

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií

Tereza Konečná

**Internetová podoba časopisu Reflex: Posun
v pojetí žurnalistické práce?**

Bakalářská práce

Praha 2013

Autor práce: **Tereza Konečná**

Vedoucí práce: **doc. PhDr. Barbora Osvaldová**

Rok obhajoby: 2013

Bibliografický záznam

KONEČNÁ, Tereza. *Internetová podoba časopisu Reflex: Posun v pojetí žurnalistické práce?* Praha, 2013. 97 s. Diplomová práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce doc. PhDr. Barbora Osvaldová

Abstrakt

Předkládaná bakalářská práce *Internetová podoba časopisu Reflex: Posun v pojetí žurnalistické práce?* si klade za cíl porovnání tištěné verze časopisu Reflex s její internetovou podobou.

Rešeršní část práce je rozčleněna do tří kapitol. První kapitola je věnována krátkému popisu historie týdeníku a současnému personálnímu složení redakce. Druhá kapitola je zaměřena na internetové vydání týdeníku a využívání nových médií redakcí časopisu Reflex. Třetí kapitola se zabývá budoucností internetu, s níž je úzce spjata budoucnost tištěných a internetových médií.

Výzkumná kapitola bakalářské práce je rozdělena na dvě části. První obsahuje komparaci tištěného a internetového obsahu týdeníku Reflex. Druhá se věnuje dotazníkovému šetření, které je zaměřeno na příjemce mediálních sdělení, tj. čtenáře časopisu Reflex. Příloha obsahuje rozhovor s Josefem Klímou, který podrobně dokresluje historii založení periodika.

Abstract

The goal of this Bachelor's dissertation named *Reflex Magazine Online: Progress in journalism?* is to compare the printed and the online version of Reflex magazine.

The first part of the thesis is divided into three chapters: in the first chapter, the history of Reflex magazine is described shortly as well as the important members of the editorial staff are named. The second chapter is focused on the online version of the

magazine, while the future of the Internet and new media are discussed in the third chapter.

The research part of this thesis is based on comparison of the online and printed content. Additionally, a public poll among the Reflex's readers was performed, which was focused on readers' perception of the printed and online version of the magazine.

The supplement includes an interview with Josef Klíma, where the history of founding is described in detail.

Klíčová slova

Internetová žurnalistika, týdeník, časopis Reflex, média, Reflex.cz, online

Keywords

Online journalism, magazine, Reflex Magazine, media, Reflex.cz

Rozsah práce: 72 027 znaků

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 1.1.2013

Tereza Konečná

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala doc. PhDr. Barboře Osvaldové za trpělivost a cenné rady. Rodině děkuji za podporu během studia.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Konečná Tereza

Razítko podatelny:

Imatrikulační ročník

diplomantky/diplomanta:

2010

E-mail diplomantky/diplomanta:

te.konecna@gmail.com

Studijní obor/forma studia:

kombinované

Předpokládaný název práce v češtině:

Internetová podoba časopisu Reflex. Posun v pojetí žurnalistické práce?

Předpokládaný název práce v angličtině:

Reflex Magazine Online. Progress in journalism?

Předpokládaný termín dokončení:

LS 2012/2013

Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce:

Ve své práci bych se ráda zaměřila na období 1 roku od nástupu Ivana Hamšíka do funkce šéfredaktora týdeníku Reflex. Budu sledovat, jak se za jeho působení posunulo či změnilo využívání nových médií v internetové podobě periodika. Po dobu 6 měsíců budu analyzovat mediální obsah tištěného časopisu Reflex a obsahu Reflex.cz. Jsou internetové články pouze překlopeny z tištěného Reflexu? Poskytuje Reflex.cz svým čtenářům více informací k daným tématům než tištěný Reflex? Mohou blogy redaktorů čtenářům nabídnout více pohledů na danou problematiku? A sledují čtenáři časopisu Reflex jeho internetovou podobu? V další části své práce se zaměřím na budoucnost online verze Reflex.cz. Bude se snažit redakce přitáhnout více čtenářů? Jakým způsobem je bude oslovovat? A je vůbec možné propojení publicistických článků s interaktivními vstupy, online přenosy apod.?

Předpokládaná struktura práce:

1. Úvod

Představení tématu, nastínění obsahu a cíl práce.

2. Reflex

Stručná historie časopisu Reflex i jeho současná podoba, přestavení redakce a nového šéfredaktora periodika, výsledky Media Projektu. Stoupá nebo klesá prodaný náklad?

3. Reflex.cz

Historie internetové verze časopisu a současná podoba redakce. Kolik redaktorů zpracovává internetový obsah? Kolik z těchto redaktorů dobrovolně bloguje na webových stránkách Reflexu? Jak se články tvoří? Koresponduje jejich obsah s obsahem tištěného Reflexu? Jaká je jejich čtenost?

4. Reflex.cz a jeho budoucnost

Použití nových technologií, změna vzhledu a obsahu online média, možnosti placeného přístupu

- Příloha práce bude obsahovat obsáhlý rozhovor se šéfredaktorem Reflexu

Ivanem Hamšíkem.

- Průzkum mezi pravidelnými čtenáři časopisu Reflex: Jak vnímají internetovou verzi časopisu? Využívají předplatitelé archiv článků na webových stránkách Reflex.cz?

Vymezení zpracovávaného materiálu:

tituly Reflex a Reflex.cz, 1 rok

Postup (technika) při zpracování materiálu:

analýza mediálního obsahu

dotazníkové šetření

Základní literatura:

OSVALDOVÁ, Barbora a Alice TEJKALOVÁ. *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky: proměny a perspektivy žurnalistiky v epoše digitálních médií aneb nová média teoreticky i prakticky*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2009, 195 s. ISBN 978-80-246-1684-1.

- Cílem monografie skládající se ze třinácti příspěvků je nejen poskytnout různé osobní pohledy na digitalizaci, internetizaci a nová média, ale i zachytit jejich historii a naznačit další možný vývoj.

ČERMÁK, Miloš. *Nikomu to neříkejte!, aneb, Proč píšu Internet s velkým písmenem na začátku*. 1. vyd. Praha: Extra Média, 2008, 171 s. ISBN 978-80-903994-6-4.

- Deset let píše Miloš Čermák týden co týden sloupky pro časopis Reflex, ve kterých reaguje na bouřlivý vývoj moderních informačních technologií - internetu, počítačů, mobilů apod. a na možnosti, ale i nástrahy, které nám přinášejí

BEDNÁŘ, Vojtěch. *Internetová publicistika*. 1.vyd. Praha: Grada, 2011, 210 s. ISBN 978-80-247-3452-1.

- Praktický průvodce pro publicisty přibližuje technické nástroje k publikování on-line a funkční a obchodní modely on-line médií

OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2011, 144 s. ISBN 978-80-246-1899-9

- Publikace obsahuje články různých autorů věnovaných fenoménu zpravodajství.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

- Výčet metod užívaných při výzkumu médií.

KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Přel. Š. Kudrnáčová, M. Šmíd. Praha: Karolinum, 1995, 307 s.

- Rozbor společenské role novinářů a masmédií.

MEYROWITZ, Joshua. *Všude a nikde: vliv elektronických médií na sociální chování*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2006, 341 s. ISBN 80-246-0905-3

- Klíčové dílo oborů mediálních studií a sociální psychologie.

TUŠER, Andrej. *Praktikum mediálnej tvorby*. 1. vyd. Bratislava: Eurokodex, 2010, 368 s.

ISBN 978-80-89447-16-9.

- Komplexní pohled na tvorbu obsahové a formální stránky médií.

Obsahy použity z mlp.cz

Diplomové práce k tématu :

LABANTOVÁ, Zuzana. *Mediální konvergence v prostředí internetu - sociodemografie publika a jeho kvantitativní výzkumy*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 2011. Vedoucí práce Jaroslav Švelch.

Datum / Podpis studenta/ky:

17.5.2012 Konečná

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

**Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga
pedagožky/pedagoga**

.....
Datum / Podpis

OBSAH

ÚVOD	10
1. REFLEX	11
1.1 ČASOPIS REFLEX A JEHO HISTORIE	11
1.2 ČASOPIS REFLEX A JEHO SOUČASNÁ PODOBA	13
1.2.1 Současná redakce časopisu Reflex	14
2. REFLEX.CZ	16
2.1 POČÁTKY INTERNETOVÉHO ZPRAVODAJSTVÍ	16
2.2 REDAKCE REFLEX.CZ	18
2.3 BLOG A REFLEX.CZ	19
2.4 TWITTER A REFLEX.CZ	20
2.5 SOCIÁLNÍ SÍTĚ A REFLEX.CZ	21
2.5.1 Facebook	21
2.5.2 Google	22
2.6 YOUTUBE A REFLEX.CZ	23
3. REFLEX.CZ A JEHO BUDOUCNOST	24
3.1 STRUČNÁ HISTORIE INTERNETU	24
3.2 WEB 3.0	27
3.3 BUDOUCNOST INTERNETOVÉ VERZE TÝDENÍKU REFLEX	28
4. VÝZKUMNÁ ČÁST	31
4.1 KVANTITATIVNÍ OBSAHOVÁ ANALÝZA	32
4.1.1 Hypotézy	32
4.1.2 Metodologie	32
4.1.3 Výsledky sběru dat	33
4.1.3.1 Tištěný vs. internetový obsah	33
4.1.3.2 Internetový obsah	37
4.1.4 Závěr	39
4.2 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ	40
4.2.1 Hypotézy	40
4.2.2 Metodologie	41
4.2.3 Výzkumný vzorek	41
4.2.4 Výsledky sběru dat	42
4.2.5 Závěr	44
ZÁVĚR	46
SUMMARY	49
POUŽITÁ LITERATURA	50
SEZNAM TABULEK A GRAFŮ	53
SEZNAM PŘÍLOH	54
PŘÍLOHY	55

Úvod

Téma své bakalářské práce *Internetová podoba časopisu Reflex. Posun v pojetí žurnalistické práce?* jsem si zvolila hned z několika důvodů. Prvním z těchto důvodů byla skutečnost, že se na jaře roku 2011 stal novým šéfredaktorem časopisu Reflex Ivan Hamšík. Ivan Hamšík ve společnosti Ringier Axel Springer CZ zastával funkci šéfredaktora online titulů a od roku 2010 ředitele digitálních médií. Zajímalo mě tedy, jak se tento fakt odrazil na vedení časopisu Reflex a zejména na jeho internetové verzi. Druhým důvodem, proč jsem se rozhodla zpracovat téma internetové podoby periodika, je skutečnost, že internet v dnešní době představuje jeden z nejdůležitějších komunikačních prostředků. A ačkoli internetové stránky časopisu Reflex.cz se v roce 2010 jako jediné probjovaly do finále soutěže Křišťálová lupa 2010 v kategorii Média – všeobecná¹, jejich obsah byl stále pouze tzv. shovelware² či nabízel placený elektronický přístup k tištěnému vydání. Svým čtenářům tak neposkytoval téměř žádnou přidanou hodnotu.

Rozhodla jsem se proto ve vymezeném období od 14.7.2011 – 14.8.2012 zaznamenat změny, které se v tištěné a internetové podobě periodika od nástupu nového šéfredaktora Ivana Hamšíka udály. Důležitá byla podrobná analýza periodika. Zvolila jsem tedy kvantitativní a kvalitativní mediální analýzu. Takto jsem zanalyzovala a porovнала celkem 973 tištěných článků a 835 online článků, které byly ve vymezeném období publikovány.

Součástí přílohy je obsáhlý rozhovor s Josefem Klímou, který blíže popisuje začátky týdeníku Reflex.

¹ REFLEX. Křišťálová Lupa 2010: Reflex.cz uspěl jako jediný web časopisu. [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.reflex.cz/clanek/dokument/39520/kristalova-lupa-2010-reflex-cz-uspel-jako-jediny-web-casopisu.html>

² Shovelware – překlápění obsahu z jednoho typu média do druhého. Použito z: ČUŘÍK, Jaroslav a Rudolf BURGR. *Nové trendy v médiích*. str. 12, Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 9788021058255

1. Reflex

1.1 Časopis Reflex a jeho historie

Společenský časopis Reflex byl založen v porevoluční náladě na konci roku 1989. První číslo nového společenského týdeníku Reflex vyšlo v úterý 3. dubna roku 1990. Jednalo se o první lifestyleový časopis svého druhu v České republice. Časopis společně založili Petr Hájek, Andrej Šťastný a Jiří Fleyberk. V tiráži prvního vydání najdeme taková jména, jakými jsou Adolf Born, Boleslav Polívka, Karol Kallay, Vladimír Bystrov, Josef Klíma, Jana Kasalová, Jan Jiráček a další. O výtvarnou stránku časopisu se staral dnes významný výtvarník Aleš Najbrt. Najbrt je také autorem dodnes používaného loga časopisu. (Reflex 1/1990)

„Trefným komentováním politických a společenských událostí, zajímavými reportážemi, rozhovory a oblíbenou rubrikou „Kauza“³ si Reflex brzo získal pověst atraktivního společenského týdeníku.“⁴

Petr Hájek se však společně s Jiřím Fleyberkem a ekonomickým náměstkem Rudolfem Stálichem rozhodl po třech letech časopis za ne úplně jasných podmínek prodat společnosti Ringier ČR, a.s.. Bohumil Pečinka ve svém článku okolnosti prodeje popisuje takto: *„Petr Hájek nikdy nebyl člověkem, jenž by u něčeho dlouho vydržel nebo něco systematicky řídil. Pro jeho povahu je typické, že se po hlavě vrhá do nových a nových projektů. Už po pár měsících mu byl prosperující Reflex málo. V rámci vydavatelství začíná vydávat desky rockových skupin, zakládá knižní edici a přivádí na svět časopisy typu léčitelsky orientované Regeny nebo pražských kulturních novin Pro. I to mu přestává stačit. V roce 1992 se pak rozhodl, že se stane mediálním magnátem typu Ruperta Murdocha, kterého vždycky obdivoval, a začal pracovat na projektu první soukromé televize, na jejíž licenci (později ji získala TV Nova) bylo tehdy vypsáno výběrové řízení.“*

³ Pozn. autorky: Rubrika se v současnosti jmenuje Causa.

⁴ Martina Vojtěchovská, Jan Jiráček: České týdeníky dnes: Je důvod k radosti?, časopis *Přítomnost* jaro/2005, str. 49-51, ISSN: 1213-0133

Taková akce předpokládala investice v řádu stamiliónů korun, takže se potřeboval spojit s velkým investorem. Tím byla tehdejší podnikatelská hvězda a později člověk na útěku před zákonem Alexander Komanický. Namísto akciové společnosti Reflex vznikl holding, kam Hájek se dvěma společníky dali jako podíl společenský týdeník Reflex. Když pak na podzim 1992 vyhrála výběrové řízení na novou televizi skupina kolem Vladimíra Železného, došlo k roztržce mezi Hájkem a Alexandrem Komanickým a Reflex byl prodán zahraničním vlastníkům. Dnes už těžko dohledáme, jestli to bylo s Hájkovým svolením, anebo, jak dnes tvrdí, proti jeho vůli kvůli špatně napsané smlouvě.“⁵

Po odchodu Petra Hájka z redakce týdeník krátce vedl Radek Bajgar, který však brzy časopis opustil a stal se šéfem publicistiky na nově založené soukromé televizi Nova. V roce 1993 proto vedení periodika předal Zdeňku Čechovi. Ten časopis vedl do roku 1995. Za jeho působení v tiráži najdeme tato jména: Zástupci šéfredaktora byli Petr Bílek a Martin Vacek. Kulturní rubriku tvořil Tomáš Baldýnský, Jan Lacina, Tomáš Pospiszyl, Jiří Rulf a vedl ji Milan Tesař. O publicistiku se staral Jan Zvelebil, Miloš Čermák, Marta Fenclová, Alena Ježková, Pavel Kovář, Jiří Lacina a Stanislav Motl. Reportáže psali Tomáš Feřtek, Jiří X. Doležal, Jana Kasalová, František Růžička, Radovan Slánský a Pavel Vondráček. Politické dění komentovali Bohumil Pečinka a Dan Hrubý. Art direktorem periodika byl Jan Gebler. (Reflex 49/1994)

Zdeňka Čecha v roce 1995 střídá jeho tehdejší zástupce Petr Bílek. Ten se stává jednoznačně nejvýznamnějším šéfredaktorem týdeníku, protože mu jeho tvář udával přes 13 let. Za jeho působení se v redakci vystřídali tito významní redaktori: Jan Potůček, Michal Komárek, Petra Konrádová a Ondřej Formánek. (Reflex 01/2004 – 20/2007)

⁵PEČINKA, Bohumil. *Petr Hájek*. [online]. 2011, č. 34 [cit. 2012-11-03]. Dostupné z: <http://www.reflex.cz/clanek/placena-zona-causy/43045/petr-hajek.html>

Petra Bílka po 13 letech ve funkci v polovině roku 2008 nahradil Pavel Šafr. Pavel Šafr vedení časopisu zahájil dne 3.7.2008, ten rok 27. číslem, který čtenáře přivítal poněkud těžkopádným editorialem a u odborné veřejnosti vzbudil pochybnosti, zda úroveň časopisu udrží.⁶ (Reflex 27/2008). Petr Bílek v redakci dál zůstával na pozici Senior editora. Do ledna roku 2010 psal své tradiční sloupky *Osmý den Petra Bílka*. (Reflex 4/2010)

Na konci roku 2008 byla redakce Reflexu téměř ve stejném složení, jako před příchodem Pavla Šafra do vedení týdeníku. Post zástupce šéfredaktora zastával Dan Hrubý, hlavního editora Marek Stoniš. Vedoucími vydání byli Pavel Taněv a Iva Ženková. Reportáže psali Marek Hudema, Jiří X. Doležal, Jan Gerbert, Lucie Tomanová, Petr Holec a Pavel Kovář. Komentátore psal Bohumil Pečinka a rubriku *Reflexe* Olga Myslivečková. O kulturní články se staral Milan Tesař, Matěj Bartošek, Honza Dědek, Ondřej Formánek a Petr Volf. Art directorem časopisu byl Marek Pistora a fotografie do časopisu dodávali Jan Šibík, Tomáš Tesař, Tomáš Třeštík a Klára Barnová. (Reflex 52/2008)

1.2 Časopis Reflex a jeho současná podoba

Od doby, kdy týdeník Reflex na českém mediálním trhu začínal jako nezávislý časopis, se změnilo mnohé. Dá se říci, že s původním alternativním periodikem, kterým v začátcích byl, ho již příliš věcí nespojuje. Obsahová stránka se změnila zcela, jen rubriky *Causa* a *Labyrint kultury* zůstaly. Také v tiráži časopisu najdeme pár jmen redaktorů, kteří v periodiku pracují od jeho počátku.

Časopis Reflex je vydáván s týdenní periodicitou, podobně jako politické nebo ekonomické týdeníky. A přestože se Reflex o politických a ekonomických tématech často zmiňuje, sám sebe označuje za časopis společenský. Svoji přímou konkurenci ovšem mezi společenskými periodiky příliš nenachází.

⁶Objevilo se více kritických článků, jako příklad uvedu: DREXLER, Otto. Šafr a Reflex: „dává to smysl?“. *Britské listy* [online]. 18.7.2008 [cit. 2012-12-07]. Dostupné z: <http://blisty.cz/art/41691.html>

Od roku 2011 ho proto společnost Median ve svém Media Projektu zařadila do sledované kategorie Zpravodajské týdeníky – celostátní. Za oficiální konkurenty tedy můžeme považovat časopisy Týden a Respekt. Z výsledné zprávy Media Projektu za rok 2011 jasně vyplývá, že Reflex v dané kategorii dominuje. Průměrný prodaný náklad v roce 2011 byl 61 613 výtisků, čtenost dosáhla čísla 297 000. Časopis Týden měl prodaný náklad 36 279, čtenost 174 000. Respekt na tom byl obdobně, prodaný náklad byl 33 674, čtenost 114 000. První polovina roku 2012 přinesla nižší čísla prodaného nákladu a vyšší čtenost. Průměrný prodaný náklad časopisu Reflex za 1. a 2. kvartál roku 2012 činil 57 386 a čtenost stoupla na 310 000. Respekt na tom byl podobně. Za prvních šest měsíců roku 2012 získal průměrný prodaný náklad 32 559 a jeho čtenost dosáhla 145 000. Naproti tomu Týden si polepšil v prodaném nákladu i čtenosti. Celkem 41 566 prodaných kusů mu zajistilo čtenost 162 000.⁷ Mohu jen předpokládat, že za nižší prodejností Respektu a Reflexu stojí zhoršení životní úrovně českých domácností. Vyšší čtenost i prodejnost periodika Týden může být způsobena změnami, ke kterým došlo po prodeji časopisu společnosti Empresa media na podzim roku 2011.⁸

1.2.1 Současná redakce časopisu Reflex

V současnosti redakci řídí Ivan Hamšík, který do funkce nastoupil v červenci 2011. Ivan Hamšík před svým nástupem do čela redakce zastával post ředitele digitálních médií společnosti Ringier Axel Springer CZ. Pavel Šafr mu vedení předal ve svém posledním editoriale slovy: „*Ivan Hamšík je chytřejší a sečtější než já. Ale v jedné věci je stejný jako já. Ta chuť dobrat se k pravdě, i kdyby čert na koze jezdil, je v něm rovněž jako v koze.*“⁹

Pod vedením Ivana Hamšíka nyní pracuje 31 členů redakce.¹⁰ Mezi nejvýznamnější osobnosti redakce patří beze sporu zástupce šéfredaktora Jaroslav Plesl. Ten do Reflexu přišel na jaře roku 2012 z Hospodářských novin. Znáť ho také můžeme jako zástupce šéfredaktora Lidových novin.

⁷ Údaje použity ze stránek Median.cz a výročních zpráv Media Projektu za rok 2011 a 2012.

⁸ VLK. *Časopisy Týden a Mladý svět kupuje Jaromír Soukup. Vydavatelem zůstane Pawlowski.* [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-53058360-casopisy-tyden-a-mlady-svet-kupuje-jaromir-soukup-vydavatelem-zustane-pawlowski>

⁹ Reflex 27/2011

¹⁰ Údaje jsou k datu 10.11.2012.

Další výraznou postavou periodika je komentátor Bohumil Pečinka, který pro Reflex s přestávkami píše od roku 1990. Zajisté nejkontroverznější osobností časopisu je Jiří X. Doležal. JXD pro Reflex píše od roku 1991 a veřejnosti je známý jako vášnivý sběratel trilobitů a propagátor marihuany. Kromě provokativních témat jako jsou drogy, píše také o lidských příbězích a bezpráví. Mezi čtenáři týdeníku svými reportážemi pravidelně budí vášně. Je mnoho těch, kteří právě kvůli jeho působení v periodiku přestali časopis číst. Nesporné ale je, že právě jeho články patří k nejčtenějším a v online verzi k „nejlikovanějším“.¹¹

Mezi další významné redaktory patří Miroslav Cvrček, který se věnuje zejména ekonomickým tématům. Petr Holec, který je v Reflexu od roku 2001, pravidelně přispívá články o politice a mediální tematice. Píše hodně subjektivní texty.

O kulturní rubriku se stará Milan Tesař. Mezi její redaktorky patří Kateřina Kadlecová, která se specializuje na literaturu a Tereza Spáčilová, která píše o filmech. Kultuře se také věnuje Luděk Staněk, píše však o různorodých tématech, mezi nimiž výjimkou nejsou ani nové technologie a média. Petr Volf je dalším důležitým členem redakce, jehož příspěvky se objevovaly již v prvních číslech periodika. Také psychologické články Cyrila Höschla jsou u čtenářů velmi oblíbené.

O chod internetové verze časopisu a rubriku *Internet* se do konce října roku 2012 staral vedoucí online vydání Miloš Čermák. Miloš Čermák pro Reflex publikoval s přestávkami již od počátku 90. let. Jeho články se týkaly zejména nových technologií. Tímto tématem se zabývá také Adam Javůrek, který často píše o nových médiích, sociálních sítích a dalších novinkách, které v technologiích vznikají.

Výrazné změny se také dočkala grafická stránka časopisu. Ivan Hamšík do Reflexu přivedl na pozici art directora grafika a fotografa Roberta V. Nováka. Úspěšný fotografický tým Jana Šibíka, Stanislava Krupaře a Tomáše Tesaře na jaře roku 2012 doplnila také Nguyen Phuong Thao, trojnásobná držitelka ceny Czech Press Photo.¹²

¹¹ Tlačítko „Like“ na sociálních sítích s internetových stránkách nabízí uživatelům možnost vyjádřit svoje sympatie, popř. souhlas s daným obsahem. Na některých sociálních sítích (např. Facebook) tlačítko Like také umožňuje další sledování obsahu, které autor a ostatní uživatelé k danému příspěvku či stránce přidají.

¹² *Reflex vítá významné posily: Jaroslava Plesla, Roberta V. Nováka a Nguyen Phuong Thao.* [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.ringieraxelspringer.cz/reflex-vita-vyznamne-posily-jaroslava-plesla-roberta-v-novaka-nguyen-phuong-thao-a>

2. Reflex.cz

Časopis Reflex se rozhodl zprovoznit internetovou verzi časopisu Reflex.cz v roce 1999. Od té doby však došlo k řadě změn a současná verze stránek je v provozu od 1.3.2010, kdy došlo k nejvýraznější změně – částečnému zpoplatnění internetového obsahu.

2.1 Počátky internetového zpravodajství

První české internetové zpravodajství se začíná objevovat v druhé polovině 90. let. Průkopníkem je, dnes už internetová legenda, Ondřej Neff se svým Neviditelným psem. A ačkoli od tohoto počátku české online žurnalistiky uplynulo mnoho let, ještě nedávno česká vydavatelství nevěděla, jak možnosti, které online publikování nabízí, řádně využít. Ze zkušenosti vím, že obsah online zpravodajství se tvořil zejména přepisováním agenturních zpráv a doslovným překlápením tištěného obsahu na internet.

„V roce 2010 neexistovala přesná hranice mezi „internetovou“ a „tradiční“ žurnalistikou. Mnoho žurnalistů publikuje jak v tradičních médiích, tak i v takzvané nových. Proto se odpovídajícím způsobem mění i styl a organizace práce. V novinách i v televizních redakcích se emancipuje vytváření online obsahu. Donedávna bylo spíše doplňkem, nyní je považováno za rovnocennou součást produkce daného média.“¹³

Na konci roku 2009 se proto začínají ozývat první hlasy, že je třeba internetový obsah zpoplatnit. Jako první tento nápad do praxe zavedl mediální magnát Rupert Murdoch. Od počátku roku 2010 zpoplatnil online obsah populárních periodik The Times a The Sunday Times. Za 2£ týdně měli čtenáři přístup k veškerému obsahu, který tyto stránky nabízely.¹⁴

V České republice se k tomuto kroku jako první odhodlala společnost Ringier Axel Springer CZ, která se rozhodla od 1.3.2010 rozdělit internetové stránky Reflex.cz na placenou a neplacenou zónu.

¹³ ČERMÁK, Miloš. Zpravodajství na internetu. In: OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích.*, str. 52, 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 9788024618999

¹⁴ BURREL, IAN. *Murdoch launches the debate: will we pay for news on the net?*. [online]. [cit. 2012-12-05].

Dostupné z: <http://www.independent.co.uk/news/media/online/murdoch-launches-the-debate-will-we-pay-for-news-on-the-net-1928751.html>

Za zpoplatněním online obsahu týdeníku stál právě v té době ředitel internetové divize vydavatelství Ivan Hamšík. „*Reflex má obsah, který se těžko najde na internetu, není to zpravodajství, je něčím unikátní,*“ sdělil na konferenci Forum Media 2009, proč právě Reflex bude prvním zpoplatněným titulem vydavatelství.¹⁵

V současnosti tak Reflex nabízí dvě varianty předplatného placené zóny. Za 1 596 Kč získá čtenář přístup na 1 rok, za 50 Kč přístup týdní.¹⁶ Placená zóna obsahuje archiv všech čísel časopisu od roku 2001, které si čtenáři mohou prohlédnout ve Flash prohlížeče tištěných médií. Pokud jim tento způsob čtení nevyhovuje, pak si články mohou přečíst celé v online podobě. Aktuální číslo je vždy v den vydání na internetu k dispozici. Původní myšlenkou bylo, že pouze předplatitelé internetové verze budou mít možnost přístupu a přidávání příspěvků do diskusí pod články. Nyní však tuto možnost má každý, kdo má založený účet na sociální síti Facebook. Uživatelé Facebooku také mohou u článků vyjádřit svoji podporu, souhlas či nadšení přidáním svého „like“.

Archiv tištěných čísel však není jediným obsahem stránek Reflex.cz. Internetová verze nabízí všem na stránky přichozím 5 oddílů, ve kterých jsou publikovány články různého zaměření. Rubriky *Zprávy* a *Názory* přináší články na aktuální tuzemská i zahraniční témata, zajímavé rozhovory nebo seriály či výzvy Reflexu. Poměrně nová rubrika *Lajk!*¹⁷ obsahuje články o žhavých hi-tech novinkách, netradičních výtvarných projektech, ale také se zde objevují různě kontroverzní videa. Podrobněji se těmto oddílům budu věnovat ve výzkumné části práce.

Zajímavá je také rubrika *Cykloklub X*¹⁸, která funguje teprve od poloviny roku 2012. Najdeme zde články o cyklistice, ale také podrobně zpracovanou mapu s typy na cyklovýlety. Ke každé cyklotrase jsou uvedeny důležité informace, např. délka a náročnost trasy a typ kola, pro které je trasa určena.

¹⁵ AUST, Ondřej. *Ringier příští rok na internetu zpoplatní časopis Reflex*. [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.aust.cz/2009-11-05/ringier-pristi-rok-na-internetu-zpoplatni-casopis-reflex/>

¹⁶ Reflex.cz k datu 10.11.2012.

¹⁷ Rubrika *Lajk!* na stránkách Reflex.cz vznikla 1.8.2011.

¹⁸ Údaje k datu 27.10.2012. V průběhu listopadu 2012 byla rubrika zrušena.

Další online rubrikou je *Akty X 2012*. Celá tato rubrika je věnována soutěži Akty X 2012. V této sekci je možné přihlásit fotografie do soutěže, prohlížet si soutěžní snímky a hlasovat. Tato rubrika také nabízí přístup do archivu soutěže od roku 2009.

Poslední internetovou částí jsou *Duely*, které ve své podstatě ani rubrikou nejsou. *Duely* totiž umožňují vyjádřit čtenářům názor na otázky typu „Kterou knihu radši nenecháte na stolku v obýváku?“ nebo „S kým je lepší uvíznout ve výtahu“.¹⁹

2.2 Redakce Reflex.cz

V tiráži periodika je uvedeno, že oficiální redakci internetové verze časopisu tvoří pouze Miloš Čermák, Pavel Poslušný a Adam Javůrek. (Reflex 1/2012). Na konci roku 2012 internetovou redakci však opustil Miloš Čermák i Adam Javůrek. V současnosti proto obsah tvoří pouze Pavel Poslušný.

Pro internetovou verzi píše také Jiří X. Doležal, Petr Holec, Miroslav Cvrček, Steve Fisher, Luděk Staněk, Petr Vnouček, Kateřina Kadlecová, Milan Tesař, Petr Kolář, Bohumil Doležal, Tomáš Tesař, Jan A. Novák, Makéta Lukášková, Tereza Spáčilová a další. Všichni přispěvatelé jsou uvedeni v kolonce *Autoři*. Redaktoři online verze nepracují ve společné redakci s redaktory tištěné verze, ačkoli pro ni také píše články. Pod internetovou verzí týdeníku publikuje své příspěvky i řada externích autorů, kteří se vždy věnují aktuálním tématům ze svého oboru. Jako příklad můžeme uvést biologa Radka Johna či grafika Pavla Beneše.

Obsah internetových stránek není jednotný, protože výběr materiálů nemá koncepci a spíše se jedná, slovy Bohumila Pečinky, o odpadkový koš Reflexu. Tj. „Co se nevešlo do tištěné verze, popř. nesplňovalo kvalitu tištěné verze, se publikuje na internetu.“

¹⁹ Reflex.cz k datu 10.11.2012

2.3 *Blog a Reflex.cz*

V dnešní době blogy pro spoustu lidí představují nedílnou součást jejich sociálního života. Blogy²⁰ každému z nás nabízejí možnost stát se webovým žurnalistou, který může psát kdykoli cokoli. Nezáleží na vědomostech či literárních schopnostech. Stačí mít jen počítač a dobré připojení k internetu a příspěvky na různorodá témata od nových technologií, přes módu či politiku po krmení pro rybičky si v blogosféře hledají své čtenáře.

Zlomem se stal nástup blogovacích systémů LiveJournal nebo Blogger.com v roce 1999. V Česku byl prvním takovým blogovacím systémem Bloguje.cz. Poprvé se slovo blog objevilo v českém tisku v lednu 2002. Bylo to v článku, který pro časopis Reflex napsal Miloš Čermák. V roce 2002 se však ještě o žádnou blogománii nejednalo. Až v roce 2007 se slovo blog vyskytovalo podle monitoringu firmy Newton Media ve zhruba třech tisících článků či příspěvků.²¹

„V českých tradičních médiích však k blogům dlouho panoval velmi vlažný, až lhostejný vztah. V Česku si blogy zakládá jen minimum novinářů. Do určité míry je to celkem dobrá vizička pro média jako celek: ve většině z nich se zaměstnanci cítí do takové míry svobodní, že nemají potřebu publikovat žádné další texty mimo svá média. Může to být ovšem částečně i tím, že jsou tak vytíženi, že k dalšímu psaní nemají chuť.“²²

²⁰ Pojem Weblog (zkráceně Blog) je zkratka z anglického web logging = doslova: psaní záznamů na www. Jedná se o vedení deníkových zápisků (tzv. blogů) na www-stránce. Autoři do blogů zapisují své postřehy, úvahy a komentáře k aktuálnímu dění. Použito z: OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007, 263 s. ISBN 978-807-2772-667.

²¹ ČERMÁK, Miloš. Blogosféra: Rezervace šelem, anebo krásný nový svět?. In: FORET, Martin. *Média dnes: reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008, s. 339-400. Sborníky-UPmedia. ISBN 978-802-4420-233.

²² ČERMÁK, Miloš. Blogosféra: Rezervace šelem, anebo krásný nový svět?. In: FORET, Martin. *Média dnes: reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008, s. 339-400. Sborníky-UPmedia. ISBN 978-802-4420-233

Česká média na své internetové stránky blogy začínají umisťovat teprve v roce 2006, kdy přebírají vyzkoušený redakční blogovací systém vyvinutý slovenským deníkem Sme.²³ Tyto blogy dnes používají vydavatelství Economia (iHned.cz, Respekt), Mafra (iDnes., Lidovky.cz) a Vltava Labe Press (Denik.cz). Další blogovací službu nabízí server Aktuálně.cz.

Vydavatelství Ringier Axel Springer CZ možnost blogování nezavedlo u žádného ze svých titulů. Výjimkou proto není ani časopis Reflex. Přesto si myslím, že nelze říci, že by Reflex.cz možnosti blogování nevyužíval. Samotná redakce časopisu Reflex pravidelně přidává příspěvky na mikroblogovací sociální síti Twitter²⁴. Také příspěvky Petra Holce a Jana Jandourka v internetové rubrice *Názory* jsou subjektivním laděním nápadně podobné blogerským příspěvkům. V průběhu roku 2011 se na stránkách Reflex.cz objevovaly také videoblogy s názvem *Joint Jiřího X. Doležala*. Tato videa byla publikována na Youtube a Jiří X. Doležal na nich během večerního kouření marihuany promlouval k čtenářům na různá témata, od politických otázek, až po jeho vlastní závislosti. Poslední videoblog se však objevil 24.10.2011 a od té doby redakce nic podobného nenatočila.

2.4 Twitter a Reflex.cz

Mikroblogovací systémy svým uživatelům nabízejí specifický formát online služeb. Uživatelé těchto systémů nepublikují své texty na různá témata jako u blogů, ale sdílejí mezi sebou krátká komunikační sdělení. Nejznámější mikroblogovací síti je výše zmíněný Twitter, který svým uživatelům přesně vymezuje maximální délku textu 140 znaků. Funguje na principu následovaných a následujících. Každý uživatel Twitteru může následovat kteréhokoli jiného uživatele, jehož příspěvky se mu líbí či ho zajímají. A on sám může mít spoustu následujících, tzv. followers, kteří budou pravidelně odebírat jeho příspěvky.

