

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

**Diplomová práce**

**2017**

**Veronika Svobodová**

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

**Veronika Svobodová**

**Proměny mediálních obsahů a jejich  
zpracování s nástupem nových médií  
ilustrované na periodiku *100+1 zahraniční  
zajímavost***

*Diplomová práce*

Praha 2017

Autor práce: **Veronika Svobodová**

Vedoucí práce: **doc. Mgr. MgA. Filip Láb, Ph.D.**

Rok obhajoby: 2017

## **Bibliografický záznam**

SVOBODOVÁ, Veronika. *Proměny mediálních obsahů a jejich zpracování s nástupem nových médií ilustrované na periodiku 100+1 zahraniční zajímavost*. Praha, 2017. 75s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce doc. Mgr. MgA. Filip Láb, Ph.D.

## **Abstrakt**

Periodikum *100 + 1 zahraniční zajímavost* vychází na území České republiky již od roku 1964 a patří tak mezi nejstarší doposud vycházející magazíny na českém trhu. Práce se zaměřuje na proměnu témat a jejich zpracování v důsledku nástupu digitální éry. Cílem je analyzovat především vliv dostupných technologií pro zpracování mediálních obsahů a produkci periodik. Teoretická část je zpracována deskriptivní analýzou, praktická část se skládá z kvantitativní obsahové analýzy a následně z komparativní analýzy. Doposud bylo téma proměn mediálních obsahů zpracováno především s důrazem na historický kontext a jeho reflexi v médiích, nicméně tato práce se ve své praktické části zaměřuje na formu zpracování témat, využívání multimediálních formátů a práci s inzertním prostorem, čímž nabídne jiný ucelený pohled na problematiku mediální transformace. V práci je věnován prostor i trendu konvergence médií, konkrétně procesu internetizace časopisu *100 + 1 zahraniční zajímavost* a rozdílům mezi jeho tištěnou a online verzí.

K porovnání a analýze byla zvolena vydání z let 1988 a 2015. V každém z ročníků je zkoumáno 1., 5., 9., 13., 17. a 21. vydání.

## **Abstract**

This work focuses on the *100 + 1 zahraniční zajímavost* magazine and its change due to the digital era. It is one of the oldest Czech magazines with its history dated back to 1964 when it was an instant phenomenon. The analysis in this work focuses on the change of media content and its form because of the start of digital era. The aim of this thesis is to analyse the influence of available technologies on the media content creation and magazine production. The text contains of two bigger parts – theoretical and practical. The theoretical part will contain of descriptive analysis and the practical part will contain quantitative content analysis and comparative analysis. So far, this problematic has been analysed with the focus on historical context influencing the media content. This work aims to provide another point of view on media transformation focusing more on the form and media convergence of the produced content offering.

Compared and analysed are issues from years 1988 and 2015. In each year, the analysis focuses on issues No. 1, 5, 9, 13, 17 and 21.

## **Klíčová slova**

*100 + 1 zahraniční zajímavost*, časopis, mediální transformace, konvergence médií, fotografie, nová média

## **Keywords**

*100 + 1 zahraniční zajímavost*, magazine, media transformation, media convergence, photography, new media

**Rozsah práce: 121 186 znaků**

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a 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 18.5. 2017

Veronika Svobodová

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala doc. Mgr. MgA. Filipu Lábovi, Ph.D. za cenné rady, věcné připomínky, trpělivost a vstřícnost při konzultacích mé diplomové práce.

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

<b>TUTO ČÁST VYPLNUJE STUDENT/KA:</b>	
<b>Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:</b> Svobodová Veronika	<b>Razítko podatelny:</b>
<b>Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:</b> 2014	
<b>E-mail diplomantky/diplomanta:</b> 87582679@fsv.cuni.cz	
<b>Studijní obor/forma studia:</b> Žurnalistika / prezenční	
<b>Předpokládaný název práce v češtině:</b> Případová studie: Proměny mediálních obsahů a jejich zpracování s nástupem nových médií ilustrované na periodiku 100+1 zahraniční zajímavost	
<b>Předpokládaný název práce v angličtině:</b> Case study: Transformation of topics and their elaboration in the era of the New Media illustrated on publication called „100+1 zahraniční zajímavost“	
<b>Předpokládaný termín dokončení</b> (semestr, akademický rok – vzor: <i>ZS 2012/2013</i> ) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezi) LS 2015/2016	
<b>Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování</b> (max. 1800 znaků): Práce se zaměří na proměny témat a jejich zpracování v důsledku nástupu nových médií. Zprvu bude věnován prostor teorii těchto proměn a následně budou tyto transformace ilustrovány na základě komparativní analýzy několika vydání periodika <i>100+1 zahraniční zajímavost</i> z doby před novými médii a po jejich nástupu. Doposud téma proměn mediálních obsahů bylo zpracováno především s důrazem na historický kontext a jeho reflexi v médiích, tato práce se ve své praktické části ale zaměří také na formu zpracování témat, využívání multimediálních formátů a práci s prostorem pro inzerci.	
<b>Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy</b> (max. 1800 znaků): Cílem práce je srovnat způsob, jak jsou zpracovávána témata v periodiku <i>100+1 zahraniční zajímavost</i> v letech 1988 a 2015. Práce předpokládá, že ve vydání periodika z roku 2015 bude v porovnání se starším ročníkem poskytnuto více prostoru fotografií a inzerci. Zároveň se ve své práci chci věnovat internetizaci časopisu <i>100+1 zahraniční zajímavost</i> a rozdílům mezi tištěnou a online verzí.	
<b>Předpokládaná struktura práce</b> (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): <ol style="list-style-type: none"><li>1. Úvod</li><li>2. Teoretická část<ol style="list-style-type: none"><li>2.1 Nástup nových médií<ol style="list-style-type: none"><li>2.1.1 Definice základních pojmů</li><li>2.1.2 Konvergence médií</li></ol></li></ol></li><li>3. Praktická část<ol style="list-style-type: none"><li>3.1 Charakteristika vybraného periodika<ol style="list-style-type: none"><li>3.1.1 Historie</li><li>3.1.2 Současnost – od obnovení jeho vydávání v roce 2011</li></ol></li><li>3.2 Metodologie</li><li>3.3 Analytická část<ol style="list-style-type: none"><li>3.3.1 Analýza ročníku 1988</li><li>3.3.2 Analýza ročníku 2015</li><li>3.3.3 Komparace analyzovaných ročníků</li></ol></li></ol></li></ol>	



#### 4. Závěr

**Vymezení podkladového materiálu** (např. titul periodika a analyzované období):

100+1 zahraniční zajímavost: rok 1988 (č. 1, 5, 9, 13, 17, 21)

100+1 zahraniční zajímavost: rok 2015 (č. 1, 5, 9, 13, 17, 21)

**Metody (techniky) zpracování materiálu:**

Teoretická část bude zpracována deskriptivní analýzou, praktická část se bude skládat z analýzy komparativní.

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

**BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, 439 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8.**

Publikace nabízí chronologický pohled na vývoj českých médií a zároveň poskytuje historický kontext k těmto změnám. Kniha zachycuje technologické i sociologické změny, které na vývoji médií mají notný podíl a zároveň přináší profily významných mediálních osobností.

**JENKINS, Henry. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press, 2006, xi, 308 s. ISBN 978-08-147-4295-2.**

Publikace Henryho Jenkinse se zabývá konvergencí tradičních a nových médií a definuje základní pojmy pojící se s touto problematikou. Zároveň se kniha zabývá proměnou publika a jeho interakcí a celkovým chováním v této éře konvergence.

**TRAMPOTA, Tomáš. VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha, Portal. 2010. 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.**

Publikace se věnuje základním postupům a metodám, které jsou uplatňovány při mediálním výzkumu. Obsahově se kniha dotýká akademických i komerčních výzkumů a všechny teoretické základy jsou ilustrovány na konkrétních příkladech.

**JIRÁK, Jan. KÖPPOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha, Portal. 2009. 416 s. ISBN 978-80-7367-466-3.**

Kniha spojuje teoretické poznatky s praktickými příklady z oblasti fungování médií a věnuje se základům mediálních studií a důrazem na definici mediální komunikace. Publikace se ale také věnuje vlivům, které na mediální komunikaci působí, a jevům s ní spojeným.

**DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 3. vyd. Praha: Karolinum, 2000, 374 s. ISBN 80-246-0139-7.**

Jedná se o metodologickou publikaci, ve které jsou teoretické postupy ilustrovány na konkrétních příkladech, čímž je čtenáři poskytnut ucelený a srozumitelný přehled jednotlivých metod sociologického výzkumu.

**Diplomové a disertační 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)

**MÁRAKOVÁ, Anna. *Znovuzavedení časopisu 100+1 Zahraniční zajímavost* [online]. 2014 [cit. 2015-06-03]. Diplomová práce. Univerzita Jana Amose Komenského Praha. Vedoucí práce Jaroslav Huk. Dostupné z: <<http://theses.cz/id/p7uihg/>>.**

**Datum / Podpis studenta/ky**

.....
-------

<b>TUTO CAST VYPLNUJE PEDAGOG/PEDAGOZKA:</b>	
Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:	
.....	
Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:	
.....	
Potvrzují, 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.	
.....	
<b>Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga</b>	<b>Datum / Podpis pedagožky/pedagoga</b>

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNEHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VYTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.
<b>TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.</b>

|

# Obsah

ÚVOD.....	2
<b>1. TEORETICKÁ ČÁST .....</b>	<b>4</b>
1.1 VÝVOJ MASOVÝCH MÉDIÍ.....	5
1.1.1 <i>Stručný vývoj médií na českém trhu po roce 1989</i> .....	11
1.1.2 <i>Nová média</i> .....	12
1.1.3 <i>Konvergence médií</i> .....	14
1.1.3.1 <i>Definice konvergence médií</i> .....	14
1.1.3.2 <i>Vliv konvergence médií na redakční rutiny</i> .....	19
1.2 <i>Role fotografie v médiích</i> .....	22
1.3 <i>Mediální analýza</i> .....	25
1.4 <i>Metodologie</i> .....	25
1.4.1 <i>Charakteristika obsahové analýzy</i> .....	25
1.4.2 <i>Aplikace metody a stanovení výzkumných otázek</i> .....	27
<b>2 PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>30</b>
2.1 <i>Charakteristika vybraného periodika</i> .....	30
2.1.1 <i>Historie časopisu 100 + 1 zahraniční zajímavost</i> .....	31
2.2 <i>Analýza ročníku 1988</i> .....	32
2.2.1 <i>Obecný přehled vybraných vydání ročníku 1988</i> .....	32
2.2.2 <i>Detailní přehled čísla 1/1988</i> .....	35
2.2.3 <i>Detailní přehled čísla 5/1988</i> .....	38
2.2.4 <i>Detailní přehled čísla 9/1988</i> .....	40
2.2.5 <i>Detailní přehled čísla 13/1988</i> .....	42
2.2.6 <i>Detailní přehled čísla 17/1988</i> .....	44
2.2.7 <i>Detailní přehled čísla 21/1988</i> .....	46
2.2.8 <i>Shrnutí</i> .....	48
2.3 <i>Analýza ročníku 2015</i> .....	48
2.3.1 <i>Obecný přehled vybraných vydání ročníku 2015</i> .....	49
2.3.2 <i>Detailní přehled čísla 1/2015</i> .....	53
2.3.3 <i>Detailní přehled čísla 5/2015</i> .....	55
2.3.4 <i>Detailní přehled čísla 9/2015</i> .....	56
2.3.5 <i>Detailní přehled čísla 13/2015</i> .....	58
2.3.6 <i>Detailní přehled čísla 17/2015</i> .....	60
2.3.7 <i>Detailní přehled čísla 21/2015</i> .....	62
2.3.8 <i>Shrnutí</i> .....	64
2.4 <i>Komparace analyzovaných ročníků</i> .....	64
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>67</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>68</b>
<b>POUŽITÁ LITERATURA.....</b>	<b>69</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>74</b>
<b>PŘÍLOHY .....</b>	<b>75</b>

## