

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Bakalářská práce

2018

Šimon Tittel

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Vývoj grafické podoby tištěné verze Deníku od r. 1992

Bakalářská práce

Autor práce: Šimon Tittel

Studijní program: Žurnalistika

Vedoucí práce: Mgr. Jaroslav Slanec

Rok obhajoby: 2018

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil 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 7. května 2018

Šimon Tittel

Bibliografický záznam

TITTEL, Šimon. *Vývoj grafické podoby tištěné verze Deníku od r. 1992*. Praha, 2018. 35 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí bakalářské práce Mgr. Jaroslav Slanec

Rozsah práce: 56 367

Anotace

Tištěná verze dlouhodobě nejčtenější regionální tiskoviny v České republice prodělala za posledních 26 let, které práce sleduje, řadu grafických změn a revolucí. Několikrát se změnila technika tisku a zpracování, zároveň se podoba novin s časem aktualizovala. V roce 2006 se Deník graficky i systémově sjednotil z většího množství regionálních deníků, velká změna designu pak přišla roku 2016. Přispěly tyto zásahy ke zmodernizování Deníku? Cílem práce s názvem „*Vývoj grafické podoby tištěné verze Deníku od r. 1992*“ je popsat jednotlivé změny, uvést jejich vliv na následný chod redakce a v rámci možností zhodnotit, jestli se proměny pozitivně promítly na grafické stránce Deníku. Zároveň nahlédnout do různých aspektů, které redaktorům ulehčují, ale i naopak znesnadňují práci. K tomu výtečně slouží výpovědi samotných pracovníků tohoto média. Tato bakalářská práce není striktně rozdělena na teoretickou a analytickou část, ale po krátké teoretické úvodní kapitole prolíná oba tyto pohledy v celém svém obsahu. Práce také poukazuje na roli regionálních novin v konkurenci ostatních celostátních tiskovin, která je speciální i kvůli specifické cílové skupině, má menší prostor k experimentování a musí každý svůj krok pečlivě zvážit.

Annotation

The printed version of the Czech Republic's most widely read regional magazine in the Czech Republic has undergone a series of graphic changes and revolutions over the past 26 years. The technique of printing and processing has changed several times and the newspaper version updated with time. In 2006, Deník had graphically and systemically unified from a large number of regional journals and a significant change of design then came in 2016. Did these interventions contribute to the modernization of Deník? The aim of the work entitled „*The development of the printed version of Deník since '92*“ is to describe individual changes, their influence on the editorial work of the editors and, as far as possible, to evaluate whether the changes were positively reflected on the graphic page of Deník. At the same time, I want to look at various aspects, which make it easier for editors to work and which make it harder on the other hand. This is excellently served by the testimonies of the staff of this media. This bachelor thesis is not strictly divided into the theoretical and analytical part, but after a short theoretical introductory chapter, both these

views blend in all its content. The paper also points to the role of regional newspapers in competition with other national press, which is special and specific to a target audience, has less room for experimentation, and has to carefully consider each step.

Klíčová slova

Tisk, noviny, Deník, vývoj, grafika, design, typografie

Keywords

Press, newspaper, Deník, development, graphics, design, typography

Title/název práce

The development of the printed version of Deník since 92‘

Poděkování

V první řadě bych rád poděkoval vedoucímu mé práce Mgr. Jaroslavu Slancovi, který mi byl v průběhu tvorby nápomocný. Velice oceňuji i příspěvek pracovníků Plzeňského deníku, kteří mi svými vzpomínkami a poznatky výrazně ulehčili vznik této práce, za to jim patří velký dík. Jmenovitě se jedná o redaktora Martina Mangla, bývalého redaktora Michala Belšána a především IT odborníka Zdeňka Šumu, jenž má na finální podobě bakalářské práce podíl vůbec největší. Na druhou stranu se našli i tací, kteří se ukázali jako velice neochotní, ale tak už to bývá. Jim děkuji za to, že mě naučili, že k cíli se dá dojít vícero cestami a všechny mohou být správné. Stačí mít vůli.

Obsah

Úvod	2
1 Důležitost novinového designu	4
1.1 Titulní strana	5
2 První vlastnické změny	7
2.1 Nový proces výroby	8
2.2 Proměny názvů	8
2.2.1 Vývoj v okresech	9
2.2.2 Systém práce	9
3 Grafická stránka	10
3.1 Přejít na ofset	10
3.1.1 Ofsetový tisk	11
3.2 Změna redakčního systému	12
3.2.1 Barevné modely	12
3.2.2 InDesign	14
3.3 Přejít na RedWeb	14
4 Velké sjednocení	15
4.1 Vltava Labe Media	16
5 Popis grafické struktury	17
5.1 Rozvržení stran	18
5.1.1 Piktogramy	20
5.1.2 Sestavení strany	20
5.1.3 Ostatní typy	21
5.2 Sportovní strany	22
5.2.1 Přejímání obsahu ve sportu	22
5.3 Práce s fotografiemi	23
6 Moderní trendy: názor grafika	26
7 Názory pracovníků Deníku	27
7.1 IT sféra	27
7.2 Redaktoři	28
Závěr	31
Summary	32
Použitá literatura	33
Seznam příloh	35

Úvod

Deník si stabilně drží pozici nejčtenější regionální tiskoviny v České republice. Jeho vývoj do formy, v jaké ho můžeme vidět teď, však nebyl jednoduchý. Předcházelo mu velké množství různých sloučení, odkoupení a vlastnických změn.

Společně s nástupem novodobé historie Deníku, jejíž počátek datujeme k roku 2006, se grafická stránka Deníku změnila. Příčina byla jasná – jednotný Deník, jednotný vzhled. Od té doby je nezapomenutelným symbolem této tiskoviny modré logo s bílým textem.

S přechodem pod investiční skupinu Penta přišla v roce 2016 další vlna inovací. Ať už na poli grafickém, tak marketingovém. Tentokrát už to – co se grafické stránky týče – byly změny spíše kosmetické. Zato v propagaci se strategie Deníku změnila výrazně.

Přestože nelze přehlížet jisté ekonomické problémy, které Deník v posledních měsících zažívá, drží si svou rozsáhlou čtenářskou základnu a v rámci možností jí servíruje co největší množství informací ze světa, z celé České republiky, ale především z jejich regionu. Není náhodou, že sloganem Deníku je „Vaše noviny“.

Redaktoři Deníku musí mít k výkonu práce specifické dovednosti. Jsou to takzvaní „multitaskeré“. Musí dobře ovládat psaní, práci s redakčním programem i třeba fotografování.

Když se podíváme na estetický dojem, který v nás Deník po prolistování zanechá, nejspíš žádné velké emoce nevzbudí. Většinu plochy zabírá text, titulky jsou skromné, leč výstižné, rozměrné fotografie jsou spíše výjimkou.

Jenže zdánlivá nezajímavost a neoriginálnost nemusí být na škodu. Ve skutečnosti totiž Deník originální je. A že to nedává tak výrazně na odiv, má své důvody. Přeci jen dlouhodobý přerod přinesl jisté konvence, které se v rámci firemní struktury musí dodržovat. A jestli se Deníku daří cíle plnit? Stačí se podívat na vynikající čísla čtenosti, která neustále vykazuje.

Otázkou je, jestli se dokáže v rámci svých možností natolik přiblížit moderním trendům, aby si nadále udržel své čtenáře, ale neztratil tvář.

V této práci hodně čerpám z vlastní zkušenosti, protože v redakci Plzeňského deníku jsem strávil tři roky. I kvůli tomuto faktu jsem v průběhu psaní částečně pozměnil její strukturu

a namísto zabývání se jen samotným designem se více zaměřuji na chod redakce a jednotlivá úskalí vzniku každého vydání, která se v průběhu let vývoje měnila. Domnívám se, že osobní poznatky začleněné do textu a názory pracovníků, kteří se v daném prostředí každodenně pohybují, jsou natolik autentické a zajímavé, že si zaslouží v některých případech dostat přednost před odbornou literaturou.

1 Důležitost novinového designu

Základním článkem úspěchu každých novin je jejich obsah. O prodeji nutně nerozhoduje jeho kvalita, ale spíše jeho zajímavost, jedinečnost. Vydavatelství si volí vlastní strategii podle toho, na jakou cílovou skupinu chtějí mířit. Odpovídá tomu samozřejmě i úroveň redaktorů a dalších pracovníků, které mají k dispozici.

Ruku v ruce s obsahem jde i design. Vzhled novin je ve většině případů sice sekundárním atributem, přesto může velmi výrazně přispět k úspěchu či neúspěchu.

Pokud chceme vydávat „bulvární“ noviny (v České republice můžeme jako příklad uvést Blesk, Aha! nebo Šíp), estetická složka se bude důležitostí minimálně rovnat obsahu, někdy jej může dokonce i převyšovat. U toho typu tiskovin často pozorujeme dominanci rozměrných fotografií, titulků psaných velkým písmem.

Zatímco pokud bereme v potaz „seriózní“¹ noviny, je estetický dojem tím doplňujícím, leč nezbytným faktorem, který má čtenáře utvrdit v nákupu a příjemně provázet čtením daného výtisku.

V současné době je čím dál obtížnější rozlišit bulvární a seriózní tisk. Pokud se například podíváme na MF Dnes, svým vzhledem se čím dál více liší od ostatních seriózních tiskovin. Titulky bývají často ohromné a nicneřikající², i fotografie nabývají na rozměru.

Deník, o kterém tato práce pojednává, si stále zachovává svou pověst důvěryhodných novin cílících na každodenní život lidí v regionech. Jednoznačně zde vítězí obsahová složka nad estetickou, přestože ve svém vývoji prošel hned několika vlnami grafických změn, tou poslední pak v roce 2016.

Inovaci vzhledu se tiskoviny snaží takzvaně „jít s dobou“, někdy to ale přináší více škody než užitku. Americký novinář Clive Irving uvedl, že špatný design je především věcí špatného – zpětného - postupu. Přestože může být původní myšlenka dobrá, musí se slučovat s obsahem.³ Pokud tedy naplníme designově dobré⁴ noviny nevhodným obsahem, výsledné hodnocení kvality designu se okamžitě změní na neuspokojivé. Design tedy musí

¹ Striktní rozdělení neexistuje. I některé noviny, které se vydávají za seriózní, k bulváru tíhnou. Tato hrana bývá často velice tenká.

² Velký font znemožňuje zropešání se v tolika znacích, kolik by bylo třeba k jasnému a výstižnému vyjádření myšlenky.

³ NELSON, Roy Paul. *Publication Design*. Third edition. William C. Brown Publishers. s. 199. ISBN: 0-697-04356-8

⁴ Toto hodnocení je silně subjektivní. Nelze aplikovat žádnou odbornou tabulku kvality designu jednotlivých tiskovin. Lze jednoduše říci, že každému se zamlouvá něco jiného. Měla by však platit hypotéza, že kvalitní design se dobře projeví na prodejkách.

být s obsahem vždy v symbióze.