²³ ČERMÁK, Miloš. Blogosféra: Rezervace šelem, anebo krásný nový svět?. In: FORET, Martin. *Média dnes: reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008, s. 339-400. Sborníky-UPmedia. ISBN 978-802-4420-233

²⁴ Twitter založil v roce 2006 Jack Dorsey. (http://profilerehab.com/twitter-help/history_of_twitter)

Twitter také umožňuje sdílení fotografií, videí a rozhovorů.²⁵ Svě „tweety“ na Twitteru publikuje řada celebrit, významných firem i vydavatelství. Díky Twitteru mohou média jako první svým čtenářům sdělit žhavé novinky a odkazovat je na své články. Krátká sdělení nezaberou novinářům příliš času, takže mohou denně publikovat velké množství aktuálních příspěvků. Pro online redakce je důležitá také dvousměrnost komunikace, kdy čtenáři mohou na jejich příspěvky reagovat, mezi sebou je sdílet a dále tak šířit povědomí o periodiku. Twitter se dá také použít k anketám, výzkumům veřejného mínění, ale také k různým marketingovým a PR akcím.

Právě redakce Reflexu je na síti Twitter ze všech českých médií nejaktivnější. Samotná redakce má na Twitteru svůj vlastní profil a pod hlavičkou časopisu „tweetují“ i její redaktoři. Na Twitteru proto můžeme sledovat příspěvky Jaroslava Plesla, Miloše Čermáka, Miroslava Cvrčka, Jana Šibíka, Ludka Staňka a Jiřího X. Doležala.²⁶ První tweet týdeníku byl publikován 17.3.2011 a od té doby redakce publikovala 669 tweetů, díky kterým získala 2 788 následovníků, tzv. followers.²⁷

2.5 Sociální síť a Reflex.cz

2.5.1 Facebook

Server Facebook je v současné době nejvyužívanější sociální síť na světě. V České republice jeho obliba stále stoupá, v lednu 2012 bylo na Facebooku zaregistrováno 3 552 000 tisíc českých uživatelů.²⁸ Zjednodušeně řečeno Facebook slouží k propojení uživatelů a usnadňuje jejich vzájemnou komunikaci. Lidé mezi sebou mohou sdílet důležité informace, významná životní data, fotografie, videa, oblíbené odkazy a mnoho dalšího.

²⁵ Twitter.com

²⁶ https://twitter.com/Reflex_cz/reflex-na-twitteru/members

²⁷ K datu 10.11.2012

²⁸ Použito dne 1.12.2012 z:

[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/uzivatele_facebooku_mezinarodni_srovnani/\\$File/facebook_web.xls](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/uzivatele_facebooku_mezinarodni_srovnani/$File/facebook_web.xls)

Uživatelé mají možnosti přidáním svého „Like“ či „To se mi líbí“ vyjádřit podporu různým zájmovým skupinám, oblíbeným věcem i firmám. Tyto subjekty jsou na Facebooku prezentovány jako Stránky nebo Skupiny, ke kterým se lidé mohou přidat. Pokud má daná stránka hodně „Like“ navyšuje svoji hodnotu a prestiž. S danými skupinami a stránkami se dá také obchodovat. Potenciálů sdílení využívají PR firmy svými virálními videi. Facebook je proto ideálním místem k sebezprezentaci jakéhokoli komerčního či nekomerčního subjektu a tohoto potenciálu hojně využívají i mediální společnosti. Facebook proto k sebezprezentaci a publikaci svých komunikátů láká internetová i tradiční média. Umožňuje jim totiž navázání bližšího vztahu se čtenáři a získání jejich zpětné vazby. Právě Facebook dokáže na internetové stránky periodik díky „prolinkování“ či sdílení mezi uživateli přivést další skupinu potenciálních čtenářů.

Časopis Reflex se na Facebook přidal 9. listopadu 2008 a pravidelné příspěvky začala redakce publikovat od roku 2010. V současnosti má facebooková stránka *Časopis Reflex* 46 159 fanoušků.²⁹ Reflex tento profil používá k publikování různých upoutávek na tištěné články, sdílení zajímavých videí a fotografií. Touto cestou také oslovuje své čtenáře různými výzvami k zapojení se do anket, soutěží apod.

2.5.2 Google+

Další sociální síť, na které časopis Reflex oslovuje své příznivce a čtenáře, je Google +. Jedná se o mladou sociální síť, která na trh byla uvedena 28.6.2011. Podle údajů z roku 2011 tato sociální síť dosáhla brzy po svém uvedení 18 milionů uživatelů celosvětově. Podle odhadu Tomáše Veleckého z poloviny roku 2011 byl počet českých uživatelů okolo 43 000.³⁰ Týdeník na této síti získal 205 followers, kteří pravidelně odebírají jeho obsah.³¹

²⁹ Údaje k datu 10.11.2012 dostupné z <https://www.facebook.com/reflexcz>

³⁰ DOČEKAL, Daniel. *Google+ dosáhl 18 milionů uživatelů, v ČR přesáhl 43 tisíc.* [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.justit.cz/wordpress/2011/07/20/google-dosahl-18-milionu-uzivatelu-v-cechah-presahl-43-tisic/>

³¹ Údaje k 10.11.2012 dostupné z <https://plus.google.com/>.

2.6 YouTube a Reflex.cz

YouTube je v současnosti nejčastěji navštěvovaný portál nabízející video obsah. Ondřej Voců ve své práci uvádí, že v roce 2011 portál zveřejňoval 150 milionů videí. A každý den si uživatelé přehráli více jak 2 miliardy video obsahu.³²

YouTube je unikátní prostor pro sdílení různého audiovizuálního obsahu mezi uživateli navzájem. Nalezneme zde záznamy různých přednášek, koncertů či konferencí. Sledovat můžeme celé filmy, televizní pořady a hudební videa. Výjimkou nejsou ani online přenosy největších hudebních festivalů nebo koncertů.

Tohoto potenciálu využil i časopis Reflex a v roce 2009 si založil vlastní profil. Na tomto portálu pravidelně přidává příspěvky a za dobu svého působení nahrál celkem 82 videí a získal tak 394 odběratelů. Do dnešního dne byla videa týdeníku Reflex přehrána celkem 896 818krát. Reflex ve spolupráci s HBO připravil několik dílů stand-up show *Na Stojáka*, které jsou volně ke zhlédnutí na YouTube profilu týdeníku. Zde také najdeme videodeník Jiřího X. Doležala *JOINT J.X.D.* či Luděk Staňka, který ve svém pořadu s názvem *Reflexor* informoval o dění na Mezinárodním filmovém festivalu v Karlových Varech. Redakce na profilu publikuje další videa, která se týkají vzniku reportáží, politického dění a dalších zajímavých a kontroverzních témat.

³² Server YouTube byl založen na konci roku 2005 Jawedem Karim, Chadem Hurleyem a Stevem Chenem. (Použito z : VOCŮ, Ondřej. *Když se řekne YouTube...* [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.ikaros.cz/kdyz-se-rekne-youtube>)

3. Reflex.cz a jeho budoucnost

3.1 Stručná historie internetu

Po vzniku prvních komerčně využívaných osobních počítačů byl velkým zlomem v rozvoji výpočetní techniky nástup internetu. Jeho předchůdcem byla první počítačová síť na světě pojmenovaná ARPANet, která vznikla v roce 1965 v USA. V dubnu 1970 byl provoz ARPANetu oficiálně zahájen 19 připojenými počítači. Komunikace probíhala díky přenosovému protokolu nazvanému NTP.

Brzy se však ukázalo, že NTP není schopen vyhovět všem požadavkům a bylo zapotřebí nové přenosové technologie.³³ „*Information Processing Techniques Office v rámci ARPA proto uvedl roku 1973 v život „Internet Program“ s cílem vypracovat jednotný komunikační protokol, který měl zajistit spolupráci nejrůznějších sítí. Výsledkem byl vznik „Transmission Control Protocol“ (TCP), který se neměl starat jen o přenos paketů, ale byl zodpovědný i za adresování v síti. Roku 1980 byl pro adresování zaveden nový protokol – výkonnější „Internet Protocol“ (IP). Brzy se ustálil v důsledku dohod akronym TCP/IP, stejně jako byl běžný pojem „internet“ pro sadu sítí.*“³⁴

Následuje velmi rychlý vývoj technologií. V roce 1976 společnost *Computer Corporation of America* vytvořila komerční softwarový balíček COMET, který uživatelům nabízel první možnosti elektronické pošty. Vznikají první chaty a uživatelské nástěnky. V roce 1990 byl Angličanem Timem Bernesem Leem a Francouzem Robertem Cailliaua vynalezen programovací jazyk HTML. Ti také vymysleli protokol HTTP a WorldWideWeb. Díky tomu na konci roku 1990 spustili první web na světě s názvem info.cern.ch.³⁵

³³ NAUMANN, Friedrich. *Dějiny informatiky: od abaku k internetu*. Vyd. 1. Překlad Michaela Voltrová. Praha: Academia, 2009, 422 s. Galileo, sv. 40. ISBN 978-802-0017-307

³⁴ NAUMANN, Friedrich. *Dějiny informatiky: od abaku k internetu*. Vyd. 1. Překlad Michaela Voltrová. Praha: Academia, 2009, 422 s. Galileo, sv. 40. ISBN 978-802-0017-307

³⁵ NAUMANN, Friedrich. *Dějiny informatiky: od abaku k internetu*. Vyd. 1. Překlad Michaela Voltrová. Praha: Academia, 2009, 422 s. Galileo, sv. 40. ISBN 978-802-0017-30

Marc Andreessen a Eric Bina vytvořili MOSAIC, první globální uživatelské rozhraní, které uživatelům umožňovalo vyhledávání dokumentů na internetu.³⁶

„V roce 1995 se prosazuje WWW na široké frontě a stává se nejdůležitější službou internetu, neboť firma Netscape s produktem Navigator 2.0 a firma Microsoft s Internet Explorer 2.0 poskytly nástroje, které stále více využívaly potenciál sítě.“³⁷

Období počátku 90. let bylo dobou vzniku hyperlinků, fulltextového vyhledávání, katalogové řazení, internetové bankovníctví a dalších nových technologií. Firmy začaly naplno využívat komerční potenciál internetu a objevuje se první internetová reklama. Mnoho firem využívá finanční sílu svých domén a vzniká nový druh internetového obchodování. Toto období bývá nazýváno tzv. internetovou horečkou, která však byla ukončena již v roce 2000, kdy se velkým internetovým firmám nezdařil nástup na burzu a jejich akcie rychle ztratily svoji hodnotu. Tato událost bývá často nazývána jako tzv. pád dot.com.³⁸

Za pomyslným „znovuzrozením“ internetu stojí koncept Webu 2.0.³⁹, který uživatelům internetu nabídnul nové a ještě lepší možnosti využívání jeho služeb. Síla spočívala v dobře strukturovaném obsahu a přehlednějším způsobu podání informací. Obyčejní lidé nyní měli možnost podílet se na tvorbě internetového obsahu díky otevřeným softwarovým nástrojům, jakými jsou open software či open source.⁴⁰

³⁶ NAUMANN, Friedrich. *Dějiny informatiky: od abaku k internetu*. Vyd. 1. Překlad Michaela Voltrová. Praha: Academia, 2009, 422 s. Galileo, sv. 40. ISBN 978-802-0017-307

³⁷ NAUMANN, Friedrich. *Dějiny informatiky: od abaku k internetu*. Vyd. 1. Překlad Michaela Voltrová. Praha: Academia, 2009, 422 s. Galileo, sv. 40. ISBN 978-802-0017-307

³⁸Za „dotcoms“ bývají označovány firmy, které internet využívají výhradně jako místo svého podnikání.

³⁹ Termín Web 2.0. poprvé použil mediální konzultant Tim O'Reilly v roce 2003.

⁴⁰ PAPÍK, Richard. *Strategie vyhledávání informací a elektronické informační zdroje*. V Tribunu EU vyd. 1. Překlad Michaela Voltrová. Brno: Tribun EU, 2011, [6], 169 s. Galileo, sv. 40. ISBN 978-80-7399-338-2.

Vzniká první internetová encyklopedie - Wikipedie, která lidem umožňuje sdílení znalostí. Uživatelé se mohli zapojit do občanské žurnalistiky psaním vlastních blogů. Sdílet své příspěvky díky novým sociálním sítím. RSS kanály jim nabídly odběr konkrétního obsahu. O'Reilly proměnu Webu 1.0 na Web 2.0. označuje za sérii nových technologických posunů a nových postupů.⁴¹ Změny, které Web 2.0. přinesl, dobře popisuje následující tabulka:

Tabulka*Posun od Webu 1.0 k Webu 2.0*⁴²

WEB 1.0.	WEB 2.0.
DoubleClick	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Akamai	BitTorrent
Mp3.com	Napster
Britannica Online	Wikipedia
Personal websites	Blogging
Page views	Cost per click
Screen scraping	Web services
Publishing	Participation
Content management systems	Wikis
Directories (taxonomy)	Tagging ('folksonomy')
Stickiness	Syndication

*„Jestliže internet přinesl velké zrychlení ve sdělování, sdílení a rozšiřování informací pomocí elektronických dokumentů, pak tzv. Web 2.0. tyto možnosti ještě umocnil zavedením sociálního softwaru a sociálních médií.“*⁴³

⁴¹ LISTER, Martin. *New media: a critical introduction*. str. 204. 2nd ed.. New York, N.Y.: Routledge, 2009, xvi, 446 p. ISBN 02-038-8482-5.

⁴² Tabulka použita z LISTER, Martin. *New media: a critical introduction*. str. 204. 2nd ed. New York, N.Y.: Routledge, 2009, xvi, 446 p. ISBN 02-038-8482-5.

⁴³ PAPÍK, Richard. *Strategie vyhledávání informací a elektronické informační zdroje*. V Tribunu EU vyd. 1. Překlad Michaela Voltrová. Brno: Tribun EU, 2011, [6], 169 s. Galileo, sv. 40. ISBN 978-80-7399-338-2.

3.2 Web 3.0

Aktuálním tématem je diskuse nad novou podobou internetu. Hovoří se o konceptu více otevřeného a inteligentního Webu 3.0. Tento termín poprvé použil John Markoff v článku *Entrepreneurs See a Web Guided by Common Sense* pro *The New York Times*.⁴⁴ Pojmenování Web 3.0 má však také odpůrce, kteří tvrdí, že se stále jedná o fázi vývoje Webu 2.0. Třetí generace internetu by se měla vyznačovat sémantickým webem, který by umožňoval inteligentnější sdílení informací a intuitivní ovládáním na základě uživatelské zkušenosti. Typické by měly být mikroformáty, použití přirozeného jazyka, data-mining a další technologie umělé inteligence. Pro Web 3.0 je samozřejmě charakteristické všudypřítomné internetové připojení.⁴⁵ Mezi základní otázky, které se ke konceptu Web 3.0 vztahují, patří, kdy vlastně Web 3.0 bude představen. Objevují se teorie, že pravý nástup třetí generace webu nastane okolo roku 2015.⁴⁶ Velké změny však přicházejí postupně, proto některé můžeme sledovat již dnes. Sama bych za nástup Webu 3.0. označila službu Google Custom Search, která nám ke každé stránce ve vyhledávání přímo zobrazuje datum, kdy jsme danou stránku navštívili naposledy či českou službu MojeID, která vychází ze zahraniční služby OpenID, kdy ověřuje identitu uživatelů a umožňuje tak ověřené připojení a přihlášení k dalším službám (např. internetové prodeje zboží).

⁴⁴MARKOFF, John. *Entrepreneurs See a Web Guided by Common Sense*. *The New York Times* [online]. [cit. 2012-12-10]. Dostupné z: http://www.nytimes.com/2006/11/12/business/12web.html?pagewanted=all&_r=0

⁴⁵SPIVACK, Nova. *Web 3.0: The Third Generation Web is Coming*. [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://lifeboat.com/ex/web.3.0>

⁴⁶NATIONS, Daniel. *What is Web 3.0?* [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://webtrends.about.com/od/web20/a/what-is-web-30.htm>

3.3 *Budoucnost internetové verze týdeníku Reflex*

S překotným rozvojem internetu úzce souvisí i budoucnost periodik a jejich internetových verzí. V současné době neexistují jednotné názory, které by jasně definovaly budoucnost periodik a vydavatelských domů. Výkonný ředitel společnosti Microsoft Steve Ballmer v rozhovoru pro *Washington Post* v roce 2008 prohlásil, že tištěným médiím zbývá posledních 10 let života.⁴⁷ Není jediným, kdo předpovídá konec tisku, z českých žurnalistů tento názor sdílí Miloš Čermák či Josef Klíma.

Vydavatelské domy si od globalizace internetu a nových médií⁴⁸ slibovaly mnohé. V roce 2009 proto v České republice začínají vznikat první integrované newsroomy, s odděleními specializovanými na online vydání. Ideálem je zpoplanění online obsahu, které společně s reklamou bude vydavatelům generovat dostatečný zisk. Internet je dnes místem, kde je možné sehnat jakékoli informace ihned a zadarmo. Nevýhodou je však často faktická nesprávnost a vyprazdňování obsahu. Kevin Kelly z populárního amerického časopisu *Wired* proto tvrdí, že aby mohla být online média opravdu úspěšná a uživatel ochoten za ně zaplatit, je třeba dodržování osmi pravidel.⁴⁹ Těmi jsou **bezprostřednost** – získání informace ihned, **hodnověrnost** – jistota, že dostanete to, co jste si zaplatili, **personalizace** – lidé jsou ochotni zaplatit za mediální obsah přesně na míru, **interpretace** – vysvětlení dané problematiky či kontextu, **ztělesnění obsahu** – v případě online žurnalistiky se může jednat o video komentář s erudovanou osobností, která by téma textu vysvětlila, **přístupnost** – získat mediální informace kdekoli a kdykoli, **patronace** – hodnotu má mediální obsah přímo od tvůrce, **nalezitelnost** – informace, kterou nelze najít, je bezcenná.⁵⁰

⁴⁷ SCHIFFMAN, Betsy. *Steve Ballmer Gives Newspapers 10 More Years*. [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.wired.com/business/2008/06/steve-ballmer-g/>

⁴⁸ Označení „Nová média“ vychází ze specifik nových technologií, která mnohem více využívají přirozené interaktivní vlastnosti lidského smyslového vnímání a chápání než média klasická.

Za základní znaky nových médií můžeme považovat digitálnost, interaktivitu, hypertextulitu, virtualitu, síťové propojení a simulaci.

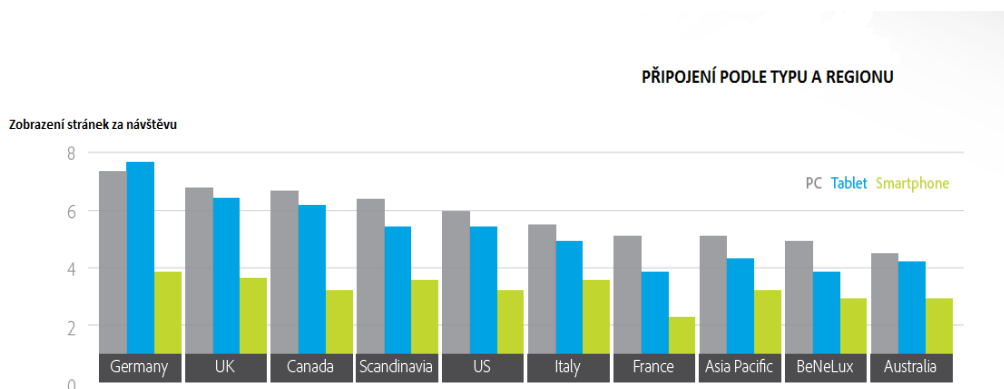
⁴⁹ Článek Kevina Kellyho se týká všech online médií, pro účely této práce jsem příklady věnovala online žurnalistice.

⁵⁰ KELLY, Kevin. *Better Than Free*. *The Technium* [online]. [cit. 2012-12-07]. Dostupné z: http://www.kk.org/thetechnium/archives/2008/01/better_than_fre.php

Za příklad českého online obsahu, který daná kritéria alespoň částečně splňuje, považují Data.blog.ihned.cz⁵¹, který 9.4.2012 spustily redakce IHNED.cz a Hospodářských novin. Nicméně možnost zpoplatnění internetového obsahu na českém území zůstane ještě nějakou dobu pouze nejasnou vizí, neboť zatím nikdo nepřišel s konkrétním návrhem, kterého by se vydavatelé nebáli. I v zahraničí vidíme, že otázku efektivního zpoplatnění internetové žurnalistiky není jednoduché zodpovědět.

Jak jsem již uvedla v předešlé kapitole, časopis Reflex patřil na českém trhu k průkopníkům zpoplatnění obsahu. Dnes však existují i další možnosti získání finančních prostředků od předplatitelů. Aktuálním trendem v nových technologiích jsou tablety a mnoho vydavatelských domů speciální tabletové předplatné nabízí. Následující graf ukazuje, že možná právě ve využívání tabletů k prohlížení webových stránek je budoucnost.

Graf č. 1 *Návštěvnost webových stránek podle typu připojení*⁵²



⁵¹ Údaje z 7.12.2012 použito z: <http://Data.blog.ihned.cz>

⁵² Graf použit 6.12.2012 ze stránek firmy Adobe přístupných z: <http://success.adobe.com/assets/en/downloads/infographics/13926.rise-of-the-tablets-web.pdf>

Časopis Reflex dnes svým čtenářům s tablety nabízí pouze možnost využití bezplatné aplikace iKiosk, kterou si mohou stáhnout do svých iPadů. (Služba je určena výhradně pro majitele iPadu.) Následně si mohou prostřednictvím iTunes zakoupit jakékoli periodikum vydavatelského domu Ringier Axel Springer CZ.

Zajímalo mě, jak se k možnosti zpoplatnění celého internetového vydání týdeníku Reflex či tabletovému předplatnému staví Ivan Hamšík v roce 2012, a zda vedení společnosti o zavedení těchto možností neuvažuje. Bohužel se mi však nepodařilo získat jeho vyjádření ani k tomu tématu či obecně budoucnosti periodika a jeho internetové verze.

Již nyní však vidíme změny, které se webových stránkách týdeníku Reflex začínají objevovat. Jsou to první pokusy o hledání nových forem online žurnalistiky, které u periodika typu Reflex nejsou úplně obvyklé. V druhé polovině roku 2012 se na webu Reflex.cz objevuje stále větší počet videí, první video debata s prezidentským kandidátem Milošem Zemanem přímo z redakce týdeníku, online reportáž z kongresu ODS, která je následně použita jako nová forma reportáže v tištěném vydání, či stále větší počet online rozhovorů s českými osobnostmi, kterým mohou přímo čtenáři klást dotazy. Jsem přesvědčena, že právě periodikum Reflex bude patřit k prvním tiskovinám, které na svém internetovém profilu budou zavádět do praxe novinky a žhavé trendy v oblasti digitální komunikace. A myslím, že právě pro tuto přeměnu internetové verze týdeníku bude osobnost Ivana Hamšíka velmi určující.

4. Výzkumná část

V prvním bloku výzkumné části se věnuji mediální analýze, kterou jsem provedla na výzkumném vzorku 973 tištěných článků a 889 online článků. Termínem „článek“ ve výzkumné práci je myšlen jakýkoli mediální obsah.

Snažila jsem se zjistit, které tištěné články se objevily v online verzi Reflex.cz. Zda byly stejně pojmenovány, měly stejný obsah či zda čtenářům v online podobě nepřinesly více informací. Také jsem zkoumala, zda k tištěným článkům vznikaly doplňující články, které by byly zveřejněny pouze v online podobě. Pokud ano, pak mě zajímalo, zda tyto texty obsahují např. názorovou odlišnost a přinesly by tak čtenářům jiný pohled na věc. U článků, které byly výhradně publikovány na internetu, jsem se zase snažila zjistit, pod jakou rubrikou jich nejvíce vzniká a jaká témata přinášejí.

V druhé části jsem se zaměřila na čtenáře týdeníku Reflex. V dotazníkovém šetření jsem zkoumala, jakým způsobem přijímají mediální sdělení periodika. Zajímalo mě, zda čtou časopis pravidelně, sledují jeho internetové stránky a profily na sociálních sítích. Hledala jsem souvislost mezi jednotlivými odpověďmi, abych blíže byla schopna sestavit profil čtenáře časopisu Reflex. A zjišťovala jsem, jak tito čtenáři vnímají nástup nového šéfredaktora periodika.

U respondentů, kteří odpověděli, že časopis již nečtou, jsem zkoumala důvody jejich nezájmu.

4.1 Kvantitativní obsahová analýza

Pro porovnání tištěného a internetového obsahu jsem zvolila kvantitativní obsahovou analýzu mediálních textů, protože tato metoda výzkumu médií umožňuje snadné porovnání různých typů médií a je schopna popsat proměnu mediálních obsahů v delším časovém horizontu.⁵³

4.1.1 Hypotézy

Na začátku výzkumu jsem stanovila tyto hypotézy:

- Většina tištěných článků bude na internetu bezplatně nedostupná.
- Pokud budou tyto články překlopeny, pak budou překlopeny doslova bez dílčích úprav.
- Online verze časopisu bude nabízet k daným tématům doplňující články.
- Na jedno téma bude více úhlů pohledů. Názory redaktorů se v doplňujících textech budou lišit.
- Alespoň polovina online zpravodajství bude obsahovat články z tištěné verze.
- Mezi tématy online verze budou převládat články o nových technologiích, sociálních sítích apod.

⁵³ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, s. 99. ISBN 9788073676834.

4.1.2 Metodologie

Jako výzkumnou metodu jsem použila kvantitativní obsahovou analýzu. Do této mediální analýzy jsem zahrnula všechny články publikované v tištěné a online verzi v časovém rozmezí od 14.7.2011 do 9.2.2012. Jedná se tedy celkem o 30 po sobě jdoucích čísel časopisu.

Toto období jsem vybrala záměrně. Čekala jsem, že více jak půl roku od nástupu šéfredaktora do funkce je obdobím, ve kterém se změny s tím spojené musí projevit.

Jako kódovací jednotku jsem zvolila každý článek, který se v tištěné a internetové verzi objevil. Ve sledovaném období se mi podařilo sesbírat celkem 973 tištěných článků a 835 online článků. Z tištěné verze jsem do výzkumu zahrnula všechny rubriky časopisu vyjma rubrik *Oko Reflexu*, *Vy-my* a *Fejeton*. Pouze ve dvou případech jsem udělala výjimku. V čísle 33/2011 se v rubrice *Vy-my* objevil článek „*Broukorádi zbaběle prchali*“, který reagoval na aktuální kauzu, kdy se Jiří X. Doležal převléknul za brouka. Další výjimku jsem udělala, když jsem do výzkumu zařadila také článek „*Dva prosince*“, který se objevil v čísle 02/2012. Tento článek byl také publikován na internetu, považovala jsem proto za důležité ho do výzkumu zahrnout.

Z internetových textů jsem analyzovala všechny články, které byly publikovány pod rubrikami *Zprávy*, *Názory* a *Lajk!*.

4.1.3 Výsledky sběru dat

4.1.3.1 Tištěný vs. internetový obsah

V období 14.7.2011 do 9.2.2012, tj. čísla 28/2011 – 06/2012 jsem sbírala celkem 973 tištěných článků. Ze všech těchto článků bylo celkem 152 článků publikováno na internetové stránce Reflex.cz. Pokud budeme posuzovat, kdy nastala zřetelná změna v množství publikovaných tištěných článků na internetu, pak k této změně došlo od čísla 37/2011. Mezi čísly 28/2011 – 37/2011 bylo z tištěných článků na internetu publikováno pouze 13 článků.

Tabulka č. 1

Tištěné a internetové články

TIŠTĚNÉ ČLÁNKY Z ČÍSEL 28/11 – 06/12	Z TOHO ZVEŘEJNĚNÝCH NA REFLEX.CZ	%
973	152	15, 62

Z těchto 152 článků mělo 103 mediálních výstupů v internetové verzi jiný název než v tištěném vydání. Změny v pojmenování nebyly jediné, také obsah se lišil. Celkem 127 článků bylo po textové stránce totožných s tištěnou verzí, ve 23 případech byly texty zkráceny a pouze ve 2 případech byly v člancích výrazné odlišnosti v textu. Témata v těchto případech byla aktualizována a doplněna o další informace (např. doplňující rozhovor).

Pokusila jsem se také zjistit, zda je při zveřejnění materiálů na internetu přímá souvislost s oddílem týdeníku. Rubrika, jejíž články jsou vždy uveřejněny na stránkách Reflex.cz, je *Úvodník* (dříve *Editorial*). Z 30 úvodníků šéfredaktora byly všechny v nezměněné podobě zveřejněny na internetu. V online verzi časopisu bylo také publikováno 19 článků z rubriky *Rozhovor*, 18 textů z rubriky *Listy Cyrila Höschla*, 11 článků z rubriky *Aréna názorů* (někdy také nazvané *Polemika* či *Pro a proti*), 10 článků bylo z rubriky *Téma*, 9 textů bylo publikováno z rubriky *Internet*, 7 článků patřilo pod *Seriál Reflexu*, 7 textů bylo z rubriky *Aktuálně*, 4 články byly publikovány z rubriky *Causa*, 4 články byly z rubriky *Sonda*, 4 texty byly z rubriky *Portrét týdne*, 2 články z rubriky *Zpověď*, 2 články byly z rubriky *Never More 2011*. Zbylé články byly použity z různých rubrik, a tudíž jsem mezi těmito články a sekcemi nezaznamenala žádnou souvislost. Dalším zajímavým faktem je skutečnost, že právě články, které byly původně publikovány v tištěné rubrice *Rozhovor*, byly na internetu většinou kráceny a použity zejména jako upoutávka na celý rozhovor v časopisu Reflex.

Tabulka č. 2

Souvislost mezi překlopenými články a rubrikou

Rubrika, pod kterou byly články publikovány v tištěné verzi	Počet	Procentuální vyjádření v z celkového počtu 152 článků
Úvodník/Editorial	30	19,8 %
Rozhovor	19	12,5 %
Listy Cyrila Höschla	18	11,8 %
Aréna názorů/Polemika/Pro a proti	11	7,2 %
Téma	10	6,6 %
Internet	9	5,9 %
Seriál Reflexu	7	4,6 %
Aktuálně	7	4,6 %
Sonda	4	2,6 %
Causa	4	2,6 %
Portrét týdne	4	2,6 %
Zpověď	2	1,3 %
Never More 2011	2	1,3 %

Ze všech překlopených textů doplňující informace obsahovalo pouze 28 z nich, zbylých 124 článků bylo stejných, popř. na informace chudších. Z těchto 28 článků bylo 8 textů (28,6%) doplněno o fotografie. Dále byla k textům internetové verze v 6 případech

přidána anketa (21,4%) a 5 článků bylo rozšířeno o video (17, 9%). Pouze v 1 případě byla přidána doplňující grafika či informace.

Tabulka č. 3

Obsahovaly překlopené články doplňující informace?

DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE	POČET ČLÁNKŮ	PROCENTUÁLNÍ VYJÁDRĚNÍ
Doplňující fotografie	8	5,3 %
Doplňující grafika (grafy, tabulky apod.)	1	0,7 %
Doplňující faktické informace k tématu článku	0	0 %
Doplňující fotografie, doplňující grafika	0	0 %
Doplňující fotografie, doplňující faktické informace	1	0,7 %
Doplňující fotografie, grafika a faktické informace	0	0 %
Doplňující grafika, doplňující informace	0	0 %
Doplňující anketa	6	3,9 %
Doplňující video	5	3,3 %
Doplňující video, fotografie	2	1,3 %

Doplňující fotografie, anketa	1	0,7 %
Článek neobsahuje žádné doplňující informace	124	81,6 %

Ke všem tištěným článkům bylo na internetových stránkách Reflex.cz publikováno pouze 53 doplňujících textů, které se věnovaly stejné problematice a dále ji rozvíjely. Z těchto 53 textových materiálů bylo 5 názorově odlišných (tj. zda autor změnil názor na základě faktů, které předtím neměl), 8 mělo jiné téma a zbylých 40 se po názorové stránce shodovalo s tištěnou verzí.

Tabulka č. 4

Názorová odlišnost doplňujících textů

NÁZOROVÁ ODLIŠNOST	POČET
Ano	5
Ne	40
Jiné téma	8

4.1.3.2 Internetový obsah

Jak již bylo zmíněno výše, v rámci výzkumu jsem provedla komparaci tištěného a internetového obsahu ve vymezeném období 14.7.2011 až 9.2.2012., tj. 30 po sobě jdoucích číslech. Protože se ale články z tištěného vydání na internetu objevovaly v rozsahu jednoho týdne od zveřejnění, byla jsem nucena dobu zkoumání internetového obsahu vymežit na časové období od 14.7.2011 do 16.2.2012, abych se vyvarovala nepřesných závěrů. V tomto období jsem celkově zanalyzovala 889 internetových článků, z nichž 152 jsem vyhodnotila jako články překlopené a 53 jako články doplňující, zbylo mi tedy 684 textů, které s tištěným obsahem neměly nic společného. Tyto články tvořily většinu internetového obsahu Reflex.cz. Snažila jsem se proto zjistit, která témata jsou v nich nejčastěji zastoupena a jakým způsobem rozvíjí internetovou žurnalistiku týdeníku.

Do výzkumu jsem zahrнула všechny články, které Reflex.cz publikuje pod oddíly *Zprávy*, *Názory* a *Lajk!*. Články, které jsou v těchto oddílech publikované, je možné rozdělit do dvou skupin. První skupinou tvoří texty, které se objevují v pravidelných rubrikách autorů, těmi jsou *Knižní čtvrtek Kateřiny Kadlecové*, *Joint J.X.D*, *Korektní nekorektnosti Petra Holce*, *Očima vévody z Elgutu* (Jan Berwid-Buquoy), *Fotoškola Tomáše Tesaře*, *JXD kope za Vás*, *Extra Miloše Čermáka* a *Glosa Viliama Bucherta*. Ne ve všech případech byly články označeny danými rubrikami, ale při podrobném a dlouhodobějším zkoumání se tyto texty dají velmi snadno odlišit. S pravidelností se objevovaly také výzvy redakce a příspěvky věnované aktuálním soutěžím jako jsou *Canabis Cup* a *Akty X*. Dlouhodobě se na stránkách Reflex.cz objevovaly texty věnované české gastronomii, což následně vyvrcholilo projektem *Gastronauti Reflexu*, kteří v pracovních dnech testovali jídlo v českých restauracích, jídelnách a bistrech.

Druhou skupinu tvoří všechny zbylé články, u kterých jsem nezpozorovala žádnou pravidelnost. Téměř vždy se jednalo o texty, které se věnovaly aktuálnímu dění, popř. se navracely ke staršímu obsahovému zaměření a nově jej zpracovaly. V obou skupinách dominovala témata, která jsem rozdělila do tří tematických částí Internet, nové technologie a média, Česká a zahraniční politika a Umění a kultura. Články, které byly věnovány této problematice, tvořily více jak polovinu ze všech 684 textů. Nejvíce byla zastoupena část Internet, nové technologie a média, celkem 161 články.

Tabulka č. 5

Témata internetového obsahu

TÉMA	POČET ČLÁNKŮ	PROCENTUÁLNÍ VYJÁDŘENÍ
Internet, nové technologie a média	161	23,5%
Česká a zahraniční politika	107	15,6%
Umění a kultura	102	14,9%

V kvantitativní obsahové analýze jsem nezkoumala délku vybraných článků a jejich titulků. Tento prvek jsem do svého výzkumu nezařadila úmyslně, protože komparace

počtu znaků tištěného a internetového obsahu by pro moji práci neznamenal téměř žádný přínos. Obecně se však dá říci, že internetové texty ve většině případů měly rozsah +-1 normostrany. Kratší texty byly často doplněny o video či do počtu bohatou fotogalerií.

4.1.4 Závěr

Z celkového počtu 973 tištěných článků bylo na internet překopáno pouze 152 textů. Hypotéza, že většina tištěných článků bude na internetu bezplatně nedostupná, tak byla potvrzena. Na internetu bylo ve vymezeném období publikováno 889 online článků, z nichž pouze 152 bylo překopáno z tištěné verze, tím byla vyvrácena hypotéza, že polovinu online obsahu budou tvořit překopané texty. K tištěným článkům na stránkách Reflex.cz bylo publikováno 53 doplňujících textů. Hypotéza, že internetová verze týdeníku bude čtenářům nabízet doplňující mediální výstupy, byla potvrzena. U těchto doplňujících článků byla názorová shoda, pouze v 5 případech přinesly doplňující texty jiný úhel pohledu a s tištěným článkem nesouhlasily. U online obsahu převládá moderní styl psaní, tj. objevovaly se krátké, jednoduché texty s údernými titulky, obecná čeština, málo rozvité věty a časté používání vykřičníků. Texty byly doplňovány o video snímky a obsáhlé fotogalerie. Po obsahové stránce převládala témata jako Internet, nové technologie a média, Česká a zahraniční politika a Umění a kultura. Obsahová kvalita internetových příspěvků je diskutabilní.

Z celkových 684 článků, které byly publikovány výhradně online, téměř čtvrtinu (23,5%) tvořily texty, které byly věnovány Internetu, novým technologiím a médiím. Hypotéza, že tematicky budou dominovat texty věnované novým technologiím a sociálním sítím, byla potvrzena.

4.2 Dotazníkové šetření

V druhé části této kapitoly jsem se zaměřila na příjemce mediálních sdělení, tj. čtenáře časopisu Reflex.

Názory a postoje čtenářů týdeníku jsem zkoumala kvantitativní analýzou. Na začátku výzkumu jsem v přípravné části stanovila hypotézy, vybrala metodu sběru dat a stanovila způsob výběru vzorku populace. Poté jsem provedla jednodenní předvýzkum, kdy jsem v terénu náhodně oslovila 5 studentů, kteří čtou týdeník Reflex. Na základě tohoto předvýzkumu a detailní studie týdeníku jsem stanovila výzkumné hypotézy.

4.2.1 Hypotézy

Před zahájením sběru dat jsem stanovila tyto hypotézy:

- Časopis budou číst lidé středoškolského a vysokoškolského vzdělání.
- Mezi čtenáři budou převládat muži.
- Většina respondentů bude týdeník číst alespoň 1x ročně.
- Internetové stránky bude číst více jak polovina respondentů, která časopis čte alespoň 1krát měsíčně.
- Internetové stránky časopisu budou navštěvovat zejména muži.
- Placený obsah si většina respondentů nebude předplácet z finančních důvodů.
- Více jak polovina pravidelných čtenářů ve věkové kategorii 21 - 40 let bude týdeník sledovat na sociálních sítích.
- Nástup nového šéfredaktora zaznamenala více jak polovina pravidelných čtenářů týdeníku. (tj. Ti, kteří čtou časopis alespoň jednou měsíčně.)
- Důvodem nezájmu o časopis bude u většiny nespokojených čtenářů bulvarizace v posledních letech.
- Největší konkurencí pro Reflex bude u respondentů týdeník Respekt.

4.2.2 Metodologie

Jako výzkumnou metodu jsem použila dotazníkové šetření. Sestavila jsem dotazník, který obsahoval 17 jednoduchých otázek. Tento dotazník jsem spolu s motivačním dopisem publikovala na internetových stránkách VypInTo.cz. Tuto metodu sběru dat jsem zvolila záměrně, aby měl každý dotazovaný stejnou možnost zařazení do výzkumného vzorku. Takto jsem v hlavní vlně sběru dat získala náhodný vzorek 72 respondentů.

Před zahájením hlavního sběru dat jsem provedla pilotní šetření, které se uskutečnilo od 15.8.2011 – do 30.8.2011. V tomto období jsem přes internetové stránky VypInTo.cz získala celkem 15 respondentů. Díky pilotnímu šetření jsem opravila chyby v dotazníku a mohla zahájit hlavní vlnu sběru dat. Ta probíhala od 21.10. – 16.11.2011. V této druhé vlně sběru dat jsem získala 72 plnohodnotných odpovědí, které jsem již mohla zařadit do výzkumu. Zajímavým zjištěním je skutečnost, že 79% ze všech dotázaných na stránky dotazníku přišlo ze sociální sítě Facebook.

4.2.3 Výzkumný vzorek

Výzkumného šetření se zúčastnilo celkem 47 žen a 25 mužů. Nejvíce byla zastoupena věková kategorie 21-25 let. Nejméně respondentů čítala věková kategorie starších 50 let. Toto nízké zastoupení může být způsobeno menším počtem českých uživatelů v dané věkové skupině. Podle údajů Českého statistického úřadu v roce 2010 bylo ve věkové kategorii 55-65 let každodenně, popř. téměř každodenně, na internetu aktivních 16,9% z celkového počtu jednotlivců v dané socio-demografické skupině. Naproti tomu ve věkové kategorii 16-24 bylo každý den aktivních 69,2% všech jednotlivců v dané socio-demografické skupině.⁵⁴

⁵⁴ Použito 6.12.2012 z

[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/vyuzivani_ict_jednotlivci_2005_2010/\\$File/Vyu%C5%BE%C3%A1Dv%C3%A1n%C3%AD_ICT_jednotlivci_2005_2010.xls](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/vyuzivani_ict_jednotlivci_2005_2010/$File/Vyu%C5%BE%C3%A1Dv%C3%A1n%C3%AD_ICT_jednotlivci_2005_2010.xls)

Tabulka č. 6

Věkové zastoupení respondentů

ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
21 - 25 let	54
26 - 30 let	7
31 – 40 let	6
41 – 50 let	5
50 a více	1

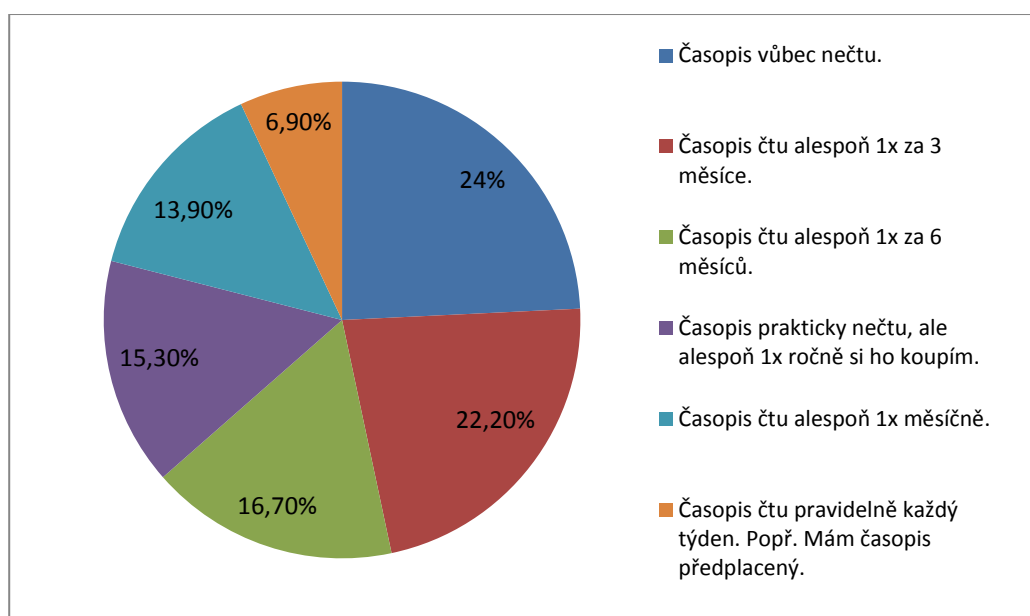
Ve výzkumném vzorku převládali vzdělaní lidé. Celkem 53 respondentů za své nejvyšší dosažené vzdělání označilo středoškolské s maturitou. Další 16 tázaných je vysokoškolsky vzděláno. Pouze 1 respondent uvedl, že dosáhnul středoškolského vzdělání bez maturity a jeden dotázaný dokončil povinný základní stupeň.

4.2.4 Výsledky sběru dat

První otázka byla zaměřena na rozdělení respondentů na čtenáře, občasné čtenáře a nečtenáře týdeníku. Časopis Reflex pravidelně, tj. alespoň 1x za 6 měsíců, čte 43 respondentů. Minimálně, tj. 1x ročně, si periodikum koupí 11 respondentů. Celkem 18 respondentů odpovědělo, že časopis vůbec nečte.

Graf č. 2

Respondenti a čtenost týdeníku



Celkem 35 respondentů odpovědělo, že časopis čtlo častěji, tj. alespoň 2x měsíčně, ale nyní je týdeník již nezajímá. Jako důvod svého nezájmu 35 tázaných uvedlo bulvarizaci témat.

Internetové stránky Reflex.cz pravidelně, tj. alespoň 1x za 6 měsíců, sleduje 28 respondentů. Celkem 29 tázaných odpovědělo, že stránky vůbec nenavštěvuje a celkem 15 přiznalo, že stránky alespoň 1x ročně otevrou. Většina tázaných odpověděla, že nevyužívají možnosti placeného přístupu do archivu. Jako vysvětlení převládla odpověď, že je to zbytečné. Z výzkumu vyplývá, že pouze jeden respondent navštěvuje placený archiv časopisu, popř. ho má předplacený. Komentáře a názory, které se objevují výhradně v internetové verzi týdeníku, shledává za zajímavé pouhá čtvrtina dotázaných. Stejný počet respondentů, tj. 18, sleduje týdeník Reflex na sociálních sítích. Většina, tj. 54 tázaných, o tuto možnost neprojevila zájem.

Nástup Ivana Hamšíka do funkce nového šéfredaktora Reflexu zaregistrovalo 24 dotázaných. Přesně 50 procent respondentů tento nástup hodnotí pozitivně, zbylých 50 procent negativně. Celkem 30 tázaných zaregistrovalo změnu týdeníku a jeho online verze, od doby, kdy Ivan Hamšík vystřídal Pavla Šafra. Dalších 14 tázaných žádnou změnu nepostřehlo. Respondenti, kteří měli blíže konkretizovat onu změnu, v 7 případech ji popsali jako bulvarizaci a zhoršení kvality článků. Oproti tomu 4 tázaní za změnu považují zlepšení témat, větší objektivitu a skvělé úvodníky šéfredaktora.

Čtenáři časopisu jako své nejoblíbenější autory jmenovali Cyrila Höschla, Steva Fischera, Jiřího X. Doležala, Petra Koláře, Bohumila Pečinku a Miloše Čermáka. Nejoblíbenější rubrikou se stal *Zelený Raoul*, *Vandr* a *Never more*. Kromě Reflexu si tázaní pravidelně kupují Respekt (20 respondentů).

Tabulka č. 7

Oblíbené časopisy respondentů

ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
Jiné	36
Respekt	20
Žádné	6
Ekonom, Euro	6
Lifestyle pro ženy (Elle, Žena a život, Marianne..apod.)	6
Instinkt	2
Bulvární časopisy (Rythmus života, Spy apod.)	1

4.2.5 Závěr

Výzkumného šetření se zúčastnilo celkem 72 respondentů, 47 žen a 25 mužů. Z celkového počtu 54 tázaných bylo středoškolsky vzděláno a 16 vysokoškolsky. Hypotéza, že týdeník čtou vysokoškolsky a středoškolsky vzdělaní lidé byla potvrzena. Naproti tomu hypotéza, že týdeník si kupují především muži, byla vyvrácena. Nicméně je třeba připomenout nízké zastoupení mužů ve výzkumném vzorku. Jsem přesvědčena, že nižší účast mužů ve výzkumu je způsobena menší ochotou k vyplnění dotazníku.

Časopis Reflex pravidelně, tj. alespoň 1x za 6 měsíců, čte 43 respondentů. Minimálně, tj. 1x ročně, si periodikum koupí 11 dotázaných. Hypotéza, že časopis bude většina respondentů číst alespoň jednou ročně, byla potvrzena. Týdeník pravidelně každý měsíc čte 17 respondentů, z těchto tázaných 53% odpovědělo, že pravidelně sledují internetové stránky periodika. Hypotéza, že internetové stránky časopisu bude číst více jak polovina respondentů kupujících periodikum alespoň 1x měsíčně, byla potvrzena.

Stránky Reflex.cz minimálně jednou ročně navštíví 43 tázaných. Pouhých 18,6% však tvoří muži. Hypotéza, že internetové stránky týdeníku budou pravidelně navštěvovat muži, tak byla vyvrácena. Možnosti návštěvy placeného archivu aktivně využívá pouze jeden dotázaný. Celkem 39 respondentů svůj důvod nezájmu o tuto službu uvedlo, že jim přístup do placeného archivu přijde zbytečný. Dalších 21 uvedlo, že na to nemají čas a pouze 5 tázaným přijde tato služba drahá. Hypotéza, že lidé

nebudou využívat možnosti placeného přístupu do archivu z finančních důvodů tak byla vyvrácena.

Na sociálních sítích jako jsou Twitter, Facebook a Google + příspěvky redakce pravidelně sleduje pouze 18 tázaných. Z této skupiny respondentů pouze 44% tvoří mladí lidé ve věkové kategorii 21- 40 let, kteří pravidelně čtou časopis Reflex. Hypotéza, že více jak polovina pravidelných čtenářů věkové kategorie 21-40 let bude týdeník sledovat na sociálních sítích, byla vyvrácena.

Nástup nového šéfredaktora Ivana Hamšíka do funkce zaznamenalo pouze 24 respondentů. Mezi nimi však bylo 93% všech, kteří čtou časopis minimálně 1x měsíčně, tj. 14 z 15 tázaných. Hypotéza, že nástup nového šéfredaktora zaznamená více jak polovina pravidelných čtenářů byla potvrzena.

Čtenáři, kteří Reflex přestali v posledních letech číst pravidelně, v 35 případech uvedli, že za jejich nezájmem stojí bulvarizace týdeníku. Hypotéza, že důvodem nezájmu o periodikum bude bulvarizace v posledních letech, byla potvrzena.

Poslední otázka dotazníku byla zaměřena na další oblíbené a pravidelně čtené časopisy tázaných. Celkem 20 respondentů za další časopis, který pravidelně odebírají, označilo Respekt. Jiné časopisy čte 36 tázaných a Ekonom a Euro kupuje 6 respondentů. Mezi odebírané časopisy také patří lifestylové magazíny pro ženy. Pouze 6 tázaných odpovědělo, že žádné další časopisy pravidelně nekupují. Hypotéza, že největší konkurenci týdeníku Reflex bude představovat časopis Respekt, byla potvrzena.

Závěr

Týdeník Reflex je na české časopisecké scéně fenomén, který za 22 let své existence prošel řadou proměn. V počátcích bylo pro časopis typické publikování nekonvenčních materiálů, ve kterých byl kladen důraz na kvalitní tvůrčí styl žurnalistiky doplněný o fotografie vysokých uměleckých hodnot. Reflex na počátku 90. let boural zažité konvence a ve svých reportážích odkrýval témata, o kterých česká společnost mnoho let ani nevěděla. V polovině 90. let však porevoluční nadšení začíná ve společnosti pomalu utíchat a tento jev se projevuje také v tištěných médiích, zejména typu periodik jako Reflex. Vznikají nové typy tištěných médií a první soukromé televizní stanice. To vše způsobuje, že časopisu Reflex klesá náklad. V roce 1995 se šéfredaktorem stává literární kritik Petr Bílek. Petr Bílek pozici šéfredaktora zastával dlouhých 13 let, zejména období přelomu tisíciletí můžeme považovat za druhý vrchol vývoje týdeníku. Za tuto dobu prošel obsah Reflexu mnoha změnami, nicméně charakteristická pro práci Petra Bílka je jistá jemnost, s jakou se v týdeníku zpracovávaly kontroverzní témata a kauzy. Znatelný důraz byl kladen na kulturní rubriku týdeníku, součástí periodika byl kulturní supplement *EX*, který vycházel ve třech mutacích dle regionu. V první polovině roku 2008 byl však Petr Bílek ze své pozice sesazen, protože již delší dobu docházelo k poklesu prodaného nákladu a vedení společnosti Ringier Axel Springer CZ mělo pocit, že po více jak 13 letech týdeník potřebuje změnu a novou osobnost šéfredaktora. Tím se stal Pavel Šafr, bývalý šéfredaktor Mladé fronty Dnes a Lidových novin. Vedení časopisu zahájil vizí, že je třeba posílit nekulturní rubriky, reportáže a celkově obsah týdeníku navrátit k jeho začátkům.⁵⁵ Petr Bílek jednou prohlásil, že tvorba obsahu společenského týdeníku Reflex je jako chůze po naostřené hraně žiletky, kdy riziko, že spadnete na jednu nebo druhou stranu, je velmi přítomné.⁵⁶ Osobně si myslím, že návrat ke kořenům se Pavlu Šafrovi po kvalitativní stránce nepodařil. V textech mnohdy převládala spíše forma nad obsahem a vytrácela se faktická správnost předkládaných informací.

⁵⁵ PEI, ČTK. *Reflex změnil obsah, od července ho povede Pavel Šafr*. [online]. [cit. 2012-12-10]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/reflex-zmeni-obsah-od-cervence-ho-povede-pavel-safr-fw8-/domaci.aspx?c=A080623_140146_media_pei

⁵⁶ AUST, Ondřej. *Změna v Reflexu po třinácti letech*. [online]. [cit. 2012-12-10]. Dostupné z: http://www.reflex.cz/clanek/shttp://www.lidovky.cz/zmena-v-reflexu-po-trinacti-letech-d51-/ln-media.asp?c=A080627_102105_ln_domov_fho

Často jsem měla pocit, že články byly psány jen za účelem šokování veřejnosti, aniž byl dostatek času na sesbírání veškerých materiálů, které jsou pro tvorbu kvalitního textu nezbytné. Co ovšem považuji za největší ublížení titulu, jakým je týdeník Reflex, je politizace obsahu a titulních stran, která za Pavla Šafra nastala. Není třeba ani sáhodlouhých analýz článků, které se v období let 2008 - 2011 v Reflexu objevily, stačí se podívat na charakteristiku týdeníku, která se na stránkách Reflex.cz v roce 2010 objevila a najdeme ji zde dodnes:

„REFLEX je obranným reflexem proti buranokracii, jež v politice i kultuře oživuje atmosféru nesvobodných osmdesátých let minulého století. REFLEX má totiž paměť. REFLEX je také obranným reflexem proti korupci a klientelismu, které rozežírají stát zevnitř a v očích lidí diskreditují demokracii jako takovou. Je to občanský postoj, jenž se dá lapidárně vyjádřit slovy: „Nemusíme si nechat všechno líbit.“ Z toho je zřejmé, že REFLEX je opakem nehybnosti, apatie a rezignace. Třebaže je takový nečas, že nám možná nepomůže ani Nečas.“⁵⁷

Nicméně nelze opomenout fakt, že se Pavlu Šafrovi podařilo zvednout prodaný náklad týdeníku, což on sám považuje za známku úspěchu a doklad svých odborných kvalit. Zobrazovaná politických témat v týdeníku Reflex pokládá za naprosto nezbytné, neboť právě tato téma způsobují katarzi uvnitř společnosti.

