

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Veronika Králová**

## **Vliv digitalizace na práci lokálního novináře**

*Bakalářská práce*

Praha 2014

Autor práce: **Veronika Králová**

Vedoucí práce: **Mgr. Roman Hájek**

Rok obhajoby: 2014

## **Bibliografický záznam**

KRÁLOVÁ, Veronika. *Vliv digitalizace na práci lokálního novináře*. Praha, 2014. 53 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Roman Hájek.

## **Abstrakt**

Bakalářská práce se zabývá pohledem lokálních novinářů na to, jak digitalizace změnila jejich práci. Digitalizací je v tomto smyslu myšleno zavádění digitálních technologií do procesů masové komunikace. Tyto technologie provázejí novináře od výběru tématu přes jeho zpracování až po distribuci mediálního produktu ke čtenáři, mění se jimi i chod celé redakce.

První část práce vysvětluje fenomény lokální média a digitalizace. Lokální média jsou specifickým typem médií, který vychází nebo vysílá pouze na určitém území a věnuje se primárně tématům z této oblasti.

Druhou částí je vlastní výzkum, během kterého jsem provedla rozhovory se šesti redaktory ze šesti různých redakcí lokálních mutací titulu Deník. Rozhovory se týkaly toho, jak se na proměny a jejich případné vlivy dívají právě lokální novináři a zda se vůbec domnívají, že je digitalizace prvkem, který jejich práci změnil. Zajímalo mne rovněž, zda lokální novináři vnímají rozdíl mezi dopady digitalizace na jejich práci oproti práci svých kolegů v celostátních médiích. Respondenti jako hlavní změnu digitalizace uváděli usnadnění a urychlení práce. Na druhé straně jim digitální technologie (konkrétně internet) přinesla nové úkoly a větší množství práce a zároveň jim zkomplikovala prodej novin, protože mnoho čtenářů si raději přečte zprávy zdarma na internetu. Vedle digitalizace uváděli respondenti jako velkého původce změn ekonomickou situaci, která se podle jejich názoru podepsala na snižování počtu zaměstnanců více než digitalizace. Ve srovnání s celostátní žurnalistikou neviděli respondenti z hlediska vlivu digitalizace výrazné rozdíly.

## **Abstract**

The Bachelor's thesis deals with the view of local journalists on how digitizing has changed their work. The digitizing means introducing digital technology into mass communication. Those technologies go along with journalists from choosing and

processing the topic to distributing the product to the readers and that includes operation of the entire editorial staff.

The first part explains a phenomenon of local media and digitizing. The local media are a specific type of media, which are based and broadcast only in a certain territory and deals primarily with issues of this area.

The second part is a research, during which I conducted interviews with six editors from six different newspaper offices of local newspaper Deník. The interviews related to how the local journalists look on changes and their potential effects and whether they consider the digitization has changed their work. I was also interested if the local journalists perceive the difference between digitization on their work opposed to the work of colleagues in the national media. The respondents claim the major change is in facilitation and acceleration of their work. On the other side the digitalization (particularly the Internet) has brought new challenges, more work and also complicated the sale of newspapers because many readers prefer to read the news for free on the internet. In addition to the digitization, the respondents mentioned also a change in the economic situation, which in their opinion has led to reducing number of employees more than digitizing itself. In terms of digitization nationwide the respondents don't see any significant differences.

## **Klíčová slova**

lokální média, digitalizace, digitální technologie, Deník, online žurnalistika, multiprofessionalismus

## **Keywords**

local media, digitalization, digital technologies, Deník, online journalism, multi-professionalism

**Rozsah práce:** 96 307 znaků

## **Prohlášení**

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

V Praze dne 6. května 2014

Veronika Králová

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu práce Mgr. Romanu Hájkovi za cenné rady a doporučení. Dále bych ráda poděkovala všem novinářům, kteří se zúčastnili výzkumu, za ochotu a věnovaný čas.

**Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK**  
**Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce**

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:**

**Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:**

Králová Veronika

**Razítko podatelny:**

**Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:**

2011

**E-mail diplomantky/diplomanta:**

verca.kralova@gmail.com

**Studijní obor/forma studia:**

7202T Mediální studia – bakalářské studium

**Předpokládaný název práce v češtině:**

Vliv digitalizace na práci lokálního novináře

**Předpokládaný název práce v angličtině:**

Influence of Digitalization on Daily Work of Local Journalists

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

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

LS 2013/2014

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

Zavádění digitálních technologií do procesů masové komunikace, pro něž se užívá terminologické označení „digitalizace“, představuje v současnosti vysoce aktuální téma. Změna technologie vede k zásadním proměnám ve způsobu práce novinářů. Nejde jen o změnu pracovní činnosti jedince, který technologie využívá prakticky neustále od zpracování tématu až po distribuci ke spotřebiteli, ale mění se i chod celé redakce. Dochází například k přenesení úkolů z některých profesních skupin na jiné, ke sloučení povinností různých zaměstnanců do náplně práce jednoho a ke vzniku nových úkolů.

V bakalářské práci se chci zaměřit na tyto změny v lokálních médiích, která nejsou v tomto směru příliš prozkoumanou oblastí. Vzhledem k tomu, že se organizace práce v lokálních médiích liší od té v celostátních, dá se předpokládat, že i vliv digitalizace bude na lokální úrovni jiný. Ráda bych proto zjistila, jak se na proměny a její případné vlivy dívají právě lokální novináři a zda se vůbec domnívají, že je digitalizace prvkem, který jejich práci změnil. Zajímalo by mne rovněž, zda lokální novináři vnímají rozdíl mezi dopady digitalizace na jejich práci oproti práci svých kolegů v celostátních médiích.

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

1. Úvod

- představení tématu
- cíle práce

2. Lokální média

- vymezení lokálních médií
- lokální média v České republice a jejich vývoj po roce 1989
- specifika profese lokálního novináře

3. Digitalizace médií

- charakteristika pojmu digitalizace
- změny, které digitalizace přinesla pro novináře i chod redakce
- online žurnalistika a její koexistence s tištěnými periodiky

4. Výzkumná část

- metodika výzkumu: kvalitativní výzkum a technika vedení a analýzy hloubkových rozhovorů
- výsledky analýzy hloubkových rozhovorů

## 5. Závěr

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

Rozhovor bude proveden s 6–7 novináři z 6–7 různých redakcí lokálních mutací titulu Deník. Půjde o novináře na různých pozicích (redaktory i šéfredaktory), kteří v redakcích zažili období před digitalizací i po něm. Výběr zkoumaného titulu je podmíněn tím, že sít' titulů Deník je v současnosti nejvýraznějším lokálním periodikem; vzhledem k denní periodicitě zároveň předpokládám projevy digitalizace ve větší míře než u týdeníků.

### **Postup (technika) při zpracování materiálu:**

Data budou získávána pomocí hloubkových rozhovorů. Tato metoda se jeví jako nejvhodnější s ohledem na to, že cílem není zjistit skutečný stav, ale názory a pocity respondentů. Ty se dají lépe vyjádřit právě v hloubkovém rozhovoru, kde má respondent větší prostor pro vlastní vyjádření a není omezen škálou předpřipravených odpovědí nebo omezeným prostorem pro vyjádření v otevřených otázkách dotazníku. Zjištěná data budou analyzována základními postupy zakotvené teorie.

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

\* BRIGGS, Mark. *Journalism 2.0: How to Survive and Thrive: a Digital Literacy Guide for the Information Age*. Washington, DC: Knight Citizen News Network, 2007.

- Kniha se věnuje online žurnalistice a jejím odlišnostem od tištěné žurnalistiky. Dále popisuje různé typy technologií, které může novinář ke své práci využít. Tím vlastně pokrývá pojem digitalizace v nejširším vymezení.

\* FRANKLIN, Bob. *Local Journalism and Local Media: Making the Local News*. 2. přepracované vydání. Abingdon, Oxon: Routledge, 2006. ISBN 1134181191

- Kolektivní monografie zaměřená na situaci britských lokálních médií (novin, rozhlasu, televize a internetového lokálního zpravodajství) a na vliv nových technologií na jejich fungování.

\* HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-040-2.

- Metodická pomůcka pro provedení vlastního kvalitativního výzkumu. Kniha se velmi podrobně věnuje různým postupům kvalitativního výzkumu včetně hloubkového rozhovoru.

\* RINTALA, Niina, SUOLANEN, Sanna. The Implications of Digitalization for Job Descriptions, Competencies and the Quality of Working Life. *Nordicom Review*. 2005, roč. 26, č. 2, s. 53-67.

- Článek se zabývá třemi zásadními změnami, které digitalizace přináší: přenesením úkolů na jiné osoby, sloučením úkolů a vznikem nových úkolů. Tyto změny ilustruje zejména na rozhlasu a televizi, ale dobře se dají přenést i na noviny a online žurnalistiku. Bakalářská práce z tohoto článku vychází a snaží se o replikaci a aktualizaci uvedeného výzkumu na české prostředí.

\* WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Regionální média v evropském kontextu*. Brno: Masarykova univerzita, 2007. ISBN 978-80-210-4473-9.

- Kolektivní monografie zaměřená na problematiku vývoje a současného stavu evropských regionálních médií. Velká část je věnována českým regionálním médiím.

### **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)

ESLAM-BAHADORIE, Farid Werner. *Nová média – digitalizace médií a její význam pro filmaře*. Praha, 2008. Bakalářská práce. Akademie múzických umění v Praze, Filmová a televizní fakulta AMU. Vedoucí práce Čestmír Kopecký.



Dostupné z: <<http://theses.cz/id/tcfiqw/>>.

FOJTŮ, Martina. *Proměna novinářských rutin v souvislosti s multimedializací regionální sportovní žurnalistiky (případová studie Deníku a MF DNES)*. Brno, 2012. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Rudolf Burgr.

Dostupné z: <[http://is.muni.cz/th/217796/fss\\_m/](http://is.muni.cz/th/217796/fss_m/)>.

ONDRUŠKOVÁ, Pavla. *Proměny pracovních rutin členů brněnské redakce MF DNES v rámci působení trendů konvergence a multimedializace*. Brno, 2011. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Lenka Waschková Císařová.

Dostupné z: <[http://is.muni.cz/th/146370/fss\\_m/](http://is.muni.cz/th/146370/fss_m/)>.

SOŠKOVÁ, Alžběta. *Rozdíly mezi tištěnými a online médii očima novinářů*. Brno, 2010. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Jakub Macek.

Dostupné z: <[http://is.muni.cz/th/231115/fss\\_m/](http://is.muni.cz/th/231115/fss_m/)>.

TOPINKOVÁ, Martina. *Jak nové technologie a nástup digitalizace ovlivnily práci fotožurnalistů*. Praha, 2011. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd. Vedoucí práce PhDr. Alena Lábová.

WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Vybrané aspekty strukturální transformace českého lokálního a regionálního tisku po roce 1989*. Brno, 2010. Disertační práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Jaromír Volek.

Dostupné z: <[http://is.muni.cz/th/52932/fss\\_d/](http://is.muni.cz/th/52932/fss_d/)>.

**Datum / Podpis studenta/ky**

.....

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

**Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:**

-----

**Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:**

\* BOCZKOWSKI, Pablo J. *Digitizing the news: innovation in online newspapers*. Cambridge, Mass.: MIT Press, c2004, xi, 243 p.

\* KOVARIK, Bill. *Revolutions in communication: media history from Gutenberg to the digital age*. New York: Continuum, c2011, x, 367 s. ISBN 978-1-4411-9495-4.

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

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

Mgr. Roman Hájek

**Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga**

.....

**Datum / Podpis pedagožky/pedagoga**

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

**TEZE SCHVALUJE NA IKSŽ VEDOUCÍ PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.**

# Obsah

ÚVOD.....	2
<b>1 LOKÁLNÍ MÉDIA.....</b>	<b>4</b>
1.1 LOKÁLNÍ TISK V ČESKÉ REPUBLICE.....	5
1.2 SPECIFIKA PROFESE LOKÁLNÍHO NOVINÁŘE.....	7
1.2.1 Socioprofesní specifika.....	8
1.2.2 Obsahová specifika.....	9
1.2.3 Technicko-organizační specifika.....	9
<b>2 DIGITALIZACE.....</b>	<b>11</b>
2.1 ČASOVÉ VYMEZENÍ.....	11
2.2 ZMĚNY V MÉDIÍCH ZAPŘÍČINĚNÉ DIGITALIZACÍ.....	13
2.2.1 Zrychlení a usnadnění pracovního procesu a s tím související problémy.....	14
2.2.2 Multiprofesionalismus a nové úkoly.....	15
2.2.3 Rizika internetového zpravodajství.....	16
2.2.4 Zpětná vazba od čtenářů.....	17
2.3 SHRNUÍ.....	18
<b>3 METODOLOGIE.....</b>	<b>20</b>
3.1 CHARAKTERISTIKA METODY.....	20
3.2 CHARAKTERISTIKA VZORKU.....	20
3.2.1 Představení Deníku.....	21
3.2.2 Charakteristika respondentů.....	22
3.3 ZPRACOVÁNÍ DAT.....	24
3.4 ANALÝZA DAT.....	24
<b>4 INTERPRETACE VÝSLEDKŮ.....</b>	<b>25</b>
4.1 PROBLEMATICKÉ ZAČÁTKY.....	25
4.2 USNADNĚNÍ PRÁCE.....	26
4.3 PRÁCE MIMO REDAKCI.....	33
4.4 MULTIPROFESIONALISMUS A NOVÉ ÚKOLY.....	34
4.5 NOVINY VERSUS WEB.....	37
4.6 PŘÍSTUP KE ČTENÁŘŮM.....	39
4.7 LOKÁLNÍ VERSUS CELOSTÁTNÍ NOVINAŘINA.....	40
<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>45</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>47</b>
<b>POUŽITÁ LITERATURA.....</b>	<b>49</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>55</b>

## Úvod

Zavádění digitálních technologií do procesů masové komunikace, pro něž se užívá terminologické označení „digitalizace“, představuje v současnosti vysoce aktuální téma. Změna technologie vede k zásadním proměnám ve způsobu práce novinářů. Nejde jen o změnu pracovní činnosti jedince, který digitální technologie využívá prakticky neustále od zpracování tématu až po distribuci ke spotřebiteli, ale mění se i chod celé redakce.

V bakalářské práci se zaměřuji na tyto změny v lokálních médiích, která nejsou v tomto směru příliš prozkoumanou oblastí. Vzhledem k tomu, že se organizace práce v lokálních médiích liší od té v celostátních, dá se předpokládat, že i vliv digitalizace bude na lokální úrovni jiný. Chtěla jsem proto zjistit, jak se na proměny a její případné vlivy dívají právě lokální novináři a zda se vůbec domnívají, že je digitalizace prvkem, který jejich práci změnil. Zajímalo mne rovněž, zda lokální novináři vnímají rozdíl mezi dopady digitalizace na jejich práci oproti práci svých kolegů v celostátních médiích.

V první kapitole se věnuji lokálním médiím. Jedná se o specifický typ médií, který vychází nebo vysílá pouze na určitém území a zaměřuje se primárně na zpravodajství z této oblasti. Často bývá zaměňován za pojem regionální média. Dále první kapitola mapuje vývoj lokálních médií na českém území, na kterém mají dlouholetou tradici. V poslední části kapitoly vymezují rozdíly mezi prací lokálního a celostátního novináře.

Druhá kapitola představuje blíže fenomén digitalizace. Ačkoli k zavádění nových technologií dochází ve velké míře i v současnosti, mám na mysli období zejména 90. let 20. století, které přineslo vyšší počet digitálních technologií současně. V této kapitole zároveň popisují změny, které digitalizace přinesla do novinářské práce. Za ty hlavní považují zrychlení a usnadnění pracovního procesu, multiprofesionalismus a nové úkoly, online žurnalistiku a její rizika a širší možnosti komunikace se čtenáři.

Třetí kapitola se věnuje výzkumu. Cílem výzkumu bylo zjistit, jak se na problém digitalizace dívají lokální novináři. Zajímalo mě, jaký je podle nich skutečný dopad digitalizace na jejich práci, co pro ně digitalizace změnila a zda si myslí, že na celostátní úrovni je její vliv jiný. Výzkum využil formu kvalitativních rozhovorů, které na rozdíl od kvantitativních metod umožňují respondentům vyjádřit svůj názor a neomezují je předpřipravenou škálou odpovědí nebo omezeným prostorem v otevřených otázkách dotazníku. Protože byl výzkum zaměřen na názory respondentů a nikoli na zjištění skutečného stavu, zdál se mi tento způsob nejvhodnější.

