

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Michal Pavec

Česká internetová periodika – porovnání jejich zpravodajských postupů a míra závislosti na tištěném médiu

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Obor: Žurnalistika

Ročník: III.

Semestr: VI.

Akademický rok: 2006/2007

Vedoucí práce: Doc. PhDr. Barbora Osvaldová

Praha 2007

Bibliografický záznam

PAVEC, Michal. *Česká internetová periodika – porovnání jejich zpravodajských postupů a míra závislosti na tištěném médiu*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, IKSŽ, Katedra žurnalistiky 2007. 79 s. Vedoucí bakalářské práce: Doc. PhDr. Barbora Osvaldová

Anotace

Bakalářská práce „*Česká internetová periodika – porovnání jejich zpravodajských postupů a míra závislosti na tištěném médiu*“ se zabývá některými trendy v českých internetových periodicích. Popisuje je jako mladé, ale zároveň velmi ambiciózními sdělovacími prostředky, které si již našly stabilní místo na tuzemském mediálním trhu.

Stěžejní součástí práce jsou dvě analýzy. První z nich se zabývá vztahem tištěného média a jeho on-line supplementu (Mf Dnes a iDnes.cz). Na základě dvoutýdenního sledovaného období analýza mapuje podobu spolupráce těchto dvou periodik: např. přebírání zpráv, jejich následnou úpravu apod. Druhá analýza porovnává zpravodajské postupy dvou odlišných on-line deníků (iDnes.cz a Aktuálně.cz).

Analytické části předchází kratší část teoretická pojednávající ve stručnosti o webovém zpravodajství jako svébytné formě distribuce žurnalistického produktu. Kromě technologických předpokladů pro vznik on-line médií a jejich historie tato část práce nabízí výčet některých znaků typických pro toto neustále se rozvíjející novinářské odvětví.

Annotation

Viz Summary s. 72

Klíčová slova

internet, média, web, analýza, on-line

Keywords

internet, media, web, analysis, online

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracoval samostatně a uvedl veškeré použité prameny a literaturu. Práce má bez příloh 131 068 znaků. Současně dávám svolení k tomu, aby tato bakalářská práce byla umístěna v Ústřední knihovně UK a používána ke studijním účelům.

V Praze, dne 16.5. 2007


Michal Pavec

Poděkování:

Rád bych na tomto místě poděkoval především vedoucí své práce docentce Barboře Osvaldové za užitečné připomínky a cenné rady při realizaci této práce.

Děkuji také šéfreditorovi on-line deníku Aktuálně.cz Pavlu Tomáškoví za poskytnutí krátkého rozhovoru, který je zařazen jako příloha této práce.

SCHVÁLENO

Příhláška bakalářské práce

Jméno studenta: Michal Pavec

Semestr: IV.

Mediální zaměření: Psaná a obrazová žurnalistika

Název práce: Česká internetová periodika – porovnání jejich zpravodajských postupů a míra závislosti na tištěném médiu

Základní vymezení tématu (základní hypotéza): Hlavní část práce se bude skládat ze dvou analýz: první se zaměří na komparaci zpravodajství tištěného periodika (MF Dnes) a jeho elektronické podoby (iDnes.cz). Druhá pak srovná zpravodajské postupy dvou internetových deníků: Aktuálně.cz a iDnes.cz. Práce si klade za cíl u obou výše uvedených srovnání prokázat odlišnost zpravodajských postupů, resp. zjistit míru vzájemné provázanosti (MF Dnes a iDnes.cz). Téma se váže k vědeckému záměru IKSŽ "Žurnalistika v informační společnosti: Digitalizace a internetizace žurnalistiky".

Teze bakalářské práce: Bakalářská práce s převážně analytickým obsahem se bude opírat o nezbytný teoretický a historický základ, který bude tvořit její první, kratší část.

Nejprve stručně uvedu základní předpoklady vzniku internetového zpravodajství (např. celosvětově přístupná počítačová síť WWW či princip hypertextu). Zde budu především odkazovat na bakalářské a diplomové práce studentů, které se těmito tématy již dříve zabývaly. Dále pak vymezím terminologii, která není v internetovém prostředí zcela jednotná. Konkrétně jde třeba o nejednoznačnost pojmu e-zine či o problém, kdy už je u příslušné stránky možné mluvit jako o nástroji masové komunikace, a kdy jde spíše o osobní sdělení.

Internetová, či jinak také on-line žurnalistika se vyznačuje celou řadou specifik, kterými se výrazně odlišuje od tištěných i jiných médií. Jde např. o možnost neustále aktualizovat zveřejněný materiál, připravovat "minutu po minutě" obnovované on-line zpravodajství (volby, sportovní zápasy) či uskutečňovat interview, do nějž mohou přímo vstupovat internetová uživatelé. Základní popis těchto specifických dispozic by v práci neměl chybět.

Samozřejmě nelze opomenout ani stručný exkurz do historie českého on-line zpravodajství. V tomto případě bych se chtěl opírat zejména o materiály publikované Milanem Šmídem, který se problematikou českého internetu zabývá. Tato podkapitola by měla alespoň v krátkosti připomenout počátky zdejší internetové žurnalistiky z poloviny 90. let minulého století, zejména fenomén Neviditelného psa Ondřeje Neffa. Pak samozřejmě také další podstatný bod – okamžik, kdy velké české deníky založily své webové odnože, jinak také on-line suplementy (iDnes.cz, lidovky.cz atd.), které už dnes žijí tak trochu vlastním životem. A nakonec i vznik

Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd		
Došlo dne:	12-06-2006	-1-
CJ. 832	Příloh: 2	Skartační heslo:
Přiděleno:	KE	

internetového deníku Aktuálně.cz, který vstoupil na mediální trh s ambicí prosadit se jako životaschopné periodikum bez podpory "mateřského" média.

Jak již bylo uvedeno, hlavní (praktická) část práce se bude skládat ze dvou částí – ze dvou analýz, které se budou zabývat zejména periodiky vystupujícími v našem internetovém prostředí. V obou případech budu vycházet z materiálů uveřejněných v těchto médiích v časově omezeném období jednoho měsíce.

Jak již bylo výše uvedeno, první z podrobných analýz se zaměří na srovnání zpravodajství v deníku MF Dnes a jeho internetové podoby, serveru iDnes.cz. Hned na úvod je nutné vymezit jejich vzájemný vztah – tj. např. skutečnost, že iDnes.cz rozhodně není pouze internetovým "zrcadlem" Mladé fronty, ale internetovým portálem se značnou mírou autonomie. To ovšem také neznamená, že by tu nefungovala vzájemná provázanost, která se projevuje zejména při sdílení některých materiálů – distribuce v současné době probíhá oběma směry.

V úseku jednoho měsíce si vyberu některé události, o nichž obě média referovala. Pokusím se o porovnání obou materiálů a to hlavně v těchto bodech: zda jsou shodné – pokud ano, které médium zprávu vytvořilo a které převzalo; když se liší, tak v čem – jaké jsou v příslušném periodiku použity zpravodajské prostředky (např. skladba zprávy, její délka, titulky či priorita v daném médiu). Cílem této komparace je určit míru vzájemné provázanosti serveru iDnes.cz a MF Dnes a popsání způsobů, jakými pracují se zpravodajskými materiály. Předpokladem je, že prostředky použité v internetovém médiu budou do jisté míry odlišné.

Druhá z analýz se bude věnovat komparaci dvou internetových "novin" iDnes.cz a deníku Aktuálně.cz. V tomto srovnání vycházím z hypotézy, že zpravodajské postupy při výběru a zpracování zpráv jsou u těchto periodik odlišné. A to především na základě jejich formy: iDnes.cz je částečně závislý na své tištěné předloze, zatímco Aktuálně.cz se profiluje jako suverénní internetový deník s vlastním svébytným zpravodajstvím.

Při samotném srovnání budu opět operovat s měsíčním časovým intervalem. Zaměřím se hlavně na výběr zpráv v jednotlivých dnech – nakolik se liší, na co deníky kladly důraz. Zajímavé také bude zkoumat, do jaké míry se budou prezentovat vlastním (exkluzivním) zpravodajstvím, resp. publicistikou. Cílem je prokázat rozdílnou profilaci analyzovaných periodik: u serveru iDnes.cz směřování k multifunkčnímu internetovému portálu, jehož hlavní – nikoliv však jedinou – složkou je zpravodajství; u Aktuálně.cz pak tendenci vytvořit plnohodnotné zpravodajské médium s množstvím vlastní tvorby. Pro doplnění analýzy se pokusím získat krátké rozhovory s editory obou periodik.

Seznam základní literatury:

- Burton, G.; Jiráček, J.: *Úvod do studia médií*, Brno, Barrister & Principal 2003
- Harris, R.H.; Lester, P.M.: *Visual Journalism*, Allyn and Bacon, Boston 2002
- Jiráček, J.; Šmíd, M. a kol.: *10 let v českých médiích*, Praha, Portál 2005
- Kolektiv autorů: *Zpravodajství v médiích*, Praha, Karolinum 2001
- Neff, O.: *Neviditelný pes – český politický cirkus*, Chomutov, Milenium publishing 1998
- Osvaldová, B.; Halada, J. a kol.: *Praktická encyklopedie žurnalistiky*, Praha, Libri 2004
- Reifová, I. a kol.: *Slovník mediální komunikace*, Praha, Portál 2004
- Ruß-Mohl, S.; Bakičová, H.: *Žurnalistika*, Praha, Grada 2005

- Šmíd, M.: *Média, internet, TV Nova a já*, Praha, ISV 2000
- Šmíd, M.: *Stručný slovník elektronických médií*, Praha, Karolinum 1995
- Ward, M.: *Journalism Online*, Oxford; Boston, Focal Press 2001

- <http://tucnak.fsv.cuni.cz/~smid/doc/internet.html>
- <http://www.louc.cz/intzur.htm>

Jméno konzultanta: Doc. PhDr. Barbora Osvaldová

(svým podpisem potvrdí, že souhlasí se spoluprací na tématu, schvaluje základní teze a ve stanoveném termínu odevzdá posudek na práci):

Datum: 12.6. 2006

Podpis studenta

Podpis konzultanta

Obsah

Úvod.....	10
1. Technologické předpoklady vzniku internetových médií.....	12
2. Žurnalistika na internetu.....	14
2.1 Historie on-line žurnalistiky.....	14
2.1.1 Světová historie.....	14
2.1.2 Domácí historie.....	15
2.2 Podoby internetové žurnalistiky.....	18
2.2.1 Terminologie a vymezení žurnalistických produktů na internetu.....	18
2.2.2 Specifika tvorby zpráv pro web.....	20
3. Znaky webového zpravodajství.....	22
3.1 Nový typ distribuce žurnalistického produktu.....	22
3.2 Hypertextizace.....	23
3.3 Multimedialita.....	24
3.4. Individuace.....	25
3.5 Demokratizace.....	26
4. Analytická část.....	27
4.1 Analýza č.1: Porovnání obsahů deníku Mladá fronta Dnes a internetového serveru iDnes.cz – míra závislosti webu na tištěné předloze.....	27
4.2 Analýza č. 2: Porovnání zpravodajské produkce internetových zpravodajských deníků iDnes.cz a Aktuálně.cz.....	54
Závěr.....	71
Summary.....	72
Seznam použitých pramenů a literatury.....	73
Přílohy.....	75

Úvod

Odkazy na zpravodajství českých internetových periodik se stále častěji objevují v relacích “zavedených“ médií, jakými jsou například televize nebo rozhlas. Citace webových zpravodajských serverů patří mezi doklady toho, že si tato “nová média“ vydobyla na mediální scéně pevnou pozici, kterou její ostatní aktéři plně akceptují.

Za více než deset let, kdy u nás tento typ žurnalistického sdělování funguje, si získal nejen respekt ostatních médií, ale přijali ho i recipienti, kteří už dnes zprávy uveřejňované na internetu sledují se stejnou samozřejmostí jako zpravodajství tištěných novin, rozhlasu a televize. Internetové deníky tak mohou díky této pozornosti – která úzce souvisí s rozvojem počítačových technologií – využívat a rozvíjet specifické možnosti, které tento stále ještě velmi mladý typ mediálního sdělování nabízí.

Zpravodajství poskytované recipientům prostřednictvím internetu se pochopitelně ve svých počátcích potýkalo s velkým množstvím otázek a samozřejmě také s pochybnostmi. Například mediální odborníci Sandra Ballová-Rokeachová a Melvin DeFleur vyjádřili ve své publikaci *Teorie masové komunikace* (poprvé vyšla v roce 1989) v otázce uplatnění internetové žurnalistiky značnou míru skepse: *„Bude vzrůstající užívání osobního počítače jednotlivci v domovech a rozrůstající se užívání počítačových informací ve společnosti dostatečným důvodem pro vznik nových masových médií? To se nezdá být pravděpodobné. [...] Dokonce kdyby počítačová gramotnost byla běžná a každá domácnost by měla osobní počítač vybavený modemem, takže by se mohla připojit na množství sítí, je těžké si představit, jak by se z této základny nový systém masových médií vyvinul sám o sobě.“* (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996, s. 346) Vývoj internetových serverů však ukázal, že tyto sdělovací prostředky dokáží žít svým vlastním “mediálním životem“ a mohou se stát autonomními zpravodajskými jednotkami.

Cílem této práce tedy není zkoumání toho, zda internetová periodika mají budoucnost nebo jestli dokáží pro svůj provoz získat dostatek finančních prostředků. Tyto otázky už vývoj webových sdělovacích prostředků zodpověděl. Je tedy na místě ptát se jiným způsobem: Jak webové deníky spolupracují se svými mateřskými médii (pokud nejsou zcela nezávislé)? Jak se zpravodajské materiály uveřejněné v tištěném a elektronickém médiu odlišují? Do jaké míry internetová periodika využívají možností, které jim multimediální prostředí poskytuje?

Tyto a mnohé další otázky se pokusí práce zodpovědět a doložit s pomocí své analytické části. Ta vychází ze dvou hlavních rozborů založených na dvoutýdenním podrobném sledování vybraných českých médií – Mladé fronty Dnes s serverů iDnes.cz a

Aktuálně.cz. První z analýz si bere za úkol zjistit míru závislosti internetového deníku iDnes.cz na jeho “mateřském“ periodiku Mladé frontě Dnes; popsat jejich vzájemný vztah na základě konkrétních poznatků a porovnat jejich zpravodajské postupy.

Druhá z analýz má za cíl komparovat zpravodajství dvou významných internetových deníků: iDnesu (domácí a zahraniční zpravodajství) a Aktuálně (domácí a zahraniční zpravodajství). V rámci tohoto srovnání chci ukázat odlišné prvky v tvorbě zpravodajství, které mají mimo jiné základ v rozdílném institucionálním ukotvení obou redakcí – iDnes je v úzkém propojení s Mladou frontou Dnes¹, kdežto Aktuálně.cz funguje jako zpravodajsky nezávislý server. Cílem tohoto mediálního rozboru je poukázat na dva různé přístupy aplikované při tvorbě webového zpravodajství, zjistit míru využívání možností multimediálního prostředí (např. video a audio příspěvky) a popsat, do jaké míry se obě média tematicky shodují. Součástí práce je také krátký rozhovor s šéfreditorem deníku Aktuálně.cz Pavlem Tomáškem², který lze dohledat v přílohách (s. 78 – 79).

V tezi bakalářské práce jsem uvedl, že budu při zpracovávání analýzy vycházet z období jednoho měsíce. Vzhledem k dostatečnému množství materiálu získaného při sledování dotyčných médií jsem po dohodě s vedoucí práce zkrátil časový úsek na dva týdny.

Analytické části práce předchází kratší část teoretická. Ta se zaměřuje zejména na popsání základních atributů, které umožňují webovému zpravodajství plnit bezesbytku informační funkci a zároveň ho charakterizují jako sdělovací prostředek se zcela novými možnostmi.

¹ Oba zpravodajské subjekty – iDnes i MfD - majetkově propojuje mediální skupina MAFRA, která je jejich vlastníkem.

² Původním záměrem bylo zařadit do práce také rozhovor s šéfreditorkou serveru iDnes, což se bohužel nakonec nepodařilo.

1. Technologické předpoklady

Stejně jako všechna ostatní média fungují ta internetová díky určitým technologickým předpokladům. Elektronické deníky sice například nemusejí řešit náklady na tiskárnu, jejich provoz však velmi úzce závisí na rozvoji počítačových technologií, který se projevil zejména ve druhé polovině 20. století. Abychom porozuměli tomu, proč si můžeme v dnešní době číst z obrazovky počítače aktuální informace, musíme zde alespoň v základních obrysech nastínit skutečnosti a události, které tomu předcházely a které fungování internetového zpravodajství umožnily.

Základním předpokladem příjmu informací je spojení mezi počítači. Jejich vzájemná komunikace dnes probíhá neomezeně v rámci celého světa díky "síti sítí" - internetu³. Počátky počítačového propojení však byly mnohem skromnější a neměly se zpravodajstvím příliš mnoho společného. Předchůdcem internetu byla síť Arpanet: projekt, který v roce 1969 spustilo americké ministerstvo obrany. Jeho cílem bylo vytvořit počítačovou síť, jež bude odolná vůči vojenskému útoku.

Z armádní půdy se myšlenka Arpanetu přesunula zejména do univerzitního prostředí. Zhruba do poloviny 80. let se síť vzájemně propojených vzdálených počítačů vyvíjela téměř výhradně právě na univerzitách. V tomto období přišel i jeden ze zásadních zlomů v počítačové komunikaci – existující síť přešla na jednotný komunikační protokol TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol), který určil jednotnou formu – jakýsi soubor pravidel - pro odesílání dat mezi jednotlivými počítači. Rok 1983, kdy se začal tento protokol používat, bývá také často označován za rok vzniku internetu.

Mezi jednu z nejdůležitějších vlastností internetu patří skutečnost, že jde o decentralizovaný, neinstitucionalizovaný systém. „*Internet je pozoruhodným příkladem systému, který umožňuje doslova na celosvětové úrovni a s minimálními náklady přístup k textům, obrázkům, hudbě či hrám [...] Neobvyklé na tom je to, že Internet není institucionalizován. Nikdo ho nevládní. Existuje jako svébytný, minimálně hierarchizovaný a minimálně uspořádaný prostor [...] soustředěný v počítačových pamětech a programech milionů počítačů na celém světě.*“ (Burton, Jiráček, 2001, s. 153)

Internet jako propojení počítačů se ale nemůže sám o sobě stát prostředkem mediální komunikace ani komerčních aktivit. Působí spíše jako nutný technologický základ, který

³ V názvu sítě internet je na začátku slova přípustné používat velké i malé písmeno. V této práci je internet zmiňován s malým písmenem, protože se o něm častěji hovoří jako o prostředí – nikoliv jako o instituci, kterou v pravém slova smyslu není.

umožňuje přesun dat mezi počítači. Aby prostřednictvím internetu mohli komunikovat také lidé, musejí využívat služeb, které fungují “nad“ internetem – tou nejpoužívanější je služba World Wide Web (zkráceně WWW, užívá se také výrazu web či webové stránky).

Autorem myšlenky webu, která propojila internet s dřívější a do té doby nerealizovanou ideou “chytrého“ textu – hypertextu, byl Angličan Tim Berners-Lee. Tato služba začala v praxi fungovat v roce 1990 a původně měla umožnit vědcům číst si texty uložené na jiných počítačích. Poté, co přestal být internet výsadou akademiků, získal web obrovský a nezastupitelný význam v rozšíření “sítě sítí“ mezi běžné počítačové uživatele. Ti se mohou díky systému WWW během nepatrného časového úseku dostat k informacím uveřejněným kdekoliv na světě. Prohlíží si je zpravidla na webových stránkách – dokumentech v digitální podobě založených na formátu hypertextu⁴, který určuje jejich uspořádání a nabízí možnost dostat se pomocí hypertextových odkazů (tzv. linků) k dalším veřejně přístupným stránkám, resp. materiálům.

Díky webu a jeho multimediálnímu prostředí mohou jeho návštěvníci využívat řadu služeb – například nákup po internetu, komunikaci s ostatními lidmi pomocí speciálních diskusních fór, prohlížení fotografií, přehrávání videí a další. S pomocí webu se tak internet stal ideálním prostředím také pro média. *„Vzhledem ke snadné aktualizovatelnosti www-stránek začali sít' www využívat i vydavatelé periodik, kteří na webovských stránkách obvykle prezentují elektronickou podobu svého listu. Ta bývá oproti 'papírové' verzi doplněna různými odkazy na relevantní informace v síti www, archivem článků opatřeným fulltextovým vyhledáváním a dalšími rubrikami [...] Vznikají také periodika, která mají pouze elektronickou podobu, např. u nás populární deník Neviditelný pes (pes.eunet.cz).“* (Šmíd, 2002, s. 209 – 210)

Z původně vojenského záměru, který zůstával dlouhou dobu výsadou vědeckého prostředí, se nakonec stal i prostředkem žurnalistického sdělování.

⁴ Blíže se otázce hypertextu – jeho historii, principu a využití – věnuje kapitola 3.2 Hypertextizace (s. 23 – 24)

2. Žurnalistika na internetu

2.1. Historie on-line žurnalistiky

Od poloviny 90. let vstupují novináři už nastálo do prostředí internetu. Historie počítačového zpravodajství však sahá ještě hlouběji do minulosti - do doby před příchodem webu.

2.1.1 Světová historie

Roku 1983 spustila mediální společnost Knight-Ridder velmi neobvyklý pokus, jak dostat nejnovější události k recipientům. Služba nazvaná Viewtron pracovala na bázi tzv. videotextu a uživatelé ji mohli sledovat na svých počítačích nebo televizorech. O tři roky později však společnost vysoce ztrátový podnik zastavila. V téže době neúspěšně skončil i obdobný pokus listu Los Angeles Times nazvaný Gateway.

Skutečnou příležitost pro internetová média znamenal až výše zmiňovaný systém World Wide Web. „Technologie vytvořená Timem Bernersem–Leeem a dalšími umožnila lépe organizovat, vyhledávat a získávat informace. Web, založený na technologii multimédií a hypertextu, prudce zvýšil možnost zahrnout zvukové a grafické prvky, které pro on-line média znamenají příležitost prezentovat živé i archivované audio či video obsahy.“ (Driscoll, Garrison, 2005, s. 5) Příchod webu také vytvořil “uživatelsky přátelské“ prostředí umožňující přístup k těmto službám dalším uživatelům, pro něž byl doposud internet technologicky příliš složitý.

