

**Univerzita Karlova v Praze**

**Filozofická fakulta**

**Ústav informačních studií a knihovnictví**

**Bakalářská práce**

**Jakub Strnad**

**Denní tisk ve veřejných knihovnách**

**Newspapers in public libraries**

Praha 2010

Vedoucí práce: PhDr. Hana Slámová, Ph.D.

Oponent bakalářské práce:

Datum obhajoby:

Hodnocení:

Rád bych poděkoval PhDr. Haně Slámové, Ph.D. za projevenou velkorysost při vedení práce  
- vlastnost, která je čím dál vzácnější.

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně, že jsem řádně citoval všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze, 15. srpna 2011

.....  
podpis studenta

## **Abstrakt**

Cílem bakalářské práce je zjistit, jakým způsobem probíhají činnosti spojené s denním tiskem v pěti vybraných veřejných knihovnách. V úvodní kapitole je pomocí definic pojmů vymezena zkoumaná oblast, shrnuto předchozí zpracování tématu a představena metodologie výzkumu uskutečněného pomocí rozhovorů a dotazníku. V poslední části kapitoly jsou formulovány hypotézy. Ve druhé kapitole jsou charakterizovány všechny české celostátní deníky a zdokumentovány jejich internetové aktivity. Pokud mají tituly elektronickou verzi, je v této části práce podrobena testu funkčnosti. Kapitoly 3 a 4 prezentují výsledky výzkumu provedeného na pěti veřejných knihovnách různých velikostí. Třetí kapitola představuje zkoumané knihovny a popisuje průběh nákupu deníků v těchto organizacích se zvláštním důrazem na proces rozhodování. Ve čtvrté kapitole jsou zkoumány preference čtenářů novin ve vybraných knihovnách a intenzita jejich zájmu v průběhu času. Tato část práce je také věnována rozboru zbylých knihovnických činností, jako je katalogizace a vyřazování deníků. Třetí a čtvrtá kapitola jsou ukončeny shrnutím zjištěných skutečností. V závěru jsou potvrzeny nebo vyvráceny stanovené hypotézy.

**Klíčová slova:** veřejné knihovny, denní tisk, noviny, e-papery, elektronické noviny, akviziční politika, vyřazování, periodika, elektronická periodika

**Abstract:**

The goal of this bachelor thesis is to find out how the activities concerning daily press go in five selected public libraries. In opening chapter the examined branch is delineated by definitions of used terms, previous adaptations of this topic are summarized, and methodology of research based on interview and surveys is introduced. Hypotheses are expressed in the last part of this chapter. In the second chapter all the Czech national daily press is characterized and their internet activities are documented. If those titles have an electronic version, it's functionality is examined in this part of thesis. Chapters 3 and 4 present results of research which was done at five libraries of various sizes. The third chapter presents selected libraries and it describes the workflow of purchasing the press in those organizations with a special emphasis on the process of choosing the material. In the fourth chapter the preferences of readers in selected libraries and the intensity of their interest over time are examined. This part of dissertation also includes analysis of other activities concerning press such as cataloguing and displacing journals. Third and Fourth chapter are closed with summarization of detected facts. In the conclusion assigned hypotheses are confirmed or disconfirmed.

**Key words:** public libraries, daily press, newspapers, e-papers, electronic newspapers, acquisition policy, deselection, periodicals, electronic periodicals

# Obsah

|   |    |
|---|----|
| Předmluva.....  | 9  |
| 1 Úvod a metodika.....                                | 11 |
| 1.1 Definice pojmů a vymezení zkoumané oblasti.....   | 11 |
| 1.1.1 Denní tisk.....                                 | 11 |
| 1.1.2 Noviny.....                                     | 12 |
| 1.1.3 Elektronické noviny a zpravodajský portál.....  | 12 |
| 1.1.4 Veřejná knihovna.....                           | 13 |
| 1.1.5 Vymezení zkoumané oblasti.....                  | 14 |
| 1.2 Předchozí zpracování zkoumané oblasti.....        | 14 |
| 1.3 Metodologie výzkumu.....                          | 15 |
| 1.4 Zkoumaný vzorek.....                              | 17 |
| 1.5 Hlavní metoda sběru dat - rozhovor .....          | 18 |
| 1.6 Doplnková metoda sběru dat - dotazník .....       | 18 |
| 1.7 Stanovení cíle výzkumu a formulování hypotéz..... | 19 |
| 2 Trh českých deníků.....                             | 20 |
| 2.1 Aha!.....   | 20 |
| 2.1.1 O titulu.....                                   | 20 |
| 2.1.2 Tištěná verze novin.....                        | 21 |
| 2.1.3 Elektronická verze novin.....                   | 21 |
| 2.1.4 Zpravodajský server.....                        | 22 |
| 2.2 Blesk.....  | 22 |
| 2.2.1 O titulu.....                                   | 22 |
| 2.2.2 Tištěná verze novin.....                        | 22 |
| 2.2.3 Elektronická verze novin.....                   | 23 |
| 2.2.4 Zpravodajský server.....                        | 23 |
| 2.3 Deník.....  | 23 |
| 2.3.1 O titulu.....                                   | 23 |
| 2.3.2 Tištěná verze novin .....                       | 24 |
| 2.3.3 Elektronická verze novin .....                  | 24 |
| 2.3.4 Zpravodajský server.....                        | 26 |
| 2.4 Haló noviny.....                                  | 26 |
| 2.4.1 O titulu.....                                   | 27 |
| 2.4.2 Tištěná verze novin.....                        | 27 |
| 2.4.3 Elektronická verze novin.....                   | 27 |
| 2.4.4 Zpravodajský server.....                        | 28 |
| 2.5 Hospodářské noviny.....                           | 28 |
| 2.5.1 O titulu.....                                   | 28 |
| 2.5.2 Tištěná verze novin.....                        | 29 |
| 2.5.3 Elektronická verze novin.....                   | 29 |
| 2.5.4 Zpravodajský server.....                        | 31 |
| 2.6 Lidové noviny.....                                | 32 |
| 2.6.1 O titulu.....                                   | 32 |
| 2.6.2 Tištěná verze novin.....                        | 32 |
| 2.6.3 Elektronická verze novin.....                   | 33 |
| 2.6.4 Zpravodajský server.....                        | 35 |
| 2.7 Mladá fronta DNES.....                            | 36 |

|       |                                     |    |
|-------|-------------------------------------|----|
| 2.7.1 | O titulu.....                       | 36 |
| 2.7.2 | Tištěná verze novin.....            | 37 |
| 2.7.3 | Elektronická verze novin.....       | 37 |
| 2.7.4 | Zpravodajský server.....            | 38 |
| 2.8   | Právo.....                          | 39 |
| 2.8.1 | O titulu.....                       | 39 |
| 2.8.2 | Tištěná verze novin.....            | 40 |
| 2.8.3 | Elektronická verze novin.....       | 40 |
| 2.8.4 | Zpravodajský server.....            | 40 |
| 2.9   | Sport.....                          | 41 |
| 2.9.1 | O titulu.....                       | 41 |
| 2.9.2 | Tištěná verze novin.....            | 41 |
| 2.9.3 | Elektronická verze novin.....       | 42 |
| 2.9.4 | Zpravodajský server.....            | 42 |
| 3     | Akvizice.....                       | 43 |
| 3.1   | Městská knihovna Beroun.....        | 43 |
| 3.2   | Městská knihovna v Praze.....       | 44 |
| 3.3   | Krajská knihovna v Pardubicích..... | 46 |
| 3.4   | Regionální knihovna Teplice.....    | 48 |
| 3.5   | Knihovna města Ostravy.....         | 49 |
| 3.6   | Shrnutí.....                        | 50 |
| 4     | Práce knihoven s novinami.....      | 52 |
| 4.1   | Městská knihovna Beroun.....        | 52 |
| 4.2   | Městská knihovna v Praze.....       | 53 |
| 4.3   | Krajská knihovna v Pardubicích..... | 56 |
| 4.4   | Regionální knihovna Teplice.....    | 57 |
| 4.5   | Knihovna města Ostravy.....         | 59 |
| 4.6   | Shrnutí.....                        | 60 |
|       | Závěr.....                          | 62 |
|       | Seznam použité literatury.....      | 65 |

## Předmluva

Tato práce pojednává o denním tisku ve veřejných knihovnách. Mimo jiné si klade za cíl zjistit, jak se ve vybraných organizacích s deníky pracuje, jak vypadá obvyklý návštěvník čítárny a jestli se na zájmu čtenářů o tyto služby projevuje vzestup internetového zpravodajství a pokles nákladu a čtenosti tištěných novin.

Toto téma jsem si vybral mimo jiné proto, že rád čtu noviny a není mi lhostejná jejich budoucnost. Také mě zajímá cenzura ve všech podobách, a tak mi přišlo poutavé sledovat, jestli se knihovny snaží výběrem titulů čtenáře vychovávat, nebo naopak lákají nové zájemce na lidové čtivo.

V dílčích bodech se struktura této práce liší od zadání. Nepouštěl jsem se do zamýšlených spekulací o budoucnosti tisku a namísto toho jsem věnoval více péče tématu, které se v České republice objevilo velmi nedávno - placenému obsahu novin na internetu. Vyzkoušel jsem všechny v současné době dostupné elektronické verze českých celostátních deníků, o čemž pojednám ve druhé kapitole, a v závěru práce se pokusím odhadnout, jestli je tento nový způsob distribuce novin pro knihovny perspektivní.

Oproti původnímu záměru byl také rozšířen zkoumaný vzorek na pět různě velkých veřejných knihoven. Ukázalo se totiž, že téma není nijak zvlášť obsáhlé a i při snaze zaznamenat a zanalyzovat všechny podrobnosti nakládání jedné knihovny s deníky by zřejmě na bakalářskou práci nevydalo.

Práce je rozčleněna do čtyř kapitol. V úvodní kapitole jsou shromážděny definice pojmů, které se týkají tématu. Dále je v této části práce zmapováno předchozí zpracování oblasti zájmu a jsou podrobně popsána metodologická východiska provedeného výzkumu. Kapitola je zakončena formulováním výzkumných hypotéz. Druhá kapitola rozebírá trh českých celostátních deníků. Jsou v ní charakterizovány jednotlivé tituly, popsána jejich tištěná verze, vyvozeny trendy ekonomických ukazatelů a zmapovány internetové aktivity vydavatelství. Pokud má deník elektronickou verzi, je důkladně popsána a je otestováno její fungování v praxi. Ve třetí kapitole jsou postupně představeny zkoumané knihovny a je pojednáno o tom,

jak jednotlivé organizace provádějí činnosti spojené s akvizicí deníků a čím se tento proces řídí. Poznatky jsou shrnuty na konci kapitoly. Čtvrtá kapitola se soustředí na návštěvníky čítáren a na zbylé činnosti, které souvisí s poskytováním novin knihovnami. Zakončena je rovněž shrnutím. V závěru budou výsledky výzkumu zúročeny potvrzením nebo vyvrácením pravdivosti hypotéz. Na konci práce je umístěn seznam použité literatury.

# 1 Úvod a metodika

## 1.1 Definice pojmů a vymezení zkoumané oblasti

Název této bakalářské práce "Denní tisk ve veřejných knihovnách" není jednoznačný, je třeba upřesnit, co konkrétně je pod pojmy *denní tisk* (potažmo *noviny*, protože název v angličtině zní "Newspapers in public libraries") a *veřejné knihovny* zahrnuto. Předmětem zkoumání budou též elektronické verze deníků, pročež bude ověřen i termín *elektronické noviny*. Nejprve bude zjištěno, jak jsou tyto výrazy pojímány v terminologických slovnících oborů knihovnictví, informační věda a mediální komunikace. Následně bude s využitím těchto poznatků vymezena zkoumaná oblast.

### 1.1.1 Denní tisk

Výraz *denní tisk* je v TDKIV řazen pod preferovaný ekvivalent *deník*, který je ve smyslu periodikum vymezen následovně:

„Dokument vycházející nejméně pětkrát týdně obvykle ve vysokých nákladech, někdy také s regionálními mutacemi. Obsahuje aktuální zpravodajství o politických, ekonomických, kulturních a jiných událostech doma i v zahraničí.“ [TDKIV, 2011]

### 1.1.2. Noviny

„Periodická publikace, tištěná zpravidla na specifickém papíře, pod stejným názvem, v typické úpravě. Noviny vycházejí denně, v určité dny v týdnu nebo nejméně jednou týdně. Obsahují aktuální zpravodajství o politických, ekonomických, kulturních a jiných událostech doma i v zahraničí, často s komentáři, pro co nejširší čtenářský okruh. Vzhledem k nízké odolnosti svého nosiče jsou v knihovnách zpřístupňovány někdy v reformátované podobě (např. na mikrofilmu nebo v digitalizované verzi).“ [TDKIV, 2011]

„Podle tradičních teoretických koncepcí se noviny charakterizují jako médium vykazující:

- a) aktuálnost, časovou blízkost zpravodajství k události
- b) periodicitu
- c) univerzálnost (obsahovou pestrost)
- d) publicitu (neomezenou dostupnost pro všechny).“

[REIFOVÁ, 2004]

„V rovině formálně popisného vymezení se za noviny označují periodika, jež vycházejí minimálně dvakrát týdně a obsahují aktuální politickou část, která se vyznačuje tematickou diverzitou.“ [REIFOVÁ, 2004]

„V užším smyslu jsou noviny denní tisk v různých modifikacích; periodické publikace určené široké obci čtenářů, vycházející pravidelně denně nebo častěji než jednou týdně s cílem informovat veřejnost. Noviny shromažďují, třídí a redigují informace, které publikují ve formě zpravodajské nebo publicistické. V žurnalistickém smyslu jsou nejstarším médiem, mají obyčejně univerzální informační charakter na rozdíl od specializovanějších časopisů.“ [OSVALDOVÁ, 2002]

### **1.1.3. Elektronické noviny a zpravodajský portál**

Rozdíl mezi elektronickou verzí novin a zpravodajským portálem dosud není v TDKIV dořešen, k termínu *zpravodajský server* je přiřazen coby ekvivalent výraz *elektronické noviny*. Definován je takto:

„Informační systém poskytující aktuální průběžné denní zpravodajství. V určitém smyslu je elektronickou obdobou tištěných novin, kromě průběžné aktualizace však zahrnuje řadu dalších funkcí a získává tak charakter portálu.“ [TDKIV, 2011]

Dá se ovšem předpokládat, že autoři dotyčného slovníku značné významové rozdíly mezi těmito výrazy časem zohlední a redefinují oba pojmy v samostatných heslech. Fenomén

elektronických *mirrorů*<sup>1</sup> tištěných deníků je totiž celkem mladý. Českému slovníku lze ovšem přičíst ke cti, že se elektronickými novinami alespoň zabývá. V americkém ODLISu není tento pojem zpracován vůbec.

V českých podmínkách se elektronické noviny často označují výrazem *e-paper*. Budou tak někdy nazývány i v tomto textu, ale je třeba brát na vědomí, že jde o dvojznačný termín. Jeho druhým významem je elektronický papír, mimořádně tenký a pružný displej, dlouho to očekávaná technologie.

#### 1.1.4 Veřejná knihovna

Definování tohoto termínu je dlouhodobě problematické. Podle TDKIV v současnosti přestává být pro charakteristiku veřejné knihovny podstatný způsob financování, přesto tato databáze i nadále nabízí následující formulaci:

„Knihovna zřizovaná a financovaná z veřejných prostředků (nejčastěji obce, města, regionu) a přístupná veřejnosti.“ [TDKIV, 2011]

„Knihovna poskytující veřejnosti rovný přístup k informačním fondům a službám.“ [TDKIV, 2011]

Přitom je třeba brát v úvahu, že i Národní knihovna České republiky sama sebe řadí mezi knihovny veřejné. Databáze TDKIV ve vymezení pojmu *národní knihovna* rovněž pracuje s termínem *veřejná knihovna*. Jedná se tedy o velmi obtížně definovatelný pojem, přičemž většina dosavadních formulací buď postupně zastarává, nebo se soustřeďuje pouze na jeden či dva aspekty tohoto výrazu. Asi nejkompexnější z dostupných definic veřejné knihovny pochází ze směrnice IFLA:

---

<sup>1</sup>*Mirror*, anglicky *zrcadlo*, je termín používaný pro přesnou kopii elektronického nebo tištěného dokumentu vystavenou na internetu. V tomto případě se jedná o jev, kdy jsou noviny zveřejněné online ve stejné grafické podobě, v jaké jsou k dostání v kamenných prodejnách, a listování také napodobuje tištěnou verzi. Pojem *mirror* vstoupil do obecného povědomí zejména v souvislosti s nedávnou aférou stránky *wikileaks.org*, která vytvořila tisíce „zrcadel“, aby znemožnila nucené odstranění jí zveřejňovaných informací z webu.