1.1 Titulní strana

Klíčovou roli hraje design titulní strany. Zde se neobjeví články v plné šíři, pouze mají zaujmout natolik, aby si potenciální čtenář noviny koupil a odkazované články si v daném vydání přečetl. Zde je estetická složka důležitější více než kde jinde. V lehké nadsázce se dá říct, že titulní strana prodává noviny.

Pro čtenáře je mnohem příhodnější, když na titulní straně vidí co nejvíce informací o tom, co se stalo a co se uvnitř dočte.⁵ Velkým fontem psaný název či všelijakou inzerci tolik neocení.

Obrázek 1 - titulní strana Deníku



Stále častěji ale vidíme, že některá vydavatelství upřednostňují zisk z inzerce a na první strany umisťují právě místo klasické titulní strany zaplacený inzerát⁶. V dnešní době je to z obchodního hlediska pochopitelné, protože hlavní příjmy vydavatelství pramení právě z inzerce, nikoliv ze samotných prodejů. Na druhou stranu to úlohu tiskoviny devaluje.

Pokud budeme porovnávat design titulní strany novin a časopisů, vizuální složka je mnohem podstatnější u časopisecké tvorby.

Úlohou novin by mělo být informovat, u časopisů pak spíše pobavit. Není to však

pravidlo. Když budeme porovnávat odborný časopis s bulvárními novinami, tato hypotéza se nám kompletně otočí.

1.2 Typy inovací

Častým vývojovým prvkem je změna zdánlivě nejjednodušší – nové písmo. Novinový font

⁵ NELSON, Roy Paul. *Publication Design*. Third edition. William C. Brown Publishers, 1983. s. 200. ISBN: 0-697-04356-8

⁶ Poslední dobou jsou inzeráty nahrazující titulní stranu tradičně k vidění u MF Dnes.

musí fungovat v mnoha různých situacích, od výrazných titulků po čitelný text.⁷ Například britský deník The Guardian si nechal v roce 2004 na zakázku vyrobit nový font s názvem Guardian Egyptian⁸, který byl až do roku 2018 zde používán.

Česká vydavatelství používají ve svých novinách klasické volně přístupné fonty.

Dalším typem možné inovace je pak změna loga. Zde hodně záleží na tom, jak moc barevné a složité je příslušné logo, protože v případě jednoduchého textu, jaké používá například deník Právo, moc prostoru ke změně není. Navíc tisk se dá všeobecně označit jako konzervativní médium⁹ a podobná změna vyžaduje hodně odvahy a znalosti mentality cílové skupiny, protože čtenáře i takováto zdánlivě marginální proměna může odradit.

U Deníku se logo naposledy měnilo v roce 2016, od tohoto roku se ale přešlo na změny příležitostné. V praxi to znamená, že se logo může změnit na určitý časový úsek. Zatím se tato možnost využila pouze ve dvou případech.

Poprvé bylo logo změněno během letních olympijských her v brazilském Rio de Janeiru v srpnu 2016. Tenkrát byla písmena slova DENÍK vyplněna zobrazením sportovců, konkrétně se jednalo o plavce, basketbalistu, judistu, cyklistu, gymnastku a sprintera.

Druhá změna přišla během léta 2017 (konkrétně od konce června do poloviny srpna), kdy vycházel takzvaný „letní Deník“ (akce Zábavné léto s Deníkem). Modré pozadí zůstalo stejné (existuje i alternativní bílá verze), místo strohého bílého písma bylo slovo DENÍK vyvedeno v barevné kombinaci. Každé písmeno mělo jiný font a barvu, pouze písmeno „D“ si zachovalo rysy „klasické“ verze.

Logo pak bylo doplněno o různé fragmenty připomínající léto, jednalo se konkrétně o vyobrazení ovoce (pomeranč, jablko a jahoda), plážový míč a mušli. Písmeno „I“ pak nahradila sklenice s oranžovým nápojem.

⁷ TWEMLOW, Alice. *K čemu je dobrý design?* První vydání. Slovart, 2008. s. 118. ISBN: 978-80-7391-027-3

⁸ *The Most Radical Change In 50 Years*. [online] In: Guardian.com. [cit. 2018-04-02] Dostupné z: <https://www.theguardian.com/theberliner/story/0,,1565994,00.html>

⁹ Nevidíme tak časté změny loga, jako je tomu například u televizních stanic.

Obrázek 2 - letní logo Deníku



„Vycházíme z toho, že nemalá skupina lidí tráví dovolenou doma v České republice. Věříme, že tento projekt přiměje část čtenářů k tomu, aby si Deník koupili i v místě, kam budou cestovat,“ uvedl důvody této změny Roman Gallo, ředitel Deníku v tiskové zprávě na webových stránkách¹⁰.

2 První vlastnické změny

Prvním regionálním deníkem, který prošel velkou transformací nutnou k tomu, aby byl časem jedním z hlavních motorů přechodu pod společnou hlavičku Deník, byl pozdější Plzeňský deník.

Původním názvem Plzeňského deníku, který byl užíván až do roku 1992, byla Pravda. Změna nastala na jaře roku 1992, kdy tehdejší Pravdu odkoupilo od krajského výboru KSČ, který spadal pod ÚV KSČ, německé vydavatelství Passauer Neue Presse¹¹, v Česku zastoupené nově vzniklou společností Vltava se sídlem v Českých Budějovicích.

Tehdy existovaly tři firmy: Vydavatelství Vltava, které zahrnovalo České Budějovice a Plzeň, Vydavatelství Labe, které pokrývalo severní Čechy a sídlilo v Ústí nad Labem, a PN Presse se sídlem v Hradci Králové, které se zaměřovalo na východní Čechy.

Každá z těchto firem měla vlastní identifikační číslo (IČO¹²), sdílely však stejného vlastníka, měly jednotné vybavení a centrální sídlo v Praze. Nic jako Pražský deník tehdy neexistovalo, střední Čechy podobné pokrytí regionálním médiem postrádaly.

¹⁰ *Deník bude v létě vycházet ve speciálním designu.* [online] In: vlmedia.cz. [cit. 2018-04-13] Dostupné z: <https://www.vlmedia.cz/tiskove-zpravy/denik-bude-v-lete-vychazet-ve-specialnim-designu-20170626.html?strana=3>

¹¹ Stále ještě existující vydavatelství z Pasova, které kromě novin vydává například i knihy, provozuje lokální rádio a vlastní tiskárny.

¹² Osmimístné identifikační číslo organizace. Přidělování čísel bylo zavedeno v ČSSR v lednu roku 1990 zákonem č. 128/1989 Sb. Přidělené IČO je unikátní a nesmí být přiděleno jinému subjektu ani v případě, že původní nositel již zanikl.

2.1 Nový proces výroby

Během léta 1992 dorazily do plzeňské redakce nové počítače s redakčním systémem Cicero, který byl produkován německou firmou Rhein-Rechenzentrum Koblenz. Původně byl vyráběný pro její mateřské noviny, které v Koblenzi vydávala, postupně ho ale začala nabízet i ostatním mediálním sítím.

Vydavatelství Passauer Neue Presse využívalo Cicero ve svých domácích německých novinách jen částečně, kompletně jím však vybavilo celé Vydavatelství Vltava.

Na podzim 1992 se postupně přecházelo z tehdejší kovové sazby na sazbu počítačovou. Proces výroby kovovou sazbou znamenal v praxi to, že redaktoři napsali své texty na psacích strojích v redakci a papíry s texty byly odneseny do tiskárny. Na kovových sázecích strojích připravil sazeč písmena, odlily se jednotlivé řádky, naskládaly se na stránku a tisklo se.

Změna přišla s redakčním systémem Cicero. Některé stránky byly napsány právě v Ciceru, následně byly vytisknuty na laserové tiskárně. Na ně se ručně nalepily v případě potřeby fotografie.

V té době se využívaly dva typy fotografií:

Prvním typem byly vlastní fotografie, které byly vyvedeny na fotopapíru. Druhým typem byly fotografie poskytované agenturou ČTK¹³, které do redakcí putovaly drátovou cestou přes složitější zařízení připomínající tiskárnu. Fotografie z ČTK se týkaly především celostátních a zahraničních událostí.

Počet stránek tvořených v Ciceru se postupně zvyšoval a v prosinci 1992 se kompletně přešlo na počítačovou sazbu. Komplikace však tkvěla v tom, že tehdejší formát novin byl větší než klasický A3 a tiskárna neuměla takovou stránku vytisknout. Muselo se tak tisknout nadvakrát – nejprve horní polovina, poté spodní polovina.

V tiskárně byla takzvaná montáž, kde se stránky vytisknuté na laserové tiskárně a fotografie spojily dohromady, tento celek se vyfotil na film, z kterého se posléze vytvářely tiskové desky.

2.2 Proměny názvů

V roce 1992 byla v Plzni v Kovářské ulici (stejná ulice, kde se ještě stále nachází redakce

¹³ Česká tisková kancelář.

Plzeňského deníku, přestože příslušná budova už byla prodána a Deník si část prostorů pronajímá) postavena tiskárna Vltavy. V ní byl rotační tiskový stroj, který jako první tiskl noviny s názvem Deník.

Přechodně - pouze krátkodobě - se tato tiskovina nazývala i Nová pravda a Deník Nová pravda. Název prošel v téže době obdobnými proměnami s jistými regionálními odlišnostmi i v Českých Budějovicích, Hradci Králové a Ústí nad Labem. V Českých Budějovicích byla vystavěna tiskárna ve Vrbenské ulici a zdejší vývoj byl tomu „plzeňskému“ hodně podobný, stejně tak v Hradci Králové. V Ústí nad Labem ještě vlastní tiskárnu neměli, takže se noviny tiskly v soukromých tiskárnách na zakázku. Na severu Čech byl problém i s velkým počtem okresů a regionálních mutací, které museli pokrýt. V letech 1993 a 1994 se severočeské Deníky dokonce tiskly v Plzni. Kurýr přivezl z Ústí nad Labem materiál na optickém disku, případně se posílal modemem přes vytáčenou linku¹⁴.

2.2.1 Vývoj v okresech

Pod plzeňskou redakci spadá celkem osm regionálních mutací¹⁵ včetně Plzně. Jedná se o (řazeno dle uzávěrek od nejdřívější) sokolovskou, chebskou, karlovarskou, domažlickou, tachovskou, klatovskou, rokycanskou a plzeňskou.

V září 1992 startuje Chebský deník, který dříve nesl název Hraničář. V Karlových Varech se ještě stále do konce roku používá název Karlovarské noviny. Rokycany, Klatovy a Domažlice měly své týdeníky, ale na každodenní zpravodajství se přešlo až se vznikem jednotného Deníku. V roce 1994 už byl Deník ve všech – tehdy ještě západočeských¹⁶ - okresech.

Typické obsazení okresní redakce zahrnovalo pětici redaktorů, jednoho šéfredaktora, jednoho až dva inzertní obchodníky a jednoho zaměstnance, který se staral o předplatné a styk s veřejností.