Jako cílovou skupinu respondentů jsem zvolila celkem šest redaktorů z šesti různých redakcí lokálních mutací Deníku. Jde o čtyři šéfredaktory a dva sportovní redaktory, kteří v lokální redakci zažili období před digitalizací i po ní. Výběr zkoumaného titulu byl podmíněn tím, že síť titulů Deník je v současnosti v Česku nejvýraznějším lokálním periodikem.

Zjištěná data byla analyzována základním postupem kvalitativní obsahové analýzy – formou otevřeného kódování. V práci nedošlo k výrazným odchylkám oproti tezím, jen jsem pro analýzu nevyužila zakotvenou teorii, protože cílem nebylo utvořit teorii.

Závěrečnou částí je výsledná zpráva z výzkumu. Kompletní přepisy a audiozáznamy rozhovorů jsou přílohou bakalářské práce na CD.

## 1 Lokální média

Lokální média jsou specifickým typem médií vycházejícím nebo vysílajícím pouze v určité oblasti. Mohou jimi být tisk, rádio, televize i internet, které jsou dostupné jen pro uživatele v rámci dané lokality, nebo se zabývají v první řadě tematikou daného území. Může jít o média zpravodajská, která se věnují primárně lokálnímu zpravodajství a teprve na druhém místě zprávám celostátním a zahraničním, zájmová, ale také radniční a podniková (Tušer, 1995; Hamer, 2005a: 134; Osvaldová, 2007: 51).

Hlavními funkcemi těchto médií jsou podle Tušera (1995: 16):

- sociální orientace na dění v lokalitách a regionech
- zaznamenávání „běžných událostí“ v regionálním, lokálním a sublokálním obvodu (informace z politiky, ekonomiky, kultury a sportu v lokálním či regionálním rámci)
- čtenářský servis jako pomoc při řešení občanských a životních problémů
- postavení novin jako právního zástupce čtenářů (lidově řečeno „advokáta chudých“ – soustavné poukazování na každodenní problémy, pomocné kroky pro sociálně slabé, praktické rady apod.)

Pro správné zařazení konkrétního média do kategorie lokálních médií je potřeba definovat, jaké území se dá nazvat lokalitou a pro které už platí jiné označení. Tato skutečnost značně komplikuje konečnou kategorizaci média. Obecně můžeme rozdělit média dle území do tří kategorií: celostátní, regionální a lokální. Mnozí autoři považují pojmy lokální a regionální za synonymní a libovolně je zaměňují. Například Martin Hamer (2005a: 134) vychází při definici lokálních i regionálních novin z profesní organizace The Newspaper Society a popisuje je tak jako „*veškeré publikace psané na novinovém papíru nebo podobném médiu publikované... v pravidelných intervalech ne delších než sedm dní a dostupné regionálně spíše než na národní úrovni (tzn. nedostupné na všech nebo na většině britských ostrovů). Měly by obsahovat pravidelně aktualizované informace obecné povahy spíše než se věnovat speciálnímu zájmu nebo tématu.*“

Vzhledem ke struktuře médií v České republice je však dle mého názoru vhodnější interpretace, podle které jsou lokální a regionální média dva různé (nebo spíše podobné) typy médií. Pro obojí platí stejné definice z hlediska funkcí, ale liší se velikostí území své působnosti.

Rozlišení regionu a lokality za účelem vymezení lokálních a regionálních médií je dalším předmětem sporu jednotlivých autorů. Region je vnímán jako větší územní celek než lokalita, ale hranice se v představách autorů liší. Tušer (1995: 9) pod lokalitu řadí obec/město a pod region okres/oblast/kraj. Do lokálního tisku tak spadají média *obecní* a *městská* a do regionálního *okresní*, *oblastní* a *krajská*. Oproti tomu Brečka (2002: 115–116) poukazuje na to, že je důležité brát v potaz také společensko-kulturní rovinu. Vymezení podle území považuje za umělé, pokud nerespektuje zároveň zájmy lingvistických, etnických, společenských nebo jiných menšin, které se mohou pohybovat na větším území, než jaké je dané geograficky.

V českém prostředí lze výše uvedené definice zjednodušit. Za lokální média se dají považovat taková, která vycházejí nebo vysílají v rámci určitého okresu, za regionální ta, která působí na území kraje (Waschková Císařová, 2010: 15). Na českém mediálním trhu tak můžeme jako lokální média označit například Deníky a jako regionální mutace Mladé fronty DNES, jejíž regionální zpravodajství zabírá v deníku druhý sešit. Oba deníky sice na svých internetových stránkách uvádějí, že přinášejí regionální zpravodajství, ale z hlediska výše uvedeného rozlišení je Deník lokální a mutace Mladé fronty DNES regionální. Regionální mutace MF DNES korespondují s kraji. V České republice je ustaveno 14 krajů<sup>1</sup> a mutací MF DNES je taktéž 14.<sup>2</sup> Oproti tomu Deník vydává celkem 71 lokálních deníků, čímž se blíží k počtu 76 okresů<sup>3</sup> – většina okresů má svůj vlastní deník pojmenovaný přímo podle okresu a zbývajících 11 samostatných okresů pokrývá 5 deníků: Krkonošský, Slovácký, Valašský, Moravskoslezský a Havířovský.<sup>4</sup>

## 1.1 Lokální tisk v České republice

Současná struktura lokálního a regionálního tisku navazuje v některých aspektech na strukturu, která byla ustavena v roce 1960. V každém kraji vycházel jeden deník (Pravda v Západočeském, Průboj v Severočeském, Pochodeň ve Východočeském, Jihočeská Pravda v Jihočeském, Svoboda ve Středočeském, Nová svoboda v Severomoravském, Rovnost v Jihomoravském a Večerní Praha v hlavním městě) a v každém okresu periodika s týdenní nebo nižší periodicitou. Vydavatelem

1 Údaj podle Ministerstva vnitra ČR (<http://mvcr.cz>)

2 Údaj podle deníku MF DNES (<http://mfdnes.cz>)

3 Údaj podle Ministerstva vnitra ČR (<http://mvcr.cz>)

4 Údaj podle vydavatelství VLTAVA-LABE-PRESS (<http://vlp.cz>)

regionálních (krajských) deníků byly krajské výbory Komunistické strany Československa, lokálních (okresních) periodik potom okresní výbory KSČ (Končelík, Večeřa, Orság, 2010: 149).

Krajské a okresní výbory KSČ držely monopol nad vydáváním lokálních a regionálních titulů až do roku 1989. Teprve po sametové revoluci přešlo postupně vydávání regionálního a lokálního tisku pod soukromé společnosti. Vznikaly nové lokální a regionální listy, které ale často brzy zanikly (Benda, 2007).

Na přelomu 90. let se na český trh dostali zahraniční investoři. Do budoucna nejvýznamnějším z nich byla bavorská společnost Neue Presse Verlags-GmbH (od roku 2000 Verlagsgruppe Passau GmbH, v Čechách VLTAVA-LABE-PRESS, a. s.), která v průběhu deseti let rozšířila svou působnost na celou republiku a vytvořila největší síť lokálních periodik (Benda, 2007).

V současné době můžeme za nejvýznamnější skupiny lokálních a regionálních médií považovat lokální a regionální média, celostátní média s určeným prostorem pro regionální a lokální zpravodajství, radniční a podnikové tiskoviny a komunitní média (Osvaldová, 2007: 51; Macků, 2007: 101).

V první kategorii dominuje vydavatelství VLTAVA-LABE-PRESS se 71 deníky, které pokrývá lokálním zpravodajstvím celou republiku. Pokud jde o lokální týdeníky, v této oblasti patří prvenství týdeníku 5plus2 vydávanému společností AGF Media od roku 2012. Týdeník vychází zdarma v 71 mutacích v jednotlivých okresech.<sup>5</sup> Vedle nich se objevuje řada menších tiskovin, které nejsou zaštitěny společným vydavatelstvím, ale jsou jediným nebo jedním z mála vydávaných produktů vydavatele. Obvykle mají delší periodicitu a zaměřují se na konkrétní téma, ne obecně na zpravodajství.

Rozšířenějším trendem se stává vyčleňování prostoru pro místní zpravodajství v celostátních médiích. V posledních letech se tento trend objevuje hlavně v televizním zpravodajství (například Události v regionech na ČT 1 nebo Odpolední televizní noviny na TV Nova).

Třetí skupinu tvoří radniční a podnikové tiskoviny, kterých eviduje Ministerstvo kultury ČR více než 2,5 tisíce.<sup>6</sup>

Do poslední kategorie spadají takzvaná komunitní média. Jedná se o typ médií, která jsou určena specifickému okruhu spotřebitelů – komunitě. Ti se zároveň podílejí

<sup>5</sup> Internetové stránky vydavatele (<http://agfmedia.cz>)

<sup>6</sup> Podle evidence periodického tisku a vydavatelů (<http://www.mkcr.cz/scripts/modules/catalogue/search.php?catalogueID=1&lid=1>)



na tvorbě mediálních obsahů.<sup>7</sup> Patří sem například vietnamský časopis *Tuần Tin Mới* (Tungová, 2009).

## **1.2 Specifika profese lokálního novináře**

Zaměření lokálního tisku primárně na události týkající se dané lokality nebo popis jiné události s vysvětlením vlivu na danou lokalitu a teprve ve druhé řadě na ostatní zprávy činí tento tisk pro čtenáře atraktivním. Výzkum Pavla Pácla, který byl prováděn v roce 1996 v Severomoravském kraji, dokazuje, že čtenáři preferují místní informace. Z celkového vzorku 1 067 obyvatel 65,8 % uvedlo, že čtou ve svých novinách rubriku regionální zpravodajství (Pácl, 1997: 38).

Zájem čtenářů o místní informace tak nabízí novináři přijatelnější prostředí pro jeho práci. Zatímco se celostátní deníky snaží zaujmout anonymní čtenáře po celé republice, lokální novinář píše o tématech čtenáři blízkých. Zároveň se sám novinář pohybuje v prostředí, o kterém píše, takže je mu téma bližší. Blízkost k tématu, k aktérům a čtenářům může být ale zároveň i nevýhodou. Novinář musí více přemýšlet o tom, co a jak napíše. V této souvislosti mluví Petr Orálek o tzv. syndromech české regionální žurnalistiky (Orálek, 2007: 92–94). Jde o sedm zlozvyků českých regionálních novinářů, kterých je potřeba se při této práci vyvarovat. Orálek regionálním novinářům vytýká přístup ke zdrojům. Novináři mnohdy interpretují události pouze z jednoho pohledu – z pohledu slabších (méně početných, chudých), z pohledu úředníků nebo osob pracujících v institucích, které považují za neomylné. Dále poukazuje na riziko blízkosti redaktora k tématu, které může mít vliv na jeho objektivitu. Kritizuje také zlenivění novinářů, kteří využívají více získávání informací po telefonu, místo aby se sami zúčastnili dané události, nebo využívají tisková prohlášení jako zprávu, ačkoli by je měli použít pouze jako zdroj, podle kterého napíše vlastní článek. Na stejná rizika upozorňuje také Franklin (2006: 11).

V této práci se věnuji třem typům odlišností práce lokálních novinářů: specifickým socioprofesioním, obsahovým a technicko-organizačním. Jde o oblasti, kde se práce lokálních a celostátních novinářů může lišit nejvíce.

---

<sup>7</sup> Podle materiálu pracovní skupiny RRTV pro komunitní média (<http://rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni-media.pdf>)

### 1.2.1 Socioprofesionální specifika

Přehled socioprofesionálních odlišností lokálních novinářů přináší ve své stati *Regionální žurnalisté v posttransformační etapě* Jaromír Volek (2007). Vychází přitom z průzkumu Český novinář prováděného v letech 2002–2005. Pro tuto práci bude přínosné uvést jen některé z nich.

V první řadě uvádí Volek věkovou strukturu novinářů. Z výzkumu vyplývá, že novináři v lokálních redakcích jsou v průměru o 12 let mladší než redaktori v celoplošných médiích. Často se rovnou dostali na pozice editorů, vedoucích vydání nebo šéfredaktorů, aniž by si prošli pozicí elévů. Zdá se tedy, že mají méně zkušeností než novináři z celostátních redakcí, alespoň tomu tak bylo v 90. letech.

Pokud jde o vzdělání, výzkum poukazuje na to, že vysokou školu vystudovalo 34 % lokálních novinářů, zatímco v celostátních médiích pracuje 53 % vysokoškoláků. Lokální novináři navíc málokdy absolvovali obor žurnalistika nebo jiná specializovaná komunikační studia (necelých 15 %). Celostátní novináři jsou tedy stupňově i oborově vzdělanější.

Další zajímavou charakteristikou je počet hodin strávených týdně výkonem novinářského povolání. Průměrná doba se příliš neliší, regionální novináři stráví svou prací 51 hodin týdně a celostátní jen o hodinu méně. V rozpětí 43–61 hodin je ale schodek podstatně vyšší, tolik času stráví novinářskou činností 70 % regionálních novinářů a 58 % celostátních redaktorů.

S časovou náročností souvisí i psychické rozpoložení novinářů. Není tedy divu, že z dotázaných 51 % regionálních novinářů uvedlo, že denně nebo téměř denně zažívá při práci stres, zatímco v případě jejich celostátních kolegů šlo o 35 % osob.

Za zmínku stojí i přístup jednotlivých novinářů k finančnímu ohodnocení, ze kterého vyplývá, že jsou celostátní novináři lépe placeni než regionální. Desetina regionálních novinářů uvedla, že jim příjem někdy nepokryje ani základní potřeby, zhruba polovina má na základní potřeby a ještě něco ušetří a čtvrtina si může dovolit v podstatě vše, co potřebuje, a zároveň ušetří. Do dvou pozitivnějších kategorií se tedy zařazuje 76 % regionálních novinářů, zatímco z celostátních médií sem spadá 88,5 % novinářů. Z uvedených výsledků vyplývá, že novináři v lokálních redakcích věnují své práci více času než novináři v celostátních redakcích, ale zároveň jsou finančně hůř ohodnoceni (viz též Franklin, 2006: 9).

### 1.2.2 Obsahová specifika

Témata zpráv v lokálních a celostátních médiích se výrazně liší. Lokální média se zabývají primárně zprávami, které se týkají dané lokality. Články informují mnohdy o běžných událostech, které se v dané lokalitě udály, ať už jde o šedesáté výročí svatby tamějších obyvatel, otevření školy nebo výstavu. Jde o události, které jsou významné pro obyvatele dané lokality. Lokální média se věnují také celostátním a celosvětovým tématům, ale až ve druhé řadě. Často tato témata popisují z pohledu dané lokality a jejich vlivu na lokalitu (Cole, 2006: 74; Gerth, 2012: 49–52).

Tato unikátnost činí lokální tisk pro čtenáře atraktivním, témata jsou pro čtenáře blízká. Na druhé straně může být pro novináře obtížné v takovém prostředí pracovat. Musí více přemýšlet o tom, co a jak o kom napíší, aby se někoho nedotkli nebo někomu neublížili. Pokud by například někoho neprávem obvinili z trestného činu, na takto malém prostoru by z něj v očích občanů udělali zločince, i kdyby se později omluvili. Omluvu by totiž mohla řada čtenářů přehlédnout, a navíc se občané mnohdy řídí heslem „když to psali v novinách, tak na tom určitě něco bude“. Lokální zpravodajství totiž výrazně ovlivňuje názory čtenářů (Orálek, 2007: 93; Kaniss, 1997: 1–8).

Zvláštní vztah nastává v této souvislosti mezi novináři a politiky. Lokální novinář se setkává se členy zastupitelstva častěji než celostátní novinář s politiky, kteří působí ve vyšší politice. Tomuto problému se ve své studii *Journalists and Politicians: a relationship requiring manoeuvring space* věnuje Larsåke Larsson (2002). Mezi politiky a novináři vzniká pro obě strany důležitý vztah. Novináři potřebují politiky jako své zdroje a politici naopak potřebují, aby novináři psali o určitých tématech. Důležité ale je, aby si novinář zachoval svou objektivitu a nenechal se ovlivnit politikovými názory.

### 1.2.3 Technicko-organizační specifika

Oproti celostátním redakcím se značně liší zaměstnanecká struktura v lokálních denících. Lokální redakce nejsou příliš početné, obvykle se na psaní článků podílí jen několik redaktorů. Z tohoto důvodu je kladen větší požadavek na multiprofesionalismus (viz podkapitola 2.2.2). Redaktoři musí zvládat různé úkoly: psát články, fotografovat, natáčet videa, editovat texty a vkládat je na webové stránky (Macků, 2007: 103).

Zároveň tu nedochází k rozdělení témat podle oboru, ale novinář musí umět psát o všech tématech – například kultuře, politice nebo kriminálních případech.

