

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Tomáš Havlíček

The Fleet Sheet - deník o jednom listu

Bakalářská práce

Praha 2009

Autor práce: **Tomáš Havlíček**

Vedoucí práce: **PhDr. Jan Křeček, Ph.D.**

Oponent práce:

Datum obhajoby: **2009**

Hodnocení:

Bibliografický záznam

HAVLÍČEK, Tomáš. *The Fleet Sheet – deník o jednom listu*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2009. 48 s. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Jan Křeček, Ph.D.

Anotace

Bakalářská práce „The Fleet Sheet – deník o jednom listu“ pojednává o vývoji specifického anglicky psaného zpravodajského formátu, který je určený především předním decision makerům působícím v České republice. Úvodní část práce přináší pohled na více než šestnáctiletou historii tohoto zpravodaje pod vedením amerického novináře Erika Besta v prostředí transformující se české ekonomiky. V další části autor čtenáře seznamuje s metodikou tvorby jednostránkového bulletinu, jednotlivých zpráv a jejich následným přepisem do podoby synopsí v angličtině. V závěrečné části práce autor prezentuje empirické šetření, v němž pomocí kvantitativní a kvalitativní analýzy srovnává zprávy uveřejněné ve zkoumaném deníku s výběrem zpráv potenciálních čtenářů Fleet Sheetu.

Annotation

Bachelor thesis “The Fleet Sheet – one page daily bulletin” summarizes the development of an innovative newspaper format dedicated to top decision makers based in Czech Republic. The very first part of thesis brings a glance into the sixteen-year evolution of this newspaper in times of Czech economy transition and under the leadership of former American journalist Erik Best. The middle part describes the methodology of designing one page bulletin including the important news picking and their consequential transcription into the form of English synopses. The closing part offers basic empiric research which compares chosen important news to be published in Fleet Sheet with questioned potential reader’s choices using both qualitative and quantitative analyses.

Klíčová slova

The Fleet Sheet, bulletin, novinový extrakt, ekonomické zpravodajství, synopse, elektronický zpravodaj

Keywords

The Fleet Sheet, bulletin, news extract, business news, synopsis, digital newsletter

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.
3. Prohlašuji, že předkládaná práce má 75 931 znaků bez úvodních částí, anotace i obsahu, tj. asi 42 normostran.

V Praze dne 22.5.2009


Tomáš Havlíček

*„The man who reads nothing at all
is better educated than the man
who reads nothing but newspapers“*
Thomas Jefferson (1743 – 1826)

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval redakci bulletinu Fleet Sheet za spolupráci při získávání základních informací, bez kterých by tato práce nemohla vzniknout. Děkuji také Janu Křečkovi za pomoc s výběrem tématu a dohledem nad prací, všem dotazovaným za jejich vstřícnost při účasti ve výzkumném šetření a Marii Chytilové za její trpělivost.

Obsah

OBSAH	3
NOVÝ PORÁDEK - ÚVOD	4
VZNIK A PODOBA NOVINOVÉHO BULLETINU THE FLEET SHEET	6
1.1 ČESKÁ CESTA TRANSFORMACE	6
1.2 OBTÍŽNÉ ZAČÁTKY	7
1.2.1 <i>Nestandardní podnikatelské prostředí</i>	7
1.2.2 <i>Potřeba aktuálního zpravodajství</i>	7
1.2.3 <i>Projekt bez plánu a s životností několika let</i>	8
1.2.4 <i>Kvalita jednoho muže</i>	9
1.3 MARKETINGOVÁ PODPORA ANGLICKÉHO ZPRAVODAJE	10
1.3.1 <i>Cíleno na decision makery</i>	10
1.3.2 <i>Nové distribuční cesty</i>	11
1.3.3 <i>Komentář Final Word</i>	12
1.3.4 <i>Nevyžádaná glosa</i>	13
1.3.5 <i>Ojedinělý pohled</i>	14
1.3.6 <i>Final Word v češtině a The Fleet Sheet jako bonus</i>	15
1.3.7 <i>Cílené oslovení</i>	15
BULLETIN JAKO MODEL DENNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ	17
2.1 ODLIŠNÝ INFORMAČNÍ FORMÁT	17
2.2 PRESTÍŽNÍ REKLAMNÍ PROSTOR PRO SPECIFICKÉ PUBLIKUM.....	18
2.2.1 <i>Na inzerci nezbývá čas</i>	18
2.2.2 <i>Zaměření na dlouhodobé klienty</i>	19
2.2.3 <i>Boj o čtenáře</i>	20
2.3 PŘEHLEDNĚ STRUKTUROVANÝ ZPRAVODAJ	21
2.3.1 <i>Základní členění</i>	21
2.3.2 <i>Orientační značení</i>	21
2.3.3 <i>Inzerce a burzovní zpravodajství</i>	23
2.4 TVORBA BULLETINU.....	23
2.4.1 <i>Pečlivý výběr textů</i>	23
2.4.2 <i>Význam nemusí zůstat původní</i>	24
2.5 HARMONOGRAM REDAKCE	24
2.5.1 <i>Ranní „deadline“</i>	24
2.5.2 <i>Péče o zákazníky</i>	25
2.6 PROBLEMATICKÉ AUTORSTVÍ.....	26
2.6.1 <i>Užívání cizího díla podle práva</i>	26
2.6.2 <i>Názor novinového domu</i>	27
THE FLEET SHEET - VÝBĚR NEJDŮLEŽITĚJŠÍHO ZPRAVODAJSTVÍ?	28
3.1 VÝCHOZÍ STAV ŠETŘENÍ	28
3.2 SOCIOLOGICKÝ PRŮZKUM OBSAHU BULLETINU.....	28
3.2.1 <i>Základy zkoumání</i>	28
3.2.2 <i>Teoretické zakotvení tématu šetření</i>	29
3.2.3 <i>Výzkumná strategie a technika sběru dat</i>	30
3.2.4 <i>Výběr šetřeného vzorku a prostředí výzkumu</i>	34
3.2.5 <i>Metody vyhodnocování a interpretace získaných dat</i>	35
3.2.6 <i>Hodnocení kvality výzkumu</i>	35
3.2.7 <i>Etické otázky společenskovedního výzkumu</i>	38
ZÁVĚR	39
RESUMÉ	40
POUŽITÁ LITERATURA A DALŠÍ ZDROJE	41
SEZNAM PŘÍLOH	43

Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce									
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT:									
Příjmení a jméno diplomanta: Havlíček Tomáš	Razítko podatelny: <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"> Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd </td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;">- 6 -06- 2008 -1-</td> </tr> <tr> <td>Číslo příloh:</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td>Skartační číslo:</td> <td></td> </tr> </table>	Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	- 6 -06- 2008 -1-	Číslo příloh:	3	Skartační číslo:	
Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd									
Došlo dne:	- 6 -06- 2008 -1-								
Číslo příloh:	3								
Skartační číslo:									
Imatrikulační ročník diplomanta: 2006									
E-mail diplomanta: tomhav@gmail.com									
Studijní program/studijní obor: Mediální studia v kombinované formě									
Předpokládaný název práce v češtině: Fleetsheet - deník o jednom listu									
Předpokládaný název práce v angličtině: Fleetsheet - one page daily newspaper									
Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: ZS 2012): (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve po dvou semestrech</u> od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012) LS 2008/2009									
Jedná se o téma (zakřížkujte platnou odpověď): navrhované studentem <input checked="" type="checkbox"/> z nabídky IKSŽ <input type="checkbox"/> Příjmení a jméno pedagoga, který téma vypsál:									
Pedagog, s nímž byly teze konzultovány (příjmení, jméno, pracoviště – vzor: <i>Bednářová, Petra, KŽ IKSŽ UK FSV</i>): Křeček, Jan, KMS IKSŽ UK FSV									
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): Fleetsheet je, ač v zahraničním vlastnictví, médiem české provenience, které si jako primární cíl klade denně informovat o ekonomickém a politickém dění v České republice. Přestože je do jisté míry koncipováno pro zahraniční podnikatele v Česku, svou oblibu si našlo i mezi českými odběrateli. Práce by měla čtenáře obeznámit jednak s praktickou faktografií od historického vývoje tohoto modelu přes skladbu cílené skupiny odběratelů a vývoj nákladu a na druhé straně pomocí analytického srovnání přiblížit obsahovou reprezentativitu tohoto listu ve vztahu k dalším médiím.									
Zdůvodnění výběru tématu práce, včetně stručného popisu řešení nejvýznamnějších otázek vztahujících se k tématu v odborné literatuře oboru (rozsah max. 1000 znaků): Dle mého názoru se v české mediální krajině jedná, v případě Fleet Sheetu, o nepříliš známý novinářský útvar, který svou snahou koncentrovat denní ekonomicko-politické události na plochu jednoho listu papíru formátu A4 někdy i přímo odporuje obsahovému konceptu tradičních denních tiskovin prodávaných na stánkách. Pokud je mi známo, práci na téma obsahu těchto předplatitelských volně neprodejných tiskovin není mnoho, proto považuji za přínosné tímto textem přispět k diskusi na téma okrajových (myšleno "ne středoproudých") informačních zdrojů a médií stojících na myšlence informačního výtahu, která je pokládá do opozice nadbytku nepotřebných informací v současných médiích. Mimo jiné mne zaujalo i tvrzení Fleetsheetu, že se ostatní média zabývají malými problémy velkých lidí, místo toho, aby rozebírala velké problémy malých lidí (překlad- FS World No.939, 21.4.2004: http://www.fsfinalword.com/data/FW040921.gif). Pomocí obsahové frekvenční analýzy bych chtěl prověřit mj. i tuto hypotézu.									
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): 1. Fenomén Fleet Sheet – Stručné zdůvodnění okolností vzniku roku 1992 a seznámení se s tímto pojmem – mezera na trhu? Inspirace zvenčí? Vytýčení cílů práce a metodiky provedení.									

2. Fakta o nové formě zpravodajství – faktografická část práce
 - a. Historický vývoj tohoto novinářského modelu
 - b. Cílená čtenářská obec vs. skutečný dosah – rozbor publika
 - c. Současná forma, metodika výběru informací
3. Frekvenční porovnání obsahů – analytická část práce
 - a. Předpoklady obsahové analýzy a základní soubor hypotéz
 - b. Zpracování výzkumu u jednotlivých listů, případně období a diskuse nad provedením
 - c. Je možno vyvozovat relevantní závěry?
 - d. Technologická analýza – výzkum využívaných kanálů a technologií pro tvorbu a šíření Fleetsheetu
4. Fleet Sheet budoucnosti – závěrečná část
 - a. Je jedinečný? – vyjádření podepřené analytickou částí – potřebuje konkurenta nebo naopak úpravu obsahu pro další tržní vývoj?
 - b. Můžeme fleetsheet považovat za nutný reprezentativní výtah z informačních kanálů

Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období, za které bude analyzován) a postup (technika) při jeho zpracování:

Jelikož Fleet Sheet do jisté míry funguje jako extrakt z tištěných a na stáncích prodejných titulů, po předvýzkumu a analýze alternativ patrně využijí archivní čísla následujících periodik pro účely obsahové frekvenční analýzy

Fleetsheet - zatím alespoň vzorky z roku 1992 a 2008, v případě obsahové analýzy i jednoměsíční vzorky z let 1995,2000 a 2005

Hospodářské noviny - v předvýzkumné části vzorky z let 1992 a 2008, alternativně pak jednoměsíční vzorky z let 1995,2000 a 2005

MF Dnes - v předvýzkumné části vzorky z let 1992 a 2008, alternativně pak jednoměsíční vzorky z let 1995,2000 a 2005

Lidové Noviny - v předvýzkumné části vzorky z let 1992 a 2008, alternativně pak jednoměsíční vzorky z let 1995,2000 a 2005

Právo - V předvýzkumné části vzorky z let 1992 a 2008, alternativně pak jednoměsíční vzorky z let 1995,2000 a 2005

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

Literárních pramenů zabývajících se Fleet Sheetem nebo žurnalistickým stylem "bulletinu" dle mého vyhledávání existuje velice málo. I proto vidím přínos v této své práci přispět do diskuse popisnou prací na toto téma. Jelikož budu Fleet Sheet zkoumat i jako mediální organizaci, vybral jsem alespoň literární základ pro tento účel i co se metodiky týče.

- McQuail, Denis: Úvod do teorie masové komunikace - Praha : Portál, 2007 - jedna z nejoblíbenějších učebnic teorie masové komunikace profesora Amsterodamské univerzity. Zabírá se teorií médií, komunikačními modely, mediální kulturou, ale i samotnými mediálními institucemi a jejich strukturou.

- Cottle, Simon: Media Organization and Production - Thousand Oaks, CA : Sage, 2003 - Kniha mapuje teoretické rozměry zkoumání mediální produkce a organizačního řízení mediálních domů.

- Philip K. Way, Saul Pleeter : Economics in the News - Don Mills, ON, Canada : Pearson Education Canada, 1990 - Ekonomické otázky řízení mediální organizace, ekonomické modely uplatňované při vedení mediálního domu a návaznosti, v jakých ovlivňují výsledný mediální produkt

Případné další zdroje

(-Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (1980) Culture, Media and Language, London, Hutchinson – sociologická studie jako základ k výzkumu účinků mediálních sdělení a sociologii

publika

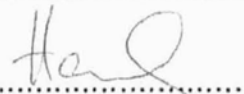
- Melissa A. Hardy, Alan Bryman : Handbook of Data Analysis - příručka pro základní teoretickou argumentaci a praktické kvantitativní metody vyžadované výzkumem v rámci sociálněvědních oborech)

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

Diplomové práce vztahující se k tématu fenoménu Fleet Sheet nebo jeho alternativ jsem v rámci UK databáze nedohledal. Domnívám se, že ani neexistují. V této souvislosti jsem se dostal do podobného problému jako při kolekci literárních děl, která by mohla moji práci podpořit. Přímo vtažené práce neexistují, nepřímým propojených - například pojímajících jenom mediální řízení - je naopak nespočet, mnou zpracovávané téma však takto zobecnit nemohu.

Datum / Podpis studenta

6.6.2008


.....

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ (včetně části, kterou vyplňuje institut!),
PODEPSANÉ A VE **DVOU** VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO
V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO
PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ UK FSV.
PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI **VYZVEDNOUT** V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY
A **NECHAT VEVÁZAT** DO DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TUTO ČÁST VYPLŇUJE INSTITUT:			
Vyjádření IKSŽ: Vedení IKSŽ teze projednalo na svém zasedání dne s tímto výsledkem:		Schváleno <input type="checkbox"/>	
		Neschváleno <input type="checkbox"/>	
Důvody případného neschválení práce		Téma je již zpracované <input type="checkbox"/>	
		Špatně formulované téma a cíl <input type="checkbox"/>	
		Špatně zvolená metoda práce <input type="checkbox"/>	
		Nedostatečná rešerše literatury <input type="checkbox"/>	
		Nevhodně zvolené prameny <input type="checkbox"/>	
		Nedostačující úroveň tezí <input type="checkbox"/>	
		Jiné	
		
		
Navržený vedoucí práce	Souhlas vedoucího práce navrženého vedením institutu	Příjmení a jméno	Datum /Podpis
Návrhy na konzultanty (v případě, že takové návrhy z jednání vedení IKSŽ vyplynou)		Příjmení a jméno	Příjmení a jméno
Schválené teze převzal/a student/ka		Příjmení a jméno	Datum /Podpis
Návrhy na oponenta: Vedení IKSŽ na svém zasedání dne navrhlo, aby předloženou práci oponoval/a:		Příjmení a jméno	

Nový pořádek - úvod

Počátek 21. století akcentoval potřebu informovanosti o dění kolem nás více než kdy dříve. Každodenní život většiny populace si bez přísunu dostatku aktuálních informací téměř nelze představit. A tržní uspořádání společnosti si samozřejmě klade za cíl tyto potřeby uspokojovat. Spolu se stoupajícím počtem lidí závislých na informačních zdrojích úměrně roste i počet těch, kteří se na získávání těchto informací podílejí. V nebývalé míře se pak objevují i subjekty, které ve společnosti fungují jako zprostředkovatelé – informační „redistributoři“.