2.2.2 Systém práce

Do plzeňské krajské redakce se posílaly fotografie autobusem. V praxi to fungovalo tak, že

¹⁴ Celá akce ale byla velmi nákladná a složitá, proto se od toho později upustilo, když byla vystavěna nová tiskárna v Praze.

¹⁵ Vlastní verze Deníku. Část obsahu je přejata z centrální redakce, část z krajské redakce a část je tvořena právě v regionální redakci. Proto je každá mutace Deníku unikátní.

¹⁶ Zákonem č. 129/2000 Sb. přešly správní a samosprávné kompetence na nové kraje a původní kraje zůstaly jen jednotkami územního členění.

například v Tachově někdo odnesl fotky na autobusové nádraží, domluvil se s řidičem a v příslušné destinaci si od něj další člověk zásilku vyzvedl. Nežádka se však stávalo, že k předávce nedošlo, fotografie putovaly s autobusem až do cílové stanice (většinou Praha) a krajská redakce musela volit náhradní řešení.

Zároveň se stránky z okresů posílaly modemem přes vytáčenou linku. Postupem času se vzhledem ke složitosti a nepraktičnosti „autobusové předávky“ začaly fotky skenovat a též posílat přes modem. Ani tato cesta však nebyla ideální. Tehdejší telefonní linky nebyly příliš spolehlivé a jejich rychlost kolísala, někdy tak materiál nedorazil včas.

V roce 1992 dochází k oficiálnímu vzniku jednotné firmy Vltava Labe Press. Tři společnosti, které dosud fungovaly vedle sebe, přešly pod společné IČO, což byla v zásadě jen formální změna.

3 Grafická stránka

Grafická podoba byla po dobu používání redakčního systému Cicero víceméně stejná, napříč kraji se ale výrazně lišila. To v praxi znamená, že Plzeňský deník byl graficky stejně zpracovaný jako Tachovský či Rokycanský deník, ale vypadal jinak než Ústecký deník.

V každé krajské redakci byli grafici, kteří vyráběli inzerci a ve spolupráci se šéfredaktorem vytvářeli vzhled stránek. Kraje si v tomto ohledu snažily držet určitou samostatnost, chtěly mít svoji vlastní unikátní tvář. Velký přechod na totožnou grafiku všech Deníků nastal až v roce 2006.

V roce 1999 byl postaven nový areál tiskárny v Plzni na Borských polích. Vydavatelství v Pasově si pořídilo novou tiskárnu, tu použitou (vyřazenou), ale stále ještě plně funkční poslalo do Plzně. Následkem této události byl přechod na kompletní zpracování novin v počítači včetně fotografií, které se přestaly posílat z okresů na papíře. Všechny už nyní byly v digitální podobě.

3.1 Přechod na ofset

Rotační tiskárna z roku 1992 využívala technologie „flexotisk“, čili tisku z výšky. Zde jsou tiskové desky z plastu, osvítlí se přes film a zastíněná místa zůstanou prázdná. Jedna tisková deska velikostí odpovídala jedné novinové stránce. Nová rotační tiskárna z roku 1999 však už byla ofsetové technologie. Na plechové desce byla nanášena fotocitlivá vrstva. Po nasvícení některá místa zůstanou a některá se odplaví. Ofsetová deska je na

omak hladká. Jsou na ní místa pro barvu smáčivá a místa odpudivá. Barva se nanáší speciálním válcem.

3.1.1 Ofsetový tisk

Spadá do kategorie takzvaného „tisku z plochy“. Tisknouce a netisknouce místa jsou na rozdíl od jiných tiskových technik v jedné výškové rovině. Ofsetová tiskárna nejprve tiskne na pryží potažený válec, z něho pak následně na papír. Ofset tak umožňuje tisk i velmi malých detailů v odpovídající kvalitě. Výhodou je, že zde až tolik nezáleží na kvalitě papíru, takže se ofsetovým tiskem dá ušetřit a zachovat požadovaný vzhled. Pryžový válec je schopen přilnout i na ne zcela hladký povrch.

Tiskovým podkladem pro ofset jsou speciální filmy, které musí splňovat určité normy. Každá barva z barevného modelu CMYK musí být samostatně osvětlena na vlastním výtažku filmu. Na spodní stranu filmu musí být nanášena speciální černá emulze. Každý barevný rastr má také své běžné natočení.

C (azurová) – 15°

M (purpurová) – 75°

Y (žlutá) – 0°

K (černá) – 45°

Osvětlová jednotka musí být správně zkalibrována, aby výsledná optická hustota filmu byla dostačující. Podle formátu tiskového stroje a parametrů tištěných materiálů se dodané podklady pro ofsetový tisk rozmístí na montážní fólii¹⁷.

Z namontovaných filmů se vyrábí tiskové desky, které následně slouží k samotnému tisku. Montážní fólie se vloží do pneumatického kopírovacího rámu, kde po odsátí vzduchu dochází k dokonalému kontaktu mezi tiskovou deskou a filmy, které jsou na desku položeny stranou s emulzí. Tisková deska se vystaví působení UV světla. Na místech vystavených záření dojde ke změně chemické struktury materiálu. Tato místa nejsou utvrzena a při omytí dochází k odplavení materiálu.

Na povrchu tiskové desky se vytvoří neosvětlená tisknouce místa, která se nazývají oleofilní. Těm osvětleným netisknoucím se říká hydrofilní. Tisknouce místa pak přitahují tiskovou barvu, zatímco místa netisknouce přitahují vlhčící roztok a tiskovou barvu

¹⁷ *Ofsetový tisk*. [online] In: tisknu.cz. [cit. 2018-05-02] Dostupné z: <http://www.tisknu.cz/cz/ofsetovy-tisk>

odpuzují.

Důležitým faktorem při ofsetovém tisku je čistota. Jakákoliv nečistota, která se uchytí na namontovaných filmech, může způsobit nedostatečný kontakt mezi tiskovou deskou a filmy, čímž bude zhoršena kvalita překopírovaného obrazu¹⁸.

Rovněž důležitá je také správná expozice tiskové desky. Nesmí být ani příliš krátká, ani příliš dlouhá. V další fázi je na povrch tiskové desky přiváděna soustavou navalovacích válců stejnoměrná vrstva tiskové barvy, která se uchytí na tisknoucích místech. Barva z tiskové desky se přenáší tlakem nejprve na přenosný válec, z něho pak na potiskovaný materiál¹⁹.

3.2 Změna redakčního systému

Už zmiňovaná rotační tiskárna z roku 1992 měla schopnost čtyřbarevného tisku (CMYK – Cyan, Magenta, Yellow, Key), té se ale využívalo naprosto minimálně. Noviny bývaly obvykle celé černobíle, jen ve výjimečných případech se tvořila barevná titulní strana či inzerce. „Čtyřbarevný“²⁰ Deník se začal vyrábět až s přechodem na novou rotační tiskárnu v roce 1999.

3.2.1 Barevné modely

Přestože obecně známé barevné modely jsou dva (RGB a CMYK), mezi základní se kromě těchto řadí ještě dvojice dalších.

RGB

System RGB je založený na kombinacích tří barev – červené (Red), zelené (Green) a modré (Blue). Tyto barvy se nazývají aditivní. Při jejich míchání se jejich jednotlivé složky sčítají a vytváří světlo větší intenzity²¹. Úplným spojením červené, zelené a modré vznikne barva bílá²². Výsledná intenzita se rovná součtu intenzit jednotlivých složek. Lidské oko není schopno rozeznat jednotlivé části již složeného světla.

Barva se mění změnou intenzity části spektra nebo jejich rychlým střídáním. Nejčastěji se

¹⁸ *Ofsetový tisk*. [online] In: tisknu.cz. [cit. 2018-04-17] Dostupné z: <http://www.tisknu.cz/cz/ofsetovy-tisk>

¹⁹ *Tamtéž*

²⁰ Využívající technologie CMYK.

²¹ *Barevné prostory – systémy barev*. [online] In: obrazkarna.cz. [cit. 2018-05-02] Dostupné z: <http://www.obrazkarna.cz/uzitecne/barevne-prostory-systemy-barev/>

²² *Aditivní míchání barev*. [online] In: humanart.cz. [cit. 2018-04-17] Dostupné z: <http://www.humanart.cz/wiki-slovník-1031-aditivni-michani-barev.html>

tento model používá při práci s digitálním obsahem (fotografie, obrázky, grafika) a v zobrazovacích zařízeních (televize, monitory, displeje). Na rozdíl od systému CMYK nepotřebuje k zobrazení vnější světlo.

CMYK

Tento systém je založen na čtyřech barvách – azurové (cyan), purpurové (magenta), žluté (yellow) a černé (key). Černá barva byla k modelu přidána až dodatečně, protože díky ní jde snížit množství inkoustu potřebného k tisku. Tím se snižují i náklady. Tři zbylé barvy tvoří při smíchání černou, takže jejím samostatným přidáním již nebylo mixování nutné.

Tyto barvy se souhrnně nazývají subtraktivní. Je to způsob míchání, při kterém se s každou další přidanou barvou ubírá část intenzity původního světla.

Jsou to barvy světla odraženého od povrchů, viditelné všude kolem nás. Uměle se dají vytvořit tiskem v kombinaci s vhodným podkladem odrážejícím rovnoměrně celé spektrum a tiskařských barev (CMYK). Často se kvůli lepší tvárnosti doplňují o jejich „světlé“ verze (light cyan, light magenta, light yellow a light key).

LAB

Prvním z méně známých modelů je LAB. Písmeno „l“ značí světlost (lightness), „a“ a „b“ jsou jednotlivé složky. Složku „a“ si lze představit jako barevný kanál od zelené k červené, složku „b“ pak jako kanál od modré ke žluté.

Tento systém byl navržený kvůli možnosti přesného popisu barev ve viditelné části spektra. Hlavní výhodou je možnost zapsání barvy jako unikátní číselné kombinace, používá se ke konverzi mezi systémy RGB a CMYK.

HSB/HSL

Tento systém je založený na vlastnostech jednotlivých barev: odstín, sytost a jas/světlost. Typicky je využíván při práci s digitálním obsahem v počítači podobně jako RGB. Snadněji se pomocí něj upravují barvy například ve fotografiích, protože na rozdíl od systémů RGB a CMYK lze dosáhnout požadované změny upravením pouze jedné složky, nikoliv nutně všech²³.

²³ *Barevné prostory – systémy barev.* [online] In: obrazkarna.cz. [cit. 2018-04-27] Dostupné z: <http://www.obrazkarna.cz/uzitecne/barevne-prostory-systemy-barev/>

3.2.2 InDesign

Redakční systém Cicero neuměl se čtyřbarevným tiskem pracovat, takže se v Ciceru vytvářely jen textové pasáže, které se exportovaly do souboru typu .pdf. Tyto soubory se posléze nahrály do sázecího programu InDesign od společnosti Adobe.

V InDesignu se následně dodělávaly barevné fotografie a případně i inzerce.