„Veřejná knihovna je organizace, zřízená, podporovaná a dotovaná společností, a to buď prostřednictvím místní, regionální či národní správy nebo jinou formou společenské organizace. Zajišťuje přístup k vědění, informacím a uměleckým dílům prostřednictvím různých zdrojů a služeb. Je přístupná všem členům společnosti stejně, bez ohledu na rasu, národnost, věk, pohlaví, náboženství, jazyk, invaliditu, ekonomické postavení, zaměstnání a dosažený stupeň vzdělání.“ [GILL, 2002]

### **1.1.5. Vymezení zkoumané oblasti**

Pro potřeby této práce budou zkoumány takové deníky, které vycházejí nejméně pětkrát týdně, jsou distribuovány po celé České republice a jsou placené. To se v současné době týká následujících devíti titulů (řazeno abecedně): *Aha!*, *Blesk*, *Deník*, *Haló noviny*, *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladá fronta DNES*, *Právo*, *Sport*. Předmětem zkoumání budou jak tištěné, tak případné elektronické verze zmíněných listů, přičemž bude okrajová pozornost věnována i jejich zpravodajským serverům. Oslovovány budou také veřejné knihovny, jejichž primárním účelem není péče o fondy, ale poskytování služeb veřejnosti. To bude podnikáno se snahou popsat práci různě velkých institucí. Také bude předběžným průzkumem na internetu ověřeno, zda oslovené knihovny nabízejí čtenářům denní tisk.

## **1.2 Předchozí zpracování zkoumané oblasti**

Pokud jde o hlavní cíl této bakalářské práce, tedy zmapovat nakládání konkrétních veřejných knihoven s denním tiskem, není autorovi známo, že by toto téma bylo v České republice kdy zpracováno. V rámci atestace z předmětu *Bibliografické rešeršní služby* autor této práce provedl bibliografickou rešerši, jejíž název musel být právě pro nedostatek relevantních dokumentů změněn ze zamýšleného *Denní tisk ve veřejných knihovnách* na *Periodika ve veřejných knihovnách*.

Co se týče dílčího cíle, tedy pojednat o trhu českých deníků, byly nalezeny dvě kvalifikační práce, které se těchto témat dotýkají:

Iveta Mládková - *Celostátní deníky v České republice*, obhájeno na ÚISK FF UK. Tato bakalářská práce v jedné kapitole popisuje subjekty na českém deníkovém trhu, věnuje se však především tištěným novinám a zčásti také zpravodajským serverům, trendy nevyvozuje. Od roku 2007, kdy Mládková svou práci obhájila, několik vydavatelů uvedlo na trh elektronické mirrorry svých produktů, které jsou navíc čerstvě zpoplatněné. Tato práce bude také věnovat více pozornosti trendům vývoje ukazatelů ekonomické úspěšnosti v konkurenčním českém tržním prostředí.

Irena Fabiánová - diplomová práce *Srovnání internetových verzí vybraných celostátních deníků* na Katedře českého jazyka Filozofické fakulty Ostravské univerzity. Z této práce bylo čerpáno několik údajů o historii jednotlivých e-paperů, protože autorka vychází z osobních rozhovorů s řediteli internetových aktivit českých novin a získala od nich tyto jinak obtížně dohledatelné informace. Jinak ale témata kolidují minimálně, protože Fabiánová zkoumá zpravodajské servery a o e-paperech se zmiňuje jen okrajově, zatímco tato práce se v jedné kapitole o elektronické verze novin zajímá především.

### 1.3 Metodologie výzkumu

Při zpracovávání bakalářské práce byly využity primární i sekundární zdroje. Použité sekundární zdroje sestávají z tištěné literatury a webových stránek - viz seznam literatury. Primární zdroje tvoří osobní rozhovory, e-mailová korespondence (včetně vyplněných dotazníků) a jeden rozhovor vedený po telefonu. Jména expertů jsou uvedena níže.

Není jednoduché práci na základě užitých metod zařadit na škále kvalitativní- kvantitativní. Malá velikost zkoumaného vzorku a forma rozhovoru vedeného s experty by ukazovala spíše na kvalitativní přístup. Ten má ale podle Miroslava Dismana tak benevolentní pravidla, že "*metodologie výzkumu není vytvářena předem, ale v průběhu sběru dat*" [DISMAN, 2007], což nebyl (alespoň z většiny) tento případ. V tomto výzkumu bylo užito i

metody typické spíše pro kvantitativní analýzu, a to formulování a ověřování hypotéz. Ne proto, že by si snad tato práce s tak úzkým zkoumaným vzorkem chtěla činit nárok na objektivitu, nýbrž bylo zamýšleno využít toho, že před začátkem prací už existovaly určité, možná dokonce do jisté míry stereotypní, představy o praxi nakládání s deníky ve veřejných knihovnách, které se nabízely k přetavení v hypotézy a jejich následnému (alespoň orientačnímu) ověření nebo vyvrácení. Pro kvalitativní výzkum typická induktivní logika, při jejímž použití jsou hypotézy výsledkem a nikoli prostředkem zkoumání, nevyhovovala účelům této práce ani míře povědomí o zkoumané oblasti. Marie Königová ve své recenzi knihy *Basic Research Method for Librarians* shrnuje, že "*kvantitativní metody vlastně slouží kvalitativnímu výzkumu*" [KÖNIGOVÁ, 2005]. S přihlédnutím k výše zmíněným skutečnostem budiž učiněn pokus tuto práci označit za přehledovou studii doplněnou empirickým výzkumem formou rozhovorů a dotazníku. Je třeba brát v potaz, že se nejedná o celoplošný výzkum, ba naopak - zkoumaný vzorek je velmi omezený, navíc v jistém ohledu (velikost knihoven) heterogenní. Výsledky tudíž mají spíše orientační povahu a není radno je zobecňovat.

Ani teoreticko-deskriptivní část práce, konkrétně kapitola o trhu českých deníků, nemá výhradně kompilační podobu a není zcela bez vlastního přínosu. Protože bude zkoumáno, zda vybrané knihovny při volbě titulů zohledňují situaci na trhu, bude provedeno vyvození trendů v nákladu, čtenosti a inzertních příjmech jednotlivých listů. Dále se během zpracovávání práce objevilo téma, které by pro ni mohlo být relevantní - zpoplatňování obsahu deníků na webu. Protože jsou elektronické noviny levnější, než tištěné, a knihovny jsou počítači s připojením k internetu vybaveny bohatě, mohly by knihovny jejich implementací nezanedbatelně ušetřit. Jestli o této formě distribuce knihovny uvažují nebo ji dokonce zavádějí, bude také zkoumáno. Jelikož praxe zpoplatňování dorazila do České republiky teprve před několika měsíci, je důvod se domnívat, že tato práce přinese pohled na praktické aspekty fungování placeného obsahu celostátních novin na internetu mezi prvními.

## 1.4 Zkoumaný vzorek

V souladu s vymezením oblasti zájmu v první části této kapitoly byly oslovené knihovny voleny se snahou popsat situaci v různě velkých organizacích. Spodní hranici mělo zastupovat přibližně dvacetitisícové město, protože u knihoven měst menších se pro finanční náročnost a často omezenou otevírací dobu nepředpokládalo zařazování deníků do kolekcí. S ohledem na poměrně drahé jízdné a nevelké studentské výdělky byla pro uskutečnění rozhovoru vybrána nedaleká *Knihovna města Berouna*. Volba velké instituce s mnoha pobočkami padla na *MKP*. Původní úmysl počítal se třemi knihovnami, mezi těmito póly bylo místo pro přibližně stotisícové krajské město, které zastupuje *Krajská knihovna v Pardubicích*. Protože bylo doplňkové šetření formou dotazníků částečně úspěšné a získané odpovědi velice komplexní, naprosto příhodně (třebaže zčásti náhodou) vyplnily velikostní odstupy mezi již zahrnutými městy *Regionální knihovna Teplice* a *Knihovna města Ostravy*. Vzorek, na kterém byl proveden výzkum, tedy sestává z veřejných knihoven pěti měst o přibližné velikosti 20, 50, 100, 300 a 1300 tisíc obyvatel.

Experti byli voleni se snahou získat k rozhovoru osobu co nejvíce kompetentní k podání informací o práci s deníky v příslušné organizaci, ideálem byl specializovaný pracovník. V *Městské knihovně Beroun* se podařilo vyzpovídat ředitelku knihovny, paní Hanu Ludvíkovou, která o nákupu novin rozhoduje. Pozdější doplňující informace z Berouna dodala zaměstnankyně čítárny, paní Lada Schováňková. Expertka z pardubické knihovny si nepřála být jmenována, stará se pouze o čítárnu periodik. Specialista nebyl zastižen v Ústřední knihovně *MKP*, ovšem slečna Zita Kadlecová z odboru péče o zákazníka (tato funkce zahrnuje práci v čítárně) prokázala vysokou informovanost. Ve smíchovské pobočce *MKP* pak na otázky odpovídala slečna Lucie Macková, která s periodiky pracuje. Dotazníky byly zasílány na e-mailové adresy čítáren nebo studoven knihovnických institucí, aby se zvýšila pravděpodobnost, že budou respondenti moci kvalifikovaně odpovědět. Z *Knihovny města Ostravy* přišly hodnotné odpovědi od pana Filipa Hrazdila, šéfa čítárny. A pracovnice *Regionální knihovny Teplice*, paní Lenka Molnářová, dotazník k překvapení autora práce ozdobila statistickými daty.

## 1.5 Hlavní metoda sběru dat - rozhovor

Jako nejvhodnější metoda k realizaci výzkumu v daném rozsahu se jevil polostrukturovaný rozhovor s experty s otevřenými otázkami. Základním účelem tohoto typu interview je dle Hendla minimalizace efektu tazatele na kvalitu rozhovoru. Dále je výhodný tím, že redukuje pravděpodobnost, že se data v jednotlivých rozhovorech budou výrazně strukturně lišit. Oproti jiným typům rozhovorů se také získaná data snadněji analyzují, protože jednotlivá témata mají své konkrétní místo v záznamu interview (volně citováno dle [HENDL, 2005]).

Hendl v kvalitativním rozhovoru rozeznává šest typů otázek. V tomto výzkumu byly použity tři typy: nejčastěji zazněly otázky vztahující se ke znalostem ("*Po jaké době jsou deníky vyřazovány z fondu?*"), doplněny byly otázkami vztahujícími se k názorům ("*co podle vás motivuje lidi k tomu, aby chodili číst noviny do knihovny?*") a otázkami vztahujícími se k vnímání ("*Které tituly denního tisku jsou mezi čtenáři nejoblíbenější?*").

Jak píše Jan Hendl, "kvalitativní rozhovor není pouze sběrem dat, ale může mít i intervenční charakter." [HENDL, 2005]. Tato možnost byla využita v případě berounské knihovny, kde byly některé informace dodatečně zjištěny prostřednictvím telefonického rozhovoru.

## 1.6 Doplnková metoda sběru dat - dotazník

Jako doplňkový zdroj informací byl zvolen dotazník s otevřenými otázkami, strukturovanými do čtyř skupin - *rozpočet a způsob půjčování, akvizice, čtenáři a provoz*. Tento dotazník byl e-mailem odeslán do pěti veřejných knihoven, konkrétně do *Regionální knihovny Teplice, Městské knihovny Havířov, Knihovny Jiřího Mahena v Brně, Knihovny města Hradce Králové a Knihovny města Ostravy*. Tyto instituce byly vybrány po předběžném průzkumu jejich internetových stránek, který ověřil, že do svých kolekcí zařazují denní tisk. Mohlo by se zdát, že touto formou nebyl osloven dostatečný počet subjektů, nicméně se

jednalo pouze o doplňkovou metodu, jejímž cílem sice bylo případné rozšíření počtu souborů odpovědí, ale výzkum by se bez ní obešel. Vrátily se dva vyplněné dotazníky, což znamená čtyřicetiprocentní návratnost. Výši tohoto ukazatele přikládá autor této práce mimořádné ochotě pracovníků oslovených institucí a jisté kolegiálně, jelikož respondenti s velkou pravděpodobností studovali na podobných oborech, jako on. Dotazníky byly zpracovány ručně.

Obzvláště užitečné se ukázaly být odpovědi z teplické knihovny, neboť díky nim mohl být výzkum preferencí čtenářů v jednom případě podložen "tvrdými" fakty a nemusel se spoléhat na odhady knihovnických pracovníků. Je však třeba mít stále na paměti, že tato práce neuvádí metod kvantitativní analýzy, její výsledky mají tudíž spíše orientační charakter a nelze je zobecňovat buď vůbec, nebo jen částečně a s mimořádnou obezřetností. Odpovědi z *Knihovny města Ostravy* byly rovněž podrobné a komplexní. Tento fakt spolu se skutečností, že v dotazníku byly formulovány otázky postihující převážnou většinu zkoumaných oblastí, vedl k rozhodnutí věnovat těmto dvěma knihovnám samostatné podkapitoly a samozřejmě je také začlenit do shrnutí na konci kapitol.

## **1.7 Stanovení cíle výzkumu a formulování hypotéz**

Cílem výzkumu je zjistit, jakým způsobem probíhá práce s denním tiskem v pěti vybraných veřejných knihovnách. Za tímto účelem byly stanoveny následující hypotézy:

Hypotéza 1: "Knihovny do kolekce deníků nezařazují tabloidy."

Hypotéza 2: "Výběr deníků do knihoven není upraven závazným nařízením a jednotlivé knihovny mohou vybírat tituly dle svého uvážení."

Hypotéza 3: "Počet čtenářů denního tisku v knihovnách postupně klesá."

Hypotéza 4: "Čtenáři navštěvují knihovny za účelem četby denního tisku zejména z finančních důvodů."

Hypotéza 5: "Denní tisk v knihovnách vyhledávají spíše starší čtenáři."

Hypotéza 6: "Knihovny poskytují noviny výhradně formou prezenční výpůjčky."

Hypotéza 7: "Knihovny nevyužívají levnější předplatné elektronických novin, ani jej neplánují zavést."

Hypotéza 8: "Denní tisk se v knihovnách nekatalogizuje."

Zpracované výsledky výzkumu budou podle svého charakteru rozčleněny do kapitol 3 a 4. Části věnované jednotlivým knihovnám jsou řazeny vzestupně podle velikosti dotyčných organizací. Hypotézy budou potvrzeny nebo vyvráceny v závěru práce.

## **2 Trh českých deníků**

Deníky budou charakterizovány pomocí těchto informací: vlastnické poměry, sebe prezentace, obecné vnímání jejich image; případná specializace, stručná historie. U tištěné verze bude popsána periodicita, cena, suplementy, postavení na trhu a hospodářské trendy vývoje média. Jestliže mají noviny elektronickou verzi, bude nastíněn její ekonomický model, obsah srovnán s tištěnou verzí a proveden test funkčnosti. Případným pravodajským serverům bude věnována menší pozornost, pouze bude stručně popsáno jejich zaměření a tematický záběr. Pokud existuje e-paper, bude též zmíněno, zda a jakým způsobem je na webové prezentaci jednotlivých deníků propagován.

## 2.1 Aha!

### 2.1.1 O titulu

Vydavatelství *Ringier Axel Springer CZ* svůj deník *Aha!* charakterizuje jako "*druhý nejčtenější český bulvární deník. Klade důraz na rychlé, přesné a aktuální zpravodajství a hravou formou přináší informace ze showbyznysu, zajímavosti a senzace z domova i ze zahraničí.*" Dále na svém webu uvádí, že cílovou skupinou jsou ženy, které tvoří 65% čtenářů. Z obou českých bulvárních listů bývá *Aha!* považováno za agresivnější titul, od *Blesku* se liší i menším objemem a volnější strukturou. Původně bylo *Aha!* týdeníkem, v roce 2006 jej v reakci na nově vzniklý deník *Šíp* začala společnost *Ebika* vydávat denně. O rok později titul prodala koncernu *Ringier Axel Springer CZ*, který jej vlastní dodnes.

### 2.1.2 Tištěná verze novin

*Aha!* vychází šestkrát týdně, od pondělí do soboty. Většinu týdne stojí 8 Kč, ve čtvrtek s televizní přílohou *Aha! TV* 11 korun. Redakce zvolila neobvyklý přístup k předplatnému, které je vždy o korunu dražší, než noviny ve volném prodeji. Zřejmě by se po zvážení zájmu čtenářů a odečtení nákladů na poštovné nevyplatilo tento deník rozesílat za běžnou či zvýhodněnou cenu, jak bývá v českých podmínkách zvykem. Předplatitelé totiž tvoří pouze půl procenta čtenářů, kteří *Aha!* kupují. Deník je také často nabízen s přiloženými filmy na DVD.

Tento list má pátý nejvyšší prodaný náklad, v roce 2010 činil 100 000 výtisků, což je o 6% méně, než rok předtím. V letech 2006 a 2007, tedy těsně po založení, byly *Aha!* a *Sport* jedinými dvěma tituly, jimž náklad rostl. *Aha!* má také dlouhodobě nejnižší příjmy z inzerce, v roce 2010 vydělalo na reklamě 129 milionů korun s rekordním mezročním propadem o 30 procent. Od změny periodicity deníku *Aha!* soustavně klesá čtenost, v roce 2010 zazamenal meziroční pokles o 7 procent na 245 000 čtenářů, což znamená 6. místo mezi celostátními tituly.

### 2.1.3 Elektronická verze novin

Tento deník nemá elektronický mirror, na jeho webu *ahaonline.cz* je pouze vystaven náhled titulní strany aktuálního čísla, bez patrné provázanosti s články na internetu.

### 2.1.4 Zpravodajský server

Klasický zpravodajský server vydavatelství *Ringier Axel Springer CZ* neprovozuje. Webová prezentace na adrese *ahaonline.cz* se soustředí na skandály známých osobností, kriminální zprávy, novinky z českých televizních seriálů, horoskopy a stručné články o sportu.

## 2.2 Blesk

### 2.2.1 O titulu

Deník *Blesk* začala v roce 1992 vydávat švýcarská firma *Ringier* (dnes se vydavatelství po účelové fúzi s německou společností jmenuje *Ringier Axel Springer CZ*). Předobrazem byl nejčtenější švýcarský deník, bulvární *Blick*, vydávaný od roku 1959. *Blesk* se na webu vydavatele prezentuje jako populární a zábavné médium, které navíc šíří jakousi osvětu - "*Deník Blesk je nejprodávanější a nejčtenější celostátní deník v České republice. Celobarevný deník přináší přehledné aktuální zpravodajství a zajímavosti a senzace z domova i ze světa, doplněné řadou fotografií a infografikou. Velký důraz klade Blesk na obsáhlá servisní témata s praktickými radami a doporučeními.*" Obvykle bývá vnímán jako "bulvár" s nevalnou informační hodnotou, jehož čtení je v určitých společnostech nepřípustné.

### 2.2.2 Tištěná verze novin

*Blesk* vychází od pondělí do soboty. Po většinu týdne stojí 10 Kč, v pátek se suplementem *Blesk magazin* 15 korun. Sobotní vydání je rovněž doplněno přílohou jménem

*Blesk na víkend*. Předplatitelé tvoří tři procenta všech zákazníků *Blesku* a za každý výtisk zaplatí o korunu víc, než při pultovém prodeji.

Od roku 2002 má *Blesk* nejvyšší náklad ze všech tuzemských celostátních deníků, v roce 2010 po meziročním poklesu o sedm procent činil 385 000 prodaných výtisků. Na konkurenci ovšem ztrácí v inzertních příjmech, na reklamě v roce 2010 vydělal 1,4 miliardy korun, což bylo o 4% méně, než o rok dříve, stále ovšem o desetinu více, než před pěti lety. Tento list je také na našem trhu nejčtenější, roku 2010 se dostal k 1 395 000 lidem. Meziročně mu čtenost neklesla, za posledních pět let je ovšem pokles patrný - o devět procent.

### **2.2.3 Elektronická verze novin**

*Blesk* nemá e-paper, ani náhled titulní strany na webu.

### **2.2.4 Zpravodajský server**

*Blesk.cz* není klasickým zpravodajským portálem, nabízí spíše nenáročný obsah - pod hlavičkou *Zprávy* je například zařazena i rubrika *Ufo a záhady*. Další nabízené soubory témat se jmenují *Celebrity*, *Sport* (odkaz vede na *isport.cz*), *Pro muže*, *Pro ženy*, *Rádce*, *Digital*, *Zábava* a *Video*. Zajímavě zní název podrubriky *Chat s odborníkem*, mezi sexkoučkou a Viktorem Koženým se občas vyskytne i ředitel nemocnice.

## **2.3 Deník**

### **2.3.1 O titulu**

Deník je produktem vydavatelství *Vltava-Labe-Press*, které založil německý mediální koncern *Verlagsgruppe Passau* v roce 1992. *VLP* postupně skupovalo regionální noviny ze všech oblastí české republiky. Roku 2006 byl proces akvizice dokončen a všechny redakce byly sjednoceny pod novou značku - *Deník*. Její vedení se v následně roce 2007 rozhodlo

zúročit potenciál sedmi set novinářů v pětasedmdesáti redakcích. Byly provedeny velké investice do sjednocení jednotlivých redakčních systémů, *VLP* následně vypovědělo smlouvu *ČTK* a dnes poskytuje vlastní agenturní zpravodajství. Redaktoři sjednocení redakčním systémem *Rebel* vyprodukují každý den přibližně pět až osm tisíc informací, které jsou klíčovými slovy vázané k místu události. K tomu monitorují ostatní média, vytvářejí tak unikátní archiv lokálních zpráv, které nabízejí například úřadům jednotlivých obcí. Jako zatím poslední novinku *Deník* vyvinul zpravodajskou aplikaci pro přístroje firmy *Apple* a jako první z českých novin uvedl i verzi pro smartphony vybavené operačním systémem *Google Android*, jež je bezplatná.

*VLP* prezentuje *Deník* jako seriózní médium poskytující zpravodajství z domova, ze světa a především několikastránkové a velmi podrobné zprávy z regionu, což se shoduje s jeho obecným image.

### 2.3.2 Tištěná verze novin

Každá z dvaasedmdesáti mutací *Deníku* vychází šestkrát týdně (kromě neděle). Jednotlivé regionální listy jsou vždy označeny přídavným jménem podle názvu regionu, pro který jsou určené (například *Kroměřížský deník*). Cena činí 13 korun, v pátek 15. V pondělí vychází příloha *Moje peníze*, ve čtvrtek *Můj životní styl*, páteční vydání je doplněno suplementy *Moje práce* a *TV Magazín*, sobotní příloha se jmenuje *Moje rodina*. Každé druhé pondělí v měsíci je k *Deníku* přiložen sešit *Můj podnik*. Některé regiony pak mají vlastní tradiční přílohy. Přibližně 65% zákazníků tvoří předplatitelé, což je po *Hospodářských novinách* nejvíce.

*Deník* zaznamenal v roce 2010 meziroční propad prodeje o deset procent na zprůměrovaných 224 000 výtisků. Rok předtím byl odsunut *Mladou frontou DNES* na třetí místo v prodaném nákladu. Má ovšem ze všech deníků působících na českém trhu nově největší objem inzerce, který ve srovnání s rokem 2009 vzrostl o 15% na 2,1 miliardy korun a poprvé překonal inzertní zisky *MFD*. Stále má ale *Deník* o deset procent menší příjmy z reklamy, než před pěti lety. Čtenost je druhá nejvyšší po *Blesku*, ovšem trend je sestupný - za posledních pět let *Deník* přišel o 30% čtenářů a meziroční pokles činil 10%. Nyní si tento titul

v průměru přečte 899 000 lidí denně.

### 2.3.3 Elektronická verze novin

Elektronický mirror *Deníku* (dostupný stejně jako tištěná verze ve dvaasedmdesáti regionálních mutacích) používá pro zobrazování německý redakční systém *red.web*, který obsahuje i modul *ePaper*. Online verze byla spuštěna na adrese *epaper.denik.cz* v únoru 2008, podle Ireny Fabiánové už tehdy existoval úmysl ji po ukončení zkušebního období zpoplatnit [FABIÁNOVÁ, 2008]. Firma nicméně počkala, než se k tomuto kroku odhodlá konkurence, což je pro ni vzhledem k její obvyklé progresivitě netypické. V roce 2009 však podnikla jiný ojedinělý krok, když začala elektronickou verzi poskytovat jen registrovaným předplatitelům tištěného vydání. Kdy přesně byly elektronické noviny zpoplatněny definitivně se bohužel nepodařilo dohledat. Jisté ale je, že v době, kdy už měl *Deník* soběstačný e-paper, byly konkurenční tituly (*MFD*, *LN*, *HN*) dostupné online pouze přes webovou trafiku *pressdisplay.com*.

Na úvodní stránce zpravodajského serveru *denik.cz* je vpravo nahoře umístěn odkaz na e-paper v podobě miniatury titulní stránky. Web elektronické verze *Deníku* se nesnaží list představovat, pouze v několika větách přehledně informuje potenciální předplatitele, co v online verzi najdou a jak si ji obstarat. Jedna věta je formulována zavádějícím způsobem: "*Samostatné ePaper předplatné svého regionálního Deníku získáte za 9 Kč denně,*" uvedená cena totiž platí jen pro měsíční a delší předplatné. Jednorázová objednávka jednoho čísla prostřednictvím SMS zprávy stojí 10 Kč.

Stránka dále obsahuje odkazy na objednávkové formuláře předplatného tištěné i elektronické verze. Spodní třetině stránky vévodí odkazy na podrobný návod k použití e-paperu (dokument je ve formátu *pdf*), časté otázky a odpovědi (rovněž *pdf*) a ceník (*html*). V pravém sloupci je místo pro přihlašovací formulář, do kterého stálí předplatitelé zadávají přihlašovací jméno a heslo, jednorázoví předplatitelé aktivační kód. Pravý dolní roh pak zabírá průvodce SMS platbou.

Webová prezentace nákupního rozhraní e-paperu neoslňuje pokročilou grafikou, je ale

příjemně přehledná a nerozptyluje nadbytečnými informacemi. Dobře se v ní zorientuje i méně zkušený uživatel internetu, což byl zřejmě záměr jejich tvůrců. K uživatelskému pohodlí přispívá i zveřejnění názorného manuálu.

### Test funkčnosti

Při jednorázové objednávce jednoho čísla systém nevyžaduje žádné osobní údaje. Stačí poslat SMS ve tvaru "EP\_kód regionu\_datum," například "EP PHA 12.5.2011," na telefonní číslo 900 06 10. První dva pokusy o přihlášení však dopadly neúspěšně, zobrazila se pouze textová hláška "Toto vydání nemáte povolené..." na bílém pozadí. Po opětovném načtení se sice stránka objevila, ovšem v manuálu prezentované náhledy na jednotlivé výtisky na ní chyběly a textové odkazy vedly opět na tuto stránku s chybějícím obsahem.<sup>2</sup> Pokus byl opakován po měsíci se stejným výsledkem, e-paper *Deníku* je tedy velmi nespolehlivý.

### **2.3.4 Zpravodajský server**

Na adrese *denik.cz* se nachází zpravodajský portál orientovaný na regiony. Rozkliknutím položky menu "Vybrat deník" se otevře mapa okresů, jednotlivé mutace mají své podstránky podle vzoru *svitavsky.denik.cz*. Kromě lokálních zpráv jsou na tomto webu události z celé republiky, ze světa, ekonomika, sport, kultura a několik tematických rubrik. Bulvární podstránka *deniku.cz* má pro žánr neobvyklou žluto-černo-šedou grafiku. K dispozici je také množství multimediálního obsahu, animované i statické infografiky. Na webovém sídle *deniku.cz* také vyrůstá regionálně orientovaná blogosféra, autorů však zatím není tolik, aby se příspěvky daly smysluplně rozčlenit podle místa původu. Blogovací systém je převzatý z webu slovenského *Sme*, čímž se *denik.cz* neliší od řady jiných českých zpravodajských serverů. Ve spodní části úvodní části *deniku.cz* je rozcestník na užitečné stránky (volby, datové schránky, praktické informace o zdravotnictví, hluková mapa atd), což trochu připomíná náplň portálu veřejné správy. Jako jediný ze serverů českých celostátních

---

<sup>2</sup> Po vyplnění a odeslání reklamačního formuláře následující den přišel omluvný e-mail ve znění: "Dobrý den, problém jsme prověřili a zjistili jsme, že systém zpracování SMS zpráv nastavil nesprávné číslo vydání (v budoucnosti). SMS na dnešní den jsme napravili a SMS ze včerejška jsme přenastavili jako kompenzaci na zítřek. Příčinu problému jsme odstranili."

novin inzeruje *denik.cz* svůj e-paper v horní části stránky výraznou miniaturou titulního listu s nápisem "Elektronické vydání novin," což jej činí viditelným pro každého návštěvníka tohoto webu. Souhrnnou návštěvnost má *denik.cz* podobnou *lidovkam.cz*, a to 835 000 unikátních uživatelů měsíčně. *Deník* má sice vlastní zpravodajství a agenturní služby, ale v zápatí webových stránek (zřejmě v důsledku nepozornosti správce) stojí "*Používáme informační servis ČTK.*"

## 2.4 Haló noviny

### 2.4.1 O titulu

*Haló noviny* se považují za ideového pokračovatele komunistického deníku *Rudé právo*. Byly založeny v roce 1991 společností *Futura*. *Haló noviny* jsou momentálně jediným českým celostátním deníkem, který je provázán s politickou stranou, a to KSČM - sepětí je natolik těsné, že redakce sídlí s vedením strany ve stejné budově. Deník je výrazně levicově, až antikapitalisticky, zaměřen. Zakládá si na tom, že nechává velkou část prostoru dopisům čtenářů.

### 2.4.2 Tištěná verze novin

Deník vychází šestkrát týdně, od pondělí do soboty. Páteční vydání stojí 15 korun, ve zbylé dny je cena *Haló novin* 10 Kč. Pondělní příloha se jmenuje *Naše pravda*, v pátek noviny doplňuje suplement jménem *Haló magazin - Pro Vás*, v sobotním vydání je vložena literární příloha *Obrys-Kmen*.

Akciová polečnost *Futura* nezveřejňuje žádné údaje o hospodaření *Haló novin*. Anonymní blog *dehalo.sweb.cz*, na kterém jeden z redaktorů<sup>3</sup> *Haló novin* v roce 2004 popisoval své zážitky z redakce, uveřejnil, že prodaný náklad nepřekročí 15 000 výtisků. Není důvod se domnívat, že by od té doby výrazně stoupl.

---

3 Tento zbojník vynesl i jiné zajímavé informace, část redaktorů podle něj stále používá psací stroje, což vyžaduje existenci speciálního pracoviště, kde se texty přepisují. Neschopní korektoři podle blogera ze sociálních důvodů nejsou propuštěni, což přidělová práci redakci a vede k bídne pravopisné úrovni listu, a někteří funkcionáři KSČM píší a otiskují rozhovory se sebou samými.

### 2.4.3 Elektronická verze novin

*Haló noviny* v současnosti překlápějí obsah aktuálního vydání na svůj web *halonoviny.cz*, kde je také vystavena titulní stránka tištěné podoby listu. E-paper v podobné formě, jako nabízí například tituly *MaFry*, vydavatelství *Futura* hodlá spustit v září 2011. Kolik bude pátý celostátní elektronický deník na českém trhu stát, nebylo v době dokončování této práce známo.

### 2.4.4 Zpravodajský server

Spíše než zpravodajským serverem je stránka *halonoviny.cz* alternativním distribučním kanálem k tištěné verzi, mnoho článků je shodných. Část webu je věnována zpravodajství, publicistice a sportu, čistě ideologicky jsou pak zaměřeny rubriky *Naše pravda* a *Nové alternativy*. Stránka také obsahuje videokanál, jež je ovšem aktualizován velmi zřídka, a internetové rádio *Haló Futura*. Archiv umožňuje vyhledávání článků rok do minulosti.

## 2.5 Hospodářské noviny

### 2.5.1 O titulu

*Hospodářské noviny* nepovažují za nutné se na svém webu představovat, nicméně v záhlaví prohlížeče stojí: "*Prestížní deník s důrazem na ekonomiku.*" Internetové stránky nakladatelství jej označují za "*Deník s důrazem na ekonomiku a politiku v souvislostech.*" Obecně bývají *HN* považovány za seriózní, nadstranický deník (někdy i za "nejserióznější" na českém trhu), který se specializuje na hospodářskou tematiku, přičemž věnuje velkou pozornost i politice. Martina Suchá však ve své práci dokázala, že *HN* v průběhu času nezanedbatelně bulvarizují - během posledního desetiletí se postupně vytrácí jejich profilace, z titulní strany zmizely grafy, velikost titulků se téměř zdvojnásobila, témata bývají personalizována, titulky jsou často expresivní a zjednodušující atd. [SUCHÁ, 2010].

V *Hospodářských novinách* není žádná rubrika věnována regionálnímu zpravodajství.

*HN* začaly vycházet v roce 1957 jako ekonomický týdeník. V roce 1990 titul získalo nakladatelství *Economia*, ve kterém drží většinu akcií firma Respekt Media. Ta patří podnikateli Zdeňku Bakalovi. Od té doby vycházejí *HN* denně jako jediný deník *Economie*. Roku 1997 titul prodělal významné grafické a obsahové změny, začal vycházet v barvách a jako první u nás byl rozčleněn na více sešitů. Druhá rozsáhlejší změna designu byla provedena v roce 2009. Nakladatelství dnes vydává *Hospodářské noviny* i na internetu a od února 2011 jako první v ČR prostřednictvím aplikace do přístrojů *Apple iPhone* a *iPad*, která byla první tři měsíce zdarma díky inzertní spolupráci s *Raiffeisenbank*. Zpravodajské služby *Economie* dále zahrnují placený MMS, SMS a bezplatný e-mailový servis a zpoplatněný archiv článků, který láká na unikátní systém vyhledávání. Předplatitelé mohou archiv využívat zdarma.

### 2.5.2 Tištěná verze novin

*HN* vycházejí pětkrát týdně, ve všední dny. Jedno vydání stojí 23 Kč. Noviny se skládají ze dvou sešitů, první obsahuje všeobecné zpravodajství a komentáře. Druhý sešit se nazývá *Podniky a trhy*, jeho obsah je každý den v týdnu jiný. Ve středu vychází supplement *IN Magazín* o gastronomii, cestování a trávení volného času, doplněný televizním programem. Páteční magazín *Víkend* je zasvěcený kultuře a známým osobnostem. V unikátní periodicitě pak jedenáctkrát ročně *HN* doplňuje příloha o životním stylu jménem *Proč ne?!*.

Podle prodaného nákladu jsou *Hospodářské noviny* dlouhodobě nejmenším deníkem na českém trhu. Náklad jim od loňského roku klesl nejdrastičtěji ze všech celostátních listů, a to o 18,5 procenta na v průměru 44 000 prodaných výtisků. *HN* mají také tradičně nejnižší čtenost, která v loňském roce činila 187 000 osob s poklesem o 7 procent oproti roku 2009, což je mezi českými deníky průměrný trend. Novinám se podařilo zvrátit odliv zadavatelů reklamy a meziročně tak objem inzerce stoupl o 4 procenta. Oproti situaci před pěti lety jsou ovšem inzertní příjmy *HN* nižší o 29 procent, v roce 2010 tvořily 366,5 milionu Kč. Mezi osmi deníky, které o svém hospodaření poskytují informace, patří *HN* ve výnosech z reklamy šesté místo před *Lidovými novinami* a *Aha!*. *Hospodářské noviny* spoléhají na předplatné

nejvíce z českých celostátních deníků, na stáncích se prodá jen okolo 15 procent nákladu.

### 2.5.3 Elektronická verze novin

K dispozici je na stránce *hn.ihned.cz* e-paper ve *flashi*, kterým je postupně nahrazován výběhový deník ve formátu *pdf*, jež není možné dále objednávat. Online verze je zpoplatněná od dubna 2011, nakladatelství ale neumožňuje koupit samostatného čísla novin. Čtenář může zakoupit buď jednotlivé články, nebo měsíční, popřípadě roční předplatné. *Hospodářské noviny* na měsíc stojí 330 korun, roční taxa činí 3600 Kč. Vzhledem k tomu, že *HN* vycházejí pětkrát týdně, stojí při měsíčním poplatku jedno číslo přibližně 15 Kč, při ročním pak vyjde na necelých 14 korun.

Zajímavé je, že zpoplatnění elektronické odnože *HN* má jiný účel, než tvorbu zisku. "Smyslem zavedení předplatného pro online verzi *Hospodářských novin* není vydělat bezprostředně na předplatném. Spíše vrátit hodnotu informacím, přestat z nich dělat něco, co se kdekoliv válí zdarma a zvrátit trend kanibalizace tištěných novin Internetem."

[ZANDL, 2011]. E-paper *HN* je z českých elektronických deníků zatím jediný, od kterého je možné dohledat prodeje. Denně si *Hospodářské noviny* na internetu pořídí okolo 150 zájemců.

Po rozkliknutí každého článku se objeví perex, za zobrazení celého textu je třeba SMS zprávou zaplatit 10 Kč.<sup>4</sup> Úspěch tohoto řešení je dobře měřitelný, neboť *HN* na podstránkách jednotlivých suplementů uvádí žebříčky nejčtenějších článků spolu s počtem jejich zhlédnutí. V bezplatné příloze *Exportér*, jejíž články vycházejí na serveru *ihned.cz*, má nejoblíbenější článek přes 71 000 zhlédnutí. Nejúspěšnější článek placeného suplementu *IN Magazin* zakoupilo pouhých 61 osob.

#### Test funkčnosti

---

<sup>4</sup> *Hospodářské noviny* tedy zvolily jeden z nejstriktnějších možných přístupů. Například *The New York Times* ve svém nejnovějším obchodním modelu nechají čtenáře webu *nytimes.com* vyzkoušet dvacet článků měsíčně zdarma a pak jim nabídnou měsíc na zkoušku za méně než desetinu ceny. Radikálnější přístup pak už spočívá jen v přesvědčování předplatitelů tištěných novin, aby si za webový obsah připlatili.

Vzhledem k nemožnosti pořízení samostatného čísla nebyl testován proces koupě. Přes stránky nabízející předplatné se ovšem lze proklikat ke zkušební *flashové* verzi starého vydání, která je obsahem identická s tištěným listem. *Economia* využívá služeb webu *floowie.com*, který se na online publikování specializuje. V novinách se lze pohybovat dvěma způsoby - buď přes náhledy dvoustran, nebo otáčet stránky tažením myši. Fyzika listování je poměrně věrná a je možné ji doladit v nastavení, stránky lze obracet i postupně a šikmo, například uchopením za roh listu. Celý efekt je doplněn stínováním a zvukovým efektem. Přibližování je funkční. K dispozici je několik užitečných doplňků - přehledné vyhledávání v textu, automatické listování, označování textu, sdílení e-mailem nebo přes sociální sítě, ukládání jednotlivých stran do počítače a možnost exportu novin do vlastní webové stránky. Jediný nefunkční doplněk je virtuální záložka. Náповěda je přehledná, ale příliš nenápadně umístěná pod drobným stylizovaným otazníkem. Reklamy jsou statické, nedají se prokliknout.



Ilustrace 1: E-paper Hospodářských novin

## 2.5.4 Zpravodajský server

Nakladatelství *Economia* od roku 1999 provozuje zpravodajský server *ihned.cz*. Stejně jako jeho mateřský deník věnuje i tento portál zvýšenou pozornost ekonomickým otázkám, k dispozici jsou například burzovní infografiky a tématicky zaměřené blogy. Nesnaží se postihnout takovou šíři témat jako někteří konkurenti, vystačí si s rubrikou věnovanou kultuře a životnímu stylu, technickou rubrikou, zpravodajstvím ze sportu a propracovanou a přehlednou blogovací platformou. Na e-paper vede odkaz "*DNEŠNÍ HN*" v menu, další odkaz je součástí pásu reklam na ostatní tituly vydavatelství ve spodní části stránky.

## 2.6 Lidové noviny

### 2.6.1 O titulu

*LN* samy sebe na webu pro předplatitele charakterizují jako "*seriozní zpravodajský celostátní deník zaměřený na politiku, byznys a kulturu.*" Stránky vydavatelství pak svůj produkt předzdvíhají "*noviny osobností,*" zdůrazňují dlouhou tradici listu a v superlativech prezentují přispívající autory: "*Nejstarší český deník, založený v roce 1893, se dlouhodobě profiluje jako kvalitní celostátní zpravodajský list se speciálním zájmem o politiku, byznys a kulturu. Najdete v něm nejlepší domácí zpravodajství, nejsilnější tým ekonomických redaktorů, nejlepší komentátory a nejzvučnější jména české umělecké kritiky jako Jiří Peňás, Ondřej Štindl nebo Jáchym Topol. Fotografie LN vede držitel mnoha cen Czech Press Photo Jan Zatorský.*" V obecném povědomí bývají *Lidové noviny* spojovány s disentem a dobře známá (i díky polistopadovým školním osnovám) je jejich prvorepubliková redakce. Přibližování jazyka zpravodajství *LN* masovému publiku nebývá hodnoceno kladně.

*Lidové noviny* začaly vycházet roku 1893 v Brně a poměrně brzy získaly vysokou prestiž. V meziválečném období už měly síť zahraničních zpravodajů a vycházely dvakrát denně. Do *LN* přispívali například S. K. Neumann, Fráňa Šrámek, Ferdinand Peroutka, Karel Poláček nebo bratři Čapkové, před první světovou válkou i František Gellner. Za druhé světové války byli mnozí autoři perzekuováni, někteří zahynuli a do *Lidových novin* byl dosazen pronacistický šéfredaktor. Kvůli zdiskreditování jejich jména nacisty vycházely *LN* po válce pod názvem *Svobodné noviny*. Během třetí republiky vlivná redakce brojila proti

komunistům, protože byli hned v roce 1948 nepohodlní pracovníci novin nahrazeni loajálními, o čtyři roky později titul kvůli zadlužení přestal vycházet. Koncem roku 1987 obnovili chartisté Václav Havel, Ladislav Lis a Jiří Ruml *Lidové noviny* jako samizdat, což vzbudilo velkou pozornost světových médií. Od jara 1990 vycházely *LN* legálně, ale redakce se zpočátku potýkala s chybějícím zázemím. Roku 1998 se vlastníkem novin stala *MaFra*, patřící německému koncernu *RBVG*. V roce 2005 *LN* prodělaly významnou změnu designu.

### 2.6.2 Tištěná verze novin

*Lidové noviny* vycházejí každý den s výjimkou neděle. V pátek a v sobotu stojí 18 Kč, v ostatní dny 15. Jsou rozčleněny do více sešitů. Každý všední den *LN* vycházejí s přílohou *Peníze & Byznys*, její sobotní verze se jmenuje *Peníze & Byznys Lite*. Další přílohy: pondělí - *Právo & Justice*, úterý - *Akademie a Věda & Výzkum*, pátek - *Pátek LN*, sobota - *Orientace a Relax*. Každou první středu v měsíci výtisk *Lidových novin* doplňuje magazín *Esprit*. Předplatitelé odeberou skoro přesně polovinu nákladu.

Mezi lety 2007 a 2008 *Lidovým novinám* jako jedinému celostátnímu deníku prodaný náklad nepatrně povyrostl, o rok později deník *Sport* sesadil *LN* na sedmé místo. V roce 2010 redakce zaznamenala silný meziroční pokles prodeje o 15% na 50 000 výtisků. V příjmech z inzerce si *LN* meziročně polepšily o 8,1%, ale od roku 2006 přišly o třetinu zisku z reklamy. Mezi celostátními deníky jsou nyní na sedmém místě s 264 miliony Kč, méně na reklamě vydělává jen *Aha!*. *Lidové noviny* mají dlouhodobě stabilní čtenost, za posledních pět let klesla jen o šest procent, v roce 2010 dokonce jako jedinému celostátnímu deníku v ČR meziročně stoupla, byť jen o 2%. I ve čtenosti jsou nyní *LN* sedmé.

### 2.6.3 Elektronická verze novin

Online varianta *Lidových novin*, čistokrevný mirror tištěné verze, je zpoplatněná od 11. dubna 2011 (ještě před spuštěním zpravodajského serveru *lidovky.cz* byl obsah tištěného vydání dostupný ze stránky *trafika.cz*, a to od jejího vzniku v roce 1996). E-paper je umístěn na adrese *epaper.lidovky.cz*. K jeho objednání je nutná předchozí registrace. Systém chce znát jméno a příjmení, e-mail, status (fyzická osoba nebo firma) a povinné je také uvedení

telefonního čísla.<sup>5</sup> Jednorázové předplatné stojí 10 korun, které je možné zaplatit buď posláním SMS, nebo prostřednictvím služby *PaySec*. K dispozici je i měsíční, čtvrtletní, pololetní nebo roční předplatné, tyto varianty neumožňují platbu zprávou SMS, ale přidávají k možnostem platební kartu a službu *eKonto*.

### Test funkčnosti

Po vyplnění všech povinných údajů (při testu bylo použito smyšlené jméno, falešné telefonní číslo a skutečná e-mailová adresa) přijde do e-mailové schránky kód, kterým se potvrdí registrace (není nutné opakovat při dalších přístupech). Následně stránka vygeneruje kód, například "*ELN 6683*," který zákazník zašle na telefonní číslo 900 11 10. Během několika sekund přijde zpět zpráva "*Vase predplatne bylo zaplaceno, dekujeme*" a kliknutím na položku menu "Číst dnešní vydání" zákazník aktivuje čtyřadvacetihodinový přístup k novinám.

Většinu stránky zabírá vizualizace novin, v záhlaví se přepíná mezi regionálními mutacemi (které jsou všechny přístupné), mezi deníkem a jeho suplementy (k dispozici jsou v rámci jednorázového předplatného poslední čísla *Pátku LN* a měsíčníku *Esprit*) a mezi grafickou a textovou podobou e-paperu. Na liště těsně nad novinami jsou ovládací prvky, sloupek napravo obsahuje navigaci mezi stránkami a v přehledném kalendáři dole pod zobrazovacím oknem novin je podtržením vyznačeno, která čísla má předplatitel zakoupena.

Lišta ovládání obsahuje šipku dopředu (na další stránku), šipku dozadu, přibližování, oddalování, přizpůsobení šířky novin monitoru, přizpůsobení výšky novin monitoru a přepínání mezi běžným módem a režimem celé obrazovky. Ovládací prvky fungují dobře, v celoobrazovkovém režimu se dá přibližovat a oddalovat i pomocí kolečka myši. Při přiblížení se obraz ostří poměrně dlouho a po částech (testováno na připojení s rychlostí 8 Mb/s). U suplementů je základní náhled neostrý trvale, což je vzhledem k drobnosti textu nepříjemné. Obraz se postupně zaostří až po přiblížení, na velkém monitoru pomůže mód zobrazení přes celou obrazovku. Zobrazují se jen samotné listy, nikdy dvoustrany. To vede k rozporcování velkých fotografií v magazínech na dvě části. Reklamy nejsou prolinkované, v

---

<sup>5</sup>Vyžadování telefonního čísla *MaFra* nepřiliš přesvědčivě ospravedlňuje následujícími slovy: "*Díky telefonímu číslu vám budeme schopni pomoci, například pokud zapomenete své přihlašovací údaje*"

podstatě se jedná o veliký statický obrázek bez pokusu o iluzi listování v tištěných novinách (jako nabízí e-paper *HN*) nebo využití možností internetu například k interaktivnímu propojení reklamních ploch s webovými sídly inzerujících firem.



Ilustrace 2: E-paper Lidových novin při celoobrazovkovém režimu

Navigace ve sloupci napravo od novin obsahuje zmenšenou podobu právě nahlížené stránky novin a barevně vyznačuje, která část stránky je právě přiblížena. S vyznačenou plochou se dá po miniatuře "jezdit," což je pohodlnější způsob pohybu po velké ploše listu, než uchopování myši a přetahování virtuálního listu po okénku obdobně jako u dotykových displejů mobilních telefonů a tabletů. K orientaci v rámci celého vydání novin mají sloužit miniatury jednotlivých stran, ty jsou však tak titěrné, že se z nich nedá poznat téměř nic (čtenář znalý tištěného vydání se může nanejvýš pokusit stránky odpočítat).

Dále je k dispozici archiv s vyhledáváním (v rámci zakoupených čísel) a čistě textová podoba článků. Iluze tištěných novin je nevalná a e-paper *Lidových novin* má několik výše zmíněných funkčních nedostatků. Nabízí ovšem poměrně velké množství obsahu a je bezporuchový.

## 2.6.4 Zpravodajský server

*Lidovky.cz* kladou důraz na multimedialitu a přidanou hodnotu oproti tištěnému (a poněkud paradoxně i elektronickému) vydání novin. Server existuje od 5. června 2000, v roce 2010 prodělal významnou změnu vzhledu směrem k přehlednosti designu a dnes jej měsíčně navštíví přibližně 850 000 reálných uživatelů internetu. Kromě zpravodajství se zaměřuje hlavně na vědu, kulturu a názory, v oblasti komentářů se honosí spoluprací s prvním a nejznámějším českým ryze internetovým periodikem, *Neviditelným psem* Ondřeje Neffa. Také pečuje o rozsáhlou blogovou platformu. Co se týče extenze článků otištěných v *Lidových novinách*, *lidovky.cz* zveřejňují plná znění rozhovorů, audio a videonahrávky a databáze použitých materiálů. Server má i několik oborových stránek - *Bydlení*, *Byznys*, *Auto*, *Média* atd. Na elektronické vydání novin upozorňuje velký banner ve spodní čtvrtině přehledné stránky. Intenzivněji je však propagována verze pro tablety a smartphony značky *Apple*, jejíž stejně velký banner je umístěn výše a ikona dokonce v záhlaví, hned vedle loga *lidovek.cz*.

## 2.7 Mladá fronta DNES

### 2.7.1 O titulu

*Mladá fronta DNES* se na webové stránce určené potenciálním předplatitelům prezentuje jako "*nejčtenější seriózní deník poskytující kompletní zpravodajství z České republiky i světa, z politiky, ekonomiky, kultury a sportu.*" Zdůrazňuje tam, že se systematicky věnuje odhalování nepravostí, vydává čtyři suplementy týdně a neopomíjí dění v regionech. Zkrátka se profiluje jako seriózní médium všestranného obsahu, které má vysokou čtenost a věnuje velký prostor investigativní žurnalistice. Také deklaruje svoji politickou nestrannost, jeden z největších českých znalců bulváru Ondřej Höppner však na svém blogu označuje *MFD* za bulvární pravicový deník a míní, že příklon k pravici list ekonomicky poškozují [HÖPPNER, 2011]. Jiný expert na tabloidy, Karel Hvížd'ala, označuje *MFD* spolu s *LN* a *Právnem* za "pop-noviny" [HVÍŽĎALA, 2007], specifický jev zemí střední Evropy, kde chybí tradice prestižních listů. Obecně nebývá bulvarizace *Mladé fronty DNES* zpochybňována, ale ani nevládní představa, že by *MFD* hodlala zanevřít na zpravodajství.

V květnu 1945 obsadilo *Hnutí mládeže za svobodu*, které bylo během války ilegální, jednu z pražských tiskáren a začalo vydávat deník *Mladá fronta*, určený mladým lidem. Po zestátnění tiskáren v roce 1953 se tyto do té doby nezávislé noviny staly nástrojem *Československého svazu mládeže*, později, v 70. letech, *Socialistického svazu mládeže*. Těsně po revoluci bylo starým zákonem blokováno převedení majetku SSM do jiných rukou, redaktoři se proto složili na nové vydavatelství, *M a F*, v němž všichni vlastnili podíl. Později se vyskytla potřeba zahraničního kapitálu, a tak v roce 1991 spoluprací *M a F* s francouzskou společností *Socpresse* vznikla akciová společnost *MaFra*. Tu v roce 1995 koupil německý koncern *Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft (RBVG)*, který vyplatil podíly redaktorů a vlastní *MaFru* dodnes.

### 2.7.2 Tištěná verze novin

*Mladá fronta DNES* vychází šestkrát týdně. V průběhu týdne doplňuje vydání čtyřmi magazíny, sobotní *Vikend* se nepromítá do ceny novin. Za zbylé tři se připlácí, konkrétně se jedná o pondělní *Ona Dnes*, středeční *Doma Dnes* a čtvrteční *Magazín DNES + TV*, s těmito suplementy cena vzrůstá na 18 Kč za výtisk. Zbylá vydání stojí patnáct korun. Základ *MFD* každý den tvoří čtyři sešity - hlavní, regionální v patnácti krajských mutacích, ekonomika a sport - a další přílohy kromě již zmíněných magazínů. V pondělí to je rozšíření sportovního sešitu a *Byznys speciál*, v úterý *Peníze a Zaměstnání*, ve středu *Auto a Test*, ve čtvrtek *Zaměstnání a Vzdělávání*, v pátek *Zdraví a Cestování*.

Přibližně polovinu prodejů *MFD*, které v roce 2010 v průměru dosahovaly 240 000 kusů, tvoří předplatné, druhá polovina se prodá na stáncích. Rok 2009 byl pro titul úspěšný v tom smyslu, že jeho prodaný náklad po několika letech překonal souhrnné prodeje *Deníku* a drží tedy druhé místo za *Bleskem*. Trend je ovšem dlouhodobě sestupný a celkové prodeje *Mladé frontě DNES* meziročně klesly o 6% (což ovšem nevybočuje od průměru českých deníků). Pultový prodej také vykazuje pokles a v současné době *MFD* bojuje o druhé místo s bulvárním deníkem *Aha!*. Mezi lety 2009 a 2010 *Mladé frontě DNES* klesla čtenost nejvíce ze sledovaných deníků, a to o 13% na 847 000 lidí. V současné době je *MFD* třetím nejčtenějším celostátním deníkem v ČR. Druhé místo pak drží v tržbách z inzerce, které meziročně poklesly o osm procent a v roce 2010 činily 1,99 miliardy korun.

## 2.7.3 Elektronická verze novin

Online verze *Mladé fronty DNES* v podobě mirroru je od dubna 2011 k dispozici na adrese *epaper.mfdnes.cz*. Jednorázové předplatné realizované pomocí SMS platby stojí deset korun.

Nejvýhodnější varianta předplatného je půlroční, kdy jedno číslo vyjde na 8,30 Kč. Pořídit se dá i měsíční, čtvrtletní a roční varianta.

### Test funkčnosti

Technické řešení e-paperu je totožné s výše zmíněnou elektronickou verzí *Lidových novin*. To znamená, že má stejné nešvary - bezúčelnou registraci, pomalé načítání, nesmyslně miniaturní náhledy stran, rozostřený text suplementů při základním náhledu a absenci dvoulistů. V rámci jednorázového předplatného se však čtenář na 24 hodin dostane ke všem patnácti krajským mutacím novin a ke čtyřem magazínům, které vyšly v průběhu uplynulých sedmi dnů. To dělá z *Mladé fronty DNES* nejvelkorysejšího poskytovatele placeného obsahu na internetu mezi všemi zkoumanými deníky. Softwarové řešení užité *MaFrou* je také velice spolehlivé.



Ilustrace 3: E-paper Mladé fronty DNES

## 2.7.4 Zpravodajský server

Úspěšný projekt *idnes.cz* byl spuštěn v lednu 1998. Od počátku má vlastní redakci. V roce 2009 mediální skupina MaFra plánovala obsah *idnes.cz* zpoplatnit, ale nakonec od tohoto záměru ustoupila a o dva roky později představila placené e-papery obou svých deníků. Dnes má jen zpravodajská část portálu měsíční návštěvnost okolo 1,5 milionu unikátních uživatelů, celý portál pak téměř 3,7 milionu, což mu zajišťuje druhé místo na českém trhu s internetovým zpravodajstvím po stránce *novinky.cz*. Nejdůležitější náplní *idnes.cz* jsou zprávy, k tomu ovšem provozuje další desítky webových sídel. Díky své pozici na trhu si *idnes.cz* mohl dovolit koupit zavedené oborové servery, například *technet.cz*, *mobil.cz*, *bonusweb.cz* o počítačových hrách nebo *alík.cz*, specializující se na menší děti. Také spolupracuje s oblíbeným vyhledávačem dopravních spojů *idos.cz* a mezi jeho akvizice patří největší český web na sdílení fotografií, *rajce.net*. Další odnože se zaměřují na inzerci ojetých vozů, inzerci nemovitostí, pracovní nabídky atd. Na existenci elektronických novin *idnes.cz* upozorňuje poměrně rozsáhlým bannerem, který je však umístěn až v nejspodnější části velmi rozsáhlé stránky multitematického serveru, tudíž se k němu většina návštěvníků portálu vůbec nedostane.

## 2.8 Právo

### 2.8.1 O titulu

*Právo* vydává akciová společnost *Borgis*. Tu vlastní podnikatel Zdeněk Porybný, který je zároveň šéfredaktorem těchto novin. V roce 1990 se mu podařilo zprivatizovat komunistický deník *Rudé právo*, přičemž byla vyměněna část redakce. Levicové zaměření si list ponechal, ale proti komunistické ideologii se vymezil. Roku 1995 byl název zkrácen na *Právo*.

Deník se na své webové prezentaci *pravo.novinky.cz* představuje takto: "*Český deník se zaměřením na seriózní a kvalitní zpravodajství z domova a zahraničí, z oblasti ekonomiky,*

*zdravotnictví, školství či sportu. Deník Právo nabízí kromě rozsáhlého přehledu událostí také fundované komentáře a analýzy, reportáže a informace z regionů. Nedílnou součástí deníku jsou i tematické přílohy a magazíny.*" List je tedy zaměřen všestranně, přičemž jako jediný z deníků, jejichž sebe prezentace je dostupná, zdůrazňuje sociální témata. Image má ovšem levicovější, než hlásá.

### **2.8.2 Tištěná verze novin**

*Právo* vychází každý den kromě neděle. Z českých deníků má nejsložitější systém cen - v pondělí, ve čtvrtek a v pátek stojí 14 korun, v úterý a ve středu 15, sobotní vydání pak přijde na 16 Kč. Přílohy jsou součástí každého vydání - v pondělí je to *Sport extra*, v úterý *Styl*, ve středu *Dům a bydlení*, ve čtvrtek dva suplementy *Café* a *Salon*, v pátek *Víkend* a v sobotu *TV Magazín*. Necelých čtyřicet procent výtisků jde k předplatitelům.

Čtenost *Práva* je na tuzemském trhu čtvrtá nejvyšší - 419 000 s meziročním poklesem o sedm procent, oproti roku 2006 je čtenářů méně o čtrnáct procent. V prodaném nákladu je *Právo* čtvrté, od roku 2009 klesl o 7% na 128 000 výtisků. Deník vykázal nejvyšší meziroční růst inzertních příjmů ze všech celostátních listů, a to o 23% na 511 000 000 korun. To je ovšem stále o dvacet procent méně, než *Právo* na reklamě tržilo před pěti lety.

### **2.8.3 Elektronická verze novin**

Účelem stránky *pravo.novinky.cz* je zřejmě navnadit čtenáře ke koupi tištěného listu. Web obsahuje náhled titulní stránky aktuálního vydání a perexy všech nových článků. Část stránky odkazuje na články serveru *novinky.cz*. *Právo* na tomto webu poskytuje po bezplatné registraci možnost vyhledávání v archivu plných textů článků v časovém rozsahu od čtrnácti dnů do tří měsíců do minulosti. Požaduje pouze jméno, příjmení a e-mail. V rámci práce byl archiv vyzkoušen, funguje spolehlivě a vyhledávání umožňuje použití booleovských operátorů. Stojí za pozornost, že v době sledování webové stránky deníku *Právo* byl prostor pro reklamu prázdný. Elektronické noviny po vzoru konkurence *Borgis* vyvinout nemíní, stejně tak neuvažuje o žádné formě zpoplatnění svých internetových produktů - *novinky.cz* zřejmě na inzerci vydělávají velmi dobře.

## 2.8.4 Zpravodajský server

Server *novinky.cz* existuje od roku 1998 jako podprojekt *seznamu.cz*. V roce 2003 *Seznam* navázal spolupráci s firmou *Borgis*, jež předtím zkoušela uspět s vlastním projektem *flashnews.cz*, a díky tomu má dnes *Právo* možnost prostřednictvím *novinek.cz* měsíčně oslovit 3,7 milionu lidí, nejvíce ze všech internetových projektů českých deníků. *Novinky.cz* jsou plnohodnotným zpravodajským serverem s množstvím tematických stránek, nejvyšší návštěvnost ve své kategorii má například *sport.cz*. Ze stránky portálu vede jen velmi nenápadný odkaz v záhlaví v podobě černobílého loga deníku *Právo*. Jedna z podrubrik *novinek.cz* se jmenuje *Denní tisk*, dává však stejně velký prostor zprávám *Práva* i aktualitám zpravodajských serverů konkurenčních periodik.

## 2.9 Sport

### 2.9.1 O titulu

V roce 1953 začal vycházet list *Československý sport*, tehdy byl k dostání dvakrát týdně. V dnešní periodicitě - šest čísel do týdne - vychází od roku 1965. V roce 1993, po rozpadu ČSFR, se název změnil na *Sport*. Od roku 2001 deník kontroluje vydavatelský dům s dnešním názvem *Ringier Axel Springer CZ*. *Sport* je list specializovaný, na webu vydavatele je střízlivě charakterizován jako "*jediný celostátní deník, zaměřený na aktuální sportovní dění a sportovní lifestyle*," což se shoduje s jeho skutečným obrazem.

### 2.9.2 Tištěná verze novin

Jak už bylo zmíněno, *Sport* vychází šestkrát týdně - ve všední dny a v sobotu. Stojí 13 Kč, v pátek s přílohou *Sport magazin* pak 17 korun. Součástí úterního vydání je příloha *Eurofotbal*, ve středu vychází supplement *Auto*, ve čtvrtek *Trendy* a v sobotu víkendová příloha *Overtime*. Předplatitelé odeberou necelých 10% výtisků, což je zřejmě hranice rentability - *Sport* je ze tří deníků mediální korporace *Ringier Axel Springer CZ* jediný, jehož předplatné není vyšší, než pultová cena.

*Sport* má velmi kolísavé inzertní příjmy. Přesto v roce 2008 překonal v tržbách z reklamy *Lidové noviny*, o dva roky později i *Hospodářské noviny* a dostal se na páté místo mezi celostátními deníky, když od zadavatelů inzerce vybral 373 milionů korun. To je o dvanáct procent více, než před pěti lety - takový trend vykazují pouze deníky koncernu *Ringier Axel Springer CZ*. Náklad nicméně meziročně klesl o deset procent, *Sport* je na šestém místě. Čtenost také od roku 2009 mírně poklesla o 3% na 270 000 lidí v roce 2010, mezi celostátními deníky si *Sport* drží 5. místo. Od roku 2006 přišel o desetinu čtenářů.

### **2.9.3 Elektronická verze novin**

*Sport* nevychází v elektronické verzi. Webová prezentace deníku ani žádným způsobem nepřipomíná, že existuje tištěné vydání.

### **2.9.4 Zpravodajský server**

*Isport.cz* je podstránkou *blesku.cz*. Soustředí se na sportovní zpravodajství a komentáře. Fotbalu, hokeji, tenisu a motorismu jsou věnovány samostatné rubriky, dění v ostatních odvětvích sleduje smíšená podstránka. Pro *isport.cz* v současné době bloguje osmnáct vybraných osobností, které se sportem dlouhodobě a systematicky zabývají. Novinkou je služba *Sázkař*, poskytující statistiky sportovních výsledků provázané s kurzy sázkových kanceláří. V rubrice *Nahý sport* pak *isport.cz* nezapře svoji příbuznost s ostatními deníky vydavatelství *Ringier Axel Springer CZ*, poměrně lidový je i jazyk článků. Deník *Sport* má svůj web od dubna 1999, před přesunem na server *Blesku* působil na adrese *deniksport.cz*.

## 3 Akvizice

### 3.1 Městská knihovna Beroun

#### O knihovně

Berounská knihovna obsluhuje osmnáctitisícové okresní město a byla založena roku 1896. Od roku 1994 funguje jako příspěvková organizace města Berouna. Skládá se z hlavní budovy a pobočky jménem Sídliště. Co se týče okruhu potenciálních čtenářů, celý okres má 78 000 obyvatel. Registrovaných čtenářů je přes 2500 a v roce 2010 pracovníci knihovny (celkem 10 osob) uskutečnili 130 000 výpůjček, z toho 2300 meziknihovních. V současné době se fond knihovny skládá ze 122 000 knih a 46 titulů periodik.

#### Finanční situace

Roční rozpočet celé knihovny činí 4 560 000 Kč. Po odečtení nákladů na mzdy a provoz zůstává na rozvoj knihovního fondu 500 000 korun. Z této částky pak na nákup periodik připadá 30 000 Kč a z nich se v roce 2011 nakoupí deníky za 7340 korun. Položka na nákup novin tedy představuje cca 1,5 % z prostředků určených k obohacení fondu.

#### Tituly a jejich selekce

Z celostátních deníků jsou nakupovány *Mladá fronta DNES* a *Berounský deník*. Protože je knihovna nejvýznamnější v regionu, odebírá i čtrnáctideník *Podbrdské noviny*. Regionální aspekt se promítá také do rozhodování o vyřazování či archivaci jednotlivých titulů - viz kapitola 4. Omezený rozpočet knihovně umožňuje odebírat pouze dva výše zmíněné celostátní tituly, které vybrala ředitelka knihovny, paní Hana Ludvíková. Při takto zúžených možnostech se rozhodla čtenářům nabídnout hlavně lokální zpravodajství (*Berounský deník* byl zvolen i z tradičních důvodů, knihovna jej odebírá nepřetržitě od šedesátých let<sup>6</sup>). Nabídka regionální přílohy rovněž byla jedním ze dvou kritérií při volbě *MF DNES*. Druhým faktorem ve prospěch *Mladé fronty* pak byly atraktivní suplementy tohoto

---

<sup>6</sup> Tehdy *Berounský deník* vycházel pod názvem *Budovatel*, později *Berounsko*.

listu, hlavně magazíny *Ona Dnes* a *Magazín Dnes + TV*.

### Způsob akvizice

Dříve byly deníky do berounské knihovny nakupovány prostřednictvím *Poštovní novinové služby*. Po bližší nespecifikovaných problémech s PNS pracovníci knihovny nějakou dobu kupovali noviny přímo na stáncích. Dnes využívají klasické předplatné a jsou s tímto řešením spokojeni.

## **3.2 Městská knihovna v Praze**

### O knihovně

Městská knihovna v Praze letos slaví 120 let činnosti. Začínala v létě roku 1891 s 3370 knihami coby instituce, která navázala na činnost pražských spolkových knihoven. V roce 1928 byla dokončena tehdy velmi moderně pojatá hlavní budova, první specializovaná knihovnická stavba v Československu. Těsně před druhou světovou válkou už byla MKP významnou organizací, 50 jejích poboček za rok vypůjčilo kolem dvou milionů knihovních jednotek. Za dob nacistické okupace, nástupu komunismu a v období normalizace byla knihovna logicky cílem ideologických čistek na fondech i personálu. Mezitím, v roce 1968, se hlásila k reformám Dubčekova Akčního programu.

Dnes je MKP přibližně z devadesáti procent financovaná Magistrátem hl.m. Prahy a tvoří ji původní Ústřední knihovna na Mariánském náměstí, 42 dalších poboček a dva bibliobusy, které obsluhují řidčeji osídlené pražské oblasti. V současné době má knihovna něco málo přes 200 000 registrovaných čtenářů, z toho je více než 160 000 aktivních. O její chod se stará celkem 455 zaměstnanců, kteří za rok uskuteční téměř sedm milionů výpůjček.<sup>7</sup> Celá organizace spravuje 2 333 000 knihovních jednotek. V Ústřední knihovně MKP i jejích pobočkách také probíhá úctyhodné množství kulturních a vzdělávacích akcí, knihovna mimo jiné vydává klasická literární díla ve formě e-booků, které nabízí bezplatně ke stažení. V roce 2009 byla představena atraktivní inovace výpůjčního systému, knihovní jednotky je od té

---

<sup>7</sup> Údaje z roku 2009.

doby možné vracet ve kterékoli pobočce MKP.

Čítárna neměla ani před přesunutím specializované pracovníky. Zaměstnanci MKP na jednotlivých stanovištích (informace, databáze, periodika atd.) cirkulují, jsou vyškoleni na poskytování všech příslušných služeb a náplň jejich práce se nazývá *péče o zákazníka*. Tento zajímavý manažerský přístup zřejmě šetří pracovní síly a eliminuje problémy, které by mohly nastat při zdravotních potížích nebo náhlé výpovědi specializovaného pracovníka.

Až do konce června 2011 měla MKP samostatnou čítárnu denního tisku, která byla vybavena počítači s připojením na internet. Tyto počítače mohli používat i lidé bez čtenářského průkazu. 2. 7. 2011 byla čítárna uzavřena kvůli revitalizaci, jež by měla být v závislosti na magistrátních dotacích dokončena v průběhu podzimu téhož roku. Místnost během této obnovy změnila funkci na počítačové pracoviště. Denní tisk byl ihned po uzavření čítárny přestěhován do oddělení periodik, noviny jsou nyní vystaveny v postranním sálu vedle časopisů. Zatím nejsou k dispozici nové police, takže jsou vystavena pouze aktuální čísla.

Nové řešení má několik výhod. Čtenáři mohou číst noviny na čerstvém vzduchu, z čítárny totiž vedou dveře přímo na malý dvorek s lavičkami a zelení. Mají blíže k časopisům, mezi původní čítárnou deníků a oddělením periodik byla nezanedbatelná vzdálenost, budova knihovny je značně rozlehlá. Lidé, kteří do staré čítárny chodili využívat internet, na něm prý zřídka navštěvovali stránky novin nebo zpravodajské weby, takže je oddělení obou služeb smysluplné i z hlediska naplnění účelu jednotlivých prostor.

### Finanční situace

*Městská knihovna v Praze* v roce 2010 hospodařila s 230 miliony korun. Na nákup přírůstků do knihovního fondu se vynaložilo 16 milionů korun, periodika byla pořízena za 10 procent této částky, tedy 1 600 000 Kč. MKP bohužel neuvedla, kolik prostředků bylo vloženo do akvizice denního tisku.

### Tituly a jejich selekce

Ústřední knihovna MKP pořizuje všech devět celostátních deníků. *Lidové noviny* a

*Mladá fronta DNES* jsou nakupovány po třech kusech. *Hospodářské noviny* a *Blesk* jsou zastoupeny ve dvou exemplářích a od ostatních deníků (*Právo*, *Pražský deník*, *Sport*, *Aha!* a *Haló noviny*) je v knihovně vždy jeden kus. MKP nabízí i zahraniční tituly, konkrétně *Financial Times*, *International Herald Tribune*, *Sudetendeutsche Zeitung* a *Sme*. Cizojazyčné noviny jsou pořizovány po jednom exempláři.

V roce 2008 byl počet kusů deníků v síti MKP snížen, dříve se do Ústřední knihovny pořizovaly až čtyři výtisky od nejoblíbenějších titulů, nyní tři. Škrtům se nevyhnuly ani pobočky. Skladba a počet nakupovaných novin se tedy v průběhu času mění v závislosti na dostupných financích. "O zásadních úpravách počtu titulů rozhoduje vedení MKP, nikdy pouze jednotlivec," vyjádřila se k tomu knihovna.

Existuje dokument jménem *Koncepce akvizice*, který odstupňovává počty titulů podle velikostních kategorií poboček. Filiálky tedy například dostanou povolení pořídit tři různé celostátní listy po jednom výtisku. V rozhodování o výběru titulů nechává MKP svým pobočkám autonomii. Například Lucie Macková z pobočky Smíchov uvedla, že tamní knihovna nemíní zařazovat „bulvár.“ O výběru deníků rozhoduje vedení pobočky. Smíchovská filiálka v souladu s tímto rozhodnutím pořizuje *Mladou frontu DNES*, *Právo*, *Hospodářské noviny* a *Lidové noviny*, od každých novin v souladu s nařízením jeden kus. Před rokem 2008 měla povoleno o titul více. Poměrně malá<sup>8</sup> pobočka Letná nakupuje *Lidové noviny* a *Mladou frontu DNES*, stanovisko knihovny se nepodařilo získat, ale zřejmě bude podobné, jako na Smíchově.

### Způsob akvizice

Akvizice probíhá přes blíže nespecifikovanou distribuční firmu, která do MKP dodává i většinu ostatních periodik a je zároveň schopna zajistit rozvoz deníků na pobočky. Noviny se objednávají jednou ročně, české i zahraniční. Cizojazyčné tituly distribuční společnost dodává den po vydání. Velmi problémová je akvizice *Deníku*, který často chodí o den pozdě nebo dokonce vůbec.

---

<sup>8</sup> Letenská pobočka Městské knihovny v Praze má fond o přibližně 40 000 kusech, včetně dětské knihovny.

### 3.3 Krajská knihovna v Pardubicích

#### O knihovně

*Krajská knihovna v Pardubicích* sídlí ve zrekonstruované historické budově v centru města. Jejím zřizovatelem je Pardubický kraj. Ve fondu má téměř 400 000 dokumentů a služby knihovny využívá přes 12 000 čtenářů.

Chod čítárny periodik v hlavní budově pardubické knihovny zajišťují dva specializovaní pracovníci. Jedna místnost s proslenou střechou je určena k četbě denního tisku, dále čítárna disponuje automatem na kávu a dvěma dvorky, kde je možné při listování novinami kouřit.

#### Finanční situace

Údaje o hospodaření *Krajské knihovny v Pardubicích* se bohužel nepodařilo zjistit.

#### Tituly a jejich selekce

Centrála *Krajské knihovny v Pardubicích* nakupuje tyto celostátní deníky: *Haló noviny*, *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladá fronta DNES*, *Právo a Sport*. Dále pořizuje čtyři mutace *Deníku*, jmenovitě *Chrudimský deník*, *Orlický deník*, *Pardubický deník* a *Svitavský deník*. Dříve byly nakupovány i bulvární deníky, oslovená expertka<sup>9</sup> však uvádí, že je lidé příliš často kradli. Povinné výtisky deníků *Aha!* a *Blesk* knihovna dostává, její zaměstnanci je však nevystavují a rovnou je umisťují do skladu. Zcela výjimečně se pak vyskytne informovaný čtenář, jež si vyžádá povolení k zapůjčení povinných výtisků zmíněných listů. Tituly k nákupu vybírá vedoucí oddělení akvizic.

---

<sup>9</sup> Pracovnice čítárny periodik, která poskytla rozhovor, si nepřála být v práci jmenována, což autor samozřejmě respektuje.

## Způsob akvizice

Akvizice všech titulů denního tisku je v pardubické knihovně realizována skrze běžné předplatné. Každoroční objednávka se už několik let nezměnila.

### **3.4 Regionální knihovna Teplice**

#### O knihovně

První velká knihovna v Teplicích vznikla roku 1900 sloučením tří spolkových knihoven, které provozovali zástupci české menšiny v Podkrušnohoří. Po druhé světové válce byly její fondy, zasažené okupací pohraničí, obnoveny za pomoci veřejné sbírky. Současná Regionální knihovna Teplice sídlí v budově bývalého soukromého gymnázia, postavené v roce 1876. Honosí se propracovaným dekorativním interiérem v neobarokním stylu. Od roku 2003 je RKT příspěvkovou organizací statutárního města Teplice. Má čtyři pobočky, z toho jedna je určena výhradně dětem, a její fond se skládá ze 157 000 dokumentů. Třiapadesátitisícové Teplice mají coby lázeňské město specifický rytmus, knihovna jej vnímá a poskytuje hostům lázní jednorázovou šestitýdenní průkazku za dvacet korun. Stálých čtenářů je v RKT zaregistrováno 5500

RKT má samostatnou čítárnu periodik, která poskytuje noviny a časopisy k prezenčnímu studiu. Zaměstnanci se obdobně jako v MKP střídají a na provoz čítárny je vyhrazeno 1,2 úvazku.



*Ilustrace 4: Čítárna RKT  
(zdroj: [www.rkt.cz](http://www.rkt.cz))*

### Finanční situace

Regionální knihovna Teplice hospodaří s ročním rozpočtem 12 milionů korun. Přibližně 1 000 000 Kč z rozpočtu je určen k rozvoji knihovního fondu. Na nákup periodik z této částky připadá 150 000 korun a z nich je na akvizici denního tisku vyhrazena pětina - - 30 000 Kč. RKT tedy za noviny utratí 3% z prostředků věnovaných nákupu nových dokumentů.

### Tituly a jejich selekce

Do knihovny je nakupováno sedm celostátních deníků. Jsou to *Blesk*, *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladá fronta DNES*, *Právo*, *Sport* a *Teplický deník*. Od každého listu je objednáván jeden kus. RKT na svých webových stránkách sice upozorňuje, že „*Při každoroční objednávce novin a časopisů pro další rok může dojít ke změnám v odběru titulů, a to jak z finančních důvodů, tak s přihlédnutím k zájmu čtenářů,*“ ale co se týče peněz, zřejmě se knihovně daří slušně. Korespondence s paní Lenkou Molnárovou potvrdila zohledňování čtenářských preferencí při objednávání titulů. Dále jsou deníky voleny se snahou ovlivnit výběr směrem ke kvalitě a s cílem obsáhnout maximální spektrum témat (což na poměrně homogenním českém trhu není těžké, postačí *HN* a *Sport*). O nákupu deníků rozhoduje vedoucí dospělého oddělení po konzultaci s pracovníky čítárny.

### Způsob akvizice

Teplická knihovna si při nákupu deníků vystačí s klasickým předplatným, noviny tedy chodí každé ráno poštou.

## **3.5 Knihovna města Ostravy**

### O knihovně

Knihovna města Ostravy je stará 90 let. V minulosti se několikrát stěhovala a ve vhodných prostorách její centrála sídlí až od podzimu 2005. Kromě ústřední knihovny má

dalších 26 poboček po celém městě. Právní formou KMO je příspěvková organizace statutárního města Ostravy, z 311 000 Ostravanů vlastní její čtenářský průkaz 44 000. Za rok je provedeno 1,7 milionu výpůjček, na výběr je v ústřední knihovně okolo 250 000 titulů. KMO mimo jiné věnuje velkou péči spolupráci s romskou komunitou, v rámci projektu Romaňi kereka (Romský kruh) připravuje knihovnu „ušitou na míru“ potřebám této menšiny. Její pracovníci také roznášejí knihy do bytů občanům s omezenou schopností pohybu. KMO často experimentuje s novými službami, v průběhu letošního roku například zavádí biblioboxy, kam mohou čtenáři vracet vypůjčené dokumenty i mimo otevírací dobu knihovny. Další novinkou je půjčování tzv. tematických kufříků, které podporují rozvoj dětské osobnosti a obsahují knihy, didaktické pomůcky, hračky, hry, CD a další média. Nejnověji zavedenou službou jsou absenční výpůjčky elektronických čteček knih *Kindle* proti vratné kauci. Ostravská knihovna byla oceněna titulem *Městská knihovna roku 2010*, který udílí SKIP ve spolupráci s developerskou firmou Skanska.



*Ilustrace 5: bibliobox KMO (zdroj: [www.kmo.cz](http://www.kmo.cz))*

Denní tisk je v KMO vystaven ve studovně spojené s čítárnou periodik. Webová stránka <http://81.91.213.122/> umožňuje virtuální prohlídku této místnosti. Studovna má včetně vedoucího šest zaměstnanců.

### Finanční situace

KMO bohužel neposkytla údaje o hospodaření.

### Tituly a jejich selekce

Knihovna města Ostravy nakupuje deníky *Haló noviny*, *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladá fronta DNES*, *Moravskoslezský deník*, *Právo a Sport*. S výjimkou *Moravskoslezského deníku*, který se objednává po dvou kusech kvůli vazbě a archivaci, jsou všechny listy pořizovány v jednom exempláři. Tituly vybírá vedoucí studovny, pan Filip Hrazdil, po dohodě s *Oddělením zpracování fondů* a ředitelkou KMO. Faktory, ke kterým při výběru přihlíží, jsou obliba jednotlivých listů mezi čtenáři a pestrost témat. Čtenářské preference se zřejmě spolu se záměrem archivace promítají do silnějšího zastoupení *Moravskoslezského deníku*. Ani jedno z uvedených selekčních kritérií však nevysvětluje, proč jsou jedinými opomíjenými tituly *Blesk* a *Aha!*.

### Způsob akvizice

Otázka na způsob nákupu nebyla zodpovězena.

## **3.6 Shrnutí**

Všechny zkoumané knihovny nakupují *Mladou frontu DNES* a některou z mutací *Deníku*. Co se týče možných kontroverzí, *Blesk* byl zjištěn ve dvou knihovnách, třetí jej stáhla z čítárny po opakovaných krádežích. *Aha!* nakupuje MKP a před zmíněnými incidenty jej vystavovala i *Krajská knihovna v Pardubicích*. Paradoxně byla přiznána snaha ovlivnit výběr titulů směrem ke kvalitě teplickou knihovnou, která *Blesk* zařazuje. *Knihovna města Ostravy* poněkud pokrytecky tvrdí, že jí záleží na preferencích čtenářů a pestrosti témat, o snaze vychovávat čtenáře se nezmiňuje, avšak jediné dva tituly, které nenakupuje, jsou bulvární. Komunistické *Haló noviny* byly zjištěny ve třech z pěti knihoven, jediná z větších organizací, která se jejich nákupu cíleně vyhýbá, je *Regionální knihovna Teplice*.

Do rozhodnutí o výběru či změně pořizovaných titulů denního tisku bývají ve zkoumaných knihovnách často zapojeni vedoucí pracovníci. Z komunikace se zkoumanými organizacemi i s *Národní knihovnou ČR* vyplynulo, že závazné předpisy ani nezávazná oficiální doporučení ovlivňující akvizici denního tisku neexistují.

V současnosti většina zkoumaných knihoven při získávání deníků spoléhá na předplatné a objednává je zpravidla na konci roku. Výjimkou je *Městská knihovna v Praze*, která najímá distribuční firmu. Liší se strategie obsluhy čítáren. V Berouně, Ostravě a Pardubicích jsou zaměstnanci specializovaní, v Praze a Teplicích pendlují mezi jednotlivými pracovišti.

## 4 Práce knihoven s novinami

### 4.1 Městská knihovna Beroun

#### Zájem a preference čtenářů

Statistiky čtenosti denního tisku se v berounské knihovně nevedou. Pracovnice studovny,<sup>\*10</sup> paní Lada Schováňková, nicméně odhaduje, že si vystavené noviny prolistuje přibližně každý desátý návštěvník knihovny, což je velmi slušné číslo. Zájem je přibližně stejný, jako dříve. Ze dvou vystavených titulů pak byl vyzorován větší zájem o *Berounský Deník* než o *Mladou frontu DNES*, a to v poměru přibližně 3:2.

Pravidelnost návštěv pak paní Schováňková posoudila takto: *"Jsou čtenáři, kteří denně navštěvují studovnu a čtou denní tisk, někteří navštěvují studovnu taktéž pravidelně v rozsahu 2-3x týdně (shrnuła bych to tak, že čtenáři novin jsou většinou i pravidelní návštěvníci studovny, občasný návštěvník studovny si půjčuje pak spíše časopisy)."*

#### Demografie a motivace čtenářů

Denní tisk čtou v berounské knihovně převážně muži, jejich průměrný věk paní Schováňková odhaduje na 55 let. Návštěvníci podle ní čtou noviny v knihovnách zejména z finančních důvodů, říká však, že je to pouze spekulace a skutečnou motivaci je velmi nesnadné odhadnout.

#### Způsob zpřístupňování

Deníky se v této knihovně zpřístupňují výhradně prezenčním způsobem. Jsou uskladněny v samostatných přihrádkách stejně jako ostatní periodika, aktuální číslo je vystaveno na dvířkách přihrádky. Noviny nejsou připevněny do čtecích rámců.

---

<sup>10</sup> Studovna je v *Městské knihovně Beroun* spojená s čítárnou periodik.

### Katalogizace

Berounská knihovna jednotlivé výtisky nekatalogizuje. Svázané ročníky ovšem do katalogu zaneseny jsou. Zkatalogizovány jsou také vybrané články, týkající se dění v regionu – knihovna za tímto účelem buduje interní databázi.

### Doba uchovávání a vyřazování

Po měsíci vystavení ve volném výběru jsou deníky přesunuty do archivu. *Mladá fronta DNES* se po dvou letech vyřazuje a je odevzdána do sběru papíru. *Berounský deník* se dále archivuje a jednou za tři až čtyři roky (záleží na stavu rozpočtu, nejedná se o prioritní záležitost) knihovna nechává jednotlivé ročníky svázat. Je zde patrná snaha o uchování pramenů o historii regionu, archivují se rovněž *Podbrdské noviny*.

### Budoucnost

Knihovně zavedený systém (s výjimkou rozpočtových omezení) vyhovuje a o předplatném elektronických novin neuvažuje. Kdyby byla donucena snížit náklady, dotkla by se omezení dříve časopisů, než denního tisku.

## **4.2 Městská knihovna v Praze**

### Zájem a preference čtenářů

Městská knihovna v Praze provoz čítárny nemonitoruje, pouze občas proběhne průzkum oblíbenosti jednotlivých služeb ve formě stručných anonymních dotazníků u vchodů do budov a na internetu. Zaměstnanci sice na jednotlivých stanovištích kolují, takže výhradně deníkům se nevěnuje nikdo z nich, přesto si však stíhají všimnout detailů. Zita Kadlecová z Ústřední knihovny říká, že o noviny je v MKP dlouhodobě konstattní zájem. V jednom okamžiku tam denní tisk čte okolo osmi lidí, jen nárazově o několik více, takže kapacita čítárny bývá využita přibližně ze dvou třetin. Při mimořádných událostech (slečna Kadlecová

uvedla jako příklady zabití Usámy bin Ládina, britskou královskou svatbu, velké politické aféry, jakékoli tuzemské volby, ale i vysoce medializované politické kroky, jako je reforma zdravotnictví) je patrný zvýšený počet čtenářů novin. Nejvíce je zájemců v Ústřední knihovně o *Blesk*, na druhém místě je *Sport*. Mezi seriózními deníky podle ní čtenáři příliš nerozlišují, jde jim o události jako takové, ne o jejich podání. Velmi populární je také slovenský deník *Sme*.

Lucie Macková ze smíchovské pobočky po konzultaci s kolegyní z oddělení periodik odhadla, že si jeden ze čtyř nabízených titulů denně přečte 25-30 lidí. Knihovnice seřadily jednotlivé listy podle odhadované obliby u čtenářů, a to následovně:

1. Mladá fronta DNES
2. Hospodářské noviny
3. Lidové noviny
4. Právo

Zájem o noviny na pobočce Smíchov stoupá, což Lucie Macková přičítá zejména jejich rostoucím cenám.

#### Demografie a motivace čtenářů

Podle Zity Kadlecové mezi zájemci o četbu deníků v Ústřední knihovně převažují muži, kteří tvoří přibližně dvě třetiny čtenářů. Průměrný věk odhadla na „40 plus.“ Složení čtenářstva se v průběhu dne mění, dopoledne převažují lidé v důchodovém věku, odpoledne přicházejí mladší lidé studovat zahraniční noviny, které knihovna vystavuje později.

Zita Kadlecová nastínila hned několik možných stimulů, které lidi vedou k četbě novin v knihovnách. Část čtenářů (zejména ti pravidelní) podle ní může navštěvovat čítárny ze zvyku. Někoho k tomu vede snaha ušetřit, hlavně cizojazyčné tituly jsou drahé. Někdo bere četbu denního tisku jako občasnou formu relaxace a připadá mu zbytečné noviny kupovat, když jsou k dispozici zdarma v knihovně, navíc různé tituly. Pak jsou zde čtenáři, kteří jdou náhodou kolem nebo vybírají časopisy a zaujme je novinový titulek. A také, jak již bylo nastíněno o dva odstavce výše, mají na zájem čtenářů o deníky vliv mimořádné politické

a společenské události.

Svůj odhad motivace zájemců o noviny v knihovnách poskytla také Lucie Macková. Vedle již zmiňované stoupající ceny deníků uvádí jako další faktor vyplnění volného času a socializaci, zejména senioři jsou rádi, že se dostanou „mezi lidi.“ Také podle ní čtenáře láká výběr z více titulů.

#### Způsob zpřístupňování

Všechny pobočky Městské knihovny v Praze, které mají ve svých fondech deníky, je zpřístupňují pouze prezenčním způsobem. Do konce června 2011 byly ve staré čítárně Ústřední knihovny uskladněny v policích a uchovávány ve výběru po několik týdnů. V současné době provizorního řešení se denní tisk stahuje z čítárny už večer po vystavení. Noviny jsou připevněny do dřevěných čtecích rámu a nepřehlédnutelně pověšeny na stojanu tvořeném kovovou sítí s trojúhelníkovým půdorysem. Během podzimu 2011 by měla být čítárna periodik dodatečně vybavena novými policemi, které by umožnily zpřístupnit čtenářům i několik dní staré deníky, jako tomu bylo v původní čítárně denního tisku.

#### Katalogizace

V MKP se deníky nekatalogizují. Při momentální situaci v Ústřední knihovně, kdy jsou noviny vyřazovány po jediném dni vystavení, by to bylo přímo absurdní, ale ani při obvyklém provozu čítárny by katalogizování nemělo větší smysl a jen by zbytečně vytěžovalo pracovníky knihovny.

#### Doba uchovávání a vyřazování

Noviny se podle velikosti pobočky vyhazují jednou týdně až jednou za měsíc, nejčastěji ze všech periodik. Na přechodnou dobu kvůli přesunu čítárny a čekání na vybavení se v Ústřední knihovně MKP vyřazuje každý den. Tradičně jsou vázány ročníky *Lidových novin*, *Hospodářských novin* a *Práva*, za tímto účelem jsou výtisky těchto tří titulů odváženy do skladu v Praze - Holešovicích. Zbylé deníky jsou po vyřazení odváženy do sběru.

## Budoucnost

Denní tisk bude knihovna nakupovat i v budoucnu. Co se týče podoby čítárny v Ústřední knihovně, MKP se vyjádřila ke změnám takto: *"Po úpravě čítárny ji určitě nechceme otevřít jako čítárnu, plánujeme v ní zřídit e-zónu, kde lidé budou mít přístup zejména k dokumentům v elektronické podobě a možnost nerušeného studia s kavárnou přes pár dveří... Tedy wi-fi, internet, databáze, prezenční e-knihy, přístup k elektronické podobě zpravodajství. Klasické tištěné deníky by měly zůstat součástí fondu v koutu u časopisů, jako je to teď."*

Knihovna uvažuje o nákupu předplatného elektronických novin. Vidí ale několik komplikací spojených s akvizicí elektronických periodik. Domnívá se například, že aby bylo elektronické předplatné levnější, je nutné současně objednat i tištěný titul. Dále je podle MKP problém v přístupu k novinám, který je vázán na konkrétní heslo (a podle knihovny i na konkrétní počítač).

### **4.3 Krajská knihovna v Pardubicích**

#### Zájem a preference čtenářů

Pardubická knihovna má své stálé čtenáře novin, většina z nich přichází už ráno. Zájem o deníky je zhruba stejný, jako před několika lety. Padl (velmi přibližný, neboť od pultu zaměstnanců, který ke umístění v čítárně časopisů, do čítárny novin není vidět) odhad, že se v průběhu běžného dne nad četbou denního tisku vystřídá okolo čtyřiceti návštěvníků knihovny. Větší nápor bývá zaznamenán v pondělí a ve středu. Proč se tomu tak děje, expertka netuší. Největší zájem mají čtenáři podle pozorování o *Pardubický deník*, který je následován *Mladou frontou DNES* a *Sportem*.

#### Demografie a motivace čtenářů

Oslovená expertka vyzorovala, že čítárnu v pardubické knihovně navštěvují zejména lidé v důchodovém věku, a to především muži. Vede je k tomu podle ní možnost

výběru z více titulů, nákladnost každodenní koupě novin a přehledná archivace - lidé nemusí uchovávat deníky doma a vytvářet vlastní systém jejich uspořádání - tato výhoda platí hlavně pro databázi *Anopress*, která je k dispozici ve všeobecné studovně *Krajské knihovny v Pardubicích*.

#### Způsob zpřístupňování

V *Krajské knihovně v Pardubicích* mohou lidé studovat denní tisk pouze prezenčně. Noviny jsou volné, bez čtecích rámců, a přehledně vystavené ve dvou nadepsaných policích s přiměřenou plochou. Aktuálním číslem je určena jedna police, do druhé patří den staré výtisky.

#### Katalogizace

Jednotlivá čísla novin katalogizována nejsou. Deníky, které se archivují, tedy *Mladá fronta DNES*, *Hospodářské noviny* a *Pardubický deník*, jsou po svázání do pevných desek zaneseny do katalogu.

#### Doba uchovávání a vyřazování

Čerstvé a jeden den staré noviny jsou vystaveny v samostatných policích. Večer dne po akvizici jsou deníky přemístěny do skladu periodik. Na konci roku jsou tři o odstavec výše zmíněné tituly svázány a zbytek denního tisku putuje do sběru papíru.

#### Budoucnost

*Krajská knihovna v Pardubicích* neplánuje změnu rozsahu ani skladby své nabídky deníků. Poptávku po elektronické podobě periodik uspokojuje databáze *Anopress*.

## 4.4 Regionální knihovna Teplice

### Zájem a preference čtenářů

Knihovna disponuje precizně vedenými statistikami, které realizuje pomocí jedné z funkcí programu *Clavius*. Během období 24.5.2010 – 24.5.2011 čítárna RKT provedla zhruba 6 000 výpůjček deníků (číslo není totožné se součtem údajů z tabulky uvedené níže, neboť si někteří čtenáři vyžádali více titulů v jeden den). Podle Lenky Molnárové většina čtenářů chodí do čítárny pravidelně - někteří denně nebo obden, část pak občas (jednou za týden nebo za čtrnáct dní). Ze záznamů bylo zjištěno, že od srpna 2010 do srpna 2011 se v čítárně vystřídalo 295 unikátních zájemců o četbu novin. Teplická knihovna zná i čtenáře, kteří chodí studovat deníky nárazově v určitém období. Mezi ty patří kupříkladu lázeňští hosté nebo nezaměstnaní.

| pořadí | titul              | počet přečtení za rok |
|--------|--------------------|-----------------------|
| 1.     | Teplický deník     | 2060                  |
| 2.     | Blesk              | 1966                  |
| 3.     | Mladá fronta DNES  | 1597                  |
| 4.     | Právo              | 1162                  |
| 5.     | Sport              | 1079                  |
| 6.     | Lidové noviny      | 1035                  |
| 7.     | Hospodářské noviny | 929                   |

*Tabulka 1: Obliba deníků v RKT. Zpracované období: 24.5.2010 – 24.5.2011.*

O četbu novin je v RKT přibližně stejný zájem, jako dříve.

## Demografie a motivace čtenářů

Díky statistikám, které RKT vede, můžeme s jistotou říci, že demografické rozvrstvení tamních čtenářů denního tisku je následující:

|                      |      |
|----------------------|------|
| studenti (do 26 let) | 2 %  |
| pracovně činní       | 33 % |
| důchodci             | 65 % |

*Tabulka 2: Status čtenářů deníků v RKT. Zkoumané období: 24.5.2010 – 24.5.2011.*

Pohlaví čtenářstva se v teplické knihovně neregistruje. Motivaci návštěvníků čítárny vidí paní Molnárová takto: „*Knihovna nabízí široký výběr titulů novin, dále je tu možnost setkání se s ostatními čtenáři, velkou roli hraje finanční náročnost denního tisku.*“

## Způsob zpřístupňování

V čítárně RKT jsou noviny poskytovány výhradně k prezenčnímu studiu. Čtenáři si mohou vyžádat i měsíční komplety nebo celé starší ročníky českých deníků.

## Katalogizace

Teplická knihovna se může pochlubit statistikami proto, že své akvizice denního tisku ihned po dodání katalogizuje.

## Doba uchovávání a vyřazování

Všechny pořizované celostátní deníky se vyřazují po dvou letech, do té doby si je čtenáři mohou vyžádat. Regionální tisk se uchovává nepřetržitě a je průběžně archivován, deníky jsou po vyřazení z fondu nabídnuty jiným organizacím, například *Státnímu okresnímu archivu Teplice*. V případě nezájmu jsou předány do sběrný papíru.

## Budoucnost

Teplická knihovna prozatím neuvažuje o nákupu předplatného elektronických novin. Pro dlouhodobě konstantní zájem čtenářů hodlá zachovat nabídku denního tisku v současné šíři.

