

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Pavel Kalouš

Novinář v regionálních denících jako specifická
žurnalistická profese na příkladu Ústeckého
kraje

Diplomová práce

Praha 2009

Autor práce: **Bc. Pavel Kalouš**

Vedoucí práce: **Doc. PhDr. Barbara Köpplová, CSc.**

Oponent práce:

Datum obhajoby: **2010**

Hodnocení:

Bibliografický záznam

KALOUŠ, Pavel. *Novinář v regionálních denících jako specifická žurnalistická profese na příkladu Ústeckého kraje*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2009. Vedoucí diplomové práce Doc. PhDr. Barbara Köpplová, CSc.

Anotace

Diplomová práce „Novinář v regionálních denících jako specifická žurnalistická profese na příkladu Ústeckého kraje.“ pojednává o odlišnostech práce a postavení regionálních novinářů, jejichž činnost považuje za specifický druh žurnalistiky. Zaměřuje se především na oblast získávání a práci s informacemi, problémy a obtíže regionální žurnalistiky, roli novinářů, vztah k místnímu prostředí a etickou rovinu a v neposlední řadě přináší sociologický profil regionálních novinářů v Ústeckém kraji. Na základě výzkumu, který se skládal z nezúčastněného pozorování a dotazníkového šetření v sedmi redakcích deníků vydavatelství Vltava-Labe-Press, vykresluje obraz novinářů na periferii, kteří v obecné rovině dlouhodobě bojují se špatnou pověstí. Součástí diplomové práce je historický exkurz do vývoje regionálního tisku v České republice, na území Ústeckého kraje i bouřlivých majetkových změn v 90. letech 20. století.

Annotation

Diploma thesis “The journalist in regional newspapers as a specific journalistic profession in Ústí region” deals with the working and status differences of regional journalists, whose occupation is believed as a specific kind of journalism. This thesis is mainly concentrated on the area of getting information and working with them, it is also focused on problems and difficulties of regional journalism, the role of journalists, their relationship to the local area and as well their moral level. Last, but not least this thesis brings the sociological profile of regional journalists in Ústí region. On the basis of a research which consists of disinterested observation and a research via questioning in seven newsrooms of Vltava-Labe-Press company newspapers, it shows the picture of margin journalists who have to fight with bad reputation in a long term. One part of this thesis is also a historical divagation to the development of regional press in the Czech

Republic in the area of Ústí region and the stormy property changes which happened in the 90's of 20th century as well.

Klíčová slova

Žurnalistika, regionální, lokální, Ústecký kraj, novinář, výzkum, média

Keywords

Journalism, regional, local, Ústí region, journalist, research, media, press

TEZE DIPLOMOVÉ PRÁCE

Předpokládaný název v češtině:

Novinář v regionálních denících jako specifická žurnalistická profese

Předpokládaný název práce v angličtině:

A journalist in local daily newspapers as a unique journalistic profession

Charakteristika a jeho dosavadní zpracování:

V České republice každý den vyjde 73 regionálních deníků sdružených ve vydavatelství Vltava-Labe-Press (VLP), několik dalších listů z konkurenčních vydavatelství a své regionální přílohy nabízejí také celostátní deníky Mladá Fronta Dnes a Právo. Například vydavatelství VLP zaměstnává ve svých regionálních redakcích 1500 novinářů, Mladá Fronta Dnes zase zhruba 150 žurnalistů. Mají pověst špatně placených „pisálků“, kteří pracují v nestandardních podmínkách, převážně rezignovali na základní požadavky žurnalistické profese, často nejsou nezávislí a výsledky jejich práce zpravidla neodpovídají kritériím na dobrou žurnalistickou práci. Co je však pouhý mýtus a jaká je skutečnost?

Autor diplomové práce vychází ze základní teze, že lokální působnost deníku výrazně charakterizuje samotnou práci novináře a klade si za otázku, v jakých oblastech se práce regionálního novináře liší od profesního ideálu.

Téma regionální žurnalistiky je v soudobé české odborné literatuře zpracované stále jen částečně. K dispozici jsou informace o vlastnické struktuře regionálního tisku, případně vydávaných listů v určitém historickém období a oblasti. Naopak téměř chybějí práce, které se zaměřují na praktické otázky práce novináře - výjimkou je sociologická studie Jaromíra Volka a Jana Jiráka "Český novinář: Sociologický portrét lidí pracujících v masových médiích" z roku 2005, ta se však konkrétně nevěnuje novinářům v regionálních médiích. Význam této problematiky přitom jasně dokládá i

založení Institutu regionální žurnalistiky při Fakultě sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně. Vytýčené téma této diplomové práce by tak mělo přinést původní autorský pohled na stav regionálních novinářů v České republice.

Předpokládaný cíl diplomové práce, původní přínos autora, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy:

Cílem diplomové práce je vysledovat, popsat a zdůvodnit předpokládané charakteristické rysy v práci novinářů z regionálních deníků. Nebude se zaměřovat jen na proces vytváření lokálních zpráv, ale především na samotného novináře - jeho roli v tomto procesu, styl práce, postavení, vliv jeho práce na fungování institucí v regionu, a tendence při výběru zpráv. Ambicí diplomové práce je posunout toto téma za hranice stereotypní představy o regionální žurnalistice jako podřadné profesi a na základě sociologického výzkumu tuto představu vyvrátit, nebo potvrdit.

Výzkum bude probíhat v šesti denících, které byly vybrány podle kritérií založených na demografické charakteristice lokality a typu deníku:

- Moravsko-slezský deník (Ostrava) - zástupce deníku vydavatelství VLP, vychází v průmyslovou výrobou zdevastovaném kraji s vysokou etnickou pestrostí, Ostrava je navíc univerzitním městem
- Ostravská redakce MF Dnes - zástupce regionální redakce celostátního deníku, vybrán k přímému porovnání s Moravsko-slezským deníkem
- Plzeňský deník – regionální list vydavatelství VLP
- Mostecký deník - noviny z vydavatelství VLP, které vycházejí ve městě, kde nefunguje žádná jiná regionální redakce, a deník tak zde má na trhu regionálních listů monopol
- Jihlavské listy - jediný deník ve výběru, který zůstal v soukromém vlastnictví
- Litoměřický deník – deník vydavatelství VLP v malém městě se zhruba 25 tisíci obyvateli.

Šest vybraných deníků umožní porovnat novinářskou práci ve srovnatelně velkých městech (Ostrava a Plzeň, Jihlava a Most), ve výběru je typické malé město

(Litoměřice), středně velké město (Most a Jihlava) i regionální metropole (Ostrava a Plzeň). Zohledněn je i charakter regionu – např. Mostecko s vysokou nezaměstnaností a Plzeňsko s jednou z nejnižších.

Vzhledem ke kvalitativní metodě výzkumu byly stanoveny čtyři výzkumné kategorie, na které se výzkum zaměří a na jejichž základě bude sestavena konečná teorie:

- Novinářské techniky - styl, kvalitativní standardy, nezávislost na vydavateli
- Práce s informacemi - způsob získávání, třídění a ověřování informací
- Vztah k politickým, ekonomickým a dalším subjektům vně redakci
- Povolání regionálního novináře v praxi - plat, časová vytíženost, možnost profesního růstu

Předpokládaná struktura práce:

1) Předmět práce

2) Regionální tisk v České republice

a) Vývoj regionálního tisku - historický exkurz do vývoje regionálního tisku v Československu a jeho transformace po roce 1989

b) Vlastnická struktura regionálních deníků

3) Teoretická východiska - charakteristika regionální žurnalistiky podle teorií mediálních odborníků, odlišnosti od práce novináře v celostátních denících, cíle regionálních deníků, princip vytváření regionálních zpráv, srovnání postavení regionální žurnalistiky v zahraničí a v České republice

4) Metodologie výzkumu - popis použitých výzkumných metod, průběh zúčastněného pozorování, postoj pozorovaných novinářů k výzkumníkovi, výhody a omezení zvolené metody, komplikace zjištěné během výzkumu

5) Specifika novinářské práce - výsledky výzkumu

a) Novinářské techniky

- b) Práce s informacemi
 - c) Vztah k politickým, ekonomickým a dalším subjektům vně redakci
 - d) Povolání novináře v praxi
- 6) Závěr - závěrečné shrnutí, sestavení teorie, námět k navazujícím výzkumům

Vymezení podkladového materiálu a techniky jeho zpracování:

Diplomová práce bude založena na sociologickém výzkumu každodenního fungování redakcí pěti vybraných deníků, a to kvalitativní metodou, jež umožní hlubší poznání daného tématu. Za tímto účelem byl vybrán přístup zakotvené teorie, což znamená, že výzkum proběhne bez předem stanovených hypotéz a teprve na základě zjištěných fakt bude formulována hlavní teorie. Výzkum však přesto bude mít částečně předem stanovený řád - bude orientován podle výše nastíněných čtyř problematických okruhů (novinářské techniky, práce s informacemi, vztah k politickým, ekonomickým a dalším subjektům vně redakci, povolání novináře v praxi).

Podklady pro sestavení sociologického portréту regionálního novináře mají přinést zejména tyto techniky: zúčastněné pozorování, hloubkové rozhovory se sledovanými novináři, případně vedoucími daných redakcí, a srovnávací obsahová analýza.

Zúčastněné pozorování proběhne v prostředí sledované redakce. Přítomnost výzkumníka bude předem domluvena s vybraným novinářem a jeho nadřízeným, kterým bude vysvětlen účel výzkumu. Výzkumník by se měl po dva pracovní dny pohybovat se sledovaným novinářem, účastnit se porad, redakční práce i práce v terénu. Hloubkové rozhovory s novinářem, vedoucím redakce i šéfredaktorem centrální redakce v Praze poslouží k popsání případných konfliktů regionálních redakcí a centrálních redakcí, které stanovují celkovou politiku listu.

Srovnávací obsahová analýza bude použita jako doplňující technika - například po porovnání, jakým způsobem referovaly o zásadní kauze regionálního charakteru deník vydavatelství VLP a regionální mutace Mladé Fronty Dnes.

Zvolená metoda výzkumu má pochopitelně řadu úskalí (předem nelze zaručit souhlas vedoucího redakce s přítomností výzkumníka apod.), které však zastiňují mnohé výhody. K realizaci výzkumu by mohla přispět i dotace z výzkumného fondu FSV UK.

Základní literatura:

1) KANISS, PHYLLIS. Making local news. Chicago: University of Chicago Press, 1997.

Obsáhlá studie Kanissové se věnuje procesu vytváření lokálních zpráv a jejich vlivu na rozhodování politických činitelů v daném městě nebo regionu Spojených států amerických. Popisuje složitý vztah mezi ekonomickými zájmy vydavatele regionálního média, profesionálními hodnotami novináře a mediální strategií lokálních úřadů, přičemž se snaží přehodnotit stereotypní představu o regionálních médiích.

2) PÁCL, PAVEL. Hromadné sdělovací prostředky v regionu. Ostrava: Ostravská univerzita, 1997.

Útlá publikace je příspěvkem sociologie médií ke studiu vlivu hromadných sdělovacích prostředků v určitém regionu - v tomto případě v severní Moravě a Slezsku. Autor a jeho čtyři sociologické studie přinášejí výsledky obsahové analýzy deníku krajského výboru KSČ v Ostravě Nová svoboda za rok 1975, charakteristiku severomoravských médií a příjemců jejich sdělení v 90. letech a praktický dopad zrušení krajského územního členění na fungování regionálních deníků, které členění na kraje dál respektovaly.

3) FRANKLIN, BOB (ed.). Local journalism and local media: making the local news. London; New York: Routledge, 2006.

Autor se zaměřuje na aktuální změny ve vývoji regionálních médií v Anglii, Walesu, Skotsku a Severním Irsku. Ve spolupráci s akademickými odborníky, novináři, tiskovými mluvčími a mediálními experty analyzuje majetkovou regionálních médií, fenomén bezplatných novin s lokálním zaměřením, změnu ve vztahu novinářů a jejich

informačních zdrojů. Dochází k závěru, že lokální média jsou stále velmi úspěšná - možná ještě více než kdysi, ale kritická funkce žurnalistiky je v nich méně patrná než kdysi.

4) ŽANTOVSKÝ, PETR. Hovory o médiích: politika, ekonomika a média. Olomouc: Votobia, 2006.

Bývalý novinář a mediální analytik se v rozhovorech s 26 osobnostmi české mediální scény zabývá rolí médií při uspokojování ekonomických a mocenských zájmů nebo transformací mediálních institucí po roce 1989 a jejím vlivem na kvalitu žurnalistiky. Zároveň se snaží nalézt odpověď na to, jakou moc mají média, nebo jakou roli hraje v práci novináře etika.

5) GOLDBERG, BERNARD. Jak novináři manipulují: stanice CBS očima svého reportéra. Praha: Ideál, 2005.

Bývalý reportér americké televizní stanice CBS se formou reportáže pokusil o sebereflexi novinářského řemesla - kritizuje "mediální elity" za liberální zaujatost, neobjektivitu a aroganci. Goldbergovo odhalení nedostatku názorové plurality v televizních redakcích a těsných vazeb novinářů na mocné politické a ekonomické subjekty neplatí jen pro americkou televizní žurnalistiku - podobné rysy lze nalézt i u českých tištěných médiích. Kniha je zároveň přínosná pro svůj autorský pohled na novinářské prostředí.

6) BENDA, JOSEF. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007.

Autor ve své knize jako jeden z prvních přináší komplexní přehled vývoje vlastnických struktur českých médií, přičemž se podrobně věnuje celostátnímu i regionálnímu tisku a časopisům. Kniha nabízí pohled nejen na transformaci českých médií a vstup zahraničního kapitálu do nich, ale i na změny legislativy, které tento proces umožnily.

7) DISMAN, MIROSLAV. Jak se vyrábí sociologická znalost. Praha: Karolinum, 1998.

Přehledná učebnice sociologického výzkumu, která metodologii vysvětluje částečně "odlehčenou" formou. Disman se z velké části věnuje kvantitativní metodě výzkumu (jak sestavit základní vzorek, význam hypotéz, jak provádět rozhovor s respondentem a následně data statisticky zpracovat), ale v závěrečných dvou kapitolách se zaměřuje i na kvalitativní metodu. Přínosný je zejména popis techniky zúčastněného pozorování a analýzy dat.

8) HENDL, JAN. Kvalitativní výzkum. Praha: Portál, 2005.

Kniha je standardní učebnicí kvalitativních metod vědeckého výzkumu. Autor se nejprve věnuje popsání historického vývoje kvalitativního výzkumu a rozdělení jednotlivých přístupů k jeho provedení. Následně podrobně popisuje metody získávání dat od rozhovoru po pozorování, jejich kódování a vyhodnocování. Kniha zároveň obsahuje informace o tom, jakou základní formu by měla mít výzkumná zpráva a jak prezentovat výsledky studie.

9) RUß-MOHL, STEPHAN; BAKIČOVÁ, HANA. Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou. Praha: Grada, 2005.

Švýcarský profesor komunikace a žurnalistiky sestavil praktickou učebnici žurnalistiky, která se věnuje především praxi a novinářskému řemeslu, popisuje moderní žurnalistické formy a základní principy a profesionální normy žurnalistiky. Ruß-Mohl se konkrétně věnuje fungování redakce, externím vlivům na ni a legislativnímu rámci žurnalistiky.

10) ČELOVSKÝ, BOŘIVOJ. Konec českého tisku. Šenov u Ostravy: Tilia, 2002.

Autor se ve své knize kriticky věnuje majetkové struktuře českého periodického tisku. V jeho transformaci, vstupu německého kapitálu a monopolu německého vydavatelství Passauer Neue Presse vysledoval Čelovský počátek úpadku tuzemského tisku. Na

konkrétních příkladech poukazuje na důsledky závislosti médií na zahraničních vydavatelích.

11) VOLEK, JAROMÍR; JIRÁK, JAN. Vybrané atributy profesního sebepojetí českých novinářů. Mediální studia, Praha: Syndikát novinářů ČR, I., 1., od s. 26-45, 101 s., 2006.

Odborná studie, která přináší pohled na sebepojetí českých novinářů. Vychází z výzkumu provedeného v letech 2003-2004. Studie naznačuje, že v České republice je povolání novináře chápáno nejen jako prostředek individuálního profesního růstu, ale i jako výťah k individuální kariéře, a to nejen v rámci žurnalistického profese.

Diplomové a disertační práce k tématu:

1) PLACHÁ, KATEŘINA. Regionální tématická agenda na příkladu regionu Vysočina. Vedoucí diplomové práce Irena Reifová. Havlíčkův Brod, 2007.

2) VLK, DAVID. Regionální média na Uherskohradištsku 1989-1999. Univerzita Karlova (Praha). Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií, vedoucí práce Jakub Končelík. Praha, 2003.

3) POKORNÝ, JAKUB. Vývoj a současnost tisku na území okresu Teplice. Univerzita Karlova (Praha). Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky, vedoucí práce Barbara Köpplová. Praha, 2000.

4) DOSPIVA, JAKUB; GROHOVÁ, JOHANNA; HÄCKL, MICHAL. Český novinář v celostátním deníku - životní styl, názory a vzdělání. Univerzita Karlova (Praha). Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky, konzultant Jan Jiráček. Praha, 1996.

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Vlastní text práce (tzn. bez anotací a příloh) má s poznámkovým aparátem celkem 133 301 znaků s mezerami, tj. 74 normostran.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 28. prosince 2009

Pavel Kalouš

Poděkování

Mé poděkování patří všem, kteří mi věnovali svůj čas a vytvořili prostor a prostředí pro mou diplomovou práci. Především děkuji Doc. PhDr. Barbaře Köpplové, CSc. za cenné rady, připomínky a odborné vedení při mé práci a zároveň i Doc. PhDr. Jadwize Šanderové, CSc. za pomoc s metodologickou stránkou práce. Dále pak děkuji Miroslavu Pakostovi, členům sedmi redakcí v Ústeckém kraji, které se staly cílem mého výzkumu, a všem blízkým, kteří mi pomáhali s korekturou textu.

OBSAH

1.	ÚVOD	
1.1	PŘEDMĚT ZÁJMU DIPLOMOVÉ PRÁCE.....	16
1.2	ZHODNOCENÍ RELEVANTNÍ SEKUNDÁRNÍ LITERATURY A PRAMENŮ.....	16
1.3	ČLENĚNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE.....	17
1.4	ODŮVODNĚNÍ ZMĚN OPROTI SCHVÁLENÉ TEZI.....	18
2.	CHARAKTERISTIKA ÚSTECKÉHO KRAJE.....	18
3.	REGIONÁLNÍ TISK V ČR	
3.1	HISTORICKÝ VÝVOJ REGIONÁLNÍHO TISKU V ČESKU.....	23
3.2	VLASTNICKÁ STRUKTURA ČESKÉHO REGIONÁLNÍHO TISKU.....	29
3.3	SITUACE V ÚSTECKÉM KRAJI.....	31
4.	TEORETICKÁ VÝCHODISKA.....	34
5.	REGIONÁLNÍ NOVINÁŘ.....	37
6.	REGIONÁLNÍ ŽURNALISTIKA.....	40
7.	STEREOTYPY V REGIONÁLNÍ ŽURNALISTICE.....	42
8.	SPECIFIKA A OBTÍŽE REGIONÁLNÍCH NOVINÁŘŮ.....	44
9.	SITUACE VE SVĚTĚ.....	50
10.	METODOLOGIE.....	51
11.	PRŮBĚH PŘEDVÝZKUMU	
11.1	LITOMĚŘICKÝ DENÍK.....	55
11.2	ÚSTECKÝ DENÍK.....	56
11.3	MOSTECKÝ DENÍK.....	57
11.4	Hlavní zjištění.....	59
12.	HYPOTÉZY.....	60
13.	VYHODNOCENÍ	
13.1	ZÁKLADNÍ PROFIL REGIONÁLNÍCH NOVINÁŘŮ V ÚSTECKÉM KRAJI.....	62
13.2	VYHLEDÁVÁNÍ NÁMĚTŮ A PRÁCE S INFORMACEMI.....	65
13.3	ROLE NOVINÁŘŮ A VZTAH K MÍSTNÍMU PROSTŘEDÍ.....	68
14.	ZÁVĚR.....	72
	POUŽITÁ LITERATURA.....	78

1. ÚVOD

Byl březen 2007 a já seděl na tribuně fotbalového stadionu Baníku Ostrava. Jako redaktor Lidových novin, tedy novinář z Prahy, jsem přijel na utkání první ligy mezi domácím týmem a Slavií Praha. Nebylo to poprvé, co jsem se na novinářské tribuně stadionu Na Bazalech posadil mezi zpravodaje regionálních deníků z Ostravska, místní redakce Mladé Fronty Dnes, deníku Sport a Právo, přesto jsem byl jejich chováním zaskočen. Zatímco na stadionech pražských klubů, ale zejména v zahraničí je běžné zachování určité nestrannosti a „objektivity“ novinářů, tehdy v Ostravě nic takového neplatilo. Místní novináři se chvílemi nechávali unést, domácí tým povzbuzovali, tleskali, a když vstřelil gól, měli neskrývanou radost.

Od běžných fanoušků je odlišovalo jen to, že kolem krku neměli omotanou tradiční modrobílou šálu s nápisem „FC Baník Ostrava“, a laptop, do jehož klávesnice právě psali svou reportáž. Má představa o etice sportovního novináře se hroutila s každou další povedenou akcí domácího týmu. Jak dokáží výkon Baníku Ostrava zkritizovat, když mu zjevně fandí, říkal jsem si. Vědí čtenáři o jejich „vyznání“? Tolerují ho, nebo ho snad i vyžadují?

Stejnou zkušenost nemám jen z Ostravy, ale i většiny dalších měst. Ostatně i v Praze se najde dostatek sportovních novinářů, kteří nijak neskrývají svou náklonnost k určitému týmu, byť v mnohem menším rozsahu. Při každém dalším utkání jsem se proto snažil sledovat i chování svých kolegů a začal jsem se jím zabývat i mimo pole sportovní žurnalistiky, kde se jistá nestrannost a ústupek z profesních žurnalistických ideálů dá omluvit, nebo alespoň pochopit. Jak vypadá práce běžného novináře „na periférii“, v čem se liší od práce v celostátním deníku a dodržují regionální novináři etická pravidla žurnalistické profese? Co je pravdy na stereotypním obrazu, který je vykresluje jako obyčejné „pisálky“, kteří mají úzký vztah k politikům z místní samosprávy a jejich práce není kvalitní? Právě na tyto i další otázky má přinést odpovědi tato práce.

1.1 Předmět zájmu diplomové práce

Jejím předmětem byl regionální novinář a cílem snaha vysledovat, popsat a zdůvodnit přepokládané charakteristické rysy v práci novinářů z tištěných regionálních deníků. Nezaměřila se jen na proces vytváření tzv. lokálních zpráv, ale především na samotného novináře – jeho roli v tomto procesu, styl práce, postavení, vztah k místních společenským elitám, vliv jeho práce na fungování institucí v regionu, a tendence při výběru zpráv. Smyslem práce bylo na základě sociologického výzkumu, který proběhl ve všech regionálních redakcích Ústeckého kraje, na příkladě jednoho regionu předložit věrný obraz české regionální žurnalistiky, především novinářů, kteří v regionálním tisku pracují. Svou práci jsem zaměřil na Ústecký kraj zejména proto, že jsem se v něm narodil (konkrétně v Teplicích) a dodnes se tam často vracím. Tudíž pro mne bylo snazší proniknout do místních specifik, kterými je tento kraj doslova plný.

Inspiroval mě k tomu výzkum Jaromíra Volka a Jana Jiráka s názvem „Český novinář: Sociologický portrét lidí pracujících v masových médiích“ z roku 2005, který naznačil, že chování novinářů v celostátních médiích nejde mechanicky přisuzovat i žurnalistům na periferii. Při psaní jsem tak vycházel z teze, že lokální působnost vybraného deníku výrazně charakterizuje samotnou práci novináře, a proto jsem se snažil popsat, v čem konkrétně je práce regionálního deníku specifická.

Za tímto účelem proběhlo i pozorování ve třech vybraných redakcích Ústeckého kraje (Litoměřice, Ústí nad Labem, Most), které bylo koncipováno jako předvýzkum. Na základě zjištěných poznatků byly stanoveny výzkumné hypotézy a sestaven podrobný dotazník, na který následně odpovídali redaktoři sedmi deníků v Ústeckém kraji. Po vyhodnocení dat proběhla doplňující analýza a byla stanovena komplexní teorie, platná alespoň pro Ústecký kraj.

1.2 Zhodnocení relevantní sekundární literatury a pramenů

Navzdory velké a dlouhé tradici regionálního tisku v Československu je třeba hned na úvod konstatovat, že neexistuje dostatečné množství česky psané odborné literatury, která se zaměřuje primárně na problematiku regionální žurnalistiky, respektive není dodnes sumarizovaná. V první řadě v podstatě chybí ucelený přehled

historického vývoje regionálního tisku. Čerpat tak lze pouze ze čtvrtého dílu „učebnice“ Dějiny československé žurnalistiky od Aleny Křivánkové a Jozefa Vatrála z roku 1989, která je však výrazně poznamenána dobovými okolnostmi, tudíž je nutné brát obsažené informace s rezervou. V případě historie tištěných médií tak lze využít spíše jednotlivé vědecké či diplomové práce, které sice neobsahují kompletní historický přehled, nicméně nabízejí alespoň užitečné detaily.