InDesign je počítačový software, který je určený pro sazečskou práci. Jeho vývojářem je společnost Adobe²⁴, první verze byla vydána v roce 1999. Deník byl vůbec jedním z prvních, kteří jeho služeb aktivně využívali. InDesign byl navržen jako přímá konkurence programu QuarkXPress. Nejčastěji pracuje s dokumenty ve formátu .pdf.

Kromě novin se hojně využívá i při grafických návrzích zpracování knih, plakátů či časopisů²⁵. Je však poměrně náročný na ovládání a je třeba důkladné zaučení.

Původní verze InDesignu 1.0 se od té současné s označením CC 2018.1 velice liší. Významným milníkem tohoto programu je ročník 2002, kdy začal být využitelný i na počítačích společnosti Apple s operačním systémem MacOS. Tím získal velkou výhodu proti QuarkXPressu, za kterým v té době v prodeji zaostával.

V roce 2013 pak byl InDesign poprvé vydán v 64bitové verzi²⁶. Poslední aktualizace vyšla v březnu roku 2018, přinesla však spíše kosmetické změny.

Použil jsem slovní spojení „barevný Deník“. Nebylo to však tak, že by všechny stránky byly barevné. Tato změna přišla až poměrně pozdě – v roce 2016 v rámci přechodu na nový design. Černobílé strany projely Cicerem stejně jako dřív. Výstupem z InDesignu byly opět .pdf soubory ve čtyřech (CMYK) barevných separacích.

3.3 Přejít na RedWeb

Redakční systém Cicero se ukazoval jako zastaralý, nezvládal moderní trendy v grafice. Navíc kombinace s InDesignem byla zbytečně složitá, hledalo se tak nové řešení. V roce 2006 byla kompletně vyměněna technika. Staré počítače s operačním systémem MS-DOS, které z velké části pocházely ještě z roku 1992, nahradily stroje značky Dell. Některé

²⁴ Adobe InDesign CC. [online] In: adobe.com. [cit. 2018-04-27] Dostupné z: https://www.adobe.com/cz/products/indesign.html?mv=search&skwid=AL!3085!3!190635701716!b!!g!!indesign&s_kwid=AL!3085!3!190635701716!b!!g!!indesign&ef_id=WubMvQAAAJ-L-Wjc:20180507111831:s

²⁵ Tamtéž.

²⁶ GILBERT, Keith. *A Brief History of InDesign*. [online] In: indesignsecrets.com. [cit. 2018-04-29] Dostupné z: <https://indesignsecrets.com/history-indesign.php>

z těchto počítačů Dell se v redakcích využívají ještě dnes, i když už jen v rámci jednotek kusů.

Společnost se nakonec rozhodla pro koupi hned tří systémových programů: pro redakční práci systém RedWeb, pro inzerci systém Alfa a pro výsledný tisk systém PPI. Všechny tyto programy pocházely z Německa, každý ale od jiného vývojáře a dodavatele.

Proces práce potom vypadal tak, že v tiskovém programu PPI naplánoval vedoucí vydání produkci – počty stran a jejich zaměření, společné a samostatné strany pro jednotlivé okresy. Systém založil stránky do programu RedWeb rovnou i s vyblokováním místem pro inzerci, kam redaktor nemohl zasahovat.

Od programu Alfa se zadávaly požadavky na tvorbu inzerátu. Jednalo se mimo jiné o rozměry, barevnost, fakturaci zákazníkovi a rezervaci místa v RedWebu. Samotné inzeráty se ale tvořily v externím programu, do Alfy se vkládají až hotové a přes PPI se umisťují do stránek.

4 Velké sjednocení

V roce 2006 došlo k velkému sjednocení pod hlavičku Deník ve všech okresech. Nově tak vychází Deník v 70 různých mutacích²⁷ (okresů je v České republice 76, ale například Plzeň-město, Plzeň-sever a Plzeň-jih souhrnně spadají pod Plzeňský deník, takže v každém okrese Deník vychází, ne však nutně ve vlastní jedinečné verzi). Cílem sjednocení bylo vystupovat vůči inzertním klientům jako jednotná firma. Pokud inzerenti chtěli do té doby inzerovat celostátně, museli komunikovat se třemi firmami²⁸, což bylo složité. V každém kraji byla navíc samostatná tiskárna. Tyto tiskárny se od sebe navzájem lišily. Měly jiné rozměry a podporovaly rozdílné rozměry papíru. Tiskárny v Plzni a v Českých Budějovicích byly stejné, protože to byl jeden rotační tiskový stroj pocházející z Pasova rozdělený na dvě větve. Tiskárny v Ústí nad Labem a Hradci Králové ale byly kompatibilní jen s odlišným rozměrem papíru, který se tam používal, jak už bylo zmíněno výše, což opět komplikovalo inzerci.

Zánik tiskáren v jednotlivých krajích přišel v roce 2010. Od té doby využívá Deník jen dvě. V tiskárně v Olomouci se tisknou Deníky pro Moravu, Slezsko a východní Čechy, tiskárna v Praze má na starosti zbytek republiky.

²⁷ *Deník*. [online] In: vlmedia.cz. [cit. 2018-05-02] Dostupné z: <https://www.vlmedia.cz/denik>

²⁸ Vydavatelství Vltava, Vydavatelství Labe a PN Presse.

4.1 Vltava Labe Media

Společnost s názvem Vltava Labe Media a. s. je české vydavatelství, které vydává 70 regionálních mutací Deníku, 27 regionálních týdeníků a 15 časopisů. Je právním nástupcem společností Vltava-Labe-Press a.s. a Astrosat Media s.r.o. V roce 2015 se stala vlastníkem vydavatelství Tablet Media.

Původní společnost Vltava-Labe-Press byla mimo jiné vydavatelem tiskoviny Večerník Praha. V roce 2000 získalo vydavatelství celostátní deníky Slovo a Zemské noviny, o rok později pak i několik moravských novin, např. Rovnost či Svoboda. Vydavatelství Vltava (právní předchůdce Vltava-Labe-Press) bylo na konci devadesátých let také majitelem fotbalového klubu AC Sparta Praha.

Po nákupu rozsáhlého časopiseckého vydavatelství Sanoma Media CZ, později přejmenovaného na Astrosat Media, se společnost Vltava Labe Media stala druhou nejsilnější vydavatelskou skupinou na tuzemském trhu²⁹. Žebříčku vévodí Czech News Center, třetí je pak MAFRA³⁰.

Další změna přišla v srpnu roku 2015, kdy koupila stoprocentní podíl ve vydavatelství Vltava-Labe-Press investiční skupina Penta Investments. Do té doby společnost patřila do německého koncernu Verlagsgruppe Passau. K převzetí skupinou Penta došlo 3. listopadu 2015.

Penta byla založena v roce 1994 a specializuje se na dlouhodobé investice zejména ve zdravotnictví, finančních službách, maloobchodu, výrobě, médiích a realitním developmentu³¹. Kromě tiskáren v Praze a Olomouci vlastní i 100% podíl ve společnostech Websitemaster, a.s., a Webfarm, s.r.o., EBM system s.r.o., 70% podíl ve společnosti Česká distribuční a.s., 35% podíl v distribuční společnosti PNS, a.s., v červnu 2016 se zakoupením zbývajících 70% podílu největšího internetového media zastupitelství v České republice, AdActive, s.r.o., stala jejím 100% vlastníkem, přesto firma AdActive zůstává dál samostatnou společností. V červenci 2017 koupilo vydavatelství společnost EBM Systém s.r.o., provozovatele webů TipCars.com a TipCar.cz. V prosinci 2017 koupilo vydavatelství společnost Annonce a firmu Grand Real City, která vydává tištěné realitní magazíny a provozuje realitní server realcity.cz.

²⁹ *O společnosti*. [online] In: vlmedia.cz. [cit. 2018-05-03] Dostupné z: <https://www.vlmedia.cz/o-spolecnosti>

³⁰ *Úvod do tiskového trhu*. [online] In: mediaguru.cz. [cit. 2018-05-03] Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/slovník-a-mediatypy/typy-medií/tisk/uvod-do-tiskoveho-trhu/>

³¹ *Penta Investments*. [online] In: pentainvestments.com. [cit. 2018-05-03] Dostupné z: <http://www.pentainvestments.com/cs/default.aspx>

Vlastní i společnosti na Slovensku, konkrétně pak největší slovenskou mediální společností News and Media Holding a velké vydavatelství Petit Press³².

5 Popis grafické struktury

Běžné vydání Deníku má od roku 2016 šestnáct stran³³. Občas se vyskytují výjimky, zejména v pondělním vydání, kde má vždy na rozdíl od všedních dnů větší prostor sportovní rubrika. Autorem grafického konceptu je Jiří Bušek.

Snížením počtu stran se vyskytl výrazný problém pro většinu redakcí Deníku. Počet zpráv nutných ke zveřejnění zůstal, jenže stran ubylo. Proto se museli oni i ve spolupráci s designéry a tvůrci rozvržení stránek³⁴ naučit vtěsnat co nejvíce informací do velmi omezeného prostoru.

Mezi designéry je rozšířena anglická zkratka KISS, která znamená „Keep It Short and Simple“³⁵. V praxi tato poučka, která by se dala přeložit jako „méně je více“, znamená, že je vhodné se držet při zemi a šetřit s jednotlivými prvky, aby se ve výsledku touto přeplněností nezničil celkový dojem.

Pro začátek je dobré poznamenat, že Deník – podobně jako většina dalších českých novin – využívá modifikovaný formát A3. Papír má celkový rozměr 305 mm x 470 mm, plocha, která je určena k zaplnění, má 278 mm x 415 mm. Klasický formát A3 má rozměry 297 mm x 420 mm.

Na titulní straně (strana 1) je horní pruh vyhrazen bílému logu Deníku v modrém poli. Toto pole je vysoké 80 milimetrů, široké pak 230 milimetrů. V něm je kromě loga i upoutávka na jeden z článků, který je v daném vydání. Je zde (ve většině případů kvůli nedostatku místa) zkrácený titulek a podtitulek, jenž bývá zakončený otazníkem. Pokud však v daný den vychází nějaká příloha či týdeník, může být zde obrazově anoncována právě tato speciální akce Deníku. V takovém případě se logo posouvá zhruba 40 milimetrů níže a nad ní bývá textový popis zmíněné akce.

Hned vedle bývá i oříznutá fotografie vztahující se k článku. V šedé liště níže je vždy uvedeno, k jakému regionu Deník patří. Pokud si jako příklad vezmeme Pražský deník,

³² *O společnosti*. [online] In: vlmedia.cz. [cit. 2018-05-03] Dostupné z: <https://www.vlmedia.cz/o-spolecnosti>

³³ Dříve se jejich počet pohyboval mezi dvaceti a čtyřicetimi.

³⁴ Tato pozice se nazývá „pagemaker“, na starosti má vždy dva či více krajů.

³⁵ HARRIS, Paul. AMBROSE, Gavin. *Designové myšlení*. Computer Press, 2011. s. 56. ISBN: 978-80-251-3245-6

bude zde napsáno: PRAHA•ČESKO•SVĚT. Zatímco druhé a třetí slovo zůstává všude stejné, první se v závislosti na geografické příslušnosti mění. V pravém rohu lišty je pak odkaz na web (např. prazsky.denik.cz).