Za první webový deník odborníci pokládají kalifornský Palo Alto Weekly, který začal vycházet v roce 1994. Brzy po něm expandovali na web i významné americké deníky, jako první Chicago Tribune v roce 1995. O rok později už mělo svou internetovou podobu okolo 260 listů. V té době se začalo ukazovat, že tato zprvu doplňková média budou čím dál více získávat na nezávislosti a mohou se stát konkurencí pro svá “mateřská“ média. Tato doba však zatím ještě nenastala. „On-line deníky mohou publikovat breaking news jako první, pokud si myslí, že by televize nebo rozhlas mohly přijít s událostí dříve. Noviny se ale často bojí souboje se svou tištěnou verzí a ztráty čtenářů.“ (Driscoll, Garrison, 2005, s. 4)⁵

Pokud má ale internetové médium šanci přijít se zásadní zprávou dříve, než ji odvysílá televize nebo rozhlas, zveřejní ji ihned. Za přelomové v tomto ohledu považují mediální

⁵ Skutečnost, že noviny raději počkají se zprávou do doby vydání listu, se do jisté míry potvrdila i ve výsledcích analytické části této práce.

odborníci rozhodnutí amerického deníku Morning News z roku 1997. List získal exkluzivní informaci o přiznání teroristy Timothyho McVeigha k bombovému atentátu v Oklahoma City, který se odehrál v roce 1995 a zahynulo při něm 168 lidí. A protože se redakce obávala, že CNN vyjde se zprávou jako první, rozhodla se informaci uveřejnit na své webové stránce.

Zpravodajství na internetu zažilo největší rozkvět v druhé polovině 90. let minulého století. V období let 1997 – 2001 vzrostl počet on-line médií o 120 %. Světová novinová asociace (World Association of Newspapers) v roce 2002 odhadla počet těchto sdělovacích prostředků na 2959 (u zemí, které monitorovala). Od té doby se počet on-line médií ustaluje či mírně klesá. (Driscoll, Garrison, 2005, s. 6)

Tyto údaje však rozhodně nesnižují vliv internetového zpravodajství. Naopak, někteří mediální odborníci dokonce očekávají, že v budoucnu část tištěných médií zanikne a jejich obsah bude dostupný pouze na webu. *„Vývoj ukazuje, že noviny a jejich webové verze se budou v následujících letech čím dál více sblížovat až splývat v jeden produkt. Nedávno to na Světovém ekonomickém fóru v Davosu jasně řekl i Arthur Sulzberger, vydavatel New York Times: Cílem novin je zvládnout přechod z papíru na web. 'Opravdu nevím, jestli budeme Timesy za pět let ještě tisknout. A víte co? Je mi to jedno,' citoval ho izraelský deník Haaretz.“* (Čermák in Hospodářské noviny, 2007, s. 10)

2.1.2 Domácí historie

Podobně jako ve světě, i v Česku se tradiční média chopila nového publikačního prostoru. Prakticky ihned poté, co díky liberalizaci internetu v červenci 1995 mohl web expandovat z akademické půdy i do komerční sféry, objevila se na něm také první média. Zprvu šlo především o klasické překlápění obsahu. Prvenství získal v tomto ohledu časopis Mladý svět, jehož obsah se na webu objevil na jaře 1995. Další tištěná média brzy následovala – například Lidové noviny či Slovo.

Přelomovým projektem pro zpravodajství na českém internetu byla webová stránka www.trafika.cz, kterou v roce 1996 založila reklamní agentura Medea. Jednalo se o ojedinělý projekt – jakýsi mediální rozcestník – nabízející obsah vybraných tiskovin v elektronické podobě. Návštěvník Trafiky mohl najít materiály deníků Mf Dnes, Lidové noviny, Svobodné slovo a Právo, některých časopisů (např. Týden, Profit, Strategie) a také celou řadu odkazů na další webové stránky. Trafika platila médiím za distribuci jejich materiálů paušální platby a sama si vydělávala pomocí reklamy. Její konec v této podobě nastal v okamžiku, kdy tištěná

média zjistila, že mohou hodnotu svých obsahů zúročit mnohem lépe, pokud budou investovat do vlastní internetové prezentace⁶.

Rok 1996 přinesl také další významné události. Nejprve v lednu vstoupil na trh zpravodajský server České tiskové kanceláře (ČTK) České noviny, který převáděl na web část produkce agentury. Objevil se také první český portál Seznam.cz Iva Lukačoviče, který se o několik let později stal hostitelem on-line deníku Novinky. Dalším výrazným momentem tohoto roku byl vznik zpravodajsko-publicistického deníku Neviditelný pes, jehož zakladatelem byl známý spisovatel a publicista Ondřej Neff.

Neviditelný pes vznikl původně jako projekt jednoho člověka, který zajišťoval médiu drtivou většinu příspěvků. S nadhledem pojímané zpravodajství brzy našlo velkou odezvu u internetových čtenářů a Neffův deník se stal jednou z nejpopulárnějších stránek na českém internetu. Za více než deset let své existence se redakce rozrostla o řadu dalších příspěvatelů a o Neviditelném psu už dnes rozhodně nelze hovořit jako o čistě autorském webu. V současné době deník úzce spolupracuje se serverem lidovky.cz, jehož zpravodajství dostává na stránce poměrně velké množství prostoru.

O dva roky později se o slovo přihlásily velké tištěné deníky. V lednu 1998 vstoupila na internetový trh společnost MAFRA, když ve spolupráci se svým deníkem Mladá fronta Dnes spustila zpravodajský server iDnes.cz, který co do počtu redaktorů i množstvím vložených nákladů předstihl všechna dosavadní česká webová média. Nový internetový deník se ovšem nespolehal pouze na přebírání materiálů z partnerských novin, ale vyzkoušel si také možnosti, které publikování na internetu nabízí.

Hned v roce 1998 prostřednictvím pravidelně aktualizovaného zpravodajství “minutu po minutě“ mapoval iDnes zdravotní stav tehdejšího českého prezidenta Václava Havla, který po náročné operaci na innsbrucké klinice bojoval o život. Podobně zaujal iDnes své čtenáře při pouličních nepokojích, které propukly v Praze v roce 2000 při zasedání Světové banky a Mezinárodního měnového fondu. Průběh demonstrací totiž deník sledoval “on-line“ díky reportérům působícím v terénu, kteří své příspěvky směřovali do redakce a ta je během několika okamžiků uveřejňovala na webu. V obou uvedených případech tyto události a způsob jejich prezentace serveru výrazně zvýšily návštěvnost.

Server iDnes však není čistě zpravodajskou jednotkou. Funguje spíše jako internetový portál a zpravodajství z domova a ze světa u něj představuje sice velmi podstatnou, ale

⁶ Webová stránka na adrese www.trafika.cz funguje i v dnešní době. Má však jinou formu než její předchůdkyně. V několika rubrikách (např. Z domova, Bulvár apod.) nabízí headliny vybraných médií. Odkazy na články směřují recipienta přímo na stránku příslušného média.

rozhodně ne jedinou službu, kterou nabízí. Vedle sekce zpravy.idnes.cz může uživatel portálu navštívit např. sekce Hry, Mobil, Kultura a mnohé další. Společnost MAFRA tak svůj žurnalistický vklad spojila i s dalšími službami, které pomáhají vytvářet zpravodajství portálu atraktivní okolí přitahující velké množství návštěvníků.

Podobný způsob prezentace si zvolila i další tištěná média. Ta si však nezřizovala vlastní portály, ale spojila se s již existujícími. Na počátku roku 2003 proběhla fúze portálu Seznam.cz s deníkem Právo a vznikl velmi úspěšný projekt Novinky.cz. Přesněji řečeno šlo o spojení tehdejšího magazínu Novinky, který vycházel na Seznamu, a on-line suplementu Práva s názvem Flashnews. Nový projekt dokonce krátce po svém vzniku dosáhl vyšší návštěvnosti než jeho největší konkurent iDnes⁷.

Výhodou pro deníky, které se narozdíl od iDnesu spojily s již existujícími portály, je služba elektronické pošty. Hojně využívaný komunikační prostředek totiž dokáže na portál a potažmo i ke zpravodajství přitáhnout další čtenáře. Naopak zpravodajství může přilákat nové návštěvníky portálu k jeho dalším službám. Oboustranně výhodné bylo spojení internetové podoby Lidových novin (lidovky.cz) a portálu Centrum.cz v dubnu roku 2003. Spolupráce obou subjektů ale trvala pouze dva a půl roku⁸. Portál se totiž rozhodl vytvořit vlastní zpravodajský tým. V listopadu 2005 spustila mediální divize Centra ojedinělý projekt s názvem Aktuálně.cz – šlo o první internetové periodikum nabízející všeobecné zpravodajství, které se neopíralo o žádnou tištěnou či jinou mediální předlohu. I proto vzbuzovala jeho další budoucnost značné pochybnosti. V komentáři pro Hospodářské noviny ji vyjádřil například mediální publicista Miloš Čermák. „*Může mít v polovině první dekády jednadvacátého století úspěch internetový deník, který existuje bez opory v jiném, takzvaně tradičním médiu? Když jsem tuto otázku dostal koncem října v souvislosti se startem ambiciózního serveru Aktuálně, odpovídal jsem bez váhání: Ani náhodou. Když tuto otázku dostanu dnes, tedy po měsíci existence zmíněného projektu, odpovídám stejně. Na úspěch té věci zkrátka nevěřím.*“ (Čermák in Hospodářské noviny, 2005, s. 10)

Deník se snaží zaměřovat hlavně na produkci vlastních zpráv a i díky příjmům z inzerce působí na českém mediálním trhu již téměř rok a půl a patří mezi nejčtenější deníky na českém internetu.⁹

⁷ V březnu 2003 Novinky dosáhly podle údajů serveru iAudit 1 049 581 unikátních návštěvníků, zatímco jejich konkurent iDnes “jen“ 1 022 060.

⁸ Server lidovky.cz v současné době spolupracuje s internetovým deníkem Neviditelný pes Ondřeje Neffá.

⁹ Například v březnu 2007 zaznamenal deník Aktuálně.cz podle údajů serveru www.netmonitor.cz v průměru 145 863 reálných uživatelů za všední den.

2.2 Podoby internetové žurnalistiky

V předchozí podkapitole jsem se zabýval některými významnými momenty zahraniční i tuzemské minulosti internetové žurnalistiky. Je však třeba podívat se také na její současnost a budoucnost. Se zajímavou futuristickou vizí, jak mohou v příštích letech lidé číst noviny, přichází publikace Žurnalistika autorů Stephana Ruß-Mohla a Hany Bakičové: „*Když budou vydavatelské domy doručovat svoje produkty elektronicky, ušetří až 80 % svých nákladů (za tisk a distribuci). Kdo si bude chtít nějakou část přečíst na papíře ráno u stolu [...], ten si ji může sám vytisknout.*“ (Ruß-Mohl, Bakičová, 2005, s. 27)

Skutečnost je ale zatím taková, že on-line zpravodajství dostupné elektronickou formou není ještě zdaleka tak dominantním zdrojem informací, jak popisuje výše uvedená předpověď. Internetová žurnalistika je “pouze“ jedním z několika možných distributorů žurnalistického produktu. Jejími velkými výhodami jsou zejména rychlost podání informace a její dostupnost¹⁰. Lidé se na on-line deníky obracejí především v okamžiku, kdy potřebují co nejrychleji zjistit aktuální dění – redakce zpravodajského webu má možnost zařadit událost, která se právě stala, na své stránky prakticky ihned. Oproti televizi či rozhlasu nemusí recipient čekat, až začne příslušná zpravodajská relace; zpráva je pro něj dostupná okamžitě po jejím zveřejnění na internetu. Zároveň si oproti médiím omezeným daným programem může čtenář vybrat, jaká událost ho zajímá a která nikoliv. Má tedy větší možnost volby.

2.2.1 Terminologie a vymezení žurnalistických produktů na internetu

Užíváme-li termínu internetová žurnalistika, měli bychom si nejdříve vymežit, jaké podoby může tento pojem mít. Nejprve je nutné odlišit profesionální a amatérskou žurnalistiku. Mezi těmito dvěma pojetími existuje celá řada zásadních rozdílů. Profesionální zpravodajství se zpravidla opírá o stálou redakci, v níž pracují lidé věnující se své profesi na plný úvazek. Za velkými on-line deníky navíc většinou stojí velké mediální společnosti poskytující dostatečné materiální zázemí pro tvorbu objektivního a plnohodnotného zpravodajství.

Amatéri se věnují spíše “osobní“ žurnalistice provozované zpravidla prostřednictvím tzv. weblogů¹¹. Zjednodušeně lze mluvit o jakémsi internetovém zápisníku, který píše

¹⁰ Podrobněji o konkrétních výhodách on-line zpravodajství pojednává kapitola Znaky webového zpravodajství.

¹¹ Tento pojem se může v některých případech zaměnit i s pojmem e-zine. O rozdělení žurnalistických produktů na internetu podrobněji dále v této podkapitole.

většinou jednotlivci a který může mít řadu podob – sdělení může být čistě osobní, odborné či právě žurnalistické. Autoři weblogů – tzv. bloggeři – však většinou nevytvářejí a v podstatě ani nemohou vytvářet obsah, který by se dal považovat za objektivní všeobecné zpravodajství. „*To, že některá stránka se stane médiem masové komunikace a jiná zůstane osobním sdělením, pouhou interpersonální komunikací v prostředí internetu, rozhoduje širší komunikační kontext (např. téma šířeného sdělení, veřejný charakter sdělení, jeho periodicitu, aktualizace, návštěvnost webové stránky apod.), v němž obsahová kritéria hrají významnou roli.*“ (Šmíd, 2001, s. 99) Za jednu z výjimek potvrzující pravidlo lze považovat počátky e-zinu Neviditelný pes, o kterém se zmiňuje předchozí text (viz s. 16). Tehdy se jednotlivci Ondřeji Neffovi podařilo překročit hranici interpersonální komunikace a jeho web se stal nástrojem masové komunikace.

Žurnalistické produkty na internetu lze samozřejmě dělit mnoha způsoby podle toho, jaká kritéria použijeme. Jedno z možných dělení nastiňují publikace Zpravodajství v médiích a Úvod do studia médií. Obě knihy se shodují na třech základních skupinách internetových periodik, které popisují velmi podobným způsobem:

- **1. Internetové kopie (“zrcadla“) tradičních periodik** – Jedná se o média, která si nekladou za cíl vytvářet vlastní žurnalistický obsah a pouze přebírají již existující materiály a umisťují je na web. Tímto způsobem se (hlavně tištěná) média prezentovala zejména v době, kdy zpravodajství na internetu teprve začínalo. Dnes tyto formy sdělení ještě existují, ale už nemohou konkurovat moderním internetovým deníkům, které se snaží o atraktivní prezentaci zpráv a nabízejí neustále aktualizovaný obsah. Příkladem klasického “zrcadla“ je stránka www.mfdnes.cz nabízející vždy aktuální obsah deníku Mf Dnes. Tato stránka funguje i přesto, že mediální skupina MAFRA provozuje čtenářsky mnohem více navštěvovaný zpravodajský server iDnes.cz. Tuto službu mohou využívat např. stálí čtenáři tištěného deníku, kteří z nějakého důvodu neměli možnost noviny sehnat nebo si z nich potřebují něco okopírovat pro pozdější využití.
- **2. Speciální internetové verze již existujících titulů** – Jinak také on-line suplementy. Jedná se o servery, které úzce spolupracují se svým “mateřským“ médiem, ale nesoustředí se jen na kopírování jeho obsahu. Nabízejí vlastní žurnalistické materiály a zpravidla zajišťují aktuální zpravodajství. Tato média také často využívají možností, které jim poskytuje specifické internetové prostředí. Příkladem on-line suplementu jsou on-line deníky iDnes.cz či Novinky.cz vycházející ze spolupráce s Mf Dnes, resp. Prámem.

- **3. Periodika vytvářená výhradně pro umístění na webu** – Tato kategorie je ze všech tří uvedených nejrozmanitější. Periodika v ní obsažená mohou mít nejrůznější podoby – jedná se např. o odborné věstníky, politické komentáře, ale také servery, které lze označit za nástroje masové komunikace. Příkladem této kategorie je např. webová stránka www.e-stav.cz: odborné periodikum věnující se stavebnictví a architektuře nebo web Mediář mapující dění na české a světové mediální scéně. Zařadit sem ale také můžeme již zmiňovaného Neviditelného psa či deník Aktuálně.cz nabízející všeobecné zpravodajství. (Šmíd, 2001, s.99) a (Burton, Jirák, 2003, s.115)

Internetový odborník Milan Šmíd ještě poukazuje na skutečnost, že terminologie internetových periodik je velmi neustálená. U tohoto dělení upozorňuje na termín “e-zine“, který někteří odborníci užívají pro všechny tři kategorie. Jiní autoři výraz “e-zine“ přisuzují pouze periodikům internetových nadšenců vytvářených výhradně pro internet. Současná praxe spíše odpovídá druhému z názorů, protože např. velká internetová periodika se sama za e-ziny neoznačují. Novinky, iDnes či Aktuálně se zpravidla nazývají on-line deníky či zpravodajskými servery.

2.2.2 Specifika tvorby zpráv pro web

S fenoménem internetové žurnalistiky také úzce souvisí forma podání zpravodajského obsahu. Vhodná stylistika je právě na webu jedním z klíčových prostředků k získání čtenáře. Internet je totiž prostředím, kde si lidé mohou vybírat z nepřehledného množství informací, a proto je nezbytné dokázat je zaujmout.

Tuto problematiku shrnul americký specialista na webový obsah Gerry McGovern v roce 2003 do souboru deseti základních zásad, jimiž by se měl správný internetový žurnalista řídit, aby byl ve své profesi úspěšný. Ve stati Desatero psaní pro web McGovern zdůrazňuje, že psaní pro netrpklivého internetového čtenáře by se mělo od ostatních žurnalistických forem lišit: „*Psát pro Web není totéž jako psát pro tištěné publikace. Lidé čtou na webu jinak. Čtou těkavě, rychle přeskakují z jedné pasáže na druhou.*“ (McGovern, 2003, dostupné z <<http://www.sovavsiti.cz/2003/psani-pro-web.html>>)

Proto americký odborník ve svých zásadách doporučuje, jak postupovat. Velmi podstatná je podle něj otázka titulku, který je v dnešní době pravděpodobně zcela nejdůležitější součástí zprávy – alespoň z hlediska pozornosti recipientů. McGovern klade důraz na jednoznačnost a přesnost sdělení; zároveň ale také na to, aby byl titulek zajímavý.

Pokud totiž těkavého internetového uživatele na první pohled nezaujme, ten nemá důvod zprávu otvírat a jde jinam.

Novináři na webu by však podle McGoverna měli dbát na to, aby ani následný text čtenáře neodradil. Ve zprávě by měly převládat krátké věty i odstavce, aby čtenář neztrácel v textu orientaci. Samotný styl sdělování by pak neměl být příliš košatý. „*Vyhod'te všechna ozdobná slova. Vyhod'te své ego. Psát účinně neznamená předvádět se. Jde o komunikaci. Jde o povzbuzení k činům. Pište jednoduše. Jděte k věci. Pak přestaňte.*“ (McGovern, 2003, dostupné z <<http://www.sovavsiti.cz/2003/psani-pro-web.html>>)¹²

Pro McGoverna je také podstatné, aby internetový novinář plně pochopil, že musí vše uvádět do náležitých souvislostí, k čemuž mu může pomoci i vhodný způsob odkazování. To znamená, že nemusí všechny související informace uvádět do samotného textu, ale má možnost nabídnout je čtenáři prostřednictvím odkazů.

Velmi podobně jako McGovern popisuje zásady psaní pro web internetový odborník Milan Šmíd, který zdůrazňuje zejména zásady stručnosti a výstižnosti textu. Autor zároveň uvádí příklad žurnalisty, jemuž plnění těchto pravidel přineslo výrazný úspěch. „*Specifiku internetové žurnalistiky velmi dobře vystihl novinář Ondřej Neff, který pochopil, že obrazovka monitoru vyžaduje stručnost a výstižnost, podání hlavních informací v kondenzované podobě sdělení, ve formě podobné čelu agenturní zprávy nebo headlinů rozhlasového a televizního zpravodajství.*“ (Šmíd, 2001, s. 102) Šmíd také vyzdvihuje Neffovu schopnost nabízet jednoduchá sdělení, která pak pomocí odkazů rozšiřuje na klasické žurnalistické formy.

¹² Kompletní znění McGovernova Desatera psaní pro web je uvedeno v rámci příloh této práce (s. 75 – 78)

3. Znaky webového zpravodajství

3.1 Nový typ distribuce žurnalistického produktu

Žurnalistika publikovaná prostřednictvím webových stránek přináší na mediální scénu nový typ přenosu zpravodajských informací. Jak již bylo zmíněno v předchozím textu, velkou výhodou webové žurnalistiky je schopnost publikovat událost téměř okamžitě poté, co ji vydají tiskové agentury nebo ji jinak zaznamenají redaktoři příslušného média. Recipienti pak kromě rychlosti média oceňují i to, že zpravodajské servery mohou ihned reagovat na případný další vývoj události aktualizací již uveřejněného materiálu. *„Dnes už se stalo zcela běžnou praxí, že při mimořádných situacích, ať už jsou to přírodní katastrofy (záplavy), nebo teroristické útoky (New York, Madrid, Londýn), se lidé při hledání aktuálních informací obracejí nejdříve na internet.“* (Šmíd, 2005, s. 29)

Příjemci webového zpravodajství nejsou prakticky ničím omezováni a mají takřka nepřetržitý přístup k novým informacím. Pochopitelně i tento typ žurnalistického sdělování může narazit na určitá úskalí. Tím hlavním jsou technické předpoklady pro příjem on-line zpravodajství: tj. zejména funkční připojení k internetové síti. Může dojít např. k technickým problémům poskytovatele místního připojení, popřípadě k přetížení zpravodajského serveru pod náporom uživatelů, což se stává zejména při výjimečných událostech. Další překážku pro recipienta může znamenat cenzura. Takový způsob zasahování do internetového obsahu je typický pro nedemokratické politické režimy, jakými jsou např. Čína nebo Bělorusko.

Za předpokladu, že se čtenářům podaří těmto překážkám vyhnout, mohou plně využít další nesmírně významné devizy webové žurnalistiky – disponibility v prostoru a čase. Žurnalistický produkt je jim dostupný v podstatě kdekoliv na světě, pokud to samozřejmě technologické předpoklady dovolují. K aktuálním informacím se ale čtenáři dostanou nejen kdekoliv, ale také kdykoliv. Zprávu, kterou hledají, si mohou přečíst už v okamžiku, kdy vyjde. Oproti sledování televize a rozhlasu nemusejí čekat na začátek zpravodajské relace. Zároveň se jim v podstatě nemůže stát, že by jim zpráva unikla – mohou si ji na stránkách příslušného média vyhledat i s časovým odstupem.