Významnou roli hrají v lokální novinářině ekonomické aspekty. Vzhledem k nižšímu finančnímu ohodnocení lokálních novinářů uvedenému výše se dá předpokládat, že finance hrají roli také v technologickém vybavení novinářů. Kvůli nižším finančním prostředkům mohou být lokální redakce vybaveny staršími technologiemi než redakce celostátní.

Ekonomický faktor hraje výraznou roli v celém fungování lokálních periodik. Výrazným zdrojem příjmu pro redakci je inzerce, příjmy z inzerce se však odvíjejí právě od ekonomické situace. Pokud je ekonomická situace špatná, firmy na inzerci šetří. Navíc v této době může noviny kupovat méně čtenářů, a prodej inzerce tudíž zkomplikuje fakt, že její účinek dopadne na menší počet potenciálních spotřebitelů (Kaniss, 1997: 2).

## 2 Digitalizace

Pojem digitalizace médií může být vnímán ze dvou hledisek: jako zavádění digitálních technologií do pracovního procesu, nebo jako nedávný přechod z analogového vysílání televize na digitální (Šmíd, 2010: 51–52). Pro účely této práce se budu věnovat pouze prvnímu jmenovanému, a to pouze v souvislosti s psanou žurnalistikou.

V tomto smyslu se tedy dá digitalizací označit zavádění digitálních technologií do procesu tvorby mediálních obsahů. Patří sem veškeré digitální technologie, které jsou využívány od momentu volby tématu přes získávání informací a tvorby článku až po produkci a distribuci mediálního textu ke čtenáři. Digitální technologie tak provázejí novináře během celého pracovního dne. Jakubowicz (2013: 56–57) přibližuje digitalizaci pojmem dematerializace masové komunikace, čímž má na mysli odtržení obsahů od jejich materiálních forem. Novinový papír je například nahrazen textem v digitální podobě na internetu, papírová kniha knihou elektronickou, magnetofonová páska a CD nosič digitálním formátem souboru MP3. Všechny nové materiální formy jsou zakódované do stejného systému – binárního kódu. Velikost zvukového záznamu, fotografie i textu lze v digitální podobě definovat pomocí jednotek bitů a bytů. (Šmíd, 2009: 23–24; Jakubowicz, 2013: 56–57; Briggs, 2007: 12).

Digitální technologie novinářům práci značně usnadňují. Dochází zejména ke zrychlení: rychleji se dají zjistit informace, tvořit články i publikovat a distribuovat mediální produkty. Na druhé straně může mít usnadnění za následek i zlenivění novinářů, kdy místo vlastní účasti na akci zjišťují informace přes telefon a internet. Digitální technologie přinášejí pro novináře také řadu nových úkolů a kladou tak větší nároky na jejich schopnosti (viz podkapitola 2.2).

### 2.1 Časové vymezení

Budeme-li digitalizaci vnímat jako zavádění digitálních technologií, pak jde v podstatě o nepřetržitě se vyvíjející proces. Neustále se objevují nové technologie, které usnadňují práci nejen novinářům. Nejzásadnější proměny však přišly ve druhé polovině 20. století, kdy docházelo k největšímu rozmachu digitálních i dalších nových technologií. Do České republiky tyto technologie dorazily kvůli

komunistickému režimu se zpožděním až po roce 1989 spolu s příchodem zahraničních vlastníků médií (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011: 380).

Na první pohled nejzřetelnější proměnou je nahrazení psacích strojů osobními počítači. První osobní počítač se ve světě objevil v roce 1974 (Kovarík, 2011: 282). Stolní počítače se postupně začaly zdokonalovat a více usnadňovat novinářům práci. Brzy si vedle nich našly své místo i notebooky, jejichž předchůdci začali být používáni už na počátku 80. let, ale větší obliby dosáhly až v letech devadesátých (Návrat, 2004). Dnes už mnohdy nahrazují osobní počítače, zejména pokud se jedná o práci novinářů mimo redakci. Od nástupu počítačů se odvíjí řada dalších technologických změn. Dochází k novému způsobu tisku novin. Sazbu už novináři nemusí provádět ručně, ale tisk se provádí přímo z počítače (Slanec, 2007: 189).

Skutečně zásadní technologickou změnou byl nástup internetu. První pokusy o vytvoření sítě, která by umožňovala sdílet informace, se datují do roku 1969, první webová stránka na internetu jako taková byla ale spuštěna až 6. srpna 1991 (Kovarík, 2011: 305). V České republice se pokoušeli připojit k internetu mnozí technogicítí nadšenci už v roce 1989, v dalších letech byl internet využíván zejména v univerzitním prostředí. Překážkou bránící masovému připojení uživatelů k internetu byly zastaralé technologie, ale také dlouhodobý telekomunikační monopol společností SPT Telecom a Eurotel. První soukromí poskytovatelé měli možnost vstoupit na český trh v roce 1995, což vedlo k rychlému rozšiřování internetu. (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011: 380; Šmíd, 2005: 27). Ve své současné podobě umožňuje internet novinářům snadno a rychle vyhledávat informace a naopak přinášet aktuální zpravodajství pro své čtenáře na webových portálech (Šmíd, 2009: 21–22). Na druhé straně internetová varianta tištěných deníků zvyšuje riziko zániku novin, protože mnoho čtenářů dává přednost internetovému zpravodajství.

Novou nepostradatelnou pomůckou novináře se stal digitální fotoaparát. Digitální fotoaparát, který se na světovém trhu objevil na konci 80. let (Kovarík, 2011: 135), usnadňuje novinářům a fotografům rozhodovací proces. Paměťová karta, na kterou se fotografie ukládají, umožňuje vyfotografovat téměř neomezené množství snímků. Autoři si teprve poté v počítači mohou vybrat, který z nich je nejvhodnější. Na druhé straně snadnost pořizování fotografií způsobila, že fotografové méně přemýšlejí o tom, co vyfotografují, a pořizují tak velké množství zbytečných snímků. Další usnadnění práce s fotografií přinesly počítačové programy, ve kterých lze fotografie upravit a vylepšit. Ty však zároveň usnadnily možnost zkreslení fotografie a značného

pozměnění významu (Lábová, Láb, 2009: 10–11). Nicméně celkové usnadnění práce s fotografií umožnilo, že nemusí v redakci fotografovat jen fotografové, ale zvládnou to i samotní novináři. Vzhledem k nižšímu počtu redaktorů v lokálních redakcích je pravděpodobné, že obzvlášť tam budou novináři zároveň i fotografovat.

Ve výčtu technologických změn nesmíme zapomenout na mobilní telefon, jehož počátky sahají do 70. let, kdy se však jednalo o velké, těžké a drahé přístroje. Zmenšení, zlevnění a tím pádem i širší využití je patrné opět až v letech 90. (Ama, 2013). Čeští novináři začali tento přístroj využívat od roku 1996, kdy se na českém trhu objevili dva mobilní operátoři digitální sítě GSM (Šmíd, 2005: 27). Už pevná linka umožňovala novinářům získávat informace po telefonu, ale mobilní telefon tuto možnost ještě znásobil a značně zrychlil.

Jednadvacáté století přineslo doposud řadu nových technologií. Jedná se zejména o zdokonalování již zavedených technologií (lepší a výkonnější počítače, notebooky a mobilní telefony), ke kterým se výrobci snaží doplnit nové funkce, ale nastupují i technologie zcela nové (například tablety). Protože se ale jedná hlavně o vylepšování dosavadních technologií (tablet je například zjednodušeně řečeno lehčí notebook bez klávesnice doplněný o některé funkce mobilního telefonu a fotoaparátu), jejich vliv na práci novináře už není tak patrný jako v počátku digitalizace. Následující podkapitola se proto věnuje podrobněji konkrétním změnám, které digitalizace přinesla právě hlavně na konci 20. století.

## ***2.2 Změny v médiích zapříčiněné digitalizací***

Nástup jakékoli nové technologie přináší změny. Nejde jen o digitální technologie z posledního dvacetiletí, pracovní proces ovlivnila každá technologie v minulosti, ať už šlo o knihtisk, telegraf, telefon nebo fotografii. Každý nový vynález přinesl vždy zejména zrychlení a usnadnění práce (McNair, 2004: 128). Co se týče digitálních technologií, považují dále za hlavní změny multiprofesionalismus a vznik nových úkolů, riziko internetového zpravodajství jako konkurence a původce změny pracovních zvyklostí a usnadnění komunikace se čtenáři.

### 2.2.1 Zrychlení a usnadnění pracovního procesu a s tím související problémy

Digitální technologie umožňují novinářům značně urychlit práci. Vezměme si postupně celý pracovní proces. Základem pro napsání článku je výběr tématu a zjištění základních informací. Pravděpodobně nejjednodušším způsobem je posadit se k počítači a na internetu vše vyhledat. Novinář takto získá informace během několika minut (Jakubowicz, 2013: 201–202; McNair, 2004: 128, 138).

Následuje účast na akci, o které bude respondent psát. Tady je velkým pomocníkem diktafon, na který si novinář může nahrát rozhovor nebo třeba vlastní poznatky. Nemusí si vše zapisovat na papír jako dříve (Briggs, 2007: 69–70).

Po události je potřeba napsat článek. Zatímco dříve redaktor psal na psacím stroji, dnes článek napíše na počítači. Na rozdíl od psacího stroje může text libovolně přepisovat, napsané smazat a vytvořit nový text.

Dříve po napsání článku následoval složitý proces tisku, kdy se v tiskárně muselo podle předlohy sázet každé písmeno zvlášť (Slanec, 2007: 187). Díky digitalizaci napíše novinář článek, který je možné rovnou vytisknout, novinář samotný už s ním z tohoto hlediska nemá žádnou práci. Výhodou plynoucí z usnadnění tisku je pro novináře také to, že se díky němu mohla posunout uzávěrka. Zatímco dříve kvůli náročnosti tisku, kdy musel novinář sám článek pro tisk připravit, bylo potřeba mít článek napsaný dříve, dnes jsou uzávěrky novin posunuté až do pozdních večerních hodin.

Rizikem nových technologií je na druhé straně možné zlenivění novinářů. Hrozí tak, že se novináři stanou přepisovači informací a méně budou vyrážet do terénu (viz syndromy české regionální žurnalistiky podle Orálka). V případě, že novináři zjišťují informace z druhotných zdrojů, mezi kterými v této době převažuje internet, hrozí také, že jim uniknou informace, které na internetu stále dohledatelné nejsou, nebo se dají najít pouze v případě, že novinář zná správnou cestu přes vyhledávače (tzv. neviditelný web – Šmíd, 2009: 22). Pavlik (2000: 229–230) upozorňuje také na riziko rozhovorů prováděných po telefonu. Kritizuje takové rozhovory proto, že neumožňují novináři doplnit kontext kvůli chybějícím neverbálním prvkům, a navíc redaktor nemá jistotu, že opravdu mluví s osobou, se kterou mluvit chce. Totéž platí i u provádění rozhovorů přes e-mail. Pakliže je lokální novinařina zaměřena na zpravodajství, které se týká skutečných osob z vesnic a měst a informuje v první řadě o událostech z dané lokality, může být tento trend zjišťování informací z druhotných zdrojů ještě problematictější.



## 2.2.2 Multiprofesionalismus a nové úkoly

Podle Huovila (dle Rintala a Suolanen, 2005) se práce ve velkých mediálních společnostech před digitalizací podobala práci v továrně, kde je každá fáze prováděná specialistou: novinář byl zodpovědný za obsah, editor zvuku a videa za technickou kvalitu a za celý program nesla zodpovědnost skupina pracovníků (v televizi včetně režiséra, asistenta režie, scénáristy, editora zvuku, střihače, editora videa a kameramanů). Digitalizace (a také ekonomická situace) přináší změnu a vedou k multiprofesionalismu. To znamená, že různé profese zahrnují novou náplň práce, která předtím spadala do kompetencí jiných osob. Některé profese zanikají a náplň jejich práce se přesouvá na ostatní (tamtéž).

Rintalová a Suolanenová (2005) se ve svém výzkumu zaměřily na tyto proměny v rozhlasu a televizi. Provedly 32 rozhovorů se zaměstnanci na různých pozicích ve třech specifických médiích: v rozhlasové stanici zaměřené na dokumenty, na digitálním televizním zpravodajském kanálu a na televizním kanálu zaměřeném na dokumenty. Na základě tohoto výzkumu specifikovaly tři různé rysy pojmu multiprofesionalismus:

*Přenesení úkolů.* Pracovní povinnosti některých profesních skupin byly přesunuty do kompetencí jiných. V případě rádia šlo zejména o přenesení povinností editora zvuku do pracovní náplně novinářů (produkce, nahrávání a editování zvuku). Úkoly spojené s vysíláním byly zase převedeny na hlasatele. V dokumentární televizi přešly některé povinnosti kameramanů a editorů videa do pracovní náplně reportérů.

*Sloučení úkolů různých pracovníků.* Pracovní povinnosti dvou nebo více pracovníků nebo pracovních skupin se sloučily do pracovní náplně jednoho člověka nebo jedné skupiny. To bylo patrné zejména u zpravodajského televizního kanálu.

*Vznik nových úkolů.* V důsledku vzniku nových médií (zejména internetu) se objevila potřeba zavést nové pracovní úkoly. Vznikají zcela nové pracovní pozice a zároveň je potřeba zvýšit kompetence všech pracovníků.

Přestože se výše zmíněný výzkum zabýval změnami v rozhlase a televizi, podobně se změnila novinářská profese také v tištěných médiích. I tam dochází k přenášení povinností z jedné profesní skupiny na jinou, slučování úkolů více osob nebo skupin pod náplň práce jednoho pracovníka nebo skupiny a přidávání úkolů kvůli vzniku nových médií. V posledně jmenované kategorii hraje hlavní roli koncept nová média, pod který mohou spadat následující pojmy: digitální technologie a platformy, online žurnalistika a elektronické a multimediální publikace (Hamer, 2005b: 160–161).

V souvislosti s novými novinářskými úkoly je stěžejní pojem online žurnalistika, který bývá často definován jako online verze tištěných novin. V obecnějším smyslu ale zahrnuje veškeré žurnalistické texty publikované na internetu, spadají sem tedy třeba internetové zpravodajské weby, internetové časopisy nebo blogy. Velkou roli zde hraje rychlost a aktuálnost. Protože má k internetu přístup téměř každý včetně konkurence, je potřeba snažit se přinášet nové zprávy co nejdříve (Hamer, 2005c: 182–183).

Pokud jde o tisk a nové úkoly, které online žurnalistika přináší, je tu zásadní právě vznik online verzí tištěných deníků. Ve větších denících bývají redakce funkčně rozdělené na redaktory z tištěného deníku a redaktory z online verze, kteří ale obývají jeden newsroom – velkou kancelář, kde má každý svůj vlastní stůl a pracovní prostor, ale zároveň může jednoduše komunikovat s ostatními (Kinsey, 2005: 172–173) – a vzájemně spolupracují (Jakubowicz, 2013: 79). V některých redakcích mohou být ale články jednotlivých redaktorů publikovány v tištěné nebo online verzi bez ohledu na jejich redakční zařazení, jak je tomu například v MF DNES (Rozhovor s Martinem Rumlerem, šéfredaktorem regionální přílohy MF DNES Praha a střední Čechy, Praha 7. 6. 2010.).

### **2.2.3 Rizika internetového zpravodajství**

Kromě toho, že se internetové zpravodajství stalo novým způsobem žurnalistiky, přináší pro klasickou novinářinu určité riziko. Velkou nevýhodou novin je jejich neaktuálnost, protože vycházejí až druhý den, zatímco internet poskytuje informace ihned. Mnohé deníky proto využívají právě vlastní internetové portály, čímž ale zároveň riskují, že si čtenáři přečtou zprávy na internetu a noviny si už nekoupí. McNair (2004: 138–141) v této souvislosti podotýká, že podobné obavy se objevily s nástupem rozhlasu a televize, ale tato média noviny nevytěsnila, proto jsou podle něj obavy ze zániku novin kvůli internetu zbytečné. Tvrdí, že noviny mají oproti internetu výhodu ve své přenosnosti a v tradici, podle které lidé čtou noviny v metru nebo u kávy. Nové technologie však tuto vadu dohánějí – internetové zpravodajství se stává přenosným v tabletech a mobilních telefonech (Jakubowicz, 2013: 35). Otázkou tedy zůstává, jak dlouho se lidé nevzdají „šustění a vůně papíru“.

Důraz na aktuálnost jako současný trend médií může mít negativní důsledky pro novinářskou práci i v jiném smyslu. Nutí novináře zveřejňovat články co nejdříve, být první oproti konkurenci, což může vést k vytvoření nekvalitního článku. Takové články

jsou mnohdy povrchní, nezacházejí do hloubky problému (McNair, 2004: 128–129). Kvůli tomuto tlaku, který je na novináře vyvíjen, využívají redaktoři často sekundární zdroje. Neúčastní se přímo událostí, o kterých píšou, ale informace získávají po telefonu, přes e-mail nebo z internetu. Často dokonce používají tisková prohlášení nebo agenturní zpravodajství jako článek, místo aby je použili jako výchozí zdroj pro článek vlastní (Orálek, 2007: 92–94; Pavlik, 2000: 229–230). Dalším problémem sekundárních informací, které poskytuje internet, je skutečnost, že ke stejným informacím mají přístup i ostatní uživatelé internetu, a navíc může na internet přidat informace téměř kdokoli. Novinář proto musí selektovat zdroje a informace ověřovat. Zároveň musí změnit svůj styl práce a využití informace doplnit něčím novým, aby byl článek pro čtenáře atraktivním (Šmíd, 2009: 119–121).

#### **2.2.4 Zpětná vazba od čtenářů**

Pavlik (2000; 234–236) poukazuje také na změnu komunikace mezi novináři a čtenáři. Zatímco dříve šlo o spíše asymetrickou komunikaci, kdy měli více prostoru novináři, dnes se čtenářům otevírají nové možnosti, jak s redakcemi komunikovat. Hlavní roli tu hraje opět internet, přes který čtenáři mohou kontaktovat novináře, ať už e-mailem nebo v případě internetových médií v diskusích pod články.

Díky internetu mají dnes novináři přístup k informacím o tom, jaké články čtenáři čtou a jaká témata je zajímají. Tyto informace mohou novinářům pomoci při výběru tématu, o kterém budou psát, na druhé straně však novináři mohou protěžovat některá témata na úkor jiných (McQuail, 2013: 171–193).

Digitalizace umožnila čtenářům také zapojení se do samotné tvorby mediálních obsahů. Jakubowicz (2013: 151–152) rozděluje čtenáře (respektive příjemce médií) do šesti skupin podle míry jejich zapojení – od pasivnějšího přístupu, kdy příjemce přijímá podněty z médií a občas na některé z nich reaguje (například soutěže) až po tvorbu vlastních mediálních obsahů a médií samotných. To vše je možné díky snadné dostupnosti technologií, které dnes může využívat téměř každý.

Opět se dá předpokládat, že zapojení čtenářů lokálních novin je značnější než čtenářů celostátních, protože jsou témata čtenářům v lokalitě bližší.

## 2.3 Shrnutí

Digitalizace jako nástup digitálních technologií přinesla řadu pozitivních i negativních změn. Nejvýraznější z nich je urychlení a usnadnění práce novinářů. Ti nyní mohou rychleji sehnat informace, pořídit zvukový nebo obrazový záznam z místa události, napsat článek i ho předat k tisku. Toto usnadnění ovšem může být riskantní proto, že novináři více využívají technologie pro získávání informací, místo aby se přímo účastnili akcí, o kterých píší. Podle Orálka je usnadnění práce v negativním slova smyslu typické právě pro lokální novináře (viz podkapitola 1.2).

Další změnou způsobenou digitálními technologiemi je multiprofesionalismus a vznik nových úkolů. Multiprofesionalismem se rozumí schopnost novinářů zastat více typů pracovních povinností – psaní, editování, fotografování nebo správu webu. Právě správa webu je nejvýraznějším novým úkolem novinářů v tištěných médiích. Protože v lokálních novinách pracuje obvykle jen několik redaktorů, dá se předpokládat, že se bude multiprofesionalismus projevovat v lokální redakci výrazněji.

Internet přinesl pro novináře také několik rizik. V první řadě je to konkurence v podobě internetové verze deníku. Tu redakce obvykle spouštějí proto, aby měly možnost přinášet čtenářům aktuální informace, protože zprávy v tištěném deníku jsou dostupné až druhý den. Internetová verze ovšem ztěžuje prodej deníků, jelikož mnoho čtenářů si přečte zprávy na internetu a potom už si nekoupí tištěné noviny. Redaktoři by proto měli přicházet s řešeními, která zajistí prodej novin i čtenost webového zpravodajství. Snaha o aktuálnost je dalším problémem internetového zpravodajství. Novináři se snaží dávat zprávy na internet co nejrychleji, aby předběhli konkurenci, což se často projevuje na jejich kvalitě. Témata nejsou propracována do hloubky, navíc jsou často využívány sekundární zdroje z internetu místo vlastní účasti na místě události. Mnohdy přepisují novináři celá tisková prohlášení, místo aby je používali pouze jako zdroj. Orálek opět připisuje tento negativní zvyk lokálním novinářům (viz podkapitola 1.2).

Poslední z hlavních změn je zlepšení přístupu čtenářů k médiím. Jednak mají čtenáři více možností kontaktovat média (pomocí telefonu, e-mailu, internetových diskusí), jednak se čtenáři mohou více zapojovat a tvořit vlastní mediální obsahy v oficiálních nebo vlastních médiích. Protože se lokální tisk věnuje primárně zpravodajství, které se týká obce a jejích obyvatel, dá se předpokládat, že kontakt ze strany čtenářů bude v těchto médiích výrazný.

Vlastní výzkum má za úkol zodpovědět otázku, jak podle lokálních novinářů proměnila digitalizace jejich práci. Na základě teoretického zázemí se jednotlivé podotázky věnují konkrétním oblastem:

- Jaké změny přinesla digitalizace pro lokální novináře? Co považují za její výhody, a co naopak za její nevýhody?
- Jak změnila digitalizace využívání zdrojů a frekvenci účasti na místě události?
- Jak změnila digitalizace pracovní povinnosti lokálních novinářů?
- Jaké nové úkoly přinesla digitalizace pro lokální novináře?
- Jaké změny přinesl internet? Jak postupují lokální novináři, aby zamezili rizikům, které internet přináší?
- Jak se změnil digitalizací přístup ke čtenářům?
- Jak vnímají novináři rozdíl mezi vlivem digitalizace na lokální a celostátní úrovni?

### 3 Metodologie

Cílem vlastního výzkumu bylo zjistit, jak se na digitalizaci a jí způsobené změny dívají lokální novináři. Jak vzpomínají na období před digitalizací, co se pro ně změnilo, jestli považují digitalizaci za příčinu těchto změn a zda si myslí, že se jich digitalizace dotkla jiným způsobem než jejich kolegů z celostátní redakce.

Protože se jedná o perspektivu novinářů, zvolila jsem pro výzkum metodu hloubkových rozhovorů. Tato metoda se jeví jako nejvhodnější s ohledem na to, že cílem není zjistit skutečný stav, ale názory a pocity respondentů. Ty se dají lépe vyjádřit právě v hloubkovém rozhovoru, kde má respondent větší prostor pro vlastní vyjádření a není omezen škálou předpřipravených odpovědí nebo omezeným prostorem pro vyjádření v otevřených otázkách dotazníku.

#### 3.1 Charakteristika metody

Hloubkový rozhovor spadá do kategorie kvalitativních metod. Umožňuje respondentovi, aby se vyjádřil k tématu po svém, není omezen předpřipravenými odpověďmi od tazatele a je tu tedy menší riziko zkreslení osobou tazatele. Hendl (2005: 164–190) rozlišuje několik typů kvalitativních (hloubkových) rozhovorů: strukturovaný rozhovor s otevřenými otázkami, rozhovor pomocí návodu, neformální rozhovor, narativní rozhovor, fenomenologický rozhovor, skupinovou diskusi, skupinové interview a vyprávění. Jednotlivé metody se dle mého názoru hodně prolínají, nicméně pro výzkum byl využit typ, který Hendl označuje termínem *rozhovor pomocí návodu* (Hendl, 2005: 174–175). Jedná se o rozhovor s předem předpřipravenou osnovou, která vede rozhovor k tématu, jež je pro výzkum důležité, ale zároveň umožňuje tazateli reagovat na respondenta a uzpůsobit otázky dané situaci. Protože jsem měla jasně stanovené okruhy, na které jsem se chtěla novinářů zeptat, jevila se tato forma jako nejvhodnější.

#### 3.2 Charakteristika vzorku

Rozhovory byly prováděny se šesti novináři ze šesti různých redakcí lokálních mutací titulu Deník v rámci Středočeského kraje. Dotazovaní novináři působí na různých pozicích a zažili v redakcích období před digitalizací i po ní. Výběr

zkoumaného titulu byl podmíněn tím, že síť titulů Deník je v současnosti nejvýraznějším lokálním periodikem.

Dva respondenti byli přímo osloveni, ostatní čtyři byli získáni *metodou sněhové koule* (snowball sampling). Jde o způsob výběru, kdy respondent doporučí další vhodné respondenty (Surynek, Komárková, Kašparová 2001: 70). V tomto případě bylo rozhodujícím kritériem, aby respondenti pracovali jako lokální novináři v Deníku a zažili v redakci období před digitalizací i po něm.

### 3.2.1 Představení Deníku

Vydavatelství VLTAVA-LABE-PRESS, které spadá pod německý koncern Verlagsgruppe Passau, působí na českém trhu od počátku 90. let. Postupným skupováním různých deníků a lokálních týdeníků rozšířilo svou působnost na celou republiku (Benda, 2007). V současné době vydává 71 lokálních deníků a 23 lokálních týdeníků.<sup>8</sup>

Deníky vycházejí pod shodným názvem Deník doplněným vždy o přízvisko dané oblasti, v Jihomoravském kraji navíc o původní název Rovnost. V České republice jde o jedinou společnost, která by denně lokálním zpravodajstvím pokrývala celou zemi. Co se týče čtenosti, zaujímá Deník se svým prodaným nákladem 161 628 výtisků třetí místo za deníky Blesk a Mladá fronta DNES.<sup>9</sup>

Přestože jsou jednotlivé deníky známy pod názvem daného okresu (případně oblasti), oficiální struktura je o něco rozsáhlejší. Centrální redakce sídlí v Praze a tvoří část výtisku novin, který je společný pro celou republiku. Dále je Deník rozdělen do devíti krajských divizí: Deník střední Čechy, Deník jižní Čechy, Deník západní Čechy, Deník severní Čechy, Deník východní Čechy, Deník Vysočina, Deník jižní Morava, Deník střední a východní Morava a Deník severní Morava a Slezsko.<sup>10</sup> V každém z těchto krajů sídlí krajská redakce, která má na starost krajské zpravodajství. Tyto články jsou obsaženy ve všech lokálních mutacích v rámci daného kraje. Poslední skupinu tvoří 71 okresních redakcí, které zaplňují prvních pět až šest stran každého vydání. Jimi napsané články se obvykle objevují pouze ve vydání v daném okrese, jen pokud se jedná o informace důležité pro jiné oblasti, dostanou se i na krajskou nebo

<sup>8</sup> Podle internetových stránek vydavatele (<http://www.vlp.cz>)

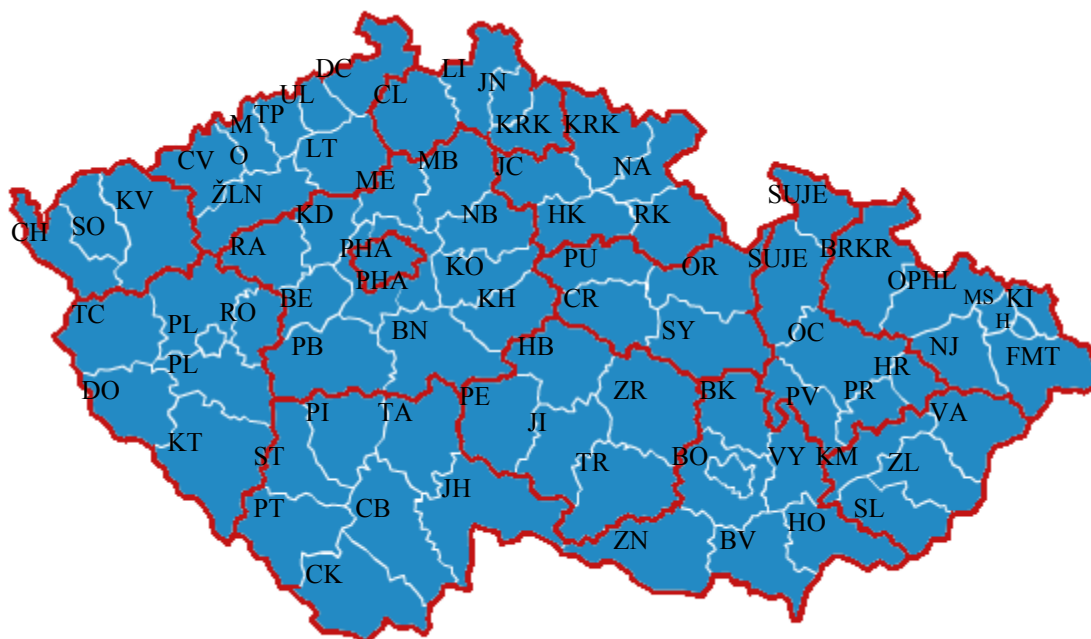
<sup>9</sup> Údaj z října 2013 podle Unie vydavatelů ČR

[http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta\\_cisla\\_denicich/prodany\\_naklad\\_deniku/314-deniky\\_celostatni](http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denicich/prodany_naklad_deniku/314-deniky_celostatni)

<sup>10</sup> Podle internetových stránek vydavatele (<http://www.vlp.cz>)

celostátní úroveň (rozhovor s šéfredaktorem krajské redakce Deníku střední Čechy, 18. února 2014, a s krajským sportovním redaktorem, 26. února 2014). Své lokální varianty si jednotlivé redakce udržují i v internetové podobě denik.cz. Podrobnější rozčlenění viz Obrázek 1.

**Obrázek 1. Přehled pokrytí Deníků** (vlastní mapa vycházející z mapy na [www.denik.cz](http://www.denik.cz))



### 3.2.2 Charakteristika respondentů

Ve výzkumu bylo dotazováno šest respondentů ze středočeských lokálních redakcí. Šlo o čtyři šéfredaktory a dva sportovní redaktory. Většina z nich pracovala pro Deník ještě v době, než byl odkoupen vydavatelstvím VLTAVA-LABE-PRESS a fungoval jako týdeník, zkušenosti se tedy týkají i tohoto období. Přehled respondentů v Tabulce 1 je uzpůsoben přání některých zůstat v anonymitě.



Tabulka 1. Přehled respondentů

Respondent	Pohlaví	Věk	Pozice	Nejvyšší dosažené vzdělání	Novinářské zkušenosti
Respondent 1	muž	cca 50	šéfredaktor jedné z lokálních redakcí Deníku	střední průmyslová škola	17 let v Deníku, mezitím tři roky v krajské redakci jiného deníku
Respondent 2	muž	50	šéfredaktor redakce Deníku střední Čechy	SOŠ s maturitou, obor mechanik silnoproudých zařízení	2 roky v lokálním týdeníku, 18 let v Deníku (nejprve v Boleslavském)
Respondent 3	žena	47	šéfredaktorka jedné z lokálních redakcí Deníku	střední knihovnická škola	2 roky podnikové noviny, 2 roky lokální týdeník, několik let v lokálním rádiu, 15 let v Deníku
Respondent 4	žena	49	šéfredaktorka Nymburského deníku	Gymnázium	13 let v Deníku
Respondent 5	muž	58	sportovní redaktor Kladenského deníku	střední odborná škola strojní	několik let v lokálním rádiu, poté v Deníku (od 90. let)
Respondent 6	muž	61	sportovní redaktor Deníku (dříve lokální, dnes regionální)	Gymnázium	příležitostný dopisovatel do krajských novin, několik let vlastní týdeník, 23 let v Deníku

Rozhovory se uskutečnily v období od 12. února do 26. března 2014 a trvaly od 30 do 75 minut. Polovina probíhala přímo v redakcích, druhá polovina v restauracích a cukrárně. Rozhovory začínaly úvodními otázkami týkajícími se fungování jednotlivých redakcí a pracovních zkušeností respondentů. Dále pokračovaly přes obecné srovnání lokální a celostátní novinářiny k hlavnímu tématu výzkumu – digitalizaci. Respondenti nejprve mluvili o počátcích nástupu digitálních technologií a o jejich předchůdcích, které v redakci zažili. Dále se rozhovor postupně věnoval vlivu digitálních technologií na způsob využívání zdrojů, na změnu pracovních povinností a přístupu ke čtenářům. Následující otázky zjišťovaly, jaké všechny změny přinesl pro novináře internet. Závěrečné otázky se týkaly porovnání změn způsobených digitalizací v lokální a celostátní redakci.

### **3.3 Zpracování dat**

Pro přepsání rozhovorů jsem využila *doslovnou* a částečně *komentovanou transkripci*. Vycházela jsem z doporučení Jana Hendla (2005: 208–209), ale značky a komentáře jsem přizpůsobila potřebám výzkumu za účelem zpřehlednění. Rozhovory jsou přepsané doslovně v podobě, ve které probíhaly (kompletní přepis je součástí příloh na CD spolu s klíčem ke kódování a nahrávkami rozhovorů). V případě výňatků, které jsem použila ve výsledkové části práce, jsem provedla dílčí úpravy citací směrem ke spisovnému jazyku, vynechala jsem hezitační zvuky a opakovaná slova. Zároveň u respondentů, kteří si přáli zůstat v anonymitě a nechtěli uvést název Deníku, v případě citací vynechávám název Deníku nebo města, pokud je tam zmíněn.

### **3.4 Analýza dat**

Data byla analyzována formou *otevřeného kódování* (Strauss a Corbinová, 1999: 42), tedy hledáním podobnosti mezi jednotlivými jevy a jejich kategorizací. U pozorovaného nebo zkoumaného fenoménu jsou označovány jednotlivé jevy, věty nebo odstavce určitým pojmenováním (kódem). Postupně jsou utvářena další pojmenování a zároveň jsou některé pasáže a jevy označeny stejným kódem. Tuto fázi nazývají Strauss a Corbinová konceptualizací. Protože během konceptualizace obvykle vzniká mnoho kódů, je potřeba jejich počet zredukovat. Ke snížení počtu kódů dochází ve fázi kategorizace, při které jsou podobné kódy slučovány do kategorií. Z těchto kategorií už je možné vyvozovat závěry. Ve vlastním výzkumu jsem označila každou větu v přepisu rozhovoru základním kódem, které jsem posléze seskupila nejprve do 15 a poté další redukcí do 7 kategorií.

## 4 Interpretace výsledků

### 4.1 Problematické začátky

Většina respondentů se při rozpomínání na příchod digitálních technologií shodla, že pro ně učení s nimi nebylo úplně jednoduché. Zatímco dnes se s počítači a dalšími technologiemi setkávají již děti na základní škole a mnohdy i dříve, oni se s nimi začali učit až v dospělosti, což uváděli jako důvod, proč jim učení šlo hůře:

*„Když jsme přecházeli z toho Cicera na náš RedWeb<sup>11</sup>, což je náš redakční program, tak jsme prostě vůbec nevěděli, jak s tím pracovat, protože to bylo úplně něco jiného. (...) Ale musím říct, že když dneska přijde někdo nový a já mu ten program ukážu, tak on je schopen do týdne už v tom úplně normálně pracovat. Je vidět, že i vlastně to myšlení těch lidí, kteří už odmalička, třeba od školy, pracují s počítačem, což my jsme neměli, pracují s různými věcmi, které my jsme taky neměli k dispozici, tak je vidět, že ti lidé už jsou daleko rychlejší v tom chápání. Já jsem třeba poprvé viděla Windows, když mi bylo asi třicet.“ (Respondent 4)*

*„Pro mě to byl vždycky trest. Vždycky když přišla nějaká nová technologie, nějaký nový program, nějaký nový výmysl, tak já byl z toho vždycky hrozně špatný. Já než jsem se to naučil, já jsem si to vlastně všechno, co mi někdo vysvětlil, tak já jsem si psal každé slovíčko, každou řádku, a podle toho jsem třeba dělal noviny tři nebo čtyři měsíce, než jsem si to prostě vsugeroval do té mé palice.“ (Respondent 6)*

V rámci seznamování se s novými technologiemi absolvovali respondenti většinou různá školení. Nejednalo se o hromadná školení celé redakce, ale z redakce byl vyslán na školení jeden člen, který postupně vysvětlil danou problematiku ostatním kolegům. Roli hrála i přirozená neochota učit se něčemu novému:

*„Každá změna je složitá. V něčem se zažijete a teď vám zase někdo přijde s něčím novým. Ono to ulehčí, ale teď se to naučit, tak to je taková ta pruda. Že by byla nějaká*

---

<sup>11</sup> Redakční systém, který využívají všechny lokální redakce titulu Deník pro psaní článků a vkládání fotografií. Systém funguje online, takže se přes něj vkládají fotografie na webovou verzi i se z něj tisknou noviny.

*velká školení, to vždycky je parta lidí, která ten nový program nebo tu novou technologii zavede, pak se tady takhle sejdem, řekne se to nám a my to převedeme dál.“ (Respondent 2)*

Školení se obvykle týkala redakčních systémů, fotografování, práce s fotografií, ale i novinářské etiky a novinářské profese. Ti, co nastoupili do redakce ještě před zavedením počítačů, popisovali, že museli absolvovat i vysvětlování toho, jak funguje samotný počítač. Pro některé z nich to nebylo úplně jednoduché:

*„Když jsem nastoupila první den, přijel technik, že mě naučí pracovat s počítačem. Bylo to strašné. Já jsem u té klávesnice seděla a on mi řekl: ‚Ted’ to odentrujte.‘ A já: ‚Prosím?’ ‚Stiskněte enter.‘ Já jsem nedokázala pochopit, že jsou popsáné, vůbec mi to nenaskočilo, popsáné ty klávesnice a na některé je napsáno enter. Takže když už pak jako zvyšoval hlas ‚Ťukněte na to!’ tak jsem prostě někam ťukla. No a on se chytal za hlavu. Přišla moje tehdejší šéfová (...) a říká: ‚Nechte toho, já ji to naučím.‘ A učila mě to jako cvičenou opičku, tak, jak to učili ji. ‚Napiš si to: stisknu černý čudlík se stříbrným křížkem vlevo nahoře. Udělám tohle.‘ A takhle jsem jela dlouho, u každé nové věci, než jsem to začala dělat automaticky.“ (Respondent 3)*

## **4.2 Usnadnění práce**

Navzdory všem počátečním problémům se všichni respondenti shodli, že digitální technologie práci jednoznačně usnadnily a zrychlily ve všech částech pracovního procesu.

V první fázi získávání informací šlo dříve o nutnost navštívit knihovnu, hledat informace v encyklopediích nebo se sejít s osobou, která se k danému tématu mohla vyjádřit. Sehnat kontakt na takového člověka ale zabralo spoustu času, muselo se hledat ve Zlatých stránkách a danou osobu pak zastihnout na pevné lince, což trvalo i několik dní. Dnes novináři využívají jako hlavní zdroj informací internet, na kterém se dají najít kontakty na kompetentní osobu i informace k tématům, která novináři zpracovávají, prakticky okamžitě:

*„Člověk si dneska neumí představit, jak mohl fungovat bez internetu. Musel zkusit ve Zlatých stránkách najít, budu kecat. Bobr tady někoho pokouše, bobr, který dokáže*

*rozkousat strom. A my jsme potřebovali něco o bobrovi. Něco bylo v encyklopediích, ale vy jste potřeboval zdroj, nemohl jste napsat ,V encyklopedii píšou.‘ Takže Zlaté stránky, najít si specialistu, nejlépe z regionu, aby vám řekl: ‚Jo, bobr, ty jeho zuby, to je fakt zlé, to je mi pána líto.‘ Všechno. Ale vy to tam musíte mít, že ten zoolog řekl, že to je hodně velká pakárna. Takže na tohle je internet úplně ideální.“ (Respondent 3)*

Polovina respondentů v této souvislosti vyjádřila zároveň i nelibost z toho důvodu, že digitální technologie a tyto zdroje odcizily redaktory od lidí. Zatímco dřív bylo potřeba vyjít z redakce a mluvit s lidmi, dnes najdou informace na internetu a přímý kontakt s respondenty je méně častý. Nicméně všichni ti, kteří tuto skutečnost zmínili, zároveň uvedli, že se snaží mezi lidi stále chodit, ačkoli je to v menší míře. Důvodem, proč se kontakt omezil, je také nedostatek času. Redaktorům přibýlo více práce a mají méně času na vyjížďky mezi lidmi. Tuto změnu považují redaktoři za problematickou, protože lokální novinařina je podle nich založena na kontaktu s lidmi:

*„Dřív když jsem potřeboval vědět něco o komkoliv, tak jsem musel jít do knihovny, tam si najít encyklopedii nebo zajít za historikem a on by tam hledal. Teď si to googluju a mám prostě dokonalý servis. Výhodu to má v tom, že ten servis mám hned teď, nevýhodu to má, že to odcizuje lidi od sebe. Najednou já se nepotřebuju bavit s lidmi, mně je ten počítač nahradí. Ale právě že jsme v okresech, že jsme založení na tom kontaktu s těmi lidmi, tak nás to jakoby trošku odbourává, trošku odtahuje od těch lidí, když místo abych za tím Františkem došel, tak si ho vygoogluju, což je špatné a já se snažím lidem vysvětlit, že by měli zvednout ten zadek a jít mezi lidi.“ (Respondent 2)*

Objevil se i názor, že technologie se více využívají k provádění rozhovorů. Osobní rozhovory jsou často nahrazeny rozhovory po telefonu nebo přes e-mail. Důvodem je jednak pohodlnost takového provedení rozhovorů, mnohdy však iniciují tento typ rozhovoru sami dotazovaní:

*„Dřív to obstaraly telefony a osobní schůzky a dneska sice ty telefony a osobní schůzky taky fungují, ale více využívám toho mailu, protože to je takové pohodlné. Navíc je to taková alibistická pomůcka pro ty politiky místní, že oni řeknou ‚já vám nemůžu odpovědět na telefon, pošlete mi otázky, my vám odpovíme.‘ Spíš z té jejich strany, než že my bychom to vyžadovali. To já radši si s ním popovídám a utvořím si to*

*sám, i když to, co nám pošlou, tak já si třeba osobně taky dělám sám, nekopíruju to jako blázen, že bych vzal to, co on napíše, a překlopil to do novin, to nejde, to je konec novinářiny.“ (Respondent 1)*

V další fázi pracovního procesu – záznamu informací – respondenti často hovořili o diktafonu jako skvělé pomůcce pro zaznamenání informací, která usnadnila práci. Do té doby si redaktoři museli vše zapisovat a nepodařilo se jim zaznamenat doslovnou odpověď dotazovaného. Respondenti si pochvalovali už kazetové diktafony, i když dnes používají ve většině případů ty digitální. Výjimečně se objevil i názor, že se této technologii nedá příliš důvěřovat, a pokud se jedná o něco důležitého, co je potřeba nahrát, je lepší využít dva diktafony, z toho jeden digitální a jeden kazetový. Na digitálním diktafonu se prý hůře poznává, jestli vůbec nahrává, kdežto na kazetovém je vidět, zda se otáčí magnetofonová páska:

*„Já s sebou nosím, pokud to jde, dva diktafony, protože jim nevěřím. Ten starý diktafon kotoučový, nebo na tu kazetu, na tu velkou, protože byl na velkou kazetu, pak jsme se zlepšili na tu mikrokazetu, a já mám ten velký ještě. A já jsem tam viděl, jak se ty kazety točí, takže jsem měl jistotu. Já jsem to měl tady postavené, dělal jsem s vámi rozhovor a viděl jsem, že to furt funguje. Měl jsem připravené baterky, a tak jsem se každé dvě minuty podíval, a když se začínal jakoby zadržávat, tak jsem zastavil rozhovor a přepnul jsem baterky. Kdežto u toho digitálního vy ani nevidíte, jestli to nahrává. Máte to šikovně udělané, ale kdybyste ho dala takhle, tak nevíte, jestli náhodou to nahrává nebo nenahrává.“ (Respondent 2)*

Většina respondentů se ale shodla, že diktafony jsou pro jejich práci nápomocné: *„Diktafony, to je prostě fantastické, protože psát si všechno, nikdy jste nechytl přesnou formulaci. Kterou stejně nemůžete použít z diktafonu, protože když budete psát přesné formulace, jak ti lidé vyprávěli, tak budou vypadat jako dementi, všechno se musí trochu kultivovat.“ (Respondent 3)*

Ke zrychlení došlo také při psaní článku. Většina respondentů zažila psací stroje přímo v redakci, jedna respondentka na práci s nimi vzpomínala z doslechu od sestry, která je také novinářkou. Poslední respondent pracoval v redakci už s počítačem v jednoduchém programu Cicero:

*„V tom devadesátém sedmém, když začínal náš Deník, tak jsme samozřejmě měli jenom počítače stolní. Vlastně byl jeden notebook, černobílý (...). Pracovali jsme v programu, textovém editoru, který se jmenoval Cicero. Já na něj vzpomínám jako na program, který byl sice svým způsobem strašně primitivní, ale geniální.“ (Respondent 1)*

Při psaní na stroji uváděli všichni jako problém opravy chyb. Pouze ojediněle byla zmíněna pozdější možnost využití přelepovací pásky. Všichni respondenti si pochvalovali práci na počítači proto, že zatímco v počítači se chyba smaže a slovo přepíše, na psacím stroji bylo nutné psát celý text znovu:

*„Když jsem pracoval na začátku novinářské kariéry v tom týdeníku, tak jsem si všechno psal na psacím stroji. (...) Takže jsem si všechno napsal, teď jsem zjistil, že tam jsou překlepy, že to je špatně, tak jsem musel celý článek přepsat zase znovu. Tak to je ta nevýhoda samozřejmě, protože teď v počítači to opravíte jednodušeji. Na druhou stranu to zase dřív učilo lidi nedělat tolik chyb možná.“ (Respondent 2)*

Výjimečně byla zmíněna jako velká nevýhoda psaní na stroji skutečnost, že v začátcích novinářské kariéry je problém rozpoznat důležité informace hned a články jsou proto nejprve hodně rozsáhlé. Při psaní na stroji tedy dlouho trvalo, než se podařilo vytvořit konečnou podobu článku:

*„Psalo se na psacím stroji, teď jste začátečník, neumíte selektovat informace dřív, než je vidíte napsané. Tehdy jsme měli redakci naproti nádhernému obrovskému hřbitovu tady centrálnímu se vzrostlými stromy a lavičkami, já jako kuřák jsem si udělala kotel čaje nebo kafe, vzala jsem si hromadu papírů, diktafon nebo spíš ještě papír, na kterém jsem to měla napsané, (...) a na tom hřbitově jsem z třiceti papírů udělala osmnáct, z osmnácti devět, z devíti tři a z toho jsem pak teprve udělala finální článek.“ (Respondent 3)*

Vzhledem k odchylkám v počtu let strávených v Deníku se lišily i zkušenosti jednotlivých redaktorů s tiskem novin. Většina respondentů musela své na stroji napsané články připravovat k tisku. Podle typografického pravítka si na stránce

z psacího stroje naměřili, jak bude článek velký, z kolika sloupců bude tvořen a jakým proto musí být napsaný písmem. Následně s články všech redaktorů jel někdo do tiskárny, kde se podle této šablony sázela písmena do tiskařského stroje:

*„Nedovedu si představit, že bych dneska měl všechno napsat na stroji, bez chyby, namalovat si takzvané zrcadlo, takový špigl, tím se muselo začít, namaluju, jak to bude vypadat. A ty obrázky. Kde bude fotka, jak bude velká fotka, kde článek, jak bude velký, jak bude vypadat, jaký bude mít tvar, jak bude široký, mít spočítané řádky, abych to nenapsal moc dlouhé nebo krátké. Takže on ten článek je docela práce potom.“*  
(Respondent 5)

Na druhé straně se objevil i názor, že tato práce byla zajímavá:

*„Jednou za týden byl den, kdy se lámaly noviny a pak se vozily do tiskárny. Těšila jsem se na něj vždycky, bylo to pro mě takové malovací lego pro dospělé. Nevím, jestli jste někdy viděla typografické pravítko. To je taková úzká asi stránka kolem dvaceti čísel, dlouhá zhruba jako A4, průhledná fólie, a na ní spousta čárek písmen čísel (...) a vy jste napsal něco na stroji a pak jste jel tím typografickým pravítkem a věděl jste: z tohohle má být troják a budu do něj vsazovat jedňákovou fotku, čili ještě potřebuju popisku. A musel jste vlastně na tom textu napsaném na tom stroji si hýbat tím pravítkem a hledat, kterým písmem a jakou velikostí, samozřejmě i v rámci pravidel toho média, jaké tam použijete písmo, jaké na titulek, jaké na text.“* (Respondent 3)

Ojediněle byla zmíněna zkušenost, že všechny články napsané na stroji přepisovala jedna pracovnice do jednoduchého počítačového programu, poté vše uložila na disketu a poslala do tiskárny, kde už se tisklo rovnou:

*„Už byl i jednoduchý počítačový systém, já jsem to tenkrát vůbec nevnímal, protože kolegyně to přepsala, nějak to zlomila do té stránky a poslala to do tiskárny. Ani už nevím, jak to bylo, vozilo se to na disketách. A tam už to zpracovali, nebylo to takové to klasické, že tam vyřukávali ta slova a takové ty štočky, to ne.“* (Respondent 2)