Obrázek 3 - současné logo Deníku



Napravo od této plochy je velice podobně konstruovaná upoutávka na další článek, tentokrát však v zúženém formátu 40 mm x 80 mm.

Ještě nad vrchním pruhem je uveden den, datum, číslo vydání v příslušném roce (toto vše v levém rohu) a cena (v pravém rohu).

Pod lištou s logem bývají upoutávky na tři hlavní články dne. Takzvaný „otvírák“ obsahuje titulek napsaný velkým fontem (pohybuje se v rozmezí 40 – 60 bodů)³⁶, fotografii, krátký popis článku (může to být perex, případně úryvek z textu) a odkaz na stranu, kde se v novinách v plném znění nachází.

Pod tímto hlavním takzvaným „titulním poutákem“ jsou dva menší poutací články. Většinou jsou vedle sebe, mívají i stejný rozsah. Neobsahují fotografie, pouze text, opět s odkazem na stranu, kde jsou k nalezení.

Dole pod nimi jsou takzvané „dlaždice“³⁷, které lákají na nejzajímavější události v jednotlivých rubrikách. V jejich okolí najdeme i čárový kód a stručnou grafickou předpověď počasí.

5.1 Rozvržení stran

Strany jsou převážně ukotveny v základním šestisloupečném zrcadle. Řádky jsou zarovnané na mřížku účaří (takzvaný „grid“). Typografie je v novém layoutu z roku 2016

³⁶ Tento údaj se zakládá na přednastavení v programu RedWeb. Velikost písma může být redaktorem upravena i lehce za uvedené limity.

³⁷ Graficky ztvárněné upoutávky na články ve tvaru obdélníku.

oproštěna od „přebarvenosti“, sází se na kontrast barev černá-bílá-červená³⁸.

Barva je významným komunikačním nástrojem, protože dokáže upoutat pozornost. Logo Deníku je na modrém pozadí. Tato barva vyjadřuje spolehlivost, bezpečnost, tradici³⁹

Obrázek 4 - současný font (Canberra FY Regular)

Canberra FY Regular

Základním fontem pro sazbu je písmo Canberra FY Regular, 9 pt, šířka znaku je 100 %. K dispozici je také za udržení určitých pravidel Canberra FY Bold (zvýraznění v textu), Canberra FY Medium (například perex či zkratka autora) a Canberra FY Book Italic. Ve výjimečných případech se dá využít i písmo Canberra FY Black. Jako sekundární font (například na popisky fotografií) je využíván RealText PRO. Až do roku 2016 se jako základní používalo písmo Nimrod MT (+ Black, Bold, Italic).

Obrázek 5 - font do roku 2016 (Nimrod MT Regular)

Nimrod MT Regular

Velikost písma by se dle redakčního nařízení neměla měnit. V určitých případech je možné z devítibodového písma klesnout až na sedmibodové, pokud si to situace žádá. Nelze však použít pro situaci, kdy se redaktor snaží do článku vtěsnat větší množství textu, než pro jaké je článek uzpůsobený a připravený. Zmenšení je přípustné například ve sportovní rubrice při uvádění výsledků, tam je takováto modifikace povolena. Někdy je dokonce vhodná i z estetického hlediska, článek se pak totiž stává přehlednějším.

V čem tkví kvalita písma, se typografové nestále přou. Podle Jasona Tselentise by mělo být dobře čitelné, protože když je příliš křiklavé nebo zdobné, přitahuje na sebe více pozornosti než samotná autorova slova. Rušivé jsou také změny barvy písma na malé ploše⁴⁰.

³⁸ Uvedeno v manuálu, kteří všichni redaktori obdrželi před změnou designu v roce 2016. Tento materiál není veřejně dostupný k nahlédnutí.

³⁹ HARRIS, Paul. AMBROSE, Gavin. *Designové myšlení*. Computer Press, 2011. s. 130. ISBN: 978-80-251-3245-6

⁴⁰ TSELENTIS, Jason. *Typografie písma: O funkci a užití písma*. Slovart, 2014. První vydání. s. 34. ISBN: 978-80-7391-807-1

5.1.1 Piktogramy

Každá strana se skládá z inzerátů a piktogramů. Inzeráty pochopitelně nemají jednotný vzhled, zato piktogramy jsou nastavené tak, aby redaktor, který si je vybere, měl automaticky předvolené písmo v jednotlivých místech článku.

Na vrcholu každé strany (pomineme-li stranu titulní, která byla popsána výše) bývá umístěn piktogram s názvem „sekce šedá“. Jak už název napovídá, jedná se o přibližně 12 mm vysokou sekci, ve které je napsána rubrika. Můžeme zde tak nalézt rubriky jako například Téma, Sport, Televize, Zábava či Zpravodajství. Rubrika pak může, ale nemusí být doplněna o geografický údaj, kde tato strana vychází, případně čeho se týká. Obvykle se objevují kupříkladu tyto: Plzeň-město, Plzeňský kraj, Česká republika či Zpravodajství, Publicistika.

Na spodní části strany bývají umístěné inzeráty⁴¹. Není výjimkou, že inzeráty v některých případech svým rozsahem zabírají i více než polovinu strany. V takovém případě však trpí daná rubrika, ve které jsou inzeráty nahromaděny, protože žádný náhradní prostor na své články nedostane. Pro redaktory je komplikací, že inzeráty jsou do stránek často umístěny „na poslední chvíli“, čili v průběhu dne, který předchází vydání. Redaktor pak už svou třeba i hotovou stranu musí předělat tak, aby pokud možno zachoval veškeré informace, které je v daném vydání nutno přinést, ale v menším rozsahu.

Zbytek strany mezi inzeráty (které se ale na straně vůbec objevit nemusí, záleží na množství inzerce v daný den a dané období) a vrchní sekci je naplněn články.

5.1.2 Sestavení strany

Straně dominuje v novinářské hantýrce takzvaný „otvírák“. Jedná se o článek, který je vždy umístěn ve vrchní části hned pod výše zmíněnou sekci. Zpravidla je to ten nejdůležitější, který se na dané straně nachází. Pro tento typ článku existuje několik předpřipravených piktogramů. Redaktor si může zvolit, jestli použije u tohoto článku perex, nebo podtitulek. Dá se použít i oboje, ale tato kombinace je k vidění jen zřídka.

⁴¹ Horní polovinu strany si vydavatelé chtějí nechat pro vlastní zaplnění. V praxi se nevyužívá rozčlenění, kde ve vrchní části strany by byla inzerce a ve spodní text.

sloupce, ale s tím rozdílem, že text nemá klasické sloupcové rozdělení, místo toho je souvislý.

Dvoušpalta bývá umísťována na pravou stranu, vrchní a spodní zpráva je doplněna o oříznutou fotografii. Obsah pro tuto rubriku je často přejímán z agentury ČTK. Od toho se ale v poslední době upouští, protože větší regionálních redakcí přišla v rámci úsporných opatření o přístup do ČTK⁴².

5.2 Sportovní strany

Nejvariabilnější v rámci volby a využívání velkého množství piktogramů bývají sportovní redaktoři.

Sportovní zpravodajství (publicistika je v Deníku k vidění je ve značně omezené míře⁴³) si žádá tvorbu nejrůznějších tabulek, výsledkových servisů a dalších statistických údajů. Aby byly zmíněné prvky přehledné, je nutné držet se určitých standardů při volbě jejich vzhledu.

Tvorba sportovního obsahu se hodně liší v závislosti na dni v týdnu. O víkendu se toho ve světě sportu děje nejvíce, v pondělním vydání (v neděli noviny logicky nevycházejí) je tak třeba nahustit co nejvíce zpráv a údajů v přiměřeném rozsahu do přiděleného prostoru. Sobotní vydání je pak plné nejrůznějších pozvánek na nadcházející sportovní akce a události v regionu.

V pondělí je tak výjimečně změněno rozvržení a uspořádání stran, sportovní rubrika mívá namísto klasických čtyř stran o jednu či dvě více.

5.2.1 Přejímání obsahu ve sportu

Jako modelovou situaci si vezmeme práci na pondělním vydání sportovní rubriky v Plzeňském deníku. K dispozici je pět stran – konkrétně jsou to strany 12, 13, 14, 15 a 16⁴⁴.

Každá strana je označena dle toho, v jakých všech regionálních mutacích se objeví.

⁴² Stalo se tak v průběhu roku 2016.

⁴³ V každém vydání je pro ni vyhrazena jedna sportovní strana, jenže málokdy je celá zaplněna opravdu jen publicistickými články. Vkládají se do ní výsledkové servisů a tabulky. Především kvůli tomu, aby nezabíraly místo zpravodajství na ostatních stranách. Publicistické články navíc často nejsou viditelně odlišeny od zpravodajských.

⁴⁴ Tradiční pondělní počet sportovních stran během fotbalové a hokejové sezony. Přes léto a na přelomu roku bývá počet těchto stran snížen, někdy i pouze na dvě.

Strany 12 a 14 jsou v našem případě strany krajské, 13 je strana městská, 15 a 16 strany celostátní. Městská strana 13 vychází pouze v Plzeňském deníku. Celý obsah se tedy váže k dění v okresech Plzeň-město, Plzeň-jih a Plzeň-sever a je kompletně vytvářen v plzeňské redakci, nic se nepřejímá. Vlastní „městskou“ stránku mají v každé regionální mutaci Deníku.

Krajské strany 12 a 14 vycházejí – jak název napovídá – v celém kraji. Tyto strany jsou opět kompletně tvořeny v plzeňské redakci, ale zaměřují se na dění i v dalších místech Plzeňského kraje. Vycházejí v domovském Plzeňském deníku a jsou přejímány čtyřmi mutacemi – Rokycanský deník, Tachovský deník, Klatovský deník a Domažlický deník.

Celostátní strany 15 a 16 vycházejí ve všech pěti zmíněných regionálních mutacích, ale s tím rozdílem, že část obsahu je přejímána z pražské centrální redakce, část je vytvářena v Plzni⁴⁵. Občas sem přispívají svými články i redaktoři z podřazených regionálních redakcí.

Zde se objevují ty nejdůležitější informace z kraje + centrálně vytvářené celostátní sportovní události. Strana 15 navíc kromě Plzeňského kraje vychází i v Karlovarském kraji (Karlovarský deník, Chebský deník a Sokolovský deník).

Některé věci, které vytváří centrální redakce, jsou povinné a vždy se musejí právě na stranách 15 či 16 objevit. Každodenně se tak vyrábí výsledkový servis, který se postupně až do poslední uzávěrky neustále aktualizuje. Uzávěrka regionálních Deníků je poměrně brzy (liší se od sebe nejen polohou, ale i dnem v týdnu, nelze ji tak jednoznačně uvést), část večer hraných utkání se tak musí ve výsledkovém servisu obejít bez konečného stavu.

Pokud se v daný den hraje česká fotbalová či česká hokejová liga, je povinné vydat na nich stavěné rubriky nazvané „Fotbalová čísla“ a „Hokejová čísla“.

5.3 Práce s fotografiemi

Naprostá většina fotografií, která se v Deníku objeví, je vlastní. V praxi to znamená, že Deník přebírá fotografie ze zpravodajských agentur jen velmi zřídka. Centrální redakce má přístup do agentury ČTK, z které čerpá, regionální redakci však mají tuto funkci dostupnou jen ve velice omezené míře. K zahraničním agenturám jako Associated Press nebo

⁴⁵ Celé strany bývají v centrální redakci vyrobeny kompletní, ale krajští redaktoři mohou část obsahu „umazat“ a nahradit vlastním.

Reuters⁴⁶ nemají regionální redakce přístup vůbec.

Redakce Plzeňského deníku, jakožto nejvyšší správní jednotky Deníku v Plzeňském kraji, má k dispozici dva vlastní fotografy, kteří se však střídají, nepracují zároveň. Tím vznikají problémy, pokud se v jednu chvíli děje větší počet věcí, které se žádají obrazovou dokumentací. Každý redaktor tak musí být vybaven aspoň základními dovednostmi

Obrázek 7 - strohé využití fotografií

SPORT

HOKEJ: Nové tváře. Reprezentaci posílí Bulák s Hronkem ... str. 15

Posily Škody. Zkušený Nedorost, Vojtěch Němec, Eberle a do branky Frodl

Obhájké extraligového bronzu odkrývají karty.

KARSEL BOJR

Plzeňští hokejisti byli v úvodu sezóny v roli outsiderů. V průběhu sezóny se však postupně dostali do role favoritů. V úvodu sezóny se však postupně dostali do role favoritů. V úvodu sezóny se však postupně dostali do role favoritů.



... a do branky Frodl

... a do branky Frodl

... a do branky Frodl

Talent žádá změnu výsledku druhého utkání v Zubří

Plzeňští hokejisti byli v úvodu sezóny v roli outsiderů. V průběhu sezóny se však postupně dostali do role favoritů. V úvodu sezóny se však postupně dostali do role favoritů.

Čihák: Chci uspět, ať jsem první nebo třetí kouč

KARSEL BOJR

Plzeňští hokejisti byli v úvodu sezóny v roli outsiderů. V průběhu sezóny se však postupně dostali do role favoritů. V úvodu sezóny se však postupně dostali do role favoritů.



... a do branky Frodl

Plzeňští hokejisti byli v úvodu sezóny v roli outsiderů. V průběhu sezóny se však postupně dostali do role favoritů. V úvodu sezóny se však postupně dostali do role favoritů.

Plzeňští hokejisti byli v úvodu sezóny v roli outsiderů. V průběhu sezóny se však postupně dostali do role favoritů. V úvodu sezóny se však postupně dostali do role favoritů.

Juniorka Viktorie zachránila na jihu Čech alespoň bod

Plzeňští hokejisti byli v úvodu sezóny v roli outsiderů. V průběhu sezóny se však postupně dostali do role favoritů. V úvodu sezóny se však postupně dostali do role favoritů.

Rokycany deklarovaly Střibro

Plzeňští hokejisti byli v úvodu sezóny v roli outsiderů. V průběhu sezóny se však postupně dostali do role favoritů. V úvodu sezóny se však postupně dostali do role favoritů.

kde fotografy nemají k dispozici vůbec a čerpají pouze z osobních zdrojů.

V tomto ohledu tedy Deník za svými konkurenty na poli tištěných médií stále zaostává. Je pochopitelné, že musí pokrýt ohromné množství událostí, které se po celé České republice dějí. Pokud by však byl k dispozici větší počet profesionálních fotografů s odpovídajícím vybavením, jednalo by se o velký posun. Nekvalitní fotografie totiž – z estetického hlediska – devalvují celkový dojem ze čtení Deníku.

Že se o fotografie v Deníku nikdy příliš nedbalo, svědčí i to, že až do roku 2016 byla část

⁴⁶ Nejčastěji využívané zahraniční zpravodajské agentury.

vydání černobílá⁴⁷. Je otázkou, nakolik se v tomto ohledu lpí na výdajích a nakolik vedení Deníku považuje kvalitu fotografií za důležitý atribut.

Nesmíme pominout fakt, že v Deníku jsou fotografie brány většinou jen jako ilustrační, primární je jednoznačně textový obsah. Proto se často sahá jen k ořezaným hlavám/obličejům, aby bylo vidět, o kom se v článku pojednává, ale aby grafické vyobrazení nezabralo příliš mnoho prostoru.

Textová složka je zde jednoznačně dominantní. Jen opravdu zřídka je k vidění článek, kde by fotografie zabírala více jak jeho polovinu. Objevují se i jednosloupcové fotografie, které slouží jen k tomu, aby byla splněna nepsaná povinnost. Existuje však speciální typ článku, který se nazývá fotozpráva. A právě v těchto fotozprávách je textová složka pouze podružnou.

Obrázek 8 - fotozpráva



K vidění jsou zhruba dvakrát v každém vydání. Jedná se o příjemnou změnu proti zbytku obsahu, který může ve člověku vyvolávat pocit strohosti, částečně i odtažitosti a vyžaduje

⁴⁷ Aby se při přechodu na celobarevné vydání předešlo vyšším nákladům, byl snížen počet stran.

jistou dávkou představivosti. I pro redaktora může být jejich použití výhodné, protože pokud má k dispozici fotografii, ale nedostatek informací k tomu, aby vznikl obsáhlý článek s dostatečnou informační hodnotou, fotozpráva mu jeho problém vyřeší.

6 Moderní trendy: názor grafika

Tvůrcem současného konceptu, který Deník od roku 2016 využívá, je grafik Jiří Bušek. Podle něj se trendy v České republice od těch světových výrazně liší, jak uvedl pro deník E15⁴⁸, o jehož vzhled se mimo jiné také postaral.

„Česko je odlišné, bohužel, už řadu let. Je tu jakási upjatá klientela, jíž chybí odvaha zkoušet nové věci,⁴⁹“ říká grafik. „Vznikla slušná škála časopisů, které snesou srovnání se světovou grafikou. Jen ty deníky jsou zakleté. Základní problém ale je, že tu chybí kontinuita vývoje. Přitom tu nikdy nebyla nouze o kvalitní typografy, tvůrce písma, šikovné grafiky. To je nejsmutnější.⁵⁰“

Na českých denících je vidět, že se příliš bojí neúspěchu, a tak neprovádějí žádné výrazné změny, které by jim nakonec třeba pomohly. Není tu totiž historický precedent, který by toto potvrzoval.

„Noviny u nás jsou mdlé, suché, bez nápadu. Hlavičky titulních stran zahlcují těžkopádné poutací plochy v neuvěřitelných barevných kreacích,⁵¹“ uvádí.

Poslední změna designu Deníku přišla po deseti letech stagnace. „Dnes obecně platí, že nový design obstojí zhruba dva roky. Start nového designu nejčastěji vyvolá změna vydavatele, příchod nového šéfa redakce, nová konkurence na trhu. Anebo jen touha redakce posunout se o kousek dál,⁵²“ vysvětluje zkušený odborník.

Podle Buška dostávají čím dál větší prostor různé infografiky, které byly kdysi považovány za nedůležité „smetí“. „Znatelným trendem je především vydatné uvolnění v tvůrčím přístupu. Nezastupitelná je ovšem i role moderních tiskových strojů, tedy i vyšší kvalita barevnosti či nová variabilita při skládání tiskových archů.⁵³“

⁴⁸ KRÍŽOVÁ, Iveta. *České deníky se bojí moderního designu*. [online] In: media.e15.cz. [cit. 2018-05-05] Dostupné z: <http://media.e15.cz/zurnal/ceske-deniky-se-boji-moderniho-designu-1240561>

⁴⁹ *Tamtéž*.

⁵⁰ *Tamtéž*.

⁵¹ *Tamtéž*.

⁵² *Tamtéž*.

⁵³ *Tamtéž*.

7 Názory pracovníků Deníku

7.1 IT sféra

Hlavním odborníkem na historii vývoje regionálního tisku na západě Čech je IT odborník Plzeňského deníku Zdeněk Šuma, který na této pozici působí už více než dvacet let, byl tak přítomný u všech velkých změn, které se na daném poli udály.

Podle Šumy⁵⁴ tkví jedinečnost Deníku v tom, že redaktoři naplno využívají principu multitaskingu a jsou velice samostatní.

„Od devadesátých let se novinářským světem táhne polemika, jestli všichni redaktoři mají mít schopnost napsat článek, dát mu určitou podobu a dodělat kompletně stránku. Či jestli redaktor jen napíše písmenka, dá je někam na hromadu a grafik či vedoucí vydání z toho posléze poskládá noviny. Každá z těch cest má svoje klady, svoje zápory, příznivce a odpůrce. Vydavatelství Vltava-Labe-Press (název byl změněn v roce 2016 na Vltava-Labe Media – pozn. autora) celá letá používalo ten systém, že redaktor je schopen napsat článek, zalomit ho do grafické podoby a udělat stránku. Vysvětlovali jsme si to tím, že s naším počtem redaktorů prostě musí umět všechno, abychom byli schopni pokrýt šest dní v týdnu včetně večerů v každém okrese. Tomu bylo podřízeno i to, že systém Cicero byl jednoduchý na obsluhu, určitě jednodušší než InDesign. Pracoval pomocí předpřipravených piktogramů, čili redaktor si otevřel nějaké základní šablony a v nich už měl nastavený typ písma, velikost a vůbec celkový vzhled těch jednotlivých prvků,“ říká Šuma, který v současné době (jaro 2018) spolupracuje na vývoji a zavedení vylepšeného redakčního systému, který ponese název RedWeb4.

„Systém RedWeb pochází rovněž z Koblenzu jako Cicero, částečně od jiné firmy. Je to shoda náhod, že v roce 1992 jezdili do Čech zavádět systém Cicero dva technici z Koblenze a jeden z nich nadále pracuje pro RedWeb. Firma, která vydávala Cicero, zanikla. Zruinovala ji konkurence InDesignu,“ uvádí.

Nový RedWeb4 by se od svého předchůdce příliš lišit neměl. Opět však přinese jisté novinky, které práci redaktorům ulehčí. Nevýhodou „starého“ RedWebu byla především jeho nízká rychlost a dlouhá doba, která uplynula od spuštění programu do chvíle, než byl pracovník opravdu schopný začít v plně připraveném a načteném programu tvořit. Nezřídko tento časový úsek trval i kolem půl hodiny, což je obzvláště při práci v médiích,

⁵⁴ Citace pocházejí z vlastního rozhovoru autora bakalářské práce se Zdeňkem Šumou.

kde je rychlost významným aspektem, velice nepříjemné.

„I RedWeb je pokládán za uživatelsky přívětivý, přestože si to mnozí redaktoři nemyslí. Pracuje výhradně v síťové podobě. Všechna data jsou uložena na centrálním serveru. V začátcích (2006) byly servery RedWebu v jednotlivých krajských redakcích, to znamená co kraj, to vlastní RedWeb, přestože jeho vzhled byl všude stejný. Činilo to problém při předávání inzerce a výměně materiálů mezi kraji. Postupně se přešlo na jeden centrální server RedWebu v Praze, který není fyzicky v centrální redakci, ale v hostingovém datovém centru v pronajatých prostorách. Vládla obava, že – v nadsázce řečeno – do chebské stránky sáhne redaktor z Frýdku-Místku a něco tam poničí. Teď to funguje tak, že podle určitých oprávnění je nastaveno, kdo může editovat jaké stránky.“

V Deníku musejí umět pracovat s RedWebem všichni včetně externistů. Složitá školení by tak byla časově i logisticky velice náročná. I to je jedním z důvodů, proč se InDesign zde už nadále nevyužívá.

„Grafické možnosti RedWebu nedosahují možností InDesignu, ale aby někdo využil plně grafické možnosti InDesignu, musí v něm být náležitě vyškolen a mít praxi, což by redaktor, který nastoupí do Deníku, získával až měsíce, zatímco v RedWebu je po dvoudenním školení schopný fungovat poměrně samostatně a produkovat články. To se dá v našich podmínkách považovat za výhodu,“ konstatuje Šuma, podle kterého ale brzy nastane změna a ne každý už bude nutně muset s redakčním systémem každodenně pracovat. „Vývoj směřuje k tomu, že redaktor bude ukládat články do agentury, ze kterých bude producer vytvářet jednotlivé verze – novinovou, webovou, případně pro sociální sítě a další média,“ uzavírá.

7.2 Redaktoři

A jaká je zkušenost samotných redaktorů? Ptal jsem se jich ta tři oblasti – práce se systémem RedWeb, změny grafické podoby a výhody a nevýhody přejímání části obsahu z centrální redakce.

Michal Belšán, bývalý redaktor Deníku (do roku 2017), který v současné době působí jako PR pracovník ve fotbalovém klubu FC Viktoria Plzeň, poukazuje na zastaralost a nízkou rychlost současného redakčního systému. „Největší nevýhodou dle mého názoru vždy bylo, jak byl systém pomalý. Velice dlouho trvalo jeho spuštění a mnohdy bylo i problémové. Navíc pokud se něco podobného přihodilo o víkendu, IT technik vám pomohl

jedině telefonicky. Za další velkou slabinu považují také to, že když se jeden redaktor „zasekl“ v článku, tak do něj nikdo jiný vstoupit nemohl – situaci vždy musel opět složitě řešit IT technik. Na druhou stranu byl po určité době RedWeb ovladatelný a člověk se v něm naučil, ale i tak se v něm čas od času objevovaly nějaké nedostatky. Nepracovalo se s ním úplně nejlépe,⁵⁵“ podotýká Belšán.

Na rozdíl od Belšána je Martin Mangl, současný sportovní redaktor Deníku, s prací v redakčním systému spokojený. „Mně osobně se s RedWebem pracuje dobře. Výhodu vidím v jednoduchosti programu, při možnostech vytvoření a využívání makra na jednotlivé úkony usnadňuje a zrychluje práci jako takovou. Jako další přednost vidím to, že ve stránce může za určitých okolností pracovat více lidí – stejně tak to, že když do ní někdo vstoupí jako první, má absolutní práva na změnu vzhledu a piktogramů. Předchází se tak tomu, aby větší počet redaktorů měnil proporce stránky v jednu chvíli. Tato situace má však i své negativum. Ostatní pracovníci nemají možnost měnit rozměry článků a prostoru pro fotografie. Abych to uzavřel, rozvržení piktogramů je tímto stylem v pořádku, ale manipulace a změny v jednotlivých člancích už ne,⁵⁶“ vykládá Mangl.

Oba dva poukazují na to, že redaktoři musí být stále v kontaktu, aby nedošlo k popsané situaci, kdy se snaží na jednom článku či fotografii pracovat zároveň. V otázce designových změn se shodují, že stav se vyvíjí k lepšímu.

„Současný vzhled Deníku je v porovnání s tím starším hezčí. Text se čte lépe, změna fontu a zarovnání celkovému dojmu spíše prospěla. Hlavičky, které jsou nyní u všech stránek, sice ubraly množství textu, slouží však k lepší přehlednosti,“ hodnotí změny Belšán. Se svým bývalým kolegou se názorově rozcházejí pouze v otázce zarovnání textu. „Vzhled Deníku se mi líbí a je stále lepší a lepší, změny jsou podle mě jednoznačně pozitivní. Pravdou však je, že jsem si nemohl dlouho zvyknout, když se přešlo na zarovnání textu „do praporu“ (v roce 2016 – pozn. autora). Tato konkrétní věc se mi nezamlouvá. Záleží i na individuální zručnosti každého redaktora, jakou stránku dokáže vytvořit. Nelíbí se mi, když jsou příliš přehlácené. Zastávám názor, že v jednoduchosti je krása,“ vysvětluje Mangl, který je zaměstnancem Deníku od února 2018, do té doby působil na pozici externího redaktora a měl na starosti zpravodajství z fotbalového krajského přeboru.

A jaký je náhled na přejímání obsahu z centrální redakce, jehož množství se neustále

⁵⁵ Citace pocházejí z vlastního rozhovoru autora bakalářské práce s Michalem Belšánem.

⁵⁶ Citace pocházejí z vlastního rozhovoru autora bakalářské práce s Martinem Manglem.

zvětšuje? Klíčem k úspěchu je rovnováha. „Lidi z regionů nejvíce zajímají zprávy právě z míst, kde žijí. Současně jsou ale i tací, kteří sledují i obecnější dění. Dle mého názoru je ideální vyvážit to tak, aby se v každém vydání objevily nejdůležitější zprávy jak z regionů (psané v krajských či okresních redakcích), tak celostátní (psané v pražské centrále). Přejímání většího obsahu z Prahy pomáhá redaktorům v tom, že mají méně práce. V době, kdy jsem v Deníku působil, jsem v některých případech toto uvítal. Je to totiž lepší, než vymýšlet nějaké nepříliš zajímavé téma a jen z povinnosti tím zaplnit volné místo. V současné době to směřuje k tomu, že polovina novin bude zaplněna regionálními věcmi a polovina celostátními,“ uzavírá Belšán, jenž své roční působení v Deníku ukončil v lednu 2017.

A jak je s „pomocí“ z Prahy spokojený Mangl? „Záleží na situaci. Když se bavíme o sportovní sekci, kde já působím, tak kromě povinných položek jako výsledkový servis, hokejová a fotbalová čísla a určitých povinných článků (například školní McDonald's Cup) si může každá redakce zaplnit prostor vlastními zprávami a událostmi. Myslím si ale, že v „mrtvém“ mimosezonním období se tato výpomoc hodí. Je to také závislé na počtu stránek a jejich zaplnění inzeráty v příslušném dni,“ říká redaktor.

Jaký je tedy výsledek průzkumu mezi zaměstnanci? Změny, které vedení Deníku činí, jsou změnami k lepšímu. Přesto existují stále oblasti, které potřebují vylepšení. Redakční systém má své nedostatky, systém přejímání obsahu z centrály je značně nejednotný.

Závěr

Ačkoliv současný grafický vzhled Deníku nemůže svou estetickou kvalitou konkurovat těm nejlepším na českém trhu, pokračuje v čím dál častějších inovacích, které celkovému dojmu jednoznačně pomáhají. Úlohou Deníku totiž není oslnit svým zevnějškem, jak by se dalo v lehké nadsázce říci, nýbrž dobře a spolehlivě informovat o dění (nejen) v příslušném regionu.

Regionální tiskovina jako Deník si již dlouhou drží svou strategickou linii. Nemá sklony k bulvarizaci, tím pádem se ani graficky nemusí nijak vyčleňovat od zbytku. Obrovské množství pravidelných čtenářů a odběratelů, které si tato tiskovina drží, by dle předpokladu neslo podobnou odbočku ze zajeté a ověřené cesty s nelibostí.

Deník bych nazval jako konzervativní noviny, které se však v rámci možností snaží jít s dobou. A to je správně. Většinu čtenářů, které v tuto chvíli můžeme nazvat cílovou skupinou, tvoří starší obyvatelstvo. Jenže vydavatelství chce logicky nalákat i zbytek potenciálních kupců, takže změny jsou nevyhnutelné.

Není to jen o zvyšování prodeje. V dnešní době, kdy hlavní příjem vydavatelství nepramení ze samotných prodejů tiskovin, ale z inzerce, je důležité myslet i na další faktory. Právě inzerenti musejí cítit, že se jedná o prosperující tiskovinu se širokým fanouškovským táborem, kde se jim vyplatí investovat do reklamy. Mají jistotu, že budou vidět.

Přestože se v roce 2016 jednalo o změnu, o které se mluvilo jako o velké, většina úprav byla ve skutečnosti jen kosmetická. Změnil se základní font. Ten nový je (z mého subjektivního hlediska) pohlednější, jenže jak pramení z mých hovorů se čtenáři, jen málo z nich nějakou změnu vůbec zaznamenalo.

Tou hlavní změnou tedy zůstává velký přerod z roku 2006, kdy se 70 regionálních tiskovin sjednotilo pod společnou hlavičku. Deník představil nové logo a ujistil se, že bílý text na modrém poli se vryje do paměti co největšímu počtu obyvatel. Začal tak sponzorovat nejrůznější akce, zejména pak na regionální úrovni. Vyhlášoval soutěže (například Tip Liga), které si drží až překvapivě velkou oblibu dodnes. Investoval do inzerce i v televizním vysílání, zapojoval se do projektů na základních školách.

Deník jde graficky v rámci svých možností kupředu, nelze však očekávat, že by nějak bláznivě měnil svůj vzhled a obsah. Jedná se o tradiční tiskovinu, která dělá kroky uvážlivě

a umírněně vzhledem ke svému postavení a čtenářské základně.

Summary

Although the current graphical look of Deník cannot compete with the best journals on the Czech market regarding its aesthetical quality, it undergoes constant and frequent updates and innovations which support the general impression. The function of Deník is not to impress the readers by its dazzling design but to inform about events in the neighbourhood and respective region in a reliable way.

Deník as a regional print keeps its long-term strategical line. It does not tend to use a polarisation of the news which is also a reason why the visual presentation of Deník does not need to be distinguished to other journals. The big amount of daily readers would not be probably happy with any big diversion from the usual way.

I would call Deník a conservative print that tries hard to keep up with the modern trends. Such an approach is correct and convenient. The majority of target group consists of seniors and retired people. However, the publisher also wants to attract an attention of other groups in the society. Therefore, the changes are inevitable.

It is not just about increasing the sales. Nowadays, the main income comes from the advertisement, therefore, it is important to consider all the factors that can influence the profit. The advertisers must feel that it is a prospering print with a large base of supporters and it is convenient for them to invest there. They need to be sure their advert will be seen.

The revisions in 2016 were considered as big. However, the changes were, in fact, small and gentle. The font has been changed. In my opinion, the new font is better looking but, based on my talks with the readers, it seems that they have barely noticed the change.

Hence, the main transformation stays the revision in 2006. Deník has revealed a new logo with white text on a blue background. Deník has started to invest more money into sponsorship of regional events and began to create its own competitions for readers. These competitions are very popular today.

The graphical transformation of Deník still continues. However, nobody should expect any major changes of its design and content. It is a traditional print that considers every step very thoroughly and moderately due to its status and reader's base.

Použitá literatura

Knižní zdroje:

NELSON, Roy Paul. *Publication Design*. Third edition. William C. Brown Publishers. ISBN: 0-697-04356-8

TWEMLOW, Alice. *K čemu je dobrý design?* První vydání. Slovart, 2008. ISBN: 978-80-7391-027-3

HARRIS, Paul. AMBROSE, Gavin. *Designové myšlení*. Computer Press, 2011. ISBN: 978-80-251-3245-6

TSELENTIS, Jason. *Typografie písma: O funkci a užití písma*. Slovart, 2014. První vydání. ISBN: 978-80-7391-807-1

Internetové zdroje:

The Most Radical Change In 50 Years. [online] In: Guardian.com. [cit. 2018-04-02] Dostupné z: <https://www.theguardian.com/theberliner/story/0,,1565994,00.html>

Deník bude v létě vycházet ve speciálním designu. [online] In: vlmedia.cz. [cit. 2018-04-13] Dostupné z: <https://www.vlmedia.cz/tiskove-zpravy/denik-bude-v-lete-vychazet-ve-specialnim-designu-20170626.html?strana=3>

Ofsetový tisk. [online] In: tisknu.cz. [cit. 2018-04-17] Dostupné z: <http://www.tisknu.cz/cz/ofsetovy-tisk>

Barevné prostory – systémy barev. [online] In: obrazkarna.cz. [cit. 2018-05-02] Dostupné z: <http://www.obrazkarna.cz/uzitecne/barevne-prostory-systemy-barev/>

Aditivní míchání barev. [online] In: humanart.cz. [cit. 2018-04-17] Dostupné z: <http://www.humanart.cz/wiki-slovník-1031-aditivni-michani-barev.html>

Adobe InDesign CC. [online] In: adobe.com. [cit. 2018-04-27] Dostupné z: https://www.adobe.com/cz/products/indesign.html?mv=search&skwcid=AL!3085!3!190635701716!b!!g!!indesign&s_kwcid=AL!3085!3!190635701716!b!!g!!indesign&ef_id=WubMvQAAAJ-L-Wjc:20180507111831:s

GILBERT, Keith. *A Brief History of InDesign*. [online] In: indesignsecrets.com. [cit. 2018-04-29] Dostupné z: <https://indesignsecrets.com/history-indesign.php>

Deník. [online] In: vlmedia.cz. [cit. 2018-05-02] Dostupné z: <https://www.vlmedia.cz/denik>

O společnosti. [online] In: vlmedia.cz. [cit. 2018-05-03] Dostupné z: <https://www.vlmedia.cz/o-spolecnosti>

Úvod do tiskového trhu. [online] In: mediaguru.cz. [cit. 2018-05-03] Dostupné z:

<https://www.mediaguru.cz/slovník-a-mediatypy/typy-medii/tisk/uvod-do-tiskoveho-trhu/>

Penta Investments. [online] In: pentainvestments.com. [cit. 2018-05-03] Dostupné z: <http://www.pentainvestments.com/cs/default.aspx>

KŘÍŽOVÁ, Iveta. *České deníky se bojí moderního designu*. [online] In: media.e15.cz. [cit. 2018-05-05] Dostupné z: <http://media.e15.cz/zurnal/ceske-deniky-se-boji-moderniho-designu-1240561>

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:
Šimon Tittel

Razítko podatelny:

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:
2015/2016

E-mail diplomantky/diplomanta:
Simon.tittel@seznam.cz

Studijní obor/forma studia:
Žurnalistika/prezenční

Předpokládaný název práce v češtině:

Vývoj grafické podoby tištěné verze Deníku od r. 1992

Předpokládaný název práce v angličtině:

The development of the printed version of Deník since 92'

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013):

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)

LS 2017/2018

Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků):

Tištěná verze dlouhodobě nejčtenější regionální tiskoviny prodělala řadu grafických změn a revolucí. Několikrát se změnila technika tisku a zpracování, zároveň se podoba novin s časem aktualizovala. V roce 2006 se Deník graficky i systémově sjednotil, velká změna designu pak přišla roku 2016. Přispěly tyto zásahy ke zmodernizování Deníku? Cílem práce je popsat jednotlivé změny, uvést důvody, proč k nim došlo. Práce bude zaměřena jak celoplošně, tak zároveň bude sledovat změny týkající se konkrétně Plzeňského deníku, protože před r. 2006 se mutace vyvíjely různorodě.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

I. Úvod – vymezení tématu

II. Hlavní část

- A. Začátek novodobé éry Deníku
 - A.I – Odkoupení od ÚV KSČ, první změny
 - A.II – Nový redakční systém Cicero
 - A.III – Způsob tvorby – prezentováno na Plzeňském deníku
- B. Změna metody tisku
 - B.I – Přejít na ofset
 - B.II – Začátky práce se softwarem InDesign
- C. 2006 – velké sjednocení
 - C.I – Popis přechodu na jednotnou grafiku
 - C.II – Důvody sjednocení, změny v organizaci
- D. 2016 – Celoplošný přechod na nový design
 - D.I – Rozhovor s grafikem
 - D.II – Názory pracovníků Deníku
- E. Současná situace

III. Závěr – Shrnutí shromážděných poznatků, poděkování

Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):

Noviny: Plzeňský deník (1992 – 2017), Pražský deník (2016 – 2017) + další regionální mutace Deníku od roku 1992

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Porovnání designu tištěného vydání Deníku v průběhu času, rozbor a důsledný popis změn. Vysvětlení zákonitostí tvorby obsahu v daném periodiku. Konzultace s grafiky a pracovníky Deníku, práce s jejich poznatky a názory. Snaha o objasnění změn a důvodů, které k nim vedly. Studie moderních trendů v oblasti grafiky v tištěných médiích. Srovnání s obdobnými periodiky s regionálními mutacemi (např. MF Dnes). Popis struktury Deníku, objasnění pozice ve společnosti Vltava Labe Media.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

BLAŽEJ, Bohuslav. *Grafická úprava tiskovin*. Státní pedagogické nakladatelství, 1990. 192 s. ISBN: 80-04-23201-9.
Jedná se o učebnici, která je určena 4. ročník střední průmyslové školy grafické. Vzhledem k tomu, že grafika není můj výhradní studijní obor, mi kniha pomůže v získání odbornějších znalostí týkající se grafického zpracování novin a jiných tiskovin.

BRINGHURST, Robert. *The Elements of Typographic Style*. Hartley and Marks Publishers, 2002. Druhé vydání. 350 s. ISBN: 978-0881791327.

Uznávaný americký typograf a básník Robert Bringhurst zde popisuje umění správného tvoření grafiky tak, aby harmonie a jednotlivé prvky k sobě vzájemně ladily. Přestože je původní vydání knihy staré už čtvrt století, základní trendy v tomto oboru zůstávají stejné a kniha mi může při tvorbě poskytnout hlubší vhled do příslušné problematiky.

FAIRS, Marcus. *Design 21. století – nové ikony designu, od masového trhu k avantgardě*. Slovart, 2007. 463 s. ISBN: 978-80-7209-970-2.

Novinář, architekt a designér Marcus Fairs přichází s knihou, ve které ukazuje nejmodernější prvky v tvorbě a nabízí náhled na to, jakým směrem se budou trendy do budoucna posunovat. Na rozdíl od výše uvedené knihy od R. Bringhursta se Fairs zaměřuje na odhad toho, kam grafika spěje, a nezabývá se tolik minulostí. Odlišný pohled opět může být kvalitním příspěvkem pro moji práci.

KOČIČKA, Pavel, BLAŽEK, Filip. *Praktická typografie*. Computer Press, 2000. 294 s. ISBN: 80-7226-385-4.
Se zákonitostmi úpravy tištěných dokumentů mi při práci pomohou Pavel Kočíčka a Filip Blažek s jejich knihou Praktická typografie. V ní se seznámíme mimo jiné s všemožnými druhy sazby, chybami při lámání textu a základy typografie.

FRANCHI, Francesco. *Designing News*. Gestalten, 2013. 240 s. ISBN: 978-3899554687
Změny v tvorbě vizuální stránky novin při přechodu na digitální technologie ukazuje ve své knize mnohokrát oceněný novinář a designér Francesco Franchi. Své teorie prezentuje na významných plátcích jako například The New York Times či The Guardian. Pro mou práci nezbytná kniha, ze které se dá čerpat nespočet poznatků.

Diplomové práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

MOJŽÍŠOVÁ, Marcela. *Srovnání grafické stránky deníku Blesk z roku 1993 a 2012*. Praha, 2012. Fakulta sociálních věd, Univerzita Karlova. Vedoucí práce: Filip Láb.

LE THI, Hoai. *Časopis Živel a jeho grafický design*. Praha, 2016. Fakulta sociálních věd, Univerzita Karlova. Vedoucí práce: Mgr. Jaroslav Slanec.

MAŇASOVÁ, Martina. *Grafická podoba měsíčníku Žena a móda (1949-1995)*. Praha, 2012. Fakulta sociálních věd, Univerzita Karlova. Vedoucí práce: Mgr. Jaroslav Slanec.

ČECHOVÁ, Judita. *Vývoj regionálního tisku na příkladu Plzeňského a Moravskoslezského deníku a rozbor jejich obsahu z roku 2010*. Praha, 2014. Fakulta sociálních věd, Univerzita Karlova. Vedoucí práce: Doc. PhDr. Barbara Köpplová, CSc.

Datum / Podpis studenta/ky

24. května 2017

.....

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

.....
Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE SCHVALUJE NA IKSŽ VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Titulní strana Deníku (obrázek) – získáno s pomocí využití redakčního systému RedWeb

Příloha č. 2: Letní logo Deníku (obrázek) - https://g.denik.cz/112/fe/denik-letni-logo_denik-630.jpg

Příloha č. 3: Současné logo Deníku (obrázek) - <http://www.msmt.cz/uploads/gallery/full/1358.jpg>

Příloha č. 4: Ukázka písma Canberra FY Regular (obrázek)

Příloha č. 5: Ukázka písma Nimrod MT Regular (obrázek)

Příloha č. 6: Dvoušpalba a výsledkový servis (obrázek) – získáno s pomocí využití redakčního systému RedWeb

Příloha č. 7: Ukázka využití fotografií v Deníku (obrázek) – získáno s pomocí využití redakčního systému RedWeb

Příloha č. 8: Fotozpráva (obrázek) – získáno s pomocí využití redakčního systému RedWeb