Mezi specifika tohoto typu informačního přenosu patří také nové formy předávání zpravodajských dat. Internetové deníky našly efektní způsob, jak využít toho, že mohou neustále aktualizovat svůj obsah. Svým čtenářům nabízejí tzv. on-line reportáže či on-line přenosy. Formou krátkých příspěvků informuje médium o událostech, které se vyznačují nějakým vývojem a objevují se u nich stále nové a nové skutečnosti – může se jednat např. o

přírodní katastrofy (povodně, orkán), teroristické útoky, ale také vybraná sportovní utkání či důležitá politická jednání. V určitých specifických případech, kdy hrají roli i konkrétní zkušenosti jednotlivců, sahají redakce on-line deníků k zapojení svých čtenářů. Například při jarních povodních v roce 2006 zřídil deník Aktuálně.cz tzv. noční povodňové hlídky – čtenáři přispívali do on-line reportáže svými poznatky o stavu vodních hladin z nejrůznějších míst republiky.

K charakteristice nové distribuční cesty patří také skutečnost, že zprávy na internetu si mohou uživatelé zpravidla číst zdarma. Existují ale i média, která část svého obsahu zpoplatňují (např. The Washington Post). V České republice ale poskytují prakticky všechny významné on-line deníky své obsahy zdarma. Jejich návštěvníci “platí“ svou pozorností, tzn. že akceptují reklamu, která je pro webová média klíčovým finančním zdrojem.

3.2 Hypertextizace

Celý systém World Wide Web a potažmo i zpravodajství v něm publikované stojí na principu hypertextu – jakéhosi “nadtextu“, který charakterizuje uspořádání webového prostoru. Služba WWW není proto determinována klasickou textovou linearitou, ale logickým rozložením informací propojených linky. Už při zběžném pohledu na úvodní stránky většiny on-line deníků zjistíme, že její uspořádání plně odpovídá specifiku webového prostředí a jen málo se podobá titulní straně tištěných novin.

Myšlenka “chytrého“ textu vznikla dlouho předtím, než ji anglický vědec Tim Berners-Lee zapracoval do svého projektu World Wide Web. Počátky hypertextu se váží již k roku 1945, kdy americký vojenský vědec Vannevar Bush uveřejnil článek s názvem “Jak bychom mohli myslet“ (v anglickém originále “As We May Think“). V tomto textu Bush vyjádřil ideu vytvoření systému asociativního myšlení, který by lidem umožnil například snáze třídit informace a účinně oddělovat ty relevantní od marginálních. Zjednodušeně řečeno, Bush tehdy “*formuloval potřebu komunikace a tvorby světa založeného na znalostech a informacích.*“ (Kotrba, 2005, s. 121)

Bush také navrhl mechanický přístroj s názvem Memex, který by na mikrofilmech schraňoval informace v podobě textů a umožňoval by jejich vzájemné odkazování. Samotný termín “hypertext“ je mladší: poprvé ho v roce 1965 použil počítačový odborník Theodor Nelson jako princip pro svůj v praxi nerealizovaný projekt Xanadu. Jednalo se o systém

elektronického uchovávání informací. Prakticky dokázal hypertext uplatnit až Tim Berners-Lee ve svém systému WWW¹³.

Web umožňuje vzájemné propojení a logické uspořádání informací, čímž vymezil žurnalistice další z jejích podob. Novináři na internetu pracují se zcela novým prostorem či prostředím, které se pak promítá do podoby zpravodajství. Lze tedy mluvit o jakési "hypertextizaci" žurnalistiky.

Základním orientačním bodem a klíčovou sekcí on-line deníku je zpravidla jeho úvodní stránka neboli homepage. Odtud pak médium pomocí linků směřuje čtenáře k textům či jiným zpravodajským materiálům, které jsou hierarchicky uspořádány a zpravidla umožňují vzájemné proodkazování. Webové deníky tak nemusejí své materiály zveřejňovat všechny najednou v plné délce; nabízeny jsou často pouze odkazy v podobě titulku s fotografií, po jehož otevření se příslušná zpráva objeví v kompletním znění. Jednotlivé články lze zpravidla nalézt přehledně roztříděné do různých tematických rubrik, v nichž je možné bez potíží najít i materiál staršího data vydání.

Pokud má zpráva grafické či jiné přílohy, není třeba s nimi recipienta zahlcovat najednou. Je možné vložit je do textu jako odkaz a záleží jen na čtenáři, zda chce přílohu otevřít či nikoliv. Princip hypertextu také dává webovým redakcím možnost odkazovat na další související materiály – starší články s podobnou tematikou, fotogalerie, videa apod. Návštěvníkovi serveru se tak dostává pohodlí, kdy nemusí pracně vyhledávat další podrobnosti o příslušné události a médium mu dá k dispozici již připravený vhled do souvislostí.

3.3 Multimedialita

Při čtení tištěných novin směřuje recipient svou pozornost výhradně na text, popř. na fotografie. U deníků fungujících v systému WWW ale většinou existuje možnost otevřít si i další druhy médií – video a audio příspěvky. „*Odborníci mluví o konvergenci. V podstatě se dosavadní média spojují do jednoho média univerzálního.*“ (Ruß-Mohl, Bakičová, 2005, s. 145)

Prvky internetového zpravodajství se tak stávají do jisté míry i rozhlas a televize, jejichž zapojení web umožňuje. Audio a video příspěvky se sice již staly stabilní součástí on-

¹³ Více o systému World Wide Web v kapitole Technologické předpoklady (s. 12 a 13).

line deníků, ale stále slouží spíše jako doplňky převažujícího textového zpravodajství¹⁴. Existují také zvláštní formy využití multimédií – tzv. videozprávy či fotozprávy. Dominantní součástí takového materiálu je video či soubor fotografií a text plní pouze doprovodnou funkci.

Audio a video sekvence si tvoří buď redakce sami – mají-li dostatek kvalifikovaných pracovníků a odpovídající technické zázemí – nebo přebírají tyto materiály z jiných zdrojů, zejména z tiskových agentur. Např. Česká tisková kancelář (ČTK) už tyto produkty běžně nabízí. V roce 2000 otevřela agentura redakci vytvářející audio příspěvky a o šest let později spustila také produkci video příspěvků.

3.4. Individuace

Příjemce internetového zpravodajství má oproti užívání jiných médií výhodu v tom, že si může sám vybírat to, co ho zajímá. Zatímco skladba zpráv v tisku, rozhlasu a televizi už je pro recipienta předpřipravena, u on-line žurnalistiky se dříve pasivní příjemce mění v aktivního tvůrce vlastního programu. *„Čte-li např. člověk denní tisk, je klasickým konzumentem; vyhledává-li na internetu [...] přestupuje do role producenta; při sledování televize se opět stává konzumentem.“* (Reifová, 2004, s. 306)

Tento jev se nazývá “individuace” a úzce souvisí s přechodem od industriální k informační společnosti, resp. s nástupem tzv. nových médií. Změnu vztahu recipienta k médiu popsal v roce 1995 mediální odborník Mark Poster, když zformuloval teorii prvního a druhého mediálního věku. První mediální věk charakterizuje Poster tradičním jednosměrným tokem zpravodajských informací od komunikátora k široké skupině pasivních adresátů. Média nastupující po televizi pak utvářejí druhý mediální věk, z něhož už výrazná asymetrie mezi komunikátorem a adresátem mizí. (Reifová, 2004, s. 306 – 307)

Kromě výběru vlastní skladby mediálního obsahu má příjemce webového zpravodajství i další příležitosti, jak se stát jeho spolutvůrcem. Typickým příkladem zapojení čtenáře je tzv. on-line rozhovor. Jde o formu pro internetová média charakteristickou – návštěvníci pomocí připravených elektronických formulářů posílají své dotazy vybrané osobnosti a ta na ně postupně odpovídá. Recipient má tedy možnost aktivně se podílet na tvorbě obsahu. Další z obvyklých způsobů zapojení čtenáře jsou ankety, v nichž lidé zpravidla vybírají odpověď z nabízených možností a vyjadřují svůj názor k významné události, osobnostem, sportovnímu dění apod.

¹⁴ Redakce on-line deníků se hodlají v budoucnu snažit tuto zpravodajskou formu rozšiřovat. V rozhovoru to potvrdil šéfredaktor serveru Aktuálně.cz Pavel Tomášek (viz s. 78 - 79).

Čtenáři webových deníků se také mohou sami stát informačními zdroji, což platí zejména při významných živelních katastrofách. Při povodních, orkánu či náhlých přívalích sněhu posílají do redakce své poznatky z různých částí republiky a redaktoři je po zredigování zařazují do příslušného on-line materiálu. Příkladem takového postupu jsou již zmiňované „noční povodňové hlídky“, které pořádal deník Aktuálně.cz při jarních povodních v roce 2006.

3.5 Demokratizace

Vstup počítačových technologií mezi laickou veřejnost souvisí s výše uvedeným přechodem k informační společnosti a změnou vztahu mezi médií a recipientem. Pro člověka – alespoň v západní společnosti – se stala výpočetní technika, a později i stálý přístup k internetové síti, samozřejmostí. Internet - někdejší výsada akademické obce se pro laické uživatele v 90. letech minulého století ustavila jako běžná součást pracovních povinností či trávení volného času.

Lidé si začali číst zprávy na webu, který přijali za další mediální oblast. Tím, že podmínky pro vstup do ní není mnoho (znalost práce na počítači, připojení k internetu), stává se konzumenty tohoto typu zpravodajství nesmírně široká škála recipientů. Noviny na webu proto nemají vyhraněnou skupinu čtenářů, jako je tomu např. u Hospodářských novin nebo týdeníku Respekt – jde o společensky velmi málo selektivní prostředí. Stejný titul mohou číst vysokoškolsky vzdělaní lidé, dělníci, studenti a další sociální skupiny. Tomuto trendu se také tvůrci webového zpravodajství přizpůsobují. Svým čtenářům nabízejí poměrně velkou tematickou různorodost; výrazná je např. složka zábavní¹⁵.

Ne pro všechny sociální skupiny ale musejí být noviny na webu zákonitě přístupné. Přechod k informační společnosti, který v naší zemi přišel téměř současně s politickými a sociálními změnami po pádu komunistického režimu, postavil před řadu – zejména strašich – lidí nepřekonatelnou bariéru. „*Souběh společenských změn a vpádu nových technologií do života lidí a společnosti vytvořil velmi náročnou situaci a pro mnoho lidí zvládnutí tohoto komplexu změn bylo na hranici či za hranicích jejich psychických možností.*“ (Sak, 2005, s. 103)

Zatímco mladí lidé přijali změny jako přirozenou součást společenské reality a prvek socializačního procesu, starší lidé se museli seznamovat se zcela novými principy. Proto pro ně může být teoreticky obtížnější i přístup k webovému zpravodajství.

¹⁵ Materiály zábavního charakteru nebývají zpravidla umístěny do hlavních zpravodajských rubrik (domácí a zahraniční), a proto také nejsou součástí analýz obsažených v této práci. Tematicky odlehčené zprávy najdou uživatelé většinou ve speciálních sekcích. Např. server iDnes má společenskou rubriku Revue! a portál Centrum.cz, jehož součástí je i deník Aktuálně.cz, pak nabízí bulvární magazín Bleskové.

4. Analytická část

4.1 Analýza č.1: Porovnání obsahu deníku Mladá fronta Dnes a internetového serveru iDnes.cz – míra závislosti webu na tištěné předloze

České internetové zpravodajství má za sebou dvanáct let existence; přesto drtivá většina webových deníků zabývajících se všeobecným zpravodajstvím funguje stále ve spojení s tištěným médiem. Výjimkou je pouze server Aktuálně.cz, který vznikl bez podpory tištěného periodika.

Papírové noviny tak stále ovlivňují obsah svých internetových partnerů. Nejde sice o klasická “zrcadla“, kdy deníky pouze překlápějí svůj obsah na internetovou stránku, ale přesto je vliv “mateřského“ média stále patrný. Cílem této analýzy je na konkrétním příkladu (deník Mf Dnes a zpravodajský server iDnes.cz) popsat, do jaké míry jsou internetová média závislá na svých tištěných předlohách a jakým způsobem jejich spolupráce probíhá.

Základní hypotéza: Internetový deník není pouze místem pro umístování materiálu tištěného deníku. Cílem je dokázat, že jde o svébytné médium přinášející vlastní aktuální zpravodajství, exkluzivní materiály a využívající specifika internetového, resp. multimediálního prostředí. Zároveň však lze očekávat, že spolupráce probíhá velmi koordinovaně a že bude mít svá přesná pravidla. Předpokladem také je, že u přebíraných materiálů dojde k úpravám, které novinový materiál přizpůsobí specifickým potřebám internetového recipienta.

Forma analýzy: Sledování vybraných médií trvalo 13 dní (6. – 18.3. 2007)¹⁶. Každý z těchto dnů je podrobně popsán a to tímto způsobem: nejprve se v krátkém textu rozebírá, zda Mladá fronta Dnes (dále jen MfD) nějakým způsobem čerpala ze zpravodajství iDnesu z předešlého dne¹⁷.

Pak je uveden počet materiálů, které v příslušný den iDnes od MfD převzal. V závorce je pak údaj, kolik textů bylo převzato z domácí a kolik ze zahraniční rubriky¹⁸. Následuje stručné shrnutí událostí dne, zejména těch, které iDnes převzal. Dále jsou pak tyto jednotlivé

¹⁶ U MfD šlo o 11 vydání – sledované období zahrnovalo dvě neděle - tedy dny, kdy noviny nevycházejí.

¹⁷ Tento postup neplatí pro první sledovaný den – úterý 6.3. – protože zpravodajství iDnesu z pondělí ještě není součástí výzkumu.

¹⁸ V průběhu sledovaného období se na iDnesu objevily v několika ojedinělých případech také zprávy z krajských mutací MfD. Ty ale do analýzy zahrnuty nebyly.

materiály podrobně popsány: jakým způsobem se od sebe odlišují a jaké zpravodajské prostředky jednotlivá média použila. A to především se zaměřením na to, do jaké míry byl daný materiál přizpůsoben internetovému prostředí.

U názvu zprávy MfD je uvedena strana, na níž se text nachází a u titulku iDnesu je pak uveden čas, kdy materiál vyšel.

Hodnocení analýzy: Hodnocení vychází z poznatků získaných při výzkumu. Zaměřuje se na vybrané oblasti, jakými jsou např. práce s titulkem a textem, počet přebíraných materiálů, forma přebírání (např. o jaký typ materiálů jde, kdy se zprávy na webu objevují apod.), spolupráce mezi redaktory jednotlivých médií a zda probíhá kooperace obousměrně – tj. zda také MfD využívá zpravodajství iDnesu.

Úterý 6.3.

Počet převzatých materiálů: 4 (Dom: 3, Zah: 1)

Titulní strana MfD zpravidla nabízí převážně zprávy z domova. V tomto dni se na ní objevila právě výhradně domácí témata - včetně těch, která patřila mezi nejmedializovanější události sledovaného období: korupční kauza vicepremiéra Jiřího Čunka a jednání mezi státem a církví o předání katedrály sv. Víta. Tradiční Téma Dnes se zaměřilo na spolupráci Občanské demokratické strany (ODS) s komunisty na regionální úrovni. Publicistický příběh, uváděný zpravidla v dolní části titulní stránky, si zvolil za téma otce, kteří neplatí výživné na své děti.

MfD: Chtěl jsem Čunkovi pomoci, říká Vaškůj (s.1 a 2) x **iDnes:** MF Dnes: Chtěl jsem Čunkovi pomoci, říká Vaškůj (3:26)

Zpráva, která se věnuje novým skutečnostem v kauze ministra pro místní rozvoj Jiřího Čunka, přináší zajímavé poznatky ze spolupráce sledovaných médií. **Prvním z nich je název “MF Dnes“ v titulku převzatého článku. Jde o jednu z forem propagace tištěného deníku. Server iDnes ji však užívá velmi nepravdělně. Charakteristická pro tento typ přebírání je skutečnost, že nikdy nejde o celou zprávu, ale pouze o její zkrácenou podobu. Z tohoto důvodu je na konci takového textu vždy uvedena věta “Hlouběji se tématu věnuje dnešní Mladá fronta Dnes“.**

V tomto případě má zpráva nezměněný titulek, ale je výrazně stylisticky přepracována. Jinak pojatý je například perex, který u MfD akcentuje vypjatost situace („*Tři čtvrtě milionu korun jako 'odškodnění za problémy' a další libovolnou částku údajně nabídl zlínský podnikatel Roman Vaškůj...*“), zatímco u iDnesu je méně vyhrocený, vysvětlující („*Zlínský podnikatel Roman Vaškůj nabídl Marcelu Urbanové jako 'odškodnění za problémy'...*“).

MfD: Pětašedesátí městům vládne ODS s komunisty, i když si to zakázala (s.1 a 3) x **iDnes:** ODS si komunisty zakázala, přesto s nimi spolupracuje (10:00)

Jedním z tradičně přebíraných materiálů je analytické Téma Dnes¹⁹. Na internetu však tento útvar nevychází v kompletní podobě – iDnes publikuje ve většině případů jen hlavní článek, popř. s příslušnou infografikou. **Rozhovor či jiná součást Tématu Dnes zůstává přidanou hodnotou novin a v internetové verzi se neobjevuje.** V tomto konkrétním případě je onou přidanou hodnotou interview s pražským primátorem Pavlem Bémem, který se vyjadřuje k problému spolupráce občanských demokratů s komunisty na některých radnicích.

Zpracování perexu tohoto článku dokumentuje poněkud překvapivý trend – **iDnes zpravidla používá delší čelo zprávy než MfD.** A to navzdory hypotéze, že webové zpravodajství se snaží být co nejstručnější, „nejživější“ – tak, aby svého recipienta na první pohled zaujalo a přitáhlo k četbě či sledování uveřejněného materiálu. **Příčina zjištěné skutečnosti tkví ve snaze internetového média zahrnout do prvního odstavce celou podstatu zprávy. MfD oproti tomu často akcentuje pouze její část.**

MfD: Kardinál Vlk: Katedrálu nepředám (s.1) x **iDnes:** Hrad jedná o katedrále, kardinál ji nechce předat (10:18)

Materiál, který vyšel v MfD jako otvírací zpráva, iDnes převzal v nezměněné podobě, ale vydal jej doplněný o aktuální skutečnosti. Zatímco MfD má v čele zprávy výše uvedený výrok kardinála Vlka, iDnes zvolil jako hlavní motiv schůzku mezi státem a církví, která dopoledne toho dne probíhala. Tato nová část zprávy se projevila v titulku i v seznamu autorů, mezi nimiž figurovali redaktoři MfD i iDnesu.

V 11:55 vydal iDnes zprávu týkající se výsledku výše uvedené schůzky. Nestalo se tak ale tradiční cestou aktualizace původního materiálu, ale vydáním samostatné zprávy, což u internetového zpravodajství nebývá obvyklé. **Dokládá to však skutečnost, že materiály převzaté z MfD bývají často upravovány, ale nikdy aktualizovány.**

¹⁹ Jedná se o převážně analytický materiál, který se hlouběji zabývá zejména nadčasovými tématy, která nemusejí souviset s aktuálními událostmi dne. MfD uvádí Téma Dnes na první a třetí straně novin.

MfD: Rudá Čína chce zezelenat, zbrojit a hýčkat chudé (s. 6) x **iDnes:** Rudá Čína chce zezelenat, zbrojit a hýčkat chudé (7:13)

Zpráva zůstala nezměněna po textové stránce, stejný je také její titulěk. Podobně jako v předešlém případě, i zde redakce iDnesu prodloužila úvodní odstavec tak, aby byl jeho obsah co nejvíce informačně vyčerpávající.

Zároveň tato zpráva dokumentuje skutečnost, že spojování textu se v iDnesu týká téměř výhradně jen čela zprávy. **Ostatní odstavce přebírané z tištěné předlohy bývají často rozdělovány.** Kratší text je pro internetového čtenáře snáze čitelný a zpravodajské servery se mu tak snaží vytvářet větší pohodlí. Rozdělují se zejména odstavce obsahující přímou řeč. A to tak, **aby přímá řeč byla na začátku odstavce** a tím pádem více vynikla.

Středa 7.3.

Jedním z nejdůležitějších úkolů této analýzy je zjistit, zda spolupráce mezi MfD a serverem iDnes funguje oběma směry – tj. zda také tištěný deník přebírá zprávy uveřejňované iDnesem. Ve středu 7.3. MfD nepřetiskla žádnou zprávu iDnesu z předešlého dne. Lze však vypořadovat zřejmou spolupráci mezi oběma médii a jednotlivými redaktory. Tato kooperace proběhla dvakrát v případě domácí rubriky – v materiálech zabývajících se korupční aférou Jiřího Čunka a sporem o katedrálu sv. Víta.

V prvním případě šlo o zprávu informující o vyjádření oficiální podpory vicepremiéru Čunkovi od jeho vlastní politické strany (KDU-ČSL), která vyšla na iDnesu v úterý v dopoledních hodinách. Na jejím sestavení se podílel redaktor iDnesu Radek Bartoníček a redaktor MfD Jan Mates. Pod materiálem uveřejněným druhý den v MfD už je ale podepsán jen novinář MfD. Jedná se o jinak pojatou zprávu – zatímco iDnes se soustředil reportážní formou především na samotné vyjádření podpory, MfD už zasazuje událost do celkového kontextu aféry připojením některých dalších souvislostí.

Zpráva popisující neúspěšné jednání o předání katedrály sv. Víta do rukou státu vyšla jak na iDnesu tak v MfD s hlavní autorkou Olgou Málkovou. MfD nepřináší žádné nové skutečnosti, přesto jde o zprávy rozdílné. Zpráva v tištěných novinách využívá některých citací uvedených den předtím v materiálu iDnesu.

Další tematicky shodné zprávy (výměna řidičských průkazů, kauza poradce amerického viceprezidenta Cheneyho) zpracovala MfD sama v krátkých notickách s využitím agentur.