Složitá byla pro respondenty také práce s fotografiemi. Dříve fotografovali na kinofilm a fotografie vyvolávali buď přímo v redakci ve fotokomoře, nebo si je



nechávali tisknout ve fotolabu, což byl problém hlavně o víkendu, kdy na menších městech fotolaby neměly otevřeno. Tisk fotografií byl zdlouhavý, náročný a do poslední chvíle se nevědělo, zda bude fotografie vypadat dobře. Následně se fotografie musely posílat fyzicky do tiskárny do Prahy nebo si pro ně přijížděl kurýr, který objížděl všechny redakce:

*„Fotografie se fotily na film, na kinofilm, takže jsme měli temnou komoru, vyvolával jsem fotografie do rána, opravdu do rána ze soboty na neděli, abych je měl, pak se musely oříznout přes úhlopříčku, to už si ani nepamatuju, jak se dělá, a ta fotka se dala do obálky, utíkalo se na nádraží, tam se to dalo kurýrovi, tam byla prostě kurýrní služba Českých drah, a ten kurýr to vzal a odvezl do Prahy, kde na to zase čekal člověk, který tu obálku převzal a dotáhnul do té tiskárny.“ (Respondent 1)*

Dalším problémem bylo, že měli redaktoři na vyfocení jen několik pokusů podle počtu snímků na kinofilmu. To byla nevýhoda zejména pro sportovní redaktory, jejichž objekty byly neustále v pohybu a zvyšovalo se tak riziko, že se fotografie nepovede. Neměli navíc kontrolu hned, ale museli počkat, až se fotografie vytiskne. Komplikované bylo také vyvolávání fotografií přímo v redakci:

*„Fotili jsme na film, měli jsme komoru (...) i jsem si to sám vyvolával. Někdy to bylo teda peklo, protože jak to bývá, když jsem se zapomněl zamknout, někdo mi tam vtrhnul, tak jsem to mohl vzít a zahodit. To bylo hrozné. Nebo když jsem to vyfotil, obzvlášť třeba u těch sportů, tak tam jsem musel nasekat třeba deset patnáct snímků, abych aspoň jeden z toho vybral, protože jak jsou hráči v pohybu, tak to bylo rozmazané.“ (Respondent 6)*

V dnešní době je veškerá tato práce ulehčená jedním počítačovým programem RedWeb. Jde o redakční systém, jehož šablona vypadá jako novinová stránka. Každá redakce si jen ráno rozvrhne příslušné stránky podle toho, jaké články budou ve vydání obsaženy, kolik budou mít sloupců, kde budou fotografie a podobně. Zatímco dříve tuto práci prováděli složitě s typografickým pravítkem, dnes stačí jen kliknout na příslušnou funkci, vybrat počet sloupců a v prázdné stránce se jim objeví políčko, se kterým mohou ještě manipulovat (posouvat ho a měnit velikost). Totéž lze udělat s fotografiemi

a titulky. Výhodou tohoto systému je, že se z něj rovnou tisknou noviny. Nemusí se tedy nikam nic posílat fyzicky ani e-mailem.

Systém funguje online, takže v něm mohou být současně připojeni redaktoři z celé republiky. Jednotliví redaktoři mají možnost nahlížet do stránek kolegů v rámci kraje, vyhledávat potřebné informace nebo i použít fotografie a články pořízené jejich kolegy z kraje:

*„To je právě ten RedWeb, redakční web, který je propojený vlastně celorepublikově, takže my tady u nás jsme vlastně na té středočeské buňce a vidíme články kolegů, kteří jsou v Boleslavi, v Mělníku, v Rakovníku, v Příbrami, ve všech těch okresech, ale nemůžeme už se podívat třeba na to, jak píšou v Opavě. To zase my na to nemáme oprávnění, i když ten systém to umožňuje. (...) My to rovnou píšeme v tom. To jsou stránky, které namustrujou v Praze nějakí provideri a na nás je, jak tu stránku graficky vytvoříme. (...) Ta stránka je úplně bílá, úplně čistá, oni tam akorát v té Praze dají inzerci (...) a my protože máme tenhle mustr, že tady máme tu dvoušpaltu a tady tělo, podval, votvírák, fotografie, to je taková klasika a tu si tu nějak modifikujeme potom podle té denní potřeby. (...) A ty materiály si vyměňujeme, třeba když jsou dovolené, (...) tak ty materiály vezmeme od kolegů. Musí to být ale nějaká zpráva, o které tušíme, že by zajímala i obyvatele v našem okrese.“ (Respondent 1)*

Pokud jde o současné fotografování, v redakcích mají obvykle jednu zrcadlovku a každý redaktor má kompaktní digitální fotoaparát. Jako výhodu u těchto fotografií respondenti uváděli, že se na nich dá vyfotografovat téměř neomezené množství fotografií a je možné si je hned prohlédnout a zjistit, jestli se povedly. V opačném případě se dají pořídit fotografie nové.

I zpracování fotografie je mnohem jednodušší. Redaktoři využívají pro úpravu fotografií počítačový program Photoshop a následně je rovnou vkládají do článku v systému RedWeb. Ojediněle byla zmíněna zkušenost, že občas se sice fotografie v počítači a v novinách liší, ale nestává se to často:

*„V roce 2001 v září nás koupilo VLP a od té chvíle nás začali zásobovat lepší technikou. S tím přišly i ty digitální fotoaparáty, kde to bylo úplně úžasné, protože my jsme už nemuseli ty fotky nechat dělat (...). S tou digitální podobou to bylo daleko jednodušší samozřejmě, jak zpracování fotek, protože se upravovali a dodneška*

*upravují ve Photoshopu, tak i s tím zpracováním přímo na stránku. Od té doby si fotky dáváme na stránku sami. (...) Samozřejmě ta fotka, když ji vidíte na tom monitoru, tak vypadá jinak než potom z tiskárny přímo v novinách a dodneška vidím ty rozdíly, třeba v tiskárně někde nějaká barva jim trošičku jakoby ujede, takže ono vlastně to, co my tady se s tím lopotíme a snažíme se tu fotku upravit co nejlíp, tak se může stát, že v tiskárně nám ji prostě pokazí. Ale většinou se dá říct, že se to shoduje s tím, co vytvoříme tady.“ (Respondent 4)*

### **4.3 Práce mimo redakci**

Většina respondentů zmínila v souvislosti se zaváděním digitálních technologií novou možnost práce mimo redakci. Zatímco dříve museli trávit pracovní dobu v redakci, dnes mohou vzít notebook a pracovat odkudkoli.

V tomto smyslu zlepšily digitální technologie aktuálnost webového zpravodajství. Redaktor si na místo akce, o které píše, vezme notebook a píše rovnou na místě na web, nebo informuje kolegy, kteří základní informace na web umístí a redaktor je po návratu do redakce jen doplní a dotvoří článek. Takový postup umožňují notebook, mobilní internet a smartphone, kterými je většina redaktorů vybavena. Redakční systém RedWeb má i svou mobilní verzi, takže redaktori mohou psát články přímo přes mobil, ačkoli to není příliš pohodlné:

*„Jakmile je nějaká událost, ke které vyjedeme, tak samozřejmě jsme v telefonickém spojení, máme i techniku, kterou můžeme použít, že můžeme podávat informace. Nejenom telefony, ale už přímo na tom místě můžeme to dávat na web. Bud' teda říkám, když je to někde blíž, tak je asi jednodušší to tam nabrat, případně zatelefonovat, když tam ještě ten redaktor zůstává, tak tady ten redaktor, který je v redakci, to přijme a napláca to na ten web. A ten kolega, když se vrátí, tak to potom dodělá, přiveze fotky (...) Jsme připojení přes telefon, anebo máme i nějakou krabičku, nevím, jak se to jmenuje (...) a přes to se dá připojit do sítě. Ale teď už vlastně máme i aplikaci tady, že můžeme i na tomhle displeji psát zprávy a ukládat je na internet, ale to je samozřejmě nepohodlné, protože když si představíte, že tam je ta malinká klávesnice, tak to je špatné, jako v tom udělat zprávu...“ (Respondent 1)*

Další výhodou, ale podle některých zároveň nevýhodou, je stejnými technologiemi umožněná práce z domova. Umožňuje respondentům v případě potřeby zůstat doma a zároveň splnit své pracovní povinnosti. Někteří respondenti uvedli, že si díky tomu mohou zorganizovat svůj čas podle potřeby. Na několik hodin třeba opustí pracovní místo, zařizují si soukromé záležitosti a poté dokončí práci z domova:

*„To je taky výhoda, že v té redakci nemusím být. Já si můžu vzít notebook, vyrazím si třeba někam tady v Příbrami na volejbal na extraligu a připravuju z toho online článek na web rovnou. Článek do novin, ale zároveň i rovnou na web. (...) Nebo já třeba teď chodím do redakce akorát v pondělí, jinak celý týden dělám z domova. Ráno udělám jenom něco, pak si vyřídím nějaké věci, které potřebuju, no a dělám zase potom hlavně odpoledne nebo navečer, protože co se týče těch sportů, tak většinou se dělají odpoledne nebo večer.“* (Respondent 6)

Výjimečně byla zmíněna i nevýhoda práce z domova, a sice taková, že redaktoři pracují i během svého volna a o dovolené. Zatímco dříve pro ně práce končila odchodem z práce, kvůli přístupu z domova to tak není:

*„Všichni máme teď už notebooky nebo stolní stanice. Třeba hospodářka, která připravuje ten servis, tak ta má stolní počítač, protože nepotřebuje notebook, ale vlastně notebook má doma taky ještě jeden kvůli tomu, aby mohla pracovat o prázdninách nebo o dovolené. O svojí dovolené, takhle to je.“* (Respondent 1)

#### **4.4 Multiprofesionalismus a nové úkoly**

V této oblasti se všichni respondenti jednohlasně shodli. Lokální redaktoři pracují jako novináři, fotografové, grafici, korektoři a webeditoři. Fotograf a webeditor jsou pouze v pražské redakci, ale i tam si redaktoři své akce fotografují a fotograf jezdí jen na větší události. Ve třech dalších redakcích byl fotograf dříve, ve dvou vůbec a v jedné působil i webeditor. Ostatní pracovní funkce zastávali redaktoři i před nástupem digitálních technologií – sami psali, připravovali grafiku, opravovali své články:

*„Ta filozofie vydavatelství je nastavená tak, že v podstatě každý musí umět všechno, takže v redakci jsme redaktoři, částečně funguju jako editor taky, fotografové,*

*webeditoři, (...) jsme takoví desetibojaři, kteří musí dělat úplně všechno. (...) Takhle to bylo jaksi od začátku, i když tenkrát bylo méně práce, protože se to nedávalo na web.“*

(Respondent 1)

Ačkoli zvládat různé pracovní činnosti museli redaktoři už před digitalizací, změnou pro ně bylo, že došlo ke snížení počtu zaměstnanců. Zatímco dnes v redakcích působí tři redaktoři včetně šéfredaktora, jeden sportovní redaktor, hospodář, distribuční poradce a inzertní poradce (s výjimkou Prahy, kde je o dva redaktory více), dříve byl počet redaktorů zhruba o dva až tři vyšší. Tehdy sice dělali také všichni všechny typy práce, ale někdo se třeba více věnoval webu, někdo psaní a jiný focení.

Digitální technologie přinesly do redakce i nové pracovní činnosti. Hlavní byla práce s webem, kterou jednu dobu zahrnovalo také natáčení videí a umístování na webové stránky, upravování digitálních fotografií a psaní článků do agentury. Jde o tiskovou agenturu patřící vydavatelství, do které redaktoři přidávají přes internet všechny své články:

*„Ta práce naše se změnila tím, že vlastně musíme pracovat s digitálními fotkami, musíme pracovat s webem, musíme ještě pracovat i s naší agenturou vnitropodnikovou, kterou plníme taky svými články, takže ono vlastně napsat ten článek už pro nás je dneska to nejmenší, když to tak vezmu. (...) Nehledě k tomu, že jsme na začátku hodně pracovali s videi, takže jsme museli i sami stříhat, sami zpracovávat, dokonce jsme se i pokoušeli dělat videa s vlastním komentářem, takže to bylo hodně práce. Zajímavé práce, ale pak jsme od toho upustili, protože zase na druhou stranu práce s webem nás (...) zdržovala od práce na novinách jako takové a ty jsou pro nás ještě pořád teď prvotní.“* (Respondent 4)

Došlo tady ke zvláštnímu paradoxu: ačkoli přibyla práce a mělo by se jí tedy věnovat více lidí, počet redaktorů v redakci se snížil. Jako jeden z důvodů snižování stavů uváděli respondenti ekonomickou situaci. Aby se ušetřilo na výplatách, mají všechnu práci odvádět redakce v menším počtu:

*„Já si myslím, že to těmi technologiemi není. Jak jsem říkal už na začátku, chtějí od nás víc práce za málo peněz, ta technologie k tomu určitě nemá vliv.“* (Respondent 6)

Druhým důvodem je podle poloviny respondentů nová technologie v tom smyslu, že usnadnila a zrychlila práci, kterou tím pádem zvládne menší počet redaktorů:

*„Pravda je ta, že v té době když jsme pracovali se starým programem a ve starém systému, bylo nás v redakci třeba dvakrát až třikrát víc. Čili vlastně ta technika jakoby způsobila to snižování stavů. Vidím to tak, že vlastně zvládneme daleko víc práce s tou technikou a s těmi technologiemi, než kolik zvládali teda tehdy dřív.“* (Respondent 4)

Respondenti se shodli, že ačkoli digitální technologie umožňují práci zrychlit, vzhledem k propouštění zaměstnanců a přidání nových úkolů tráví svou práci více času, a práce je pro ně navíc psychicky náročnější. Oproti dřívějšímu nemají skoro žádný čas na odpočinek, který je ale podle nich důležitý, protože je v novinářině náročné soustředit se na rozličné množství pracovních činností a témat:

*„Ta práce poměrně dost namáhá mozek. (...) Teď jdete psát o vraždě, za hodinu jdete psát o miminkách, za dvě hodiny píšete rozhovor s hudebníkem a za tři hodiny utíkáte na zastupitelstvo. Takže to je takový pelmel, že v tom ten mozek musí mít strašný guláš.“* (Respondent 2)

*„Dřív jsme končili třeba ve tři hodiny odpoledne. Dneska už jsme schopni, když přijdeme do práce dřív, tak třeba taky skončíme už ve čtyři hodiny, ale celkově se ta doba prodloužila. Dřív třeba byla chvilka, kdy jsme si mohli dát kafe a chvilku si odpočinout, protože přece jenom novinářina je fakt náročná na přemýšlení, ale dneska já přijdu do práce třeba v půl sedmé v sedm a jsem ráda, když do pěti hodin stihnu oběd. Ta hlava prostě jede na plné obrátky. Museli jsme si zvyknout a udělat si takové ty škatulky v mozku, že teď dělám print, pak musím přepnout na ten web, to znamená práci s Photoshopem a s digitální fotkou a ještě potom musím zase přepnout na tu naši agenturu.“* (Respondent 4)

Ačkoli respondenti zmiňovali problém časové náročnosti práce, nezdálo se, že by jim to jejich postoj k práci výrazně kazilo. Uznávali, že technologie umožňují práci urychlit. Občas se však objevilo rozčarování z toho, že novinářská práce jako shánění informací, účast na místě událostí a napsání článku se kvůli novým povinnostem dostává do pozadí:

*„(...) obrovská práce navíc. Až mě to štve, protože ta novinářina je na okraji. (...) Mně se líbila práce, která byla vyloženě novinářská. Dneska je novinářina jen zlomek práce. Zabere tak tři hodiny a zbytek je práce okolo. To po nás ještě chtěli točit videa, to už tady taky jednou bylo.“ (Respondent 5)*

Několik respondentů kritizovalo nárůst práce spíše z hlediska finančního ohodnocení. Přestože mají více pracovních povinností a stráví prací více času, jejich výplaty jsou stále stejné:

*„Ta práce okolo. Provést korekturu, zlomit tu stránku, fotografie připravit. (...) Stav se pořád snižují, chtějí po nás hodně práce, a aby ji dělalo míň lidí. Ale peníze vám nikdo nepřidá, to je všude stejné.“ (Respondent 6)*

#### **4.5 Noviny versus web**

Jak již bylo zmíněno výše, digitální technologie přinesly nové médium, které redaktoři museli začít spravovat – zpravodajské webové stránky [www.denik.cz](http://www.denik.cz). Kromě toho, že pro redaktory znamenají práci navíc, jsou pro ně svým způsobem konkurencí. Respondenti se shodli, že webový portál a internet jako takový jim bere čtenáře novin. Jako cílovou skupinu čtenářů novin označili starší osoby, které jsou zároveň předplatiteli. Mladší lidé, pokud se vůbec zajímají o lokální zpravodajství, vyhledávají informace na webu. Ten je pro ně dostupný, a navíc je zdarma, zatímco za noviny by museli platit:

*„Určitá nevýhoda je právě ten internet v tom, že krade čtenáře. Proč si budu kupovat noviny za patnáct korun, když já se na tom netu juknu, já to nepotřebuju mít v papíře. Spíš to mají starší lidi. Zhruba v mém věku, ve středním věku, staří, že potřebují ty papírové noviny a s těmi si šustit a u toho kafe si je přečíst. Ta mladší generace tohle nemá. Jedou prostě, dřív notebooky, teď ty tablety, v mobilech se podívají, prostě přečte si to kdykoli kdekoli. Nemusí utrácet patnáct, dvacet korun za ty papírové noviny.“ (Respondent 3)*

Aby si noviny udržely čtenáře, přistupují v redakcích k různým opatřením. Nejčastěji jde o různou formu zkracování novinových článků na internetu. Na web se dávají aktuální zprávy, jejichž pozdější umístění by ztrácelo význam, ale články, u kterých aktuálnost nehraje roli, se dávají nejprve pouze do novin a teprve s několikadenním zpožděním na webovou stránku. Další taktikou je umístění zkrácené verze článku s odkazem na jeho dokončení v novinách a i tyto články se případně na webu doplňují až po několika dnech:

*„Jelikož v Denících je pořad na prvním místě prodej novin, tak buď na ten web dáte jenom část článku, anebo třeba s dvoudenním odstupem. Tak aby prostě ten čtenář, který si ty noviny koupí za těch šestnáct patnáct korun, měl nějakou výhodu proti tomu čtenáři na webu, který za to nic nedá. (...) Na tom webu to zkrátíte, třeba vyhodíte to, že se porvali, a dáte ‚A jak plály emoce? Proč plály emoce? To se dočtete v Deníku.‘, aby se prodávaly noviny. Jinak potom samozřejmě třeba za tři dny to tam dáme.“*  
(Respondent 5)

Jinak se články v novinách a na webu příliš neliší, jde o stejnou nebo upravenou verzi zpráv. Někteří respondenti dále zmínili, že je důležité u zpráv na webu přepsat datum a místo pojmu „včera, dnes“ používat přesné datum, protože pro čtenáře, který si článek přečte s několikadenním zpožděním, by tyto údaje nebyly aktuální. Ojedinele byla zmíněna i nutnost u důležitých zpráv pozměnit titulky a začátky článků, aby obsahovaly taková slova, která by čtenáři při hledání informací o dané události mohli zadat do internetového vyhledávače:

*„Na tom webu musíte napsat ta slova, která pravděpodobně čtenář zadá do vyhledávače. Nehoda Vavříneč, vykolejený vlak Vavříneč. Nemůžete to dělat vždycky tak, to byste se zbláznil u všeho předělávat začátky a titulky, ale u těch zásadnějších věcí to děláme, protože je to nutné. Nehledě na to, že v novinách můžete mít včera, zítra, za týden, ale na tom webu nikdy. Tam prostě musí být ‚ve středu 6. března‘, i když je to dneska.“* (Respondent 3)

Na druhé straně uvedli respondenti dvě výhody psaní zpráv na web. První z nich je neomezený prostor, který se dá využít například pro rozsáhlé fotogalerie, zatímco noviny mají striktně vymezený počet stran a fotografiemi se vzhledem k nákladnosti



jejich tisku šetří. Další výhodou je podle respondentů možnost okamžitých oprav chyb. Pokud napíšou něco špatně a všimnou si toho, na webu omyl hned opraví, kdežto v novinách už chyba zůstane:

*„Ten web má výhodu nekonečných možností fotogalerií, je to přece jen na barvě, je to hezké. (...) Noviny nejsou nafukovací, ten web je v podstatě nafukovací. Tam se vejde všechno, v uvozovkách. Jinak velká výhoda toho webu je to, že když napíšete něco špatně, tak to okamžitě změníte. Omluvíte se, změníte, vymažete, diskusi vyškrtnete. V novinách to nemůžete udělat. Tam se můžete druhý den omluvit, když to stihnete, ale stejně to na tom papíru je. To znamená, že ti lidé vám to omlátí o hlavu u soudu.“*  
(Respondent 2)

#### **4.6 Přístup ke čtenářům**

Vliv digitálních technologií se promítl také do vztahu a komunikace mezi redaktory a čtenáři. Všichni respondenti se shodli, že nejčastější zpětnou vazbu mají od webových čtenářů, kteří pro vyjádření svého názoru hojně využívají diskusi pod článkem. Jako nevýhodu tohoto projevu označili respondenti anonymitu takových čtenářů, která často vede k hrubému vyjadřování:

*„Dřív když někdo zareagoval na článek, tak musel vzít papír, napsat ten dopis, napsat ten svůj názor na to a napsat tam svoje jméno, bylo to osobní. Kdežto dneska na tom webu, víte sama, že pod různými články jsou diskuse, kde ti lidé napíšou nějakou svoji zkratku, nikdo neví, kdo to je, a ten člověk se tam takzvaně vyblíje. Kdyby seděl proti vám, tak to nikdy neřekne. Čili myslím si, že ty názory čtenářů, kteří jsou na internetu a mají možnost té anonymity, zhrubly.“* (Respondent 4)

Další způsob, který využívají čtenáři ke komunikaci, je e-mail. E-mailová adresa na redaktory je dostupná na webových stránkách, a tak může redaktora kontaktovat kdokoli, nicméně využití diskuse bývá častější. Nejméně využívanou formou komunikace je klasická pošta. Pokud ale přijde do redakce dopis, je to téměř vždy od starších osob nebo od institucí:

*„Poštou nám občas přijde dopis a skoro ve sto procentech bych si dovolil tvrdit, že je to čtenář pětadesát sedmdesát plus. To poznáte podle stylu psaní. To je rukou, je to moc hezké, někdy nadávají, většinou na vládu, na politiku, někdy píšou i hezké pochvalné články. No a mladí vám nebo ostatní napíšou na webu nebo e-mailem nebo teda reagují pod článkem v diskusi. Pokud ji nevypneme, protože ve chvíli, kdy se to dostane do nějakého stavu, že tam lidi začínají rasově a sprostě mluvit, tak ji vypínáme.“ (Respondent 2)*

Pokud jde o obsah zpětné vazby, respondenti uváděli, že většinou se jedná o kritiku a mnohem méně se ozve někdo kvůli pochvale. Dalším důvodem ke kontaktu redakce bývají v menší míře náměty na články nebo pozvánky na akce v daném okrese:

*„V novinách je zpětná vazba taková, že ve chvíli, kdy něco napíšete špatně, tak vám lidé volají. Když napíšete něco hezky, tak vám nikdo nevolá. Takže okamžitě každou chybu, kterou máte, tak vám volají a nadávají.“ (Respondent 2)*

*„Já si myslím, že nejvíc v regionálních novinách kontaktovali čtenáři noviny před revolucí. Navzdory tomu, že byly prorežimní, že byly nudné, tak stejně prostě lidé víc fungovali, posílali tam svoje básničky. Možná je to tím, že teď mají málo času. Teď když posílají, tak jsou to spíš instituce. (...) Jednotliví lidé ano, ozvou se a je to příjemné, když se ozvou, protože jich není mnoho. (...) Musí to být hodně velcí kverulanti nebo hodně velcí laskavci, aby prostě nějakým způsobem ty noviny oslovili. (...) Ti lidé nechtějí tolik kontaktovat noviny. Občas ano, občas ‚máme nový karatistický oddíl, přijďte s námi udělat rozhovor, máme báječný masopust ve vsi už patnáctý rok, nechcete zajet.‘ Ale zase jsou to spíš takové ty institucionální věci, málokdy se ozve někdo ‚sbírám to a to a rád bych, abyste o tom napsali.‘ A pak jsou prostě zase hulváti.“ (Respondent 3)*

#### **4.7 Lokální versus celostátní novinařina**

Porovnání lokální a celostátní novinařiny z hlediska nástupu nových technologií dělalo respondentům velký problém, protože nikdo z nich neměl s celostátní redakcí přímou zkušenost. Nakonec se pokusili alespoň odhadnout, jak by to v celostátní redakci mohlo vypadat. Často přitom vycházeli z představ o celostátní redakci Deníku.

Mezi respondenty převažoval názor, že rozdílem je větší specializace jednotlivých pracovníků. V celostátní redakci mají fotografy, korektory, grafiky. Samotní redaktori se specializují na konkrétní oblasti – politiku, kulturu a podobně, zatímco v lokálním deníku píšou redaktori o všem kromě sportu, který má na starosti sportovní redaktor:

*„Já si myslím, že co se týká kvality práce, tak jsou ti lidé stejně fundovaní. Styl práce, psaní článků, ono víceméně nejde nic jiného vymyslet. (...) Člověk ale vykonává víc profesí, než v tom celostátním deníku. Oni skutečně napíší materiál, odešlou ho e-mailem pryč a o nic se nestarají. Už se nestarají, kde seženu fotku, kam tu fotku dají, kdo na té fotce je.“ (Respondent 5)*

*„Celostátní redakce pracuje úplně na jiné bázi než my. Mají jinak rozdělenou práci, mají právě zpravodajství rozděleno na různá odvětví, někdo má politiku, někdo kulturu a tak dále. Kdežto u nás si každý svoje témata shání sám.“ (Respondent 4)*

V celostátní redakci jsou podle respondentů také rozděleni redaktori, kteří píší na web, a ti, kteří píší do novin. Jako příklad byl udáván iDNES.cz:

*„My nemáme samostatné oddělení jako iDNES, že by byla parta lidí, která píše jenom webové zpravodajství. Co redaktor napíše, tak webeditor zváží, jestli to na ten web umístí, v jaké pozici a jak to rozšíří.“ (Respondent 2)*

Výjimečně byla jako výhoda zmíněna skutečnost, že v celostátní redakci mají IT specialisty a v případě technických problémů mohou vše vyřešit rychleji, zatímco k nim do redakce musí technik přijet nebo jim poradit po telefonu:

*„Mají jednu výhodu v tom, že mají i IT techniky, takže když se samozřejmě v té technice něco pokazí, jako že se každou chvíli něco pokazí, tak oni to můžou řešit tak, že ten technik přijde a opraví to na místě. Není problém s tím, že teď právě kleknul kolegyni počítač (...) a on sem musel přijet a trávit čas na cestě. Nebo se to řeší po telefonu, dneska jde spousta věcí vyřešit telefonicky.“ (Respondent 1)*

Jako další odlišnost uvedli někteří respondenti to, že se celostátní redakce zabývá větším územím. Ojedinele se v této souvislosti objevil názor, že je pro celostátní

redaktory technologie důležitější, protože více potřebují využívat internetové zdroje a nemůžou se rozjet na druhý konec republiky, o kterém zrovna budou psát:

*„Jak jsem vám říkal, že si všechno vygooglím, ale já v tom okrese vyjdu ven z toho okresního města z té redakce v Mladé Boleslavi a mám ty lidi kousek od sebe. Píšu prostě jenom o tom okrese, který je na dohled. Kdežto celostátní redakce píše o dění v Brně, v jižních Čechách. To znamená, že ona nemůže vyjít, takže tam si myslím, že ty technologie jsou ještě důležitější než v tom okrese.“ (Respondent 2)*

Pokud jde o samotné technologie, respondenti jinak nespatřují v jejich využití větší rozdíly oproti lokální redakci. Výjimečně se objevil názor, že lokální redakce bývají vybavovány novějšími technologiemi o něco později. Ojedinělý byl také názor, že rozdílnost využití technologií není otázkou velikosti území, o kterém redakce píše, ale vlohami a popřípadě věkem každého redaktora. Podobně na tom tedy budou padesátiletí redaktoři s podobnými vlohami z celostátní i lokální redakce, ale jinak na tom budou podobně založení dvacetiletí redaktoři, opět bez ohledu na redakci:

*„Já bych řekla, že stejně podle věku těch lidí, kteří to dělají, a podle nějaké dispozice. Já mám kamarádku v mém věku, která je neskutečně šikovná a dělá věci, které neumějí ani dvacetiletí kluci, kteří jim nastoupí do práce. Takže je to o té dispozici. Mám třeba některé ze šéfů, kteří jsou v mém věku nebo starší než já a umějí toho míň, protože oni samozřejmě se hodně zabývají tou manažerskou činností a nemají tak zmáknuté ty domácí programy.“ (Respondent 3)*

Více rozdílů lokálních a celostátních novin nacházeli respondenti v samotné práci bez ohledu na technologie. Odpověď, na které se jednoznačně shodli, byla, že píšou o běžných lidech. Tuto skutečnost považují respondenti za výhodu, protože Deník je jediným deníkem, který informuje o běžných událostech z vesnice. Pro čtenáře je příjemné, když si mohou přečíst o sobě nebo o někom, koho znají. Samotní respondenti tvrdili, že i jim se lépe píše o známých lidech a prostředí, celostátní novinařinu považují za příliš anonymní:

*„Dobré na tomhle regionálním, na tom okresním formátu novin je to, že můžeme psát o těch malých vesnicích, které když tam nespadne letadlo někde, tak se do*

*celostátních zpráv nedostanou. My v podstatě dáme ten prostor, aby tu svoji vesnici zviditelnili i vlastně v těch novinách. Protože Mladá fronta samozřejmě má úplně jiné zaměření a další noviny mají taky jiné zaměření, takže ty se těm vesnicím vyhýbají. My třeba píšeme o tom, co se jim tam povedlo. A můžou to být maličkosti, třeba si tam opravili hasičskou zbrojnici, což se do celostátních novin samozřejmě nemá šanci dostat.“ (Respondent 1)*

*„V každém okrese máme těch x lidí – pět až s dalším doprovodným personálem (...), tak tam máme takovou minifabričku, která vlastně je schopná pokrývat to okresní dění. My vlastně píšeme o těch lidech, o těch sousedech, což celostátní deník nepíše. Lidové noviny nepíší o vašem sousedovi. Jedině když ho zabijou anebo když se stane mistrem světa. Ale to, že sbírá známky, tak to ho nezajímá. A nás tyhle věci zajímají.“ (Respondent 2)*

Na druhé straně přináší pohyb v takto malém prostoru riziko v podobě snadného dohledání. Respondenti se shodli, že musí více přemýšlet o tom, co a jak napíší. Pokud napíší něco špatně, mohou tím někomu ublížit nebo někoho rozzlobit:

*„Radši pracuju s lidmi na těch vesničkách, v těch menších městech, i když to taky přináší svoje úskalí, protože zase tím, jak se všichni lidé znají, tak každá věta musí být prostě formulovaná úplně přesně, aby to někomu náhodou neublížilo nebo aby ho to náhodou nepohoršilo.“ (Respondent 4)*

I v případě, že napíší pravdu, mohou se někomu znelíbit, což se týká hlavně politiky. Osoby, kterým se nelíbí, co o nich bylo napsáno, často komplikují redaktorům další práci:

*„Základní poučka, která se hltí do regionálních novinářů, je ‚nedělejte starostovskou a úřednickou politiku, nežerte jim to prostě.‘ Ale vy jste v úplně jiné situaci. Vy když tady toho konkrétního starostu neskutečně vytočíte, byť jen tím, že napíšete pravdu o něčem, tak když to bude krysa a stává se to, tak vy už jste bez šance ten zdroj použít tak pružně, jak potřebujete. On se na vás úplně nevyprdne, není blbý. ‚Jé, zavolejte si, mladá paní, v pět. Ježiš, já jsem vám to nevzal, já jsem byl ještě na*

*schůzce. ' Může vás vydušit a vám něco hoří. (...) Takže určitým způsobem je dobře být se zdrojem zadobře, nesmí to ale přesáhnout určitou rozumnou mez. ' (Respondent 3)*

Jinou zkušenost mají v této souvislosti sportovní redaktoři. Oba se shodli na tom, že ve sportovní novinářině žádné takové problémy nenastanou. Tam si všechno vyřikají, občas si zanádvávají, ale tím se spor zapomene. Základem pro to, aby lidé přijali kritiku, je to, že se s redaktorem znají:

*„Člověk jde víc s kůží na trh, protože píše o těch, které potkává. Tak napište něco špatného. Ale člověk si už musí vybudovat takovou pozici, já si myslím, že dobrou pozici mám, že jsem korektní vůči lidem a vím, že když napíšu něco špatného o něm, že on to přijme. Pokud se lidi osobně znají, tak určitě.“ (Respondent 5)*

Jako další výhodu osobního kontaktu s lidmi a vzájemných vztahů uváděli respondenti jejich využití jako zdroje. Občané potom sami informují novináře o tom, co se kde přihodilo:

*„Ideální je, když vás ti lidé – čtenáři znají. Pak vám přinášejí informace a je to jednodušší.“ (Respondent 2)*

## Závěr

Cílem bakalářské práce bylo představit nepříliš prozkoumané téma lokální novinařiny v souvislosti s nástupem digitálních technologií. Zajímalo mne, co si novináři myslí o tom, jak digitalizace ovlivnila jejich práci, a jestli se podle jejich názoru lišil vliv digitalizace v celostátních redakcích.