Za jeho působení byla také nastartována online verze Reflex.cz a zahájen přenos mediálních sdělení prostřednictvím sociálních sítí. V této činnosti pokračoval i Ivan Hamšík, který Pavla Šafra v polovině roku 2011 v pozici šéfredaktora nahradil. Právě na toto období jsem se ve své práci zaměřila nejvíce. Za Ivana Hamšíka došlo ke změnám, které je možné nejlépe vyzorovat po obsahové a výtvarné stránce. Zjednodušil se a pročistil design stran týdeníku. V prvních měsících jeho působení obsah týdeníku získal zpět na své jemnosti a znovu byl kladen důraz na reportáž a historická témata. Nicméně, se nejednalo o pravidlo, neboť v druhé polovině roku 2012 je tento obsah vystřídán za komerčně úspěšnější a šokující témata (na úkor např. kultury a historie), které mají vydavateli zvyšovat prodaný náklad.

⁵⁷ O Reflexu. *Reflex* [online]. [cit. 2012-12-10]. Dostupné z: <http://www.reflex.cz/clanek/system-o-reflexu/36388/o-reflexu.html>

Ukazuje se však, že zobrazení odhaleného penisu na titulní straně není zárukou vysokých prodejů a týdeník Reflex se v listopadu roku 2012 dostal v prodaném nákladu pod 50 tisíc.

Od nástupu Ivana Hamšíka došlo k zřetelnému posunu v počtu publikovaných online textů.

Ve výzkumné části práce jsem se v kvantitativní obsahové analýze zaměřila na komparaci tištěného a online materiálu. Ve zkoumaném období redakce na internetu publikovala 889 textů, z nichž pouze 152 bylo překlopeno z tištěné verze. Je tedy patrné, že se rozrostl počet autorů, kteří pro internetovou verzi týdeníku začali publikovat. Objevily se také nové rubriky *Lajk!* a *Cykloklub X*. Předpokládala jsem tedy, že se na internetu budou vyskytovat doplňující články, které by čtenářům poskytly více pohledů na konkrétní události či kauzy publikované v tištěném vydání. Tato hypotéza však nebyla potvrzena.

Dotazníkové šetření zase bylo zaměřeno na vnímání čtenářů týdeníku. Dotazníkového šetření se zúčastnily převážně ženy a většina respondentů měla středoškolské vzdělání. Více jak polovina těchto tázaných čte časopis pravidelně, považují proto jejich odpovědi za relevantní. Tázaní čtenáři týdeníku nevyužívají možnosti přístupu do placené zóny Reflex.cz. Příspěvky redakce na sociálních sítích a názory či komentáře publikované výhradně na online verzi je příliš nezajímají. Tato skutečnost mě velmi překvapila. Myslela jsem, že v dnešní době budou profily týdeníku na sociálních sítích hodně sledované.

Nástup Ivana Hamšíka do funkce šéfredaktora týdeníku zaznamenala třetina tázaných. Přesně polovina hodnotí jeho příchod pozitivně a druhá polovina negativně. Stejná názorová nejednota se objevuje v odpovědích, které měly blíže konkretizovat změnu, která po jeho příchodu do redakce nastala. Někteří tuto změnu vidí jako bulvarizaci a politizaci týdeníku, jiní zase jako změnu k lepšímu, kdy se v periodiku začíná objevovat větší objektivita a kvalitnější články. Je tedy patrné, že Ivan Hamšík časopisu ještě neudal jednotný styl, který by byl pro čtenáře snadno rozpoznatelný.

Jak jsem již uvedla v kapitole 3. *Reflex.cz a jeho budoucnost*, bohužel se mi nepodařilo získat vyjádření Ivana Hamšíka, ve kterém by představil své vize a plány do budoucna. Otázka směřování týdeníku tak pro mě zatím zůstává stále nezodpovězena.

Summary

In this work, Reflex is described as a phenomenon among other Czech magazines. In the early nineties, it became popular especially thanks to its unconventional style of writing, quality journalism and artificial images. It brought numerous articles on controversial topics and uncovered many hidden problems of the society.

However, within few years the revolutionary enthusiasm cooled considerably, as well as more magazines of the same kind appeared on the scene. Both these factors resulted in decreasing sales of Reflex.

In 1995, Petr Bílek became an Editor in chief and kept this position for nearly 13 years. A smooth style of approaching complicated topics and the emphasis he put on the cultural section became significant for his era.

In 2008, he was replaced by Pavel Šafr, who brought many features of political journalism. Reflex became fabulous for his shocking cover arts and controversial content. The sales results increased, though.

In July 2011, Ivan Hamšík, former Chief digital officer in Axel Springer CZ became the new Editor in chief of Reflex magazine. In the research part of my thesis, I focused on the period between July 2011 and February 2012. The goal of my work was to compare the online and print version of Reflex.

Since the arrival of Mr. Hamšík, a significant shift happened in online publishing .

During the reviewed period, 889 texts were published online, of which only 152 were taken from the printed version. Therefore, it is obvious that the number of authors writing for the online version has increased.

Surprisingly, no articles offering more alternative views on selected topics didn't appear on Reflex online. In the other hand, the readers themselves didn't demand any additional materials published exclusively online. Also, most of the visitors of Reflex.cz do not use the paid access to the online content.

Použitá literatura

Knihy

- BEDNÁŘ, Vojtěch. *Internetová publicistika*. St. 165, Vyd. 1. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 9788024734521
- ČUŘÍK, Jaroslav a Rudolf BURGR. *Nové trendy v médiích*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 9788021058255
- FORET, Martin. *Média dnes: reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008, s. 339-400. Sborníky-UPmedia. ISBN 978-802-4420-233.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003, 207 p. ISBN 80-717-8697-7.
- LISTER, Martin. *New media: a critical introduction*. 2nd ed. New York, N.Y.: Routledge, 2009, xvi, 446 p. ISBN 02-038-8482-5.
- NAUMANN, Friedrich. *Dějiny informatiky: od abaku k internetu*. Vyd. 1. Překlad Michaela Voltrová. Praha: Academia, 2009, 422 s. Galileo, sv. 40. ISBN 978-802-0017-307
- OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 9788024618999.
- OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007, 263 s. ISBN 978-807-2772-667
- PAPÍK, Richard. *Strategie vyhledávání informací a elektronické informační zdroje*. V Tribunu EU vyd. 1. Překlad Michaela Voltrová. Brno: Tribun EU, 2011, [6], 169 s. Galileo, sv. 40. ISBN 978-80-7399-338-2.
- TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, s. 99. ISBN 9788073676834.
- TUŠER A KOL., Andrej. *Praktikum mediálnej tvorby*. 1. vyd. Bratislava: Bratislavská vysoká škola práva, 2010, s. 328, ISBN 978-80-89447-16-9.

Články

Martina Vojtěchovská, Jan Jiráček: České týdeníky dnes: Je důvod k radosti?, *časopis Přítomnost jaro/2005*, str. 49-51, ISSN: 1213-0133

Elektronické články

- AUST, Ondřej. *Ringier příští rok na internetu zpoplatní časopis Reflex*. [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.aust.cz/2009-11-05/ringier-pristi-rok-na-internetu-zpoplatni-casopis-reflex/>
- BURRELL, IAN. *Murdoch launches the debate: will we pay for news on the net?*. [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.independent.co.uk/news/media/online/murdoch-launches-the-debate-will-we-pay-for-news-on-the-net-1928751.html>
- DOČEKAL, Daniel. *Google+ dosáhl 18 milionů uživatelů, v ČR přesáhl 43 tisíc*. [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.justit.cz/wordpress/2011/07/20/google-dosahl-18-milionu-uzivatelu-v-cechah-presahl-43-tisic/>
- NATIONS, Daniel. *What is Web 3.0.?*. [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://webtrends.about.com/od/web20/a/what-is-web-30.htm>
- PEČINKA, Bohumil. *Petr Hájek*. [online]. 2011, č. 34 [cit. 2012-11-03]. Dostupné z: <http://www.reflex.cz/clanek/placena-zona-causy/43045/petr-hajek.html>
- REFLEX. *Křišťálová Lupa 2010: Reflex.cz uspěl jako jediný web časopisu*. [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.reflex.cz/clanek/dokument/39520/kristalova-lupa-2010-reflex-cz-uspel-jako-jediny-web-casopisu.html>
- SCHIFFMAN, Betsy. *Steve Ballmer Gives Newspapers 10 More Years*. [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.wired.com/business/2008/06/steve-ballmer-g/>

- SPIVACK, Nova. *Web 3.0: The Third Generation Web is Coming*. [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://lifeboat.com/ex/web.3.0>
- VLK. *Časopisy Týden a Mladý svět kupuje Jaromír Soukup. Vydavatelem zůstane Pawlowski*. [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-53058360-casopisy-tyden-a-mlady-svet-kupuje-jaromir-soukup-vydavatelem-zustane-pawlowski>
- VOCŮ, Ondřej. *Když se řekne YouTube...* [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.ikaros.cz/kdyz-se-rekne-youtube>
- Reflex vítá významné posily: Jaroslava Plesla, Roberta V. Nováka a Nguyen Phuong Thao. [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.ringieraxelspringer.cz/reflex-vita-vyznamne-posily-jaroslava-plesla-roberta-v-novaka-nguyen-phuong-thao-a>
- The History of Twitter. [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: http://profilerehab.com/twitter-help/history_of_twitter

Webby

- *Adobe* [online]. [cit. 2012-12-07]. Dostupné z: <http://www.adobe.com>
- *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>
- *Google+* [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <https://plus.google.com/up/accounts/upgrade/?continue=https://plus.google.com>
- *Facebook* [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/>
- *IHNED.cz* [online]. [cit. 2012-12-07]. Dostupné z: <http://www.ihned.cz/>
- *Median* [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.median.cz/index.php?lang=cs>
- *Twitter* [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <https://plus.google.com/up/accounts/upgradehttps://twitter.com/>
- *Youtube* [online]. [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.youtube.com/>

SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

Tabulky

Tabulka: Posun od Webu 1.0 k Webu 2.0

Tabulka č. 1: Tištěné a internetové články

Tabulka č. 3: Obsahovaly překlopené články doplňující informace?

Tabulka č. 4: Názorová odlišnost doplňujících textů

Tabulka č. 5: Témata internetového obsahu

Tabulka č. 6: Věkové zastoupení respondentů

Tabulka č. 7: Oblíbené časopisy respondentů

Grafy

Graf č. 1: Návštěvnost webových stránek podle typu připojení

Graf č. 2: Respondenti a čtenost týdeníku

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Dotazníkové šetření – Dotazník

Příloha č. 2: Dotazníkové šetření – Odpovědi respondentů

Příloha č. 3: Rozhovor s Josefem Klímou

ELEKTRONICKÁ PŘÍLOHA

BAKALARSKA PRACE _TEREZA KONECNA_SBER DAT PRO ANALYZU.xlsx

(kódovací kniha, tištěné články, online články)

Příloha č. 1: Dotazníkové šetření – Dotazník

1. Čtete časopis Reflex? Pokud ano, jak často?

- Časopis vůbec nečtu.
- Časopis čtu alespoň 1x za 3 měsíce.
- Časopis čtu alespoň 1x za 6 měsíců.
- Časopis prakticky nečtu, ale alespoň 1x ročně si ho koupím.
- Časopis čtu alespoň 1x měsíčně.
- Časopis čtu pravidelně každý týden. Popř. Mám časopis předplacený.

2. Navštěvujete internetové stránky časopisu Reflex.cz? Pokud ano, jak často?

- Stránky vůbec nenavštěvuji.
- Stránky prakticky nenavštěvuji. Ale alespoň 1x za rok je navštívím.
- Stránky navštěvuji alespoň 1x za půl roku.
- Stránky navštěvuji alespoň 1x týdně.
- Stránky navštěvuji alespoň 1x měsíčně.
- Stránky navštěvuji několikrát týdně. Popř. Mám zakoupený placený přístup do archivu.

3. Využíváte možnosti placeného přístupu do archivu?

- Ne, přijde mi to zbytečné.
- Ne, nemám na to čas.
- Jiné.
- Ne, přijde mi to drahé.
- Ano, rád/a si přečtu čísla, která jsem si nestihnul/a zakoupit.

4. Zajímají Vás názory a komentáře, které se v tištěné verzi neobjevují, ale na Reflex.cz je najdete?

- Ano
- Ne

5. Jaká je Vaše oblíbená rubrika v časopise? Popř. autor? Prosím, vypište.

6. Sledujete Reflex na sociálních sítích jako jsou Facebook, Twitter, Google+ apod.?

- Ano
- Ne

7. Četl/a jste někdy pravidelně časopis, tj. alespoň 2x měsíčně?

- Ano, časopis jsem četl/a pravidelně. Nyní mě již nezajímá.

- Ne, časopis jsem nikdy pravidelně nečetl/a.
 - Ano, časopis čtu pravidelně.
- 8. Jaký je Váš důvod nezájmu o časopis? Pokud časopis nečtete.**
- Bulvarizace témat
 - Finanční důvody
 - Jiné
- 9. Pokud jste v předchozí otázce zvolil/a možnost Jiné, prosím, vypište.**
- 10. Zaregistrovali jste nástup nového šéfredaktora Ivana Hamšíka do funkce na jaře roku 2011, kdy vystřídal Pavla Šafra?**
- Ano
 - Ne
- 11. Pokud ano, jak hodnotíte jeho nástup do funkce?**
- Pozitivně
 - Negativně
- 12. Zaregistrovali jste od jeho nástupu změnu v tištěné nebo webové verzi časopisu?**
- Ano
 - Ne
- 13. Pokud ano, prosím, vypište.**
- 14. Jste:**
- Žena
 - Muž
- 15. Do jaké věkové kategorie byste se zařadili?**
- 21 - 25 let
 - 26 - 30 let
 - 31 – 40 let
 - 41 – 50 let
 - 50 a více
- 16. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?**
- Základní
 - Středoškolské bez maturity

- Středoškolské s maturitou
- Vysokoškolské

17. Jaké jsou Vaše oblíbené časopisy, které pravidelně odebíráte?

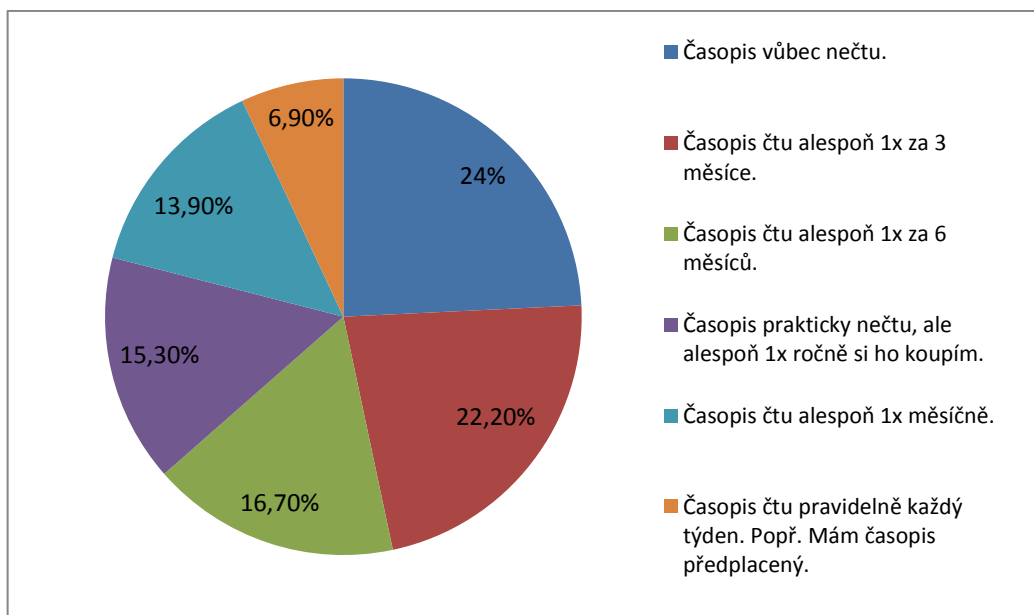
- Jiné
- Respekt
- Žádné
- Ekonom, Euro
- Lifestyle pro ženy (Elle, Žena a život, Marianne..apod.)
- Instinkt

Příloha č. 2: Dotazníkové šetření – Odpovědi respondentů

1. Čtete časopis Reflex? Pokud ano, jak často?

(povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí)

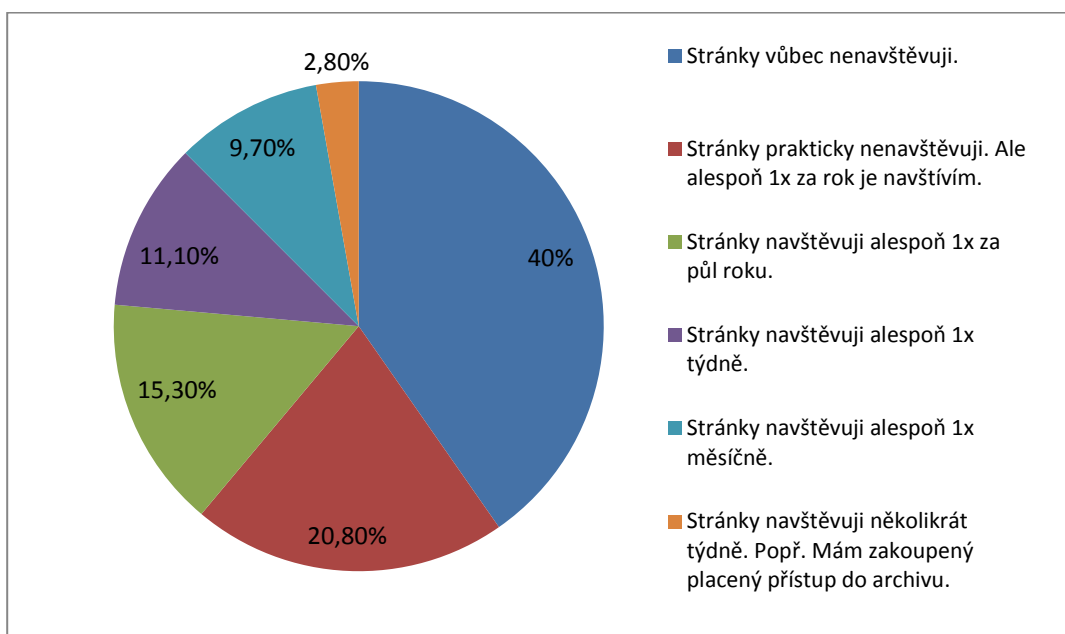
ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
Časopis vůbec nečtu.	18
Časopis čtu alespoň 1x za 3 měsíce.	16
Časopis čtu alespoň 1x za 6 měsíců.	12
Časopis prakticky nečtu, ale alespoň 1x ročně si ho koupím.	11
Časopis čtu alespoň 1x měsíčně.	10
Časopis čtu pravidelně každý týden. Popř. Mám časopis předplacený.	5



2. Navštívujete internetové stránky časopisu Reflex.cz? Pokud ano, jak často?

(Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí)

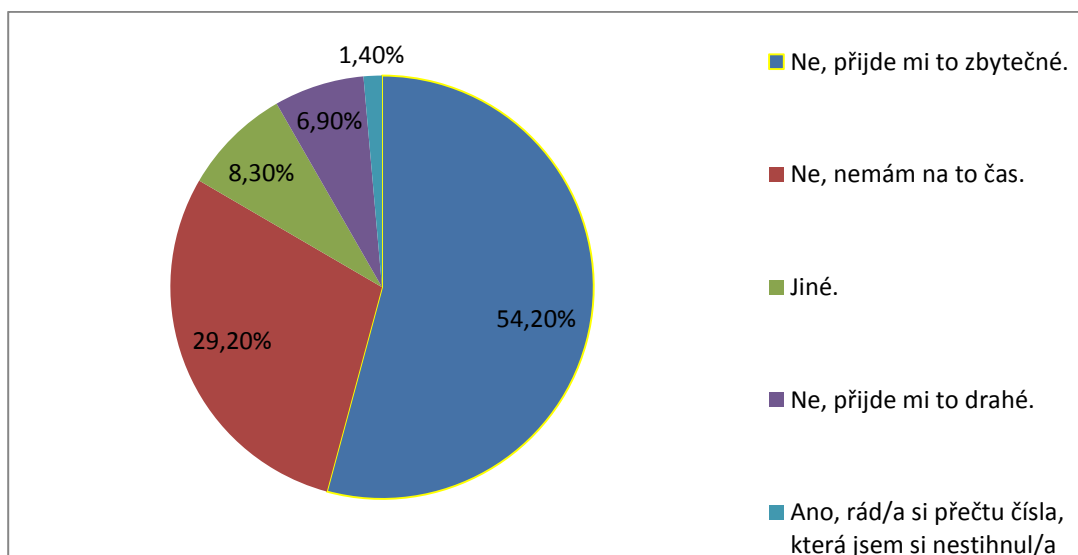
ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
Stránky vůbec nenavštívují.	29
Stránky prakticky nenavštívují. Ale alespoň 1x za rok je navštívím.	15
Stránky navštívují alespoň 1x za půl roku.	11
Stránky navštívují alespoň 1x týdně.	8
Stránky navštívují alespoň 1x měsíčně.	7
Stránky navštívují několikrát týdně. Popř. Mám zakoupený placený přístup do archivu.	2



3. Využíváte možnosti placeného přístupu do archivu?

(Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.)