Počet převzatých zpráv: 3 (Dom 3, Zah: 0)

Středeční iDnes převzal od MfD pouze tři materiály, což bylo ve srovnání s ostatními dny podprůměrné číslo²⁰. Internetový deník tentokrát neuveřejnil žádný text z titulní strany MfD, což byla spíše výjimka. Na webu se také poněkud překvapivě objevily hned dva rozhovory – exkluzivní interview s Marcelou Urbanovou, klíčovou svědkyní při vyšetřování údajné korupce v kauze vicepremiéra Čunka. Dále pak iDnes převzal rozhovor s ministryní bez portfeje Džamilou Stehlíkovou – v tomto případě se jednalo o sérii rozhovorů Z očí do očí, který pro MfD (potažmo i pro iDnes) připravuje redaktorka Michaela Jílková. Její interview se známými osobnostmi vzniká jednou za týden a iDnes je pravidelně přebírá.

MfD: „Nabídli mi peníze v kauze Čunek“ (s.2) x **iDnes:** Urbanová: Nabídli mi peníze v kauze Čunek (3:58)

Na příkladu tohoto rozhovoru lze demonstrovat rozdílnou práci s titulkem v internetovém médiu a jeho tištěné předloze. **V MfD se častěji používají kratší, “důraznější“ titulky než u iDnesu.** U výše uvedeného titulku MfD je použita pouze citace s uvozovkami a bez jména autorky výroku. Oproti tomu v titulku iDnesu uvozovky chybí, naopak přibylo jméno zpovídané osoby.

Trend krátkých titulků v MfD (v kontrastu s elektronickou podobou) lze vysvětlit dvěma důvody. Prvním z nich je grafická stránka – zatímco zpráva na webu má téměř neomezený prostor, tištěné periodikum ji musí vložit na stránku k ostatním příspěvkům. Proto je třeba zprávu náležitě upravit, aby se na stránku vešla a působila z grafického hlediska co možná nejlépe. Druhým důvodem tohoto trendu je skutečnost, že **MfD používá podtitulky, které informaci z nadpisů doplní, popř. vysvětlí. Tuto možnost iDnes nemá, a proto musí svému čtenáři sdělit v titulku všechny důležité informace, aby titulek zprávy pochopil.**

Text rozhovoru zůstal po převzetí ve stejné podobě jako vyšel v MfD. Server iDnes pozměnil pouze perex zprávy. Důvodem této úpravy byla absence výše zmíněného podtitulku, který je sám o sobě nositelem informace, jež už pak v čele zprávy nemusí být obsažena.

MfD: Někdy má slova předcházejí rozum (s. 4) x **iDnes:** Stehlíková: Někdy má slova předcházejí rozum (11:50)

²⁰ Sledované dvoutýdenní období neprokázalo, že by v určité dny bylo záměrně přebíráno více nebo méně zpráv. Pouze v sobotu tvořily materiály od MfD významnější část produkce iDnesu, což bylo způsobeno skutečností, že internetová redakce o víkendu nepracuje s takovým množstvím zaměstnanců jako ve všedních dnech.

Práce s nadpisem je stejná jako u předešlého textu. Pouze s tím rozdílem, že u tohoto rozhovoru není v MfD použit podtitulek, ale krátký průvodní text umístěný nad titulkem.

Text interview zůstal nezměněn včetně mezititulků, což nebývá úplně obvyklé. **Internetový deník do původně novinových zpráv často přidává další mezititulky, aby byly jeho texty přehlednější a udržely čtenářovu pozornost, což bývá na internetu těžší než u tištěných novin.** Přidanou hodnotou, kterou iDnes v případě rozhovorů Z očí do očí svému návštěvníkovi nabízí, jsou dvě zhruba pětiminutová videa zachycující část rozhovoru.

MfD: Každá ulice bude mít svého policistu (s. 2) x **iDnes:** Každá ulice bude mít svého policistu, plánuje Langer (9:04)

Kratší titulek u MfD (viz výše). Zpráva o plánované policejní reformě zůstala po textové stránce beze změn. Můžeme si ale povšimnout dalších rysů typických pro přebírání zpráv, které už také byly zmíněny a jsou charakteristické pro zpracování materiálu do webové podoby (zvyšování pohodlí internetového příjemce): rozdělování odstavců na menší textové úseky a přidávání mezititulků. Server iDnes také převzal informační box k článku, který pouze částečně graficky upravil.

Čtvrtek 8.3.

Vliv zpravodajství deníku iDnes se v obsahu čtvrteční MfD projevil pouze jednou. Noviny otiskly v zahraniční rubrice krátkou jednosloupcovou zprávu reportéra elektronického deníku Petra Pravdy o návštěvě prezidenta Václava Klause ve Spojených státech. Jednalo se o velmi stručný výtah ze dvou reportáží, které iDnes uveřejnil v úterý a ve středu. Zpráva byla ale spíše doprovodným materiálem pro velkou fotografii českého prezidenta na americkém rodu. Z názvu materiálu ("Klaus jako kovboj") vyplývá, že zpráva společně s fotografií plnila spíše funkci zábavní než informační.

Další události, které vydal středeční iDnes, zpracovali redaktori MfD ve vlastních materiálech bez využití zpráv internetového deníku. Jednalo se např. o kauzu vicepremiéra Čunka či podezřelou otravu amerických turistek v Rusku.

Počet převzatých zpráv: 4 (Dom: 2, Zah: 2)

Poprvé od začátku sledovaného období se na titulní stranu MfD nedostal žádný materiál týkající se kauzy vicepremiéra Jiřího Čunka. Jako otvírací materiál zvolil deník rekordní růst mezd v České republice, věnoval se také reakcím politiků na únik radioaktivní vody

v temelínské elektrárně a v Tématu Dnes se zaměřil na boj s rakovinou. Žádné z titulních témat však iDnes nezpracoval.

Ze čtvrtěční MfD se v iDnesu objevily čtyři zprávy: dvě z domácí a dvě ze zahraniční rubriky. **Tento vyrovnaný poměr není obvyklý, v drtivé většině případů převládají témata z domácího zpravodajství.** Důvodem je silné zaměření MfD na tuto oblast, zprávy ze zahraničí dostávají v listu jen velmi málo prostoru – většinou dvě strany z hlavního sešitu novin.

Server iDnes ve čtvrtek převzal texty MfD věnující se kauze vicepremiéra Čunka, dosavadním výsledkům bodového systému pro dopravní přestupky, podpoře Dánka americkému radaru v Česku a zahraniční cestě amerického prezidenta Bushe po Latinské Americe.

MfD: Každý dvacátý řidič už má bod (s. 4) x **iDnes:** Každý dvacátý řidič už má bod (2:19)

Zpráva redaktora MfD Jakuba Pokorného vyšla na internetu se shodným titulkem i textem. Odlišností je rozdělení některých odstavců, které byly pro internetový text příliš dlouhé. Na iDnesu překvapivě chybí tabulka se statistikami vztahujícími se k problému. Ve většině případů internetový deník tyto informační boxy přebírá; disponuje totiž možností vložit tabulku do textu v podobě odkazu, který si může čtenář otevřít. Tohoto řešení – pro čtenáře velmi přehledného – však iDnes ve sledovaném období příliš nevyužíval.

MfD: (Ne)věděl Čunek o nátlaku? (s. 2) x **iDnes:** Policie zjišťuje, zda Čunek netlačil na Urbanovou (7:36)

Při srovnání titulků obou verzí zprávy o policejním vyšetřování korupční kauzy vicepremiéra Čunka se znovu potvrdily výše popsané rozdíly v práci s titulkem. Podle samotného titulků MfD nelze jednoznačně usoudit, co je obsahem zprávy. Díky pomocným podtitulkům, které doplňují další informace, je ale možné takovou metodu použít, aniž by došlo ke zmatení příjemce.

Důležité je v tomto případě zpracování perexu, které je u obou médií odlišné. Zatímco MfD jej pojímá jako standardně podanou informaci o policejním vyšetřování²¹, iDnes akcentuje možnou lež Jiřího Čunka²². Většinou jsou však role opačné - “živé“ akcentující

²¹ „Policie prověřuje roli vicepremiéra Jiřího Čunka v nejnovější aféře kolem jeho bývalé sekretárky ze vsetínské radnice Marcelly Urbanové. Tu se podle policistů pokusila minulý týden uplatit a patrně i zdiskreditovat skupina v čele se zlínským podnikatelem Romanem Vaškůjem.“

úvody zpráv jsou typičtější pro MfD, zatímco iDnes používá spíše objektivně vysvětlující styl.

Důležité je také zmínit skutečnost, že hned čelo zprávy zdůraznilo, že **zpráva vychází z exkluzivních zjištění MfD. Prokazuje to snahu propagovat spřízněný deník.** I v některých dalších převzatých materiálech nechyběla v textu upozornění, že se jedná o exkluzivní informace listu. V MfD samotné přitom tato upozornění nebyla.

MfD: Radar v Česku podpořilo i Dánsko (s. 7) x **iDnes:** Radar v Česku podpořilo i Dánsko (3:48)

Zprávu od bruselské zpravodajky MfD převzal internetový deník v nezměněné podobě včetně titulku. Odstavce byly tentokrát delší u iDnesu, což je spíše výjimečné.

MfD: Přetahování o Latinskou Ameriku (s. 6) x **iDnes:** Bush a Chávez se přetahují o Latinskou Ameriku (9:47)

Kratší titulek u MfD podpořený podtitulky plní v tomto případě zejména úlohu grafického zdůraznění titulní zprávy zahraniční rubriky. Dva úvodní odstavce iDnes do značné míry přepsal. Je zde patrná snaha původní poněkud rozvleklý úvod zestručnit a dát mu více zpravodajský ráz.

Infografiku k článku vytvořenou MfD uveřejnil i iDnes. Využil tentokrát také výhod hypertextu, když infografiku vložil do odkazu.

Pátek 9.3.

Tematická shoda mezi čtvrtčním iDnesem a pátečním vydáním MfD byla velmi malá. Nejvýraznějším námětem, který zpracovala obě média, byl výrok Ústavního soudu umožňující městům zakázat prostituci na veřejných místech. Za povšimnutí stojí spolupráce při tvorbě zprávy, pod níž je zkratkou podepsán zástupce iDnesu (cen) a redaktorka MfD (Ivana Svobodová). Ovšem v páteční MfD zpracovala událost zcela jiná redaktorka (Andrea Angermannová) – jde o odlišný text, který má ale řadu společných prvků. **Tento postup potvrzuje skutečnost, že MfD velmi záleží na tom, aby události zpracovávala ve vlastních materiálech. Ale poukazuje také na to, že spolupráce redakcí není vždy zcela účelná.** V tomto případě zpracovávaly materiál jak iDnes tak MfD obdobným způsobem;

²² „MF DNES má informace, které naznačují, že šéf KDU-ČSL Jiří Čunek možná nemluvil pravdu, když tvrdil, že nebyl ve spojení s Romanem Vaškůjem. Ten je obviněný ze snahy podplatit klíčovou svědkyni proti Čunkovi. Není vyloučeno, že si Čunek a Vaškůj telefonovali právě o tom, jak ji ovlivnit.“

tištěný deník oproti elektronickému nenabídl ve své zprávě žádný nový pohled na věc, který by odůvodňoval vytvoření nové zprávy.

V zahraniční rubrice listu byla uveřejněna krátká jednosloupcová zpráva týkající se návštěvy prezidenta Václava Klause ve Spojených státech, kterou po celou dobu jejího trvání mapoval reportér serveru iDnes Petr Pravda. Žádný podobný materiál v iDnesu nebyl – pravděpodobně šlo tedy o stručnou zprávu, kterou reportér zpracoval speciálně pro MfD. Na stránkách iDnesu přinášel spíše obsáhlé reportáže.

Počet převzatých zpráv: 4 (Dom: 4, Zah: 0)

Veškeré převzaté materiály pocházely z domácí rubriky, kterou má MfD tradičně výrazně silnější než zahraniční. Zároveň všechny tyto zprávy přesně kopírují trend, kterým iDnes od MfD její materiály přebírá. **Texty MfD se na internetu objevují vždy až po půlnoci v den, kdy vychází jejich tištěná předloha. Všechny zároveň v iDnesu vycházejí v období mezi půlnocí a polednem téhož dne.**

Toto pravidlo bylo ve sledovaném období porušeno pouze jednou – a to právě v pátek 9.3. Server iDnes totiž už v tento den odpoledne vydal dva materiály vytvořené redaktory MfD, které se objevily v novinách až následující den, což je naprosto neobvyklý postup. Lze si jej vysvětlovat jako propagaci sobotního vydání, které vzhledem k tomu, že vychází v den pracovního klidu, se musí spoléhat spíše na předplatné než na obrat v prodejních stáncích. Tento předpoklad se ale nepodařilo následující pátek potvrdit, protože MfD tento postup již nezopakovala.

MfD: Špidla na Hrad! ČSSD zvažuje, kdo se utká s Klausem (s. 1 a 3) x **iDnes:** MF Dnes: ČSSD chce do boje o Hrad vyslat Špidlu (1:32)

Rozdíl mezi materiály je patrný už z titulku, který je u MfD sice poměrně dlouhý, ale narozdíl od iDnesu velmi úderný. Podobně je tomu i u perexu. **Tento příklad je jedním z důkazů toho, že tištěné médium se snaží výrazně pracovat s titulkem a velmi často se stává, že vytvoří čtenářsky atraktivnější nadpis než médium elektronické,** u něhož jsou titulky nejdůležitějším prvkem v boji o čtenáře.

Článek je na iDnesu o něco kratší než v tištěné podobě (je opatřen dovětkem Hlouběji se tématu věnuje dnešní MF Dnes) a je doplněn jinými mezititulky.

MfD: Někteří diváci přijdou už za rok o ČT2 (s. 2) x **iDnes:** Část diváků přijde příští rok o ČT2 (7:37)

Text redaktora MfD Jakuba Blažka nedoznal téměř žádných změn. Jedinou korekcí byla částečná úprava titulku, která však neměla výraznější dopad na jeho vyznění, či dokonce interpretaci.

MfD: Katedrála si na sebe umí vydělat (s. 3) x **iDnes:** Katedrála sv. Víta si na sebe umí vydělat (9:17)

Téma Dnes, zaměřené na finanční poměry katedrály sv. Víta, převzal server iDnes podle tradičního a již zmíněného schématu. Internetový deník uveřejnil pouze hlavní text Tématu. Kratší materiál zabývající se majetkovými poměry významných evropských chrámů zůstal přidanou hodnotou tištěného vydání.

Co se týče samotné podoby textu, nejvýrazněji se odchylky projeví v jeho úvodu. MfD použila rozvleklejší, částečně reportážní formu. Server pak obsah jejich dvou úvodních odstavců "slévá" do jednoho. Jinak zůstal text zprávy nezměněn.

MfD: Tisíce lidí jezdilo bez řidičáků (s. 1 a 2) x **iDnes:** Tisíc lidí v Česku jezdí bez řidičáku (10:55)

U otvíracího článku MfD stojí za povšimnutí především významový posun v titulku, který je pozoruhodný zejména proto, že podoba textu zůstala v podstatě stejná. Nadpis iDnesu je zavádějící; odkazuje na skutečnost, že v České republice jezdí v současnosti tisíce lidí bez řidičského oprávnění. Něco takového ale ze zprávy vůbec nevyplývá. Její obsah plně vystihuje tiulek MfD, který konstatuje, že problém jízdy bez řidičského průkazu se týká řádově několika tisíc lidí. V případě iDnesu jde pravděpodobně o neodhalenou editorskou chybu. Bez zajímavosti není ani skutečnost, že iDnes nepřevzal od MfD box s údaji o zadržených řidičích bez dokladů z jednotlivých krajů, který může posloužit čtenáři k větší orientaci v problematice a není obtížné jej vložit do odkazu v textu.

Sobota 10.3.

MfD vydala zpětně některé materiály, které se předešlý den objevily na iDnesu, ale jednalo se o zprávy vytvořené redaktory MfD. Konkrétně šlo o test, při němž novináři tištěného deníku převlečení do bílých plášťů zkoušeli zabezpečení českých nemocnic, a speciál týkající se vízové povinnosti českých občanů v zahraničí. O nezvyklém postupu při uveřejňování těchto článků už jsem psal v textu k předchozímu dni.

List také využil čtvrtěční materiály zpravodaje iDnesu Petra Pravdy týkající se návštěvy prezidenta Václava Klause ve Spojených státech a vytvořil z nich jeden souhrnný

materiál zaměřený na jednání české hlavy státu o zrušení vízové povinnosti pro občany České republiky. Na výše zmíněném materiálu zabývající se obecně vízy pro Čechy (který iDnes uveřejnil už v pátek) pracovali společně redaktor MfD Jakub Pokorný a redaktorka iDnesu Andrea Votrubová. **Tato spolupráce naznačuje, že mezi oběma žurnalistickými subjekty probíhá určitá míra kooperace, přestože jde o autonomní redakce.**

Další události zpracované iDnesem se v tištěné podobě objevily pouze v krátkých jednoodstavcových zprávách z ČTK (např. vývoj kauzy advokáta Altnera, vyjádření místopředsedy Strany zelených k radarové základně).

Počet převzatých zpráv: 6 (Dom: 4, Zah: 2)

Mezi převzatými články znovu převládaly texty z domácí rubriky. Ne zcela typicky se mezi nimi objevil také materiál v MfD umístěvaný do spodní části titulní strany s nadpisem vytištěným kurzívou. Jedná se většinou o publicisticky zpracované téma prezentované spíše jako zajímavost, ne jako zpráva zásadního významu. V tomto konkrétním příkladu se autorka textu věnovala nově objeveným unikátním snímkům z likvidace obce Lidice.

Stěžejním materiálem převzatým z tištěné předlohy byl ale znovu test, v němž přestrojení reportéři MfD prověřovali bezpečnost zdravotnických zařízení. Text, který se o problematice objevil v pátečním iDnesu, sloužil spíše jako upoutávka titulního materiálu sobotních novin (zároveň jako Téma Dnes).

Relativně vysoký počet převzatých zpráv (6) lze nejspíše přičítat skutečnosti, že redakce internetového serveru pracuje o víkendů s výrazně nižším počtem redaktorů, a proto také produkuje menší množství vlastních zpráv.

MfD: Vlčkovi může nákup bytu srazit šance před sjezdem (s. 2) x **iDnes:** Vlčkovi může nákup bytu srazit šance před sjezdem (1:14)

Zprávu o problémech předsedy poslanecké sněmovny Miloslava Vlčka s koupí bytu nabídla obě média čtenářům ve stejném znění. Na příkladu tohoto materiálu lze odvodit další ze způsobů práce s titulkem. **Pokud totiž není zpráva v MfD exponována v horní části stránky a nejedná se o věc, která musí na první pohled zaujmout, volí editoři klidně delší, “zpravodajsky přesný“ nadpis. Server iDnes pak nemá příliš důvodů do jeho znění zasahovat.**

MfD: Po 65 letech se objevily unikátní fotografie z Lidic (s. 1) x **iDnes:** Unikátní snímky z Lidic zůstaly schované 65 let (11:11)

Server iDnes přinesl rozšířenou verzi článku, která pravděpodobně z kapacitních důvodů nemohla být v plném rozsahu otištěna v MfD. Celkově je však podoba článku zpracovaná iDnesem čtivější – zejména díky účelnému zkrácení rozvrklého perexu. Není ovšem zdaleka pravidlem, že by se elektronický deník snažil o čtenářsky atraktivnější zpracování události – navzdory teorii (viz Desatero psaní pro web, s. 75 - 78) platí spíše opak.

Zpravodajský server využil své multimediality a poskytl svým návštěvníkům fotogalerii snímků z Lidic (celkem 15 fotografií), které neměla MfD možnost kvůli nedostatku prostoru uveřejnit.

MfD: Falešná lékařka mohla i za kojenci (s. 3) x **iDnes:** Falešná lékařka se dostala i ke kojencům (12:22)

Rozsáhlý materiál, na který odkazoval už páteční iDnes, využila MfD zároveň jako otvírací zprávu i jako Téma Dnes (celá s. 3). Jak už ale u přebírání zpráv mezi oběma médii bývá pravidlem, iDnes uveřejňuje pouze část obsáhlejších materiálů. V tomto případě se na internetu objevila reportáž krajských redaktorek MfD a prostor dostaly také informační boxy se shrnutím zkušeností novinářek z jednotlivých nemocničních zařízení.

MfD: Jeden ovladač na ČT, druhý na Novu a Primu (s. 4) x **iDnes:** Jeden ovladač na ČT, druhý na Novu a Primu (13:17)

Poněkud překvapivě nezměnili editoři iDnesu titulek do zpravodajštější formy, která by plně vysvětlovala obsah zprávy (na první pohled nemusí být zcela zřejmé, že jde o článek zabývající se problémy digitalizace televizního vysílání v Česku). Text zprávy zůstal nezměněn. Zarážející také je, že elektronický deník nezpracoval infobox s dalšími údaji o digitálním vysílání, přestože mu webové prostředí nabízí takřka neomezený prostor. Tento případ ale není výjimkou.

MfD: Politici, vraťte nám náš sníh (s. 6) x **iDnes:** Zimní střediska přemýšlí, jak na zimy bez sněhu (4:29)

O užití “živějšího“ titulku, který převažuje u zpráv publikovaných v tištěném vydání, více v předchozím textu. Článek o postupném ubývání sněhu v horských oblastech je exponován v horní části stránky a pravděpodobně i kvůli tomu pro něj editoři zvolili nadpis, který by měl čtenáře zaujmout.

Verze uveřejněná na iDnesu má stejný text; objevily se v něm ale nové mezititulky a rozdělené odstavce. **Přidávání mezititulků je pro elektronické deníky nezbytné – s jejich**

pomocí zlepšují orientaci recipienta v textu, který narozdíl od tištěných novin není zalomen do horizontálně umístěných sloupců, ale jeho tok směřuje pouze vertikálně směrem dolů. Je proto třeba neustále udržovat čtenářovu pozornost.

MfD: Na Kypru po 30 letech padala zeď (s. 6) x **iDnes:** Na Kypru po 30 letech padala zeď (9:06)

Zpráva o bourání zdi oddělující řeckou a tureckou část kyperského hlavního města Nikosie zůstala zcela beze změn.

Pondělí 12.3.