Respondenti vidí v digitalizaci především výhody. Usnadnila jim práci, vše zrychlila. Na druhé straně přinesly digitální technologie i více práce, hlavně pokud jde o webové stránky, které teď musí novináři spravovat. Novou pracovní náplň přinesl také digitální fotoaparát. Redaktoři sice vždy sami pořizovali fotografie z událostí, o kterých psali, ale nyní s fotografiemi také více pracují a upravují je, aby vypadaly co nejlépe. Ačkoli však s digitálními technologiemi přibyla práce, došlo naopak ke snižování počtu zaměstnanců. Jako hlavní důvod propouštění uváděli respondenti hlavně ekonomickou situaci a snahu ušetřit. Někteří respondenti vidí jako příčinu propouštění zaměstnanců také technologie, které práci urychlily a umožnily tak zvládat novinářům práci v menším počtu lidí. Přesto pociťují, že ve výsledku je práce více.

Na rozdíl od autorů, kteří považují za jeden z důsledků digitalizace multiprofesionalismus, výpovědi shromážděné v mém výzkumu poukazují na trochu jinou skutečnost. V lokálních podmínkách totiž novináři odjakživa zastávali práci redaktorů, editorů, grafiků, někde i fotografů a teď navíc s nástupem webu webeditorů. Multiprofesionalismus tedy respondenti s digitalizací nespojovali.

Jako hlavní změnu prostupující různé oblasti problematiky vlivu digitalizace uváděli respondenti právě nástup webu. Na jedné straně je pro ně pomocí při vyhledávání informací, na straně druhé přinesl více práce, protože kromě napsání článku do novin musí novináři vkládat články i na webové stránky a tam je na rozdíl od novin vždy doplnit fotografií. Respondenti také potvrdili, že jim internet bere čtenáře novin. Jako velký problém uvedli, že noviny čtou spíše starší lidé a mladí hledají všechno na internetu. Protože se ale Deník snaží prodávat především noviny, mají v redakcích pro psaní na web svou taktiku. Články oproti novinám zkracují nebo je na web dávají až s několikadenním odstupem.

Digitalizace proměnila také využívání zdrojů informací. Hlavním zdrojem se stal internet, přes který zjišťují novináři informace o tématech, o kterých píšou. Kvůli jejich dostupnosti méně navštěvují místa událostí, což považují za problém, protože sami pociťují, že vzhledem ke svému zaměření na lokalitu by se měli osobně účastnit akcí,

o kterých píší. Důvodem tohoto problému je však do značné míry i nedostatek času. Ze stejných příčin se zvýšil také počet rozhovorů prováděných přes e-mail nebo po telefonu, mnohdy však provedených tímto způsobem na žádost dotazovaných.

Využívání digitálních technologií změnilo i přístup na straně spotřebitelů – čtenářů. Kontaktují-li redakci, klasickou poštu využívají pouze starší lidé nebo instituce. Ostatní čtenáři nejvíce píší do diskuse pod články, případně napíší e-mail nebo do redakce zatelefonují. Anonymita způsobená digitálními technologiemi vede podle respondentů k hrubým až vulgárním projevům.

V porovnání s celostátní redakcí nemají respondenti pocit, že by se vliv digitalizace výrazně lišil. Nejvíce zmiňovali jako rozdíl větší specializaci pracovníků. V celostátní redakci podle nich mají fotografy, grafiky, editory, webeditory, IT specialisty a i jednotliví redaktoři mají svou specializaci – například zaměření na politiku nebo kulturu.

Celkově respondenti považují digitalizaci za proces, který přinesl zejména řadu výhod. Práce se díky ní usnadnila a urychlila ve všech aspektech a respondenti si nedovedou představit, že by dnes měli pracovat se starými technologiemi. Za nevýhodu považují pouze větší množství práce a problematičnost udržení čtenářů papírových novin.



## Summary

The aim of the work was to introduce not very explored topics of local journalism in connection with access of digital technologies. I was interested in what journalists think about influence of digitalization on their work and whether the influence of digitalization in their opinion was different in the national newspaper.

Respondents see mainly advantages in digitalization. It has made work easier and has sped things up. On the other hand the digital technologies have brought more work to do, mainly internet websites that journalists have to administrate. A digital camera has introduced new features too. Journalists have always taken photos from events but nowadays in addition to that they also edit the photos to look their best. Although digital technologies have brought more work into an editorial office, the number of employees have been reduced. The main reason of increased unemployment is mainly the economic situation and lack of financial resources. Some of the respondents claim the reason of increased unemployment is also the technology that in fact sped up their work and abled the journalists to work in a smaller group of editors. Despite that the journalists still think the digitazing has caused more work to do in general.

Opposed to some authors, which consider multi-professionalism as one of the cause of digitalization, my research suggests slightly otherwise. In local newspapers the journalists have always worked also as editors, graphic designers, in some instants photographers too and now with the rise of the Internet as web editors. Therefore the multi-professionalism isn't connected with the digitalization.

As one of the main changes in different areas of digitizing the respondents claim the rise of the Internet. On one hand it has helped them with searching the information but on the other hand it has added more tasks to do as the journalists have to post an article online as well as upload the photos. The respondents confirm that due to online articles they have lost some readers. Another big problem is that the newspapers are read rather by the elderly whereas younger people search all information on the Internet. Although Deník predominantly want to sell newspapers but they also upload articles online in abbreviation.

The digitalization has also changed the use of source information. The internet has become the main source which the journalists use to search information about events. Due to easy accessible online information the journalist visit the locality of the event less, which they see as a problem because they think the local journalist should be

present at the actual scene. The reason for this problem is mainly not having enough time. And that's why a number of interviews done via email or telephone have increased although very often requested by the interviewers themselves.

The use of technology has also changed the attitude of readers. The letters are nowadays sent to the editorial office only by the elderly or some institution otherwise the majority make email or telephone contact. The respondents claim due to the anonymity of being online, people are becoming more aggressive and vulgar in their expression.

In comparison with national journalists the respondents didn't see any significant differences in the influence of digitalization. One of the biggest differences is the variety of specialised workers. The national editor's office has photographers, graphic designers, editors, webeditors, IT specialists and journalists having their own specialization for example politics or culture.

Overall the respondents think the digitalization is a process that has brought mainly advantages. It has made work easier and quicker in all aspects and the respondents cannot imagine working with old technologies ever again. One of the disadvantages is more tasks to do and the problem of keeping newspaper readers.

## Použitá literatura

AGF Media, a. s. Představení společnosti. *Agfmedia.cz* [online]. © 2012–2014 [cit. 2013–03–12]. Dostupné z: <http://www.agfmedia.cz/?1872/o-nas>

Ama. První mobil jste mohli koupit před 30 lety. Od té doby se změnil k nepoznání. *Ceskatelevize.cz* [online]. 21. 9. 2013. [cit. 2014–04–18]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media-it/242732-prvni-mobil-jste-mohli-koupit-pred-30-lety-od-te-doby-se-zmenil-k-nepoznani/>

BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ, 2011. *Dějiny českých médií: Od počátku do současnosti*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3028-8.

BENDA, Josef, 2007. *Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006*. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-1387-1.

BREČKA, Samuel, 2002. *Média v Slovenskej republike*. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. ISBN 978-808-9034-123.

BRIGGS, Mark, 2007. *Journalism 2.0: How to Survive and Thrive: a Digital Literarcy Guide for the Information Age*. Washington, DC: Knight Citizen News Network.

COLE, Peter, 2006. Educating and training local journalists. In: FRANKLIN, Bob. *Local Journalism and Local Media: Making the Local News*. 2. přepracované vydání. Abingdon, Oxon: Routledge. ISBN 1134181191.

GERTH, Matthias A., 2012. *Making Regional News: Ökonomische und publizistische Bedeutung politischer Berichterstattung für regionale Medien*. Baden-Baden: Nomos. ISBN 978-3-8329-7407-7.

FRANKLIN, Bob, 2006. Attacking the devil? Local journalists and local newspapers in the UK. In: FRANKLIN, Bob. *Local Journalism and Local Media: Making the Local News*. 2. přepracované vydání. Abingdon, Oxon: Routledge. ISBN 1134181191.

HAMER, Martin, 2005a. Local newspaper. In: FRANKLIN, Bob, Martin HAMER, Mark HANNA, Marie KINSEY a John E. RICHARDSON. *Key Concepts in Journalism Studies*. London: SAGE. ISBN 1 7619 4481 8.

HAMER, Martin, 2005b. New Media. In: FRANKLIN, Bob, Martin HAMER, Mark HANNA, Marie KINSEY a John E. RICHARDSON. *Key Concepts in Journalism Studies*. London: SAGE. ISBN 1 7619 4481 8.

HAMER, Martin, 2005c. Online journalism. In: FRANKLIN, Bob, Martin HAMER, Mark HANNA, Marie KINSEY a John E. RICHARDSON. *Key Concepts in Journalism Studies*. London: SAGE. ISBN 1 7619 4481 8.

HENDL, Jan, 2005. *Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace*. Praha: Portál. ISBN 80-7367-040-2.

Jakubowicz, Karol, 2013. *Nová ekologie médií: Konvergence a mediamorfóza*. Zlín: VerBuM. ISBN 978-80-875000-38-5.

KANISS, Phyllis, 1997. *Making Local News*. Chicago: The University of Chicago Press. ISBN 0-226-42348-4.

KINSEY, Marie, 2005. Newsroom. In: FRANKLIN, Bob, Martin HAMER, Mark HANNA, Marie KINSEY a John E. RICHARDSON. *Key Concepts in Journalism Studies*. London: SAGE. ISBN 1 7619 4481 8.

KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG, 2010. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-698-8.

KOVARIK, Bill, 2011. *Revolutions in Communication: Media History from Gutenberg to the Digital Age*. New York: Continuum. ISBN 978-1-4411-9495-4.

LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB, 2009. *Soumrak fotožurnalistu? Manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-1647-6.

LARSSON, Larsåke. Journalists and Politicians: a relationship requiring manoeuvring space. *Journalism Studies*. 2002, roč. 3, č. 1, s. 21–33.

MACKŮ, Pavel, 2007. Achillova pata regionální žurnalistiky. In: WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Regionální média v evropském kontextu*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. ISBN 978-80-210-4473-9.

MafraLab, MAFRA a. s. Co je součástí MF DNES. *Mfdnes.cz* [online]. © 2013 [cit. 2014–03–12]. Dostupné z: <https://www.mfdnes.cz/mfdnes/co-je-soucasti>

MafraLab, MAFRA a. s. Vedoucí regionálních redakcí. *Mfdnes.cz* [online]. © 2013 [cit. 2014–03–12]. Dostupné z: <https://www.mfdnes.cz/redakce/vedouci-regionalnich-redakci>

Materiál pracovní skupiny RRTV pro komunitní média. *Rrtv.cz* [online]. [cit. 2014–04–22]. Dostupné z: [http://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni\\_media.pdf](http://www.rrtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni_media.pdf)

MCNAIR, Brian, 2004. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-840-6.

MCQUAIL, Denis, 2013: *Journalism and Society*. London: SAGE Publication. ISBN 978-1-4462-6679-3.

Ministerstvo kultury. Evidence periodického tisku a vydavatelů. *Mkvcz.cz* [online]. © 2007 [cit. 2013–12–18]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/scripts/modules/catalogue/search.php?catalogueID=1&lid=1>

Ministerstvo vnitra České republiky. Přehledy změn v územní organizaci, v názvech obcí a jejich částí. *Mvcr.cz* [online]. © 2014 [cit. 2014–02–25]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/prehledy-zmen-v-uzemni-organizaci-v-nazvech-obci-a-jejich-casti.aspx?q=Y2hudW09Nw%3d%3d>

NÁVRAT, Václav. Notebooky a jejich historie (1). *Notebook.cz* [online]. 5. 11. 2004. [cit. 2014-04-18]. Dostupné z: <http://notebook.cz/clanky/ostatni/2004/notebooky-historie-1>

NÁVRAT, Václav. Notebooky a jejich historie (2). *Notebook.cz* [online]. 9. 11. 2004. [cit. 2014-04-18]. Dostupné z: [http://notebook.cz/clanky/ostatni/2004/nb\\_history2](http://notebook.cz/clanky/ostatni/2004/nb_history2)

ORÁLEK, Petr, 2007. Sedm syndromů české regionální žurnalistiky. In: WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Regionální média v evropském kontextu*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. ISBN 978-80-210-4473-9.

OSVALDOVÁ, Barbora, 2007. Regionální noviny v České republice z hlediska mediálního zařazení a etiky. In: WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Regionální média v evropském kontextu*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. ISBN 978-80-210-4473-9.

PÁČL, Pavel, 1997. *Hromadné sdělovací prostředky v regionu*. Ostrava: Filozofická fakulta Ostravské univerzity. ISBN 80-7042-481-8.

PAVLIK, John. The Impact of Technology on Journalism. *Journalism Studies*. 2000, roč. 1, č. 2, s. 229–237.

RINTALA, Niina a Sanna SUOLANEN. The Implications of Digitalization for Job Descriptions, Competencies and the Quality of Working Life. *Nordicom Review*. 2005, roč. 26, č. 2, s. 53–67.

SLANEC, Jaroslav, 2010. Sazba. In: OSVALDOVÁ, B., J. HALADA a kolektiv. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Dotisk třetího, rozšířeného vydání. Praha: Libri. ISBN 978-80-7277-266-7.

STRAUSS, Anselm a Juliet CORBINOVÁ, 1999. *Základy kvalitativního výzkumu: Postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Albert. ISBN 80-85834-60-X.

SURYNEK, Alois, Růžena KOMÁRKOVÁ a Eva KAŠPAROVÁ, 2001. *Základy sociologického výzkumu*. Praha: Management Press. ISBN 80-7261-038-4.

ŠMÍD, Milan, 2005. 1995–2005 Česká média – léta technického pokroku a zrání. In: JIRÁK, Jan et al. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-925-9.

ŠMÍD, Milan, 2009. Novinářské zdroje a internet. In: ŠMÍD, Milan a Ludmila TRUNEČKOVÁ. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-1661-2.

ŠMÍD, Milan, 2010. Digitalizace médií. In: OSVALDOVÁ, B., J. HALADA a kolektiv. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Dotisk třetího, rozšířeného vydání. Praha: Libri. ISBN 978-80-7277-266-7.

TUNGOVÁ, Lenka. Vietnamský tisk v ČR. *Migraceonline.cz* [online]. 17. 2. 2009. [cit. 2014–04–22]. Dostupné z: <http://www.migraceonline.cz/cz/e-knihovna/vietnamsky-tisk-v-cr>

TUŠER, Andrej, 1995. *Typológia periodickej tlače I. Lokálna a regionálna tlač*. Bratislava: Univerzita Komenského. ISBN 978-802-2308-342.

Unie vydavatelů ČR. Čtenost deníků. *Unievydavatelů.cz* [online]. © 2013 [cit. 2013–12–18]. Dostupné z: [http://www.unievydavatelů.cz/cs/deniky/fakta\\_cisla\\_denicich/prodany\\_naklad\\_deniku/314-deniky\\_celostatni](http://www.unievydavatelů.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denicich/prodany_naklad_deniku/314-deniky_celostatni)

VLTAVA-LABE-PRESS, a. s. *Vlp.cz* [online]. © 2000–2009 [cit. 2013–12–16]. Dostupné z: <http://www.vlp.cz/>

VLTAVA-LABE-PRESS, a. s. *Denik.cz* [online]. © 2005–2014 [cit. 2014–04–18]. Dostupné z: <http://www.denik.cz/>

VOLEK, Jaromír, 2007. Regionální žurnalisté v posttransformační etapě: Vybrané socioprofesionální charakteristiky. In: WASCHKOVÁ C CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Regionální*

*média v evropském kontextu*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií.  
ISBN 978-80-210-4473-9.

WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Vybrané aspekty strukturální transformace českého lokálního a regionálního tisku po roce 1989*. Brno, 2010. Disertační práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií.



## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1: Přepis rozhovorů (CD)**

**Příloha č. 2: Audiozáznamy rozhovorů (CD)**

**Příloha č. 3: Osnova rozhovorů (tištěná práce, podkapitola 3.2.2)**