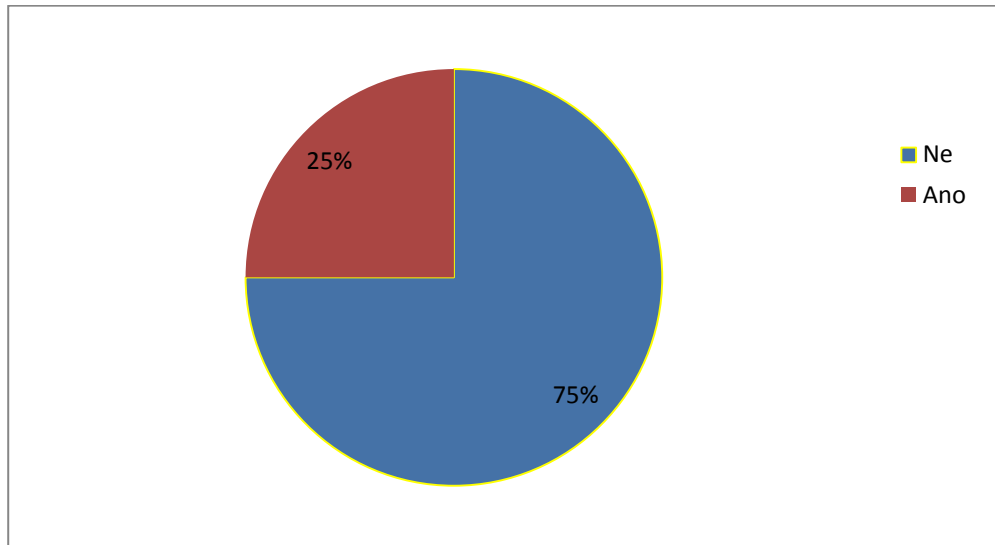
ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
Ne, přijde mi to zbytečné.	39
Ne, nemám na to čas.	21
Jiné.	6
Ne, přijde mi to drahé.	5
Ano, rád/a si přečtu čísla, která jsem si nestihnul/a zakoupit.	1



4. Zajímají Vás názory a komentáře, které se v tištěné verzi neobjevují, ale na Reflex.cz je najdete?

(Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.)

ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
Ne	54
Ano	18



5. Jaká je Vaše oblíbená rubrika v časopise? Popř. autor?

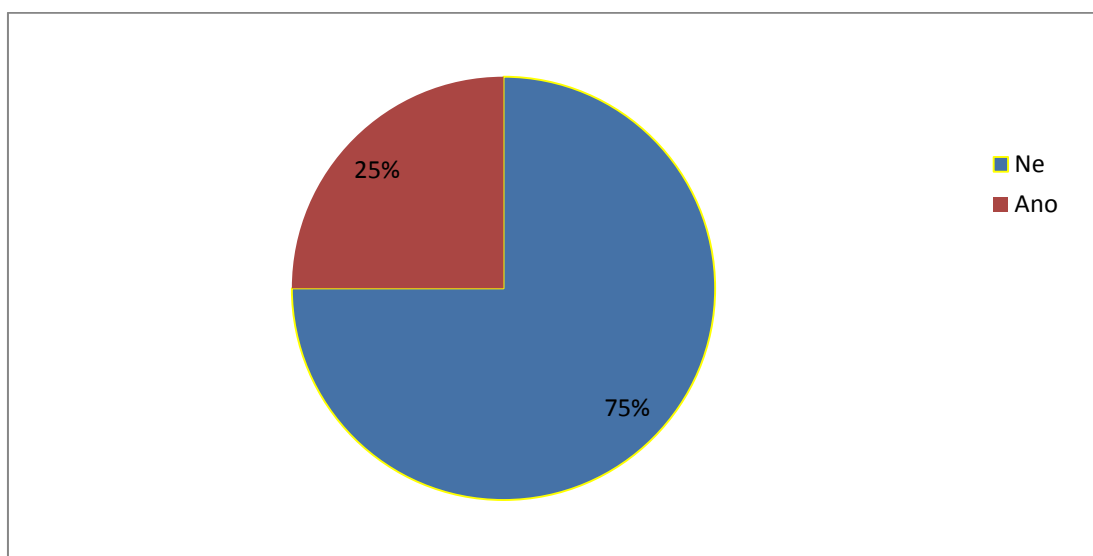
(Nepovinná otázka, respondent mohl napsat odpověď vlastními slovy.)

ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
Kulturní	1
Zelený Raul	4
J.X.D.	2
Steve Fisher	2
Miloš Čermák	1
Cyril Höeschl	2
Vandr	1
Pečinka	1
Never more	1
Petr Kolář	1

6. Sledujete Reflex na sociálních sítích jako jsou Facebook, Twitter, Google+ apod.?

(Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.)

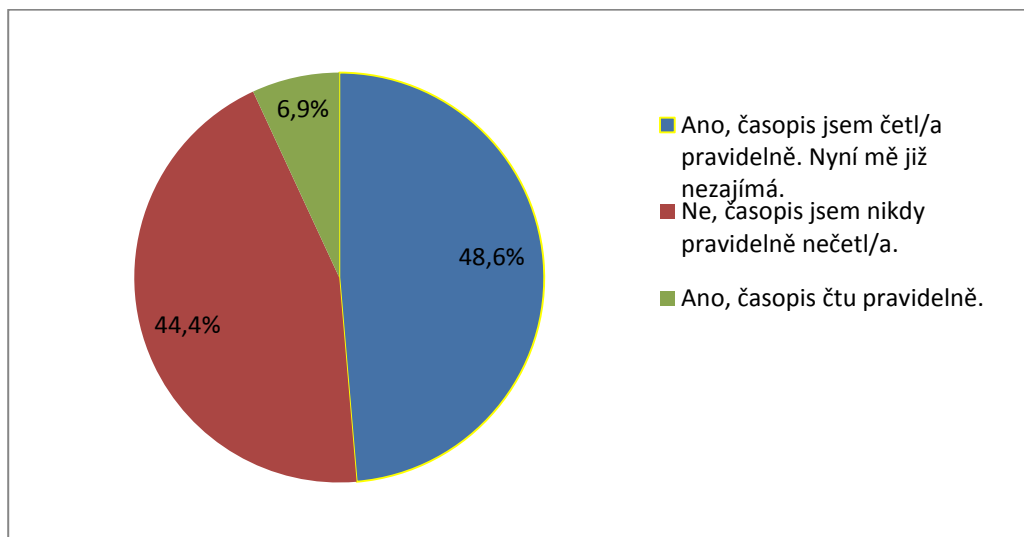
ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
Ne	54
Ano	18



7. Četl/a jste někdy pravidelně časopis, tj. alespoň 2x měsíčně?

(Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených možností.)

ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
Ano, časopis jsem četl/a pravidelně. Nyní mě již nezajímá.	35
Ne, časopis jsem nikdy pravidelně nečetl/a.	32
Ano, časopis čtu pravidelně.	5



8. Jaký je Váš důvod nezájmu o časopis? Pokud časopis nečtete.

(Nepovinná otázka, respondent mohl zvolit jednu z nabízených odpovědí.)

ODPOVĚĎ	POČET
Bulvarizace témat	35
Jiné	22
Finanční důvody	5

9. Pokud jste v předchozí otázce zvolil/a možnost Jiné, prosím, vypište.

(Nepovinná, respondent mohl napsat odpověď svými slovy.)

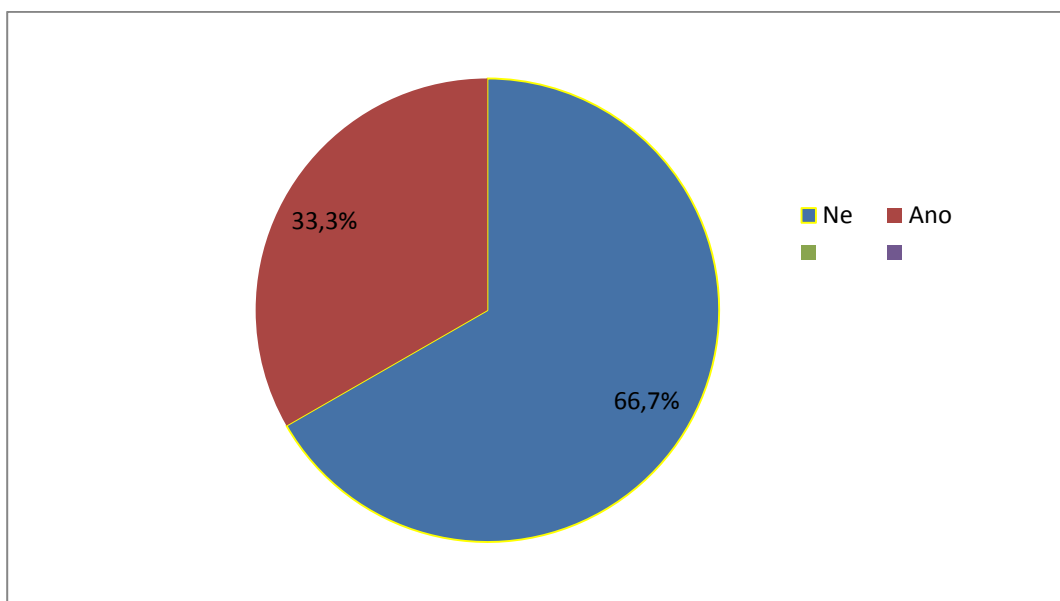
ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
Nelze dost dobře sledovat všechno.	1
Nikdy jsem o něm neslyšel.	1
Mám raději Respekt.	1
Není to typ časopisu, který by mě zaujal.	1
V rodině jsme nikdy nekupovali tištěná média, pouze jako lehčí čtení na dovolenou.	1

Nemám na to čas.	5
Čtu jiný časopis podobně zaměřený.	1
Jiné zájmy.	1
Čtu jiné časopisy.	2
Převaha politických témat.	1
Někdy je až moc jedovatý.	1

10. Zaregistrovali jste nástup nového šéfredaktora Ivana Hamšíka do funkce na jaře roku 2011, kdy vystřídal Pavla Šafra?

(Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.)

ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
Ne	48
Ano	24



11. Pokud ano, jak hodnotíte jeho nástup do funkce?

(Nepovinná otázka, respondent mohl zvolit jednu z nabízených odpovědí.)

ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
Negativně	12
Pozitivně	12

12. Zaregistrovali jste od jeho nástupu změnu v tištěné nebo webové verzi časopisu?

(Nepovinná otázka, respondent mohl zvolit jednu z nabízených odpovědí.)

ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
Ne	30
Ano	14

13. Pokud ano, prosím, vypište.

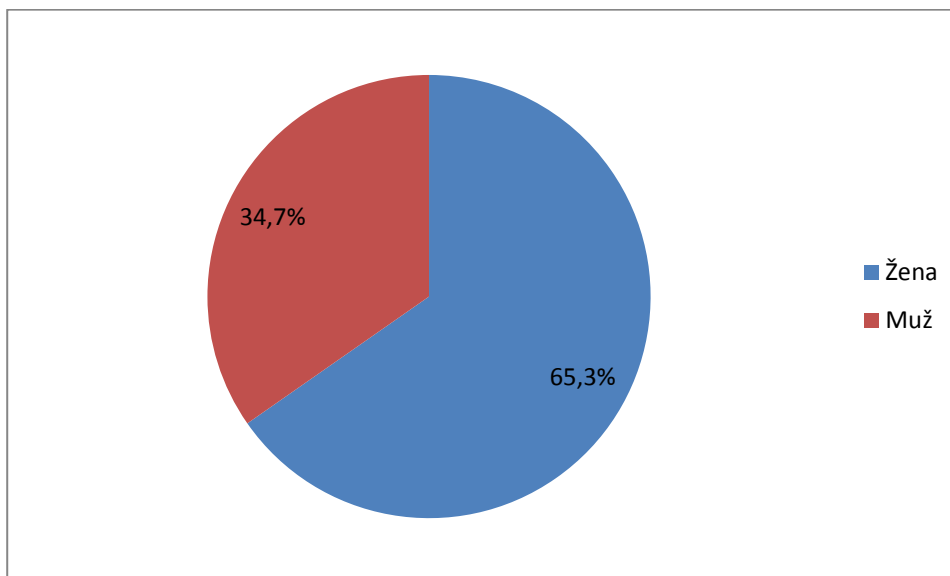
(Nepovinná otázka, respondent mohl napsat krátký text.)

ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
Bulvarizace	6
Zajímavá témata, méně bulváru	2
Zhoršení kvality článků, ztráta nadstranickosti a nadhledu, časopis je tendenční a často se zabývá podřadnými tématy	1
Větší objektivita	1
Skvělé úvodníky šéfredaktora	1

14. Jste:

(Povinná otázka, respondent mohl vybrat jednu z nabízených odpovědí.)

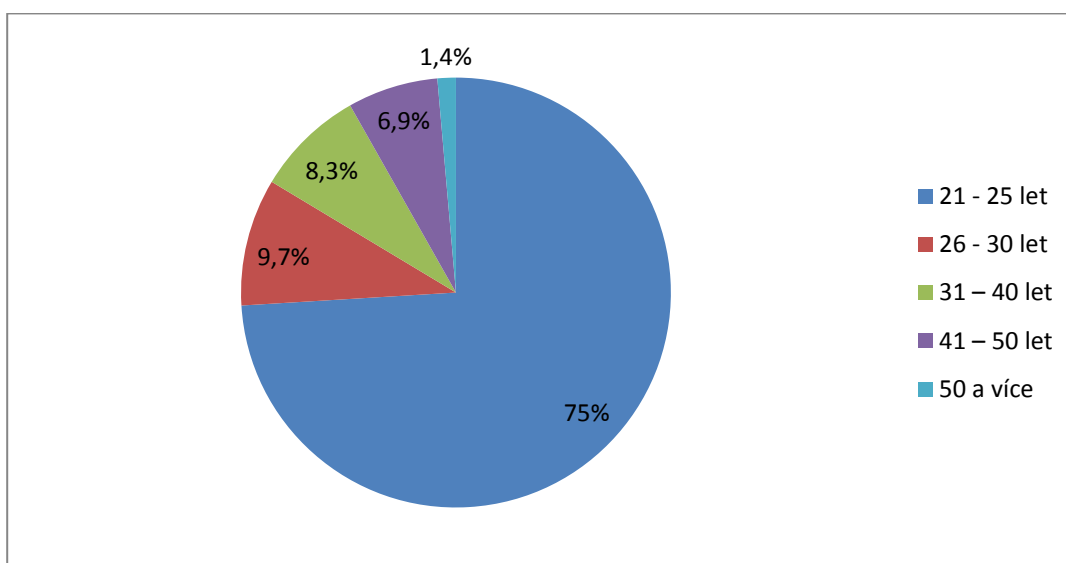
ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
Žena	47
Muž	25



15. Do jaké věkové kategorie byste se zařadili?

(Povinná otázka, respondent mohl vybrat jednu z nabízených možností.)

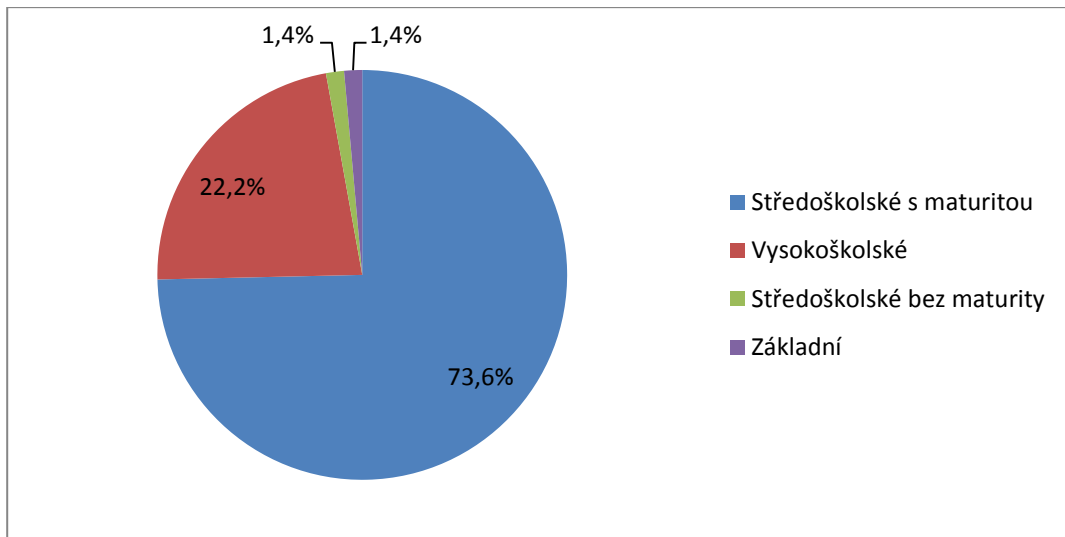
ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
21 - 25 let	54
26 - 30 let	7
31 – 40 let	6
41 – 50 let	5
50 a více	1



16. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

(Povinná otázka, respondent mohl zvolit jednu z nabízených možností.)

ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
Středoškolské s maturitou	53
Vysokoškolské	16
Středoškolské bez maturity	1
Základní	1



17. Jaké jsou Vaše oblíbené časopisy, které pravidelně odebíráte?

(Povinná otázka, respondent mohl zvolit jednu z nabízených možností.)

ODPOVĚĎ	POČET ODPOVĚDÍ
Jiné	36
Respekt	20
Žádné	6
Ekonom, Euro	6
Lifestyle pro ženy (Elle, Žena a život, Marriane..apod.)	6
Instinkt	2
Bulvární časopisy (Rytmus života, Spy apod.)	1

Příloha č. 3: Rozhovor s Josefem Klímou

Uplynulo už více jak 22 let, co vzniknul dodnes populární časopis Reflex. Kdo stál u jeho vzniku?

Reflex vzniknul tak, že se tři redaktoři tehdejšího časopisu Květy, Petr Hájek, Andrej Šťastný a Jiří Flyeberk hned po listopadových událostech roku 1989 rozhodli založit vlastní časopis, který vydávali pod tehdejší tiskárnou Květů Grafoprintem, a Petr Hájek se stal prvním šéfredaktorem.

Jaká byla vaše role? Spousta lidí vás považuju za spoluzakladatele časopisu.

Fakticky to tak je, protože já jsem dal prvnímu číslu tón. Tím byla rozsáhlá reportáž o červených baretech, kteří mlátili studenty na Národní třídě. V té době vůbec nikdo nevěděl, co je to za lidi. Jestli jsou to zvířata, které drží v klecích nebo žijí mezi normálními lidmi a mají rodiny. A hlavně, jak se jejich svědomí vyrovná s tím, že mlátí studenty. Proto se dá říci, že já nebyl tím, kdo časopis počal. Já nejsem ten počáteční dárcer spermatu, já jsem porodníkem (*se smíchem*).

Jak vzpomínáte na toto porevoluční období?

Nádherně. To si bohužel už vaše generace nedovede představit, jaké bylo neustálé twistování, abychom nemuseli vstoupit do strany nebo do Státní bezpečnosti. Já jsem se strašně bál, že mě budou nutit. A oni mě samozřejmě nutili, takže jsem raději odešel z redakce Květů a na volné noze psal knížky. A najednou to celé spadlo a my jste mohli všechno. Mohli jste psát, co jste chtěli. Lidé za námi chodili a říkali nám tajemství o Stb, o politických věznicích. Prostě o všem, o čem se muselo léta mlčet.

Kde jste se s těmi lidmi scházeli?

Všichni za námi chodili do redakce. To bylo neuvěřitelné. Na chodbách Reflexu to vypadalo jako v čekárně u zubaře. Tenkrát nebyl email, mobil, takže všichni k nám chodili a čekali hodiny, aby nám mohli nabídnout svoji kauzu. To byly omamné doby žurnalistky. Já v té době odjel na první stáž do Ameriky do regionálních novin ve Fort Lauderdale na Floridě, kde byl prodán náklad 3 miliony výtisků. A oni tam jen celý den seděli a čekali, jestli někde bouchne plyn nebo přijde uragán a já jim vyprávěl ty historiky, které jsme u nás měli. A oni se mě ptali, jestli se nebojím, že nebude o čem psát, až se ta revoluce přežene.

A bál jste se?

Já jsem si tenkrát opravdu myslel, že nebude o čem psát. Že ty kauzy už prostě nebudou. A vidíte, jsou a je jich čím dál víc.

Jak jste si ověřovali, jestli jsou pravdivé?

Na začátku 90. let byla jiná doba. To jste mohli jít za ministrem rovnou do kanceláře. Žádní tiskoví mluvčí a objednávání. Já jsem tehdy napsal velkou reportáž o Karlu Koecherovi, který byl nasazeným komunistickým agentem v CIA. On tu celou dobu s námi žil a nikdo o něm nic nevěděl. Já jsem ho odhalil a udělal s ním rozhovor. Problém ale byl, že jsem nemohl nikde ověřit, jestli mi lže. Tak jsem prostě šel za tehdejším ministrem vnitra Jánem Langošem. Věděl jsem, že mi nemůže sdělit utajené skutečnosti, ale požádal jsem ho, aby mi v rukopisu označil věty, ve kterých Koecher lhal. A on za týden přišel a opravdu to měl v těch papírech zatrhané. Omamný

čas to byl. A hlavně, když jsme něco na někoho odhalili, tak ten člověk složil funkci a odešel s ostudou. To už je dnes nemyslitelné.

V tiráži prvních čísel Reflexu najdeme řadu významných jmen. Co myslíte, že tyto osobnosti tří generací přimělo, aby se zapojili do tvorby časopisu? Byla to právě osobnost Petra Hájka?

Nebyla. My jsme se celá léta znali a věděli jsme o sobě. Měli jsme podobné osudy, podobné zájmy a podobně nastavené limity. Měli jsme stejné vzory, stejné idoly a stejné citění. Neřešili jsme, jestli je někdo doprava nebo doleva. Měli jsme jasno, ani jsme o tom nemuseli mluvit. Věděli jsme, že se nesmíme nechat zahnat do strany nebo nedej bože začít spolupracovat se Státní bezpečností.

Kde jste se všichni poznali?

Pokoutně jsme se dostávali na promítání FAMU a všichni jsme se znali z různých polooficiálních struktur. Jezdili jsme za Bolkem Polívkou, u kterého se scházeli lidé z disentu. Takže jsme se přes Petra Oslzlého znali i s disidenty. Nebyli jsme disidenti, ale byli jsme u toho, když vznikalo Několik vět. Nahoře vládli komunisti, ale dole jsme byli my, kteří jsme tomu státu vládli duchovně. A byli jsme připravení. A samozřejmě mezi námi byli lidé, kteří přesahovali novinářský svět. Muzikanti, hudební kritici a celá takhle komunita lidí po revoluci hledala nějakou platformu, kde by se mohla uplatnit se svými názory a články. Prostě se vším všudy. A Reflex byl pro tohle naprosto stvořen. My jsme měli výhodu, že jsme už byly dost generačně staří. Měli novinářské a autorské zkušenosti, řada z nás v té době už vydala knížky. A přitom jsme byli dost mladí na to, abychom měli dost sil a pouštěli se s plnou vervou a nasazením do nebezpečných věcí.

To vám závidím.

To bylo něco úžasného. Nikdy už nebude nic takhle úžasného v té ojedinelosti situace, že padá totalita, ve které jste prožila celý život a najednou se poprvé svobodně nadechnete a nevíte si s tou svobodou rady. „Co teď bude, Jéžišmarjá!“ A v tom tady byla nastartovaná generace, která byla strašně homogenní svými názory a postoji.

Ale trvalo to krátce.

Trvalo to krátce, protože, jak říká Bolek Polívka ve své knížce, se jim prostě peníze prošustily do hlavy.

I Petru Hájkovi?

Petr Hájek byl můj nejlepší kamarád po dobu dvaceti let. Hráli jsme spolu stejné písničky na kytaru, vedli jsme stejný komunitní život, mejdany a podobně. Měli jsme stejné názory, stejné knížky, stejné filmy. Prostě všechno stejné. Když vypukl Reflex, tak právě to bylo krásné, že ta osobnost Petra Hájka byla hnacím motorem. V tom jeho fanatismu, jakým dneska horuje proti antikristovi a proti Václavu Havlovi, tak tenkrát horoval pro tu svobodu.

Co se stalo?

On mi tenkrát říkal a sliboval: „Všechny ostatní noviny byly ukradeny, Mladá fronta byla ukradená svazákům, Právo bylo ukradeno jako Rudé právo ÚV KSČ, Mladý svět byl ukradený ÚV SSM. Jediný Reflex vzniknul nově a sám, a proto ho budou vlastnit novináři, protože noviny mají patřit novinářům. Ne politikům, ne stranám, ne někomu jinému. A proto uděláme takovou jednoduchou transformaci.“ Ta se měla odehrát přesně na Silvestra roku 1990. Všichni redaktoři měli rozvázat své zaměstnanecké

smlouvy s tiskárnou Grafoprint a o minutu později podepsat pracovní poměr s Petrem Hájkem, Jiřím Fleyberkem a jejich ekonomickým náměstkem Rudolfem Stálichem. Za to nám slibovali, že kmenoví zaměstnanci dostanou akcie. Někteří tomu samozřejmě nevěřili, že je nepodrazí. Bohužel jsem to byl já, kdo říkal: „Nepodrazí, Petra znám 20 let, tomu můžete stoprocentně věřit.“

Ale podrazili vás.

Všichni jsme v jeden den rozvázali pracovní poměr a uzavřeli nový. Takže ti tři získali časopis i zaměstnance a my neměli nic. Začalo se to vléci, protahovat a akcie žádné nebyly. Ale my jsme tehdy taky houby věděli, co jsou to akcie. To jsme znali jen z amerických filmů. A jednoho dne, Hájek, Fleyberk a Stálich časopis prostě potají prodali.

Nikdo to nevěděl? Ani vy, jako nejlepší kamarád Petra Hájka?

Ne. To byl právě ten moment, kdy jsme se rozešli. Osobně i lidsky.

Je pravda, že Petr Hájek těm smlouvám nerozuměl a prodal časopis neúmyslně?

To já nevím. Já mu nezalívám, že si ty smlouvy blbě přečetl a nerozuměl jim. Já mu zalívám, že to nikomu neřekl. Oni to udělali naprosto za zády všech zúčastněných. Radek Bajgar mi vyprávěl, v té době šéfredaktor, že seděl v šéfredaktorně a najednou tam zaťukali a vstoupili páni v oblecích. On říká: „Co si přejete?“ A oni mu říkají: „My jsme zástupci nového majitele a jdeme tu udělat hloubkový audit.“

Takže ani šéfredaktor nic nevěděl?

Ne, takhle se přece nejedná! I kdyby blbě smlouvám rozuměl a blbě do toho spadli, tak pořád je šance jít za těmi ostatními a říct: „Heleďte, jsme v průseru. Něco se stalo, my přesně nevíme co, ale ten časopis změnil majitele.“ Je to o slušnosti. Cenu Reflexu, stejně jako u fotbalového klubu, dělali redaktori. Ty lidi ten Reflex vytáhli nahoru. To je ta hodnota, kterou máte - ten tým a kolektiv. Stejně jako cenu klubu dělá Messi a Maradona, tak tady jsme to byli my. A oni nás prodali. To je to co, do smrti budu tomu Petrovi a těm dvěma ostatním vyčítat, že my dodneška ani nevíme, kolik za Reflex dostali. Proslýchalo se, že 150 milionů.

Když dostali zapláceno, tak to nebyl omyl. To byl regulérní prodej.

Samozřejmě, že za to dostali zapláceno. A Hájek ještě k tomu z těch tří dostal extra peníze na zaplacení sociálního a zdravotního pojištění. A když teď po letech první z nás šli do penze, tak zjistili, že tam za ně ty tři, čtyři roky nikdo neplatil. Takže Petr Hájek to nedoplatil a peníze si nechal. To byla najednou strašná zrada, horší tím, že šlo o kamaráda.

Takže kamarádství skončilo?

Absolutně.

Řekl jste, že už s ním v životě nikdy nepromluvíte, ale občas se vám o něm zdá. Ještě se vám o Petrovi Hájkovi zdají sny?

Někdy. Teď se mi o něm zdálo znovu, jak propukl ten mediální boj před týdnem. (*Petr Hájek na podzim roku 2012 vydal knihu s názvem Smrt v sametu, ve které Václava Havla označil za nositele lži a nenávisti. pozn. autorky*)

Myslíte, že už je navždy vašemu přátelství konec? Nebo je ještě nějaké možná?

Ne, už není o čem. To byla prostě zrada, která se neodpouští.

A byly to právě tyto události, kvůli kterým jste z Reflexu odešel?

Já jsem z Reflexu odešel v roce 1992 a opustil jsem ho právě proto, že se tam začaly dít ty hnusné věci. I Radek Bajgar odešel a v roce 1993 mi, v té době jako ustanovený šéf publicistiky televize, která ještě neměla jméno, nabídl, jestli se nechci přidat a vymyslet si vlastní publicistický pořad. Tak jsem šel a začali jsme vymýšlet pořad Na vlastní oči. Pro mě je úžasný, že já na tu dobu vzpomínám, jako by trvala deset let. Těch pár let v Reflexu svojí hutností vydalo za 18 let v televizi.

Sledujete od té doby časopis Reflex?

Já si ho kupuju pořád. Kupuju si Reflex i Respekt. Každý týden do nich vkládám 40 Kč, protože to je můj způsob podpory, aby nezanikly.

A jak vy vnímáte vývoj Reflexu?

Je samozřejmé, že se úroveň časopisu mění. Byla tam období, kdy byl víc bulvární. To bylo období za Pavla Šafra a Pavlínky Wolfové jako jeho zástupkyně. Oni byli provokativní. Reflex měl křiklavý obsah a koláže na titulech jako byl Rath s knírkem. A následovaly soudy. A soudy časopisu vždy prospějí v prodeji reklamy.

A teď za Ivana Hamšíka?

Reflex má zase období, kdy je serióznější, ale zase samozřejmě se to odráží na prodaném nákladu. Náklad jde dolů a tím pádem jsou tam asi tendence z hlediska současného vydavatele říkat, že s tím musí něco udělat. Dát tam něco, co lidi vyprovokuje a vyburcuje. Takže já tam cítím střídání serióznějších a bulvárnějších vln. Řekl bych, že teď je ten největší bulvár, nebo spíše šafrovská provokace, na ústupu. I za Petra Bílka to mělo tyto periody. Ale Bílek jako literární kritik a redaktor měl tendenci časopis držet v serióznosti. Myslím, že to mu zazlívali. Že ten časopis moc sedí na zadku.

Není změna obsahu logicky vyplývající reakcí na změnu poměrů v redakci a společnosti vůbec? Říká se, že ty začátky byly kouzelné tím, že se obsah tvořil neorganizovaně a za pochodu. Chodili jste na různé mejdany a jezdili na šlehačkové bitvy do Blanska.

Ono to mělo několik důvodů. Protože samozřejmě ve chvíli, kdy Reflex vyletěl nahoru jako raketa, tak byl jediný. Ostatní časopisy zůstaly zaprděny někde dole a Reflex jediný přinášel a odhaloval nové věci ve společnosti. Pak vznikly další časopisy a televize. Tím ojedinělost Reflexu ztratila první procenta. Další procenta ztratila tím, že už to nebylo tak volné, jako v Blansku se všichni ožereme. Začala ta novinářská úředničina, a také se začal měnit společenský hlad. Všichni byli po revoluci nastartovaní a mysleli si, že tady zavládne ideální společnost. Nikdo nebude krást, nikdo nebude loupit, všichni se budou mít dobře a ti nejchytřejší budou vepředu. Proto tu byl hlad po těch tématech, která Reflex přinášel. Vy si nedovedete představit ty drobnosti. Já si dodneška pamatuju zahraničně-politický článek, který jsme měli v druhém čísle Reflexu od Bystrova a v titulku měl napsáno „Jaký bude nový ISSSRael.“ Dneska je to nevinná slovní hříčka. Ale tenkrát jenom ta hříčka byla úžasná. Já jsem na to koukal a říkal si, že kdyby to někdo před pár měsíci napsal, tak ho zavřou, že hanobí jméno vrchní

socialistické mocnosti. Jenomže dnes ten hlad po médiu, které píše za nás a svobodně opadnul. Přišla deziluze, že ti nahoře pořád kradou a někdy jsou horší než ti komunisti. Lidé se začali více zaobírat vlastními starostmi. Opadnul počet lidí, kteří mají zájem v té společnosti řešit společenská témata. Opravdu, dnes pouze 10% populace má zájem o něco jiného než o sebe. Nad rozkrádáním státu se dnes rozčiluje posledních 700 tisíc lidí (*sledovanost pořadu Na vlastní oči, pozn. autorky*), které to v tomto státě ještě zajímá. A tohle všechno se na tom Reflexu podepsalo. Já to považuji za přirozené.

Když se podíváte na redaktory, kteří pro Reflex psali na začátku 90. let, a dnes se do Reflexu vrátili nebo pro něj píší stále, jako Jiří X. Doležal či Miloš Čermák, vidíte nějakou změnu po profesionální stránce?

U některých velikou. Když vezmu tu první vlnu, ve které jsem byl první dva roky šéfredaktorem. Jana Kasalová, reportérský talent, si později otevřela agenturu, kde učila politiky, jak mají lhát. Později se stala ředitelkou televize Prima, kde naprosto selhala. A teď skončila i jako ředitelka vývoje nových pořadů na České televizi. Tam šla podle mě za zásluhy, protože sehnala Petru Dvořákovi potřebné hlasy, aby vyhrál výběrové řízení na generálního ředitele. To jde dost proti těm principům, na kterých jsme Reflex stavěli. A další je Míša Kuchařová, mladá talentovaná reportérka, která dělala velký rozhovor s tehdejším ministrem vnitra Richardem Sachrem. Ta se posléze stala mluvčí dopravního podniku v Praze v době, kdy se tam odehrávaly ty největší čuňárny. Přišla tam jako mluvčí omlouvat průsery dopravního podniku. Takže pravý opak reportérské práce - zahlazovat, zakrývat a zakopávat. Nezapomeňme na Jiřího Fleyberka, to je nejtragičtější postava! Fleyberk dostal asi 50 milionů a koupil si hotel na Šumavě. A ten mu zaměstnanci rozkradli. To je prohospoďaření talentu. Mnozí zkrátka dali přednost financím před životními principy.