResultDetail.aspx?id=16918&pos=1&cnt=1&typ=result> (10. 6. 2012).

**Rozsudek Nejvyššího soudu č. j. 30 Cdo 214/2000, ze dne 7. 2. 2001.** [http://www.nsouid.cz/Judikatura/judikatura\\_ns.nsf/WebSearch/A4E6FE451251AA6AC1257983005BE8F4?openDocument&Highlight=0](http://www.nsouid.cz/Judikatura/judikatura_ns.nsf/WebSearch/A4E6FE451251AA6AC1257983005BE8F4?openDocument&Highlight=0) (10. 6. 2012).

**Usnesení Ústavního soudu č. j. II. ÚS 435/01, ze dne 2. 10. 2001.** <http://nalus.usoud.cz/Search/ResultDetail.aspx?id=39033&pos=1&cnt=1&typ=result> (10. 6. 2012).

**Usnesení Ústavního soudu č. j. II. ÚS 2703/09-1 ze dne 18. 11. 2009.** <http://nalus.usoud.cz/Search/ResultDetail.aspx?id=64317&pos=1&cnt=1&typ=result> (10. 6. 2012).

**Rozsudek Nejvyššího soudu č. j. 30 Cdo 923/2004 ze dne 19. 11. 2004.** [http://www.nsouid.cz/Judikatura/judikatura\\_ns.nsf/WebSearch/1DAFA4638BAC3BE3C12579830059E495?openDocument&Highlight=0](http://www.nsouid.cz/Judikatura/judikatura_ns.nsf/WebSearch/1DAFA4638BAC3BE3C12579830059E495?openDocument&Highlight=0) (10. 6. 2012).

**Nález Ústavního soudu č. j. I. ÚS 453/03, ze dne 21. 11. 2005.** <http://nalus.usoud.cz/Search/ResultDetail.aspx?id=44029&pos=1&cnt=1&typ=result> (10. 6. 2012).

**Rozsudek Nejvyššího soudu č. j. 30 Cdo 5021/2008 ze dne 28. 2. 2011.** [http://www.nsouid.cz/Judikatura/judikatura\\_ns.nsf/WebSearch/44D1E6D94298BFC3C1257983005ADC9A?openDocument&Highlight=0](http://www.nsouid.cz/Judikatura/judikatura_ns.nsf/WebSearch/44D1E6D94298BFC3C1257983005ADC9A?openDocument&Highlight=0) (10. 6. 2012).

**Usnesení Nejvyššího soudu č. j. 30 Cdo 3126/2007 ze dne 27. 9. 2007.** [http://www.nsouid.cz/Judikatura/judikatura\\_ns.nsf/WebSearch/62CBAA010E0C647CC1257983005AF0ED?openDocument&Highlight=0](http://www.nsouid.cz/Judikatura/judikatura_ns.nsf/WebSearch/62CBAA010E0C647CC1257983005AF0ED?openDocument&Highlight=0) (10. 6. 2012).

## ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

**Černý, Aleš. 2011.** *News feature na téma komunální volby 2010 v MF DNES.* Brno: Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity. Bakalářská práce.

**Hurdáková, Šárka. 2011.** *Žánr story v deníku Rovnost před rokem 1989.* Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity. Bakalářská práce.

**Marková, Petra. 2000.** *Analýza žánru story, jeho charakteristika a užití v českém kontextu.* Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity. Klauzurní práce.

**Měchurová, Barbora. 2010.** *Soubor zpravodajských textů s ekologickou tematikou.* Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity. Bakalářská práce.

**Ondrušková, Pavla. 2010.** *Proměny pracovních rutin členů brněnské redakce MF DNES v rámci působení trendů konvergence a multimedializace.* Brno: Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity. Magisterská diplomová práce.

**Pavlinová, Alžběta. 2010.** *Ideální deník? Komparativní*

*studie postojů cílových skupin studentů a seniorů k současné podobě českých tištěných deníků a faktory ovlivňující míru čtenosti u těchto skupin.* Brno: Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity. Magisterská diplomová práce.

**Smetana, Jiří. 2008.** *Sobotní zápisník v regionální příloze Jižní Morava Mladé fronty Dnes.* Brno: Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity. Bakalářská práce.

**Sošková, Alžběta. 2010.** *Rozdíly mezi tištěnými a online médii očima novinářů.* Brno: Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity. Magisterská diplomová práce.

**Surá, Martina. 2007.** *Žánry v tištěných médiích: Žánr story v Brněnském deníku Rovnost.* Brno: Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity. Bakalářská práce.

**Vondřich, Lukáš. 2009.** *Praktické a právní aspekty metod získávání informací pro účely investigativní žurnalistiky v kontextu novinářské etiky.* Brno: Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity. Bakalářská práce.

## REDAKČNÍ PŘÍRUČKY MÉDIÍ A DALŠÍ ZDROJE

**Burgr, Rudolf – Čuřík, Jaroslav – Waschková Císařová, Lenka. 2006.** *Novinářské minimum.* Brno: Institut regionální žurnalistiky FSS MU. Interní příručka Deníků VLP.

**Co to vlastně děláme? A proč? A jak?** (Nedatováno). Interní příručka MF Dnes.

**Dobré noviny: Jak a co děláme v MF DNES.** (Nedatováno). Interní příručka MF Dnes.

**Kryzánek, Ladislav. 2012.** „Americký voják v amoku postřílel afghánské civilisty.“ Pp. 7 in *Mladá fronta Dnes*. 12. 3. 2012.

*Stylebook MF Dnes*. 2001.

*Stylebook MF Dnes*. 2006.

*Stylebook MF Dnes*. 2010.

Šimůnek, Petr. 2008. „99 slov“ Pp. 1 in *Hospodářské noviny* 2008, č. 116.

## ROZHOVORY

**Čáslenský, Robert.** Šéfredaktor MF Dnes. Praha. (20. 10. 2011).

**Dražan, Jan.** Zástupce šéfredaktora Lidových novin. Praha. (4. 11. 2011).

**Herman, Tomáš.** Krajský šéfredaktor Deníků Vltava-Labe-Press na jižní Moravě. (3. 2. 2012.)

**Hušek, Matěj.** Ředitel nových médií vydavatelství Ringier Axel Springer CZ. Praha. (21. 10. 2011).

**Kábele, Jaroslav.** Ředitel serveru iDnes.cz. Praha. (21. 10. 2011).

**Komárek, Martin.** Komentátor MF Dnes. Praha. (4. 11. 2011)

**Kučera, Antonín,** Layoutér MF Dnes. Praha. (21. 10. 2011).

**Šabata, Petr.** Šéfredaktor Hospodářských novin. Praha. (20. 10. 2011).

**Špaček, Bohumil.** Šéfredaktor MF Dnes. Praha. (23. 11. 2011).

**Vodička, Milan.** Reportér MF Dnes. Praha. (4. 11. 2011).

**Voříšek, Michal.** Vedoucí skupiny pro správu a rozvoj redakčního systému ve vydavatelské skupině Mafra. Praha. (25. 11. 2011).

*Poznámka: Zdroje jednotlivých obrázků zde neuvádíme, jsou uvedeny přímo v textu jednotlivých popisků. Stejně tak zde neuvádíme soupis zdrojů, na které v publikaci pouze odkazujeme, ale jejich obsah necitujeme ani jinak nevyužíváme.*