Jako nejpřínosnější pro tuto práci se nakonec ukázala být skvěle zpracovaná kniha Josefa Bandy s názvem „Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006“, která mi poskytla základní teoretický rámec o tuzemské regionální žurnalistice a stala se určujícím pramenem pro tuto práci. Zejména teoretické vymezení regionální žurnalistiky jako specifického odvětví žurnalistiky by se pak neobešlo bez sborníku statí a odborných prací „Regionální média v evropském kontextu“, který editovala mediální expertka z brněnské Masarykovy univerzity Lenka Waschková Císařová. Právě podobnou literaturu, která by se konkrétně věnovala současným problémům regionálních novinářů, jsem při své práci postrádal nejvíce.

1.3 Členění diplomové práce

Diplomová práce je rozdělena do čtrnácti hlavních kapitol. Nejprve se věnuje samotnému Ústeckému kraji, jeho členění, demografii a společenské charakteristice, což je důležité i pro pochopení profilu zdejších čtenářů denního tisku. Práce dále pokračuje částí, která se věnuje historickému vývoji regionálního tisku na území České republiky, jeho vlastnickým pozadím i situací na mediálním trhu v Ústeckém kraji. V dalších kapitolách dojde k teoretickému vymezení klíčových pojmů jako regionální tisk a regionální novinář, zaměřím se na specifika práce a stereotypy v nahlížení na žurnalisty v krajích tak, jak je popisuje odborná literatura, a porovnáám situaci v České republice se situací regionální žurnalistiky v zahraničí.

Ve druhé polovině práce nejprve popíši metodologii výzkumu, použité techniky a metody, popíši průběh předvýzkumu i to, jak se mé pozorování lišilo v každé ze tří navštívených redakcí. V další kapitole představím své výzkumné hypotézy a především se zaměřím na samotné výsledky dotazníkového šetření. Ty pak v závěrečné kapitole podrobím doplňující analýze.

1.4 Odůvodnění změn oproti schválené tezi

Už během přípravné fáze jsem po konzultaci s vedoucí práce Doc. PhDr. Barbarou Köpplovou, CSc. dospěl k závěru, že bude nutné částečně se odchýlit od schválené teze. První změnou, kterou jsem na doporučení vedoucí práce učinil, bylo zúžení oblasti mého na výzkumu pouze na Ústecký kraj. Původní záměr totiž nebyl dobře realizovatelný – pokud bych provedl výzkum v náhodně vybraných redakcích po celé zemi, sestavený vzorek by nebyl reprezentativní, takže by ani při nejlepší vůli nebylo možné výsledky výzkumu zobecnit pro celou Českou republiku. Naopak při současném zvoleném postupu je možné závěrečnou teorii považovat za relevantní pro celý sledovaný kraj.

Druhou změnu jsem učinil v metodologii práce. Původní záměr provést výzkum pouze kvalitativní metodou (tedy zúčastněným pozorováním) byl doplněn ještě o kvantitativní metodu v podobě dotazníkového šetření. Kvalitativní fáze pak posloužila ke stanovení výzkumných hypotéz. K tomuto rozhodnutí jsem přistoupil nejen z technických a časových důvodů, ale zejména proto, aby mohla být v závěru stanovena komplexní teorie platná pro vybraný kraj.

2. CHARAKTERISTIKA ÚSTECKÉHO KRAJE

V celostátních médiích se s Ústeckým krajem nejčastěji setkáváme v souvislosti se zprávami o rekordně vysoké nezaměstnanosti, špatném životním prostředí, rozsáhlé těžbě hnědého uhlí nebo o problematické stavbě úseku dálnice D8 přes chráněnou oblast Českého středohoří. I tak krátký výčet problémů naznačuje, že se místní novináři musí potýkat s řadou negativních témat, které v ostatních krajích České republiky nejsou zastoupeny v tak koncentrované míře.

Podívejme se tedy na Ústecký kraj blíže, jak o něm referuje Český statistický úřad:¹ „Rozloha kraje je 5 335 km², což představuje 6,8% rozlohy České republiky. Zemědělská půda zaujímá téměř 52% území kraje, lesy se rozkládají na 30% a vodní plochy na 2% území.

Ústecký kraj se vyznačuje značnou rozdílností jak z hlediska přírodních podmínek, tak i z hlediska hospodářské struktury, hustoty osídlení a stavu životního prostředí (viz dále). Hospodářský význam kraje je historicky dán značným nerostným bohatstvím, zejména rozsáhlými ložisky hnědého uhlí, uloženými nízko pod povrchem. Hnědouhelná pánev se rozkládá pod svahy Krušných hor, táhne se od Ústí nad Labem až po Kadaň. Z dalších důležitých surovin, těžících se v kraji, jsou významná ložiska kvalitních sklářských a slévárenských písků a stavebního kamene. V kraji lze vymezit čtyři oblasti, které se od sebe významně odlišují. Je to oblast s vysoce rozvinutou průmyslovou výrobou, která je soustředěna především v Podkrušnohoří (okresy Chomutov, Most, Teplice a částečně Ústí nad Labem). Z odvětví má významné postavení energetika, těžba uhlí, strojírenství, chemický a sklářský průmysl. Další oblastí je Litoměřicko a Lounsko, které jsou významné svou produkcí chmele a zeleniny. Zvláště Polabí a Poohří jsou proslulé ovocnářské oblasti, nazývané Zahrada Čech. Skvělou pověst mají i vína pěstovaná na Litoměřicku. V posledních letech se i oblast Mostecka stává známou vinařskou oblastí, kde se vinná réva pěstuje především na pozemcích zrekultivovaných po těžbě hnědého uhlí. Oblast Krušných hor je velmi řídko osídleným horským pásem s omezenými hospodářskými aktivitami a nakonec oblast Děčínska není ani územím s koncentrací těžkého průmyslu ani oblastí zemědělskou. Jeho severní část Šluknovsko je svou odlehlostí a obtížnou dostupností z centrální části kraje typicky periferním územím.²

Ústecký kraj je rozdělen do sedmi okresů (Děčín, Chomutov, Litoměřice, Louny, Most, Teplice a Ústí nad Labem), které se dále člení na 354 obcí nejrůznější velikosti, z toho je 58 obcí se statutem města. Od 1. ledna 2003 vstoupila do 2. fáze reforma veřejné správy, která stanovila vyhláškou správní obvody obcí s rozšířenou působností a obcí s pověřeným obecním úřadem, včetně jejich sídel. Od tohoto data

¹ Pro charakteristiku kraje byly použity internetové stránky CSÚ, protože se jedná prakticky o jediný informační zdroj k tomuto tématu. Charakteristika kraje je zde zpracována podle mého názoru vyčerpávajícím způsobem, proto byla použita v původním znění.

² Internetové stránky Českého statistického úřadu <http://www.czso.cz/xu/edicniplan.nsf/tab/D8002985EA>

vzniklo v Ústeckém kraji 16 správních obvodů obcí s rozšířenou působností: Bílina, Děčín, Chomutov, Kadaň, Litoměřice, Litvínov, Louny, Lovosice, Most, Podbořany, Roudnice nad Labem, Rumburk, Teplice, Ústí nad Labem, Varnsdorf a Žatec a 30 správních obvodů obcí s pověřeným obecním úřadem.³

Ke konci roku 2008 měl Ústecký kraj 835 891 obyvatel, což jej řadí na páté místo v republice. Hustota obyvatel (157 obyvatel/km²) je vyšší než vykazuje celostátní průměr (133 obyvatel/km²) a je po hlavním městě Praze, Moravskoslezském a Jihomoravském kraji čtvrtou nejzaldněnější oblastí. Nejhdustěji je osídlena podkrušnohorská hnědouhelná pánev, méně oblast Krušných hor a okresy Louny a Litoměřice, kde se vyskytují především menší venkovská sídla. Největší obcí a zároveň sídlem kraje je město Ústí nad Labem s 95 289 obyvateli. Charakteristickým rysem kraje je relativně mladé obyvatelstvo, průměrný věk je 39 let. Kraj se po Středočeském kraji společně s Libereckým krajem řadí na druhé místo v počtu živě narozených na 1 000 obyvatel (12,0), ale je zde jedna z nejvyšších úmrtností v republice (10,6 zemřelých na 1 000 obyvatel). Ústecký kraj se počtem rozvodů na 1 000 obyvatel (3,5) a počtem potratů na 100 narozených (46,1) řadí na první místo v celorepublikovém srovnání.⁴

V roce 2008 se kraj podílel na tvorbě hrubého domácího produktu v České republice 6,4 %. V přepočtu na jednoho obyvatele dosahuje 80,5 % republikového průměru a je mezi kraji na jedenácté pozici. K nejvýznamnějším zaměstnavatelům Ústeckého kraje patří Mostecká uhelná společnost (*nyní Czech Coal – pozn. autora*), Severočeské doly, Chemopetrol a nemocnice v Ústí nad Labem. Průmyslová činnost z minulosti měla a dosud má nepříznivý dopad na kvalitu životního prostředí. Silně rozvinutá povrchová těžba značně poškodila přirozenou tvář krajiny, která se postupně obnovuje jen velmi nákladnou rekultivací. Dobře známy jsou i problémy s emisní situací v kraji. V posledním desetiletí došlo k výraznému zlepšení, což lze dokumentovat snižujícím se množstvím emisí, ale i přesto je kraj vnímán jako oblast s nejpoškozenějším životním prostředím. Neslavné prvenství kraj zaujímá v měrných emisích (t/km²) oxidu siřičitého a oxidů dusíku.⁵

³ Tamtéž.

⁴ Tamtéž.

⁵ Tamtéž.

Podle výběrového šetření pracovních sil je v kraji zaměstnáno přibližně 372 tisíc osob, z nichž nejvíce je pracujících ve zpracovatelském průmyslu (cca 103,3 tisíc osob). V roce 2008 průměrná hrubá měsíční mzda v kraji dosáhla 20 970 Kč (na fyzickou osobu), za celorepublikovým průměrem zaostala o 2 567 Kč, ve srovnání krajů je Ústecký kraj na šestém místě. Pokles těžby uhlí, restrukturalizace podniků, útlum výroby i zemědělství mají za následek, že v republikovém srovnání je v Ústeckém kraji dlouhodobě nejvyšší míra registrované nezaměstnanosti (10,26%, v ČR 5,96% k 31. prosinci 2008).“⁶

Tabulka 2.1⁷
Struktura obyvatel ve věku 25–64 let podle úrovně nejvyššího dosaženého vzdělání, 2008 (v %)

Území	Bez vzdělání	Základní vzdělání	Střední bez maturity	Střední s maturitou	Terciální
ČR celkem	0,14	9	40,5	35,9	14,5
Praha	0,05	4,4	19,5	45,2	30,8
Ústecký kraj	0,28	15,4	44,3	33,5	6,5

Důležitá z hlediska médií a jejich činnosti je však především vzdělanostní struktura obyvatel. A v tomto ohledu patří Ústecký kraj k nejhorším v rámci České republiky. Má největší podíl obyvatel se základním vzděláním (4,4%) a nejmenší podíl obyvatel s terciárním vzděláním (6,5%), tedy těch, co vystudovali vysokou nebo vyšší odbornou školu. Osob se základním vzděláním je tak tady zhruba čtyřikrát více, než je tomu v Praze. Ústecký kraj také zaujímá třetí místo v pořadí krajů s nejvyšší mírou obyvatel bez vzdělání. Je tedy zřejmé, že Česká republika vykazuje v oblasti vzdělání velké mezikrajové rozdíly a pro Ústecký kraj většinou toto srovnání nevyznívá příliš lichotivě. Zatímco například v rámci celé republiky má zhruba polovina obyvatel alespoň středoškolské vzdělání s maturitou, v Ústeckém kraji je takových lidí pouze 40%. Zvlášť patrná je struktura zdejšího kraje v porovnání se situací v Praze, která naopak republikovým statistikám dominuje. “Alespoň střední vzdělání s maturitní zkouškou absolvovalo 76% obyvatel Prahy. Naopak podíl osob pouze se základním a nižším vzděláním je vzhledem k celorepublikovému průměru i k ostatním krajům

⁶ Tamtéž.

⁷ Zdroj: *Krajská ročenka školství 2008*. Praha: Ústav pro informace ve vzdělávání, 2009.

výrazně nižší (4,4% oproti průměru 9,1%). Praze patří i první místo ohledně podílu osob s terciárním vzděláním – podíl těch, kteří mají vysokou či vyšší odbornou školu, činí 30,8%, což je více než dvojnásobek celostátního průměru (celostátní průměr je 14,5%).⁸

3. REGIONÁLNÍ TISK V ČR

Pokud přijmeme tezi, že každá okresní mutace deníků vydavatelství VLP je samostatným regionálním listem (viz níže), pak v Česku k prosinci 2009 vycházelo celkem 73 regionálních deníků, přičemž pouze jeden z nich nepatří pod hlavičku VLP⁹. Statistické údaje lze čerpat jednak z evidence periodického tisku Ministerstva kultury ČR (ve své databázi eviduje celkem 90 regionálních deníků s jednodenní periodicitou¹⁰), případně z databáze Newton (ta eviduje 94 regionálních deníků s jednodenní periodicitou). Využit lze také údaje Unie vydavatelů denního tisku, ty jsou však značně nepřehledné. Jak jsem však dospěl k číslu 73 deníků, ačkoliv jiné zdroje uvádějí číslo podstatně větší? Při procházení obou zmíněných databází jsem totiž našel i již neexistující deníky, které bylo nutné dodatečně z databáze vyřadit.

Jediným listem, který vydává soukromá společnost a zároveň vychází s denní periodicitou, jsou Jihlavské listy vydávané s podtitulem Noviny kraje Vysočina. Waschková Císařová sice při sčítání regionálního a lokálního tisku došla k číslu 146¹¹,

⁸ *Krajská ročenka školství 2008*. Praha: Ústav pro informace ve vzdělávání, 2009.

⁹ Regionální deníky VLP jsou rozděleny do devíti skupin, desátou tvoří Pražský deník: **Deník střední Čechy** (Benešovský deník, Berounský deník, Boleslavský deník, Kladenský deník, Kolínský deník, Kutnohorský deník, Mělnický deník, Nymburský deník, Příbramský deník, Rakovnický deník), **Deník jižní Čechy** (Českobudějovický deník, Českokrumlovský deník, Jindřichohradecký deník, Písecký deník, Prachatický deník, Strakonický deník, Tábořský deník), **Deník západní Čechy** (Domažlický deník, Chebský deník, Karlovarský deník, Klatovský deník, Plzeňský deník, Rokycanský deník, Sokolovský deník, Tachovský deník), **Deník severní Čechy** (Českolipský deník, Děčínský deník, Chomutovský deník, Jablonecký deník, Litoměřický deník, Žatecký a Lounský deník, Mostecký deník, Teplický deník, Ústecký deník, Liberecký deník), **Deník východní Čechy** (Hradecký deník, Krkonošský deník, Chrudimský deník, Jičínský deník, Náchodský deník, Rychnovský deník, Svitavský deník, Orlický deník, Pardubický deník), **Deník Vysočina** (Pelhřimovský deník, Havlíčkovobrodský deník, Jihlavský deník, Třebíčský deník, Žďárský deník), **Deník jižní Morava** (Brněnský deník, Blanenský deník, Břeclavský deník, Hodonínský deník, Vyškovský deník, Znojemský deník), **Deník střední Morava** (Valašský deník, Olomoucký deník, Hranický deník, Prostějovský deník, Přerovský deník, Slovácký deník, Šumperský a Jesenický deník, Zlínský deník, Kroměřížský deník), **Deník severní Morava** (Moravskoslezský deník, Bruntálský a Krnovský deník, Frýdecko-Místecký a Třinecký deník, Havířovský deník, Karvinský deník, Novojičínský deník, Opavský a Hlučínský deník). Zdroj: www.vlp.cz

¹⁰ Viz internetové stránky www.mkcr.cz.

¹¹ Viz [Waschková Císařová, 2004: 65]

do tohoto počtu jsou však zahrnuty tituly s nižší než jednodenní periodicitou, případně různé radniční či firemní noviny, kterými se tato práce implicitně nezabývá. Například jen zmíněná databáze Ministerstva kultury ČR eviduje celkem 2317 obecních a městských zpravodajů¹², vyhledávač Newton zase nad rámec toho nabízí ve své databázi dalších osm tištěných titulů, které nepatří do vydavatelské skupiny VLP ani radničních zpravodajů. Většinou jde o soukromá periodika, které vycházejí obvykle s týdenní, dvoutýdenní nebo měsíční periodicitou¹³.

Do výčtu regionálního tisku stejně jako deníky vydavatelství VLP patří částečně i dva celostátní deníky, respektive jejich regionální přílohy. Deníky Mladá Fronta Dnes a Právo připravují pro své čtenáře také regionální zpravodajství ve formě regionální přílohy, kterou se prodávané deníky liší v každém ze 14 krajů. Mladá Fronta Dnes i Právo mají své zpravodaje v každé krajské městě, vedle toho mají své regionální zpravodaje v Brně a Českých Budějovicích i Lidové noviny¹⁴. Celkem tak de facto mimo Prahu funguje 104 redakcí, v nichž je zpravodajství připravováno s jednodenní periodicitou.

3.1 Historický vývoj regionálního tisku v Česku

Jelikož sledovaný Ústecký kraj byl do roku 1945 převážně německý a o přítomnosti českého regionálního tisku lze hovořit jen velmi skromně, sledované období historického vývoje bylo na svém počátku vymezeno koncem 2. světové války, tedy rokem 1945. Nové společenské prostředí po skončení války se výrazně projevilo i na mediálním trhu, zpustošeném nacistickými represemi. Hned v červnu 1945 rozhodl tehdejší ministr informací Václav Kopecký o vzniku komise pro věci tisku a papíru složené ze zástupců politických stran a vydavatelství, která v součinnosti s tiskovým odborem ministerstva informací rozhodovala o distribuci papíru a o nákladech a rozsahu jednotlivých titulů. [Bednařík, 2004: 4] Nedostatek papíru po válce se stal výhodným prostředkem k tomu, aby komise mohla určovat, které deníky budou, nebo nebudou

¹² Viz internetové stránky www.mkcr.cz.

¹³ Více v kapitole 3.2 Vlastnická struktura českého regionálního tisku na straně 18.

¹⁴ Až do června 2010 vycházely Lidové noviny ve třech krajských mutacích, které se vždy lišily jednou stranou – ta se věnovala dění na Ostravsku, respektive v Brně nebo Praze. Tyto speciální regionální stránky však byly z ekonomických důvodů zrušeny. Ostravská redakce LN byla zrušena, zatímco brněňští redaktori Miloš Šenkýř a Jiřina Veselá na svých postech zůstali, ale jejich články už nejsou vyčleněny z běžného domácího zpravodajství v novinách.

vycházet. Jak uvádí Bednařík, komise stanovila, že mimo Prahu smějí deníky vycházet už jen v Plzni, Liberci, Brně, Olomouci a Ostravě.

O něco později pak tiskový odbor vypracoval návrh seznamu povolených periodik, který byl 28. listopadu 1945 schválen zástupci politických stran a zájmových organizací na poradě u ministra informací. Bylo rozhodnuto nepovolovat nadále periodika Národní fronty vydávaná národními výbory. V důsledku tohoto rozhodnutí zanikly např. deníky Karlovarské národní noviny a Těšínské noviny. Regionální politický tisk měl vycházet jen v určitých oblastech. [Bednařík, 2004: 5]

Regionální deníky, tehdy označované za „krajinské“ byly tehdy úzce spjaté s konkrétní stranou. KSČ tak v Brně vydávala Rovnost, v Plzni Novou Svobodu, v Ostravě Pravdu a v Olomouci Stráž lidu. Pod záštitou Čs. strany národně socialistické zase v Brně vycházelo Slovo Národa, v Ostrava Nové Slovo, v Olomouci Volné Slovo a v Plzni Svobodný Směr. Spolu s dalšími deníky Čs. Sociální demokracie a Čs. Strany lidové měly tehdejší krajinské deníky souhrnný náklad 715 tisíc výtisků denně¹⁵. [Bednařík, 2004: 7]

Systém periodického tisku se poprvé výrazně změnil po únoru 1948. Po postupném převzetí moci KSČ byl zakázán dovoz zahraničního tisku (kromě tisku komunistických a vybraných socialistických stran) a především zanikly krajské deníky nekomunistických stran. Počet deníků klesl ze 30 na 14, na Slovensku ze 14 na 8. Od 27. června 1948 už působily v krajích jen deníky a týdeníky řízené KSČ – buď byly nově založené, nebo došlo pouze k jejich převzetí. Jak na příkladu liberecké Stráže severu popisuje Martin Groman, při převzetí regionálních deníků nešlo ze strany KSČ o vyloženě direktivní postup, kterému by byl kladen veřejný odpor, ale spíše o pozvolný proces drobných nařízeních, které postupně „nahloďovaly“ smýšlení samotných redaktorů. „Mnohem více celá situace nese znaky přizpůsobení se nově nastalé situaci,“ všiml si Groman. [Groman, 2008: 62]

Smysl regionálních novin tak, jak je známe dnes, byl zcela odlišný. KSČ rychle pochopila, jak mocným nástrojem pro ovlivňování lidí je regionální tisk, a začala toho aktivně využívat. Tehdejší poslání regionálních novin nejlépe vystihuje citace z literatury: „Hlavním úkolem krajského tisku bylo probíjovat a vysvětlovat na

¹⁵ Od 19. prosince 1945 reguloval jejich cenu Nejvyšší úřad cenový a ten stanovil jednotnou cenu pro regionální listy do šesti stran na 2 koruny, do osmi stran na 2,50 Kčs a do dvanácti stran na 3 Kčs.

konkrétních příkladech kraje závažná usnesení strany a vlády, pečovat o výchovu pracujících v duchu marxismu-leninismu, organizovat a propagovat nové pracovní úspěchy a socialistické soutěžení na závodech a vesnicích a soustavně usilovat o zkvalitnění práce stranických organizací v kraji. [Křivánková, Vatrál, 1989: 117] Zatímco tak dnes se regionální tisk věnuje především praktickým komunálním problémům typu výstavby nového chodníku, ve druhé polovině 20. století měl především obyčejným lidem v kraji v pozitivním světle ukazovat činnost KSČ, úspěchy při budování socialismu a podobně. Jednoduše řečeno: regionální tisk byl prodlouženou rukou vládnoucí strany v oblastech, které by jinak zůstávaly stranou zájmu. Jelikož KSČ s činností svých deníků nebyla často spokojena, dostaly dokonce jejich redakce za úkol vytvořit oddělení „Život strany“, které se orientovalo „na vysvětlování všech otázek vnitrostranického života, na vyhledávání a propagování správných metod stranické práce ve všech oblastech.“ [Křivánková, Vatrál, 1989: 117]

Z dostupných pramenů je také patrné, že počet vydávaných regionálních deníků v průběhu posledních šedesáti let neustále měnil. Po komunistickém převratu se struktura periodického tisku poprvé změnila v roce 1949, kdy v souvislosti se změnou státní správy a vytvořením 13 krajů v českých zemích začalo vycházet 13 krajských deníků. O deset let později byl počet českých a moravských krajů snížen na deset a s tím i počet tamních deníků¹⁶. Navíc se postupně měnila jejich periodicita a v polovině 60. let už všechny vycházely jako deníky. Nové správní uspořádání ČSSR se promítlo i v počtu okresních novin. V roce 1961 vycházelo v Československu 105 titulů okresních novin v celkovém nákladu 704 700 výtisků. Většina z nich měla týdenní periodicitu, pouze listy v bývalých krajských městech vycházely dvakrát týdně [Křivánková, Vatrál, 1989: 141]

V roce 1967, o šest let později, se výrazně snížil počet týdeníků (v Česku na 183, respektive na Slovensku na 83), naopak vzrostl počet krajských deníků – 16 a 12. [Křivánková, Vatrál, 1989: 142] Tři roky před revolucí, v roce 1986, vycházelo v Česku už jen 10 krajských a 69 okresních novin, na Slovensku pak 5 krajských a 41 okresních listů.

¹⁶

Na Slovensku v té době vycházelo v krajích 7 deníků a 152 týdeníků. [Křivánková, Vatrál, 1989: 142]

Klíčový zlom přinesl rok 1989 a s ním přechod od socialismu ke kapitalismu. Ihned po převratu se vydavatelem sedmi původních českých krajských deníků stalo vydavatelství Rudé právo a okresní deníky přešly z okresních výborů KSČ na okresní nebo městské úřady. [Benda, 2007: 136] Jak uvádí Benda, podle původních prognóz tehdejší mediální odborníci očekávali, že dojde ke snížení počtu regionálních deníků, neboť v tržním prostředí země s pouhými 15 miliony obyvatel nebudou konkurenceschopné a jednoduše zaniknou, jenže se stal pravý opak. Český regionální tisk se začal rozvíjet a velký podíl na tom měla novelizace tiskového zákona v roce 1990. Novela totiž kromě jiného umožnila, aby na vydávání novin neměl monopol pouze stát jako za minulého režimu v případě novin vlastněnými KSČ, případně okresními výbory. Vydavatelem se nově mohla stát jakákoliv fyzická či právnická osoba. [Waschková Císařová, 2007: 65]

Benda následné dění na českém novinovém trhu rozděluje do tří etap.¹⁷ V první, kterou nazývá „etapou spontánní privatizace“ došlo v letech 1989-1992 u všech českých deníků k jejich spontánní privatizaci (většinou samotnými novináři) a následnému prodeji do majetku zahraničních společností (většinou pro nedostatek kapitálu). Na Moravě a ve Slezsku se tak majitelem většiny regionálních deníků stala francouzská společnost Socpresse SA ze skupiny Groupe Hersant a v Čechách německá společnost Neue Presse Verlags-GmbH. (NPV).