## **4.5 Knihovna města Ostravy**

### Zájem a preference čtenářů

Podle Filipa Hrazdila tvoří pravidelní čtenáři většinu návštěvníků čítárny. Přesné statistiky prezenčních výpůjček se nevedou, ale z pozorování vyplývá, že o noviny je v KMO dlouhodobě největší zájem ze všech nabízených periodik, přičemž nejoblíbenějším titulem je *Moravskoslezský deník*. Mezi důvody, které lidi do čítárny vábí, vidí pan Hrazdil postupně stoupající cenu deníků v souvislosti s rychlostí jejich stárnutí: „(...) je to za pár hodin sběr.“

### Demografie a motivace čtenářů

Otázka na rozložení věku čtenářů byla panem Hrazdilem zodpovězena takto: *Nemáme přesné údaje, ale jedná se z velké většiny o důchodce*. Odhad pohlaví nepadl.

### Způsob zpřístupňování

Deníky jsou ve studovně ústřední knihovny KMO zpřístupňovány výhradně prezenčně.

### Katalogizace

Údaje o katalogizaci deníků bohužel nebyly dodány.

### Doba uchovávání a vyřazování

*Moravskoslezský deník* je pravidelně vázán do pevných desek a knihovna si jej ponechává. Doba uchovávání ostatních celostátních listů není v KMO stanovena přesně, vyřazují se přibližně po deseti letech od akvizice.

### Budoucnost

Vzhledem k tomu, že je denní tisk mezi periodiky v čítárně dlouhodobě nejpobulárnější, nehodlá KMO od jeho pořizování ustoupit ani omezovat nabízené spektrum titulů. Knihovna bude pokračovat i v nabízení databáze článků z českých deníků *Anopress*, čtenáři si ji velmi oblíbili zejména pro možnost fulltextového vyhledávání.

## **4.6 Shrnutí**

S výjimkou MKP, kde je zájem o regionální tisk minimální, jsou ve všech zkoumaných knihovnách nejpobulárnější tamější mutace *Deníku*. Kdekoli je zařazen *Blesk*, má u čtenářů veliký úspěch. Oblíbené jsou rovněž *Mladá fronta DNES* a *Sport*. Zájem o deníky je ve zkoumaných organizacích konstantní, ve smíchovské pobočce MKP dokonce stoupá. Všechny knihovny hlásí převahu starších čtenářů, data z *Regionální knihovny Teplice* to potvrzují. Podle expertů čtou noviny v knihovnách především muži.

Jiný než prezenční způsob půjčování denního tisku nebyl zaznamenán. Žádná ze zkoumaných knihoven nemá předplacené elektronické noviny a vážně o této možnosti uvažuje pouze MKP. V Ostravě a Teplicích mají čtenáři k dispozici databázi článků *Anopress*. Jedinou z dotázaných knihoven, která deníky katalogizuje, je Regionální knihovna Teplice. Umožňuje jí to vést podrobné statistiky.

Dotázaní experti nejčastěji odhadovali, že zájem o četbu novin v knihovnách je způsoben snahou čtenářů ušetřit. Druhým nejčastěji zmiňovaným motivem byla možnost výběru z více titulů, dva z dotázaných zaměstnanců pak zmínili možnost socializace s ostatními čtenáři.

Doba, po kterou knihovny deníky uchovávají, se významně liší případ od případu. Od obvyklého týdne v Ústřední knihovně MKP po přibližně deset let v KMO. Každá z dotázaných organizací nechává alespoň jeden (obvykle regionální) titul svázat. Zbytek je většinou odvážen do sběrný papíru, pouze RKT předtím deníky nabídne k využití jiným institucím.

Všechny knihovny hodlají, pokud jim to finanční situace dovolí, zachovat zkoumané služby v současném rozsahu. S nezájmem čtenářů se nepotýkají.

## Závěr

Nejprve budou za pomoci poznatků z předchozí části práce ověřeny hypotézy formulované v úvodní kapitole.

Hypotéza 1: "Knihovny do kolekce deníků nezařazují tabloidy."

Tato hypotéza se nepotvrdila. Dvě knihovny bulvární tisk nakupují a třetí jej musela stáhnout z volného výběru, protože o něj byl až příliš veliký zájem.

Hypotéza 2: "Výběr deníků do knihoven není upraven závazným nařízením a jednotlivé knihovny mohou vybírat tituly dle svého uvážení."

Po e-mailové komunikaci s *Národní knihovnou ČR* byla tato hypotéza potvrzena. Žádné nařízení upravující nákup denního tisku u nás vydáno nebylo.

Hypotéza 3: "*Počet čtenářů denního tisku v knihovnách postupně klesá.*"

Tato hypotéza byla vyvrácena. Žádná ze zkoumaných organizací úbytek čtenářského zájmu o noviny nezaznamenala, pobočka MKP dokonce uvedla stoupající trend.

Hypotéza 4: "*Čtenáři navštěvují knihovny za účelem četby denního tisku zejména z finančních důvodů.*"

Potvrzeno, snahu ušetřit uváděli dotázaní experti jako motiv návštěvy čítáren nejčastěji. Jedná se však o spekulaci, byť hromadnou. Na čtenářích průzkum prováděn nebyl.

Hypotéza 5: "*Denní tisk v knihovnách vyhledávají spíše starší čtenáři.*"

Tato hypotéza byla potvrzena, na vyšším věku zájemců o noviny se shodli pracovníci všech zkoumaných knihoven.

Hypotéza 6: "*Knihovny poskytují noviny výhradně formou prezenční výpůjčky.*"

Potvrzeno. Žádná ze zkoumaných knihoven nepůjčuje čtenářům noviny domů.

Hypotéza 7: "*Knihovny nevyžívají levnější předplatné elektronických novin, ani jej neplánují zavést.*"

První část hypotézy je pravdivá, ani jedna z knihoven dosud elektronické předplatné nevyžívá. Druhá část pravdivá není, neboť *Městská knihovna v Praze* nákup elektronických novin zvažuje.

Hypotéza 8: "*Denní tisk se v knihovnách nekatalogizuje.*"

Vyvráceno, nepatří pro všechny knihovny. Jedna z pěti zkoumaných organizací, *Regionální knihovna Teplice*, zanáší noviny do katalogu ihned po akvizici.

Zdaleka ne všechny předpoklady o práci knihoven s novinami se ukázaly jako pravdivé. Prodeje deníků sice významně klesají, ale na návštěvnost čítáren to vliv nemá. Také nebyla prokázána všeobecná averze k bulvárním listům, knihovny dneška rozhodně nejsou úzkoprsé. Osobně mě velmi potěšilo, když jsem na dvorku pardubické čítárny spatřil popelník a nad ním kouřícího čtenáře. Je to sice hloupá maličkost, ale poprvé jsem byl v knihovně, která toleruje všechny bez rozdílu.

Je otázka, jestli se nové distribuční kanály novin uchytí. Některé knihovny na nové trendy reagují velice rychle (například KMO), ale jak bylo zjištěno ve druhé kapitole, v případě elektronických novin není důvod spěchat. České e-papery (s čestnou výjimkou *Hospodářských novin*) působí značně nedotaženě, vydavatelé jako by na ně už po několika měsících provozu zanevřeli. Jestli mají i ostatní producenti elektronických novin řádově stejné prodeje jako *HN* (tedy stovky kusů), nebylo by se čemu divit. Knihovny by tedy měly počkat, jestli si čtenáři na tuto formu distribuce zvyknou.

Autor této práce soudí, že e-papery v českých knihovnách úspěšné nebudou. Jak bylo

zjištěno, obvyklý čtenář novin v knihovně je starší pán. Tedy příslušník některé z generací držících tištěné deníky "nad vodou." Je pravděpodobné, že takový člověk by elektronické noviny v knihovně neoceníl. Zato tištěné noviny mají svou budoucnost v knihovnách jistou. Prozatím.

## Seznam použité literatury

- ADAMOVÁ, Libuše. *Výroční zpráva Krajské knihovny v Pardubicích za rok 2010*. 1. vyd. Pardubice : Krajská knihovna v Pardubicích, 2011. ISBN 978-80-86934-06-8 (brož.). Dostupná z WWW: <<http://www.knihovna-pardubice.cz/publikace/vyrocní-zprava-krajske-knihovny-v-pardubicích-2010/>>.
- *Ahaonline.cz* [online]. Ringier Axel Springer CZ a.s., c2001-2011 [cit. 2011-08-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.ahaonline.cz/>>.
- AUST, Ondřej. *HN na webu uzamkly obsah papírového vydání, začaly prodávat elektronické předplatné* [online]. 4.4.2011 [cit. 2011-08-02]. Dostupný z WWW: <<http://www.mediar.cz/hn-na-webu-uzamkly-obsah-papiroveho-vydani-zacaly-prodavati-elektronicke-predplatne/>>.
- AUST, Ondřej. *Trh s elektronickými verzemi deníků se v Česku počítá na pár stovek prodaných „výtisků“* [online]. 12.4.2011 [cit. 2011-08-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.mediar.cz/trh-s-elektronickymi-verzemi-deniku-se-v-cesku-pocitana-par-stovek-prodanych-vytisku/>>.
- AUST, Ondřej. *Za MF Dnes i LN na webu zaplatí i předplatitelé jejich tištěného vydání* [online]. 11.4.2011 [cit. 2011-08-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.mediar.cz/za-mf-dnes-i-ln-na-webu-zaplata-i-predplatitele-jejich-tisteneho-vydani/>>.
- *Blesk.cz* [online]. Ringier Axel Springer CZ a.s., c2001-2011 [cit. 2011-08-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.blesk.cz/>>.
- CELBOVÁ, Ludmila. Zpravodajský server. In *KTD : Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha : Národní knihovna ČR, 2003- [cit. 2011-05-11]. Dostupné z WWW: <[http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc\\_number=000000867&local\\_base=KTD](http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000000867&local_base=KTD)>.
- ČTK. *Komunistické Haló noviny plánují zpoplatnit webovou verzi tištěného vydání*. [online]. 19.5.2011 [cit. 2011-08-02]. Dostupný z WWW: <<http://www.mediar.cz/komunisticke-halo-noviny-planuji-zpoplatnit-webovou-verzi-tisteneho-vydani/>>.
- *Dehalo* [online]. 2004 [cit. 2011-08-02]. Dostupný z WWW: <<http://dehalo.sweb.cz/>>.
- DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost : příručka pro uživatele*. 3. vyd. Praha : Karolinum, 2007. 374 s. ISBN 978-80-246-0139-7.
- *Economia.cz* [online]. Praha : ECONOMIA a. s, c1996-2011 [cit. 2011-08-02]. Dostupný z WWW: <<http://economia.ihned.cz/>>.

- FABIÁNOVÁ, Irena. *Srovnání internetových verzí vybraných celostátních deníků*. Ostrava, 2008. 95 s., 15 s. příl. Magisterská diplomová práce. Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, Katedra českého jazyka. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Eva Jandová, Ph.D..
- GILL, Philip (ed.). *Služby veřejných knihoven : směrnice IFLA/UNESCO pro rozvoj*. Praha : Svaz knihovníků a informačních pracovníků ČR, 2002. 127 s. Aktuality SKIP, sv. 20. ISBN 80-85851-14-8.
- *Haló noviny* [online]. Praha : Futura a.s, 2011 [cit. 2011-08-02]. Dostupný z WWW: <<http://halonoviny.cz/>>.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum : základní metody a aplikace*. Praha : Portál, 2005. 408 s. ISBN 80-7367-040-2.
- *Höppner media blog* [online]. 2011 [cit. 2011-08-04]. Dostupný z WWW: <<http://hoppner.blog.cz/>>.
- HRODEK, Dominik; DOUBRAVOVÁ, Johana. *František Nachtigall, Aha!: Vážím si Karla Gotta* [online]. 15.12.2008 [cit. 2011-08-08]. Dostupný z WWW: <<http://strategie.e15.cz/rozhovor/frantisek-nachtigall-aha-vazim-si-karla-gotta-412695>>.
- HVÍŽĎALA, Karel. *Dějiny bulváru v Česku po roce 1989* [online]. 2.11.2007 [cit. 2011-08-08]. Dostupný z WWW: <[http://neviditelnypes.lidovky.cz/tiskni.asp?r=p\\_spolecnost&c=A071031\\_205744\\_p\\_spolecnost\\_wag](http://neviditelnypes.lidovky.cz/tiskni.asp?r=p_spolecnost&c=A071031_205744_p_spolecnost_wag)>.
- *Ihned.cz* [online]. Praha : Economia a.s., c1996-2011 [cit. 2011-08-02]. Dostupný z WWW: <<http://ihned.cz/>>.
- *Knihovna města Ostravy* [online]. KMO, c2009 [cit. 2011-08-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.kmo.cz/>>.
- KÖNIGOVÁ, Marie. Základní výzkumné metody pro knihovníky. *Ikaros* [online]. 2005, roč. 9, č. 3 [cit. 07.08.2011]. Dostupný na World Wide Web: <<http://www.ikaros.cz/node/1867>>. ISSN 1212-5075.
- Krajská knihovna v Pardubicích [online]. Maxx Creative Communication s.r.o., 2009 [cit. 2011-08-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.knihovna-pardubice.cz/>>.
- *Lidovky.cz* [online]. Praha : MAFRA a.s., c2011 [cit. 2011-08-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.lidovky.cz/>>.
- MATUŠÍK, Zdeněk. Deník. In *KTD : Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha : Národní knihovna ČR, 2003- [cit. 2011-05-11]. Dostupné z WWW: <[http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc\\_number=000000965&local\\_base=KTD](http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000000965&local_base=KTD)>.

- MATUŠÍK, Zdeněk. Noviny. In *KTD : Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha : Národní knihovna ČR, 2003- [cit. 2011-05-11]. Dostupné z WWW: <[http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc\\_number=000001006&local\\_base=KTD](http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000001006&local_base=KTD)>.
- *Mediální skupina MAFRA* [online]. Praha : MAFRA a.s., c2010 [cit. 2011-08-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.mafra.cz/cs/default.asp>>.
- *Městská knihovna Beroun* [online]. 28.7.2011 [cit. 2011-08-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.knihovnaberoun.cz/>>.
- *Městská knihovna v Praze* [online]. Městská knihovna v Praze, c2010 [cit. 2011-08-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.mlp.cz/cz/>>.
- *NetMonitor* [online]. SPIR, c2011 [cit. 2011-08-02]. Dostupný z WWW: <<http://www.netmonitor.cz/>>.
- *Novinky.cz* [online]. Praha : Seznam.cz, c2011 [cit. 2011-07-28]. Dostupný z WWW: <<http://novinky.cz/>>.
- OSVALDOVÁ, Barbora; HALADA, Jan et al. *Praktická encyklopedie žurnalistiky. 2., dopl. vyd.*. Praha : Libri, 2002. 240 s. ISBN 80-7277-108-6.
- *Pravo.novinky.cz* [online]. Borgis, c2000-2011 [cit. 2011-08-02]. Dostupný z WWW: <<http://pravo.novinky.cz/>>.
- *Regionální knihovna Teplice* [online]. M.Konečný, c2001-2003 [cit. 2011-08-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.knihovna-teplice.cz/>>.
- REIFOVÁ, Irena et al. *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004. 327 s. ISBN 80-7178-926-7.
- *Ringier Axel Springer CZ* [online]. Ringier Axel Springer CZ a.s., c2011 [cit. 2011-08-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.ringieraxelspringer.cz/>>.
- *Ročenka Unie vydavatelů 2011* [online]. Praha : Unie vydavatelů, 2011 [cit. 2011-08-10]. Dostupný z WWW: <<http://rocenkaunievydavatelu.cz/2011/index.php>>.
- SODOMKOVÁ, Jana (heslo ve smyslu výkladu 1). *Veřejná knihovna*. In *KTD : Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha : Národní knihovna ČR, 2003- [cit. 2011-05-11]. Dostupné z WWW: <[http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc\\_number=000002028&local\\_base=KTD](http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000002028&local_base=KTD)>.
- SUCHÁ, Martina. *Postupná bulvarizace titulků Hospodářských novin*. Olomouc, 2010-05-12. 35 s. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta, Katedra bohemistiky. Vedoucí bakalářské práce Mgr. Vladimír P. Polách M. Phil..
- ZANDL, Patrick. *Hospodářské noviny na webu za peníze, placených úspěchů je pramálo* [online]. 6.4.2011 [cit. 2011-08-02]. Dostupný z WWW: <<http://www.lupa.cz/clanky/hospodarske-noviny-na-webu-za-penize-placenyh-uspechu-je-pramalo/>>.