V takovémto systému informačních proudů snadno nalezneme množství různých výstupů, původně založených třeba i na naprosto totožné informaci nebo události. Ale co tyto výstupy odlišuje, bývá často forma, v jaké se k nám informační sdělení dostávají. A právě tato forma je v dnešním informačním světě mnohokrát tím, co dokáže zprávu v rámci volného trhu prodat cílovým čtenářům - zákazníkům¹. Různé novinové tituly a další tištěná média vznikají v prostředí české mediální krajiny poměrně často. Některá obměňují svou podobu ve snaze oslovit větší množství čtenářů a úspěšně fungovat díky navyšování příjmů z inzerce. V závislosti na úspěchu tohoto snažení svou činnost méně zdatné domy ukončují, ambiciózní naopak zahajují. Ne tolik obvyklý je však vznik nových mediálních formátů.

Deník Fleet Sheet vydávaný společností ES-BEST s.r.o. nepochybně je jednou z novátorských forem na poli médií, která konzumujeme v tištěné, tj. papírové podobě nebo nově v její počítačové podobě - elektronickém dokumentu PDF, jenž je od tištěného téměř k nerozeznání. Vyjma firemních oběžníků a jiných interních

¹ „Nenasytaná poptávka po produktech, které rychle zastarávají, vyžaduje stále nové produkty a přetlak nabídky“ (Hirsch, 1973) citováno v Úvodu do teorie masové komunikace (McQuail, 2002)

korporátních bulletinů je velmi pravděpodobné, že The Fleet Sheet ještě donedávna byl opravdu ojedinělou vzácností českého trhu, a to i přes to, že vychází každý všední den již více než 16 let.

Díky poměrně uzavřené komunitě čtenářů, jejichž počet je ve srovnání i s ne zrovna středoproudými českými tituly opravdu nepatrný, není k tomuto formátu a jeho funkci k dispozici mnoho zdrojů. Přesto je The Fleet Sheet právoplatnou a originální součástí tuzemského denního zpravodajství a bližší pohled na fenomén tohoto formátu může přispět k diskusi nad podobou současných médií, jejich kvalitativních znaků a jejich funkci v rámci dnešní informační společnosti.

Tato práce si klade za cíl především předložit popisný náhled na strukturu fungování tohoto bulletinu, poukázat na skladbu poměrně úzce profilovaného publika a objasnit základní znaky specifického novinářského formátu. Závěrečná analýza ověřuje hypotézu, zda můžeme pokládat deník The Fleet Sheet za důvěryhodný a reprezentativní abstrakt denního tištěného zpravodajství resp. nakolik se tvrzení autora tohoto titulu, tedy že se většina českých médií zabývá malými problémy velkých lidí, místo toho, aby se starala o velké problémy malých lidí², shoduje s názory potencionálních čtenářů. Nakonec jsem položil jakýsi základ empirického zkoumání výběru důležitých zpráv do tohoto bulletinu. Postavit proti sobě názory potencionálních čtenářů a redakce deníku se mi zdála zajímavější a přínosnější. Může být základem pro mnohem větší šetření, jehož výsledky mohou například porovnávat různé formy gatekeepingu očima čtenářů a novinářů.

Vzhledem k povaze tohoto tématu byla většina informací čerpána přímo z redakce deníku The Fleet Sheet. Velké množství informací mi tak nebylo dopředu známo, proto jsem se v některých bodech mírně odklonil od schválených tezí. V původně plánovaném výzkumu jsem provedl několik metodologických změn, schválený záměr zkoumat kvalitu vybraných textů se přesto nezměnil.

Rád bych poděkoval zejména office manažerce slečně Šárce Kákonové a novináři Eriku Bestovi za jejich ochotu a trpělivost při společných rozhovorech a za všechny poskytnuté materiály. Pokud není v následujícím textu uvedeno jinak, hlavním zdrojem informací jsou rozhovory se Šárkou Kákonovou (audio příloha této práce).

² Fleet Sheet: Malé problémy velkých lidí a velké problémy malých lidí (Britské listy – 21. 9. 2004) -

Vznik a podoba novinového bulletinu *The Fleet Sheet*

1.1 *Česká cesta transformace*

Erik Best se přistěhoval do České republiky na počátku 90. let. Ekonomická situace v Československu i v samostatné České republice byla tou dobou dost nepřehledná. Občané si jen postupně zvykali na množství změn v politice, právu i ekonomice, které od základů proměňovaly jejich každodenní životy. Transformační přechod k volnému trhu byl gradualistického rázu, a tak se ne jednorázově, ale naopak dlouhodobě, dotýkal přímo či nepřímo všech vrstev společnosti. Porevoluční novinka v podobě svobody ovšem nezasáhla tuzemskou ekonomiku pouze zevnitř, země se otevřela hlavně zvenčí. Nepřehlédnutelným stimulem bylo i umožnění vstupu zahraničních investorů na domácí trh a právě jimi podporovaný příliv zahraničního kapitálu je dodnes považován za jednu z hnacích sil českého transformačního procesu³.

V tu dobu se Erik Best, držitel titulu MBA z University of North Carolina v Chapel Hill a absolvent Georgetown University v oboru Foreign Service, již po předchozím studijním pobytu v Rusku a krátké návštěvě Chorvatska, rozhodl pokračovat ve své kariéře někde jinde než v Americe. A ne náhodou bývalému sportovnímu příspěvateli lokálního montanského zpravodaje Missoulian padla do oka právě východní Evropa.

Americký novinář s výbornou znalostí ruského jazyka si zvolil Prahu. Jako jeden ze zaměstnanců společnosti M.B.A. enterprise Corps přichází do Čech v roce 1991, aby se zde spolu s dalšími konzultanty podílel na obnově a revitalizaci české ekonomiky a pomohl v přístupu cizích investorů na rychle se měnící a nepřehledný český trh, především poradenskou činností u nově začínajících nebo právě privatizovaných firem. Tehdejší vláda prováděla transformační kroky ne zcela předvídatelně, částečně inspirována zkušenostmi ze zahraničí (Maďarsko, Polsko), částečně za pomoci vlastní invence.

1.2 **Obtížné začátky**

1.2.1 **Nestandardní podnikatelské prostředí**

Jedním z největších problémů byla vedle vzniku podnikatelských subjektů, které tu neměly žádné předchůdce, také organizace přeměny velkých státních a dříve centrálně ovládaných společností do menších celků. Restituce majetku a rozvoj sektoru menších a středně velkých společností byly zřejmě další z nejobsáhlejších dílů české privatizace⁴. V prostředí, ve kterém figurovala vysoká míra inflace a k ní nepřímo úměrný růst mezd, těžkopádné nebo naopak neexistující regulační prvky a v neposlední řadě zkorumpovaní úředníci, se zakladatelé menších podniků setkávali s mnohými bariérami.

Čeští podnikatelé navíc byli, pod tíhou dlouhého období tuhého komunismu, zcela nepřipraveni na úskalí vlastního podnikání a ani bankovní sektor v té době rozkvět drobného podnikání neulehčoval. Navíc ne každý dokázal sledovat institucionální změny, které podnikatelské prostředí přímo ovlivňují, a které přicházely téměř ze dne na den. Lehčí to nemohlo být ani z pozice zahraničního investora. Pokud totiž existovaly nějaké zdroje aktuálně reflektující dění v ekonomice, zpravidla nebyly dostupné v cizím jazyce.

Všechna tato úskalí si Erik uvědomoval po jediném roce působení v Praze. A byl to právě nedostatek potřebných a přesných informací o dění v české politice a byznysu, jež navíc nebyly včas k dispozici, který ho inspiroval k založení deníku *The Fleet Sheet*.

1.2.2 **Potřeba aktuálního zpravodajství**

V roce 1992 bylo Bestovi jasné, že rozhodující lidé ve firmách bývají velmi zaneprázdnění, a informace, které žádají, by měly být nadměru přesné a výstižné. Zahraniční investoři navíc tyto informace žádali v angličtině. Tou dobou takovýto produkt v České republice neexistoval⁵. „Asistentky tenkrát ještě neuměly

³ Např. Vojtíšek, P; Olšovský, R.: Příliv zahraničního kapitálu do ČR a jeho měnové aspekty (Finance a úvěr 12/1994)

⁴ Kouba, Karel; Vychodil, Ondřej; Roberts, Jitka: Privatizace bez kapitálu: Zvýšené transakční náklady české transformace (Praha, Nakladatelství Karolinum, 2005)

⁵ Parnell, John: Strategic Management, Theory and Practice 3rd edition (2009 - University of North Carolina at Pembroke)

zprostředkovat informace a připravit podklady tak jako dnes,⁶ míní Best. Samotný nápad vydávat přehled tisku dal jeho autor dohromady během tří týdnů.

Levné distribuční kanály se nabízely dva: fax a pošta. V počátcích opravdu nebylo tolik novinových informací, které by byly vhodné a důvěryhodné pro zahraniční investory, a tak bylo jisté, že bulletin o jedné straně formátu A4 zcela postačí. Vydavatelé navíc poskytovala jediná strana o něco větší jistotu, že fax dorazí ke svému příjemci kompletní a včas. U dvou stran již metoda přenosu nebyla pro tento typ podnikání dostatečně spolehlivá.

1.2.3 Projekt bez plánu a s životností několika let

Počátkem 90. let podle všeho v Čechách nikdo neprováděl marketingové studie, jak bylo tou dobou běžné například na západě, a proto nikdo, ani Erik Best, nemohl tušit, jestli bude jeho plán opravdu žádaný. Představa byla taková, že pokud si Fleet Sheet získá v prvním měsíci fungování pět předplatitelů, bude projekt označen jako úspěšný. Nakonec bylo klientů dvacet. Podle vlastní analýzy zpracované vydavatelem se bulletin Fleet Sheet v roce 2009 dostává každý všední den do rukou až 7 500 čtenářů.

Celý projekt nebyl koncipován pro dlouhý životní cyklus. Podle předpokladu, že po transformačním boomu 90. let se začnou zahraniční investoři stahovat zpět a předají řízení podniků do českých rukou, se dala existence tohoto titulu odhadovat v řádu jednotek let. Tato situace však nenastala. Zahraniční vedení v podnicích zůstalo. Částečně to bylo proto, že zde žilo poměrně malé množství zkušených manažerů a vedoucích pracovníků, ale také proto, že v těchto podnicích panovala obecná obava z korupce a nedůvěra ze strany zahraničních vlastníků k českému vedení⁷. Nicméně i díky očekávání krátkého trvání tohoto modelu vznikl Fleet Sheet v takovéto podobě – jako malé vydavatelství s minimálními náklady, úzkou cílovou skupinou a skromným personálním obsazením.

⁶ Aust, Ondřej: Tuzemské anglické tituly sázejí na české čtenáře (Lidové noviny, 11. 11. 2005)

⁷ Šmíd, Darek: Američan slouží vlastní. České. (Lidové noviny, 17. 9. 2007)

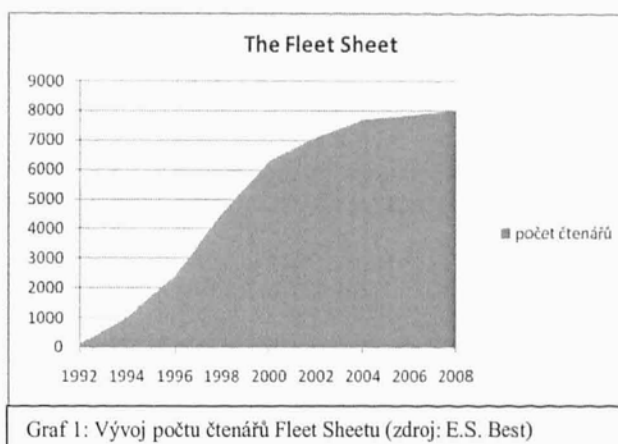
1.2.4 Kvalita jednoho muže

V prvních týdnech byl za všechny redakční, editorské a distribuční úkony zodpovědný Erik Best sám. Následně v týmu přibyla asistentka. Dnes tvoří redakci deníku zhruba osmičlenný tým, který má na starosti profesionální fungování moderní redakce se sídlem v centru Prahy.

Úlohu, která představuje začátek práce na tvorbě obsahu, vzal Erik Best sám na sebe. Jeho povinností je výběr těch nejdůležitějších zpráv z množství nepotřebných informací, které nám dnešní tisk předkládá⁸. A právě kvalitu svého produktu považuje Best za největší konkurenční výhodu.

Nový titul jeho autor hned v začátcích pojmenoval jako The Fleet Sheet. Název odkazuje na londýnskou ulici Fleet Street, která byla do poloviny osmdesátých let

centrem britských novinářských domů⁹. Slovo *fleet*¹⁰ (anglicky *čilý, hbitý, nezachytitelný*) pak napovídá, že se redakce snaží čile reagovat na denní tisk. Tou dobou, kdy si lidé kupují



Graf 1: Vývoj počtu čtenářů Fleet Sheetu (zdroj: E.S. Best)

aktuální vydání novin, na stolech a v počítačích předních českých *decision makerů* se již nalézají shrnutí nejdůležitějšího obsahu ze všech hlavních českých volně prodejných titulů v úhledné a úspěšné podobě jediné strany.

Snaha být první je jednou z předností Fleet Sheetu, nicméně v začátcích se musel Best utkat s mnohými omezeními, která dynamiku celé redakce přeci jen komplikovala. V roce 1992 bylo jasné, že ani několik telefonních linek, jimiž kancelář deníku disponovala, nebude dlouhodobě k distribuci ranního výtisku faxem stačit.

⁸ Přesycenost obsahu českých informačních titulů zmiňuje i Karel Hvízdala: „...médiá se proměnila jen v nosiče zcela neovladatelné mediality, která se řídí vlastním samopohybem. Naše kotlina se stala laboratoří, v které může Západ bezplatně pozorovat, co by se stalo s jeho občany, kdyby tamější veškerá média přestala fungovat jako čtvrtá velmoc po moci ústavodárné, výkonné a soudní a všechna se proměnila v popnoviny. Jsme jediná země ve střední Evropě, která se bez jakéhokoliv vzdoru postupně vzdává vyšších nároků na skutečnou žurnalistiku, a mylně si to omlouváme tím, že je tomu tak všude, že jde o obecný trend.“ – Hvízdala, K.: České noviny o prázdninách 2007 (Lidové noviny, 26. 7. 2007)

⁹ Podle The Oxford American Dictionary and Language Guide (Oxford University Press, New York – 1999)

Jedním omezením se tedy stala kapacita telefonní sítě. Druhým takovým faktorem byl poměrně těsně omezený rozpočet firem, které měl Best v úmyslu svým produktem oslovit.

Předpokládal, že velké firmy budou pro své vedení potřebovat přesné informace včas, a budou ochotny si za takovou službu připlatit. Menší společnosti podle této představy naopak neměly zásadně lpět na doručení bulletinu brzy ráno a raději mohly využít možnosti snížené ceny za pozdější odběr. Best uvažoval i o podnicích, které z hlediska své činnosti nepotřebovaly informace každý den, ale vystačily si s menším počtem vydání týdně. Navrhl tedy takovou strukturu cenové nabídky, která dle jeho představy mohla vyhovovat požadavkům jednotlivých klientů a zároveň umožnila bezproblémovou každodenní distribuci. Díky tomuto systému mohly mít společnosti, které se řídí zásadou „čas jsou peníze“, přístup k čerstvým informacím brzy ráno, ostatní zákazníci naopak mohli využít zvýhodněné ceny za pozdější čas doručení. Co je však nejdůležitější, Fleet Sheet si tak mohlo předplatit mnohem širší spektrum čtenářů.

1.3 Marketingová podpora anglického zpravodaje

1.3.1 Cíleno na *decision makers*

Aby tyto čtenáře dokázal oslovit, využil Best hned několika anglicky tištěných titulů vydávaných v České republice (jako *Prague Post*, *Business Central Europe* nebo *The American Chamber of Commerce*) a také českých publikací určených především vlivným osobnostem¹¹. Výběr těchto titulů měl za cíl oslovit pro Fleet Sheet úhlavní skupinu příjemců. Čtenáři Fleet Sheetu již od počátku byli tzv. *decision makers*, tedy lidé, kteří disponují většími rozhodovacími právy ať už v politice, obchodě nebo různých institucích. Navzdory předpokladům si však Fleet Sheet nezačali předplácet pouze lidé z anglicky mluvících zemí, ale i Němci, Francouzi, Nizozemci a v neposlední řadě i některé české firmy, kterým takovýto způsob denního zpravodajství přišel přínosnější než klasické novinové listy.

¹⁰ Tamtéž.

¹¹ Parnell, John: *Strategic Management, Theory and Practice* 3rd edition (2009 - University of North Carolina at Pembroke), p. 439

1.3.2 Nové distribuční cesty

Ještě v první polovině devadesátých let začala redakce s distribucí bulletinu také po síti – formou PDF dokumentu jako přílohy e-mailové zprávy. Počet čtenářů se tak znovu rozrostl, jelikož tento způsob dokázal oslovit i ty, kteří faxem v té době nedisponovali nebo ho z nějakého důvodu nevyužívali. Samotný elektronický dokument ovšem s sebou přinesl i některé podnikatelské hrozby – především ohrožení duševního vlastnictví.

Erik Best předpokládal, že jeho produkt bude ve formě e-mailové zprávy vystaven pokusům o další distribuci čtenářům¹², kteří za jeho odběr nezaplatili. Na druhou stranu nevěřil v nepřemožitelnost případné ochrany souboru (například formou šifrování), která by navíc mohla některé předplatitele odradit. Nabídl proto řešení, díky kterému mohli předplatitelé Fleet Sheetu denní vydání dále distribuovat neomezenému počtu lidí za příplatek ve výši poloviny původní ceny. Při reprodukci

jediného vydání v rámci jednoho místa bez nutnosti doplácet jakoukoli přírážku, omezil Best kopírovací právo smluvně na tři exempláře. Pokud tedy některý z klientů vyžadoval rozšíření kopírovacích práv, musel si za taková práva připlatit zmíněnou

"Nearly the entire finance community in Prague is reading the Fleet Sheet, so I must too. I find I rely on it more than I probably should."

Jiri Kunert
Chairman and CEO
Zivnostenska banka

"Most anybody can translate the headlines. The Fleet Sheet is successful because it understands the Czech market and gets to the real issues. It tells me what I need to know."

William D. Harter
General Manager
Seagram

"I read the Fleet Sheet before anything else in the morning. My Czech colleagues also find it useful."

Ian Ferguson
Managing Director
Tabak

"The Fleet Sheet is unparalleled in its ability to tell me what is truly happening in the Czech Republic. My travel schedule takes me all over the world, but the Fleet Sheet follows me wherever I go."

Thomas J. Bata

"I read the Fleet Sheet because it's the first source of news for the foreign community in the Czech Republic, and I find it extremely important to know just what it is that everyone else knows."

Jiri Pehe
Political analyst

Box 1: Reference Fleet Sheetu (Zdroj: <http://www.fleet.cz/testimonials.asp>)

¹² Přestože se na smluvní ujednání o předplatném vztahuje dodatek o licenčním omezení v tomto znění: „The Fleet Sheet may not be reproduced, redistributed, or stored electronically in whole or part without express permission of the publisher. Unauthorized reproduction is illegal, will constitute a breach of contract, and may result in cancellation of the subscription or in prosecution.“ Nutno dodat, že například internetová verze časopisu Respekt zveřejňuje některé části obsahu Fleet Sheetu (např.: Fleet Sheet: Today's news, 7. 4. 2009 - <http://fleet-sheet.respekt.cz/Todays-news-4043.html>). Samozřejmě s povolením vydavatele.

přirážku. A tento doplněk strukturované cenové strategie nebyl zdaleka poslední marketingovou aktivitou, kterou se podařilo prohloubit čtenářskou základnu.

Vedle nepřímého oslovení potenciačních klientů prostřednictvím inzerce v předních anglicky tištěných publikacích na českém trhu se Erik díky svým známostem z Americké obchodní komory (jejímž je dodnes členem) pokusil oslovovat firmy nově přicházející do České republiky přímo. A tato cesta fungovala. Spokojení čtenáři poté neváhali doporučit Fleet Sheet dalším kolegům. Citace některých referencí dnes nalezneme i na stránkách www.fleet.cz (Box 1).

1.3.3 Komentář Final Word

V roce 2001 začal vedle Fleet Sheetu fungovat i doplňkový produkt *Fleet Sheet's Final Word*¹³. Final Word je nejen marketingovou podporou ústředního produktu vydavatelství E. S. Best, ale především každodenní glosou, kvůli které si čtenář nemusí kupovat noviny (aby v nich našel sloupek svého oblíbeného autora), nýbrž se mu objeví každý všední den ráno v e-mailové schránce, obvykle hodinu po Fleet Sheetu (redakce na těchto produktech pracuje v návaznosti za sebou).

Když Best s Final Wordem začínal, obvykle zařadil každého, s nímž komunikoval prostřednictvím elektronické pošty do seznamu příjemců, kterým posléze externí firma každé ráno rozeslala aktuální vydání. Nadto přidal možnost vstoupit prostřednictvím webových stránek do archivu článků, které kdy ve Fleet Sheetu vyšly, aby podmínil tento přístup registrací, díky které další příjemci denně obdrželi aktuální kopii Final Wordu. V současnosti si kdokoliv může zasílání tohoto formátu objednat bezplatně prostřednictvím oficiálního webu.

Final Word je také odesílán ve formě jednoho dokumentu PDF, ve kterém se na ploše přibližně 20 cm x 15 cm nachází poměrně krátký, anglicky psaný text, jehož přečtení nezabere více než dvě minuty. Zbylých přibližně 20 procent plochy zabírá prostor pro reklamní sdělení aktuálního inzerenta. Nicméně inzerce rozhodně není ústředním záměrem publikace Final Wordu, jak tomu bývá u klasických masových

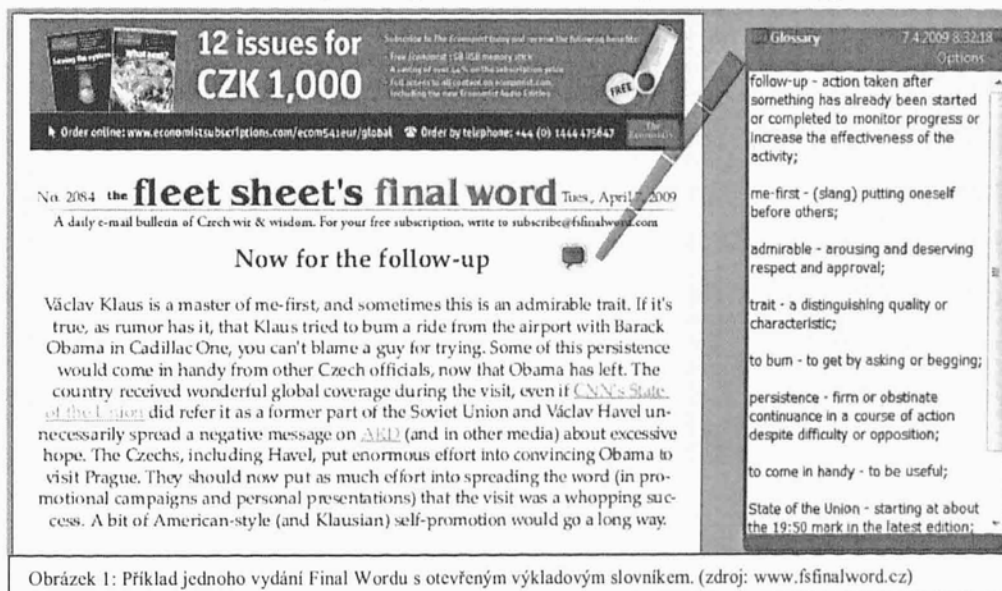
¹³ Oficiální stránky www.fsfinalword.com popisují Final Word takto: „Final Word je denní bezplatný e-mailový sloupek pro každého se zájmem o Českou republiku... Vydává ho Fleet Sheet, přední pražský anglicky psaný novinový bulletin, vydávaný od roku 1992. Předchozí čísla jsou dostupná na internetu a naše archivy můžete prohledávat zdarma. Pokud se zajímáte o Českou republiku, nenechte si ujít jediné číslo Final Wordu“ - FS Final Word - politics and business news in the Czech Republic in a free bulletin - <http://www.fsfinalword.com/>.

médií vyšších nákladů (počet pravidelných adresátů Final Wordu se na konci roku 2008 pohyboval kolem 7500 a toto číslo nadále stoupá¹⁴).

Podstatou Final Wordu je spíše doplnit produkt Fleet Sheet zamyšlením, na které není v bulletinu místo, a které by ani v novinovém extraktu nenaplňovalo původní záměr. Mimo jiné funguje tento titul jako netradiční pohled na dění v politice, společnosti a podnikatelském prostředí České republiky očima člověka, který má, díky povaze své profese a svému vzdělání, přehled přinejmenším srovnatelný s většinou předních českých novinářů.

1.3.4 Nevyžádaná glosa

Podle slov Erika Besta už samotný nápad na komentář každodenních událostí vzešel původně ze strany čtenářů Fleet Sheetu. Ti sice nalézali v každém vydání novinového souhrnu informace, které pro ně byly přínosné, a jejichž podoba jim umožnila ušetřit drahocenný čas v průběhu náročného pracovního dne, postrádali v něm



Obrázek 1: Příklad jednoho vydání Final Wordu s otevřeným výkladovým slovníkem. (zdroj: www.fsfinalword.cz)

však názor zkušeného novináře, jehož kvality odhadovali právě ze schopností soustředit se na ty nejdůležitější události v rámci jednostranného zpravodaje. Přestože řada lidí byla v počátcích do seznamu příjemců Final Wordu zařazena automaticky (ať již kvůli

¹⁴ Pro srovnání, například odhadovaná čtenost Hospodářských novin se v 1. a 2. čtvrtletí roku 2007 pohybovala okolo hranice 220 000 čtenářů na jedno vydání. Obecně se čtenost na stáncích běžně dostupných deníků, týdeníků a jejich suplementů pohybuje téměř zpravidla nad hranicí 20 000 čtenářů, u

e-mailové komunikaci s Bestem nebo díky přístupu k archivu Fleet Sheetu), k ukončení odběru se přihlásil málokdo¹⁵.

1.3.5 Ojedinělý pohled

Některé čtenáře oslovila tato nabídka kvůli autorovu netradičnímu pohledu na mezinárodní, ale především českou, politickou situaci. Další čtenáři využili možnosti přečíst si v několika minutách zajímavou glosu, kterou nemuseli hledat v novinových listech, ale která přišla do jejich e-mailové schránky. Celý koncept se ukázal jako velmi propracovaný a účelný, a stejně jako Fleet Sheet samotný, časově úsporný. Co bylo však pro Besta nejdůležitější, čtenáři, kteří předtím, než poznali Final Word, nebyli obeznámeni s ústředním Bestovým produktem, si k němu nyní snadněji našli cestu, případně se přesvědčili o přednostech redakce Fleet Sheetu.

Best si ve Final Wordu mohl dovolit širě se zabývat prezentací vlastních názorů na dění ve společnosti, ekonomice a hlavně politice, tento formát mu ale především, jako rodilému Američanovi a novináři, umožňoval uvolněnější práci s jazykem, na kterou v rámci Fleet Sheetu nezbyvalo místo. Uvědomil si, že jen necelých 37 procent čtenářů jsou lidé, kteří nemluví česky, což ve většině případů znamená, že je zbylá část čtenářů původem z České republiky a jejich mateřským jazykem je tedy čeština. Proto, aby žádný čtenář neměl problémy Final Word pochopit, přidal Best do každého vydání malý slovníček (viz. *Glossary* na obrázku 1). Tento glosář slouží jako doplňující výkladový slovník (anglický výklad cizích slov) pro čtenáře, kteří by mohli mít se složitějšími frázemi Erika Besta problémy, a jako výklad některých použitých zkratk nebo cizích názvů, které nejsou v českém jazyce běžně používány.

hlavních deníků pak ve stovkách tisíc. – údaje z prezentace Mediaprojekt 2008– agentura Median, http://www.median.cz/docs/MP_2008_zprava.pdf.

¹⁵ V nevyžádaných e-mailech Erik uváděl vysvětlující zprávu o možnosti kdykoli ukončit příjem Final Wordu: „If you do not wish to receive such messages in the future, please simply let us know and we will remove your name from our list“ - Parnell, John: Strategic Management, Theory and Practice 3rd edition (2009 - University of North Carolina at Pembroke), strana 440.

1.3.6 Final Word v češtině a The Fleet Sheet jako bonus

V posledních letech se marketingové strategie redakce Fleet Sheetu častěji zaměřují na barterové¹⁶ aktivity. Na stránkách elektronické verze časopisu Respekt nalezneme každý den český překlad Final Wordu a několik zpráv jako ochutnávku anglicky psaného Fleet Sheetu. Oba dva náhledy odkazují na stránky příslušných titulů, nicméně hlavní přínos je zřejmý z českého překladu Final Wordu. Dostane se tak poměrně rychle ke čtenářům vyhledávajícím české zpravodajství (česká verze zamyšlení Erika Besta je pravidelně k nalezení on-line necelou hodinu po zveřejnění anglického originálu).

1.3.7 Cílené oslovení

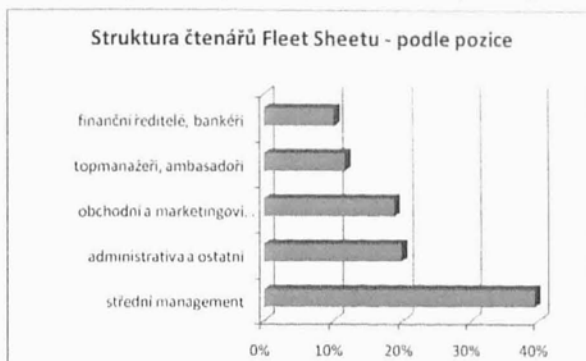
Server patria.cz společnosti Patria Finance (ve vlastnictví belgické KBC) ukazuje na jinou formu spolupráce. Předplatitelé služeb Patria Finance (což jsou především výše postavení muži s rozhodovacími pravomocemi¹⁷) si mohou jako benefit k této službě zvolit vedle poukázky na večeři v luxusní restauraci, předplatného týdeníku The Economist nebo golfového setu, právě denní monitor českého zpravodajství The Fleet Sheet. Zaměření takovéto spolupráce je poměrně zřejmé.

Podíváme-li se na čtenáře Fleet Sheetu zjistíme, že celých 40 procent pracuje na pozicích ředitelů, bankéřů, ambasadorů nebo top manažerů. Více než 80 procent čtenářů zastává nějakou administrativní nebo řídicí funkci. Co se týče vzdělání čtenářů Fleet Sheetu, 80 procent absolvovalo vysokou školu a více než 93 procent má za sebou alespoň ukončené středoškolské vzdělání.

¹⁶ *Barter* – druh obchodu, při kterém se služby nebo zboží jedné strany vyměňují za služby nebo zboží druhé strany bez použití klasických peněz. Tento způsob obchodování může být způsoben snahou ušetřit nebo je praktikován v zemích s nerozvinutým obchodem, případně v ekonomikách s nestabilním měnovým systémem. Více např. Humprey, Caroline: *Barter and Economic Disintegration* (Man, New Series, Vol. 20, No. 1 (1985), p. 48-72) - <http://www.jstor.org/stable/2802221>

¹⁷ Podle oficiálních stránek společnosti Patria, která se odkazuje na studii společnosti Netmonitor, vypadá typický klient takto: „Výsledky Netmonitoru dlouhodobě ukazují, že typickým uživatelem stránek je vzdělaný muž v produktivním věku s nadprůměrným příjmem a rozhodovací pravomocí, který aktivně pracuje s internetem. Netmonitor (srpen 2008) mj. říká, že 74 % našich uživatelů jsou muži, 78 % je ve věku 20-49 let, 79 % má min. SŠ vzdělání (45 % VŠ), 66 % má socioekonomickou klasifikaci A-C1 (36 % A), nejméně 15 % žije v domácnosti s čistým příjmem nad 50 000 Kč a 79 % využívá internet nejméně každý druhý den.“ – Reklama na Patria Online - <http://www.patria.cz/reklama.html>

Fleet Sheet odebírají především firmy nebo osoby zastupující podnikatelské subjekty. Největší podíl na odběru tohoto titulu mají společnosti v sektoru výroby a průmyslu (přes 30 procent), více než čtyřicet procent pak tvoří skupina firem působících



Graf 2: Struktura čtenářů (zdroj: E.S:Best)

v oblastech finančnictví, poradenství a práva. Naopak nejmenší zastoupení mezi odběrateli mají kulturní a vzdělávací instituce. Toto rozdělení je patrně dáno dvěma faktory. Jedním je cena Fleet Sheetu, která de facto diskriminuje

drobnější a méně ziskové společnosti, které tak těchto služeb z důvodu omezeného rozpočtu nemohou využívat. Druhým činitelem nepochybně bude specifický výběr informací přímo cílený na bonitní klientelu právě z řad společností zabývajících se financemi, poradenstvím nebo průmyslovou výrobou.

Bulletin jako model denního zpravodajství

2.1 Odlišný informační formát

Pečlivě přetříděné zpravodajství není jedinou věcí, kterou se The Fleet Sheet liší od svého ústředního konkurenta – denního tisku. Rozdíly najdeme v samotném formátu jednotlivých zpráv, jejich redakčním původu, množství inzerce nebo třeba v počtu čtenářů. Pro ilustraci a vymezení formátu tohoto zpravodaje slouží následující tabulka, která podává přehled ústředních rozdílů mezi titulem bulletinového typu a klasickým českým deníkem (na příkladu vydání Hospodářských novin ze dne 23. 4. 2009).

Vlastnost srovnávaného typu	Deník HN	Bulletin The Fleet Sheet
Formát	A3, dvojlisty, novinový papír	A4, jeden list, dokument PDF nebo stránka vytištěná faxem
Periodicita	5 x týdně, každý všední den	5 x týdně, každý všední den
Počet stran	28 (bez příloh)	1
Tematické zaměření obsahu	Všeobecné zpravodajství včetně informací z ekonomiky, politiky, kultury, sportu a ze společnosti.	Profilované převážně politické a obchodně-ekonomické zpravodajství, menší rubrika o společnosti (někdy zcela chybí).
Cílová skupina	Všeobecné masové publikum s důrazem na čtenáře zajímající se o dění v ekonomice, kultuře a společnosti	Úzce profilované publikum lidí s rozhodovacími pravomocemi, vyššími příjmy a potřebou aktuálních informací z politiky a byznysu
Četnost / náklad¹⁸	220 000 / 64 000	7 500 / 350
Plocha inzerce (celková plocha / podíl na ploše listu)¹⁹	Okolo 20 %	8,4 cm ² / asi 1,3 %
Původ obsahu	Zpravodajské agentury, vlastní reportéřská činnost, tiskové	Převzaté novinové články (ŽÁDNÁ vlastní reportéřská

¹⁸ Poměr počtu čtenářů k nákladu se u těchto titulů výrazně liší. Jeden výtisk Hospodářských novin si v průměru přečtou přibližně 3 až 4 čtenáři. U Fleet Sheetu je tento poměr více než 21. Je to dáno především formou, jakou se Fleet Sheet ke svým čtenářům dostává (jako dokument PDF nebo fax). Elektronický dokument je velice snadné přeposlat dalšímu čtenáři, stejně tak jednu stranu A4 není problém okopírovat a dále distribuovat nehledě na to, že přečtení jednoho vydání Fleet Sheetu zabere zlomek času oproti přečtení jednoho výtisku novin. Velká část větších společností si s předplatným Fleet Sheetu pořizuje i právo na další distribuci v rámci společnosti neomezenému počtu dalších čtenářů.

¹⁹ Údaje za Hospodářské noviny podle Unie Vydavatelů: Ročenka Unie Vydavatelů 2008 (<http://www.rocenkaunievydavatelu.cz/2008/index.php?akce=prijmy&tg=1>)

	zprávy	aktivita)
Velikost redakce	35 lidí	8 lidí
Hlavní zdroje příjmů	Prodej inzerce	Předplatné bulletinu a prodej inzertní plochy ve zhruba vyrovnaném poměru
Distribuční cesty	Předplatné (doručení poštou), stánkový prodej, veřejně dostupná místa (např. čítárny tisku v knihovnách, rozdávání novin cestujícím v letadle, autobuse nebo tisk na stole v čekárně u lékaře), elektronické cesty (elektronický dokument PDF na stránkách vydavatele)	Elektronicky – každý den ráno e-mailem jako příloha ve formátu PDF. Počet předplatitelů využívajících původní distribuční kanál – telefonní linku - se nadále nerozrůstá. Noví klienti upřednostňují e-mail před komunikací faxem.

Tabulka 3: Srovnání obsahu Fleet Sheetu s deníkem HN.

2.2 Prestižní reklamní prostor pro specifické publikum

2.2.1 Na inzerci nezbývá čas

Z několika základních srovnávaných parametrů je patrné, že přestože obsah Fleet Sheetu přímo vychází z obsahu klasických novin, celý proces od produkce sdělení po samotnou konzumaci informace se liší v mnoha směrech. Jeden ze zásadních rozdílů, vedle samotné formy informačního obsahu, je způsob, jakým jsou srovnávané tituly financovány a s tím související inzertní plocha těchto deníků. V současném ekonomickém prostředí sice čtenáři i státní správa vytvářejí nároky a představy o správném fungování médií, výsledný produkt je ovšem vždy zasažen tržním uvažováním²⁰. Fleet Sheet rozhodně nemá za svůj primární zdroj příjmů prodej inzerce, příjmy redakce z reklamy jsou přibližně v rovnovážném poměru s výnosy

²⁰ McQuail k tomuto uvádí: „Prakticky každá společnost se zabývá tím, co její média činí nebo naopak nečiní. Vytváří komplexní systémy představ o tom, co by média měla či neměla dělat a stejně komplexní a rozličné mechanismy pro jejich povzbuzení, ochranu či omezení ve jménu předpokládaných „zájmů veřejnosti“. Navzdory tomu musí média obecně fungovat podle diktátu tržní ekonomiky.“ (McQuail 1983:182)

z předplatného. Důvodů může být několik. Především se jedná o produkt, který není určený pro masovou veřejnost. Předplatitelé se kloní k této volbě, aby uspořili čas, který by jinak museli obětovat listování denním tiskem a pro vyloučení nepotřebných částí klasického denního tisku, které jim v rámci informování se o aktuálním dění v okolním světě nijak neposlouží. Čtenáři tohoto bulletinu jsou ochotni zaplatit za pro ně mnohem využitelnější formu zpravodajství více než běžní novinoví konzumenti. Proto je pochopitelné, že budou očekávat také vyšší úroveň nabízených služeb. Vydavatel Fleet Sheetu zbytečně nezaplňuje pouhou jednu stranu A4 rozměrou nebo rušivou inzercí²¹.

Zahraniční manažeři nyní mají navíc nesrovnatelně víc zdrojů informací a upoutat jejich pozornost je tak čím dál tím složitější²², proto jakékoliv prvky, pro čtenáře nepotřebné, Fleet Sheet postrádá. Tlak zadavatelů reklamy a možnost rozšířit podnikání však přeci jen způsobily, že se i v tomto jednostránkovém titulu reklamní sdělení objevilo. Jedná se nicméně o velmi rezervovaný reklamní formát, který strohou úpravu stránky narušuje minimálně.



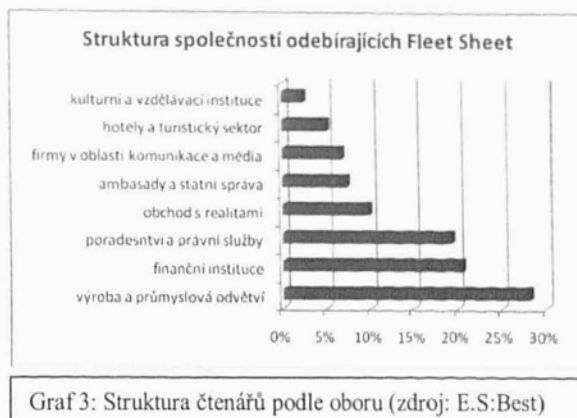
OBRÁZEK 2. Příklad umístění inzerce ve Fleet Sheetu, zeleně je vyznačena plocha, kde se denně nachází čerobilý reklamní obsah.

2.2.2 Zaměření na dlouhodobé klienty

Stejně jako Final Word není ani Fleet Sheet stánkovým artiklem. Existuje pouze jediný možný způsob, jak se k jeho vydání dostat – předplatné. I tento model distribuce naznačuje, že je titul určen především lidem, kteří se na Bestovy služby rozhodli spolehnout, a kteří vyžadují pravidelný přísun informací specifických pro výkon každodenní pracovní činnosti. Oproti klasickému dennímu tisku, který si někteří čtenáři mohou pořizovat například jen v případě potřeby komentáře k nějaké aktuální události

²¹ To je zřejmě jeden z hlavních argumentů, proč dodnes ve Fleet Sheetu neexistuje interaktivní forma reklamní plochy, přestože by to elektronická forma dokumentu PDF umožňovala (animovaný nebo jinak interaktivní obsah je možné do těchto formátů vkládat například jako prvek formátu Flash – jedná se tedy o obdobu bannerů, se kterými se běžně setkáváme v prostředí internetových stránek).

(jako volba prezidenta, finálový hokejový zápas na olympiádě v Naganu) stojí za rozhodnutím předplatit si Fleet Sheet spíše dlouhodobé uvažování a potřeba vybraných zpráv a indikátorů v pravidelném režimu. Erik Best zdůrazňuje, že prodávat Fleet Sheet lidem, kteří mají nějaký plán, není nic složitého. Taková skupina čtenářů dobře ví, že pravidelné informace z rozvíjejícího se trhu využije. Naopak v průběhu 90. let mnoho lidí tuto potřebu nepociťovalo.



„Pravda je, že v době, kdy na "divokém Východě" stačilo být první, člověk skutečně nepotřeboval přehled na trhu - stačilo mít nějaký základní kapitál a ostré lokty. A tak podnikavý Američan zažíval horké chvíle s šéfy firem, kterým v začátcích podnikání přišel nabídnout, že jim bude denně posílat faxem nějaký papír a bude za to chtít nějaké peníze,“ míní Darek Šmíd v Lidových Novinách v rámci článku o novináři Eriku Bestovi²³.

V prvním desetiletí 21. století se ekonomická situace oproti předchozí dekádě stabilizovala, a Česká republika je atraktivním investorským regionem, kde se však podnikatel bez důležitého tržního zpravodajství neobejde.

2.2.3 Boj o čtenáře

Jak již bylo předesláno, deník The Fleet Sheet nabývá podobu formátu, který je v českém novinářském prostředí poměrně neobvyklý, a přestože se v poslední době objevil na českém trhu konkurent tohoto titulu (v podobě bulletinu Euro 24) a v předchozích letech se o přízeň anglicky mluvících a vlivných českých *decision makers* ucházela celá řada dalších, The Fleet Sheet zatím vždy zůstal v popředí čtenářské pozornosti. Přesto stojí za zmínku, že současná podoba konkurenčního zpravodaje je až podezřele podobná právě formátu Fleet Sheetu. Patrné jsou totožná umístění a velikost inzerce, formát bulletinu a formát zpracování informací, burzovní ukazatele, dělení na

²² Ondřej Aust: Tuzemské anglické tituly sázejí na české čtenáře (Lidové noviny, 11. 11. 2005)

²³ Šmíd, Darek: Američan slouží vlasti. České. (Lidové noviny, 17. 9. 2007)

rubriky. Naopak poměrně zásadním rozdílem je jazyk Eura 24, totiž čeština. Nicméně podoba těchto dvou zpravodajů naznačuje, že si celkový koncept tohoto formátu své čtenáře dokáže najít – a právě proto je napodobován²⁴.

2.3 Přehledně strukturovaný zpravodaj

2.3.1 Základní členění

Celý obsah deníku Fleet Sheet zaplňuje každé ráno jednu stranu formátu A4. Ta se skládá z několika prvků. Graficky velmi strohou stranu otevírá jednoduchý nápis „the Fleet Sheet“, který hned následuje řádka doplňujících informací s pořadovým číslem aktuálního vydání, aktuálním datem a prostým sloganem „Today’s news, today“.

Následující obsah je členěn do třech sloupců, úpravou připomínajících stránku z encyklopedie nebo výkladového slovníku. Základní jednotkou obsahu těchto sloupců je odstavec pojednávající vždy o jednom tématu. Takovýto úsek textu nese informace vztahující se k aktuálnímu dění, které jsou čerpány z novinových článků největších českých deníků (převážně z Mladé Fronty Dnes, Lidových Novin, Práva a Hospodářských novin), a které redakce Fleet Sheetu označila za důležité.

2.3.2 Orientační značení

Původ informace je vyznačen jednoduchým citačním indikátorem ve tvaru (N/p), kde “N” je zkratka titulu, ze kterého novinová zpráva pochází (MFD pro Mladou Frontu Dnes, HN pro Hospodářské noviny, P pro Právo a LN pro Lidové noviny) a „p“ je číslo stránky v konkrétním deníku, kde můžeme tematický novinový článek dohledat. V případě, že redakce uzná za vhodné využít informací k jedinému tématu z více než jednoho článku, blok textu se nenarušuje, ale před extrakty z dalších zdrojů je vloženo citační značení v příslušné podobě²⁵.

²⁴ Soupeření o týž zdroj příjmů vede k napodobující uniformitě (Tunstall, 1991: 182)

²⁵ Redakce Fleet Sheetu samozřejmě pro práci využívá celé řady dalších titulů včetně Pražského deníku, deníku E15, Blesku, ale i zahraničních titulů jako The Wall Street Journal, Financial Times nebo Washington Post. Vedle deníků jsou zpracovávány i týdeníky Euro, Ekonom, Respekt. Erik Best uvádí, že nadto stihá sledovat internetové blogy a aktuální internetové zpravodajství na webových stránkách novinových domů. Ve Fleet Sheetu se tyto informace objevují velmi zřídka nebo vůbec, klíčové je, že jsou všechny tyto ostatní zdroje brány v potaz při výběru nejdůležitějších zpráv z běžných novin.

Tematické bloky textu jsou odděleny znakem hvězdičky („*“) a žánrové části jsou uvedeny nadpisem. Ve zkoumaných vzorcích Fleet Sheetu jsou žánrové oblasti tři. Redakce vybírá informace z oblasti ekonomiky a podnikání (rubrika *Business*), politiky (část *Politics*) a v některých vydáních i ze společenských kruhů (*Society*). Poměr sledovaného dělení je přímo závislý na aktuálním dění v jednotlivých oblastech. (Tedy pokud redakce Fleet Sheetu shledá, že se ve společnosti, dle názorů českých deníků, neděje nic důležitého, tato rubrika je zcela vyřazena a ostatní dvě části podle těchto rozhodnutí upravují rozsah).

Rubriky *Business* a *Politics* v mnohém nacházejí styčné body, nicméně ze sledovaného vzorku deníku vyplývá, že je část věnovaná byznysu obvykle rozsáhlejší než část politická, která je dále obsáhlejší²⁶ než rubrika společenská (pokud je vůbec ve vydání zařazena). Orientační poměr, v jakém se Fleet Sheet soustředí na tyto obsahové regiony, by mohl být 3 : 2 : 1 resp. 4 : 2 (v pořadí *Business* : *Politics* : *Society* resp.