Tabulka 3.1¹⁸	
Průměrné prodané náklady regionálních deníků v roce 1993	
Hradecké noviny	50 031
Jihočeské listy	52 015
Moravský demokratický deník RT	64 820
Moravskoslezský Den	83 009
Plzeňský deník	71 781
Severočeské noviny	44 159
Svoboda	98 006

Tedy ještě malá společnost z Bavorska původně přišla do České republiky se záměrem investovat především v sousedních regionech jižních a západních Čech, jenže

¹⁷ Po první etapě, kterou Benda vymezil rozpětím let 1989-1992, nastává druhé období (1993-2000), pro které jsou charakteristické další přesuny vlastnictví a několik neúspěšných pokusů českých vydavatelů založit zcela nové deníky. Ve třetí etapě (2001-2006) nastala podle Benda konsolidace vlastnictví a maximální celostátní unifikace všech regionálních deníků. [Benda, 2007: 134]

¹⁸ Zpracováno na základě údajů ABC ČR. Dostupné na: www.abccr.cz/tabgraf96-soucasnost/nakl%201993.xls

brzy vycítila velký potenciál a postupně v Čechách získala dominantní postavení. Všechny deníky, které NPV v České republice získala, začaly vycházet pod hlavičkou Deníky Bohemia (viz Tabulka 3.1). Jak Benda připomíná, NPV postupně vytvářela jejich okresní mutace, k čemuž mnohdy využívala odkoupené místní a regionální týdeníky, takže na sklonku 90. let například v jižních Čechách vycházely Jihočeské listy v osmi regionálních mutacích. [Benda, 2007: 142]

Na Moravě probíhal rozvoj regionálního tisku pomaleji a především odlišně. Jak bylo uvedeno výše, původní krajské deníky získala francouzská společnost Socpresse SA, kterou už v roce 1995 koupilo prostřednictvím své české dceřiné společnosti německé vydavatelství Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH. Jenže už na začátku 90. let založilo několik novinářů v Ostravě zcela nový deník s názvem Moravskoslezský den (jeho první číslo vyšlo 27. února 1990), který na rozdíl od jiných nezanikl, a postupně na jeho základě vznikla síť šesti regionálních deníků, která pokrývala celou Moravu. Přehled o průměrném prodaném nákladu v tehdejší době (konkrétně rok 1999) nabízí Tabulka 3.2. V porovnání s vývojem v Čechách však byla situace na Moravě stále odlišná. „Zatímco NPV v Čechách od roku 1994 budovala unifikovanou síť okresních mutací svých deníků, na Moravě k podobné diverzifikaci nedošlo. Proto na sklonku 90. let v Čechách existovalo několik desítek regionálních deníků, zatímco na Moravě stále jen několik krajských.“ [Benda, 2007: 142]

Tabulka 3.2¹⁹	Zdroj: ABC
Průměrné prodané náklady regionálních deníků	ČR,
v roce 1999	www.abccr.cz
Hradecké noviny	55 045
Jihočeské listy	44 499
Moravskoslezský Den	47 012
Plzeňský deník	64 950
Severočeské noviny	61 524
MS Svoboda	48 760
MN Rovnost	35 881
Večerník Praha	54 995

Rozhodující změnu přinesl až rok 2000. Nejprve byly všechny mezinárodní aktivity Neue Presse Verlags-GmbH převedeny na společnost Verlagsgruppe Passau GmbH (VPG), která následně v České republice v červenci stejného roku založila

¹⁹ Zpracováno na základě údajů ABC ČR. Dostupné na: www.abccr.cz/tabgraf96-soucasnost/Trideni%20podle%20zanru%20-%20do%202003/regden/regden99.html

vydavatelství Vltava-Labe-Press, pod jehož hlavičkou vycházejí regionální deníky dodnes. Ještě před touto změnou však VPG odkoupilo na Moravě všech šest regionálních deníků Den, čímž se dostala do přímé konkurence se společností Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft. Ani jedna z německých společností o konkurenční boj nestála, a proto se dohodly, že první z nich se v České republice soustředí výhradně na regionální tisk, zatímco druhá bude investovat do celostátního tisku. Tato dohoda, několikrát kritizovaná za svůj kartelový charakter, však byla oficiálně posvěcena, a VPG, respektive vydavatelství Vltava-Labe-Press (VLP) tak už nic nestálo v cestě, aby získala neotřesitelné postavení na trhu s regionálním tiskem. Od svého konkurenta získala zbývající dva moravské deníky (tehdy už vycházející pod názvem Moravské noviny Svoboda a Moravské noviny Rovnost), čímž vznikla skupina Deníky Moravia. [Benda, 2007: 144]

Další vývoj pokračoval jistým krokem ke zřetelné unifikaci všech deníků, která měla zajistit vybudování uznávané značky a zároveň zlevnit výrobu. Obsah regionálních deníků společnosti VLP tak byl od 1. října 2001 sjednocen, většinu jejich obsahu od té doby připravuje centrální redakce v Praze a jednotlivé deníky se liší jen místními mutacemi a lokálními přílohami, vytvářenými místními redakcemi s několika málo zaměstnanci. Na Moravě tento proces probíhal pomaleji, ale nakonec byl stejně jako v Čechách dokončen. Jediným deníkem, který si v rámci skupiny držel delší dobu určitou výlučnost, byl Večerník Praha²⁰. Patrné je to i z Tabulky 3.3, která nabízí přehled průměrného prodaného nákladu za rok 2003.

Tabulka 3.3²¹	Zdroj: ABC
Průměrné prodané náklady regionálních deníků v roce 2003	ČR, www.abccr.cz
Deníky Moravia	169 980
Jihočeské Deníky Bohemia	46 736
Severočeské Deníky Bohemia	53 384
Středočeské Deníky Bohemia + Večerník Praha	72 012
Východočeské Deníky Bohemia	59 004
Západočeské Deníky Bohemia	61 712

²⁰ V Česku měly dlouhou tradici dva metropolitní deníky – Večerník Praha (první číslo vyšlo pod hlavičkou Večerní Praha 1. dubna 1955) a Brněnský večerník (poprvé vyšel v únoru 1970). Oba tituly prošly podobným vývojem charakterizovaný postupným úbytkem čtenářů. Jako klasické večerníky vycházely oba deníky zhruba do poloviny 90. let, pak se pokusily zachránit tím, že začaly vycházet ráno, ale ani to nepomohlo. Poslední vydání Brněnského večerníku vyšlo v květnu 1998, Večerník Praha skončil 17. října 2005, kdy se přeměnil na celostátní bulvární deník Šíp.

²¹ Zpracováno na základě údajů ABC ČR. Dostupné na: www.abccr.cz/tabgraf96-soucasnost/Trideni%20podle%20zanru%20-%20do%202003/regden/REGDEN03.htm

Zatím poslední novinkou byla v září 2006 změna grafické úpravy i názvu jednotlivých deníků, které od té doby nesou v hlavičce výrazně napsané slovo Deník. Z Deníků Bohemia se tak stal Deník Čechy a z Deníků Moravia Deník Morava, což, jak připomíná Benda, se odrazilo i v auditu ABC ČR, v němž jsou od té chvíle všechny regionální tituly VLP sledovány jen jako jediný titul. [Benda, 2007: 148] Podle posledních výsledků (říjen 2009) tak Deník dosahoval průměrného prodaného nákladu 242 tisíc výtisků denně. Pokud se podíváme na jednotlivé dny, od pondělí do čtvrtka se prodaný náklad pohyboval shodně kolem 200 tisíc výtisků, zatímco v pátek, kdy je součástí vydání i televizní program na příští týden, se zvýšil více než dvojnásobně na 438 tisíc výtisků.²² Porovnáme-li navíc statistické údaje z roku 1993 (viz Tabulka 3.1) s těmi současnými, dojdeme ke zjištění, že za posledních šestnáct let klesl průměrný prodaný náklad regionálních deníků souhrnně o 48%.

3.2 Vlastnická struktura českého regionálního tisku

Způsob, jakým společnost VPG postupně získala faktický monopol nad českým regionálním tiskem, dosud nepřestává dráždit. Velkým kritikem se stal zejména Bořivoj Čelovský, jehož názor dokonale vystihuje název jeho knihy, která se zabývá vlastnickou strukturou tuzemských novin – Konec českého tisku (název byl původně zakončen otazníkem, při druhém vydání však autor otazník odstranil). Čelovský kritizuje německou společnost například za účelové skupování menších okresních deníků. „Pasovští si tak ve většině případů nekupovali noviny, nýbrž právo je umlčet, nahradit je svým vlastním regionálním tiskem a tak získat ničím nerušený monopol na denní tisk v regionech Česka. Tento proces byl završen 1. září 2001. Toho dne všechny regionální deníky nabídly identický obsah a úpravu,“ tvrdí Čelovský [Čelovský, 2002: 35]

Pro úplnost je však nutné podívat se na strukturu majetkového pozadí regionálního tisku podrobněji. Navzdory téměř naprostému monopolu VLP totiž existuje v Česku několik titulů, které touto společností kontrolovány nejsou. Kromě již zmiňovaného deníku Jihlavské listy, které s podtitulem Noviny kraje Vysočina v Jihlavě vydává společnost PAROLA, spol. s r.o., je to následujících sedm médií (z toho šest v Čechách a jeden na Moravě): v Mostě vychází týdeník Homér (vydává Media Info

²²

Podle údajů společnosti ABC ČR dostupných na internetových stránkách www.abccr.cz.

System a.s.), v Praze dvoutýdeník *Náš region* (JNT Media s.r.o.), v Plzni měsíčník *Plzeňský rozhled* (Vogel Media International s rakouskou účastí), ve Slaném dvoutýdeník *Slánské listy* (vydavatelství GELTON), v Lounech týdeník *Svobodný hlas* (Vydavatelství Svobodný hlas, spol. s r.o.), v Kutné Hoře týdeník *TEP Regionu* (Kutnohorský ÚDER, spol. s r.o.), v Karlových Varech týdeník *Žurnál pro Karlovarský kraj* (Žurnál Media a.s.) a konečně v Prostějově týdeník *Prostějovský večerník* (Haná Press s.r.o.)²³. Do výše uvedeného seznamu byly zahrnuty pouze ty tituly, které svou charakteristikou a zaměřením odpovídaly zpravodajským médiím – vyřazeny proto byly různé inzertní časopisy, kde řádková inzerce převažovala nad ostatním obsahem.

Rozplétání majetkového pozadí zmíněných titulů přineslo ještě jeden zajímavý poznatek. Faktu, že za vydávaným listem nestojí zahraniční kapitál, si redakce obvykle velice považuje a před čtenáři tohoto využívá jako svoji chloubu. Například *Jihlavské listy* na svých internetových stránkách vyzdvihují, že jsou jediným regionálním deníkem s českým majitelem, a podobnou devizou se „chlubí“ i lounský týdeník *Svobodný hlas*. „Přestože o noviny měla značný zájem vydavatelská skupina Vltava Labe Press, nabízející odstupné v řádu statisiců, vydavatelka uhájila svůj zájem vydávat české noviny, za kterými zahraniční kapitál nestojí,“ stojí v charakteristice týdeníku²⁴.

Navzdory tomu má zahraniční kapitál v českém regionálním tisku naprosto zdrcující převahu. Pro bývalé postkomunistické země je ostatně podobné rozložení sil charakteristické. Regionální tisk v ostatních zemích východního bloku prošel na začátku 90. let podobným vývojem jako v Česku, liší se jen nepatrně. Společnost Verlagsgruppe Passau GmbH má kromě českého trhu dominantní postavení i na Slovensku a v Polsku ovládá trh v rámci oligopolu se společnostmi Orkla ASA. Ostatně i v Maďarsku ovládají regionální tisk zahraniční společnosti - Axel Springer a Westdeutsche Allgemeine Zeitungs- und Verlagsgesellschaft E. Brost & J. Funke GmbH & CO. KG. [Benda, 2007: 216]

Čelovský v této souvislosti však dlouhodobě varuje před nebezpečím, které hrozí v případě, když regionální tisk ovládá v celé zemi jediná zahraniční společnost, a podivuje se nad tím, že podobnou situaci české úřady umožnily vzniknout. Jako hlavní hrozbu totiž spatřuje v prosazování zájmů německé společnosti a jejich zásazích do

²³ Podle databáze společnosti Newton.

²⁴ Viz www.svobodnyhlas.cz/vydavatel.html

fungování redakcí deníků. Jako ukázkou tohoto ve své knize cituje bývalého šéfredaktora Moravských novin Svoboda Ivo Šebestíka: „Mechanismus, jímž vydavatel uplatňuje svůj vliv na obsah novin, je zcela jednoduchý. Vydavatel předpokládá, že lidé, kteří píšou do jeho novin, sdílejí podobné hodnoty jako on sám. Když se přesto někdo chová příliš po svém, je mu lehce a nenásilně dáno najevo, že se s ním ve firmě už nepočítá. Vydavatel obvykle nemá zapotřebí výslovně přikazovat, jak se má o čem psát, či zda se o něčem psát nemá. Může to dostoupit takového stavu, že se vedoucí redaktori snaží číst myšlenky vydavatele, přičemž někdy vidí v jeho očích i to, co tam není. Tomu se říká autocenzura, což je smrtelná choroba žurnalistiky.“ [Čelovský, 2002: 89-90]

Podle Čelovského se regionální novináři pracující ve vydavatelství VLP pustí do podobné kritiky jen v případě, že byli právě propuštěni. Jinak se podle zjištění autora dušují, že němečtí šéfové jim neudělují instrukce o tom, co mají nebo nemají psát. Čelovský zároveň lituje, že se v Česku nikdy nerozeběhla vážná diskuze, zda současný stav regionálnímu tisku přece jen neškodí. „Cenzura tichem je druh cenzury, který je zvláště záluďný. Politikou německých majitelů denního tisku v České republice je vyhnout se jakékoliv debatě o problému vlastnictví novin v tomto státě. A když se o něm nepíše, tedy neexistuje,“ argumentuje Čelovský. [Čelovský, 2002: 58]

3.3 Situace v Ústeckém kraji

Tisku v Ústeckém kraji dominují především deníky Mladá Fronta Dnes a Právo, respektive jejich krajské mutace. Pro deníky vydavatelství VLP jde o nejméně konkurenci, neboť kromě těchto dvou celostátních deníků vycházejí v kraji většinou jen radniční či městské noviny a inzertní zpravodaje. Například v Teplicích jde o Teplické & ústecké inzeráty, tedy měsíčník s 32 stránkami, na kterých se objevuje především inzerce, ale i krátké zpravodajství. Největší konkurenci má VLP v Mostě, kde je mezi čtenáři zavedený i týdeník Homér. Jeho vydavatelem je společnost MEDIA INFO SYSTEM a na jeho výrobě se podílí čtyřčlenný redaktorský tým.

Podívejme se ale podrobněji na samotné deníky VLP v Ústeckém kraji, o které se primárně zajímá tato práce. Konkrétně jde o sedm deníků: Ústecký deník, Teplický deník, Chomutovský deník, Mostecký deník, Litoměřický deník, Žatecký a lounský deník a Děčínský deník. Těchto sedm listů pak spolu s třemi dalšími (Liberecký deník,

Jablonecký deník a Českolipský deník) tvoří Deník severní Čechy, jehož centrální redakce sídlí v Ústí nad Labem.

Vzhledem k tomu, že kompletní historie deníků v Ústeckém kraji není v písemné a souhrnné podobě dostupná a navzdory opakovaným pokusům nebyla společnost VLP ochotná tyto informace poskytnout, vycházel jsem zejména z vyprávění tehdejšího krajského šéfredaktora Miroslava Pakosty²⁵, který byl osobně u všech klíčových událostí. Jeho vzpomínky mi pak pomohly k tomu, abych mohl dění v kraji utřídit do následujících řádků. Tam, kde se odchyluji od faktografických údajů a přecházím k hodnotícímu pohledu, vycházím rovněž ze vzpomínek Miroslava Pakosty.

Klíčový pro vývoj mediální krajiny v Ústeckém kraji byl rok 1992, kdy vydavatelství Passauer Neue Presse (PNP) koupilo od městských a okresních úřadů místní deníky a týdeníky (většinou i s celými redakčními týmy), a ty pak v květnu 1993 vyšly již pod novými názvy a pod jednotnou hlavičkou Severočeské noviny. Zanikly tak týdeník Sever Report, Rozvoj, Proud, Liberecký den, Českolipské listy a další, vznikly naopak deníky jako Ústecký deník, Deník Lučan (dnešní Žatecký a Lounský deník), Deník Jablonecka, Českolipský deník, Deník Mostecka atd. Zajímavé je, že PNP postupovalo v Ústeckém kraji jinou cestou než v ostatních krajích. Zatímco například v jižních Čechách koupilo vydavatelství krajskou redakci Jihočeské Pravdy a teprve poté zakládalo deníky v okresních městech, v tehdejší Severočeském kraji (až do roku 1996 zahrnoval dnešní Ústecký a Liberecký kraj) na to šlo obráceně.

K osmi staronovým deníkům přibyly ještě v letech 1995-1998 tři zbrusu nové, které PNP založilo na zelené louce. Šlo o deníky v okrese Louny, Chomutov a Semily, z nichž se do dnešního dne zachovaly jen první dva (Žatecký a Lounský deník, respektive Chomutovský deník). PNP bylo k tomuto postupu donuceno zejména proto, že se mu nepodařilo koupit Severočeský deník (akciovou společnost), tedy porevoluční nástupce tehdejšího deníku Průboj. Severočeský deník však nástup nové a ostré konkurence neustál, postupně ztratil až téměř 50 procent svých čtenářů a nakonec v roce 1996 fúzoval se Severočeskými novinami.

²⁵

Miroslav Pakosta byl krajským šéfredaktorem od roku 1993 do roku 2008. Krajskou redakci v současnosti vede Hana Vojtová. Pakosta v současnosti pracuje jako šéfredaktor multimediálního projektu Naseadresa.cz pro oblast Severozápad.

Tabulka 3.4²⁶**Historické milníky ve vývoji deníků VLP v Ústeckém kraji**

1993	Vznik Deníků. V květnu 1993 vyšlo prvních osm Deníků pod jednotnou hlavičkou Severočeské noviny.
1995-1996	Fúze se Severočeským deníkem, porevolučním nástupci krajského deníku Průboj.
1998	Spojení Deníků pod hlavičkou Deníky Bohemia.
2001	Fúze s deníky Zemědělské noviny a Slovo.
2007	Přechod na nový a moderní redakční systém. Spojení pod jednou hlavičkou Deník.

Co se týče personálního obsazení, okresní redakce měly v roce 1993 pět, později šest redaktorů včetně šéfredaktora. Od roku 2006 pak zase 5, respektive 4 redaktory. Krajská redakce měla v roce 1993 čtyři, později 8 redaktorů včetně šéfredaktora a editorů. Po roce 2006 došlo ke zrušení krajské redakce a zavedení oblastních podpůrných redakcí v Liberci, Ústí a Chomutově - vždy se 3-4 lidmi (editoři, sportovní redaktor, reportér).

Nevětší tradici ze sledovaných sedmi deníků lze přisuzovat Ústeckému deníku, který navázal na historii krajského deníku Průboj. Ústí nad Labem mělo již od poloviny 19. století velmi rozvinutý periodický tisk, který vzhledem k německému obyvatelstvu vycházel v němčině. Česká periodika postupně vznikala až po roce 1918. Aussiger Tagblatt vycházel od roku 1857. V letech 1939 až 1945 patřilo Ústí k Hitlerově Německu a nová etapa začínala až po roce 1945. Dlouhou tradici má i Teplický deník, který vznikl na základech redakce týdeníku Směr, a přestože nikdy nepatřil k žurnalisticky vytříbeným listům, udržoval si vysoký počet předplatitelů. Nejlepší a nejzkušenější novináři pracovali v 90. letech především v Ústeckém deníku, což vycházelo z významu a velikosti samotného města.

Úroveň Deníku od roku 1993 nebyla příliš valná, jen v některých městech (Liberec, Ústí) se dostal na solidní zpravodajskou úroveň. Důvodem byl málo proškolený redakční tým, absence ústřední redakce a editorů. Přesto v severních Čechách dosahoval souhrnného prodaného nákladu 60 tisíc (po fúzi s SD) ve všední den a 110 tisíc prodaných výtisků v sobotu. Neměl totiž lokální ani krajskou konkurenci. V letech 1993 až 1996 se Severočeské noviny dokonce pohybovaly v krajském žebříčku čtenosti Mediaprojektu na 2. až 3. místě. Od roku 1996 do roku 2003 suverénně vedly

26

Zpracováno na základě vyprávění Miroslavy Pakosty.

žebříček denní čtenosti v obou krajích (Ústecký a Liberecký). Poté klesl Deník na 2. místo za Blesk. A úbytek čtenářů pokračuje v podstatě až dodnes – až na současných dvacet tisíc všedních čtenářů (souhrn všech deseti deníků v severních Čechách).

Nejhůře si v počtu prodaných výtisků v současnosti v kraji vede Chomutovský deník, ačkoliv v roce 2008 pohltil týdeník CV Týden, nejlépe si naopak vede Ústecký deník, který ve všední den prodává zhruba 1800 výtisků a v sobotu, kdy je součástí novin i magazín s televizním programem, se prodaný náklad šplhá až k číslu 3500 výtisků. Pokud ještě zůstaneme u Ústeckého deníku, z nedávného průzkumu, který si deník nechal exkluzivně zpracovat, vyplynulo několik zajímavých informací. Například: 60% jeho čtenářů není starších než 49 let, 63% z čtenářů má jen nižší vzdělání, jsou otevření novinkám, mají zájem o cestování a společnost, chtějí zábavu a jejich politické názory jsou spíše levicové. Jak moc jsou tyto údaje pro tamní reakci důležité, dokazuje, že je šéfredaktor vyvěsil ve své kanceláři tak, aby na ně každý při pravidelných poradách dobře viděl. Je proto zřejmé, že se pak novináři snaží psát tak, aby své cílové skupině vyhověli.

Přesto Deníky v Ústeckém kraji pozvolna své čtenáře ztrácejí. Obchodní neúspěch je podle Pakosty třeba hledat v nekonceptních krocích při výměně republikového vedení vydavatelství, nejasné redakční vizi a fluktuaci v redakčním týmu. Také se zhoršovaly uzávěrky a podmínky k tisku.

4. TEORETICKÁ VÝCHODISKA

Stačí se podívat do programu České televize nebo televize Nova a hned bude každému jasné, že poptávka po novinkách z regionu roste. Není sice zcela jasné, jestli stojí v pozadí skutečný zájem publika, nebo jde pouze o snahu přijít na trh s něčím novým, faktem je, že „zprávy od souseda“ jsou v kurzu. Přesto se regionální tisk ocitá v paradoxní situaci – všichni mluví o jeho důležitosti, sami čtenáři přiznávají oblibu lokálních zpráv, ale přesto stojí regionální tisk mimo zájem většiny mediálních výzkumníků.

Oblast regionální žurnalistiky je v české odborné literatuře dosud stále neprávem opomíjena. Chybí kvalitní studie, výzkumy i obyčejné příručky, které by začínajícím novinářům poradily, jak se vypořádat se specifiky jejich budoucího povolání. V oblasti etiky a rešerší se sice jejich práce neliší od novinářů v celostátních denících, jeden podstatný rozdíl tu však je – regionální novináři musí počítat s faktem, že mají mnohem blíže ke svému čtenáři a přizpůsobit tomu svoji práci. Většina odborníků si uvědomuje současné problémy české regionální žurnalistiky, která trpí nedostatkem kvalitních novinářů, porušováním základních žurnalistických pravidel a dalšími nešvary, jenže literatura, jež by regionální novináře vzdělávala, neexistuje.

Výjimku představuje jen obsáhlý výzkum, který v letech 2003-05 provedli Jaromír Volek a Jan Jiráček. Jde o první studii, která se zaměřila na sebepojetí českých novinářů a přinesla cenné informace o věku, vzdělání, postojích a názorech českých novinářů na sebe sama. Ani tento výzkum však nebyl zaměřen primárně na regionální média, byť jim část výzkumných okruhů byla věnovaná a je z něj čerpáno i v mé práci. I sám Volek ostatně přiznal: „Dostatečně není zmapován ani profesní profil žurnalistů působících v regionálních médiích. Jde přitom o kvantitativně největší socioprofesní novinářskou skupinu, která představuje z pohledu profesní stability a kompetence nejslabší článek procesu profesionalizace.“ [Císařová, 35]

Dalším výzkumem z českého prostředí, jehož výsledky byly pro tuto práci využitelné, byla práce Petra Orsága s názvem „Investigativní žurnalistika a možnosti jejího uplatnění v českém regionálním zpravodajství“. Orság provedl výzkum osmi regionálních deníků v Olomouckém kraji, přičemž se zaměřil na ochotu tamních novinářů pracovat na investigativních tématech. Podobný úkol si například vytknul i americký mediolog Dan Berkowitz, který stejný výzkum provedl na 46 novinářích vybraných amerických deníků, které vycházejí ve městech s nejvýše 200 tisíci obyvateli.

Je zřejmé, že tento handicap začali postupně pociťovat jak sami novináři, tak především vydavatelé regionálního tisku. Vylepšit situaci na poli vzdělávání novinářů v malých regionálních denících se proto v posledních letech pokusilo několik vzdělávacích projektů, z nichž nejvýraznějším počinem bylo založení Institutu

regionální žurnalistiky při Masarykově univerzitě v Brně²⁷. Projekt začal vznikat už v roce 2005 a je úzce spjatý s vydavatelstvím Vltava-Labe-Press, které na provoz institutu přispívá a zároveň nabízí stáže začínajících novinářů ve svých regionálních redakcích. Institut si za své cíle vytkl především zajištění odborné žurnalistické praxe svých studentů, dlouhodobé vzdělávání novinářů vydavatelství VLP formou kurzů lektorů přímo v redakcích a výzkum regionálních médií. Praktickým výsledkem této činnosti bylo vydání monografie „Regionální média v evropském kontextu“, která navázala na stejnojmennou mezinárodní konferenci v roce 2007.

Dalším projektem, byť mnohem méně ambiciózním a v současnosti už také ukončeným, byl projekt „Rušný přístav“²⁸, jež v letech 2006-08 realizovalo občanské sdružení Hermés v Praze. Jeho cílem bylo vzdělávání pracovníků malých pražských médií (televizních, rozhlasových, internetových i tištěných) se zaměřením i na skupinu novinářů na volné noze. Autoři projektu chtěli malým pražským médiím pomoci prorazit na mediálním trhu a zvýšit pracovní uplatnitelnost novinářů na volné noze. Na rozdíl o brněnského institutu jsou však bohužel výsledky tohoto projektu mnohem méně viditelné.

V zahraničí se regionálním novinářům intenzivně věnuje například americká socioložka Phyllis Kanissová²⁹. Ta lokální média ve Spojených státech amerických sledovala celkem sedm let, během nichž provedla přes sto rozhovorů s novináři. Kanissová si všímá především postupující vulgarizace lokálních médií, které dává do spojitosti s ekonomickými zájmy vydavatele. Noviny podle ní stále více dávají přednost těm zprávám, které spíš než informují, vyvolávají emoce. [Kanissová, 1997: 47] Regionální média tak v mnohem větším měřítku než celostátní tíhnou ke zveřejňování šokujících zpráv o dopravních nehodách, požárech a podobných lokálních neštěstích. Mnohem víc prostoru navíc dostávají i fotografie a grafika. Výběrem takového obsahu se pak média stávají terčem kritiky, že deformují realitu, když zveličují podřadné nebezpečí, a naopak opomíjejí skutečně závažné hrozby.

Nejlépe to asi vystihl editor deníku Philadelphia Daily News Zachary Stalberg, kterého ve své knize Making Local News Kanissová cituje. Stalberg vysvětlil, proč den

²⁷ Viz <http://irz.fss.muni.cz/>

²⁸ Viz <http://www.rusnypristav.cz/>

²⁹ KANISS, Phyllis. Making Local News. Chicago: University of Chicago Press, 1997.

poté, kdy byl z vězení propuštěn Nelson Mandela, vyšly jeho noviny na titulní straně s fotografií boxera Mikeho Tysona, takto: „Nemáme takovou svobodu jako ostatní noviny. Pokud 80 procent svých výtisků prodáte svým abonentům, pak můžete mít Mandelu na titulní stránce. Jenže naše práce spočívá v tom, abychom získali co možná nejvíce čtenářů. Čím víc jich totiž přesvědčíme, aby si koupili naše noviny, tím víc lidí si přečte i seriózní témata uvnitř listu.“ [Kanissová, 1997: 49]

Kanissová také připomíná, že v době, kdy regionální média musí zohledňovat ekonomické zájmy svého vydavatele, sex a senzační skandály nejsou řešením. To samo o sobě nestačí. Regionální média totiž musí vzbudit pozornost čtenářů takovým obsahem, který má schopnost spojovat lokální publikum. [Kanissová, 1997: 50]

5. REGIONÁLNÍ NOVINÁŘ

Regionální novináři sice představují profesně nejsilnější žurnalistickou skupinu, přesto stojí ve stínu novinářů z celostátních médií a téměř nic se o nich neví. Přesně určený dokonce není ani jejich počet. Stanovit totiž přesný počet lidí, kteří se v regionech živí žurnalistikou dost dobře nejde, a to vzhledem k jejich velké fluktuaci. Využít bohužel nelze ani databázi Syndikátu českých novinářů, ze které sice lze pomocí filtrace vybrat pouze regionální novináře, jenže i tak by byl výsledek z několika důvodů zavádějící. Ve výsledné množině by se jednak ocitli i regionální novináři z audiovizuálních médií, o něž se tato práce nezajímá, a především lidé, kteří se sice za novináře považují, ale ve skutečnosti jimi v pravém slova smyslu nejsou. Jde zejména o různé pracovníky lokálních médií (viz výše), tedy radničních nebo firemních novin, pro které je příslušnost k profesní skupině novinářů otázkou prestiže. Vedení Syndikátu českých novinářů ostatně samo přiznává, že skuteční novináři-profesionálové o členství nestojí tolik, jako tito lidé. Právě z tohoto důvodu jsou statistiky Syndikátu zkreslené.

Vycházet proto můžeme jen z velmi zaokrouhlených údajů, které poskytly personalisté v jednotlivých denících. Po oslovení personálních oddělení v Mladé Frontě

Dnes, Lidových novinách, Právu, Sportu a vydavatelství VLP, jsem dospěl k číslu 906 novinářů. Nejvíce novinářů zaměstnává mimo pražské redakce VLP (cca 750), Mladá Fronta Dnes (128) a Právo (22), naopak nejméně Lidové noviny (2). Navzdory snaze zjistit aktuální a skutečně důvěryhodný údaj je potřeba toto číslo brát stále pouze jen jako orientační. Nejsou v něm totiž zahrnuti redaktoři, kteří pracují na volné noze, píšou pro lokální periodika s menší než jednodenní periodicitou, agentury ČTK a Mediafax, rozhlas nebo televizní stanice – ti všichni sice patří do kategorie „regionální novinář“, nicméně nespádají do záměrů této práce.

Pro pochopení smyslu novinářské práce a nalezení odpovědi na otázku, proč se někdo chce stát regionálním novinářem, je třeba vycházet z ekonomicko-technologické proměny tištěných médií v poslední době, která měla dopad i na samotnou novinářskou profesi. Ta totiž podle Volka opouští klíčový profesní imperativ minulého století – naplňování veřejného zájmu. „Primární novinářskou funkcí je tak obrana zájmů svého zaměstnavatele-firmy, a to často formou PR strategií uplatňovaných ve veřejném prostoru. Mýtus silného, objektivního a nezávislého čtvrtého stavu se v ekonomicko-technologickém procesu narůstající koncentrace a hyperkomercializace mediálního průmyslu rozpadá,“ tvrdí Volek. [Volek, 2007: 37]

Právě poznatky Jaromíra Volka jsou pro tuto práci klíčové, neboť výzkum s názvem „Český novinář: Sociologický portrét lidí pracujících v masových médiích“, který v roce 2005 provedl společně s Janem Jirákem, je vlastně jediným hodnotným zdrojem informací o regionálních novinářích v Česku. Přestože práce Volka a Jiráka se primárně nezabývá regionálními novináři (výzkum byl zaměřen obecně na české novináře), lze v ní spolehlivě vysledovat některé určující rysy pracovníků regionálních médií. Právě to nám dá alespoň částečnou odpověď na otázku, kdo je český regionální novinář.

Volek s Jirákem ve svém výzkumu definovali novináře jako člena redakce, který se přímo podílí na formování editoriaální agendy v hlavním nebo vedlejším pracovním poměru. Takto definovaný základní soubor čítal 2585 novinářů, z nichž 29 procent pracovalo v té době v regionálních médiích. Do tohoto zhruba třetinového podílu však byla zahrnuta i audiovizuální média. Pro definování sebepojetí českých novinářů sestavili Volek s Jirákem tři kategorie, které charakterizují odlišné chápání novinářské

profese: 1) kariérový přístup, 2) přístup tvůrce mínění a 3) pátračsko-advokátní přístup. Mozaika, vytvářející obraz typického českého novináře, se začala skládat ve chvíli, kdy Volek s Jirákem svým respondentům položili následující otázku: Jak důležité jsou pro vás následující aspekty vaší novinářské práce?

V pomyslném žebříčku najdeme možnost zprostředkovat informace druhým, možnost odhalovat a zveřejňovat problémy, možnost pomáhat lidem a podobně. Naopak na opačném konci důležitosti se ocitla možnost ovlivňovat politická rozhodnutí, získat společenské uznání nebo lepší vyhlídky na kariérní postup. To podle Volka a Jiráka ukazuje to, že nejsilněji se dotázaní novináři ztotožňují s rolí „obránce slabých“, kterého snaha pomoci druhým motivuje k vyhledávání problémů. Plní tak pátračsko-advokátní funkci, ke které se hlásí 89,2 procent dotazovaných novinářů, zatímco představa ovlivňování veřejného mínění „láká“ pouze 28,6 procent žurnalistů. [Volek, Jirák, 2006: 29]

Oba výzkumníci však upozorňují, že velká část novinářů kombinuje prvky všech tří perspektiv. Zatímco se kariérové hodnoty objevují spíše v celostátních a elektronických médiích, s pojetím pátrajícího advokáta se setkáváme spíše v tištěných médiích na regionální a lokální úrovni. [Volek, Jirák, 2006: 34] To jasně ukazuje na ideály, se kterými regionální novináři přistupují ke svému povolání, a zároveň jde o první příklad odlišností novinářů v celostátních a regionálních médiích, na které Volek s Jirákem upozornili.

Těmi dalšími je například rozdíl ve vzdělání a s tím spojené důsledky. Výrazná většina žurnalistů, kteří působí v regionálních médiích, nemá vysokoškolské vzdělání (66 procent). Podíl novinářů, kteří mají vystudovanou žurnalistiku či jiná specializovaná komunikační studia, nedosahuje ani 15 procent. Formální profesní výbava novinářů působících na „mediální periferii“ je tak ve srovnání s jejich kolegy z celoplošných sdělovacích prostředků výrazně slabší. [Volek, 2007: 41] Další rozdíl našel Volek s Jirákem v pocíťování stresu. Zatímco pocit stresu zaznamenává 51 procent regionálních novinářů, u médií s celostátní působností je podíl pouze 35 procent. Souvisí to s časovým vytížením. Průměrná hodinová pracovní dotace novináře v regionu totiž výrazně překračuje běžných 42 hodin týdně. Zvláště na řídicích postech překračuje časové zatížení šedesát hodin. V regionálních médiích se navíc víc projevují

dopady racionalizace a ekonomizace pracovních postupů, které vedly k silné redukci pracovní síly. [Volek, 2007: 44]

6. REGIONÁLNÍ ŽURNALISTIKA

Pro přesnost prováděného výzkumu je třeba připomenout, že ve všech předchozích kapitolách operujeme s jedním termínem, jehož vymezení je přinejmenším problematické. Paradoxně jde o samotný pojem „regionální žurnalistika“. Co to vlastně je? Jak se liší od ostatních druhů žurnalistiky? Co ještě je a co už není regionální žurnalistika?

Pro většinu čtenářů jsou typickým představitelem regionálního tisku tituly z vydavatelství Vltava-Labe-Press. Pomineme-li, že na trhu existují i další deníky a týdeníky z jiných vydavatelství a také regionální přílohy Mladé Fronty Dnes a Práva, nemůžeme zapomenout, že své pravidelné čtenáře mají i další tiskoviny. Svůj zpravodaj či bulletin vydává téměř každá radnice (existují i případy, kdy souběžně vychází také list vydávaný místní opozicí), obecní noviny informují o výsledcích hasičských závodů, o výročí nejstarších občanů a své „noviny“ mají dokonce i velké firmy – například České dráhy. I taková periodika můžeme zahrnout mezi regionální média.

Vymezit a přesně definovat regionální tisk nám v tomto případě nepomůže ani Zákon o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku (tiskový zákon), který regionální tisk konkrétně nevymezuje a považuje ho za součást periodického tisku³⁰. I Macků upozorňuje na nejednoznačnost výkladu pojmu regionální: „Velké deníky sice regionální zpravodajství přinášejí, ale člověk si tam o dění ve své lokalitě stejně přečte málokdy. Na druhou stranu vychází spousta skutečně lokálních tiskovin, které však trápí jiný problém – mizerná kvalita.“ [Macků, 2007: 102]

³⁰ Pojem „regionální“ je v zákoně použit několikrát, ale vždy bez podrobnějšího vysvětlení – například v souvislosti s tím, že vydavatel je povinen ve vydání periodického tisku jako povinný údaj uvést i označení regionální mutaci. Pouze z v části první, § 2 Působnost zákona vyplývá, že za samostatný periodický tisk může být považována i samotná regionální mutace.

Klíč k přesnějšímu definování nám dává až kontrast dvou pojmů – „regionální“ a „lokální“, jejichž rozlišení nám může dát odpovědi na úvodní otázky. V tomto případě už můžeme využít typologii Tušera, který lokální a regionální tisk charakterizuje takto: „Podle vymezení pojmů lokalita a region můžeme určit typy příslušných subsystémů: v lokalitě (obec, město) vycházejí lokální (obecní, městská) periodika, v regionu (okres, oblast, kraj) vycházejí regionální (okresní, oblastní, krajská) periodika.“ [Tušer, 1995: 9] Z tohoto popisu tak můžeme snadno odvodit, že do regionálního tisku s denní periodicitou spadají všechny deníky VLP, Jihlavské listy a s přimhouřením očí i regionální mutace celostátních deníků. Naopak všechny obecní, radniční a firemní noviny spadají do kategorie lokálního tisku.

Právě proto se výzkum zaměří výhradně na regionální tisk. Jelikož se tato práce věnuje specifickému postavení novinářů v jednotlivých redakcích, nemělo by smysl zkoumat situaci uvnitř „redakce“ obecních novin, když se o jejich obsah starají většinou běžní úředníci z radnice – nikoliv profesionální novináři.

Bez ohledu na rozlišení lokálních a regionálních novin je zřejmé, že oba typy deníků stále hrají v životě svých čtenářů významnou roli, jsou jejich rádcem a průvodcem v dění, které se jich bezprostředně dotýká. O rozepři ministerského předsedy se šéfem opoziční strany si sice přečtou i lidé v Aši, Břeclavi nebo Prachaticích, ale získané informace pro jejich život nebudou mít logicky takový dopad jako zpráva o výstavbě nové chemické továrny v jejich městě. „Tato sdělení pro ně představují větší kvalitu, neboť se přímo dotýkají jejich života a problémů, které každodenně řeší. Jsou pro ně hmatatelné, blízké. Nejsou to ‚velká rozhodnutí ze vzdálené Prahy‘,“ tvrdí Orvák. [Orvák, 2007: 92]

Regionální tisk slouží jako archivář událostí, které by jinak nebyly vůbec zaznamenány. Regionální mediální rovina je minimálně stejně společensky významná jako ta celostátní – už proto, že vztah komunikátora s příjemcem je v tomto případě mnohem užší³¹. Z tohoto důvodu zastává regionální tisk nezastupitelnou roli lokální instituce, která je respektovaná a svým vlivem může přímo ovlivnit životy lidí v regionech. Například tím, že společenskou debatou pomohou vybudovat nový přechod pro chodce, snížit rychlost ve městě, pokud si to lidé přejí, nebo upozorní na

³¹

Pavel Pácl to vysvětluje oboustranně hlubší znalostí záležitostí, „o nichž jde řeč“. [Pácl, 1997: 8]

korupci na místní radnici. Z celostátního hlediska jsou to sice málo podstatné záležitosti, ale Sara Hadvinová na jejich příkladě ukazuje, jak efektivní regionální noviny podporují své čtenáře. „Smysl provinčních novin není jen v přinášení objektivních zpráv – musí podporovat své čtenáře, aby efektivně vyjadřovali své názory a potřeby. Musí jim pomáhat vytvářet jejich komunitu,“ tvrdí Hadvinová. [Hadvin, 2006: 142]

Regionální média „podvědomě“ posilují vztah svých čtenářů k určité lokalitě, aby zvýšily jejich zájem o svá lokální témata. Přestože jejich chování má především ekonomicky pragmatický podtext, výsledkem je skutečně větší zájem lidí žijících na periferii o dění ve svém městě.

7. STEREOTYPY V REGIONÁLNÍ ŽURNALISTICE

Pravděpodobně v žádné jiné oblasti žurnalistiky nefunguje tolik stereotypů a mýtů jako u regionální žurnalistiky. O regionálních novinářích se říká, že ve velké většině neumějí správně psát, jsou nezkušení, chybí jim vzdělání a nechtějí psát kriticky. Mají pověst obyčejných „pisálků“, kteří jdou na ruku místním politikům, a vzhledem k jejich nedostatečným příjmům jsou snadněji korumpovatelní. Podobné stereotypy jsou v představách čtenářů (zejména celostátního tisku) zakotveny už mnoho let a zatím se nezdá, že by se na obrazu českých regionálních novinářů mělo něco v dohledné budoucnosti změnit.

Začínající regionální novináři proto musí počítat s velmi malou prestiží svého povolání. Jak upozorňuje Macků, žurnalisté se musí připravit kromě toho ještě na konflikt přímo v místě bydliště, ztrátu oblíbenosti, podprůměrný plat, časově i kreativně náročnou práci a tématickou náročnost, neboť musí na rozdíl od novinářů v celostátních médiích neustále vymýšlet svá vlastní nová témata. [Macků, 2007: 103]

Zmíněná nízká prestiž má přitom zcela zásadní vliv. Regionální noviny by měly být tím, čemu místní lidé věří a důvěřují, protože si k nim vytvořily osobní vztah.

Zatímco v západní Evropě tato teze funguje, neboť místní regionální noviny se mohou opřít o respektovanou, několik desetiletí dlouhou historii, v Česku je vážnou komplikací dlouhá éra socialismu. Důvěra v tisk se dvacet let od roku 1989 postupně obnovuje u celostátního tisku, ale v regionech to zřejmě bude ještě nějaký čas trvat. Regionální tisk žalostně potřebuje získat respekt i u celostátních médií, tedy stát se uznávaným zdrojem informací, které mají takovou hodnotu, že dokáží proniknout i do celostátní agendy. Takové zprávy se sice v regionálním tisku objevují, jenže ostatní média s jakýmsi despektem v mnoha případech porušují novinářskou etiku a neuvádějí zdroj informací, případně čekají, až zprávu se zpožděním přinese i ČTK. Regionální tisk tím přichází o dobrou „reklamu“ i šanci dokázat, že jeho existence má i dnes smysl.

Na vytváření výše uvedených stereotypů se podílí mimo jiné i specifická situace uvnitř českých médií. Zatímco v zahraničí většinou musí novinář před vstupem do světa velkých celostátních deníků prokázat dostatečně dlouho své schopnosti v malém regionálním médiu, v Česku se ještě stále nahlíží na regionální žurnalistiku jako na něco podřadného. Čeští novináři ve svém profesním vývoji často práci v regionech rovnou přeskakují a přímo začínají získávat zkušenosti až v celostátním deníku. V tuzemských regionálních redakcích proto převládá na jedné straně starší generace novinářů, kteří v nich pracují už spoustu let, a na „stará kolena“ se za práci nehodlají stěhovat, a na druhé straně skupina mladých, schopných, ale zároveň ambiciózních žurnalistů, kteří se chtějí co nejrychleji dostat z provinčního deníku pryč. Tím se znovu a znovu roztáčí začarovaný kruh – regionální novináře trápí nízká prestiž jejich povolání, ale do jisté míry si za ni můžou sami.

Sociolog Jaromír Volek na základě výsledků výzkumu Český novinář uvádí, že průměrný věk v regionálních redakcích je 31 let, zatímco novináři v celostátních denících jsou v průměru o dvanáct let starší. I to je však méně, než je obvyklé v zemích západní Evropy. „Průměrný věk regionálních žurnalistů naznačuje, že se stále nepodařilo vyrovnat určitý propad střední generace, a to i na řídicích postech. Srovnáme-li uvedené hodnoty se západoevropskými žurnalisty, jsou čeští regionální novináři o deset až patnáct let mladší, než je tomu v těchto zemích. [Volek, 2007: 41] Jak Volek dále připomíná, tito mladí novináři bez možnosti profesní socializace přeskočili pozice elévů a „nosičů vody“ a bez dostatečné průpravy rovnou zaujali řídicí

pozice. Příkladem je současný šéfredaktor Mosteckého deníku Oldřich Hájek, který do funkce šéfredaktora nastoupil v pouhých 26 letech³².

Jak je patrné, v tomto případě už nejde o pouhý stereotyp. Nízký věk novinářů skutečně ovlivňuje jejich obraz ve společnosti. Nízký věk redaktorů má i další nevýhodu – v redakcích chybí lidé, kteří v daném městě žijí už několik desítek let a dokonale znají jeho historii. Mladý a nezkušený redaktor sice může umět dokonale ovládat styl psaní, jenže popisovanou událost nedokáže dát do hlubších souvislostí. A právě to je jeho největší handicap.

Regionální média tak zatím plní roli kronikáře doby, ale nespĺňují požadavky moderní doby – nedokáží lokální události dobře analyzovat, hledat v nich souvislosti a vysvětlovat jejich příčiny. V mnoha případech se čtenář musí spokojit se strohým zpravodajstvím. Z části se na tom podílí tíživá situace regionálních deníků obecně, hlavní vina však leží na samotných novinářích, které omezují nedostatek zkušeností a vzdělání. Kombinace malé prestiže, nízkého platu, vysokého časového vytížení a stálého pocitu existenčního ohrožení jsou pak příčinou toho, proč regionální novináři trpí vůči takzvané „velké novinářině“ komplexy.

8. SPECIFIKA A OBTÍŽE REGIONÁLNÍCH NOVINÁŘŮ

Regionální žurnalistika má oproti té celostátní jednu hlavní výhodu: přináší čtenářům zprávy, které skutečně ovlivňují jejich život, dotýkají se jich a jsou pro ně cenné. Ostatně někdy se jí také přezdívá „sousedská žurnalistika“, neboť informuje čtenáře o událostech, které se odehrávají doslova za jeho plotem. To je pro čtenáře pochopitelně mnohem praktičtější než informace z „velké“ politiky, která jejich život ovlivňuje jen velmi nepřímo.

Paradox regionální žurnalistiky však spočívá v tom, že její největší výhoda je zároveň prokletím. Proč? Regionální novináři jednak píšou o něčem, co jejich čtenáři

³² Viz kapitola 10. Průběh předvýzkumu

často znají lépe než oni sami, a pak jsou součástí prostředí, které bývá (alespoň v malém městě či obci) pevně svázáno propletením vzájemných vztahů. Jak připomíná Barbora Osvaldová, regionální novináře neobklopují anonymní osoby, ale konkrétní lidé, kteří mají určité životní osudy, konexe, a někdy i moc. Takže pohybovat se v tomto prostředí není vůbec jednoduché. [Osvaldová, 2007: 51]

Právě z tohoto vysvětlení je patrné, jak hodně se regionální žurnalistika odlišuje od celostátní a že je skutečně možné v ní najít řadu specifických zvláštností. Výše uvedený příklad je jen jednou ukázkou toho, jaké nástrahy a obtíže čekají na regionálního novináře při jeho práci. Ty další rozeberu v následujících odstavcích. Dobrým východiskem je článek Petra Orváleka s názvem „Sedm syndromů českého regionálního tisku“, který vyšel ve sborníku Regionální média v evropském kontextu. [Orválek, 2007: 92-94] Autor v něm pojmenovává největší nešvary českých regionálních novinářů, které shrnul do sedmi kategorií:

- **Jánošíkovský (zbojnický) syndrom** – novináři bývají automaticky na straně slabších, méně početných a sociálně slabších členů společnosti. Řídí se podvědomě heslem: chudým je potřeba dávat a bohatým brát („protože ti jen lžou, a kdo lže, ten i krade“).
- **Revoluční syndrom** – novináři se nechávají „uplácet“ informacemi, které vypadají senzačně. Zdroj novináři namluví, že „už se na to nemůže dívat“, a novinář se pak ochotně postaví na jeho stranu. V revolučním nadšení bojuje za „pravdu“ svého zdroje a už zapomíná sledovat i jeho skutečné záměry.
- **Žabí syndrom** – novináři nemají nadhled (koukají se na svět zezdola) a každý bohatý člověk je pro ně automaticky lump. Neobávají se ho „potopit“, ačkoliv si neuvědomují, že na malém městě může být dopad jejich omylů mnohem větší.
- **Úřednický syndrom** – novinář píše o nějaké kauze z pohledu úředníka, tedy toho, kdo by měl problém řešit, ale ne z pohledu toho, komu ve skutečnosti ztrpčuje život.
- **Syndrom angažovanosti** – regionální novináři mají v daném místě osobní vazby, s aktéry svých kauz se znají ze školy, jsou to kamarádi kamarádů, známí

rodičů. Novináři pak často překračují hranici mezi objektivním informováním a aktivním ovlivňováním procesů v zájmu někoho („všichni musíme táhnout za jeden provaz“).