Jak vyplývá z některých dříve uvedených příkladů, MfD zpravidla čeká s uvedením svých zpráv na internetu až do doby po půlnoci – tedy do okamžiku, kdy už je příslušné číslo kompletně hotové a připravené k distribuci. Většinou se jedná o exkluzivní materiály, s nimiž není třeba pospíchat a nehrozí, že by konkurence přišla s informací dříve. **Ale v okamžiku, kdy jde o zprávu aktuální a je třeba s ní ihned vyjít, musí jít editorská taktika stranou.** To se stalo např. v neděli večer, kdy iDnes uveřejnil materiál tištěného deníku o tom, že se francouzský prezident Jacques Chirac rozhodl pro další funkční období znovu nekandidovat. Připravený text redaktora MfD Tomáše Nídra, který už kvůli uzávěrce MfD nebylo možné pro tištěnou verzi upravovat, pak ještě iDnes rozšířil o Chirakovy výroky, které vyšly v agenturních servisech později. **On-line deník tak využil jedné ze svých výhod – možnost neustále aktualizovat stávající obsah.**

MfD pak zcela výjimečně použila téměř kompletní zprávu redaktora iDnesu Jana Zvolánka, který v sobotu zpracovával protesty myslivců na Večerniček, jenž je měl údajně líčit v negativním světle. List pravděpodobně neměl v ten den událost zpravodajsky pokrytou, a proto využil textu svého on-line supplementu. Zpráva vyšla v MfD pozměněna pouze o některé nové skutečnosti případu.

Počet převzatých zpráv: 2 (Dom: 1, Zah:1)

Pondělní zpravodajství iDnesu a vydání MfD přinesly hned několik zajímavých poznatků o kooperaci obou periodik. Jak už bylo výše zmíněno, většinu exkluzivních materiálů MfD poskytne on-line deníku až po půlnoci a některé si nechá pouze pro tištěné vydání. To byl také případ materiálu zaobírajícího se plánem předsedy ČSSD Jiřího Paroubka, jak zabránit znovuzvolení současného prezidenta Václava Klause pro další funkční období.

Za povšimnutí stojí také dvě zprávy, které na iDnesu vyšly v průběhu pondělí a společně se na nich podíleli redaktori obou médií (vynucené odstoupení šéfa vojenské tajné služby, uveřejnění jména dalšího věřitele ČSSD). MfD pak o některých událostech další den přinesla vlastní materiály, které uváděly události do širších souvislostí.

Pondělí také charakterizuje velmi nízký počet převzatých zpráv – pouhé dvě. Server iDnes sice přinesl rozhovor s architektem Janem Kaplickým pořízený redaktorkou MfD, ale samotný list interview neotiskl.

MfD: Nový zákon donutí nemocnice, aby dbaly na bezpečí pacientů (s. 1 a 3) x **iDnes:** Nový zákon donutí nemocnice dbát na bezpečí (10:32)

Téma Dnes navazuje na předchozí test redaktorek MfD, které v přestrojení za lékařky prověřovaly zabezpečení nemocničních zařízení. On-line suplement listu nabízí materiál se zjednodušeným nadpisem, přidanými mezititulky a částečně upraveným perexem. Ale jako už v mnoha předchozích případech působí úvodní odstavec v MfD “živějším“, čtenářsky atraktivnějším dojmem.

MfD: Ahmadínežáda nemilují už ani doma (s. 7) x **iDnes:** Ahmadínežáda nemilují už ani v Íránu (7:39)

MfD přistoupila k textu o íránském prezidentovi spíše reportážním jazykem, zatímco iDnes sestavil úvod zprávy tak, aby v něm byly obsaženy všechny podstatné informace. Tento postup často odlišuje formu materiálů u zkoumaných médií.

Úterý 13.3.

Úterní vydání MfD zpracovalo tři významné události, které iDnes předešlý den pokrýl svým zpravodajstvím. Prostor dostal nový vývoj sporu mezi advokátem Zdeňkem Altnerem a stranou ČSSD o vyplacení údajného mnohamiliardového dluhu. Článek redaktora Josefa Kopeckého pojímá událost komplexněji než zpráva, kterou Kopecký společně s redaktorem iDnesu Radkem Bartoníčkem vytvořili pro pondělní iDnes.

Další text věnovaný odvolání šéfa vojenské tajné služby vyšel v pondělí na internetu také ve spolupráci redaktorů obou médií, v tištěné podobě se však objevila zpráva od úplně jiného autora. Je zajímavé, že redakce MfD se rozhodla vytvořit zcela nový text, přestože v něm nefigurovaly žádné nové skutečnosti či jiný pohled na věc, jako tomu bylo např. u předešlého materiálu o kauze advokáta Altnera. Ukazuje to znovu na skutečnost, že kooperace mezi tištěnou a elektronickou verzí není ještě zcela dokonale propracovaná.

Víkendové volby do ruských regionálních parlamentů pak MfD monitorovala spíše formou komentáře než zprávy; redaktor Jan Rybář zasadil toto hlasování do kontextu blížících se parlamentních a prezidentských voleb. **MfD se tímto způsobem práce přizpůsobuje současnému trendu tištěných novin, které už většinou nejsou nositeli aktuálních zpráv, ale události spíše hodnotí a uvádějí do souvislostí.**

Počet převzatých zpráv: 5 (Dom: 3, Zah: 2)

Na pěti převzatých zprávách lze dokumentovat v předchozím textu již několikrát zmiňované postupy při přebírání zpráv mezi tištěným deníkem a jeho on-line supplementem. Konkrétně se jedná o odlišnou práci s titulkem, perexem a rozdělování odstavců.

MfD: Proč rys dráždí myslivce (s. 4) x **iDnes:** Rada neví, co s protestem myslivců proti Večerníčku (2:28)

Další z materiálů mapující spor mezi českými myslivci a autorem večerníkových příběhů Václavem Chaloupkem. Rozdíly mezi původní a převzatou zprávou znovu vyplývají z již zmiňované možnosti tištěných novin používat podtitulky, a proto se od sebe úvody obou textů liší. MfD se ke sdělením z podtitulků už v perexu nevrací, zatímco iDnes je musí v úvodním odstavci použít. Zbytek zprávy už je shodný.

MfD: U školy ležel radioaktivní zářič, StB to utajila (s. 1 a 12) x **iDnes:** StB ututlala ztrátu radioaktivního zářiče u školy (10:02)

Reportáž z podvalu úvodní stránky MfD se v elektronické podobě liší hlavně titulkem. On-line deník zvolil více zpravodajský charakter nadpisu, MfD zase "vyprávěcí" formu více vyhovující žánrovému zařazení článku v listu. Další podrobnosti, uveřejněné na straně 12, už iDnes do webové podoby nepřenesl.

MfD: Vyhráli u soudu, své děti přesto neuvidí (s. 1 a 3) x **iDnes:** Rozvedení otcové uspěli jen v Evropě, doma děti nevidají (10:22)

Otvírací článek a zároveň Téma Dnes zpracoval iDnes tradičně zpravodajskou formou, což se projevilo ve změně titulku i v úvodu článku. MfD otevřela text příběhem jednoho z otců bojujících o svěření svých dětí, zatímco on-line supplement zvolil do perexu objektivní vysvětlení problému.

MfD: Odškodní Slováci komunisty? (s. 8) x **iDnes:** Fico chce 90 tisíci odškodnit vyloučené komunisty (3:40)

MfD se pokusila přilákat čtenáře k hlavní zprávě zahraniční rubriky (resp. i k dalším materiálům na stránce) krátkým a důrazným nadpisem doplněným vysvětlujícím podtitulkem; iDnes vybral popisnější titulek. Typické pro iDnes je také rozdělení odstavců, které by pro webového recipienta byly příliš dlouhé.

MfD: Úkol čínské armády: dohnat USA (s. 9) x **iDnes:** Čínská armáda má velký úkol: dohnat USA (11:35)

Zprávu o snaze čínské armády rozšířit svůj zbrojní arzenál nabídla obě média čtenářům v téměř nezměněné podobě pouze s částečně upraveným titulkem a kratšími odstavci u iDnesu.

Středa 14.3.

Středeční vydání MfD potvrdilo tendenci listu neuveřejňovat některé události na webu dříve, než vyjdou druhý den v papírové formě. V úterý (13.3.) se v médiích objevila informace, že radní hlavního města Prahy podpořili na svém zasedání záměr české metropole ucházet se o pořadatelství letních olympijských her. Stalo se tak už odpoledne, ale MfD se rozhodla nechat si zprávu jako titulní materiál pro následující den, a proto se čtenáři internetového serveru iDnes o této události nemohli na jeho stránkách dozvědět. Otázkou je, zda byl postup v případě této veřejně snadno dostupné informace editorsky prozíravý, protože např. jeden z konkurentů iDnesu deník Aktuálně přišel se zprávou už v úterý odpoledne. Obdobně postupoval toho dne iDnes, resp. MfD v případě návštěvy ruského prezidenta Vladimira Putina ve Vatikánu.

Znovu se také ukázalo, že si MfD zakládá na vytváření původních materiálů, což platí zejména u zpráv z politiky. V úterý přinesl iDnes text týkající se odkladu policejního výslechu vicepremiéra Jiřího Čunka a o den později vyšla v MfD zpráva na stejné téma ovšem vytvořená redaktory tištěného deníku.

Vzhledem k omezenému prostoru v novinách se MfD nemůže věnovat tak velkému množství zpravodajských témat jako její on-line suplement. **Vybrané události pak čtenářům nabízí například jen prostřednictvím fotografie s krátkým jednosloupcovým textem** (ve vydání ze středy 14.3. viz např. oslava třicátého výročí Charty 77) **či notickek z agentur** (ve vydání ze středy 14.3. viz např. výrok exprezidenta Václava Havla, že příští hlavou českého státu by měla být žena).

Počet převzatých zpráv: 6 (Dom: 5, Zah: 1)

Z převzatých zpráv lze opět vysledovat rozložení sil mezi domácí a zahraniční rubrikou MfD. Poměr 5:1 ve prospěch domácího zpravodajství není nijak překvapivý.

MfD: Komorouš velebil ruskou okupaci a StB (s. 1 a 3) **x iDnes:** MF Dnes: Komorouš velebil ruskou okupaci a StB (1:03)

Stejně jako všechny přebírané zprávy opatřené v titulku názvem mateřského média je i tato pouze zkrácenou verzí původní předlohy. Jde především o propagaci MfD, která se novému zjištění o vysokém policejním důstojníkovi Jiřím Komoroušovi věnuje podrobněji v Tématu Dnes. Titulek a úvod hlavního článku, které iDnes převzal, zůstaly stejné.

MfD: Čunek žádá: Odložte můj výslech (s. 2) **x iDnes:** Čunek žádá: Odložte můj výslech (2:14)

Materiál na podobné téma zveřejnil iDnes již předchozí den; ve středu (14.3.) s ním přišel znovu, tentokrát zpracovaný redaktory MfD. Jedinou změnu, kterou na novém materiálu editoři on-line supplementu provedli, byla úprava perexu. V podání iDnesu je opět delší a informačně hutnější.

MfD: Ukažte mi moji kartu, doktore (s. 2) **x iDnes:** Poslanci chtějí otevřít zdravotní záznamy příbuzným (7:31)

V materiálu zabývající se poslaneckou iniciativou počítající s možností, že pacienti a příbuzní budou smět nahlížet do zdravotních záznamů, se projevil odlišný přístup obou médií ke zpracování zpravodajské události. MfD využila možnosti použít krátký a úderný titulek, zatímco iDnes raději zvolil vysvětlující formu. Rozdíl se ale také ukázal v úvodu textu, který tištěný deník začíná příběhem vdovy po hokejovém trenérovi Ivanu Hlinkovi, jež si mimo zákonnou normu vymohla lékařské záznamy svého manžela. **Jen velmi ojediněle se stává, že iDnes také použije “příběhový“ úvod; v perexu raději volí úplně vysvětlení problému.**

MfD: Do muže jsem se zamiloval poprvé (s. 9) **x iDnes:** Do muže jsem se zamiloval poprvé, přiznal biskup (9:23)

Tradiční středoevropské interview redaktorky Michaely Jílkové z cyklu Z očí do očí opět nabídla MfD společně se svým internetovým periodikem. Server iDnes navíc využil své multimediality a úryvky z rozhovoru umístil na své stránky ve formě videa.

Rozhovor s husitským biskupem Karlem Bicanem, jehož si média začala všimat kvůli milostnému vztahu s mužem, se liší pouze nadpisem a přidáním mezititulky v elektronické verzi. V titulku MfD chybí jméno i funkce zpovídání; tyto údaje jsou uvedeny v průvodním textu – iDnes touto formou nedisponuje, a proto musel této skutečnosti nadpis přizpůsobit.

MfD: Kdo z politiků ví nejvíc? Džamila Stehlíková (s. 1 a 10) **x iDnes:** Kdo z politiků ví nejvíc? Džamila Stehlíková (11:08)

Materiál sestavený na základě testu prověřujícího vědomosti českých politiků nabídl MfD čtenářům na titulní straně a podrobněji také na straně 10. On-line deník ponechal titulek ve stejné podobě, převzal však až text ze strany 10.

MfD: „Táhni! Tady není Afrika“ (s. 7) **x iDnes:** „Táhni! Tady není Afrika,“ řvali v Bratislavě na černocho (7:47)

Server iDnes použil tentokrát kratší perex než jeho tištěná předloha; jedná se však o zcela výjimečnou situaci. Titulek je pak upraven potřebám elektronického deníku. Obecně také platí, že u zpráv přebíraných ze zahraniční rubriky dochází k menšímu množství úprav než u materiálů domácích.

Čtvrtek 15.3.

MfD zpracovala do svého čtvrtěčního čísla poměrně velké množství událostí, které iDnes ve středu zpravodajsky pokrýval, ale vydala o nich vlastní materiály. Výjimkou je rozhovor s Petrem Svobodou, synem skladatele Karla Svobody, který v lednu 2007 spáchal sebevraždu. Interview vyšlo už v úterý na iDnesu, ale v tištěné podobě se objevilo až ve čtvrtek; pravděpodobně kvůli tomu, že v ten samý den vyšel v příloze MfD²³ rozhovor s vdovou po zemřelém skladateli Vendulou Svobodovou. MfD nejspíše kvůli omezenému prostoru nabídla čtenářům listu rozhovor se Svobodovým synem ve značně zkrácené podobě – odpovědi byly upraveny, některé otázky sloučeny, jiné úplně vynechány.

Počet převzatých zpráv: 5 (Dom: 5, Zah:0)

Z pěti domácích zpráv, které iDnes převzal na svůj web, zaujaly svou neobvyklostí především dva materiály: rozhovor se synem zesnulého skladatele Karla Svobody Petrem a materiál věnující se počasí. Zařazení interview je zajímavé především proto, že v obměněné podobě se

²³ Magazín Dnes – tradiční příloha MfD vycházející pravidelně každý čtvrtek.

na iDnesu objevilo už podruhé ve třech po sobě jdoucích dnech. Převzetí článku týkajícího se předpovědi počasí pak bylo jedinou přebranou zprávou tohoto druhu ve sledovaném období.

Zpravodajsky důležitější však pochopitelně byly exkluzivní materiály MfD týkající se minulosti šéfa protidrogové centrály Jiřího Komorouse a údajného úniku tajných informací od policejního prezidenta Vladislava Husáka. Ani jeden z nich neuveřejnil elektronický deník v plném znění; jde o tradiční postup, v němž je část materiálu umístěná na webu jakousi propagační tištěnou verzi, která nabízí větší množství informací k problému.

MfD: Komorous v kolonce “hodný estébák“ (s. 3) **x iDnes:** Komorous je v kolonce “hodný estébák“ (0:07)

MfD navázala na materiál z předchozího dne, který rozebíral nově nalezený dopis šéfa policejní protidrogové centrály Jiřího Komorouse, v němž se v současnosti elitní policista snažil přesvědčit komunistickou StB, aby jej přijala do svých služeb. List ve čtvrtek zveřejnil Komorousovu reakci, kterou redakci poslal prostřednictvím krátké textové zprávy SMS. Právě tuto reakci přináší – vzhledem k téměř neomezené textové kapacitě – iDnes v plném znění. Využil tak jednu ze specifických možností webového zpravodajství.

MfD v perexu použila citát z Komorousovy reakce, zatímco iDnes dal znovu přednost věcnému vyložení události.

MfD: Vynášel šéf policie tajná data? (s. 1 a 2) **x iDnes:** MF Dnes: Šéf policie čelí obvinění, že vynášel data (2:38)

Otvírací zpráva MfD zabývající se podezřením, že (v současnosti už bývalý) policejní prezident Vladislav Husák byl v kontaktu s lidmi napojenými na korupční kauzy a poskytoval jim tajné policejní informace, vyšla na webu ve zkrácené podobě – tak aby případně přilákala čtenáře k zakoupení tištěného deníku, který nabízí k případu další podrobnosti. Za povšimnutí stojí titulek iDnesu, který, přestože je delší, může vést ke zkreslení prvotní informace. Z nadpisu “Šéf policie čelí obvinění, že vynášel data“ totiž není zcela zřejmé, jaký druh dat Vladislav Husák údajně vynášel.

MfD: Vlídne počasí vystřídá déšť (s. 2) **x iDnes:** Vlídne počasí vystřídá o víkendu déšť (7:56)

Zprávy týkající se předpovědi počasí na následující dny iDnes zpravidla nepřebírá a vytváří si je sám buď podle agentur či rozhovoru s meteorologem; tento případ je výjimkou.

MfD: O pohřbu jsem se dozvěděl z rádia (s. 10) **x iDnes:** O pohřbu jsem se dozvěděl z rádia, říká Svobodův syn (9:22)

Již podruhé ve třech dnech se na stránkách iDnesu objevil rozhovor se synem tragicky zemřelého skladatele Karla Svobody Petrem. Jedná se o zkrácenou podobu původní verze (iDnes, úterý 13.4.), která vyšla ve čtvrté MfD. Oproti tištěným novinám nabízí on-line deník ještě související fotogalerii a prohlášení hudebního manažera Janise Sidovského.

MfD: Chcete zničit Prahu? usmíval se Göring na Háchu (s. 1 a 4) **x iDnes:** Chcete zničit Prahu? ptal se Göring Háchy (10:00)

Materiál z podvalu titulní strany MfD věnovaný novým zjištěním o protektorátním prezidentovi Emilu Háchovi vyšel v elektronické podobě jen s drobně pozměněným titulkem, jinak dělenými odstavci a přidanými mezititulky.

Pátek 16.3.

MfD do svého pátečního vydání žádný materiál od svého on-line supplementu nepřevzala. Přesto lze ve sledovaný den najít některé zajímavé skutečnosti ve vztahu těchto dvou médií.

Zpráva, kterou MfD vydala o legislativní snaze některých poslanců prosadit rentu pro české olympioniky, byla sice odlišná od té, kterou vydal den předtím iDnes, ale přesto v ní tištěný deník použil některé pasáže převzaté ze svého partnerského webu – a to aniž by ho citoval či zmínil jeho redaktory mezi autory.

Znovu se také potvrdilo, že pokud má list zájem nějaké téma podrobněji zpracovat ve svém vydání, on-line deník mu zpravidla vyjde vstříc a zprávu vůbec neuveřejní. Páteční MfD se rozhodla jako Téma Dnes využít čtvrté zatčení jedenácti středočeských dopravních policistů kvůli korupci, a pravděpodobně z tohoto důvodu iDnes tuto zpravodajskou událost vůbec nepokryl.

Server iDnes v rámci své produkce nepropagoval žádný materiál sobotní MfD tak, jako tomu bylo v předešlém týdnu sledovaného období. Není tedy možné určit, zda šlo tehdy o systémový krok či nikoliv.

Počet převzatých zpráv: 3 (Dom: 2, Zah: 1)

Ani jeden ze tří textů, které MfD poskytla internetovému serveru, nepatřil mezi stěžejní materiály pátečních novin. List kladl důraz na jiné události, v titulní zprávě se věnoval příznání zatčeného pákistánského teroristy k odpovědnosti za útoky z 11. září 2007, v Tématu Dnes zase dostala prostor trestná činnost policistů (v souvislosti s již zmiňovaným zatčením

11 dopravních policistů). Nešlo o zcela obvyklý postup, většinou se list snaží prostřednictvím webu propagovat alespoň jedno ze svých klíčových témat. Materiály o vicepremiéru Čunkovi a bývalém policejním prezidentovi Husákovi, které se ten den na iDnesu objevily, vyšly na čtvrté, resp. třetí stránce, poněkud ve stínu jiných témat.

MfD: Nemá čas na práci. Má aféru (s. 4) **x iDnes:** Čunek nemá čas na práci. Má svou aféru (1:07)

Umístění textu o lidoveckém předsedovi Čunkovi obviněném z korupce na čtvrtou stranu novin dokumentuje pokles atraktivity tohoto tématu během sledovaného období. MfD se sice kauze věnovala poměrně pravidelně a často, nicméně jí už postupem času většinou nevyčleňovala místo na předních stranách listu. Převážně analytický materiál zabývající se dopadem Čunkova vyšetřování na chod jeho ministerstva doznal změn pouze v nadpisu, který iDnes rozšířil. V elektronické podobě také přibýly mezititulky.

MfD: Šéf policie musí vysvětlovat své telefonáty se Šloufem (s. 3) **x iDnes:** Šéf policie musí vysvětlovat své telefonáty se Šloufem (3:09)

Titulek i text zůstaly nezměněny.

MfD: Evropa: náhradní cíl za Ameriku (s. 6) **x iDnes:** Evropa vystřídala v hledáčku teroristů USA (8:55)

Server iDnes převzal text tematicky volně navazující na titulní materiál MfD o přiznání islámského teroristy k aktivní účasti na přípravě útoků na USA z 11. září a dalších násilných operací. On-line deník přikročil k úpravě heslovitého titulku z MfD – tak, aby obsahoval všechny údaje podstatné pro čtenáře, aby přesně pochopili, co je náplní zprávy. Text obou médií se liší především v úvodu, kde iDnes vycházel z mezititulků tištěného deníku. MfD může díky nim rozvíjet v perexu další informace.

Sobota 17.3.

MfD zpravodajsky pokryla některé shodné události jako iDnes, nicméně z jeho produkce nečerpala. Z hlediska editorské snahy zaujmout čtenáře lze tento krok vnímat jako logický – lidé už o události díky “rychlejším“ sdělovacím prostředkům vědí a je třeba poskytnout jim více než samotné konstatování skutečnosti. Příkladem posunu od prostého sdělení nové události k analytičtějšímu pohledu je zpracování informace, že předseda KDU-ČSL Jiří Čunek získal oficiální politickou podporu od svých spolustraníků, aby navzdory účasti

v korupční kauze setrval ve svých funkcích. Server iDnes přinesl v pátek zprávu s názvem "Lidovci povzbudili Čunka", MfD o den později přišla s materiálem nazvaným "Koalici hrozí hádka o Čunka". Z nadpisů vyplývá, že elektronický deník nabídl čtenářům novou událost a MfD nastínila, jaké by mohla mít důsledky pro vládní koalici.

Ani další události předchozího dne nepřipravil list s pomocí svého on-line suplementu. V krátkých agenturních zprávách se tak objevily zprávy, které v iDnesu dostaly poměrně dost prostoru, ale pro MfD už nebyly dostatečně aktuální či nenabízely možnost analytičtějšího uchopení tématu (nové skutečnosti v případě únosu rakouské školačky Nataschy Kampuschové, uzdravování kubánského vůdce Fidela Castra a další).

Počet převzatých zpráv: 4 (Dom: 4, Zah: 0)

Přebírání zpráv je pro iDnes důležité zejména v sobotu, kdy internetová redakce nepracuje v plném provozu. V tomto sledovaném dni tvořily materiály MfD většinu ze zpráv domácí rubriky (4 ze 7). Výběr textů částečně tematicky navázal na předchozí přebírané materiály (kauza bývalého policejního prezidenta Vladislava Husáka podezřelého z vynášení tajných policejních informací už se v iDnesu objevila ve dvou předchozích dnech).

MfD: Náměstek ministra odstoupil. Vymyslel si titul (s. 2) x **iDnes:** Náměstek ministra odstoupil. Vymyslel si titul (1:00)

Materiál se liší pouze v délce odstavců, které si iDnes pro své potřeby zkrátil.

MfD: ČSSD Zemana neumlčela. Řekl, jaké chce vedení (s. 2) x **iDnes:** ČSSD Zemana neumlčela. Řekl, jaké chce vedení (2:39)

Ani v tomto případě nedošlo kromě rozdělení některých odstavců k žádným změnám. Titulek zůstal stejný pravděpodobně proto, že obsahuje všechny podstatné údaje o problematice a je dostatečně dlouhý, aby se graficky hodil do internetového prostředí (v MfD nebylo potřeba titulek krátit, zpráva se nenacházela v horní části stránky, která nejvíce poutá čtenářovou pozornost).

MfD: Husákův další problém: jeho přítelkyně Mitisková (s. 3) x **iDnes:** Husák může mít další problém: svoji přítelkyni (8:03)

Často se stává, že MfD užívá titulků bez sloves – jako v tomto případě. Server iDnes tímto způsobem nepostupuje, výrazná většina jeho nadpisů obsahuje aktivní sloveso ("Husák může mít další problém: svoji přítelkyni").

MfD: Kniha o Paroubkovi váží čtyři kila (s. 1 a 3) x **iDnes:** O Paroubkovi vyšlo 872 stran na křídovém papíře (10:52)

Odlišný nadpis odráží pouze prostorové možnosti daného média, nikoliv obsahovou odlišnost. Text zůstal v nezměněné podobě, iDnes ho pouze nově rozčlenil pomocí mezititulků.

Výsledky analýzy:

Analýza se pokusila na konkrétním příkladu deníku Mladá fronta Dnes a serveru iDnes.cz popsat vztah mezi tištěným médiem a jeho on-line suplementem: jakým způsobem od sebe tato média přebírají zpravodajské materiály, jak vzájemně spolupracují atd. Základní poznatky z dvoutýdenního pozorování (6. – 18.3. 2007) obou médií jsem shrnul do čtyř základních bodů: Forma přebírání zpráv, Spolupráce redakcí, Textová úprava zpráv a Využití multimediálních prvků.

1) Forma přebírání zpráv

V průběhu sledovaného období se potvrdilo, že přebírání zpravodajských materiálů funguje obousměrně – tj. že elektronický deník iDnes přebírá zprávy od MfD a naopak. Nicméně drtivá většina převzatých textů putovala směrem od tištěného deníku k jeho on-line suplementu. Materiály MfD tvořily ve sledovaném období celkem 20 % zpravodajské produkce serveru iDnes. Přesun materiálů opačným směrem nelze přesně číselně vyjádřit, protože ve většině případů nešlo o celé zprávy, ale např. o využití některých citací či jiných částí textů. Z tohoto a dalších níže uvedených poznatků je možné tvrdit, že tím, kdo výrazně více ovlivňuje zpravodajskou produkci zkoumaných médií, je tištěný deník.

Přesun zpráv z MfD do iDnesu má jasně daná pravidla. Striktně určen je zejména časový úsek, během něhož se texty na web přesouvají. Vždy se jedná o dobu, kdy už jsou noviny hotové a připravené k distribuci. První převzaté zprávy se na iDnesu objevují krátce po půlnoci v den, kdy noviny vycházejí, a další přibývají ráno a dopoledne téhož dne. Po dvanácté hodině přesun zpráv končí.²⁴

²⁴ Během sledovaného období došlo k několika málo výjimkám, kdy se buď zpráva na iDnesu objevila po poledni (viz pátek 9.3.), či dokonce až druhý den po vydání (viz neděle 18.3). Slo však o zcela ojedinělé případy.

V průměru převzal on-line deník od MfD více než čtyři zprávy za den (4,18). Jednalo se převážně o materiály mapující události, u nichž listu nehrozilo, že by je konkurence přinesla dříve. Proto se na webu – jakožto rychlejším zpravodajském prostředku – mohly objevit až současně s vydáním tištěné verze.

Kratší zprávy vycházely v iDnesu zpravidla v původním rozsahu, u obsáhlejších materiálů ale on-line deník uveřejnil pouze zkrácenou verzi. Např. u Tématu Dnes, které se skládá z více částí, nabídl iDnes čtenářům většinou jen hlavní článek a zbylé části Tématu zůstaly přidanou hodnotou MfD. U jiných větších materiálů pak iDnes zveřejňoval zhruba dvě třetiny textu, na jejichž konci uváděl formulku “Hluběji se tématu věnuje dnešní Mladá fronta Dnes“. Jednalo se zpravidla o exkluzivní materiály listu. Lze tedy tvrdit, že zprávy přebírané serverem iDnes fungují jako propagace MfD, která nabízí mapované události v rozšířenější podobě než on-line deník. Tomu, že jde v podstatě o reklamu tištěného vydání, nasvědčuje i perioda, během níž se zprávy na webu objevují: půlnoc – poledne, tj. doba, během níž lidé nejvíce kupují denní tisk.

Mezi přebíranými zprávami výrazně převládaly texty z domácí rubriky nad zahraniční sekcí MfD – bylo jich průměrně zhruba tři a půl násobně více²⁵. Toto číslo odráží skutečnost, že MfD disponuje velmi silným domácím zpravodajstvím (zhruba polovina hlavního sešitu novin), zatímco události ze zahraničí dostávají výrazně méně prostoru (většinou dvě z deseti stránek hlavního sešitu novin). Obecně v rámci produkce elektronických deníků však takto nastavený poměr mezi domácí a zahraniční rubrikou neplatí (viz analýza č. 2).

Nejvíce převzatých zpráv se na webu objevilo v sobotu – průměrně pět. V tento den navíc tvořily materiály tištěného deníku vždy minimálně třetinový podíl zpravodajské produkce iDnesu. Tento fakt je způsoben především tím, že o víkendu redakce nepracuje s plným počtem zaměstnanců a vytváří menší množství nových zpráv.

2) Spolupráce redakcí

MfD a iDnes mají své autonomní redakce, ale přesto mezi nimi fungují formy spolupráce – ať na úrovni jednotlivých redaktorů či celých redakcí. Přestože se každý soustředí na vlastní produkci, nejedná o zcela oddělené subjekty.

Analýza v mnohých případech prokázala kooperaci novinářů z obou periodik; např. politický redaktor MfD Josef Kopecký je uveden jako spoluautor několika článků, které vyšly pouze na iDnesu. Spolupráce se ale objevila i u textů, které nabídla obě periodika.

²⁵ Server iDnes převzal z domácí rubriky MfD průměrně 3,27 zprávy za den, ze zahraniční pak 0,91 zprávy.

Redakce MfD poněkud překvapivě téměř nevyužívala zpravodajství iDnesu z předešlého dne. Přestože událost už neměla další možná vyústění, MfD ji raději zpracovala ve vlastním materiálu. Redakce listu si pravděpodobně zakládá na původnosti svých zpráv, a proto si je raději vytvoří sama, než aby je přebírala od svého on-line supplementu. Tato "neefektivní" strategie je ale dobře pochopitelná u mapování událostí, kterým lze vtisknout další rozměr, uvést je do souvislosti a podívat se na ně analytictějším pohledem. Tištěné noviny už v dnešní době nejsou nositeli nejaktuálnějších informací, což se ještě prohloubilo s nástupem internetových médií. Tisk tak musí na tento trend reagovat a nabídnout recipientům novou podobu obsahů. MfD se to během sledovaného období v řadě případů podařilo. Příkladem může být událost, kterou přinesl iDnes a týkala se skutečnosti, že předseda KDU-ČSL Jiří Čunek získal oficiální podporu od své strany, aby navzdory účasti v korupční aféře setrval ve svých politických funkcích ("Lidovci povzbudili Čunka", pátek 16.3.). Druhý den tato samotná informace pozbyla aktuálnosti, potenciální čtenáři už o ní věděli, a proto MfD přišla s analytickým textem kladoucím otázku, co tento politický krok může znamenat pro dění ve vládní koalici ("Koalici hrozí hádka o Čunka", sobota 17.3.).

Za povšimnutí také stojí skutečnost, že iDnes některé události záměrně nezpracovává, protože MfD je pak druhý den vydává ve vlastních obsáhlých materiálech. Stalo se tak v průběhu sledovaného období nejméně dvakrát a v obou případech šlo o události aktuální a běžně dostupné (zatčení 11 dopravních policistů kvůli korupci, pátek 16.3.; souhlas pražského zastupitelstva s kandidaturou města na pořádání olympijských her, středa 14.3.). Tento postup dokládá podřízené postavení on-line supplementu vůči mateřskému médiu, které výrazným způsobem zasahuje do zpravodajské skladby iDnesu. Několikrát také MfD prokazatelně použila citáty či jiné pasáže z textů svého on-line supplementu, aniž by ho citovala. Oproti tomu iDnes v převzatých materiálech zdůrazňoval exkluzivitu informací MfD (např. "podle exkluzivních informací Mladé fronty Dnes" apod.), aniž by samotný list tyto pasáže ve svých textech měl (o propagaci MfD viz výše).

3) Úpravy textů

Jak bylo již zmíněno v teoretické části práce, webové prostředí má svá specifika a je třeba se jim při tvorbě zpravodajství přizpůsobovat. Texty určené primárně pro tištěný deník tak při transformaci do webové podoby často doznávají změn, které se nejvíce projevují v práci s titulkem a úvodem článku. Analýza také poněkud překvapivě ukázala, že u těchto klíčových částí zprávy používá "živější" a čtenářsky atraktivnější formu tištěný deník, přestože o pozornost recipienta nemusí bojovat tak intenzivně jako internetové periodikum.

3a) Práce s titulkem

Nadpis je v dnešní době čím dál tím důležitějším prvkem novinářské praxe. „*U většiny novin a časopisů, i těch umístěvaných v internetové síti, je titulek obvykle tím hlavním poutačem, který svým ztvárněním a umístěním zásadně ovlivňuje působení textu.*“ (Osvaldová, s. 31, 2001). U webových periodik to platí ještě výrazněji. Americký odborník na webový obsah Gerry McGovern k tomu uvádí: „*Nadpisy jsou nejdůležitější částí obsahu, který budete psát. Je tomu tak proto, že: Lidé čtou těkavě a první část obsahu, kterou přečtou, je obvykle nadpis. Není-li zajímavý, jdou pryč.*“ (McGovern, 2003, dostupné z <<http://sovavsiti.cz/2003/psani-pro-web.html>>)

McGovern také klade důraz na to, aby v titulku byla obsažena všechna důležitá fakta. Tento postup se snaží iDnes dodržovat, a proto musí některé čtenářsky poutavější, avšak informačně neúplné titulky MfD přepisovat. On-line deník se tak dostává do určitého rozporu, když obětuje atraktivní nadpis, aby se jeho návštěvníkům dostalo co nejpřesnější informace o tom, co si mohou po rozkliknutí titulku přečíst. Server iDnes nedisponuje možností doplnit další informaci do podtitulku, jak tomu je u jeho tištěné předlohy, a proto v drtivé většině případů volí delší vysvětlující titulek obsahující všechny důležité skutečnosti. Elektronické médium navíc není při tvorbě titulku omezeno grafickou stránkou, kvůli níž je nutné v novinách některé titulky uzpůsobovat (omezeno je pouze počtem znaků, který redakční systém umožňuje vložit do titulku).

Internetový deník oproti MfD v nadpisu vždy užívá sloveso (většinou aktivní), což patří mezi základní prvky jeho práce s titulkem. U novin lze volbu titulku bez slovesa vysvětlit snahou zaujmout krátkým a výrazným nadpisem (např. „Velká daňová revoluce“), který informačně doplňují podtitulky. Tento typ titulků se objevuje především u materiálů umístěných do horní části stránky; existuje pak větší šance, že se čtenář na stránce zastaví a všimne si i méně zvýrazněných textů.

3b) Práce s textem

Práce s úvodními odstavci zpráv – a zejména s perexem – se podobně jako u titulku v prostředí webového zpravodajství odlišuje. MfD upřednostňuje „živější“, někdy až reportážní formu, zatímco iDnes se soustředí na to, aby jeho perex obsahoval stručné vysvětlení nejdůležitějších aspektů zprávy. Proto jsou jeho úvodní odstavce delší a informačně hutnější.

U ostatních odstavců ale platí opačný trend. McGovern charakterizuje internetového čtenáře jako “netrpělivého“, je tedy nutné připravit mu co největší uživatelské pohodlí. Proto také při přebírání zpráv iDnes původní odstavce rozděluje, aby text působil co nejprehlednějším dojmem. Zpravidla se odstavce upravují tak, aby případná přímá řeč byla na začátku odstavce. Ke zlepšení orientace v elektronickém deníku také pomáhají mezititulky, kterých je oproti původní tištěné verzi v iDnesu mnohem více.

4) Využití multimediálních prvků a internetových specifíků u přebíraných materiálů

Webové deníky nabízejí celou řadu možností, jak nově přistoupit k sestavování či alespoň doplňování žurnalistických produktů. Při přebírání již vytvořených materiálů není pro editory on-line média snadné najít k němu odpovídající multimediální doplněk. Proto také drtivá většina materiálů převzatých z MfD zůstala pouze v textové podobě.

Přesto však iDnes málo využíval např. informačních boxů vytvořených MfD jako doprovodný prvek článku. Pokud už on-line deník infobox převzal, většinou nevyužil možnosti umístit jej do odkazu, což by text výrazně zpřehlednilo. To se např. podařilo u textové zprávy, kterou MfD zaslal šéf protidrogové centrály Jiří Komorous, a již z kapacitních důvodů nemohl list otisknout v plném znění.

Video se pravidelně objevují pouze u rozhovorů z cyklu Z očí do očí, který pro MfD a iDnes připravuje redaktorka Michaela Jílková. Návštěvník webu si může interview přečíst a pak některé jeho části zhlédnout na videu.

Závěrečné hodnocení analýzy

Server iDnes je ve vztahu ke svému mateřskému médiu spíše v podřízeném postavení. V některých případech musí přizpůsobovat MfD svou zpravodajskou produkci a do určité míry působí v roli propagátora tištěného deníku. Na druhou stranu se však kromě přebírání novinových zpráv a mapování aktuálních událostí soustředí také na vlastní tvorbu. Je proto poněkud překvapivé, že MfD tak málo využívá jeho zpravodajství.

Ukázalo se také, že v porovnání s tištěným deníkem dává iDnes materiálům určeným pro web zpravodajsky přesnou a popisnou formu, kterou upřednostňuje před čtenářsky atraktivnějším, ale často informačně neúplným provedením. To se projevuje zejména v titulku a úvodech textů. Zprávy přebírané od tištěného periodika pak upravuje tak, aby byly pro internetového uživatele co nejprehlednější.

4.2 Analýza č. 2: Porovnání zpravodajské produkce internetových zpravodajských deníků iDnes.cz a Aktuálně.cz

Čeští čtenáři už si zvykli přijímat zpravodajství prostřednictvím internetu. Svědčí o tom počty unikátních uživatelů navštěvujících stránky on-line deníků, které se ve všední dny pohybují okolo 150 tisíc návštěvníků²⁶. Servery nabízející všeobecné zpravodajství u nás fungují už více než jedno desetiletí. Jak takové zpravodajství v praxi funguje? Vytvářejí tato média původní materiály, nebo jen čerpají z agenturních servisů? Kolik nabízejí denně nových zpráv? Využívají možností, které jim nabízí multimediální prostředí? Tyto a mnohé další otázky je třeba si položit, abychom zjistili, zda je tento ještě poměrně mladý druh žurnalistiky skutečně svébytnou a originální součástí mediálního světa nabízející recipientům vlastní zpravodajské produkty.

Objektem analýzy jsou dva české internetové deníky: iDnes.cz a Aktuálně.cz. Záměrně byly vybrány dva odlišné projekty, které ale spojuje skutečnost, že na český mediální trh vnesly nový prvek. Server iDnes byl v roce 1998 zástupcem vůbec prvního masového média, které vstoupilo na český internet – Mladé fronty Dnes (dále jen MfD). Deník Aktuálně.cz se zase v listopadu roku 2005 stal prvním českým zpravodajským webem bez podpory tištěného či jiného média.

Samotnou analýzu ještě předchází podkapitola věnovaná stručnému popisu zkoumaných subjektů. Zaměří se na jejich institucionální ukotvení a stručný popis vnějších znaků jejich zpravodajské produkce.

Základní hypotéza: Záměrem této analýzy je ukázat dvě odlišná pojetí internetového zpravodajství. Na základě zvolených kritérií porovnat jejich přístup k tvorbě zpravodajství a zhodnotit, jak vybrané servery využívají specifika internetového prostředí. Předpokladem je, že iDnes vydá za jeden den více nových zpráv – disponuje déle fungující redakcí a zhruba pětinu materiálů přebírá z produkce Mladé fronty Dnes. U Aktuálně.cz se zase očekává, že se bude daleko více soustředit na tvorbu vlastních zpráv. Pokud by se deník zaměřoval pouze na přebírání aktuálních zpráv vydávaných tiskovými agenturami, nesplnil by očekávání spojená s jeho startem.

²⁶ Např. v lednu roku 2007 dosáhly vybrané internetové deníky těchto průměrných výsledků: Aktuálně.cz (154 356 reálných uživatelů/den), iDnes.cz (164 720 r.u./den), Novinky.cz (160 619 r.u./den). Údaje pocházejí ze serveru www.netmonitor.cz.

Forma analýzy: Stejně jako předchozí analýza vychází i tato ze sledovaného vzorku třinácti dnů (6. – 18.3. 2007). Během tohoto období jsem hodnotil u iDnesu domácí a zahraniční rubriku v sekci zpravy.idnes.cz a u Aktuálně také domácí a zahraniční zpravodajství. Ke srovnání obou médií jsem zvolil šest kategorií:

- **1. Nové zprávy** – Udává počet zpráv, které příslušný server vydal v průběhu sledovaného dne. U iDnesu se do celkového úhrnu započítávají i zprávy převzaté od deníku Mladá fronta Dnes. V závorce je pak uvedeno, kolik materiálů server uveřejnil v domácí a kolik v zahraniční rubrice.
- **2. Vlastní zprávy** - U této položky je výběr omezen pouze na domácí rubriku. Zahraniční zpravodajství zkoumaných médií totiž z drtivé většiny vychází z agenturních servisů. Vlastní zprávou se rozumí materiál, který není označený signaturou žádné agentury a je tedy především výsledkem tvůrčí redakční práce, nikoliv jen úpravou již vytvořeného produktu. Za počtem těchto zpráv je pak v závorce uvedeno, kolik procent tvoří původní zprávy z celkového počtu vydaných materiálů.
- **3. Zprávy s multimediálními prvky** – Jedna z klíčových součástí analýzy. Uvedený údaj udává počet zpráv obsahující nějaký multimediální, resp. audiovizuální prvek. Tím se v tomto případě rozumí video či audio příspěvek a fotogalerie²⁷. Za počtem těchto zpráv je v závorce udán jejich procentní podíl na celkové zpravodajské produkci dne. Nechybí ani číselný výčet příslušných audiovizuálních prvků.
- **4. On-line rozhovory a reportáže** – Tato položka mapuje výskyt dalších dvou deviz, kterými mohou webová média disponovat: zapojení recipienta, resp. rychlost a aktualizovatelnost sdělení. Při on-line rozhovorech nezpovídá pozvanou osobnost redaktor, ale otázky pokládají samotní čtenáři²⁸. Další příležitostí, jak využít specifické prostředí webu, je on-line reportáž. Jedná se o neustále aktualizované zpravodajství užívající se u zvláštních událostí, které mají nějaký vývoj. Časté je např. u živelných katastrof, důležitých zasedání parlamentu apod.

²⁷ Do těchto zpráv se započítávají i speciální druhy zpráv vyskytující se zejména právě v internetovém zpravodajství. Jedná se o tzv. fotozprávy a videozprávy – tedy materiály, jejichž hlavními prvky jsou fotografie nebo videa.

²⁸ Zvláštním druhem on-line rozhovoru je tzv. duel – model, který využívá deník Aktuálně.cz. Jedná se o “rozhovor“ dvou osobností zastávající zpravidla odlišné názory či přesvědčení. Tito lidé si navzájem pokládají série otázek a čtenáři pak mají možnost hlasovat v anketě, která z osobností odpovídala přesvědčivěji.

- **5. Shodná témata** – Míru odlišnosti produkce sledovaných médií monitoruje tento bod sčítající témata, která se v daný den objevila v obou denících. Záměrem je zjistit míru tematické shody, resp. s jak moc rozdílnými tématy zkoumané servery pracují.
- **6. Vlastní fotografie** – Cílem této položky je zmapovat soběstačnost internetových médií, co se týče vlastních fotografií. Konkrétním vyčíslením je procentuální podíl vlastních fotografií u zpráv domácí rubriky. U iDnesu byly započítány také snímky fotoreportérů Mladé fronty Dnes, které saturují i potřebu internetového deníku.

Těmto bodům bude ještě předcházet stručná charakteristika příslušného dne, jeho nejvýraznějších událostí a jejich žurnalistických rysů.

Hodnocení analýzy: V závěrečném shrnutí uvedu statistické výsledky analýzy a pokusím se je zhodnotit. Každý z šesti bodů bude rozebrán zvlášť. Výsledkem by mělo být potvrzení či vyvrácení výše uvedených hypotéz, resp. získání dalších poznatků o webových zpravodajských serverech.

Představení analyzovaných médií:

Ještě před samotnou analýzou je nutné vybrané on-line deníky alespoň v krátkosti představit a zařadit do českého mediálního systému.

iDnes: Jak již bylo dříve uvedeno, server iDnes působí na české mediální scéně již od roku 1998 a patří do silné mediální skupiny MAFRA. Není zpravodajsky plně nezávislým médiem, funguje v roli on-line suplementu tištěného deníku Mladá fronta Dnes, vůči němuž je v určitých ohledech v podřízeném postavení.

Předmětem této analýzy však není celý iDnes, který v dnešní době působí jako multifunkční internetový portál, ale pouze jeho zpravodajská sekce zpravy.idnes.cz, jejímiž hlavními složkami jsou domácí a zahraniční rubrika. Přibližně pětinu produkce zpráv tvoří materiály převzaté od MfD, které slouží zejména jako propagace listu. Kromě zpravodajské sekce mohou návštěvníci portálu najít také rubriky Bydlení, Auto nebo Hry.

Aktuálně: Jde o projekt internetového portálu Centrum.cz odstartovaný v listopadu 2005, který se jako první webový deník nabízející všeobecné zpravodajství neopírá o podporu žádného tradičního média (noviny, televize, rozhlas). Aktuálně je klíčovou součástí mediální

divize portálu, do níž patří ještě řada tematicky vyhraněných magazínů (Automix, Žena, Gurmán apod.). Některé materiály z těchto přidružených médií pak Aktuálně propaguje na své úvodní stránce.

Od iDnesu se Aktuálně liší mj. tím, že daleko větší důraz klade na původnost svých zpráv a na personifikaci svých redaktorů²⁹. Rozdíl lze najít také v přístupu k uveřejňování nových zpráv. Zatímco iDnes využívá především chronologický princip, kdy nová zpráva posouvá starší o pozici níže, Aktuálně preferuje umístování zpráv na základě relevance a tematické rozrůzněnosti, čímž se více blíží způsobu práce s titulní stranou u tištěných novin.

Úterý 6.3.

Ve sledovaný den vyšlo v obou médiích v porovnání s ostatními dny méně zpráv. Pravděpodobně i z tohoto důvodu došlo ke značné míře tematické shody. V Aktuálně i iDnesu se objevily zprávy týkající se klíčových témat sledovaného období – korupční kauzy vicepremiéra Čunka a sporu o katedrálu sv. Víta mezi českým státem a církví. Jako aktivnější pozorovatel medializovaných témat se ukázal iDnes, který o kauze Čunek vydal tři zprávy a o sporu o katedrálu dvě. Aktuálně.cz zveřejnilo ke každému tématu jeden materiál.

Dále se pak zpravodajské weby shodly například v tématech odvolaných šéfů nemocnic či počtu řidičských průkazů, které je potřeba vyměnit. V zahraniční rubrice se redakce tematicky shodly pouze jednou.

Nové zprávy:

iDnes: 17 (dom: 10, zah: 7) x Aktuálně: 14 (dom: 7, zah: 7)

Vlastní zprávy:

iDnes: 5 (50 %) x Aktuálně: 7 (100 %)

Zprávy s multimediálními prvky:

iDnes: 5 (29 %) – audio: 2, fotogalerie: 2, fotografická zpráva: 1

Aktuálně: 1 (7 %) – fotogalerie: 1

On-line rozhovory a reportáže:

Nic

Shodná témata:

5 (Dom: 4, Zah: 1)

Vlastní fotografie:

²⁹ V deníku Aktuálně lze najít tiráž se jmény, fotografiemi a archivy autorů. Jejich jména jsou uváděna nad články, zatímco iDnes je uvádí až na konci textů.

iDnes: 70 % x Aktuálně: 29 %

Středa 7.3.

Server iDnes ve středu potvrdil, že aféra vicepremiéra Čunka pro něj byla ve sledovaném období prioritní záležitostí a věnoval ji dva materiály: rozhovor se svědkyní případu Marcelou Urbanovou (převzato z MfD) a vlastní zprávu redaktora Radka Bartoníčka zachycující jednání vlády o postoji ke kauze. Aktuálně se zabývalo aférou ve zprávě reportérky Sabiny Slonkové.

Obě média také shodně informovala o významných událostech dne, jakými byly např. únik radioaktivní vody v temelínské elektrárně, vývoj sporu mezi advokátem Altnerem a ČSSD (Aktuálně věnovalo této kauze hned dvě zprávy) či volby v Severním Irsku. Server iDnes přinesl jednu ze série svých exkluzivních reportáží z cesty prezidenta Klause po Spojených státech. Zajímavé je, že žádný z těchto materiálů nevyužila MfD. Aktuálně zase vydalo dvě krátké zprávy patřící do interaktivního speciálu věnovanému poslednímu roku Václava Klause v úřadu českého prezidenta.

Nové zprávy:

iDnes: 21 (Dom: 14, Zah: 7) x Aktuálně: 21 (Dom: 12, Zah: 9)

Vlastní zprávy:

iDnes: 7 (50 %) x Aktuálně: 10 (92 %)

Zprávy s multimediálními prvky:

iDnes: 2 (10 %) - video: 1, fotogalerie: 1

Aktuálně: 3 (14 %) - video: 3

On-line rozhovory a reportáže:

Nic

Shodná témata:

7 (Dom: 4, Zah: 3)

Vlastní fotografie:

iDnes: 71 % x Aktuálně: 45 %

Čtvrtek 8.3.

Sledovaný den charakterizuje malá tematická shoda mezi oběma médii. K zařazení stejných témat došlo jen dvakrát: v případě oslav Mezinárodního dne žen v zahraničí a médii ostře sledované návštěvy amerického prezidenta Bushe v Latinské Americe.

Oba servery uvedly po jednom on-line rozhovoru. Čtenáři iDnesu měli možnost zpovídat bývalého mluvčího exprezidenta Havla Ladislava Špačka, který se postavil do čela iniciativy zastánců postavení amerického radarového zařízení v Česku. Aktuálně zase nabídlo specifickou formu on-line rozhovoru nazvanou Duel. Ve čtvrtěčném Duelu se u příležitosti Mezinárodního dne žen utkala feministka Marcela Linková a mluvčí Českého svazu mužů Oldřich Voženílek.

Ani jedno z médií se nevěnovalo klíčové kauze sledovaného období: korupční aféře vicepremiéra Jiřího Čunka.

Nové zprávy:

iDnes: **21** (Dom: 13, Zah: 8) x Aktuálně: **20** (Dom: 8, Zah: 12)

Vlastní zprávy:

iDnes: **8** (62 %) x Aktuálně: **6** (75 %)

Zprávy s multimediálními prvky:

iDnes: **2** (10 %) – video: 1, fotogalerie: 1

Aktuálně: **2** (10 %) – video: 2 (jedno z nich v rámci fotočlánku)

On-line rozhovory a reportáže:

iDnes: **1** (on-line rozhovor) x Aktuálně: **1** (on-line duel)

Shodná témata:

2 (Zah: 2)

Vlastní fotografie:

iDnes: **38 %** x Aktuálně: **63 %**

Pátek 9.3.

Stěžejním tématem serveru iDnes byla návštěva českého prezidenta Klause v USA, z jejíhož průběhu přinesl reportér Petr Pravda hned tři exkluzivní materiály během jediného dne. Všechny reportáže z této cesty využíval téměř výhradně právě iDnes, MÍD Pravdovo zpravodajství uveřejňovala jen v minimální míře.

Aktuálně po krátké odmlce opět poskytlo více prostoru korupční kauze lidoveckého předsedy Čunka, když přineslo on-line rozhovor s klíčovou svědkyní případu Marcelou Urbanovou a zprávu o anonymním vyhrožování Čunkově rodině. On-line deník také nabídl čtenářům dvě videozprávy.

Sledovaný den nepřinesl žádné přelomové události (breaking news). Společnými tématy byly např. volby v Severním Irsku, žaloba advokáta Altnera na ČSSD kvůli neplacení

dlužné částky či vyvěšení tibetské vlajky na ministerstvu životního prostředí, které vyvolalo negativní reakci čínského velvyslanectví.

Nové zprávy:

iDnes: 17 (Dom: 10, Zah: 7) x Aktuálně: 17 (Dom: 9, Zah: 8)

Vlastní zprávy:

iDnes: 3 (30 %) x Aktuálně: 7 (78 %)

Zprávy s multimediálními prvky:

iDnes: 4 (24 %) - video: 1, audio: 1, fotogalerie: 2

Aktuálně: 3 (18 %) - videozpráva: 2, fotogalerie: 1

On-line rozhovory a reportáže:

iDnes: 0 x Aktuálně: 1 (on-line rozhovor)

Shodná témata:

5 (Dom: 3, Zah: 2)

Vlastní fotografie:

iDnes: 50 % x Aktuálně: 78 %

Sobota 10.3.

Sobotní zpravodajství charakterizuje velmi nízký počet vydaných zpráv, který je příznačný pro víkendové dny, kdy mají redakce k dispozici výrazně menší počet pracovníků. Pokles zpravodajské produkce je ve sledovaném dni markantní zejména u Aktuálně.cz, protože deník uveřejnil v rámci domácí a zahraniční rubriky pouze pět nových textů, což je méně i ve srovnání s jinými víkendovými dny. Neznamená to však, že by se na homepagi Aktuálně neobjevovaly nové materiály, pocházely však z jiných rubrik (Ekonomika, Kultura apod.) či z magazínů portálu Centrum.cz (Gurmán, Žena apod.)

Konkurenční server iDnes nabídl svým čtenářům výrazně větší množství zpráv (16), ale více než třetina z nich pocházela z produkce Mladé fronty Dnes. Deník iDnes také významně předčil Aktuálně v počtu multimediálních materiálů, které se objevily hned ve čtvrtině jeho zpráv, což bylo ve sledovaném období velmi nadprůměrné číslo. Obě média se tématicky shodla dvakrát a to v případě 50. narozenin teroristy Usámy bin Ládina a stížností českých myslivců na večerníček, který je údajně představoval v nepříznivém světle.

Nové zprávy:

iDnes: 16 (Dom: 8, Zah: 8) x Aktuálně: 5 (Dom: 2 Zah: 3)

Vlastní zprávy:

iDnes: 2 (25 %) x Aktuálně: 2 (100 %)

Zprávy s multimediálními prvky:

iDnes: 4 (25 %) - fotogalerie: 3, fotozpráva: 1

Aktuálně: 0 (0 %)

On-line rozhovory a reportáže:

Nic

Shodná témata:

2 (Dom: 1, Zah: 1)

Vlastní fotografie:

iDnes: 63 % x Aktuálně: 0 %

Neděle 11.3.

Snížení počtu zpráv na iDnesu oproti sobotě (6) je odvislé od skutečnosti, že v neděli nemá on-line deník možnost čerpat materiály od své tištěné podoby, která sedmý den v týdnu nevychází. Naopak Aktuálně vydalo v porovnání s předešlým dnem více zpráv a zároveň lze jednu z nich považovat za ukázkový příklad využití multimediality webového prostředí.

Redaktor Tomáš Netočný zařadil do své reportáže o zázračném uzdravení vážně popáleného chlapce kromě textové části také dvě vlastní videa s rozhovory, fotogalerii a odkaz na článek o umělé kůži. Takové využití multimediálního prostoru, které internetová žurnalistika nabízí, však stále ještě není příliš obvyklé.

Ani v jednom víkendovém dni neproběhl on-line rozhovor. Webové deníky vykazují větší návštěvnost ve všední dny, a proto se tento typ žurnalistického produktu o víkendech v podstatě nevyskytuje.

Nové zprávy:

iDnes: 6 (Dom: 3, Zah: 3) x Aktuálně: 9 (Dom: 5, Zah: 4)

Vlastní zprávy:

iDnes: 2 (67 %) x Aktuálně: 5 (100 %)

Zprávy s multimediálními prvky:

iDnes: 0 (0 %)

Aktuálně: 3 (33 %) – video: 4, fotogalerie: 1

On-line rozhovory a reportáže:

Nic

Shodná témata:

1 (Dom: 0 , Zah: 1)

Vlastní fotografie:

iDnes: 33 % x Aktuálně: 80 %

Pondělí 12.3.

Ve sledovaný den se u iDnesu objevil pro něj neobvyklý poměr mezi produkcí domácí a zahraniční rubriky. Netradičně totiž přinesl více zpráv ze zahraničí. Webové deníky shodně pokryly pět událostí, z nichž nejvíce vyčnívaly zprávy o vystoupení nového věřitele ČSSD a volbách do regionálních parlamentů v Rusku.

Server Aktuálně přinesl další multimediální materiál o těžce popáleném chlapci pomalu se zotavujícím ze svých zranění. V článku recipient najde dokonce šest videosekvencí. Deník iDnes zase nabídl čtenářům čtyři zprávy s fotogaleriemi, což bylo také poměrně vysoké číslo.

Nové zprávy:

iDnes: 19 (Dom: 9 , Zah: 10) x Aktuálně: 20 (Dom: 11 , Zah: 9)

Vlastní zprávy:

iDnes: 3 (33 %) x Aktuálně: 8 (73 %)

Zprávy s multimediálními prvky:

iDnes: 5 (26 %) – video: 1, fotogalerie: 4

Aktuálně: 3 (15 %) – video: 7, fotogalerie: 1

On-line rozhovory a reportáže:

Nic

Shodná témata:

5 (Dom: 2, Zah: 3)

Vlastní fotografie:

iDnes: 78 % x Aktuálně: 36 %

Úterý 13.3.

Nejzajímavějším momentem dne byl velmi vysoký počet nových zpráv u iDnesu – 23. Zásahu na tom měla především vysoká produkce domácí rubriky, která čítala 15 materiálů.

Otázkou však je, zda rychlá rotace zpráv nesnižuje jejich čtenost. U iDnesu totiž převládá princip chronologického řazení příspěvků na úvodní stránce. To znamená, že v případě

vysoké produkce zpráv se jednotlivé texty mění v krátkém časovém úseku a materiál, který by si potenciálně prohlédlo velké množství čtenářů, skončí na méně výhodné pozici vzhledem k recipientské pozornosti.

Aktuálně přineslo on-line rozhovor s advokátem Zdeňkem Altnerem, klíčovou postavou sporu o vyplacení honoráře za vysouzení Lidového domu pro ČSSD. Na serveru se také objevila on-line reportáž, ve sledovaném období jen velmi málo využívaný druh žurnalistického produktu.

U iDnesu se znovu projevila spolupráce redakcí na některých materiálech. Konkrétně šlo o text věnující se zveřejněným dopisům prezidenta Václava Klause někdejšímu premiérovi Jiřímu Paroubkovi, jemuž se společně věnovali redaktori Václav Dolejší (MfD) a Radek Bartoníček (iDnes). Na serveru byla také zveřejněna první verze rozhovoru se synem tragicky zesnulého skladatele Karla Svobody, pod nímž jsou podepsány obě redakce.

Nové zprávy:

iDnes: **23** (Dom: 15 , Zah: 8) x Aktuálně: **18** (Dom: 10 , Zah: 8)

Vlastní zprávy:

iDnes: 7 (47 %) x Aktuálně: 8 (80 %)

Zprávy s multimediálními prvky:

iDnes: 4 (17 %) – video: 1, audio: 1, fotogalerie: 2

Aktuálně: 3 (17 %) – video: 2, fotogalerie: 1

On-line rozhovory a reportáže:

iDnes: **0** x Aktuálně: **2** - on-line rozhovor: 1, on-line reportáž: 1

Shodná témata:

1 (Dom: 1 , Zah: 0)

Vlastní fotografie:

iDnes: **67 %** x Aktuálně: **50 %**

Středa 14.3.

Podobně jako v předešlém dni vydal iDnes velmi vysoké množství nových zpráv, tentokrát ještě výrazně více – 30, což byl ve sledovaném období rekordní počet. O možných nevýhodách takto vysoké produkce zpráv viz úterý 13.3.

Obě média shodně pokryla nový vývoj v kauzách předsedy KDU-ČSL Jiřího Čunka a advokáta Altnera soudícího se s ČSSD, v zahraniční rubrice pak napadení předáka zimbabwské opozice a nejnovější dění před francouzskými prezidentskými volbami. Přes tato

společná témata lze konstatovat, že míra zpravodajské shody mezi deníky iDnes a Aktuálně byla navzdory relativně vysokému počtu vydávaných zpráv velmi nízká.

Nové zprávy:

iDnes: **30** (Dom: 17, Zah: 13) x Aktuálně: **17** (Dom: 9, Zah: 8)

Vlastní zprávy:

iDnes: **4** (24 %) x Aktuálně: **9** (100 %)

Zprávy s multimediálními prvky:

iDnes: **4** (13 %) – video: 2, audio: 1 fotogalerie: 2

Aktuálně: **4** (24 %) – video: 3, fotogalerie: 1

On-line rozhovory a reportáže:

iDnes: **0** x Aktuálně: **1** - on-line duel: 1

Shodná témata:

4 (Dom: 2, Zah: 2)

Vlastní fotografie:

iDnes: **59 %** x Aktuálně: **44 %**

Čtvrtek 15.3.

Sledovaný den znovu potvrdil převahu iDnesu nad serverem Aktuálně v produkci nových zpráv. On-line supplement Mladé fronty přinesl také více materiálů s multimediálními prvky. Aktuálně zase potvrdilo, že je autorštějším médiem, když v rámci domácí rubriky přineslo 80 procent vlastních zpráv.

Konkurenční servery nabídly čtenářům celkem pět shodných témat, což bylo v kontextu těchto dvou médií relativně vysoké číslo. Obě se věnovala např. kauze policejního prezidenta Husáka, zkuseným výrokům ministra životního prostředí Bursíka o jaderné elektrárně Temelín či jmenování nové palestinské vlády.

Nové zprávy:

iDnes: **24** (Dom: 14, Zah: 10) x Aktuálně: **17** (Dom: 10, Zah: 7)

Vlastní zprávy:

iDnes: **8** (57 %) x Aktuálně: **8** (80%)

Zprávy s multimediálními prvky:

iDnes: **4** (17 %) – video: 1, audio: 1, fotogalerie: 2

Aktuálně: **2** (12 %) – video: 1, fotogalerie: 1

On-line rozhovory a reportáže:

Nic

Shodná témata:

5 (Dom: 3, Zah: 2)

Vlastní fotografie:

iDnes: **64 %** x Aktuálně: **60 %**

Pátek 16.3.

Nejvýraznějším prvkem páteční zpravodajské produkce byl vysoký podíl zpráv s multimediálními složkami u obou sledovaných médií. U iDnesu toto číslo činilo bezmála čtvrtinu všech materiálů, u Aktuálně dokonce téměř polovinu (u tohoto deníku je vysoký zejména počet video příspěvků – 7).

Na serveru iDnes se také objevil neobvykle vysoký podíl vlastních zpráv (82 %), které nevycházely z agenturního servisu či z produkce MfD. Mezi klíčové události, kterým věnovaly pozornost oba deníky, patřilo např. údajné uzdravování kubánského prezidenta Castra po vážné nemoci, nové skutečnosti v případě únosu rakouské školačky Nataschy Kampuschové či oficiální vyjádření podpory Jiřímu Čunkovi jeho vlastní stranou.

Nové zprávy:

iDnes: **21** (Dom: 11, Zah: 10) x Aktuálně: **19** (Dom: 9, Zah: 10)

Vlastní zprávy:

iDnes: **9** (82 %) x Aktuálně: **8** (89 %)

Zprávy s multimediálními prvky:

iDnes: **5** (24 %) – video: 1, audio: 3, fotogalerie: 2,

Aktuálně: **8** (42 %) – video: 7, fotogalerie: 2

On-line rozhovory a reportáže:

iDnes: **1** - on-line rozhovor: 1 x Aktuálně: **0**

Shodná témata:

4 (Dom: 2, Zah: 2)

Vlastní fotografie:

iDnes: **64 %** x Aktuálně: **44 %**

Sobota 17.3.

Za nejzajímavější moment sobotní produkce obou médií lze považovat vysokou míru tematické shody v domácím zpravodajství. Aktuálně vydalo v rámci této rubriky tři zprávy a všechny události v ní obsažené přinesl také iDnes. Jednu z nich – referendum v obci Trokavec vztahující se k případnému umístění americké radarové základny – přinesl deník Aktuálně v on-line reportáži.

Nové zprávy:

iDnes: **10** (Dom: 7, Zah: 3) x Aktuálně: **11** (Dom: 3, Zah: 8)

Vlastní zprávy:

iDnes: **3** (43 %) x Aktuálně: **2** (67 %)

Zprávy s multimediálními prvky:

iDnes: **1** (10 %) – fotogalerie: 1

Aktuálně: **1** (9 %) – video: 1

On-line rozhovory a reportáže:

iDnes: **0** x Aktuálně: **1** – on-line reportáž

Shodná témata:

4 (Dom: 3, Zah: 1)

Vlastní fotografie:

iDnes: **71 %** x Aktuálně: **67 %**

Neděle 18.3.

Sledovanému dni dominují zejména dva velké rozhovory; Aktuálně přineslo obsáhlé interview s předsedou ČSSD Jiřím Paroubkem, iDnes zpovídal pražského primátora Pavla Béma. Oba rozhovory se svou formou vymykaly tradiční koncepci svých médií. Interview s Jiřím Paroubkem rozdělilo Aktuálně na několik samostatných textů podle otázkových okruhů. Těmito dílčími rozhovory deník zaplnil celou sekční homepage domácí rubriky – šlo o velmi nezvyklý postup, který zatím v historii tohoto média neměl obdoby. Server iDnes zase použil rozhovor s Pavlem Bémem, který den předtím vyšel v MfD. Pokud on-line deník přebírá zprávy, vydává je vždy v den, kdy vycházejí také v tištěné podobě – postup použitý v případě tohoto rozhovoru byl v rámci sledovaného období značně neobvyklý.

Nové zprávy:

iDnes: **11** (Dom: 6, Zah: 5) x Aktuálně: **10** (Dom: 5, Zah: 5)

Vlastní zprávy:

iDnes: **4** (67 %) x Aktuálně: **4** (85 %)

Zprávy s multimediálními prvky:

iDnes: **1** (9 %) – fotozpráva: 1

Aktuálně: **1** (10 %) – videozpráva: 1

On-line rozhovory a reportáže:

Nic

Shodná témata:

2 (Dom: 1, Zah: 1)

Vlastní fotografie:

iDnes: **50 %** x Aktuálně: **60 %**

Výsledky analýzy:

1) Nové zprávy

Při porovnávání zpravodajské produkce se prokázalo, že zavedenější redakce serveru iDnes vytváří denně v průměru více zpráv (**18,15**) než relativně mladý deník Aktuálně (**15,23**). V součtu materiálů domácí a zahraniční rubriky tak iDnes svého konkurenta předčil přibližně o tři zprávy denně. Je ale také nutné připomenout, že významný podíl na produkci serveru iDnes měly texty Mladé fronty Dnes, které elektronický deník přebíral. Původně novinové zprávy tvořily přesně **pětinu** všech zpráv vydaných na iDnesu v průběhu sledovaného období.

Otázkou také je, zda výrazně vysoké množství nových zpráv (u iDnesu až 30 denně) může mít negativní vliv na jejich čtenost. Server iDnes používá většinou princip chronologického řazení příspěvků, což znamená, že v případě vysoké produkce zpráv se jednotlivé texty na první pozici velmi rychle mění a materiál, který by si potenciálně prohlédlo velké množství čtenářů, skončí na méně výhodné pozici.

Oproti např. zpravodajství MfD je u on-line deníků patrný vyrovnaný poměr mezi domácí a zahraniční rubrikou. Zatímco zmíněné tištěné médium nabízí čtenářům poměr mezi sekcemi 5:2 ve prospěch domácího zpravodajství, na stránce zpravy.idnes.cz najdou její návštěvníci 58 % zpráv z domova a 42 % ze zahraničí. U Aktuálně je poměr mezi těmito klíčovými sekcemi ještě vyrovnanější (51 % domácí a 49 % zahraniční zprávy).

2) Vlastní zprávy

Aby byla žurnalistika na webu vnímána jako plnohodnotná součást mediálního spektra, musí se snažit přinášet co největší množství vlastních materiálů. Tedy ne jen přebírat zprávy z mateřského média nebo agenturních servisů. Při hodnocení tohoto hlediska jsem vycházel pouze z produkce domácích rubrik obou médií, protože většina zpráv zahraničních redakcí pochází z agentur.

Statistický výsledek analýzy potvrdil základní hypotézu, že deník Aktuálně bude produkovat více autorských zpráv než iDnes, u něhož hraje významnou roli mediální spojení s tištěným deníkem. Aktuálně se ve sledovaném období prezentovalo **84 %** původních materiálů, iDnes **47,45 %** (do původních materiálů se nezapočítávaly zprávy převzaté z MfD). U mladého on-line deníku je tendence k původní tvorbě a personifikaci novinářských osobností pochopitelná, protože si potřebuje získat vlastní charakteristickou mediální "tvář". Zatímco iDnes těží zejména z toho, že už na českém trhu působí téměř deset let a internetoví uživatelé ho dobře znají. Zároveň je propojený s nejčtenějším tuzemským nebulvárním listem, což ho ale může samozřejmě také brzdit ve vlastním rozvoji.

3) Zprávy s multimediálními prvky

Zkoumaná internetová periodika výhody multimediálního webu příliš nevyužívají. Jen necelá pětina jejich materiálů obsahovala nějaký video či audio příspěvek nebo fotogalerii – iDnes: **17,37 %**, Aktuálně: **17,17 %**. Na tato nízká (a téměř shodná) čísla je však také nutno nahlížet z pohledu tuzemských internetových redakcí, které nemají dostatek personálu a finančních prostředků, aby mohly produkovat více vlastních multimediálních materiálů. Servery iDnes a Aktuálně (resp. i další české on-line deníky) proto musejí často spoléhat na to, zda jim tyto příspěvky nabídnou agenturní servery. Pokud se ale bude webové zpravodajství v Česku nadále rozvíjet, měl by vzrůst také podíl multimediálních prvků.

U analyzovaných deníků bylo možné pozorovat rozdílnou preferenci různých multimédií. Server iDnes se nejvíce soustředil na fotogalerie (24), audio a video příspěvkům věnoval zhruba stejně prostoru (obě po 9 položkách). Aktuálně nejvíce upřednostňovalo videa (30), přineslo také 9 fotogalerií, ale ve sledovaném období nevydalo žádnou zprávu s audio příspěvkem.

4) On-line rozhovory a reportáže

Toto kritérium je velmi podstatné v určení toho, zda analyzované on-line deníky dokáží zapojit svého čtenáře tak, aby se stal aktivním spoluvůrcem obsahu (on-line rozhovor) a jestli

umějí aplikovat rychlost a aktualizovatelnost zpravodajského přenosu na webu (on-line reportáž). Ani v jedné z položek však zástupci českých elektronických médií příliš neuspěli.

Aktuálně v období dvou týdnů nabídlo svým čtenářům **čtyři** on-line rozhovory, z nichž dva měly formu tzv. duelu, do něhož návštěvníci nemohou přispívat svými otázkami (charakteristika on-line duelu viz s. 55). Server také přinesl **dvě** pravidelně aktualizované reportáže (návštěva prezidenta Klause na Moravě, referendum v obci Trokavec o umístění americké radarové základny v Brdech). Deník iDnes vydal během analyzovaného období pouze **dva** on-line rozhovory a **žádné** on-line reportáže.

5) Shodná témata

Analýza prokázala, že zkoumané mediální subjekty vytvářejí svébytné zpravodajství odlišující se od konkurence. Statistika udává, že v průměru se iDnes a Aktuálně tematicky shodly u **3,62** příspěvků denně³⁰. U obou médií se tedy jedná ani ne o pětinu z celkového úhru vyprodukovaných zpráv za den, což je překvapivě nízké číslo. Hovoří však také o originalitě a variabilitě obsahů vybraných deníků.

6) Vlastní fotografie

Mít k textům vlastní fotografie je pro každý elektronický deník velmi prestižní záležitost. Číselné vyjádření analýzy však prokázalo, že i tak zavedené médium, jakým je server iDnes, má v rámci domácí rubriky v průměru denně jen **59,85 %** vlastních snímků, přičemž drtivou většinu z nich obstarávají fotografové MfD. Aktuálně má v domácí sekci **50,46 %** svých fotografií.

Otázka původních fotografií je však pro české redakce stále složitá, protože nemají dostatek fotografií na pokrývání všech zpravodajsky zajímavých událostí. Z toho důvodu musejí snímky z velké části přebírat od agentur jako je ČTK nebo Profimedia. Server iDnes má sice možnost čerpat fotografie od svého mateřského média, které má velmi silnou fotografickou redakci. Tím ale zároveň prohlubuje svou závislost na něm.

Závěrečné hodnocení analýzy

Výsledky analýzy potvrdily tvrzení ze základní hypotézy, která předpokládala, že zavedenější server iDnes produkuje denně více nových zpráv než deník Aktuálně, který se zase výrazněji zaměřuje na tvorbu původních materiálů.

³⁰ Vyšší míra zpravodajské shody byla u příspěvků z domácích rubrik. Z celkového počtu 47 obdobných témat pocházelo 26 z produkce domácích redakcí.

Obě zkoumaná média sice prokázala svou svébytnost tím, že vytvářejí vlastní zpravodajství, ale zároveň se u nich také projevíly značné rezervy ve využívání specifik, které webová žurnalistika nabízí: on-line reportáže, rozhovory a účast multimédií. Je tedy zřejmé, že česká on-line žurnalistika má před sebou ještě řadu dílčích cílů, které by měly pomoci v dalším rozvoji tohoto novinářského odvětví.

Závěr

Doba, kdy český internet opanovala zejména “zrcadla“ tradičních médií, už dávno minula. Lidé si mohou v elektronické formě číst plnohodnotné a neustále aktualizované zpravodajství; díky specifickým výhodám webu jsou kromě textů také běžně dostupné video či audiozprávy. U českých internetových periodik najdeme v tomto ohledu řadu rezerv, které však vycházejí hlavně ze skromnějších poměrů, v nichž tuzemské webové zpravodajství vzniká.

Na druhou stranu však můžeme konstatovat, že zprávy na webu už se plně etablovaly na zdejší mediální tržnici. Úspěšné on-line deníky zaznamenávají běžně okolo 150 tisíc reálných návštěvníků denně. Zároveň se také projevuje diverzita internetových deníků – dva jejich zástupce porovnává jedna z analýz. Její výsledky ukazují, že se lze vydat cestou přebírání hotových materiálů a mapování aktuálních událostí nebo zvolit tvorbu vlastních zpráv, která částečně kopíruje postupy tištěných novin.

Tato práce také na konkrétním příkladu popisuje kooperaci klasického tištěného deníku s jeho on-line suplementem. Analýza sice prokázala, že webový deník iDnes produkuje z nemalé části původní zpravodajství, ale např. ve výběru témat musí v některých případech ustoupit zájmům Mladé fronty Dnes. Tento list dodává svému on-line suplementu pětinu jeho zpravodajského obsahu, čímž zároveň propaguje prodej novin. Výsledky analýzy také naznačily, jakou transformací musejí původní novinové texty projít, aby byly vhodné pro publikaci na internetu. Poněkud překvapivě pak ve srovnání s novinovými materiály vycházejí zprávy určené pro web jako informačně úplnější a na první pohled čtenářsky méně atraktivní.

Summary

The bachelor thesis "*Czech Internet Periodicals – Comparing of Their News Procedures and a Measure of Dependence on a Printed Medium*" considers some new trends in Czech internet journalism. It presents internet periodicals as young but also very ambitious media, which have found a stable place on our media market.

The main part of the work contains two analyses. The first considers a relation of a printed medium and his online supplement (daily *Mf Dnes* and online daily *iDnes.cz*). Analysis covers two weeks long period and notes the basic features of their cooperation, for example: adapting news, their modification etc. The second analysis compares news procedures of two different on-line dailies (*iDnes.cz*, *Aktuálně.cz*).

The bachelor thesis has also a theoretical part. It presents web news as an original form of a distribution of a journalistic product. This part contains the short description of internet news history and some pieces of information about features of this perspective journalistic branch.

Seznam použitých pramenů a literatury

Prameny:

Bakalářské práce:

- Aust, O.: *Perspektiva internetových periodik v závislosti na jejich obsahu a míře ekonomické soběstačnosti, vývoj a budoucnost internetového obsahu zejména českých internetových periodik*, Praha, Univerzita Karlova – Fakulta sociálních věd 2004

Denní tisk:

- deník Mladá fronta Dnes; období 6. – 17.3. 2007, ročník 2007
- Čermák, M.: *Salónní úvahy o jednom aktuálním deníku* in Hospodářské noviny, 12.5. 2005, s. 10
- Čermák, M.: *Ustavíme vás k smrti: bulvární weby seriózních listů* in Hospodářské noviny, 22.2. 2007, s. 10

Internet:

- McGovern, G.: *Desatero psaní pro web*. [online]. Dostupné z <<http://www.sovavsiti.cz/2003/psani-pro-web.html>>. 18.8. 2003 [cit. 2007-5-11]
- on-line deník Aktuálně.cz [online]. Dostupné z <<http://aktualne.centrum.cz>>; období 6. – 18.3. 2007
- on-line deník iDnes.cz [online]. Dostupné z <<http://www.idnes.cz>>; období 6. – 18.3. 2007
- Peterka, J.: *Historie českého internetu: slavíme 10. výročí liberalizace*. [online]. Dostupné z <<http://www.earchiv.cz/b05/b0700002.php3>>. Nedatováno [cit. 2007-5-11]
- Peterka, J.: *Neviditelný pes*. [online]. Dostupné z <<http://www.earchiv.cz/a96/a644k140.php3>>. Nedatováno [cit. 2007-5-11]
- Šmíd, M.: *Zpravodajství internetové žurnalistiky*. [online]. Dostupné z <<http://www.louc.cz/intzur.htm>>. Nedatováno [cit. 2007-5-11]
- www.netmonitor.cz [online]. Dostupné z <<http://www.netmonitor.cz>>
- Zandl, P.: *Historie českého internetu*. [online]. Dostupné z <<http://www.lupa.cz/clanky/historie-ceskeho-internetu/>>. 29.8. 2003 [cit. 2007-5-11]

- Zandl, P.: *Jak jsme zakládali Mobil server a vyžebřali webhosting*. [online]. Dostupné z <<http://www.marigold.cz/item/jak-jsme-zakladali-mobil-server-a-vyzebrali-webhosting>>. 8.7. 2005 [cit. 2007-5-11]

Přednášky na UK FSV:

- Čermák, M.: *Web: před a těsně poté*. Prezentace dostupná z <[http://extra.cz/novamedia/novamedia02.ppt#256,1,Nová média](http://extra.cz/novamedia/novamedia02.ppt#256,1,Nová%20m%C3%A9dia)>

Literatura:

- Burton, G.; Jiráček, J.: *Úvod do studia médií*, Brno, Barrister & Principal 2003
- De Fleur, M. L.; Ballová-Rokeachová, S. J.: *Teorie masové komunikace*, Praha, Karolinum 1996
- Jiráček, J.; Šmíd, M. a kol.: *10 let v českých médiích*, Praha, Portál 2005
- Kolektiv autorů: *Zpravodajství v médiích*, Praha, Karolinum 2001
- Osvaldová, B.; Halada, J. a kol.: *Praktická encyklopedie žurnalistiky*, Praha, Libri 2004
- Reifová, I. a kol.: *Slovník mediální komunikace*, Praha, Portál 2004
- Ruß-Mohl, S.; Bakičová, H.: *Žurnalistika*, Praha, Grada 2005
- Salwen, M. B.; Garrison, B.; Driscoll, P. D.: *Online News and the Public*, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, Inc. 2005
- Šmíd, M.: *Stručný slovník elektronických médií*, Praha, Karolinum 1995

Přílohy:

Příloha č. 1: Gerry McGovern: Desatero psaní pro web (plné znění)

Psát pro Web není totéž jako psát pro tištěné publikace. Lidé čtou na Webu jinak. Čtou těkavě, rychle přeskakují z jedné pasáže na druhou. Jsou mnohem čínorodější. Přišli na web, aby něco zařídili. Slova by je měla vést k činům.

Zde je deset pravidel psaní účinného webového obsahu:

1. Poznejte svého čtenáře
2. Zaujměte přístup vydavatele
3. Pište krátce a jednoduše
4. Tvořte aktivní obsah
5. Uveďte obsah do souvislostí
6. Pište o tom, co lidé hledají
7. Pište skvělé nadpisy
8. Pište skvělá shrnutí, věty a odstavce
9. Pište skvělá metadata
10. Redigujte, redigujte, redigujte

1. Poznejte svého čtenáře

Účinné psaní začíná poznáním čtenáře. Pište pro svého čtenáře, ne pro své ego. Vaším čtenářem není kdokoli. Nejúčinnější psaní je přesně zacíleno na konkrétní potřeby jasně definovaného typu čtenáře. Je vaší čtenářkou Američanka ze střední třídy se dvěma dětmi žijící na předměstí?

Myslete, jak myslí vaše čtenářka. Seznamte se s ní. Jednou za měsíc si s ní popovídejte. Čtěte to, co čte ona. Oslovuje ji nějaký styl nebo tón? Použijte ho. Pověste si obrázek svých čtenářů na zeď. Neměli byste mít víc než tři až pět typů čtenářů.

2. Zaujměte přístup vydavatele

Publikování znamená dostat správný obsah ke správnému člověku ve správnou dobu za správnou cenu. Spočívá v získání a udržení pozornosti obsahem. Spočívá v povzbuzení k akci. Publikování je prodej obsahem.

Když jste okolo roku 1995 přišli na většinu webů leteckých společností, našli jste na úvodní stránce veliký obrázek letadla. Nyní naleznete rezervační systém a mimořádné nabídky. Atraktivní obsah. Ze všeho nejdřív musí vydavatel správně rozpoznat svůj nejatraktivnější

obsah. Jaký obsah z toho, co máte k dispozici, skutečně povzbudí k akci? Takový dejte na úvodní stránku.

3. Pište krátce a jednoduše

Při publikování je méně skoro vždy více. Pamatujte si, že těkavého čtenáře lze popsat jediným slovem: netrpělivý. Zde je několik doporučení ohledně délky obsahu:

- Nadpisy: 8 slov a méně.
- Věty: 15-20 slov.
- Odstavce: 40-70 slov.
- Dokumenty: 500 slov a méně.

Vyhoďte všechna ozdobná slova. Vyhoďte své ego. Psát účinně neznamená předvádět se. Jde o komunikaci. Jde o povzbuzení k činům. Pište jednoduše. Jděte k věci. Pak přestaňte.

4. Tvořte aktivní obsah

Nejmocnější slovo v angličtině je "YOU" (VY). Pište z úhlu čtenáře. Čtenář přišel na váš web něco udělat. Obsah musí být psán akčním stylem. Každá věta by měla přivádět blíž k objednavce, registraci, k řešení.

5. Uved'te obsah do souvislosti

Podstatou Webu jsou odkazy a spojení. Webový obsah je klasifikovaný a provázaný obsah. Nikdy neopust'te svého čtenáře ve slepé uličce svého webu.

Tento článek jsem napsal proto, abych na vás učinil dojem, co vše vím o psaní pro Web. Rád bych, abyste uvážili tyto akce:

- Přečtete si více o mých workshopech věnovaných psaní pro Web.
- Kontaktujte mne se svými požadavky na správu obsahu.
- Zaregistrujte si můj týdenní newsletter New Thinking.
- Přečtete si ukázkou z mé knihy The Web Content Style Guide.

6. Pište o tom, co lidé hledají

Pište tak, aby vás lidé našli, až hledat budou. Používejte tedy stejná slova, jaká používají cíloví čtenáři. Než začnete psát, posad'te se a naplánujte si klíčová slova, která v textu použijete. Existují dva vynikající weby, které vám v tom pomohou:

- Wordtracker

- Overture

7. Pište skvělé nadpisy

Nadpisy jsou nejdůležitější částí obsahu, který budete psát. Je tomu tak proto, že:

- Lidé čtou těkavě a první část obsahu, kterou přečtou, je obvykle nadpis. Není-li zajímavý, jdou pryč.
- Nadpis se často používá jako název (title) v metadatech. To, co vyhledavače používají ve výsledcích hledání.
- Nadpis může být umístěn na úvodní stránku jako odkaz na obsah.

Při psaní nadpisů:

- Nepřekračujte osm slov.
- Určitě uveďte nejdůležitější klíčová slova.
- Škrtněte co nejvíc přídavných jmen, předložek a spojek.
- Buďte jasní a přesní. Nepokoušejte se o shakespearovské narážky. Nepokoušejte se být chytrí.

8. Pište skvělá shrnutí, věty a odstavce

Shrnutí je: kdo, co, kde, kdy, jak. Jde o to, vtěsnat fakta do 50 či méně slov. Cílem shrnutí je přimět lidi, aby chtěli číst dál. Musí být úderné a věcné.

Věty by měly mít mezi 15 až 20 slovy. Odstavce by měly mít mezi 40 až 70 slovy. Nezapomeňte, že lidé čtou těkavě. Není-li první věta odstavce zajímavá, přeskočí dál. Vždy proto uveďte odstavce věcnou větou.

9. Pište skvělá metadata

Jestliže neumíte napsat dobrá metadata, neumíte psát pro Web. Metadata uvádějí webový obsah do kontextu. Na metadata musíte pohlížet jako na rozšíření gramatiky. Dá se říci, že metadata jsou webovou gramatikou.

Klasifikace (zatřídění) jsou metadata. Zaměřte se na to, jaké klasifikační termíny na webu používáte. Zaměřte se na to, jak je obsah klasifikován. Je na vás zajistit, aby obsah byl správně klasifikován. Špatně klasifikovaný webový obsah jako by ani nebyl napsán.

Nadpisy a shrnutí jsou metadata. Datum vydání a informace o autorovi jsou metadata. Kdyby byla jen jediná metainformace, kterou musí každá webová stránka mít, byl by to název (title). Každá webová stránka by měla mít jedinečný název, který přesně popisuje její obsah.

10. Redigujte, redigujte, redigujte

Pokud je to možné, požádejte někoho o korekturu vašeho textu. Pokud sami upravujete něčí text, postupujte takto:

- Nespěchejte. Dobrá korektura zabere cokoli od 30 do 50 procent času potřebného k napsání původního textu.
- Snažte se provést korekturu třikrát.
- Nejprve upravujte styl a tón. Klad'te si takovéto otázky: Je to jasné? Je to nutné? Nelze to říci stručněji? Nelze to říci jednodušeji?
- Kontrolu gramatiky a pravopisu nechejte na konec. Pro pečlivou korekturu si text vytiskněte. Vezměte pravítko. Přiložte pravítko na konec textu a čtete pozpátku.

© 2003 Gerry McGovern, New Thinking

Překlad: Marek Prokop

Jazyková korektura: Dušan Janovský a Martin Kopta.

(Převzato z internetové stránky www.sovavsiti.cz)

Příloha č. 2: Rozhovor s šéfredaktorem on-line deníku Aktuálně.cz Pavlem Tomáškem

V době, kdy mediální divize portálu Centrum.cz spouštěla projekt Aktuálně.cz, řada mediálních odborníků pochybovalo o tom, že by mohl on-line deník fungovat bez podpory tištěného média. Je Aktuálně už po roce a půl své existence stabilním hráčem na českém mediálním trhu?

Aktuálně.cz si velmi rychle našlo stabilní a postupně se rozšiřující okruh čtenářů. V tomto směru stabilní je. Proto se dá také říct, že onen experiment, kterému tolik lidí nevěřilo, se ukázal být jako úspěšný. Jinak bych si ale vzhledem k tomu, jak rychle se internetový mediální trh mění a vyvíjí, netroufal označit kohokoli za stabilního hráče.

Z výsledků analýzy vypracované v rámci této práce vyplývá, že v průměru vytváříte méně zpráv než iDnes (domácí a zahraniční rubrika). Naopak výrazně více materiálů je

na Aktuálně autorských. Je záměrem založit vaši zpravodajskou produkci zejména na původních textech?

Ano, určitě. Aktuálně.cz disponuje redakcí složenou z řady špičkových novinářů, kteří přešli do on-line deníku po letech praxe v tištěných médiích a už tam se vypracovali v osobnosti české žurnalistiky. Je logické, že jako deník stavíme na textech těchto lidí a nemusíme se tudíž „honit“ za aktualitami, které se v průběhu krátkého času ukážou být efemérnostmi.

Jen necelá pětina textů je doplněna audiovizuálními prvky (video, audio, fotogalerie). Plánujete do budoucna toto číslo zvyšovat?

Rozhodně ano.

Vývoj on-line médií jde neustále kupředu. Co je třeba udělat pro to, aby váš deník nezůstal stát na místě a neustále se rozvíjel?

Přicházet neustále s inovacemi. Aktuálně.cz vzniklo jako projekt, který si přinášení novinek a inovací dal do svého vývěsního štítu. Pokud chce i nadále na trhu uspět, musí se toho držet.