Business : *Politics*)²⁷. Dalším specifikem rubriky *Business* je vedle její velikosti i poslední blok textu, který sestává z několika tematických zpráv, kde je každé zprávě věnována maximálně jedna věta. Tento závěrečný „článek“ bychom mohli přirovnat například k rubrice *minulý týden*, která tradičně shrnuje nejdůležitější dění posledních sedmi dnů na stránkách týdeníku *Respekt*, ovšem opět s pečlivým značením jednotlivých zdrojů.



Obrázek 3: Rozdělení tematických částí ve Fleet Sheetu

²⁶ Tuto „obsáhlost“ můžeme vyjádřit například počtem řádků v jednotlivých oddílech

²⁷ Podle srovnání počtu řádků v jednotlivých blocích srovnávaných čísel

2.3.3 Inzerce a burzovní zpravodajství

Prostřední sloupec poskytuje místo pro reklamní pruh o velikosti 1,4 x 6,0 cm, který je z obou stran vertikálně oddělený znakem hvězdičky od ostatního textu. Vrchní část třetího sloupce (tedy pravý horní roh listu) patří tabulce ukazatelů finančních trhů. V několika řádcích zde nalezneme aktuální měnové kurzy (Euro, Dolar, Libru a dříve i Slovenskou korunu), hodnotu tříměsíční mezibankovní úrokové sazby (Pribor), indexy německé a pražské burzy, americký index Dow Jones Industrial Average²⁸ a aktuální hodnotu akcií osmi nejdůležitějších titulů na Pražské burze. Aktuální kurzy nebo hodnoty sledovaných indexů jsou doplněny procentuálním nebo absolutním vyjádřením změny oproti předchozímu dni.

Posledním elementem jednostránkového bulletinu je informační proužek v pravém dolním rohu listu, kde vydavatel přesně uvádí, ve kterých dnech Fleet Sheet vychází, jak s ním může čtenář nakládat a také mezinárodní seriálové číslo publikace, identifikační kód ministerstva kultury a důležité kontaktní údaje na redakci.

2.4 Tvorba bulletinu

2.4.1 Pečlivý výběr textů

Systém, jakým vzniká obsah Fleet Sheetu, je podle Besta docela jednoduchý. Autorský tým se schází v kanceláři v centru Prahy již časné ráno a první věcí na pořadu jejich pracovního dne je vybrat ty nejdůležitější informace z aktuálních vydání novin. Ty se do redakce dostávají mnohem dříve než na novinové stánky.

Poté jsou informace přeloženy do angličtiny v podobě synopsí²⁹. To v podstatě znamená, že se beze změny obsahu sdělení změní celá podoba textu. Jednotlivé články nebo sloupky jsou extrahovány do podoby kratších vět a stejnou metodou doplněny synopsemi z dalších novinových útvarů na totožné téma. Přestože se tak v podstatě zpracovávají sdělení žádného z vybraných článků redakčními úpravami nemění,

²⁸ Ústřední indikátor vývoje amerického akciového trhu, který monitoruje akciový vývoj třicítky nejdůležitějších společností v USA.

²⁹ „Synopsis: shrnutí, přehled, stručný obsah, výtah, autorská anotace, stručná charakteristika článku nebo stati, sestavená autorem nebo po dohodě s ním.“ (Velký slovník naučný m/ž, nakladatelství Díderot, Praha 1999)

kombinace těchto synopsí (a tedy vybraných sdělení z více zdrojů, ač na totožné téma) vytváří zcela nový útvar, který nese sdělení nové, jež se od původních odlišuje - je jejich kombinací.

2.4.2 Význam nemusí zůstat původní

Touto agregací vybraných sdělení se tedy ke čtenáři dostává zpráva o události v podobě sloučených významových úseků různého původu. Jedná se tedy o názor vytvořený redakcí připravující *The Fleet Sheet* a složený z různých zdrojů s jediným jmenovatelem (odkazují nějakým způsobem na popisovanou událost). Názor, který se ke čtenáři dostává v podobě zcela nové novinové zprávy. Jakkoli může být výběr jednotlivých částí zpráv opatrný a precizní, vždy vzniká zcela nový útvar, který zachovává pouze vzájemnou tematickou podobnost, a obsahuje části vybraných sdělení nebo jejich souborů (článků) a odkazy na jejich původ.

V některých případech se jedná o pouhý překlad informace do angličtiny. Doslovný přepis je patrný například v tabulce burzovních indexů a kurzů měn. Tyto údaje jsou bez dodatečného komentáře totožné napříč všemi médii, která je uveřejňují. Vzhledem k jejich povaze (indikátory změny kurzu nebo indexu) je totiž jejich interpretace silně individuální v závislosti na potřebách, povolání nebo původu jednotlivých čtenářů (investorů, obchodníků, politiků). *Fleet Sheet* také neuvádí žádný zdroj těchto informací.

2.5 *Harmonogram redakce*

2.5.1 Ranní „deadline“

Nejdřív ze všeho přichází do kanceláře redakce ranní tisk, a začíná se s výběrem textů, jejich částí, a s překlady do podoby synopsí v anglickém jazyce. V 7:30 je uzávěrka čísla, výsledný text již musí být po korektuře, vložen do předpřipraveného vzhledu strany, zalomen a připraven k rozeslání zákazníkům. Asistentka následně začíná s odesíláním e-mailů a obsluhou faxu. Několik faxových přístrojů je připojeno k pěti telefonním linkám, a předvolené databáze telefonních čísel klientů zajišťují, že se

přibližně v ten samý moment aktivují faxy v mnoha kancelářích po celé republice. Obdobným systémem, tj. databází e-mailových adres, se následně rozešlou e-maily na několik set adres.

V 8.15 by měl být Fleet Sheet rozeslán všem předplatitelům. Best s kolegy pak pracují na novém vydání komentáře Final Word, který v dnešních dnech dostává každodenně do e-mailových schránek přibližně 7000 lidí. O jeho distribuci se stará externí firma.

Předplatitelé elektronického vydání Fleet Sheetu dostávají aktuální číslo jednou denně hned ráno. Naopak předplatitelé volící doručení faxem mají dodnes možnost zvolit si čas, kdy chtějí bulletin v průběhu dne dostávat. Na výběr jsou tři možnosti:

- 9:00 ráno – faxy se odesílají přibližně od 7:30 do 8:00
- 13:00 odpoledne – faxy se odesílají kolem 10:00
- 17:00 večer – odesílá se kolem 15:00

Důvod značného předstihu času odeslání před smluveným časem doručení je prostý, redakce za svou existenci nepamatuje případ, kdy by Fleet Sheet nebyl doručen vůbec, a případy, kdy se produkt ke klientům dostává opožděně, jsou výjimečné. A dobré jméno tvůrců zpravodaje přispívá k rozvoji počtu čtenářů i k jejich spokojenosti.

2.5.2 Péče o zákazníky

Po dokončení veškeré redakční a editorské činnosti se zaměstnanci soustředí hlavně na komunikaci se stávajícími a novými klienty, jejich návrhy, dotazy a stížnosti. Na řadu přichází i marketingové aktivity, fakturace, ale především plánování inzerce.

Podle Šárky Kákonové je o inzerci ve Fleet Sheetu zájem na dlouhou dobu dopředu. Proto vydavatelský tým upřednostňuje dlouhodobou spolupráci se stávajícími klienty. Aby ukázali, jak si jich váží, jednou ročně – 31. prosince – uveřejní vydání Fleet Sheetu s reklamní plochou oproti klasickému vydání několikanásobně větších rozměrů, na níž je seznam všech velkých reklamních partnerů právě uplynulého roku.

Situace s Final Wordem je trochu odlišná. Redakce aktivně pracuje na vyhledávání nových klientů-inzerentů, podobně jako oslovuje nové čtenáře Fleet Sheetu.

2.6 *Problematické autorství*

2.6.1 Užívání cizího díla podle práva

Přestože autoři bulletinu vytváří obsah svého produktu vlastní kompilační činností, využívají při této práci materiálů, jejichž autorství jim nepřísluší. I když redakce ne vždy využije kompletní novinové texty, a extrakt navíc překládá do jiného jazyka, původní vydavatel stále musí nést určité náklady na zveřejnění zprávy. Ať se jedná o smlouvu se zpravodajskou agenturou, provozní náklady na chod redakce, distribuci a tisk novin nebo jen plat redaktora či editora. Co se týče použití již dříve uveřejněných zpravodajských textů, nejedná se v dnešním informačním světě o nic neobvyklého. Už McQuail v části své práce věnující se ekonomice médií podotýká, že „mediální produkty mohou být vícenásobně používány a recyklovány“ (McQuail, 2002). Český právní systém se k této redakční činnosti podle autorského zákona staví takto:

„(1) Do práva autorského nezasahuje ten, kdo... a) užije v odůvodněné míře výňatky ze zveřejněných děl jiných autorů ve svém díle...vždy je však nutno uvést, je-li to možné, jméno autora, nejde-li o dílo anonymní, nebo jméno osoby, pod jejímž jménem se dílo uvádí na veřejnost, a dále název díla a pramen...“,³⁰

a také:

„Do práva autorského nezasahuje ten, kdo užije... c) v odpovídající míře dílo v periodickém tisku, televizním či rozhlasovém vysílání nebo jiném hromadném sdělovacím prostředku zpřístupňujícím zpravodajství o aktuálních věcech politických, hospodářských nebo náboženských, uveřejněné již v jiném hromadném sdělovacím prostředku nebo jeho překlad; takto převzaté dílo a jeho překlad lze i jinak užít; převzetí ani jiné následné užití podle tohoto ustanovení však není přípustné, je-li zapovězeno...“³¹

³⁰ Výňatek a odstavec a) §31 (Citace) zákona 121/2000 Sb. v pozdějších úpravách

³¹ Výňatek a odstavec a) §34 (Úřední a zpravodajská licence) zákona 121/2000 Sb. v pozdějších úpravách

2.6.2 Názor novinového domu

Přestože tiráže českých deníků zakazují³² další šíření autorských obsahů pro potřeby třetích stran, Fleet Sheet využívá všech českých deníků podle všeho bez písemných dohod s těmito subjekty. Podle Martina Denemarka, manažera redakce Hospodářských novin, je i přes takovýto dodatek v tiráži listu vždy na dohodě mezi dvěma subjekty, jak tato spolupráce bude nebo nebude fungovat. „Kde není žalobce, není ani soudce“, tvrdí Denemark³³. Podle něj je možné využívat obsahů novinového zpravodajství i bez domluvy. Pokud některý vydavatelský dům neshledává tuto formu spolupráce vhodnou, řeší tuto situaci vedení listu nebo jeho právní oddělení.

³² Např. Hospodářské noviny – 23. dubna 2009 (strana 4): „Autorská práva vykonává vydavatel. Jakékoli užití části nebo celku, zejména rozmnožování a šíření jakýmkoli způsobem (mechanickým nebo elektronickým) i v jiném než českém jazyce bez písemného svolení vydavatele je zakázáno.“

³³ Na základě telefonického rozhovoru dne 2. března 2009

The Fleet Sheet - výběr nejdůležitějšího zpravodajství?

3.1 Výchozí stav šetření

Poslední část této práce je věnována empirickému šetření, které si kladlo za cíl ověřit kvalitu výběru zpráv uveřejněných v rámci Fleet Sheetu. Dle Besta samotného i jeho kolegyně Šárky Kákonové je největší přidanou hodnotou tohoto bulletinu schopnost redakce vybrat to nejdůležitější novinové zpravodajství a shrnout ho do jediné strany v přehledné formě. Cílem výzkumu bylo toto tvrzení prověřit a pokusit se okomentovat, zda Fleet Sheet můžeme považovat za představitele výběru nejdůležitějších denních zpráv. Pokud by totiž takovýto formát existoval, bylo by nutné dále kupovat klasické noviny? Nevyplatilo by se nám spíše odebírat tematické bulletiny podle svého oboru činnosti a ušetřit tak denně spoustu drahocenného času, který dnes ztrácíme zdlouhavým pročitáním novin? Struktura a metodologie tohoto výzkumu vychází především z publikací *Jak se vyrábí sociologická znalost*³⁴ a *Kvalitativní výzkum*³⁵. Metodologickou část, popis i rozbor zkoumání prosím berte jako rozšířenou formu předvýzkumné etapy nebo jako pilotní provedení. Díky získaným datům a absolvovaným rozhovorům vznikla řada nových poznatků jak šetření modifikovat, a jakých postupů se vyvarovat k dosažení lepších výsledků v profesionálně provedené analýze většího vzorku s mnohonásobně větší vypovídací hodnotou.

3.2 Sociologický průzkum obsahu bulletinu

3.2.1 Základy zkoumání

Základní teoretickou hypotézou tohoto výzkumu je otázka: „Je možné deník Fleet Sheet pokládat za výběr toho nejdůležitějšího zpravodajství z denního tisku?“ Cílem výzkumu je prověřit, nakolik Fleet Sheet představuje tento výběr. Aby bylo možné takovéto tvrzení ověřit, rozhodl jsem se některé části otázky blíže rozebrat. Zpravodajství denního tisku tedy představuje soubor článků, které vycházejí v novinách ten samý den, kdy redakce bulletinu vydává číslo, které je extraktem z tohoto souboru.

³⁴ Miroslav Disman: *Jak se vyrábí sociologická znalost*, (nakladatelství Karolinum, Praha – 1993)

³⁵ Jan Hendl: *Kvalitativní výzkum – Základní metody a aplikace* (2. vydání, nakladatelství Portál, Praha – 2005)

Výběrem nejdůležitějšího zpravodajství potom rozumíme subjektivní analýzu takovýchto veřejně dostupných souborů článků (novin), jejímž výsledkem je nový soubor, který je podmnožinou původního souhrnu. Charakteristikou tohoto výzkumu je právě zkoumání tohoto zmenšeného souboru, vztahu k jeho tvůrci a okolnostem nebo důvodům, které autora vedly k právě takovéto formě gatekeepingu³⁶. Za základní tvůrčí činitel tohoto výběru přitom pokládáme právě označení zprávy za důležitou. Toto označení je dosti subjektivní a ve velké míře se odvíjí od konkrétní představy jednotlivých čtenářů. Která zpráva jim přijde důležitá? Ta, která souvisí s jejich profesí, nebo ta, které je přikládáno největší množství prostoru v médiích?

3.2.2 Teoretické zakotvení tématu šetření

Při vyhledávání prací na téma novinového útvaru bulletinu nebo prací zkoumajících proces extrahování zpravodajství do podoby blízké tomuto formátu, jsem se s žádnými pracemi nesetkal. Dovolím si tvrdit, že dosud nikdo obsahovou analýzu bulletinu Fleet Sheet v jakémkoli rozsahu neprovedl. I z tohoto důvodu není výzkum založen na obdobných šetřeních.

Přesto se setkáváme s výzkumy, které hodnotí výběr zpráv hodných uveřejnění v masových médiích³⁷. Zde se objevuje pojem zpravodajské hodnoty (*news worthiness*), která je podle některých badatelů jedním z ústředních etnocentrických faktorů při výběru zpráv určených pro vymezenou skupinu (nebo masu) příjemců³⁸. Tyto faktory ovšem ovlivňují odlišný výběr zpráv, jelikož jejich selekce probíhá z jiných zdrojů a pro odlišně koncipované publikum (viz. Tabulka 3). Již jednou provedený výběr zpráv (ať už podle jakýchkoli kritérií) je tedy znovu zúžen a to z odlišných důvodů a dle jiných zpravodajských hodnot (předpoklad). Dalo by se tedy říct, že je ke zpravodajským hodnotám, které používají masová média, přiřazena ještě poslední hodnota, která postihuje důležitost informace pro určitou skupinu lidí. Tento výzkum se mimo jiné

³⁶ Studium gatekeepingu se snaží objasnit proces výběru zpráv, které se v rámci mediálního produktu dostanou ke konečnému příjemci. Těm je v pozici opinion leadera předkládají redakce médií a snaží se tak určit důležitost jednotlivých zpráv. Tento výběr se následně odráží v myšlení populace, která média konzumuje. Více např. Trampota, Tomáš: Zpravodajství. Portál, Praha – 2006.

³⁷ Např. Splichal, Slavko; Ferligoj, Anuška; Batagelj, Vladimir: Understanding criteria of news selection in mass communication: A clustering approach. In Quality and Quantity (Springer Netherlands, Volume 14, No. 5 / Říjen 1980)

snaží přinést určitý typ pohledu na to, co tato důležitost znamená v očích potencionálních recipientů Fleet Sheetu.

3.2.3 Výzkumná strategie a technika sběru dat

Při návrhu výzkumu jsem se rozhodl zhodnotit vyslovené otázky z hlediska kvantitativní obsahové analýzy i z hlediska kvalitativního zkoumání. Vzhledem k tomu, že jsem nepoužíval pro výzkum jiné analytické práce, ale formu zkoumání jsem koncipoval sám, shledal jsem tuto formu nejvhodnější. Kvantitativní srovnání mělo za cíl objevit případnou shodu mezi výběry důležitých zpráv redakce Fleet Sheetu a oslovených respondentů, kdežto kvalitativní empirický výzkum formou interview měl přinést určitou formu pohledu na jemu předcházející kvantitativní část a výzkumné počínání jako celek. Rozhodujícím faktorem pro tuto formu šetření byl i omezený vzorek respondentů, kteří by byli (jako potencionální nebo skuteční čtenáři bulletinu) ochotni zkoumání podstoupit a jež se mi podařilo oslovit, a v neposlední řadě také časové dispozice oslovených. Postup, jakým bylo šetření provedeno, sestával ze dvou na sebe navazujících částí.

V první fázi byli vybraní kandidáti osloveni přímo, a byly jim předloženy dohromady čtyři výtisky aktuálních čísel novin (a to v abecedním pořadí: Hospodářské noviny, Lidové noviny, MF Dnes a Právo). Výtisky byly náhodně rozloženy vedle sebe tak, aby si respondent mohl sám zvolit, kterým výtiskem se rozhodne začít. Každému respondentovi byly předloženy instrukce uvedené v následujících boxech:

Předem bychom Vám rádi poděkovali za účast v tomto šetření. Následující výzkumné úlohy jsou určeny pro čtenáře denního tisku nebo jeho ekvivalentů (rozumějme pro konzumenty denního zpravodajství alespoň z některých médií), kteří splňují alespoň jedno z následujících kritérií:

- Disponují rozhodovacími pravomocemi – tzv. *decision makers*
- Snaží se při své práci efektivně využít časových dispozic

³⁸ Např. podle Rosengrena pravděpodobnost výběru zprávy přímo ovlivňuje ekonomická síla jejich účastníků. (Rosengren, Karl Erik: International News: Methods, Data and Theory. In Journal of Peace Research, Vol. 11, No. 2 (1974), pp. 145-156 - Sage Publications, Ltd.

- Pracují ve státní správě, politice, některé finanční instituci, diplomacii, v oboru práva, poradenství, řídicích pozicích nebo v rámci vyššího nebo středního managementu a jejich ekvivalentů.
- Vyžadují pro svou práci co možná nejaktuálnější nebo nejpřesnější zpravodajství z politiky a byznysu.

Část 1.

- Vyberte z následujících výtisků a viditelně označte soubor článků, který Vy sám/sama považujete za důležité pro svou profesi nebo které byste z jakýchkoli jiných důvodů označili za důležité, přínosné apod.
- Výběr se snažte omezit na články spadající do kategorie *Business* nebo *Politics*, tedy články tematicky blízké dění v ekonomice, politice, podnikatelském sektoru, právu, obchodu, zahraničním vztahům apod.
- Zprávy tematicky orientované spíše k zařazení v rubrikách sport, kultura, počasí, společnost a dalších, neslučitelných s výše uvedenými kategoriemi, prosím neoznačujte, pouze v případě, pokud jsou podle Vašeho mínění nějakým způsobem blízké výše zmíněnému vymezení (tedy *Business* nebo *Politics*).
- Počet vybraných článků není jakkoli omezen, podstatné je, aby byly vybrané články Vámi shledané jako důležité, přínosné nebo podnětné a zároveň splňovaly své zařazení v předeslaných kategoriích.
- Pro výběr zpráv prosím využívejte pouze samotné novinové listy, vložené suplementy, reklamní materiály nebo přílohy prosím pro účely výzkumu nezohledňujte.
- V případě, že se více různých novinových článků věnuje jediné události a zároveň tyto články chcete označit za důležité, vyberte prosím:

- Pouze jeden – v případě, že shrnuje nebo přímo obsahuje stejnou informaci jako další vybraný článek, nebo tuto informaci dále rozvíjí.
- Pokud jsou články informační hodnotou zcela totožné a nemůžete ani jeden z nich pokládat za hodnotnější, označte prosím všechny.

- Více najednou – v případě, že jednotlivé články obsahují různou novou zprávu, kterou vy sledáváte jako důležitou

Respondenti byli vybaveni zvýrazňovačem, pomocí kterého vybírali, podle jejich uvážení a pochopení kritérií, nejdůležitější články bez jakéhokoli časového omezení. Zvolené vzorky médií a kritéria pro výběr článků byla zvolena ze zobecňujících důvodů. Analýzou čtrnáctidenního vzorku bulletinu z 27. 4. – 9.5. jsem dospěl k největšímu reprezentativnímu zastoupení právě zvolených čtyř deníků. Využití všech médií používaných v redakci Fleet Sheetu bylo v rámci tohoto výzkumu nepřípustné kvůli zvýšeným časovým nárokům.

Po označení vybraných článků započala druhá fáze výzkumu v podobě interview. Metoda hloubkového interview s představením formátu byla použita pro lepší uchopení výsledků předcházejícího kvantitativního zkoumání. Doplnujícími otázkami jsem se snažil postihnout skutečnost, proč jednotliví respondenti vybrali zrovna takový soubor článků. Rozhovor byl zařazen až po kvantitativní části, jelikož jsem vycházel z úvahy, že by některé otázky položené před výběrem důležitých článků mohly mít na výsledek šetření větší negativní dopad než jejich zařazení na konec³⁹. Struktura interview sledovala tyto otázky:

1. Jaký je váš hlavní každodenní zdroj informací?
2. Čtete denní tisk? Jak často?

V tuto chvíli byl respondentům předložen výtisk Fleet Sheetu. U těch, kteří ho znali, proběhlo ověření, zdali jsou schopni popsat, jak tento formát funguje. Ostatním respondentům bylo podrobně vysvětleno, jak funguje redakce Fleet Sheetu a co takovýto formát obsahuje⁴⁰.

3. Vidíte v něčem přínos Fleet Sheetu, v čem? Co naopak ve Fleet Sheetu chybí?
4. Pro koho myslíte, že je určený?
5. Je výhodnější číst noviny nebo Fleet Sheet, proč?
6. Čtete Fleet Sheet, jak často?

³⁹ Vycházel jsem především z názorů M. Dismana (Disman, Miroslav: Jak se vyrábí sociologická znalost – nakladatelství Karolinum, Praha – 1993)

7. Jakou pozici zastáváte?

Otázky byly pokládány jako otevřené s libovolnou možností odpovědi. Důležité bylo zjistit názor respondenta na médium typu Fleet Sheetu a jeho vztah k takovéto podobě informací.

Cílem prvních dvou otázek bylo nastavit úhel pohledu na vybrané články z hlediska výzkumu. Otázka číslo 1 měla za úkol zjistit, jestli je respondent informován z více informačních zdrojů, tedy například jestli nebude hodnotit důležitost novinových zpráv pouze jako pravidelný divák zpravodajství některé z televizí. Toto ověřování vycházelo z úvahy, že schopnost odlišit zprávy s vyšší informační hodnotou od doplňujících článků roste spolu s mírou diverzity a objemem konzumovaných informačních pramenů.

Otázky 3, 4 a 5 byly položeny pro zjištění, zda je nynější podoba a obsah Fleet Sheetu pro zkoumané publikum atraktivní, nebo zda se raději přiklání k jiným informačním zdrojům. Otázka 3 měla zhodnotit celkový pohled na Fleet Sheet jako médium, jeho klady a zápory. Projekční otázka číslo 4 nepřímo ověřovala informaci, jestli si respondent myslí, že by toto médium mohlo oslovovat jeho cílovou skupinu. Otázka 5 následně vyšetřovala vztah dotazovaného k informacím v novinách vs. v novinových extraktech typu Fleet Sheet.

Otázka 6 doplňovala pohled na výsledky výzkumu podle předpokladu, že pravidelný čtenář Fleet Sheetu bude k tomuto typu médií zastávat spíše kladnější hodnotící vztah. U dotazovaných, kteří se naopak s Fleet Sheetem setkávají poprvé, má tato otázka jinou vypovídací hodnotu, která může být ovlivněna prvním dojmem nebo nedostatečným seznámením se s médiem nebo pochopením jeho funkce. Poslední otázka se snaží ověřit respondentovu vhodnost k účasti ve výzkumu. Zařazením této dvojice otázek na konec interview jsem chtěl předejít případnému ovlivnění výsledků tím, že by se respondent snažil za každou cenu odpovídat na dotazy jako čtenář Fleet Sheetu nebo zastupitel nějaké pracovní pozice⁴¹.

⁴⁰ Vše proběhlo bez jakéhokoli hodnocení kvality, předností nebo výtek bulletinu jako formátu nebo konkrétního produktu vydavatelství E. S. Best.

⁴¹ Opatrné zacházení s identifikačními otázkami doporučuje i M. Disman (Disman, 2002)

3.2.4 Výběr šetřeného vzorku a prostředí výzkumu

Při výběru respondentů jsem se snažil pomoci několika podmínkami co možná nejlépe vymezit určitý vzorek populace, který by splňoval statistické počty stávajících čtenářů Fleet Sheetu⁴². Mezi vybranými jedinci tudíž byli ředitelé, vedoucí oddělení a poradci. Nejproblematičtější je při výběru respondentů právě jejich postavení. Z titulu řídicích osob se tazatel setkává s odmítnutím účasti ve výzkumu častěji než by tomu mohlo být například u masového průzkumu nějaké určené věkové skupiny bez důrazu na sociální postavení respondentů, jejich příjem nebo dosažené vzdělání. Přístup k dostatečnému množství dotázaných by se při realizaci výzkumu (vzorek 100 – 500 lidí) mohl usnadnit například odměnou účastníkům nebo provedením výzkumu na dálku – například přes internet⁴³.

Jsem si vědom faktu, že tento výzkum nebyl v realizovaném počtu dotazovaných výpovědně silný⁴⁴, jako předvýzkumná fáze a příprava na provedení řádného šetření v rámci mnohonásobně většího vzorku však sloužit může.

Metoda výběru zkoumaných osob sestávala z oslovení lidí z mého okolí ve škole (spolužáků), které jsem požádal o tip na vhodný kontakt podle zadaných kritérií. Díky tomuto postupu se mi snadněji podařilo oslovit respondenty, kteří by jinak nemuseli k tomuto šetření přistoupit – např. kvůli časovým možnostem. Výběr přitom zůstal víceméně náhodný, jelikož jeho provedení nezáleželo na mě, ale právě na oslovených spolužácích. Šetření s jednotlivými respondenty probíhalo vždy v jiný den v nepravidelných intervalech celkem v průběhu dvou týdnů. Dostal jsem tudíž k dispozici několik výběrů z různých dní, čímž jsem usiloval očistit výběr od ovlivnění aktuálním děním (trendy).

V rámci potřeby co nejmenších časových nároků na provedení výzkumné části se obě části šetření odehrávaly v kancelářích jednotlivých respondentů. Díky takovéto strategii je možné oslovit více osob (oproti variantě, kdy bychom je zvali na námi určená místa nebo jedno centralizované), a zároveň každému z dotazovaných umožníme, aby se při práci na výběru článků a zodpovídání dotazů cítil pohodlně, ve

⁴² Viz. Graf 2

⁴³ Dotázaný by jednoduše na webu označil vybrané novinové články například v dokumentu PDF a závěr by vyplnil dotazník – důležitá by zde byla nepřítomnost tazatele, tudíž možná větší autenticita odpovědí. Interview by bylo možné alternativně provést přes telefon - CATI

⁴⁴ Celkový počet čtenářů Fleet Sheetu dosahuje 7000, za vypoovídající vzorek bychom tedy mohli považovat 350 dotázaných (5%).

svém prostředí. Díky přirozenému prostředí výzkumu na místě, kde tazání běžně konzumují denní tiskoviny, můžeme očekávat kvalitnější výsledky šetření.

3.2.5 Metody vyhodnocování a interpretace získaných dat

Výsledkem sezení s dotázanými byly od každého jednotlivce:

- Čtyři výtisky aktuálních čísel novin (HN, Právo, MF Dnes a Lidové noviny) s barevně vyznačenými články, které byly respondentem pokládány za důležité.
- Záznam z interview se zodpovězenými otázkami

Data z novinových listů jsem nejdříve zaznamenal do tabulky. Zaznamenané údaje obsahovaly – označení listu (LN,HN,MF nebo P), číslo strany, na které se zpráva

LN/8	Britský tisk: EU chce řešit Lisabon až se Švédy
LN/9	Soči zůstane pod nadvládou Putina
LN/16	Zestátnit banku má být snazší
LN/16	PPF kupuje ruský fetězec Eldorádo
LN/17	Děripaska přijde o podíl ve Strabagu
LN/23	DNA má objasnit migraci do Walesu
P/2	Obavy srazilly akcie i ropu
P/3	Paroubek doufá v absolutní většinu ve sněmovně
P/4	Filipiová má probrat protikrizová opatření s opozicí
P/8	Teherán je ochoten uznat stát Izrael
P/9	Tri mrtví při zátahu na extremisty v Istanbulu
P/16	Fiat by údajně nezrušil žádný ze závodů Oplu v Německu
MFD/B2	Vyšší platy? Počkejte si
MFD/C6	Bohatství není hříech
HN/1	Předčasné záblesky konce krize
HN/5	Paroubek testuje, zda opřít vládu o komunisty
HN/5	Revoluce v právu odložena. Nejspíš až do roku 2015
HN/11	Sto dní bojů Obamy s Obamou
HN/17	Show ČEZ s cenou proudu nevyšlo
HN/20	Za plynovou krizi si může Evropa sama
HN/20	Stát bude moci pfezít banky v problémech
HN/20	Začíná motoristická sezona, benzin podraží
HN/21	PPF dá za síť ruských obchodů 6 miliard
HN/21	Vláda bojuje s krizí - více podpoří vývoz
HN/22	Siciété Générale čelí dalšímu skandálu
HN/22	GM navrhne vládě své znárodnění
HN/23	Některé elitní české akcie jsou předražené
HN/23	Japonsko čeká pokles o 3,3 procenta

Tabulka 4: Příklad srovnávání vybraných článků.

nalézala a titulek zprávy pro jasnější dohledání. Tuto tabulku jsem následně srovnal s další, ve které byly zaznamenány zprávy uveřejněné v rámci vydání Fleet Sheetu z toho samého dne. Zde jsem vyznačoval pouze totožné označení listu, ze kterého zpráva pochází a číslo strany, ze kterého autor čerpal. Výsledná označení novinových titulů a stran jsem následně srovnal mezi sebou. V případě, že se označení strany a titulu respondentem shodovala s výběrem ve Fleet Sheetu, porovnal jsem vybraný úsek

textu s kompletním textem v novinách a provedl rozhodnutí, jestli se jedná o ten samý článek. Ve všech případech byl tento výběr jednoznačný⁴⁵.

3.2.6 Hodnocení kvality výzkumu

Po tomto srovnání jsem dostal k dispozici několik hodnot. Předně se jednalo o celkové počty vybraných článků. Ty jsem dále mohl rozdělit na počty citací resp.

⁴⁵ Příklad výsledku srovnávání např. v tabulce 4

vybraných článků z konkrétních titulů. A v konečné fázi jsem zjistil absolutní počet článků, které totožně vybrali pracovníci redakce Fleet Sheetu a dotazovaný.

Základními výstupními daty tedy měly být počty článků, ve kterých se výběry obou dvou stran shodly. Druhou optimalizací výsledku může být i procentuální zastoupení respondentem vybraných článků v celkovém seznamu citovaných textů Fleet Sheetu.