- **Telefonní syndrom** – redaktoři dělají všechno od stolu po telefonu a jejich články pak nemají vypovídací hodnotu.
- **Nástěnkářský syndrom** – novináři špatně pracují s tiskovými zprávami, místo aby na jejich základě napsali článek, rovnou takovou zprávu vlepí do novin.

Podívejme se podrobněji na příčinu „syndromů“, na které poukázal Orválek. V jejich pozadí stojí právě již zmíněný paradox regionální žurnalistiky, jež výrazně zasahuje i do způsobu získávání informací. Ačkoliv regionální novinář důvěrně zná prostředí, v němž se pohybuje, i všechny aktéry místního společenského dění, oproti svému kolegovi v celostátním médiu má při získávání informací nevýhodu. Zatímco novináři, píšícímu o celostátní události většinou stačí využít zpravodajského servisu ČTK, u lokálních událostí tento postup aplikovat nelze. ČTK svým servisem regionální události nepokrývá - naopak by to měl být právě regionální novinář, který se stane informačním zdrojem pro agenturní zprávy. Regionální novinář si proto musí postupně budovat síť svých informátorů, hodně času trávit „v terénu“ a naslouchat místním obyvatelům. Ani to mu však nemusí zaručit, že se vždy dostane ke klíčovým událostem a nic podstatného mu neunikne.

Z tohoto důvodu je zajímavá i samotná agenda setting, tedy nastolování témat. Kanissová připomíná dvě kritéria, která v rutinizovaných procesech získávání informací uvnitř regionálních redakcí hrají klíčovou roli. Jsou to „dostupnost“ a „účelnost“. Blížící se uzávěrka a nedostatek času nutí novináře hledat informace tak, aby to pro ně bylo co nejvíce výhodné. Řešením bývají většinou tiskové zprávy a různá politická prohlášení, které sice možná nejsou nejdůležitější událostí dne, ale jsou rozhodně nejdostupnější a svou naléhavostí také dostatečně účelné ve smyslu přitáhnutí pozornosti čtenářů. [Kaniss, 1997: 73]

Výsledkem je pak obyčejné překlápění oficiálních textů, které produkuje tiskové oddělení radnice nebo magistrátu. Z regionálního tisku se pak postupně stává hlásná

trouba lokálních politiků - ať už vědomě nebo nevědomě. Jak připomíná Kanissová, "novináře vede k tomu, že jako primární zdroj informací využívají výhradně politiky z místní radnice, potřeba jednoduchého získávání informací a tendence spoléhat na oficiální politické zdroje, které produkují 'účelné' informace." [Kaniss, 1997: 75]

Regionální novináři právě proto jako jediný hlas z radnice citují často jen starostu, který tím u čtenářů brzo ztrácí na věrohodnosti, musejí umět „přeložit“ někdy složité vyjadřování pracovníků radnice, nesmějí nadržovat opozici, ačkoliv se jim logicky podbízí atd. Specifik práce v malém lokálním médiu je viditelně mnoho, ale všechny nejlépe spojuje následující tvrzení: čím menší médium, tím méně dokáže odolávat tlaku místních politiků a vlivných osob z podnikatelského prostředí.

Ovlivňování prostřednictvím přátelské či jakékoliv jiné vazby s místními politiky je hlavní etický požadavek, který musí regionální novináři dodržovat ještě svědomitěji než jejich kolegové z celostátních deníků. Ne vždy se jim to však daří. Jak upozorňuje Pavel Macků, v regionální žurnalistice je to složité, „protože v malém městě se všichni znají, přitom vydavatel požaduje po svých zaměstnancích, aby šli do střetu s lidmi, se kterými se osobně znají. Je to střet, kterému se žádný regionální novinář nevyhne.“ [Macků, 2007: 102]

Proto jsou vztahy mezi žurnalisty a lokálními politiky většinou příliš úzké. Podle Osvaldové potom média dávají prostor jednomu kandidátovi na úkor ostatních, zařazují materiály reklamního charakteru bez výrazného označení, graficky nerozlišují PR články a materiály redakční. Byly také případy novinářů, kteří působili jako funkcionáři politické strany a zároveň jako zpravodajové o politickém dění v kraji referovali. [Osvaldová, 2007: 53] Orválek v této souvislosti také poukazuje na důsledky trendu, kdy řada regionálních novinářů přechází „na druhou stranu“ a stává se mluvčími místních radnic, úřadů či firem. „Odchází s podrobnou znalostí fungování regionálních redakcí, čehož využívají ve své práci a zejména ve snaze vytvářet dobrý obraz svého zaměstnavatele v médiích – ostatně právě za to jsou placeni,“ upozorňuje Orválek. [Orválek, 2007: 92]

Na dobrých vztazích s místní společenskou elitou má ostatně zájem i samotný vydavatel novin. Snaha o co největší ekonomickou efektivitu při vydávání regionálních deníků pak vede k tendenci dávat stále větší prostor nekonfliktním a příjemným

tématům, která nikoho neurazí a jsou přijatelná pro všechny. Toto „ohlazování hran“ je sice logické, ale do budoucna se může stát hlavním problémem regionálního tisku.

Ačkoliv novináři obvykle tvrdí, že zájmy vydavatele jejich práci nikterak neovlivňují, některé hlasy tvrdí pravý opak. I regionální noviny spadají pod společnosti, jejichž jediným zájmem je zisk, tedy dostatečný prodej jejich deníků a co možná největší objem prodané inzerce. Důsledky jsou patrné na první pohled i pro čtenáře. Noviny hledají senzační zprávy, které by upoutaly pozornost čtenářů, a ti si pak stěžují, že jejich oblíbený deník se postupně „bulvarizuje“. Odborníci si však všímají ještě druhého, na první pohled málo viditelného důsledku. Někteří tvrdí, že ekonomické zájmy vydavatele vedou i k cenzorování zpráv, které by mohly poškodit samotného vydavatele nebo některého z velkých inzerentů listu³³.

Pokud některá místní firma investuje výrazné částky do reklamy, je jasné, že bude nespokojená, když ve stejném deníku vyjde článek, který ji v jakémkoliv ohledu kritizuje. Důvodů, proč má vydavatel zájem na dobrých vztazích se svými inzerenty, je proto několik: 1) Aby u nich nepřestaly inzerovat, 2) pokud bude místní byznys prosperovat, město bude vzkvétat a jeho občané budou bohatnout, tím víc se bude zvětšovat čtenářská základna listu.

Důkaz, že regionální tisk už dávno není „lokálním hlídacím psem“, nabízí například i výzkum Petra Orsága s názvem „Investigativní žurnalistika a možnosti jejího uplatnění v českém regionálním zpravodajství“. [Orság, 2007: 57] Orság se v něm zaměřil na situaci v Olomouckém kraji a dospěl k závěru, že tento typ žurnalistické práce, který jde do hloubky, odhaluje závažné problémy ve společnosti, pátrá po nešvarech, skutečně nepatří mezi priority tamních deníků. Z osmi redakcí tištěných deníků a týdeníků v regionu odpověděli tři zástupci přímo, že jejich redakce pátrací žurnalistiku vůbec neprovozuje.

Jako hlavní omezující faktory uvedli všichni dotazovaní shodně nedostatek času a nízký počet redaktorů. Tři z dotázaných uvedli jako výrazně limitující silnou vazbu na místní informační zdroje a provázanost těchto zdrojů s redaktory, což omezuje možnost zpracování kontroverzních témat. Orság na základě výsledků svého výzkumu tvrdí, že

³³ Kanissová v této souvislosti naopak upozorňuje na opačný efekt – pokud se noviny dostanou pod tlak inzerentů a rozhodnou se neustoupit, může to pro ně navzdory ztrátě možného inzerenta mít pozitivní přínos. Krátkodobá ztráta jednoho inzerenta totiž podle Kanissové [Kaniss, 1997: 51] může být kompenzována dlouhodobým zvýšením čtenosti jako důsledek, že si deník úspěšně buduje pověst kvalitního a důvěřivého listu.

investigativní práci se mohou nejvíce věnovat regionální pobočky celostátních deníků, které k ní mají dostatečné materiální zázemí i kvalifikovanější reportéry. V tomto případě se lze ovšem domnívat, že určitou roli v tomto hraje i renomé listu, které v případě toho celostátního rozhodně větší.

Císařová přesto na regionální novináře apeluje, aby se investigativní žurnalistiky nebáli. Tvrdí, že „úctu čtenářů si nezískají, budou-li se polemiky a vlivných oponentů bát, hlavní zodpovědnost mají totiž vůči svým čtenářům, měli by tedy psát důsledně a vytrvale o všem“. [Císařová, 2008: 60] V podobném duchu mluví i Frost: “Vztah novináře k prostředí, ve kterém se pohybuje, je na lokální úrovni samozřejmě větší. Ale to neznamená, že by regionální noviny měly odmítat psát kriticky o místním starostovi nebo firmách. Musí jen počítat s tím, že dopady budou pro ně tvrdší než pro novináře v celostátním médiu.“ [Franklin, 2006: 278]

Naneštěstí na nic takového studium žurnalistiky budoucí regionální novináře nepřipraví. Potřebné zkušenosti získávají až v praxi, jenže to už bývá většinou pozdě. Změnit se to nyní snaží už zmíněný Institut regionální žurnalistiky při Masarykově univerzitě v Brně. Lenka Waschková Císařová, jedna z jeho vůdčích postav, tak sestavila tzv. desatero zpravodajství o lokální samosprávě, v němž vytyčuje hlavní úkoly, které musí regionální novinář splnit. Začínajícím novinářům například radí, aby si našli odpovídající zdroje nejen mezi politiky, ale také úředníky nebo sekretáři, aby vždy brali v potaz, jaký dopad bude mít popisované téma na samotné čtenáře, a aby se vyhnuli tomu, že jim přátelství bude zasahovat do práce. V takovém případě Císařová navrhuje, aby se novinář nechal v redakci přesunout na jiný resort, což prospěje oběma stranám. [Císařová, 2008: 60]

Uspadnit mediální pracovníkům v regionech jejich specifickou roli, a tím posunout i úroveň samotné regionální žurnalistiky, mohou podle Orválka především silní vedoucí krajských redakcí. Podle něj to musí být lidé, kteří mají patřičné dovednosti, vzdělání a pravomoci. “Nestačí, aby takový člověk byl jen dobrý novinář. Musí totiž umět každodenně prosazovat v práci své redakce základní princip novinářské práce: jít k podstatě problémů, pouze nepopisovat a netlumočit názory, ale zjišťovat, jak se mají dané věci doopravdy a jaké jsou motivy jednání zúčastněných. Musí také

přesvědčit své lidi, že ani pro ambiciózní novináře nemusí být regionální redakce jen přestupní stanicí do celostátních redakcí,“ tvrdí Orválek. [Orválek, 2007: 94]

Ludmila Rakušanová zase regionálním médiím radí, aby se více než dosud přiklonily k větší interaktivitě. Především je třeba podle ní prolomit a zahrnout většinu rutinních postupů, které doposud v redakcích panují a nastolit novou redakční kulturu. Zdravá základna jejich existence je v souběhu silného webu, který posílí noviny a naopak. Podle výzkumů skupiny Innovation jak na západě, tak v dřívějším východním bloku, chtějí čtenáři víc servisu, víc interaktivity, víc blogu, víc videa. A zároveň je třeba jim poskytnout víc aktuálních zpráv na všech dostupných platformách. [Rakušanová, 2008: 20]

9. SITUACE VE SVĚTĚ

Podobně složitým obdobím však regionální tisk procházel i v jiných zemích. Jako by regionální novináři všude řešili stejné problémy. Například Bob Franklin popisuje, jak regionální novináři ve Velké Británii řeší otázku nízkých platů, snižování počtu zaměstnanců, monopolizace vydavatelství nebo klesající počet vydávaných titulů. Za posledních dvacet let totiž klesl počet regionálních titulů o čtvrtinu. [Franklin: 5] Regionální tisk už také podle Franklina dávno není „lokálním hlídacím psem“ jako kdysi. Zavedené vydavatelské skupiny regionálního tisku netouží po tom, aby byly přerušeny vazby s ekonomickou a politickou elitou v daném místě, do který jsou tak pevně integrovány. V neposlední řadě si Franklin všímá, že regionální tisk se mění a začíná se přibližovat tabloidům – důraz je kladen na zábavu, informace pro spotřebitele, lidské příběhy, kratší články, více barvy. Změnil se i formát. [Franklin: 12]

Je to přitom tak trochu paradox. Vždyť Franklin zároveň s tím tvrdí, že regionální noviny ve Velké Británii jsou na vzestupu. Podle průzkumu společnosti The Newspaper Society čte regionální tisk 48 procent dospělých Britů, což je za jeden týden víc než 40 milionů lidí, a mladí lidé ve věku 15-34 let dávají regionálním novinám

dokonce přednost i před internetem a celostátními deníky. Každý den se také ve Velké Británii prodá nebo bezplatně rozdá 67,4 milionů výtisků regionálního tisku.

Jenže z novinářského hlediska regionální deníky selhávají. Regionální noviny by měly poskytovat nezávislý a kritický komentář k lokálním tématům, hnát místní elitu k odpovědnosti, být jakýmsi fórem pro diskuzi nad lokálními tématy. Jenže nic takového se podle Franklina ve Velké Británii neděje. Jednou z příčin je úsporná taktika vydavatelů, která se negativně projevuje na kvalitě novinového obsahu. Z regionálního tisku se sice stal výnosný byznys, ale manažerské strategie uzpůsobené tomu, aby se navzdory klesajícímu nákladu udržel zisk novin, mají kritický dopad na samotné noviny. [Franklin: 10] Jako příklad uvádí Franklin přesunutí řídicích i tiskových činností do jednoho regionálního centra, což je sice ekonomicky efektivní, jenže novináři tím zároveň i ztrácejí vztah k lokalitě, o které mají psát. Pro britský regionální tisk to má o to větší dopad, neboť mnoho let fungovalo, že čtenáři sami chodili do redakce v centru města a díky tomu se novináři dostávali k zajímavým tématům. Nemluvě o tom, že čím ve vzdálenějších místech se noviny tisknou, tím méně času mají redaktoři na práci.

10. METODOLOGIE

Sestavit charakteristiku regionálního novináře, popsat specifika jeho práce, obtíže, na které denně naráží, lze mnoha způsoby. Pravděpodobně nejvhodnější metodou je kvalitativní výzkum formou nezúčastněného pozorování, které má však zásadní nevýhodu: pokud bychom chtěli na základě výzkumu v terénu sestavit obecnou teorii o stavu české regionální žurnalistiky, bylo by třeba výzkum provést ve většině redakcí, což je z časových a personálních možností této práce nereálné. Jako rozumný kompromis byl proto zvolen kvantitativní výzkum pomocí standardizovaných

dotazníků, který umožnil získat potřebná data ze všech redakcí VLP v Ústeckém kraji a dojít tak ke skutečně reprezentativnímu výsledku.

Pro získání relevantních údajů byl před touto fází proveden předvýzkum formou nezúčastněného pozorování ve třech vybraných regionálních redakcích. Původní záměr tak byl splněn alespoň v omezené míře, a to z toho důvodu, aby na základě této sociologické sondy mohly být sestaveny základní hypotézy, na jejichž základech byl později vytvořen i dotazník pro závěrečnou fázi výzkumu. Smyslem tohoto předvýzkumu, na který byl úspěšně čerpán grant z fondu pro výzkum na UK, bylo strávit přímo v redakci jeden pracovní den, pozorovat chod redakce a pečlivě zdokumentovat způsob práce vybraného redaktora.

Předvýzkum proběhl ve třech dnech v rozmezí 4.–6. května 2009 v sídle tří regionálních deníků – Litoměřického deníku, Ústeckého deníku a Mosteckého deníku. Tato tři města byla vybrána záměrně tak, aby reprezentovala regionální žurnalistiku v pokud možno co nejpestřejší podobě. Litoměřice, malé historické městečko se zhruba 20 tisíci obyvateli, zastupovaly prostředí regionálního deníku v tom pravém slova smyslu – tedy malých novin, které mají nejbližší ke svým čtenářům. Ústí nad Labem naopak zastupovalo velké univerzitní město, krajskou metropoli, kde se odehrávají kauzy velkého významu, noviny píšící o krajské politice a méně se věnují tématům, jako je například výstavba nového chodníku. Mostecký deník pak byl vybrán proto, že se jeho redaktoři musí každý den vypořádávat s pestrou škálou lokálních problémů, jako je vysoká nezaměstnanost, znečištěné prostředí, problematická těžba hnědého uhlí nebo rasové problémy.

Za hlavní metodu výzkumu bylo vybráno nezúčastněné pozorování. Jako pozorovatel jsem tak byl dostatečně blízko dění v redakci, účastnil jsem se ranních plánovacích porad, ale zároveň jsem se do procesu „výroby“ novin aktivně nezapojoval, díky čemuž jsem si po celou dobu výzkumu udržel patřičný odstup. S papírem a tužkou v ruce jsem si celou dobu zapisoval, co kolem sebe vidím, a zároveň i názory sledovaného novináře.

Se všemi šéfredaktory byla má návštěva předem domluvena, byl jim vysvětlen smysl výzkumu i to, že se nemusí obávat prozrazení redakčního know-how. Ve všech třech redakcích jsem se vždy nejprve setkal se šéfredaktorem, případně s jeho

zástupcem, který mi popsal situaci v redakci i její personální obsazení. V Litoměřickém i Ústeckém deníku jsem si „svého“ redaktora vybral sám během ranní porady – v Litoměřickém deníku jsem v případě Michala Závady neměl na výběr, neboť žádný jiný redaktor v té době nebyl v redakci, v Ústeckém deníku jsem si redaktora Bohumila Vorlíčka vybral proto, že se během porady projevoval nejaktivněji.

Sledoval jsem zejména, jak si novinář počíná při obstarávání informací, jaký má styl práce, kde bere náměty na své články, jak se chová, co si o své práci myslí. Odpovědi na otázky, které nemohly být zodpovězeny prostým pozorováním, jsem následně získal rozhovory s novinářem, kterého jsem celý den sledoval.

Tento předvýzkum posloužil jako základ pro sestavení hypotéz (viz kapitola 11. Hypotézy), které následně posloužily k vypracování dotazníku. Této části práce byla věnována největší pozornost, neboť jen správně a precizně formulované otázky mohou zaručit relevantnost získaných dat. Otázky byly vzhledem k určeným hypotézám rozděleny do tří okruhů: 1) výběr a zpracování dat, 2) provázanost s místním prostředím, 3) povolání regionálního novináře v praxi. Většina otázek byla formulována formou uzavřených otázek, pouze identifikační otázky v závěru dotazníku byly otevřené (respondent sám vypisoval svůj věk nebo nejvyšší dosažené vzdělání). Největší důraz byl při sestavování dotazníku kladen na to, aby otázky nebyly návodné, tzn. aby respondent neodpovídal stereotypně, protože cítí, že se od něj očekává zaškrtnutí určité otázky. Ze stejného důvodu nesmějí být otázky ani příliš osobní, více o fungování redakce se dozvíme, pokud není respondent nucen odhalovat své konkrétní osobní slabiny, ale mluví v obecné rovině. Právě proto je například v dotazníku místo otázky „Jak často nemáte ráno o čem psát?“ následující: „Stává se, že na ranní poradě není rozhodnuto o všem, co se bude ten den psát?“ Zatímco na první otázku se novinář pravděpodobně bude zdráhat odpovědět, na druhou odpoví, neboť kladnou odpověď sám ze sebe neudělá neschopného zaměstnance.

Celkem dotazník obsahoval 26 otázek, které byly formulovány jednoduše řečeno tak, aby přinesly odpověď na to, co nebylo možné zjistit během krátkého pozorování v redakci: kde nejčastěji novináři získávají náměty na své články, zda jim témata zadává přímo šéfredaktor, jak nakládají s oficiálními úředními zprávami nebo jak se chovají, pokud negativně referují o svém velkém inzerentovi. Největší prostor byl však věnován

sebepečetí samotného novináře, tedy jak sám chápe svoji roli, jaké má zkušenosti, zda má vysokoškolské vzdělání žurnalistického směru, kolik času práci novináře věnuje a podobně.

Při takto zvolené metodě se do výsledků výzkumu pochopitelně promítne i zkreslení v podobě subjektivních postojů dotazovaných, kteří mohou ve svých odpovědích popisovat spíše své očekávané chování, než to skutečné. Například vědí, že žurnalistické standardy od nich očekávají, že nebudou udržovat přátelské vztahy s lidmi z místní radnice, a proto je v dotazníku poprou, neboť si lehce alibisticky namluví, že jejich vztah se starostou je mnohem více formální než přátelský. Toto omezení výzkumu by mohlo odstranit jediné dlouhodobé kvalitativní pozorování, založené na zapojení redaktora do dění v redakci. To však již nebylo v technických ani časových možnostech této práce.

Přestože původním záměrem bylo vyplnit dotazník vždy pouze s jedním vybraným redaktorem z každé redakce, nakonec byli osloveni všichni novináři vydavatelství VLP v kraji.³⁴ Především proto, aby byl základní vzorek co největší – z tohoto důvodu byli do dotazníkového šetření zahrnuti i samotní šéfredaktoři. Jednotkou „Novinář“ byli tedy označeni všichni členové redakce, kteří se přímo či nepřímým podílejí na vytváření editoriaální agendy v hlavním nebo vedlejším poměru. Do výběru byli zahrnuti i sportovní redaktoři nebo editoři internetového vydání deníků, neboť i oni zasahují do chodu redakce. Takto vytvořený soubor čítal celkem 36 novinářů.

Data byla sesbírána pomocí internetového průzkumu, do kterého byli zahrnuti všichni novináři. Na internetových stránkách www.denik.cz jsou k dispozici e-mailové adresy šéfredaktorů všech regionálních mutací Deníků, takže byli pomocí e-mailu osloveni jako první. Všem jsem vysvětlil účel výzkumu a zároveň je požádal o seznam jejich redaktorů s adresami přímo na ně. Následně byly všem redaktorům včetně šéfredaktorů odeslány dotazníky v podobě čtyřstránkového dokumentu a o týden později byli opětovně požádáni o jejich vyplnění všichni ti, kdo dosud nereagovali. Vzhledem k relativně nízké návratnosti byl učiněn pro jistotu ještě jeden pokus s rozesláním dotazníků.

³⁴ Osobně, případně prostřednictvím šéfredaktora deníku.

Celkem se vrátilo vyplněných 16 dotazníků, což vzhledem k velikosti základního vzorku odpovídá úspěšnosti 44%. Ačkoliv jde o relativně malý vzorek, je velice užitečný především proto, že může posloužit jako vhodný základ pro budoucí rozsáhlejší výzkum. Dá se říci, že téměř poloviční návratnost dotazníků naznačuje, že by respondenti mohli být přijatelně reprezentativním vzorkem regionálních novinářů v Ústecké kraji.

11. PRŮBĚH PŘEDVÝZKUMU

11. 1 Litoměřický deník

Jako první redakci jsem navštívil Litoměřický deník, který sídlí v jedné z bočních uliček v historickém jádru města, na Mírovém na náměstí. Na výrobě novin se podílí celkem šest lidí, ale fyzicky sedí v redakci jen tři lidé, jedna redaktorka byla právě nemocná, což šéfredaktorovi Ivu Chrásteckému dělalo velké starosti. Vysvětloval mi, že sám zastává roli editora i korektora naráz – články, které odejdou z Litoměřic už v Praze nikdo nekontroluje, nečte, neopravuje. Někdy to proto nestíhají a na výpomoc si zvou paní v důchodu, která po nich články čte.

Porady se účastnil jen redaktor Michal Závada. Chrástecký pozvolna listoval novinami, články ale kvůli mé návštěvě nestihl přečíst, proto hodnotil jen výběr článků, fotek a titulků. Nejvíce se mu líbil „Komunisté si tradičně zapěli“ z prvomájových oslav, což je podle něj vtipné. Neměl žádné zásadní výhrady, byl spokojený. Závada navrhoval napsat téma o obci Vrutice, ve které klesl počet zastupitelů pod zákonem stanovenou hranici. Chtěl napsat článek o tom, jak to komplikuje fungování obce. „Ale bez fotky," upozorňoval. Chrástecký souhlasil, byl spokojený a hned Závadu informoval, že jeho článek dá jako „otvírák“ na titulní stránku.

Ivo Chrástecký (věk 46 let) vystudoval žurnalistiku na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy a v mediální sféře začínal v roce 1987 jako ekonom redakce

v měsíčníku Revue Teplice. Poměrně záhy se však začal věnovat redaktorské činnosti a už v roce 1997 se stal šéfredaktorem Litoměřického deníku. Po třech letech odešel na post zástupce šéfredaktora krajské redakce v Ústí nad Labem, ale po čtyřech letech se znovu vrátil do Litoměřic, kde opět působil v roli šéfredaktora³⁵. I proto patří v deníku mezi nejzkušenější.

Když Chrástecký vyprávěl o fungování svého deníku, pyšně vzpomínal na nedávné zasedání ministrů členských zemí Evropské, které se konalo v Litoměřicích právě v době, kterou si pro svou stávku vybrali i řidiči kamionů. Pro tak malé město to byly velké události, což pomohlo i Litoměřickému deníku, protože bylo o čem psát. Podle Chrásteckého si deník s hektickými událostmi poradil dobře.

V době mé návštěvy také šéfredaktor rozjížděl novou rubriku s názvem „U vás na návštěvě“, která je názorným důkazem koexistence regionálního deníku a jeho čtenářů. Každý týden totiž deník věnuje celou stranu dění v jedné obci jeho působnosti, udělá rozhovor s jeho starostou, anketu s místními obyvateli, napíše o tom, co se nového pro občany chystá a na oplátku si od něj obec odebere určitý počet výtisků, což zvýší prodej listu. Regionální deník v tomto případě plní roli obecních novin.

V redakci po celou dobu mé přítomnosti panoval relativně volný režim, redaktori odbíhali do města, když si něco potřebovali zařídit, klábosili u kávy.

11. 2 Ústecký deník

Druhý den jsem se vypravil do Ústí nad Labem, kde vzhledem k velikosti města i novin panoval v redakci o poznání čilejší ruch než v Litoměřicích. Tamní redakce se skládá ze dvou redaktorů sportu (mají k dispozici ještě jednoho externistu), tří zpravodajů (mají i fotografovát), jednoho redaktora na kriminální události (nechodí na tiskové konference, ale po soudech), jednoho redaktora na kulturu, jednoho stálého externisty, dvou editorů a jedné webeditorky - celkem tedy v redakci pracuje 7 stálých redaktorů a 2 editoři (mají ještě asi osm externistů a 5 externích korektorek).

Ve své kanceláři mě ještě před pravidelnou ranní poradou přijal šéfredaktor

³⁵ Situace v Litoměřickém deníku se v době dokončování této práce změnila a Ivo Chrástecký už od 1. prosince 2009 šéfredaktorem nebyl. Po třech letech se znovu vrátil do krajské redakce v Ústí nad Labem a šéfredaktorské povinnosti dočasně převzal redaktor Michal Závada.

Vladimír Mayer. Ten Ústecký deník vede teprve první rok a i svým věkem se odlišuje od svého kolegy v Litoměřickém deníku – je mu totiž teprve 33 let. Má sice vysokoškolské vzdělání, ale místo žurnalistiky vystudoval pedagogickou fakultu se zaměřením na tělocvik a zeměpis. Hned po škole, před osmi lety si všiml inzerátu, že krajská redakce v Ústí hledá sportovního redaktora, a proto se přihlásil. Předpokládal totiž, že právě takhle nejlépe využije své znalosti z vysoké školy. Postupně se přes běžnou redaktorskou činnost propracoval až do pozice šéfa sportovního oddělení, a nakonec byl na konci roku 2008 jmenován šéfredaktorem celého deníku.

Mayer mi pak ochotně vyprávěl o tlacích politiků, svázanosti redaktorů s místem, o kterém píše, i o tom, co dnes regionální novinář musí umět. Náš hovor plynule přešel do porady – jako první přišli dva sportovní redaktori, kteří se hlavní porady neúčastní. Teprve po nich k šéfredaktorovi dorazily čtyři redaktori zpravodajství a webeditorka. Seděl jsem v koutě a sledoval vzrušené dění v místnosti. Kulturní redaktor Radek Strnad si například emotivně stěžoval, že jeho reportáž z koncertu Karla Gotta je v novinách příliš „utopená“, podle něj měla být fotka na titulní stránce. „Je to mimořádná událost, prodalo by se určitě o 500 kusů novin víc,“ zlobil se. Šéfredaktor argumentoval, že na titulní straně nemůže být dva dny stará událost.

Mayer následně podřízeným vytknul několik chyb, kterých si všiml, společně zhodnotili zpravodajskou nabídku konkurence (severočeské přílohy MF Dnes) a rozebrali si, co se bude psát v ten den. Hlavní slovo při plánování denní agendy měl Bohumil Vorlíček, který na stránkách deníku vystupuje jako Janni Vorlíček. Právě on během porady jako hlavní téma navrhl článek o zapáchajícím ústeckém lihovaru, kterému se Ústecký deník věnuje dlouhodobě. Právě proto jsem se na dotaz šéfredaktora, kterého redaktora si vyberu, ukázal na Vorlíčka. S ním jsem následně strávil celý den, byť jen v redakci, neboť informace získával Vorlíček po telefonu.

11. 3 Mostecký deník

Práci regionálního novináře v terénu jsem na vlastní kůži zažil třetí den v Mosteckém deníku. Šéfredaktor Oldřich Hájek nebyl ráno v redakci, protože pracoval na reportáži o odtazích špatně zaparkovaných aut (záměrně si nechal odtáhnout své vlastní). Proto jsme byli domluveni, že se mě ujme jeho zástupce Martin Vokurka.

S ním jsem hned ráno vyrazil do jedné základní školy, kde byl s učitelkami domluvený, že vyfotí děti, které si připravily vlastní program k výročí vzniku Evropské unie.

Bylo na první pohled znát, že jde o velmi zapáleného, ale zároveň zásadového novináře, který svoji práci doslova miluje a věnuje jí všechn svůj čas. Vokurka je zvyklý přemísťovat se v Mostě pěšky, tudíž jsme měli cestou dostatek času, abych mu mohl položit stejné otázky jako jeho kolegům v Litoměřicích a Ústí nad Labem. „Mám pocit, že se v tomto regionu už dlouhá léta hromadí všechny možné problémy, jsou tady jako by koncentrovanější. Pořád se tady něco děje,“ říkal.

Ve škole pobíhal od jedné třídy ke druhé a fotografoval, jak děti v „italské“ místnosti pečou ve školní kuchyňce pizzu a potom ji dávají ochutnat svým spolužákům. Učitelky byly z jeho návštěvy viditelně nadšené, po celou dobu kolem něj pobíhaly a předháněly se, která mu nabídne náměty na další články. Mít o sobě zmínku v Mosteckém deníku je prestižní záležitost. Vokurka se po celou dobu neustále ptá, zda se nenudím – jako by měl pocit, že se z pohledu výzkumníka věnuje úplným zbytečností.

Sotva jsme se vrátili zpět do redakce, jedna z Vokurkových kolegyň zjistila, že anonym právě nahlásil uložení bomby v sídle Mosteckého magistrátu, proto jsme okamžitě znovu vyrazili do města. Právě na této akci se ukázalo, jak moc se regionální žurnalistika mění – i Mostecký deník sice může využívat jednoho společného krajského fotografa, ale praxe je taková, že si většinu událostí musí nafotit sami redaktoři. Ostatně i Vokurka toho byl dobrým příkladem. Právě v jeho případě mám pocit, že jsem poznal skutečného regionálního novináře, který ve své práci vidí velký smysl, uvědomuje si svoji zodpovědnost vůči svým sousedům a snaží se, aby jeho články pravdivě informovaly o dění ve městě.

Zajímavou postavou je ostatně i sám šéfredaktor Hájek. Ze sledované trojice šéfredaktorů je nejmladší (31 let) a nemá dokončené vysokoškolské vzdělání, byť studoval žurnalistiku na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci. Tento handicap však zjevně kompenzuje svými zkušenostmi. Jako novinář totiž pracuje už desátým rokem. Začínal jako řadový redaktor v Žatci, kde vydržel čtyři roky, po kterých přešel do Mostu a rovnou na pozici šéfredaktora. Nejvyšší funkci v deníku tak začal vykonávat už ve věku 26 let.

11. 4 Hlavní zjištění

Samotného mě přitom zaskočilo, jak odlišné redakce stejného vydavatelství jsem během tří krátkých návštěv poznal. V Litoměřicích vzbuzovala tamní redakce ospalý dojem, postrádal jsem tam větší zapálení redaktorů, větší nápaditost. Celé noviny působily zastaralým dojmem – možná právě kvůli podobným novinám se regionální redaktoři dodnes potýkají s mizernou pověstí. Naopak čím větší redakce jsem navštěvoval, tím více rostla produktivita i kvalita práce. U redaktorů v Ústí nad Labem jsem cítil mnohem větší zkušenosti (ostatně i věkový průměr redakce byl zjevně vyšší) i reálnější moc. Tamní deník se zabýval významnějšími událostmi, nebál se zkritizovat místní politiky a bylo patrné, že i samotní redaktoři dobře věděli, že mají moc ovlivňovat dění ve městě. Nejvíce profesionálně přesto působila mostecká redakce, byť počtem redaktorů byla oproti té ústecké poloviční. Získal jsem tam dojem, že i mezi regionálními redaktory působí takoví, kteří mají hlavu plnou ideálů, jsou zapálení a navíc ještě věří, že jejich práce má hluboký smysl.

Představa o regionálním novináři jako zkorumpovaném „pisálkovi“, který není schopný psát kriticky, se mi tak po třech dnech v regionálních redakcích postupně rozbila - pracují tady schopní lidé, kteří se snaží dodržovat žurnalistické zásady, jen třeba nemají tak vytříbený styl, protože vedle sebe nemají novinářskou „hvězdu“, od které by se mohli učit. V regionálních redakcích – alespoň v těch, které jsem osobně navštívil – zřejmě nepracují novináři proto, že se neuplatnili jinde, ale proto, že je baví psát o regionálním dění, jsou patrioté a zaměstnání v celostátním deníku je vlastně ani neláká. Vyhovuje jim to, co právě dělají, protože právě v takové činnosti vidí hlavní smysl žurnalistiky. Jejich optimistická výpověď sice může být ovlivněna jistým vzorcem chování, který se od regionálních novinářů obecně očekává, v tomto případě však působila věrohodně a upřímně.

Extrémně důležitá je znalost místního prostředí - pokud někdo nemá vytvořenou síť kontaktů, neví komu zavolat v případě nějakého problému a je ztracený. Ani v jednom z navštívených deníků totiž šéfredaktor nerozděloval práci. Došel jsem tak závěru, že redaktoři musí být na regionální úrovni mnohem samostatnější a schopni najít vlastní téma. Jedním ze znaků dobrého regionálního novináře je tak fakt, že nemá

problém s tím, o čem bude psát.

Regionální novináři se snaží dodržovat etické standardy, nebo to alespoň tvrdí - nebojí se zkritizovat své sousedy, nesmějí publikovat PR články, nejsou napojeni na místní politiky. Vědí, že se v tomto ohledu musí přinejmenším snažit, protože stále se setkávají s názorem, že v regionech se o etiku nikdo příliš nestará. Každý den tak bojují o potvrzení své profese. Na rozdíl od krajských redakcí MF Dnes se zabývají skutečně komunálními problémy. Tedy kde se staví kanalizace, kde se buduje nový chodník atd. Jsou přesvědčeni, že právě takové zpravodajství má smysl, baví je to a věří, že tím prospívají i svým čtenářům.

12. HYPOTÉZY

Podnětná návštěva tří regionálních redakcí nakonec splnila svůj účel – přinesla dostatečné množství podnětů, na jejichž základě byly sestaveny výzkumné hypotézy. Ty byly rozděleny do tří tématických okruhů: 1) výběr a zpracování informací, 2) etika a provázanost s místním prostředím, 3) každodennost regionálního novináře. Níže jednotlivé hypotézy detailně rozebereme.

1) Výběr a zpracování informací

Hypotéza: Největší obtíží regionálních novinářů je hledání a třídění informací a námětů pro jejich články, což některé z nich dostává do složitých situací. Čím menší je město, ve kterém novinář působí, tím více jsou na něj kladeny požadavky na větší samostatnost. Nejčastěji při hledání informací využívají podnětů od lidí, kterých se daná událost týká (starostové a podnikatelé), náměty od čtenářů naopak využívají jen sporadicky. Uvědomují si rizika práce s tiskovými zprávami, a snaží se proto z nich čerpat co nejméně. Naopak necítí nutnost své informace ověřovat, protože na malém městě se nic neukryje.

2) Etika a provázanost s místním prostředím

Hypotéza: Regionální novináři si velice dobře uvědomují moc lokálních novin i kritický pohled na regionální žurnalistiku samotnou, a proto se snaží vyhýbat střetu zájmů a ovlivňování ze strany místních politiků. Přesto se dá se předpokládat, že vztahy politiků a novinářů jsou velmi těsně, neboť novinář je na informacích z radnice přímo závislý. Novináři se sice snaží držet formální odstup, jelikož však jejich práci korigují jen nepsaná pravidla, nikoliv alespoň etický kodex redakce, lze pochybovat o tom, zda jejich propojení s místními úřady nepřekračuje hranici toho, co by v celostátním deníku bylo nemyslitelné. Je pravděpodobné, že se bojí, aby svým psaním neublížili svým sousedům, tedy lidem, se kterými se denně setkávají, a proto upřednostňují nekonfliktní témata. Druhým důvodem, proč nepátrají po závažných kauzách, je nedostatek času personálních sil v redakci.

3) Každodennost regionálního novináře

Hypotéza: Regionální novináři se považují za lokální patrioty a ve své práci vidí smysl, neboť cítí, že jejich články mohou mít skutečný dopad. I proto zřejmě přisuzují regionální žurnalistice velký smysl. V typologii Volka a Jiráka spadají do kategorie pátračsko-advokátského přístupu, a před svými čtenáři tak vystupují jako ochránci slabších. Přesto je pravděpodobné, že roli regionálního novináře chápou jako nezúčastněného pozorovatele, který do dění v dané lokalitě aktivně nezasahuje. Jsou spokojeni a „velká“ žurnalistika v celostátním deníku by je nelákala, byť existuje předpoklad, že nejsou spokojeni s finančním ohodnocením. Přesto netouží po velké kariéře a své ambice omezují na daný region. Svoji práci považují za prestižní, ačkoliv jsou neustále konfrontováni se špatnou pověstí své profese.

13. VYHODNOCENÍ

Tato kapitola navazuje na předchozí teoretické vymezení role regionálních novinářů v Česku a zaměřím se v ní podrobně na výsledky vlastního zkoumání v Ústeckém kraji. V duchu sestavených hypotéz byla i tato část diplomové práce rozdělena do tří úseků: 1) základní profil regionálních novinářů v Ústeckém kraji, 2) vyhledávání témat a práce s informacemi, 3) role novinářů a vztah k místnímu prostředí. V první části se zaměřím na osobní charakteristiku novinářů, jejich zaměstnání z pohledu časové náročnosti a prestiž, jakou u svého povolání pocítují sami novináři. Ve druhé kapitole pak rozeberu výsledky výzkumu z pohledu toho, jak novináři pracují s informacemi, kde hledají informační zdroje a jaká obsahová očekávání vnímají u svých čtenářů. Nejdůležitější část analýzy výsledků dotazníkového šetření ale přijde až ve třetí, poslední části, kde shrnu zejména to, jak se novináři v Ústeckém kraji vypořádávají s možným střetem zájmu při psaní o svém městě, jaký mají vztah s místními politiky a jakými pravidly se řídí, pokud kriticky píšou o firmách, které patří k významným inzerentům jejich deníku.

13. 1 Základní profil regionálních novinářů v Ústeckém kraji

Osobní charakteristika. Průměrný věk novinářů pracujících v denících vydavatelství VLP v Ústeckém kraji je 33 let, v případě mužů je to 35 let a v případě žen 32 let. Nejde o překvapivá čísla, neboť už Volek uvádí, že regionální novináři jsou v průměru o deset až dvanáct let mladší než jejich kolegové v celostátních denících, kde se průměrný věk pohybuje kolem 43 let. [Volek, 2007: 40] Výsledek tedy potvrzuje jeho teorii a to přesto, že do výzkumu byli zahrnuti i novináři na řídicích pozicích, kteří věkový průměr ještě zvyšují. Větší část z respondentů (56%) sice uvádí, že v oboru pracuje více než šest, téměř třetina z nich (32%) se však žurnalistice věnuje méně než čtyři roky, což poukazuje na velký podíl relativně málo zkušených novinářů.

Tabulka 13.1	
Proč se věnujete práci regionálního novináře?	
%	N=15
<i>Chci ovlivňovat dění ve svém městě</i>	53
<i>Chci pomáhat svým „sousedům“</i>	33
<i>Byla to víceméně náhoda</i>	27
<i>Chci jednou pracovat v celostátním deníku</i>	0
<i>Protože jsem jiné místo nesehnal/a</i>	0

Negativní očekávání se potvrdila i v oblasti formální profesní výbavy novinářů. Vysokoškolské vzdělání (bakalářské nebo magisterské) má jen 38% z nich, zatímco ostatním k práci v regionálním deníku stačí jen maturita na střední škole. Podíl novinářů s vystudovanou žurnalistikou nebo jinými specializovanými komunikačními studii je podobně nízký, jak upozorňuje i Volek – žurnalistické vzdělání přiznalo jen 25% novinářů. Ostatně relativně velká část z nich (27%) také uvedla, že se k práci v novinách “dostala více méně náhodou”. Právě to lze považovat za významný indikátor faktu, že regionální novinář svou kariéru neplánuje tak striktně jako jeho kolega v celostátním deníku. Ostatně nikdo z oslovených také jako motiv ke své profesi neoznačil přání v budoucnu pracovat v celostátním deníku, což vyvrací mylnou domněnku, že regionální novináři chápou své zaměstnání jako “výťah” k prestižnějšímu postu na celostátní úrovni. Pro potvrzení tohoto faktu by však bylo nutné provést další šetření zaměřené přímo na tuto problematiku. Většina z novinářů (54%) totiž jako svůj hlavní motiv označila přání ovlivňovat svou činností dění ve svém městě, případně pomáhat svým sousedům (33%).

Profesní specifika. Zajímavé zjištění nabízí pohled na časovou vytíženost novinářů. Už Volek upozorňoval na rozdíl v pocíťování stresu mezi zaměstnanci regionálních a celostátních deníků (ti na „periferii“ stres pocíťovali více). Toto zjištění se dá vyvodit i z odpovědí na otázku, jak dlouho novináři denně stráví prací. Téměř všichni (94%) nemají pravidelnou pracovní dobu a 50% z nich uvedlo, že týdně stráví v práci více než 45 hodin. Je patrné, že všichni svou práci chápou jako časově náročnou, a objevily se i názory, že jde o zaměstnání, při kterém je třeba pracovat téměř nepřetržitě. Když tedy měli novináři určit, kolik času denně věnují svému zaměstnání (nikoliv jen svou fyzickou přítomností v redakci, ale i prací v terénu či doma), dostal jsem se k průměrné hodinové dotaci 10,2 hodin denně.

Tabulka 13.2	
Co je na práci regionálního novináře nejtěžší	
%	N=15
<i>vymýšlet každý den nová témata</i>	47
<i>vytvořit si síť kontaktů</i>	13
<i>psát o lidech, které novináři znají osobně</i>	27
<i>nepodlehout tlaku místních politiků</i>	0
<i>vydržet pracovat dlouho do večera</i>	27
<i>snášet úšklebky kamarádů a kamarádek</i>	7
<i>časová náročnost</i>	7

Z tabulky 13.2 je patrné, že časovou náročnost svého zaměstnání považuje za významnou třetina oslovených redaktorů (kombinace odpovědí „časová náročnost“ a „vydržet pracovat dlouho do večera“). Při hledání nejobtížnějších faktorů na práci regionálního novináře předstihla časová vytíženost i takové problémy, jako je vytvoření sítě kontaktů (13%), psaní o lidech, které novináři znají osobně (27%), či snášet úšklebky kamarádů nebo kamarádek (7%). Přesto respondenti za nejsložitější na své práci považují každodenní vymýšlení nových témat (47%), což bylo skutečně i jednou z hypotéz tohoto výzkumu. Příčiny tohoto jevu podrobně rozeberu v následující kapitole „Vyhledávání témat a práce s informacemi“.

Prestiž zaměstnání. Mají vliv, přístup ke klíčovým informacím, místní podnikatelé si je předcházejí a jejich čtenáři je dobře znají, neboť je denně potkávají v samoobsluze. Přestože prestiž regionálních novinářů v očích jejich kolegů na celostátní úrovni není příliš valná (osobní zkušenost autora), sami regionální novináři označují své zaměstnání za relativně prestižní. Všichni oslovení dostali za úkol umístit své zaměstnání na škálu sedmi povolání (podnikatel, člen místní samosprávy, učitel, policista, novinář, dělník, kněz), aby bylo patrné, s jakou prestižností ho v daném městě chápou.

Ačkoliv žádný z novinářů své zaměstnání neumístil na první místo, výsledek zní jasně: regionální novináři jsou v této otázce optimističtí. Téměř čtvrtina z nich (23%) své zaměstnání označila jako druhé nejprestižnější, většina (54%) pak sama sebe umístila na pomyslném žebříčku na třetí místo. Na místech před novináři se nejčastěji umísťoval podnikatel (62%), člen místní samosprávy (62%), učitel (54%) policista (23%) a kněz (8%).

Výsledky dobře korespondují s průběhem nezúčastněného pozorování během předvýzkumu, při kterém sledovaní novináři popisovali, že cítí, jak si jich místní obyvatelé váží, protože se věnují prospěšné věci. Relativně vysoký společenský status regionálních novinářů svědčí o tom, že se z nich na malém městě v jistém smyslu stávají určité celebrity, které však na sebe nepoutají pozornost žádnými skandály. V neposlední řadě je to potvrzení velké moci, kterou novináři jako tvůrci veřejného mínění vědomě či nevědomě disponují. Důkazem, že si toto sami novináři dobře uvědomují, je i fakt, že žádný z nich neuvedl jako důvod, proč se tomuto oboru věnuje, přání pracovat jednou v celostátním deníku.

V ostrém kontrastu s tímto zjištěním je však spokojenost novinářů se svým finančním ohodnocením. Téměř dvě třetiny novinářů (63%) totiž na otázku, zda jsou spokojeni se svým finančním ohodnocením, odpověděli záporně. Větší nespokojenost se v tomto ohledu projevuje u žen – zatímco u mužů byl poměr kladných a záporných odpovědí zcela vyrovnaný, u žen jasně (75%) převládla nespokojenost se svým platem.

13. 2 Vyhledávání námětů a práce s informacemi

Zdroj námětů. Podívejme se nejprve na to, kde regionální novináři získávají náměty pro své články a jak nakládají s důležitými informacemi. Klíčová pro tuto kapitolu je již zmíněná otázka z dotazníku, která zjišťovala, co novináři na své práci považují za nejsložitější. Fakt, že 47% novinářů za nejtěžší označilo každodenní vymýšlení nových témat, jasně potvrzuje původní hypotézu. Hledat zajímavá témata v malém městě, kde se neřeší velké kauzy celostátního charakteru, je pro regionální novináře skutečně obtíž, se kterou jejich kolegové v celostátních denících nejsou v takové míře konfrontováni. “Když je hluchý den, je to špatné. Leden, únor a červenec jsou podle mě nejhorší měsíce,” popisoval například redaktor Litoměřického deníku Michal Závada.

Například celkem 44% novinářů přiznalo, že během ranní porady, na které se v redakci rozhoduje o tom, o čem se daný den bude psát, ještě vždy není o všech tématech jasno. Nejčastější frekvence tohoto stavu je podle respondentů dvakrát týdně (30%). Pravdou je, že spousta novinářů a redakcí spoléhá na aktuální témata, která se objeví během dne. Nicméně v době, kdy se hlavní část aktuálních událostí odehrává na stránkách internetových verzí deníků a v tištěných listech dostávají stále více prostoru

tématické materiály, to lze chápat jako signál, že alespoň část redaktorů s nedostatkem námětů skutečně často bojuje. “Někdy jsou dny, kdy nevím, co budu psát, ale nestává se to často. Kolikrát stačí, že jdu cestou do práce přes park a něco mě napadne. Problém to může být pro někoho kdo začíná, protože nemá vytvořené kontakty. Aby mohl někdo dobře dělat regionální žurnalistiku, musí dokonale znát místní prostředí,” zdůraznil zase novinář z Mosteckého deníku Martin Vokurka.

Oslovení novináři přiznali (25%), že v případě akutního nedostatku námětů mohou využít seznam “vždy použitelných témat”, který si každá redakce dlouhodobě udržuje. Řešením je podle jejich odpovědí také inspirace v jiných médiích (zejména dalších mutacích Deníku), případně spoléhání na to, že se během dne objeví zajímavá aktuální událost. Naopak jako mylná se ukázala původní domněnka autora, že v kritické situaci pomůže redakci příslušná krajská redakce, případně šéfredaktor požádá o vložení mimořádného inzerátu.

Z odpovědí novinářů je patrné, že nejčastěji získávají náměty pro své články od čtenářů a svých známých, až na třetím místě se umístili kolegové v redakci. V tomto případě se až zpětně odhalila slabina dotazníku, který v této otázce mezi nabízené odpovědi nezahrnoval variantu vlastní invence, případně inspirace články z ostatních médií. Tyto dvě varianty získávání námětů se i přesto dají považovat za velmi významné, neboť u alternativy “jinak” tyto dva způsoby označilo 63% novinářů za velmi významné (varianty odpovědi “pokaždé” a “často”). Možností, jak si může regionální novinář při nedostatku nápadů poradit, je evidentně více, než se autor domníval.

Jako překvapivě slabá se v tomto ohledu také ukázala být role šéfredaktora. Zatímco při plánovacích poradách, které jsem absolvoval během předvýzkumu se zdálo, že má skutečně hlavní slovo, odpovědi samotných novinářů tuto představu vyvracejí. Drtivá většina z nich, konkrétně 79%, označila za nejaktivnější při plánovací poradě samotné redaktory, když na otázku “Kdo při ranní poradě navrhuje témata, o kterých se ten den bude psát?” v případě redaktorů odpověděla možností “pokaždé”. Naopak u šéfredaktora tvořila tato varianta pouze 27%. Stejný počet novinářů dokonce odpověděl, že šéfredaktor navrhuje témata málokdy. Jasně nejhůře sice v hodnocení respondentů dopadl vedoucí vydání, to však bylo způsobeno chybou při sestavování dotazníků –

regionální deníky VLP totiž tuto funkci obsazenou nemají. Teorii, že řadoví redaktoři v regionech jsou na vlastních nápadech a invenci závislejší než jejich kolegové v celostátních redakcích (kde jim téma na článek může zadat nadřízený pracovník), potvrzuje i otázka 1.5. V ní měli respondenti určit, jak často jim jednotlivá témata přiděluje přímo šéfredaktor - 62% z nich odpovědělo, že dvakrát týdně. Necelá čtvrtina (23%) pak uvedla, že se to nestává vůbec.

Práce s oficiálními zdroji informací. Zná to každý novinář: denně mu do e-mailové schránky chodí spousta tiskových zpráv od různých institucí. Jejich záměr je jasný. Přesvědčit redaktora, že nabízená informace je ten den jasně nejzajímavější a měla by v novinách dostat velký prostor. To v situaci, kdy regionální novináři přiznávají, že hledání zajímavých témat není snadné, vytváří složitou situaci. Neulehčují si redaktoři práci a nepřetiskují tiskové zprávy do novin celé? Články v novinách by tak mohly být příliš jednostranné a i kritická role médií by v takovém případě nefungovala.

Podívejme se nejprve na to, kdo se na redakce v Ústeckém kraji vlastně se svými tiskovými zprávami nejčastěji obrací. Podle respondentů je to nejčastěji státní policie. U této instituce totiž 50% respondentů uvedlo, že tiskové zprávy od ní přicházejí “pokaždé”. A pokud sečteme tuto variantu odpovědi s odpovědí, která na škále četnosti zastupuje druhé místo, tedy “často”, podobně aktivní jako Policie ČR jsou v zasílání tiskových zpráv ještě radnice či magistráty (v součtu odpovědi “pokaždé” a “často” shodně 81%). Už méně aktivní jsou pak městská policie a hasičský záchranný sbor. Podle očekávání nejméně tiskových zpráv posílají novinářům místní nemocnice - 19% novinářů dokonce uvedlo, že od této instituce nedostává tiskové zprávy vůbec.

Zásadní otázkou však zůstává, jak novináři v praxi s těmito dokumenty nakládají. Na přímou otázku odpovědělo 94% z nich jasně: tiskové zprávy využíváme pouze k citacím pro své články. Pouze dva novináři se pak přiznali, že tiskové zprávy někdy přetiskují celé. V tomto konkrétním případě nicméně narážíme na úskalí dotazníkového šetření. Výše uvedené zjištění není možné zobecňovat, protože pro odhalení skutečného stavu by bylo vhodné provést ještě sekundární obsahovou analýzu, která by dokázala odhalit, zda jsou tiskové zprávy skutečně podrobovány kritickému úsudku novináře, jak vyplývá z mého zjištění. To však již nebylo v časových ani

technických možnostech této práce, proto je možné brát tento výsledek spíš jako základ budoucích výzkumů.

Očekávání čtenářů. Abychom dokázali dobře pochopit uvažování regionálních novinářů při rozhodování o tom, který námět na článek je a není zajímavý a důležitý, musíme zjistit, jaká mají očekávání vůči svým čtenářům. Jednoduše řečeno: část dotazníku byla věnovaná tomu, aby respondenti seřadili podle svého mínění typy zpráv, které jejich čtenáře zajímají nejvíce a naopak nejméně. Na výběr měli z těchto sedmi možností: zprávy týkající se místa jejich bydliště, sport, zprávy týkající se zdraví, zprávy ze showbyznysu (bulvár), kultura a umění, ekonomika, komentáře.

První příčka pomyslného žebříčku byla obsazena podle očekávání - 88% respondentů za nejdůležitější zprávy pro čtenáře označilo ty o dění z místa jejich bydliště. U regionálního tisku se ostatně jedná o logický výsledek. Na druhé místo zařadilo nejvíce novinářů (56%) sportovní zprávy a jako třetí nejdůležitější označili novináři (50%) zprávy týkající se zdraví. Určit naopak nejméně důležitý typ zprávy, respektive článku už nebylo tak jednoduché, ale na sedmém, tedy posledním místě žebříčku se nejčastěji (28%) umísťovaly ekonomické zprávy. Očekávání samotných novinářů konec konců dobře reflektuje i skutečná skladba novin – při jejich listování si skutečně nejčastěji přečteme o “sousedských” událostech a sportovních výsledcích...

13. 3 Role novinářů a vztah k místnímu prostředí

Sebepojetí novinářů. Když Jaromír Volek a Jan Jirák prováděli svůj výzkum³⁶, stanovili tři kategorie, do kterých lze novináře zařadit podle jejich motivace a přístupu ke svému povolání. Sebepojetí novinářů tak lze zařadit buď do „kariérového přístupu“, „přístupu tvůrce mínění“, nebo „pátračsko-advokátského přístupu“. Jak již bylo řečeno ve čtvrté kapitole, zatímco se kariérové hodnoty objevují spíše v celostátních a elektronických médiích, s pojetím pátrajícího advokáta se setkáváme spíše v tištěných médiích na regionální a lokální úrovni. [Volek, Jirák, 2006: 34] Což se dá pro potřeby této práce přeložit i takto: regionální novináři projevují větší míru empatie, snaží se

³⁶ Viz VOLEK, Jaromír; JIRÁK, Jan. *Vybrané atributy profesního sebepojetí českých novinářů*. Mediální studia, 2006, roč. 1, č. 1, s. 21-38.

pomáhat svým „sousedům“ tím, že se zajímají o jejich všední problémy a neváhají v případě, že cítí bezpráví, dokonce aktivně vstoupit do událostí, o kterých sami referují.

Tabulka 13.3	
Zveřejněním článku se mi podařilo...	
%	N=15
<i>...pomoci člověku, kterému se stala křivda</i>	87
<i>...přispět k záchraně životního prostředí</i>	73
<i>...pomoci při policejním pátrání</i>	73
<i>...zachránit někoho před újmou</i>	53
<i>...odhalit podvod</i>	47

Zatímco při studiu žurnalistiky se budoucí novinář setkává spíše s imperativem nestrannosti, tedy názorem, že by měl vystupovat spíše v roli nestranného pozorovatele a do dění aktivně nezasahovat, na „periferii“ tato myšlenka nemá takové zastání. A potvrdily to i výsledky mého výzkumu. Oslovení novináři byli požádáni, aby vybrali podle nich nejvhodnější definici role, kterou sami ve svém městě jako regionální novináři zastupují. Na výběr měli z následujících možností: a) aktivně vstupuje do dění ve městě a utváří ho, b) sleduje dění z povzdálí a pouze ho popisuje a c) aktivně se zapojuje do dění jen v případě, že cítí nespravedlnost. Pro první a třetí možnost, ve které novinář přiznává, že se do dění skutečně někdy zapojuje, se vyslovily celkem dvě třetiny odpovídajících (67%). Naopak pro roli nestranného popisovatele dění se vyslovilo pouze 40% novinářů.

Potvrzení teorie Volka a Jiráka o pátrácko-advokátském přístupu regionálních novinářů nabízí i odpovědi na další otázky. Už dříve jsem popisoval, že 53% novinářů chce aktivně ovlivňovat dění ve svém městě a další třetina (33%) respondentů za svou hlavní motivaci označila možnost pomáhat svým sousedům. Další indicii nabízejí odpovědi v části dotazníku, v níž měli novináři vybrat, co se jim zveřejněním svého článku podařilo. Tabulka 13.3 ukazuje, že nejčastěji se novinářům (87%) podařilo svým článkem právě pomoci člověku, kterému se stala křivda, případně přispět k záchraně životního prostředí (73%) a pomoci při policejním pátrání (73%). Naopak až na posledním místě se umístila zkušenost, kdy novinář přispěl k odhalení podvodu (43%), což podle mé vlastní zkušenosti bývá v celostátních denících pro spoustu redaktorů právě ta nejvyšší meta.

Vztah k místním politikům a lokálním problémům. Zatímco v případě obyčejných občanů může být úzký vztah pro novináře přínosný a výhodný, příliš velké napojení na politiky z místní radnice nebo magistrátu ho může dostat pod nebezpečný tlak. Původní předpoklad, a sice že novináři jsou takřka v područí politiků, se příliš nepotvrdil. Většina novinářů (73%) totiž uvedla, že je politici oslovují jen jednou měsíčně. Větší frekvenci neuvedl žádný z nich, 28% novinářů naopak uvedlo, že se na ně politici neobracejí nikdy. Pokud už se tedy politici snaží někoho z redakce zkontaktovat, jsou to nejčastěji redaktoři. S tímto tvrzením totiž souhlasí 88% dotázaných, samotný šéfredaktor listu se pak v hledáčku politiků ocitá pouze podle 44% novinářů.

Skutečnou podobu symbiózy mezi novináři a politiky tak musely odhalit až hloubkové rozhovory s vybranými redaktory během předvýzkumu. Například při rozhovoru s redaktorem Litoměřického deníku Michalem Závadou vyšlo najevo, že popisovaný vztah funguje spíše obráceně – tedy novináři oslovují politiky. V tomto případě pochopitelně nejde o snahu dostat konkrétního politika pod tlak, něčím mu hrozit, ale získat od něj zajímavou informaci (například v podobě udání na konkurenčního politika). „Někdy si vyjdeme vstříc. On třeba potřebuje zpropagovat, že dostali peníze na novou kanalizaci, a pak mi na oplátku zvedne telefon, i když by vůbec nemusel. Třeba v neděli,“ prozradil mi Závada. Podle něj si totiž politici v Litoměřicích uvědomují, že bez regionálních novin nemůžou pracovat a regionální noviny se zase neobejdou bez nich. „Tlaky tady jsou, ale musíte jim dát jasně najevo, kde jsou meze. Buď to pochopí, nebo ne,“ popisoval Závada.

Tlak ze strany politiků přiznávali i v ostatních redakcích. „Tlaky tady jsou pořád. Občas volají (politici), co jsme to zase napsali. Vzhledem k tomu, že ve vedení kraje je tady ČSSD, ale ve vedení města ODS, jednou natřeme jednu stranu, podruhé zase tu druhou,“ vysvětloval šéfredaktor Ústeckého deníku Vladimír Mayer. Dobře situaci vystihl i jeho kolega z Mosteckého deníku Oldřich Hájek: „Z politiků na nás ani nikdo tlačit nezkouší. Nejsme kamarádi. Je to takový obchodní vztah - my od nich potřebujeme informace a oni mají ze zákona povinnost nám je poskytnout,“ tvrdil šéfredaktor Hájek.

Deníky v Ústeckém kraji čelí střetu s politiky i tím, že spíš než o politických kauzách píšou o obyčejných komunálních problémech. Tedy takových událostech, které

na rozdíl od různých politických půtek uvnitř radnice konkrétně zasahují do života jejich čtenářů. „Štve mě, když někdo řekne, že jsme noviny radnice. Tomu tlaku nepodléháme. Když třeba naštve radnici, přijdeme o inzerci za půl milionu korun, ale to zase není taková tragédie,“ přiznal konkrétní příklad Hájek.

Druhou komplikací, které regionální novináři na rozdíl od těch v celostátních denících čelí, je jejich logická provázanost s prostředím, o kterém píší. Dokáží psát kriticky i o lidech, které osobně znají? Navzdory očekávání to příliš velký problém není – alespoň v Ústeckém kraji. Už v dotazníkovém šetření se jen 27% oslovených novinářů přiznalo, že psát o známých lidech je pro ně těžké, což je relativně nízký podíl. Toto zjištění se ostatně potvrdilo i během předvýzkumu. Třeba redaktor Mosteckého deníku Martin Vokurka tvrdil: „Nedělá nám problém psát o místních problémech. Já svoji práci chápu tak, že musím čtenářům přinést kompletní zpravodajský servis a názor už si udělají sami. Já tady nejsem od toho, abych rozhodoval, kdo je špatný a kdo hodný. Jako regionální deník si nemůžeme dovolit ztratit tvář. Soudit musí soudci.“ Naopak vidí ve znalosti místního prostředí ještě jiný aspekt: nemůže si dovolit svou práci „odfláknout“, protože na chybu by se snadno přišlo. „Jsem hodně zodpovědný, lidé tady totiž kolikrát vědí o té problematice více než já,“ připomněl.

Podle mého zjištění navíc v redakcích funguje praxe, která střet zájmů může přinejmenším výrazně omezit. Jelikož noviny píší o dění v celém okrese, dostávají redaktoři na starost zprávy z měst a obcí, ve kterých sami nebydlí. Tato metoda se mi potvrdila například v Litměřickém deníku. „Tomu u nás úspěšně předcházíme tak, že má každý na starosti určitou oblast, které se věnuje. Já jsem třeba z Lovosic, a proto jsem řekl, že o nich psát nebudu. Ty lidi tam znám, vím, kdo je šmejda, proto píšu spíš o Roudnici. Tam to o těch lidech nevím,“ popisoval redaktor Závada. Ve větších denících, jako je i Ústecký a Mostecký deník, které se zaměřují z velké části právě na samotné okresní město, tuto metodu příliš využít nemohou, šéfredaktoři tam však sází na přirozenou kritičnost svých redaktorů. „Všichni redaktoři jsou z Ústí, ale myslím, že s tím u nás není problém. Spíš jsou naopak někdy až moc kritičtí. Naopak, tam kde bydlí, mají o dění ještě větší přehled,“ oponoval mi šéfredaktor Ústeckého deníku Mayer.

Střet s důležitými inzerenty. Podobný tlak jako politici přitom mohou na regionální deníky vytvořit i místní inzerenti, kteří se mohou dostat do schizofrenní role – na jedné straně jejich peníze za inzerci udržují noviny v chodu, na druhou stranu se mohou stát terčem kritického článku. Je zřejmé, že toto nebezpečí si dobře uvědomují i samotní novináři.

Většina z nich (69%) sice na otázku, zda má jejich list ustavená pravidla, jak se v takovém případě zachovat, odpověděla záporně, nicméně ostatní odpovědi jsou důkazem, že v redakcích skutečně existuje doporučený postup, jak psát o firmě, která je zároveň významným inzerentem. Podívejme se tedy, jak vypadá v praxi. Většina respondentů se při upřesňující otázce shodla, že hlavní zásadou je psát pravdivě a poskytnout inzerentovi stejný prostor k vyjádření jako protistraně, a pokud toho firma nevyužije, musí to být z článku patrné. Nejlépe to vystihl jeden z respondentů: “Základní pravidlo zní: redaktoři se neřídí zájmy inzertního oddělení, ale pracují nezávisle.”

Nemusí tomu tak být vždy, ale toto tvrzení se při výzkumu nepotvrdilo. Jeden příklad se nabízí v Mostě. Místní Deník měl jednu dobu hodně napjatý vztah se společností Czech Coal, která je v regionu hodně kontroverzní zásluhou těžby hnědého uhlí, ale zároveň patří k důležitým inzerentům listu. “Firmě se nelíbilo, jak jsme o ní psali. Naznačovali nám, že když to nezměníme, přijdeme o inzerci. Nikdy jsme se ale nepodřídili, právě v takových chvílích musíme psát co nejvíce objektivně,“ stál si za svým šéfredaktor Hájek.

14. ZÁVĚR

Regionální žurnalistika v Ústeckém kraji ušla od roku 1992, kdy začala éra pod vydaatelstvím Vltava-Labe-Press, velký kus cesty, v porovnání s dobou předchozí se výrazně zprofesionalizovala a zmodernizovala. Tamní redakce „obsadili“ mladí

novináři, kterým nechybí nadšení a zapálení pro dobrou žurnalistiku. Přesto je na příkladu sedmi sledovaných deníků patrné, že spousta nešvarů, o kterých se v předchozích kapitolách zmiňuje tato práce, přetrvává dodnes. A potvrzují to i výsledky této práce. Pro větší přehlednost jsem hlavní zjištění shrnul do několika bodů:

- **Profil.** Průměrnému novináři v Ústeckém kraji je 33 let, tedy o deset méně než je celorepublikový průměr, a není spokojený se svým platem.
- **Nízká formální profesní výbava.** Vysokoškolské vzdělání má pouze 38% novinářů a žurnalistiku vystudovala dokonce jen čtvrtina z nich. Téměř třetina novinářů navíc pracuje v oboru méně než čtyři roky.
- **Časové vytížení.** Průměrně věnují novináři práci 10,2 hodiny denně a 45% z nich uvedlo, že přímo v redakci stráví více než 45 hodin týdně.
- **Pátračsko-advokátní přístup.** Novináři se neváhají zapojit do dění, o kterém sami referují, aby pomohli lidem, kterým se stala nějaká křivda. Žurnalistiku dělají proto, aby pomáhali těm, kteří to potřebují.
- **Čtenáři.** Žebříček čtenářsky nejzajímavějších témat pohledem samotných novinářů: 1. zprávy z místa bydliště, 2) sport, 3) zprávy týkající se zdraví. Na opačném konci naopak najdeme ekonomické zprávy.
- **Politici.** Politici oslovují novináře málokdy, jejich vztah je spíše obrácený – na politiky se obracejí novináři, aby získali informace, ale přesto si snaží udržovat profesionální odstup.
- **Inzerenti.** Novináři se neřídí zájmy inzertního oddělení a snaží se psát nezávisle, pro články o inzerentech mají stanovená pravidla: psát pravdivě a dát prostor pro vyjádření oběma stranám.

Tato práce pochopitelně z technických a časových důvodů nemohla obsáhnout komplexně problematiku regionálních novinářů. I proto byl výzkum zúžen na Ústecký kraj, přesto by se jeho výsledky daly v určité míře zobecnit i na ostatní kraje. Posloužit by také mohly jako základ pro případný navazující výzkum, který by mohl odhalit i to,

co při zvolené metodě momentálně zůstalo ukryto. Vzhledem k nabytým zkušenostem jsem přesvědčený, že pro případný navazující výzkum by bylo nejvhodnější využít kombinaci přímého zúčastněného pozorování s psychologickou analýzou chování pozorovaných a obsahovou analýzou jejich textů.

Vraťme se ale znovu k samotným výsledkům. Provedený výzkum ukázal, že jedním z hlavních problémů regionálních novinářů je skutečně každodenní vymýšlení atraktivních témat. Novinář na periferii musí být hodně samostatný, musí si umět s nedostatkem námětů vždy poradit. Je to handicap, který si zjevně uvědomují sami redaktoři, byť pro ně nebylo vždy snadné to přiznat nahlas. To, do jaké míry se naučí s nedostatkem témat bojovat, totiž rozhoduje o tom, jestli je výsledná podoba regionálního tisku hodnocena kladně či nikoliv. Oproti úvodním hypotézám se naopak nepotvrdilo, že novináři využívali jako zdroj informací své čtenáře – naopak, na zajímavé náměty od svých čtenářů spoléhá většina novinářů v regionálních médiích. Potvrzuje se tak, že sepjetí regionálních novinářů se čtenáři je skutečně větší než na celostátní úrovni.

Zajímavé je i zjištění, že většina novinářů považuje své povolání v daném městě za prestižní, a přestože nejsou redaktoři spokojeni se svým platem, svou práci by neměnili a po velké kariéře v celostátním deníku netouží (neplatí to vždy – například někdejší šéfredaktor Litoměřického deníku Robert Malecký se přes Lidové noviny propracoval až do České televize, kde dnes působí jako jeden z významných reportérů). Tento jev lze pravděpodobně přisuzovat velké míře (třeba i nepřiznaného) patriotismu, který většina redaktorů vykazovala. Užívají si vysokého společenského statusu (nejlépe to vystihl jeden z redaktorů v Ústeckém deníku, který doslova prohlásil: “Nechci do Prahy. Tady jsem králem.”) a jsou přesvědčeni, že jejich práce má velký smysl.

Novináři v Ústeckém kraji se hlásí k pátračsko-advokátskému přístupu, ale navzdory původní hypotéze se ukázalo, že se neváhají ve jménu své profese aktivně zapojit do dění, o kterém referují. Původní předpoklad, že budou jen nezaujatými pozorovateli, kteří dění nestranně popisují, rozhodně neobstál. Což nás logicky musí vést k otázce, zda své postavení a moc regionální novináři nezneužívají? Důležitou odpověď nicméně pouhé dotazníkové šetření přinést nemohlo. Hlavně proto, že sami novináři by toto nikdy nepřiznali.

Oblast, kde by se tato obava mohla nejlépe projevit, je především vztah novinářů k místním politikům. Jak uváděla jedna z hypotéz, jejich vztah bývá opravdu těsný, byť je patrné, že se jej novináři snaží držet ve formální a pracovní rovině. Alespoň tak to sami popisovali. Obě skupiny se totiž navzájem potřebují a alespoň v Ústeckém kraji se zdálo, že větší zájem na udržování dobrých vztahů pociťují spíše novináři.

Regionální novináři každý den balancují na tenké hraně – buď se pustí do kritiky místní politické a podnikatelské elity a s velkou pravděpodobností na to doplatí ve svém soukromém životě³⁷, nebo budou raději psát o nekonfliktních tématech a sesype se na ně kritika za nekvalitní žurnalistickou práci. Podobné dilema pochopitelně řeší i novináři v celostátních denících, ale mnohem méně často a v mnohem menším měřítku. Vypořádat se s tak svízelnou situací není snadné, ale pokud se má zlepšit postavení české regionální žurnalistiky, musí novináři zvolit první cestu.

Výzkum však potvrdil pravý opak - regionální novináři zjevně upřednostňují nekonfliktní témata před složitými kauzami, ale nikoliv proto, aby neublížili svým sousedům, nebo snad kvůli nedostatečným personálním možnostem redakce. Důvodem, proč se s investigativní žurnalistikou v regionálních denících setkáváme tak zřídka, je zřejmě tendence věnovat se tématům, které jsou podle mínění novinářů skutečně prospěšné pro jejich čtenáře.

Dá se tedy říci, že regionální tisk v Ústeckém kraji odpovídá představě o regionálním tisku jako o „dobrém sousedovi“, což je ve zřejmém kontrastu s pojetím celostátního tisku, kde většina čtenářů stále očekává roli „hlídacího psa“. Pojetí „dobrý soused“ se ve Spojených státech začalo rozvíjet už v 90. letech minulého století a ve své studii, která jej zkoumá z pohledu očekávání čtenářů, ho dobře popsali například Poindexterová, Heider a McCombs ve své studii s názvem „Watchdog or Good Neighbor?“³⁸.

Zatímco podle nich čtenáři celostátního tisku očekávají, že budou redaktori podrobovat neúprosné kritice politiky a vlivné osobnosti, věnovat se zásadním

³⁷ Důkaz, že být novinářem v malém městě, mi během předvýzkumu nepřímo poskytl redaktor Mosteckého deníku Martin Vokurka. Ten mi vyprávěl, jak jeho manželka pracovala během mateřské dovolené jako dobrovolnice v mosteckém azylovém centru a když se tam konala přednáška finančního poradce pro matky v nouzi, jak správně hospodařit s penězi, vydala se tam i s manželem. Jenže je nečekaně odmítl pustit dovnitř – dokonce ani ji. Prý proto, že by mohla všechno tlumočit svému manželovi a ten by toho mohl „zneužít“ ve své novinářské práci.

³⁸ Viz POINDEXTER, Paula M.; HEIDER, Don; MCCOMBS, Maxwell. *Watchdog or Good Neighbor? The Public's Expectations of Local News*. Harvard College: Press/Politics 11(1), s. 77-88.

společenským tématům a poskytovat platformu pro debatu o celostátních problémech, u regionálních (v kontextu USA spíše lokálních) deníků mnohem více očekávají, že se novináři budou zajímat o místní komunitu, psát o místních zajímavých lidech, starat se o lokální problémy, které mají konkrétní dopad na život obyvatel, a nabízet odpovídající řešení. Konceptu „dobrý soused“ se (možná nevědomky) přizpůsobují i novináři, kterým se konkrétně věnuje tato práce.

Není to nutně třeba brát jako kritiku, ale potvrzení původní teorie – regionální žurnalistika má skutečně řadu rozmanitých odlišností a specifik. Přesto by tato práce měla být dalším krokem k určité demýtizaci regionálních novinářů. Došel jsem totiž k závěru, že stereotypní představa o regionální žurnalistice jako o podřadné profesi je založena především na třech faktech: 1) regionální novinář je v porovnání s tím v celostátním deníku špatně placen, 2) vydavatelé zcela programově sázejí na mladé a nezkušené redaktory, 3) v malém městě se odehrávají jen události regionálního významu, které jsou z celostátního hlediska nevýznamné, tudíž se o práci novináře dozví jen relativně malý okruh lidí. Regionální novináři jednoduše nejsou tolik vidět jako ti ve velkých celostátních denících, a proto se na ně dost často hledí skrz prsty. Nutno dodat, že často neprávem.

Přinejmenším v jednom ohledu své kolegy v celostátních denících už dávno předhlonili – v multimediálním přístupu ke své profesi. To, co se ve velkých redakcích zavádí s odstupem času až nyní, je pro ně už nějaký čas samozřejmostí, byť trpěnou. A sice fakt, že každý novinář musí být zároveň i fotografem a správcem webových stránek. Když totiž regionální novinář vyrazí na tiskovou konferenci, celou akci zároveň nafotí, odešle krátkou zprávu na internetové stránky svého deníku a teprve pak se věnuje práci na svém článku do novin. Regionální novináři tak díky tomuto přístupu získali náskok, kterou novináři v celostátních denících budou muset dohnat.

Nezodpovězenou otázkou však zůstává, zda to bude stačit. Deníky v Ústeckém kraji se sice snaží svůj obsah zkvalitňovat, jenže v konkurenci s bulvárními deníky dost často prohrávají. Píší sice o tématech, které sice přímo ovlivňují život jejich čtenářů, jenže jak se zdá, sice vzdálené, leč atraktivní „kauzy“ bulvárních deníků, jsou pro ně zřejmě ještě zajímavější. Klesající prodej deníků VLP ukazuje, že regionální žurnalistiku v Česku rozhodně nečekají lehké časy.

SUMMARY

The diploma thesis deals with the research of regional journalists in Ústí Region. I come from this region, and because in my work as a journalist I very often meet with local journalists, I have decided to give this thesis to them. The thesis is based on the stereotyped image, where the Czech regional journalists have bad reputation. People say that they cannot write well, they do not have appropriate qualification and they do not even care about journalistic ethic.

I decided to check this image in this thesis and I made a research in seven newsrooms in the Vltava-Labe-Press publishing company in Ústí Region. Firstly, I was in three chosen newsrooms (Litoměřice, Ústí nad Labem, Most) and then I made experimental hypothesis. There were three areas, I wanted to check: the work with information, ethics and the journalist relationship to the local environment, the sociological profile of journalists. On the basis of the hypothesis, I put together a four-page questionnaire and by e-mail I asked the journalists in all seven newsrooms in Ústí Region.

From their answers I found out these: the average age of local journalist in Ústí Region is 33 years, only 38% of them have a university degree and a journalistic university degree has only 25% of them. The average working hours are 10,5 hours per day, they are not satisfied with their salary and they do the regional journalism mainly because they want to help their readers who are in fact their neighbours.

LITERATURA

BEDNAŘÍK, Petr. *Český tisk v letech 1945–1948*. In KONČELÍK, Jakub; KÖPPLOVÁ, Barbara; PRÁZOVÁ, Irena; VYKOUKAL, Jiří (eds.). *Rozvoj české společnosti v Evropské unii. III, Média, Teritoriální studia*. Praha: Matfyzpress, 2004, s. 132–144.

BAUEROVÁ, Edita. *Regionální tisk na Táborsku na přelomu 60. a 70. let 20. století na příkladu listu Palcát* [diplomová práce]. Praha: 2008.

BENDA, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006*. Praha: Karolinum, 2007.

BERKOWITZ, Dan. *Professional views, community news: Investigative reporting in small US daily*. SAGE Publications, 2007.

ČELOVSKÝ, Bořivoj. *Konec českého tisku*. Šenov u Ostravy: Tilia, 2002.

DEUZE, Mark. *Journalists in the Netherlands: an analysis of the people, the issues and the (inter-)national environment*. Het Spinhuis, 2002.

FRANKLIN, Bob (ed.). *Local journalism and local media*. London: Routledge, 2006.

FROST, Chris. *Ethics for local journalist*. In FRANKLIN, Bob (ed.). *Local journalism and local media*. London: Routledge, 2006.

GROMAN, Martin. *Řízení československých médií v 50. letech 20. století*. Praha: Sborník národního muzea v Praze, řada C – Literární historie, 2008, roč. 53, č. 1-4, s. 58-63.

HADWIN, Sara. *Real readers, real news: The work of a local newspaper editor*. In FRANKLIN, Bob (ed.). *Local journalism and local media*. London: Routledge, 2006.

JIRÁK, Jan [et al.]. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál, 2005.

JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003, 2. vydání.

KANISS, Phyllis. *Making Local News*. Chicago: University of Chicago Press, 1997.

KOUBEK, Jiří (ed.). *Lokální média nově: praktický průvodce*. Praha: Hermés, 2008.

KÖPPLOVÁ, Barbora. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. Praha: Karolinum, 2003.

KŘIVÁNKOVÁ, Alena; VATRÁL, Jozef. *Dějiny československé žurnalistiky*. Praha: Novinář 1989. Díl čtvrtý.

MACKŮ, Pavel. *Achillova pata regionální žurnalistiky*. In WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka (ed.). *Regionální média v evropském kontextu*. Brno: Masarykova univerzita, 2007.

ORSÁG, PETR. *Investigativní žurnalistika a možnosti jejího uplatnění v českém regionálním zpravodajství*. In WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka (ed.). *Regionální média v evropském kontextu*. Brno: Masarykova univerzita, 2007.

ORVÁLEK, Petr. *Sedm syndromů české regionální žurnalistiky*. In WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka (ed.). *Regionální média v evropském kontextu*. Brno: Masarykova univerzita, 2007.

OSVALDOVÁ, Barbora. *Regionální noviny v české republice z hlediska mediálního zařazení a etiky*. In WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka (ed.). *Regionální média v evropském kontextu*. Brno: Masarykova univerzita, 2007.

POINDEXTER, Paula M.; HEIDER, Don; MCCOMBS, Maxwell. *Watchdog or Good Neighbor? The Public's Expectations of Local News*. Harvard College: Press/Politics 11(1), s. 77-88

SEKERA, Martin. *Etapy vývoje českých tištěných médií od 19. do počátku 20. století*. Praha: Sborník národního muzea v Praze, řada C – Literární historie, 2008, roč. 53, č. 1-4, s. 11-18.

VANĚK, Vladimír. *Královéhradecká Pochodeň přelomu 80. a 90. let dvacátého století jako příklad transformace československého regionálního deníku [diplomová práce]*. Praha: 2009.

VOLEK, Jaromír; JIRÁK, Jan. *Vybrané atributy profesního sebepojetí českých novinářů*. Mediální studia, 2006, roč. 1, č. 1, s. 21-38.

VOLEK, Jaromír. *Regionální žurnalisté v posttransformační etapě*. In WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka (ed.). *Regionální média v evropském kontextu*. Brno: Masarykova univerzita, 2007.

WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Lokální redakce a místní radnice*. In KOUBEK, Jiří (ed.). *Lokální média nově: praktický průvodce*. Praha: Hermés, 2008.

WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka (ed.). *Regionální média v evropském kontextu*. Brno: Masarykova univerzita, 2007.

WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Vybrané aspekty strukturální transformace českých lokálních a regionálních médií*. In WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka (ed.). *Regionální média v evropském kontextu*. Brno: Masarykova univerzita, 2007.

ZÁVOZDA, Petr. *Jak psát v regionálním tisku*. In KOUBEK, Jiří (ed.). *Lokální média nově: praktický průvodce*. Praha: Hermés, 2008.

ZEMANOVÁ, Martina. *Proměna regionálního tisku v počátcích 90. let 20. století – Českobudějovicko* [diplomová práce]. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních ved, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2008.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Dotazník

Příloha č. 2: Výsledky výzkumu (datová tabulka)

Příloha č. 3: Fotografie pořízené během předvýzkumu ve třech regionálních redakcích

Přílohy

Příloha č. 1: Dotazník

Specifika práce regionálního novináře na příkladu Ústeckého kraje

Dotazník

Instrukce: Pokud není uvedeno jinak, u každé otázky zaškrtněte pouze jednu odpověď. Výjimkou jsou otázky se škálou odpovědí pokaždé – často – málokdy – vůbec a podobně – u těchto otázek zaškrťávejte vždy jedno políčko v každém řádku s odpověďmi.

1. Výběr a zpracování informací

1.1 Kde získáváte náměty pro své články?

- | | | | | |
|-------------------------|----------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| a) od politiků | pokaždé <input type="checkbox"/> | často <input type="checkbox"/> | málokdy <input type="checkbox"/> | vůbec <input type="checkbox"/> |
| b) od čtenářů | pokaždé <input type="checkbox"/> | často <input type="checkbox"/> | málokdy <input type="checkbox"/> | vůbec <input type="checkbox"/> |
| c) od známých | pokaždé <input type="checkbox"/> | často <input type="checkbox"/> | málokdy <input type="checkbox"/> | vůbec <input type="checkbox"/> |
| d) od redakčních kolegů | pokaždé <input type="checkbox"/> | často <input type="checkbox"/> | málokdy <input type="checkbox"/> | vůbec <input type="checkbox"/> |
| e) jinak | Prosím, vypište do tohoto pole | | | |
| | pokaždé <input type="checkbox"/> | často <input type="checkbox"/> | málokdy <input type="checkbox"/> | vůbec <input type="checkbox"/> |

1.2 Stává se, že na ranní poradě není rozhodnuto o všem, co se bude ten den psát?

- a) nikdy
- b) dvakrát týdně
- c) čtyřikrát týdně
- d) každý den

Pokud jste odpověděli jinak než nikdy, pokračujte otázkou 1.3. V opačném případě otázku přeskočte.

1.3. Jak obvykle nedostatek námětů vyřešíte?

- a) máme seznam „vždy použitelných témat“
- b) vhodné téma nám navrhne krajská redakce
- c) požádáme o vložení inzerátu
- d) jinak Prosím, vypište do tohoto pole

1.4 Kdo při ranní poradě navrhuje témata, o kterých se ten den bude psát?

- | | | | | |
|-------------------|----------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| a) šéfredaktor | pokaždé <input type="checkbox"/> | často <input type="checkbox"/> | málokdy <input type="checkbox"/> | vůbec <input type="checkbox"/> |
| b) vedoucí vydání | pokaždé <input type="checkbox"/> | často <input type="checkbox"/> | málokdy <input type="checkbox"/> | vůbec <input type="checkbox"/> |
| c) redaktoři | pokaždé <input type="checkbox"/> | často <input type="checkbox"/> | málokdy <input type="checkbox"/> | vůbec <input type="checkbox"/> |

1.5 Zadává vám šéfredaktor konkrétní náměty na články?

- a) nikdy
- b) dvakrát týdně
- c) čtyřikrát týdně
- d) každý den

1.6 Jak v redakci nakládáte s oficiálními informacemi (tiskové zprávy radnice, svodky apod.)?

-
- a) některé přetiskujeme celé
- b) využíváme je k citacím ve svých článcích
- c) nevyužíváme je vůbec

1.7 Které instituce vám pravidelně zasílají oficiální výstupy ze své činnosti?

- a) radnice/ obecní úřad/ úřad městské části pokaždé často málokdy vůbec
- b) krajská/ okresní nemocnice pokaždé často málokdy vůbec
- c) Policie ČR pokaždé často málokdy vůbec
- d) městská policie pokaždé často málokdy vůbec
- e) hasičský záchranný sbor pokaždé často málokdy vůbec

1.8 Vaše čtenáře podle vás nejvíce zajímají?

(Seřadte podle důležitosti)

- a) zprávy týkající se místa jejich bydliště Určete pořadí...
- b) sport Určete pořadí...
- c) zprávy týkající se zdraví Určete pořadí...
- d) zprávy ze showbyznysu (bulvár) Určete pořadí...
- e) kultura a umění Určete pořadí...
- f) ekonomika Určete pořadí...
- g) komentáře Určete pořadí...
- h) jiné Určete pořadí...

2. Provázanost s místním prostředím

2.1 Podánilo se vám zveřejnění článku... (zaškrtněte jednu, ale případně i všechny odpovědi)

- a) ...pomoci člověku, kterému se stala křivda
- b) ...zachránit někoho před újmou
- c) ...odhalit podvod
- d) ...přispět k ochraně životního prostředí
- e) ...pomoci při policejním pátrání
- f) jiné Prosím, vypište do tohoto pole

2.2 Máte nějakým interním pravidlem ošetřené, jak se chovat, když váš deník píše v souvislosti s nějakou kauzou o firmě, která je zároveň vašim významným inzerentem?

- a) ano
- b) ne

Pokud ano, popište jak: Prosím, vypište do tohoto pole

2.3 Koho oslovují místí politici, když chtějí do novin prosadit nějaké téma?

- a) krajského šéfredaktora
-

-
- b) šéfredaktora deníku
- c) jednotlivé redaktory, pokud je znají osobně

2.4 Jak často oslovují politici konkrétně vás?

- a) nikdy
- b) jednou měsíčně
- c) jednou týdně
- d) každý den

2.5 Která následující definice podle vás vystihuje vaši roli, jakou jako regionální novinář zastáváte ve vašem městě nebo lokalitě?

- a) aktivně vstupuje do dění ve městě a utváří ho
- b) sleduje dění z povzdálí a pouze ho popisuje
- c) aktivně se zapojuje do dění jen v případě, že cítí nespravedlnost

2.6 Projevuje se při plánovací poradě lokální patriotismus v tom smyslu, že na sobě pozorujete tendenci psát o daném regionu spíše kladně?

- a) nikdy
- b) občas
- c) pravidelně
- d) neustále

3. Povolání novináře v praxi

3.1 Proč se věnujete regionální žurnalistice?

Vyberte jen jednu možnost, kterou považujete z předložené nabídky za hlavní důvod.

- a) chci ovlivňovat dění ve svém městě
- b) chci pomáhat svým „sousedům“
- c) chci jednou pracovat v celostátním deníku
- d) byla to více méně náhoda
- e) protože jsem jiné místo nesehnal/a

3.2 Jak dlouho pracujete jako novinář?

- a) méně než jeden rok
- b) jeden až čtyři roky
- c) tři až šest let
- d) více než šest let

3.3 Máte žurnalistické vzdělání?

(Např. obor Žurnalistika nebo Mediální studia na FSV UK apod., vyšší odborná škola se zaměřením na žurnalistiku nebo publicistiku)

- a) ano
- b) ne

3.4 Považujete své povolání v rámci místa, kde pracujete, za prestižní?

Vypište škálu zaměstnání (níže uvedených) od nejméně po nejvíce prestižní ve vašem městě.

Zaměstnání: podnikatel, člen místní samosprávy, učitel, policista, novinář, dělník, kněz

Prosím, vypište do tohoto pole

3.5 Jste spokojeni se svým finančním ohodnocením?

- a) ano
- b) ne

3.6 Kolik času trávíte fyzicky v redakci každý týden?

- a) méně než 25
-

hodin

b) 25 – 35 hodin

c) 35 – 45 hodin

d) více než 45

hodin

3.7 Kolik času průměrně věnujete denně novinářské činnosti?

Není myšlena jen fyzická přítomnost v redakci, ale i práce v terénu nebo doma.

Prosím, vypište do tohoto pole

3.8 Máte pravidelnou pracovní dobu?

a) ano

b) ne

3.9 Co je na práci pro regionální deník podle vás nejtěžší?

Vyberte jen jednu variantu.

a) vymýšlet každý den nová témata

b) vytvořit si síť kontaktů

c) psát o lidech, které znáte osobně

d) nepodlehout tlaku místních

politiků

e) vydržet pracovat dlouho do večera

f) snášet úšklebky kamarádů a

kamarádek

g) jiné:

Prosím, vypište do tohoto pole

3.10 Váš věk: Prosím, vypište do tohoto pole

3.11 Pohlaví: Prosím, vypište do tohoto pole

3.12 Nejvyšší dosažené vzdělání: Prosím, vypište do tohoto pole

Děkují za váš čas a vyplnění tohoto dotazníku!

Příloha č. 2: Výsledky výzkumu (datová tabulka)

Otázka		
1.1	a)	4, 3, 2, 2, 3, 4, 3, 3, 3, 3, 2, 3, 2, 3, 2, 3
	b)	3, 3, 2, 2, 2, 3, 3, 2, 2, 2, 2, 3, 2, 3, 3, 3
	c)	3, 2, 3, 2, 2, 3, 3, 2, 2, 2, 3, 3, 2, 3, 2, 3
	d)	3, 2, 2, x, 3, 2, 2, 2, 2, 3, 3, 3, 3, 3, 3, 2
	e)	x, internet (2), x, x, vlastní nápady (2), policie (1), ostatní média (2), vlastní zjištění (2), vlastní náměty (2), internet (2)
1.2		B, A, A, A, C, D, A, A, A, B, B, B, A, B, A
1.3		vymyslíme téma během dne, během dne něco stane, inspiraci získáváme z jiných mutací Deníku, děláme aktuální témata
1.4	a)	3, 1, 3, 2, 2, 3, 2, 1, 2, 3, 1, 2, 2, 2, 1
	b)	4, x, 4, x, x, x, x, x, x, x, 3, x, x, 2, x
	c)	1, 1, x, 2, 1, 1, 1, 1, 1, 2, 1, 1, 2, 1, 1
1.5		x, B, x, A, B, B, B, A, x, B, C, A, C, B, B, B
1.6		B, B, B, B, B, B, A, B, B, B, B, B, B, B, AB
1.7	a)	2, 3, 2, 2, 2, 1, 2, 3, 2, 2, 1, 2, 2, 2, 3, 2
	b)	2, 3, 2, 2, 3, 2, 2, 4, 2, 2, 1, 2, 2, 3, 4, 4
	c)	2, 2, 2, 3, 1, 1, 2, 3, 1, 2, 1, 1, 3, 1, 1, 1
	d)	3, 2, x, 3, 1, 1, 2, 4, 2, 2, 2, 2, 2, 3, 2, 1
	e)	1, 2, 3, 3, 1, 1, 2, 3, 1, 2, 1, 1, 1, 3, 3, 1
1.8		DACBEFG, ABGDEFCD, ABCEGFD, ABGEFDC, ADCFBEG, ABCDGEF, ABEFGCD, ABCDEGF, ABCGDEF, ABCEFDG, ADGFBCE, AFC, AGEBCF, ACBGDFE, ABFGCDE, BDAEFGC
2.1		B, ACDE, ABDE, ABCDE, ADE, AE, AC, ABDE, ABCDE, ABCDE, ABCDE, ABCDE, AD, E, AD
2.2		B, B, B, A, A, B, B, B, A, A, B, B, B, A, B, B - neskrývat pravdu, dát i jemu prostor k vyjádření - inzerent musí mít prostor k vyjádření, pokud nereaguje, musí to být z textu jasné - poskytují mu stejný prostor, píší pravdivě, nehraje to vliv - dostává příležitost vyjádřit se jako ostatní - pravidlo zní: redaktori se neřídí zájmy inzertního oddělení, pracují nezávisle
2.3		BC, BC, B, ABC, C, C, C, C, BC, ABC, C, ABC, B, C, C, C
2.4		A, A, B, B, B, A, B, B, B, B, B, A, B, B, B

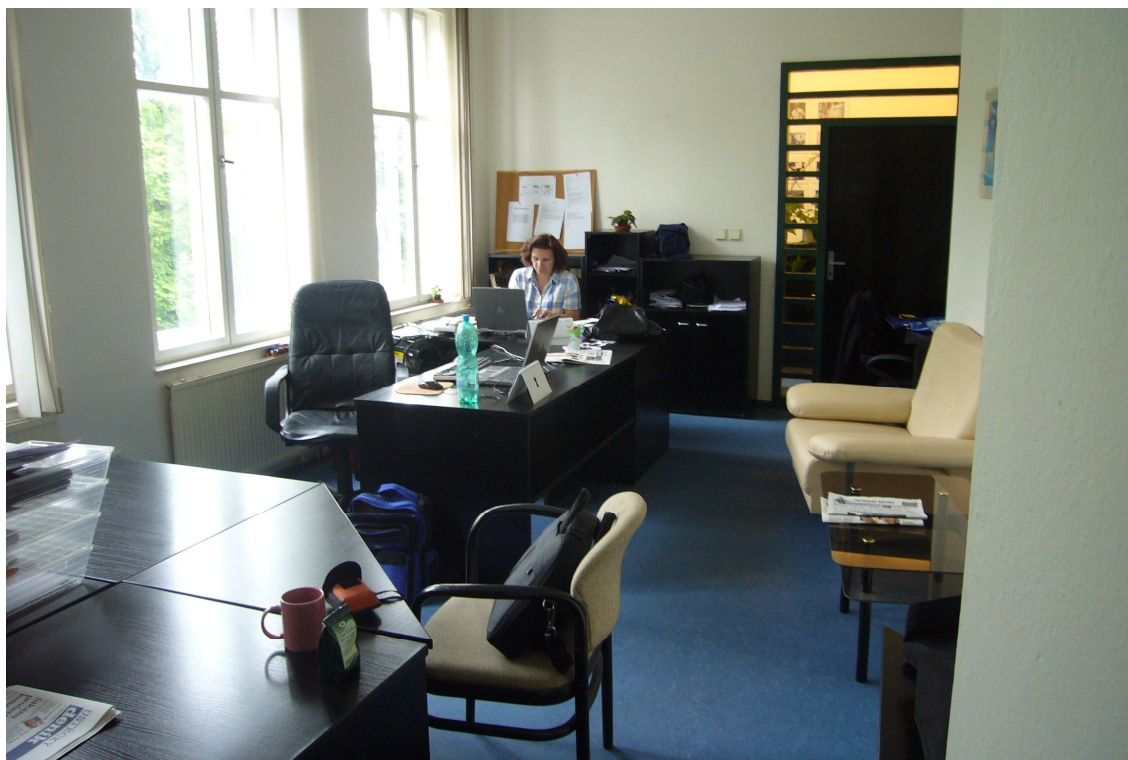
2.5		B, B, BC, A, B, C, C, A, A, A, C, B, C, B, C
2.6		B, B, A, B, A, A, B, A, A, B, A, B, A, A, B
3.1		D, D, B, A, B, A, A, A, AB, ABD, D, B, A, A, B
3.2		A, B, A, D, C, D, A, D, D, D, D, D, B, D, C, D
3.3		B, B, B, B, B, B, A, A, A, B, B, B, A, B, B, B
3.4		Dělník, policista, učitel, kněz, novinář, podnikatel, člen samosprávy Dělník, policista, učitel, kněz, novinář, podnikatel, člen samosprávy Dělník, kněz, policista, člen samosprávy, novinář, učitel Kněz, dělník, policista, člen samosprávy, podnikatel, novinář, učitel Kněz, dělník, člen samosprávy, učitel, novinář, policista, podnikatel Dělník, kněz, učitel, policista, novinář, člen samosprávy, podnikatel Dělník, podnikatel, učitel, novinář, kněz, policista, člen samosprávy Kněz, dělník, učitel, policista, novinář, člen samosprávy, podnikatel Policista, podnikatel, člen samosprávy, dělník, kněz, novinář, učitel Člen samosprávy, dělník, kněz, policista, novinář, učitel, podnikatel Dělník, policista, podnikatel, kněz, novinář, učitel, člen samosprávy Dělník, policista, kněz, novinář, podnikatel, učitel, člen samosprávy Dělník, kněz, novinář, člen samosprávy, policie, učitel, podnikatel
3.5		B, B, A, B, A, B, B, B, A, B, A, B, B, A, B, A
3.6		C, D, C, D, D, B, C, D, C, D, D, A, D, D, C
3.7		11, 10, 10, 14, 10, 9, 10, 10, x, 11, 11, 8, 10, 11, 8
3.8		B, B, B, B, B, B, B, B, B, B, B, B, A, B, B, B
3.9		A, G (časová náročnost), AE, AC, B, A, E, E, ABE, C, A, A, C, F, C
Věk		25, 29, 24, 51, 24, 33, 24, 44, 31, 35, 33, 54, 27, 37, 27, 34
Pohlaví		Ž, Ž, Ž, Ž, Ž, Ž, Ž, Ž, M, M, M, M, M, M, M, M
Vzdělání		Bakalář, střední s maturitou, střední, střední, střední, střední, vysoká škola – bakalář, vysoká škola, střední, střední, střední, vysokoškolské, vysokoškolské, střední, střední, střední

Příloha č. 3: Fotografie pořízené během předvýzkumu ve třech regionálních redakcích

Litoměřický deník



Ústecký deník



Mostecký deník