Kvalitu výzkumu jsem se snažil upravit sledováním pouze několika titulů a zúžením tří rubrik na pouhé dvě – Business a Politics⁴⁶. Důvodem byla nejasná kritéria vymezení společenské rubriky, která by navíc, dle mé úvahy, mohla výsledek dále negativně ovlivnit.

I přes tato omezení ovšem byla shoda výběrů ve zkoumaném vzorku poměrně malá (průměr cca 19,3%) nicméně všichni dotázaní našli shodu s redakcí alespoň ve dvou novinových textech. (Přitom mohli vybírat z celkového počtu okolo 100 tematických článků, v závislosti na aktuálním vydání).

Počty článků, které dotázaní vybrali, byly v průměru o 5,25 článků odlišné od celkového počtu článků vybraných Fleet Sheetem. V převážné většině (75%) byl výběr redakce o toto číslo menší. Někteří respondenti dle mého názoru cítili potřebu „něco“ vybrat v každém předloženém deníku. Zajímavé bylo sledovat, jak se počty vybraných článků liší v rámci jednotlivých listů. Průměrná odchylka byla 5,75 u Lidových novin, 2,75 u Práva, 2 u Mladé Fronty Dnes a 5,25 u Hospodářských novin. Při srovnání těchto čísel s počty článků, které byly za jednotlivé listy uveřejněny ve zkoumaných dnech ve Fleet Sheetu, jsem došel k názoru, že největší odchylky se vztahují k listům, které mají nejextrémnější počty v bulletinu zveřejněných synopsí. Jednalo se o Lidové noviny (nejmenší výskyt s hodnotami od 0 do 5) a Hospodářské noviny (největší výskyt – 9 až 16 článků na vydání). Zkoumal jsem tedy dále výběry podle jednotlivých titulů. Redakce Fleet Sheetu v rámci zkoumaného vzorku vykazala poměrně velké rozdíly výběrů mezi jednotlivými listy (průměrná odchylka od středního počtu vybraných článků za jednotlivé listy dosahovala 13,625 článků vybraných k citaci). Stejně měřená odchylka měřená u respondentů vykazala pouze 5 článků rozdíl od středního počtu vybraných textů za jednotlivé listy. Tento údaj ukazuje, že účastníci výzkumu cítili jakousi potřebu dát prostor všem předloženým listům v obdobné míře. Pro další

⁴⁶ Rubriky článků zveřejněných ve Fleet Sheetu jsem sloučil a dál jejich zařazení nerozlišoval. Dotázaní měli za úkol provést takový výběr článků, který jsem se snažil definovat právě jako tyto sloučené kategorie.

zkoumání by bylo dobré účastníkům zdůraznit jejich cíl – vyhledat důležité zprávy z jednotného souboru všech článků všech listů dohromady, ne každého listu zvlášť.

Kvalita byla dále ovlivněna velmi malým vzorkem. Pro kvalitní šetření bych doporučoval vzorek o velikosti přibližně pěti procent stávajících čtenářů Fleet Sheetu sestávající nejlépe jak z odběratelů Fleet Sheetu tak z ostatních potencionálních respondentů vyhovujících danému profilu, vybraných náhodnou selekcí (například telefonickým oslovením určité databáze cílové skupiny).

V průběhu sezení se objevila řada dalších věcí, které je vhodné pro případné rozšířené zkoumání minimalizovat na přínosnou míru:

1. Důsledné vymezení a následná kontrola porozumění kritériím výběru: dotázaní vybírali některé články, které kritériím neodpovídaly např. z důvodů: „bude se líbit manželce, teď tam jedeme na dovolenou“, „nemohu zapřít, že tohle bych si přeci jen přečetl“⁴⁷
2. Ošetření kontaktu s respondentem během zkoumání: opět bych tento problém řešil jasnější definicí pravidel vybírání článků tak, aby se zamezilo otázkám: „tohle třeba můžu vybrat“ apod.
3. Nedostatečná obeznámenost s Fleet Sheetem: několikaminutové představení Fleet Sheetu sice mělo účinek na zvýšení objektivitu hodnocení tohoto formátu, pro kvalitnější výsledky bych však navrhoval například spolupráci s redakcí a zaslání několika vzorků bulletinu v následujících týdnech po první části výzkumu respondentovi k nahlédnutí. Teprve poté následné hodnocení kvality formátu.

Ukázalo se, že všichni dotazovaní byli dobře informovaní, často i ze zahraničních zdrojů (čtenáři nytimes.com nebo odběratelé newsletteru BBC nebo časopisu The Economist). Celých 80% si myslelo, že Fleet Sheet usnadňuje denní získávání informací a nic by na něm v současnosti nechtěli měnit. Jeden respondent postrádal informace ze světa techniky a IT. Jeden z dotazovaných uváděl Fleet Sheet jako svého novinového průvodce, podle něj si údajně vybírá články, které si následně vyhledá v novinách. Všichni dotázaní uvedli, že čtení novin je zdlouhavé a tento časový náklad není ohodnocen dostatečným objemem získaných užitečných informací. Respondenti se skládali jak z pravidelného čtenáře (již patnáct let), dříve pravidelného

⁴⁷ Respondent vybral informaci ze sportovního zpravodajství

čtenáře (před deseti lety), dotázaného, který o Fleet Sheetu nikdy neslyšel a dvou dotázaných, kteří o takovém formátu vědí, nikdy ho ale neodebírali.

3.2.7 Etické otázky společenskovedního výzkumu

Jednotlivým účastníkům průzkumu byla zaručena anonymita, přestože proti zveřejnění výsledných údajů s detaily o jejich osobě prakticky nic nenamítali. Pro možnost použít jejich odpovědi pro toto šetření podepsali dotázaní informovaný souhlas, kde mimo jiné uvedli, že souhlasí se zpracováním údajů pro účely tohoto projektu a případného dalšího šetření na něm postaveného. Pro provedení tohoto výzkumu ve větším měřítku doporučuji pečlivě sbírat všechny tyto souhlasy a zaručovat jimi mimo jiné anonymitu odpovědí. Může to být jeden z kroků, jak dotazovaným zajistit uvolněnější pocit při zodpovídání dotazů a zároveň navýšit jejich účast.

Závěr

Cílem této práce bylo přinést některé poznatky o zajímavé formě zpravodajství, která není v dnešní době na našem trhu běžnou záležitostí. Pokusil jsem se o popisnou analýzu tvorby obsahu tohoto bulletinového formátu na příkladu deníku The Fleet Sheet. Pro jasnější uchopení funkce redakce Fleet Sheetu jsem se snažil přinést alespoň částečný výtah z její historie a objasnit některé současné a dřívější praktiky každodenního fungování takového produktu jakým je jednostranný zpravodaj složený ze synopsí v angličtině.

Provedené srovnání názorů několika dotázaných s aktuálním obsahem Fleet Sheetu nepřineslo dostatečně reprezentativní výsledky s valnou vypovídací hodnotou, přesto pevně věřím, že tato snaha nebyla zbytečná. Získané poznatky k provedení šetření mohou posloužit k snadnějšímu průběhu totožných nebo obdobně založených výzkumů.

Resumé

In my thesis – The Fleet Sheet – one page daily bulletin – I tried to describe the history and evolution of a unique newspaper format. I've found the importance of describing the Fleet Sheet not just because it is an attractive entrepreneurship success story but firstly because I couldn't find any other papers dealing with the topic of English written news bulletin.

One part of this work describes the process of making an issue of The Fleet Sheet from the very beginning (reading newspapers and picking the important parts) to the final points (various ways of distribution). I didn't provide a guideline how to create a newspaper of the same quality the Fleet Sheet is, but I wanted to look into this process because of the growing competition in this scope of business which forced another publisher to launch a product which seems to be only too similar to The Fleet Sheet.

The last chapter is dedicated to basic research that is trying to evaluate the quality of news picking in The Fleet Sheet. It is based on work of several independent news pickers which is compared with The Fleet Sheet's choices.

Použitá literatura a další zdroje

Američan slouží vlasti. České.

URL: <http://www.lidovky.cz/tiskni.asp?r=ln_zabava&c=A070917_140835_ln_zabava_svo> [cit. 2009-04-29].

Fleet Sheet's Final Word.

URL: <<http://www.fsfinalword.cz>> [cit. 2009-04-12].

Fleet sheet: Malé problémy "velkých" lidí a velké problémy malých lidí.

URL: <<http://www.blisty.cz/2004/9/21/art19842.html>> [cit. 2009-03-05].

Karel Hvížd'ala: České noviny o prázdninách 2007

URL: <http://ihned.cz/c4-10036830-21695700-000000_d-karel-hvizdala-ceske-noviny-o-prazdninach-2007> [cit. 2009-04-20].

Mediaprojekt 2008.

URL: <http://www.median.cz/docs/MP_2008_zprava.pdf> [cit. 2009-04-12].

Ročenka Unie vydavatelů 2008.

URL: <<http://www.rocenkaunievydavatelu.cz/2008/index.php?akce=prijmy&tg=1>> [cit. 2009-05-12].

Today's news.

URL: <<http://fleet-sheet.respekt.cz/Todays-news-4043.html>> [cit. 2009-04-08].

Tuzemské anglické tituly sázejí na české čtenáře.

URL: <<http://www.aust.cz/2005-11-11/tuzemske-anglicke-tituly-sazeji-na-ceske/>> [cit. 2009-03-22].

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost.*

Praha : Karolinum, 2002. 374 s.

HARDY, Melissa A., BRYMAN, Alan. *Handbook of Data Analysis.*

London: Sage Publications, 2004. 704 s.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum – základní metody a aplikace.*

Praha : Portál, 2005 (2. vydání). 408 s.

HIRSCH, P.M. Processing Fads and Fashions: An Organizational-Set Analysis of

Culture Industry Systems, *American Journal of Sociology*, No. 77, s. 639-659

HUMPHREY, Caroline. Barter and Economic Disintegration. *Man* (New Series), 1985,

volume 20, No. 1, s. 48 – 72. [available on JSTOR: *Barter and Economic Disintegration* <<http://www.jstor.org/stable/2802221?origin=JSTOR-pdf>>]

KOUBA, Karel, VYCHODIL, Ondřej, ROBERTS, Jitka. *Privatizace bez kapitálu:*

zvýšené transakční náklady české transformace.

Praha : Karolinum, 2005. 115 s.

Bakalářská práce

MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace.
Praha : Portál, 2002, 447 s.

PARNELL, John, Strategic management, theory and practice – 3rd edition
Pembroke, USA : University of North Carolina, 2009. 494 s.

PLEETER, Saul, WAY, Philip K.. *Economics in the News*.
New York: Addison-Wesley, 1992. 432 s.

ROSENGREN, Karl Erik. International news: Methods, Data and Theory. *Journal of Peace Research*, 1974, Volume 11. No. 2. s. 145 – 156. Sage Publications, Ltd.

SPLICHAL, Slavko, FERLIGOJ, Anuška, BATAGEJL, Vladimír. Understanding criteria of news selection in mass communication: A clustering approach. *Quality and Quantity*, October 1980, Volume 14. No. 5. Springer Netherlands.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*.
Praha : Portál, 2006. 192 s.

TUNSTALL, J. A Media Industry Perspective, in J. Anderson (ed), *Communication Yearbook 14*, s. 163-186. Newbury Park, Kalifornie a Londýn: Sage Publications.

VOJTÍŠEK, P., OLŠOVSKÝ, R. Příliv zahraničního kapitálu do ČR a jeho měnové aspekty. *Finance a úvěr*, prosinec 1994, ročník 44, č.12, s. 664 – 673.

The Oxford American Dictionary and Language Guide
New York : Oxford University Press, 1999

Velký slovník naučný m/a.
Praha : Diderot, 1999

Seznam příloh

Příloha č. 1: Příklad bulletinu Fleet Sheet (obrázek)

Příloha č. 2: Příklad konkurenčního bulletinu Euro 24 (obrázek)

Příloha č. 3: Rozhovory se Šárkou Kákonovou – E.S. Best s.r.o. (kompaktní disk)

Příloha č. 1:

the fleet sheet

No. 4352 Today's news, today Prague, Tues., May 12, 2009

Business

(P/14) Data from Eurostat show that the CR has the highest percentage of workers in industry and construction (40.3%) of any EU country. Holland has 17.7%, and Germany 29.9%. Eurostat warned that this could be a source of serious economic and political problems in the CR in the future.

(HN/22) The assets of mutual funds in the AKAT association fell m/m by Kč 31bn in the first quarter, to Kč 213bn, due to Kč 5bn in net redemptions and a drop in asset values. The funds had lost Kč 47bn of their value in the fourth quarter of 2008. Bond funds were hit the hardest in the first quarter of 2009. Stock funds are on the rebound and have attracted Kč 186.3bn so far this year (Kč 113bn in April and May).

(HN/17) Czech households, on average, have debt that equals 53% of their monthly take-home pay. In the U.K., the figure is 177%, and in the U.S. it is 141%. Of the Kč 906.3bn owed by Czechs as of March 31, Kč 584bn was in mortgage loans.

(E15/1) Lenders say that corporate and consumer borrowers are increasingly taking out loan-protection insurance. (MFD/B1) Also, Generali decided to pull out of the business of providing obligatory professional liability insurance to court bailiffs. Generali has dominated the market so far.

(HN/15) The wholesale price of gasoline will jump today by Kč 0.90/liter and of diesel by about Kč 0.50/liter, in reaction to higher global demand. Prices at the pump are expected to rise in the coming days.

(HN/16) Škoda Auto will begin production of the Yeti today. (HN/20) Also, Škoda's market share in Slovakia fell y/y by more than 5 points for Jan.-April 2009, to 15%.

(HN/1) ČSSD and the Communists need just one more vote to have the 101 necessary in the lower house to completely abolish the healthcare fees. New Health Minister Dana Jurásková said that her goal is to see that the fees remain as they are.

(P/4) KDU Chair Jiří Čunek asked PM Jan Fischer to take steps to see that ČEZ pays its entire 2008 profit as dividends. ČEZ's management will propose at the AGM tomorrow that 56% of profits be paid out. (EU/3) Euro said it should be clear to all that the main aim in forming the Fischer cabinet was to balance the interests of ČEZ and the coal barons. ČEZ seems to be getting the edge over Czech Coal/MUS in their long-running battle, Euro said.

(HN/3) Although people stood in long lines for information about a Kč 25bn program for subsidizing the insulation of homes, only two people have actually applied so far. People realized that they would either not qualify or have to fill out many forms.

(MFD/1) CEO Alfred Brundlík of the ŘSD highway department said that money can be saved on highway construction by fol-

lowing the terrain more. The ups and downs would not be leveled out as much. Budget cuts will mean tens of billions of crowns in funding gaps in coming years.

(HN/10) Petr Fischer of HN said that the "pseudo-democratic" selection of a new CEO at Czech TV will say much more about the current situation in the CR than surveys by sociologists. Fischer said it seems that politicians want a director who does the bidding of all the political parties. (E15/6) Ex-CEO Ivo Matheš said the licensing-fee deal under Jiří Janeček gave Kč 1bn in ad revenue to private TV stations.

(E15/11) King Sturge advised commercial tenants to seek a discount if they renegotiate their leases. It said its agents have achieved reductions of 10-20%. (HN/17) A survey by CEEC Research and KPMG found that 55% of construction companies have about the same number of contracts as last year, whereas 12% have more.

Get ready for life after recession.
www.DILTSinPrague.cz

(HN/22) Trading in shares of ECM developer were suspended twice yesterday due to sharp rises and falls. Trading volumes are low, and there has been no news to explain the large fluctuations. Meanwhile, NWR lost 14% after a string of gains.

(P/1) A draft amendment to the civil aviation law now in the third reading would allow operators of airports and airfields to seek a permanent easement for use of the land if they were unable to agree with the landowner. A one-time fee would be paid, as determined by the eminent-domain law. The passage was slipped in by ODS.

(HN/19) Leasing of movable assets fell y/y by 51.5% in Q1, to Kč 10.7bn.... Bernard brewery began exporting beer to Peru. (HN/17) Travel Service began operating charter flights for Polish travel agencies. (HN/25) A Citibank credit card gives a 20% savings on O2's services. (HN/15) The EU Commission gave permission to the CR to provide Kč 1.3bn in working-capital loans to food processors.... Isolit Bravo autoparts maker is entering the market for do-it-yourself equipment. (HN/18) Hell Energy Drinks CZ will build a Kč 10m logistics center in Kopřivnice.... Axel Hluchy was named GM of Makro. (E15/1) The finance ministry plans to end tax discrimination of nonresidents. (P/5) A gang of suspected cigarette counterfeiters was arrested.

Politics

(HN/2) Senate President Přemysl Sobotka (ODS) said that he is convinced that any effort to get Klaus to change his mind on the Lisbon treaty would be pointless. Sobotka said that Klaus was calling into question the legitimacy of the Senate by criticizing the upper house for passing the treaty. Sobotka also criticized unnamed people around Klaus for calling into ques-

Euro (fxavg)	26 760	+0.296
Dollar	19 713	-0.081
Pound	29 782	-0.120
Gold \$/E Lnd PM	913/671	+0.7/-0.2%
3-month Pribor	2.32	-0.14
Dow Jones	8417.77	-1.82%
DAX	4866.91	-0.96%
CETV/CME	388.00	-9.56%
CEZ	855.00	-2.30%
Erste Bank	540.00	-2.10%
Komerční banka	2791.00	-3.09%
NWR	109.00	-14.11%
Philip Morris ČR	5650.00	+0.09%
Telefonica O2	420.90	-4.56%
Unipetrol	136.00	-6.82%
PX	962.9	-2.01%

tion the CR's presidency of the EU and undermining the confidence of the CR's EU partners. Klaus's spokesman said that Sobotka should be consistent in his opinion about the Lisbon treaty. Sobotka had said that the Senate's position would depend in part on the position of Ireland.

(HN/11) Jiří Leschtlina of HN said that the Castle strategy with regard to the Lisbon treaty is clear: Delay the Senate's constitutional challenge to the document as long as possible and hope that the public's stance toward the treaty turns negative. Leschtlina said that if the court again sides with the treaty, Klaus "must" sign it. If the "autocrat" refused, Leschtlina said, there are apparently only two options: Try to impeach him (which would likely fail), or wait for a new Czech president to be elected. (MFD/10) Martin Komárek of MFD said that the Constitution needs to be amended to make it easier to remove the president.

(MFD/2) Owner Jaromír Soukup of Médea said he gave Kč 5m in billboard space for the EU elections to the new DSZ Democratic Party of the Greens (of which he is a top official). It comes to 300 billboards and 50 big boards. The billboards feature Olga Zubová and are "everywhere." MFD said that the original Green Party might not win any seats in the EU elections, which could threaten Martin Bursík's chairmanship.

(P/8) For. Min. Jan Kohout visited Germany after a visit to Slovakia and Brussels. At a press conference, he and Steinmeier used the "ty" form of informal address.

Society

(HN/5) An appeals court upheld the two-year suspended sentence yesterday of MEP Vladimír Zelený for tax fraud in importing two valuable paintings. (P/5) A felony conviction is no legal obstacle to Zelený's candidacy to the EU Parliament.

(MFD/Sat/12) Benjamin Kuras, an MEP candidate, said that U.K. politics is looking more and more like the Czech variety. Instead of Western democracy spilling over into the CR after 1989, he said, post-communist corruption spilled into the West. Published by 9 a.m. Mon-Fri except holidays by E.S. Best s.r.o., Soukenická 13, 110 00 Prague 1. Tel. 420 296 580 160 Fax 420 224 221 580 info@fleet.cz Unauthorized use or copy prohibited. © 2009 MK CR E 6106 MIC 46693 ISSN 1210-5279 BIK2 www.fleet.cz

Příloha č. 2:

EURO 24

	kurz (Kč)	změna (na %)
EUR	25,83	+0,22
USD	19,45	-0,74
GDP	30,17	-0,56

Byznys

■ Evropské automobily, za něž lobbují Asociace evropských výrobců automobilů, se obávají účasti českého prezidenta Václava Klause na víkendovém summitu EU a Jižní Koreje. Podle nich by mohli podlehnout vabeni „vejti do dělní“ a podepsat dohodovanou dohodu o volném obchodu mezi EU a Jižní Koreou, která dle zájstev evropských automobilů nahraďuje asijským podnikům. (MFD/B1)

■ Fincentrum Hypoindex: Banky poskytly v dubnu občanům hypotéky za 7,55 mld. Kč, což znamená meziroční zhoršení o 31,2 %. Počet poskytnutých hypoték se meziročně snížil o 27,8 % na 4443 úvěrů. (HN/16)

■ V 1. čtvrtletí byla v ČR zahájena výstavba 8721 bytů, meziročně o 8,9 % méně. Nejvíce se propadla nová výstavba v bytových domech, kde se počet zahájených staveb snížil o 30,7 %. Celková hodnota nově uzavřených stavebních zakázek klesla o víc než 30 % na 35,2 mld. Kč. Ve 2. čtvrtletí bude propad ve výstavbě ještě výraznější. (LN/15)

■ Českou hrozí nová arbitráž kvůli mýtnému systému. Švýcarská spol. Fela Management, jež byla členem konsorcia Mytia, které neuspělo v tendru na výstavbu a provoz mýtného, chce v arbitrážním sporu s českým státem požadovat téměř 7 mld. Kč. Mytia nabídla v tendru nejvyšší cenu 15 mld. (HN/19)

■ Program poskytovatelé dotace na zateplování budov se změní. Peníze by mohli dostat i vlastníci historických objektů a mohli dělat úpravy, které památku nenaruší. Shodly se na tom Česká komora architektů, památkový ústav a Státní fond životního prostředí. (MFD/A2)

■ O peníze bude možné žádat např. také na výměnu oken, a to i zpětně. Účelem je, aby se program otevřel více lidem. (MFD/B1)

■ O povolení prodeje Čechofrachu, který chce získat skupina podnikatele Zdenka Bakaly, rozhodne ÚOHS do poloviny června. O souhlas ovládnout největšího poskytovatele logistických služeb v ČR požádala BXR Logistics ze skupiny RPG. (LN/19)

■ Prodej letních dovolených se cestovním kancelářím nedatí tak jako loni. Podle údajů Asociace cestovních kanceláří České republiky koupili Češi zatím zhruba o 15 % zájezdů méně. Mluví asociace Jan Papež tvrdí, že u zájezdů konkurenčnímu boji na trhu klesly ještě více. Lidé podle jeho slov přiváží do poslední chvíle čekají na slevy. (LN/18)

Politika

■ Na Pražském hradě proběhl summit EU–Čína, na němž se podařilo částečně urovnat vzájemné vztahy. Prezident Václav Klaus po jednání uvedl, že otázka lidských práv bude součástí budoucího strategického dialogu mezi Evropou a Čínou. Čínský premiér Wen Tia-pao naopak řekl, že obě strany by se měly respektovat „a nevměšovat se do vnitřních věcí“. ■ Prezident Klaus bude předsedat summitu s Ruskem. Kreml si cení toho, že Klausovy názory jsou Rusům blízké. ■ Několik set umělců dnes hodlá předat prezidentovi dotazník s 12 otázkami narážejícími na jeho neklonost k Rusku. (LN/2)

Společnost

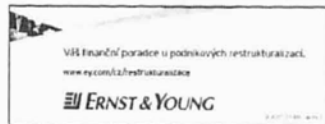
■ Šéf ODS Mirek Topolánek se bude rozvádět. (P/1)

■ Vadné české roznětky by možná zabránily provedení teroristických útoků v Německu, jejichž přípravy v roce 2007 zmařila tamní policie. (MFD/A8)

EU2009.CZ

	kurz	změna (na %)
PIZ	947,36	+3,93
Dot. 30	5038,94	+1,60
Dot. Január	9422,04	-0,82

■ Krize způsobila městům propad v příjmu z daní za 1. čtvrtletí asi 2 mld. Kč. Na konci roku to může být až 7 mld. Města proto zastavují rozjeté projekty a začala lidem zvyšovat daně z nemovitosti. Podle šéfa finančního výboru pražského magistrátu by se město mělo vzdát pořádání olympiády. ■ Ministr dopravy Gustav Slamečka oznámil, že na stavbu silnic a železnic bude příští rok kvůli škrtům v rozpočtu chybět přes 20 mld. Tento výpadek by znamenal zastavení asi 300 dopravních staveb. (HN/1)



■ Jiří Paroubek prohlásil, že Češi nebudou plátn eurem dříve než v roce 2015. Čas na zavedení eura podle něj promrhala Topolánková vláda. (MFD/B2)

■ ČMZRB navrhuje garantovat podnikům finanční úvěry i zpětně. Ministerstvu průmyslu proto navrhn rozšíření národního protikrizového plánu na pomoc firmám. Na konci minulého týdne bylo podle ředitele banky Ladislava Macka podáno 250 žádostí na zaručení investičních a provozních úvěrů za celkem 2,36 mld. Kč. Stát je připraven podpořit úvěry podnikatelů částkou 6 mld. Kč. (MFD/B4)

■ Ministerstvo dopravy podepíše smlouvu na provozování rychlíkové dopravy s Českými drahami na 10 let. Soukromí dopravci se obávají, že kvůli tomu nedostanou příležitost. MD však uvádí, že pokud se o rychlíkový spoj přehlásí jiný dopravce, stát bude moci smlouvu s ČD na tento spoj do 1 roku vypovědět a vypsat výběrové řízení. (HN/18)

■ Odboráři ČD se kvůli jazykové bariéře obávají ohrožení bezpečnosti cestujících, pokud by se vedení drah rozhodlo angažovat ukrajinské strojvůdce. (LN/18)

■ Orco Property Group prodala svou dceřinou firmu Orco Property Management americké spol. TVO Global Partners. Hodnotu transakce Orco nesdělilo. Orco Property Management spravuje aktiva v hodnotě 2,2 mld. €, asi 58,6 mld. Kč. (LN/16)

■ Orco hospodařilo v 1. čtvrtletí 2009 se ztrátou 45,7 mil. €, což je v přečtu přibližně 1,22 mld. Kč. Analytici přitom očekávali zhruba poloviční ztrátu. (HN/15)

■ Česká televize odvysílala Národní straně zjevně rasistický volební klip, který mluví o „konečném řešení cikánské otázky“. Věřejnoprávní televize prohlašuje, že ho odvysílala musela, po tvrdé kritice však ČT další vysílání rasistického spou zadržela. Vedení televize se zároveň rozhodlo podat na NS trestní oznámení. Ministr vnitra Martin Pecina pravděpodobně připraví návrh na rozpuštění NS i Dělnické strany. Vyzval ho k tomu premiér Jan Fischer i ministr pro lidská práva Michael Kocáb. (MFD/A1)

■ ČSSD před volbami do EP připravuje kampaň. Nasadí billboardy, na nichž spočítala Topolánkovi, že na rovné daní vydělal 293 tis. Kč, zatímco lidé s nízkými a průměrnými platy nezískali nic. (HN/4)

■ Pohár UEFA vyhrál Šachtar Doneck (Ukr.). (P/19)

Narozeniny

■ Martin Grigar (47), generální ředitel a předseda předst. AutoContu CZ, předseda předst. Dajisu

OSOBNÍ KUPIE: TOMAS NAVRILKA

Čtvrtek 21. května 2009/9.00

	kurz (Kč)	změna (na %)
ČEZ	908,06	+3,77
Erste Group Bank	504,20	+6,13
Orvo	294,98	+6,22

■ Ernst & Young: Manažeri se kvůli krizi stále více uchylují ke korupci. Poskytování a brání úplatku mezi firmami toleruje každý 4. evropský šéf, v ČR úplatci ptes 40 % manažerů. Hůt dopadlo v průzkumu poradenských firm jen Rusko a Turecko. (HN/1)

■ Obec poblíž vojenského újezdu v Brdech se obává, že nedostanou slibené peníze za to, že v jejich blízkosti měl vzniknout americký radar. Náměstek MF Ivan Fuchsa ale tvrdí, že současná vláda dodrží slib Mirka Topolánka a že obec obdrží peníze, i pokud se projekt nakonec nerealizuje. (LN/1)

■ Velké zahraniční firmy si v době krize chtějí v ČR udržet kvalitní pracovníky, a proto jim nabídnou firemní akcie. Akcie mateřského koncernu si budou moci poprvé v historii výhodně nakoupit třeba tuzeští zaměstnanci německého koncernu Siemens či české pobočky UniCredit Bank. (HN/15)

■ Zdravotní pojišťovna Metal-Alliance udělila pokutu 15 tis. Kč jedné z jihomoravských kuařských nemocnic za nevybíráni poplatků. Kraj s pokutou nesouhlasí a hodlá se co nejdříve se odvolat. (HN/5)

■ Předsedou dozorčí rady Letiště Praha byl zvolen I. náměstek min. financí Ivan Fuksa. Rada se sešla na svém zasedání poprvé v novém složení. (HN/17)

■ Hradec Králové a německá firma ECE Projektmanagement dospěly po rok trvajícím jednání k dohodě o výstavbě fotbalového stadionu a nákupního centra. Hodnota projektu je 3,2 mld. Kč. (MFD/B2)

■ Citibank podala k Vrhovnímu soudu v Praze odvolání prot prodeji Skláren Bohemia spol. Crystal Bohemia. Banka patřila mezi největší věřitele. (HN/17)

■ ČTÚ zahájil správní řízení s Telefoníku 02 kvůli obvolávání zákaznicků konkurenci. Na nevyžádané hovory svým zákazníkům v minulém i letošním roce si stěžoval T-Mobile i jeho. Vodafone. (LN/16)

■ Spol. Moravské naftové doly podepsala s bulharským Bulgartransgazem smlouvu na vypracování projektu modernizace zásobníku plynu. (HN/18)

■ Sufirského výrobce kabelových svazků pro automobily, firmu Alcoa Fujikura Czech, získá kalifornská investiční spol. Platinum Equity. (HN/17)

■ Penta prodala polského virtuálního operátora Mobilking firmě MoCoHub Technology. (HN/18)

■ Japonská ekonomika v 1. čtvrtletí 2009 poklesla proti předchozím 3 měsícům o rekordní 4 %. V přečtu na celý rok se HDP snížil o 15,2 %, což je nejvyšší propad od roku 1955. (LN/19)

■ Pokud bývalý předseda KDU-ČSL Miroslav Kalousek založí novou politickou stranu, bude nový subjekt spolupracovat s hnutím Starostové a nezávislí. Jednání mezi představiteli hnutí a Kalouskem probíhají už několik dnů. „Starostové mi jsou svým pojetím politiky blízcí,“ řekl Kalousek. (MFD/A2)

■ Karel Schwarzenberg dosud neví, v jaké straně se bude dál politicky angažovat, zatím hodlá pokračovat v podpoře Strany zelených. „Potřebujeme zelené v Bruselu. Nesmíme zapomenout, že EP bude mít po Lisabonu mnohem větší působnost. Ve výběrech se rozhoduje o penězích. Když tam budou jen zelení z Rakouska nebo Holandska, tak ty fondy půjdou tam,“ řekl v rozhovoru. (MFD/A3)

■ Kamila Horáčková, předsedkyně představenstva AXA investiční společnosti

■ Karel Pleva (48), generální ředitel a předseda předst. Exportní garanční a pojišťovací společnosti

■ Michal Reiter (45), generální ředitel a předseda představenstva Skansky DS, člen předst. Skansky

EURO24, informační služba týdeníku EURO, šéfredaktor Ivořan Lásků, vydáván Euronews, a. s., od roku 2004 každý všední den nejpozději v 9.00 hodin.
Kontakty: internet: www.euro.cz, e-mail: euro24@euro.cz, adresa: Holečkova 31, Praha 5, tel.: +420 251 026 113. © Kopírování a přebírání článků bez souhlasu vydavatele zakázáno.

Příloha 3: k dohledání na přiloženém kompaktním disku.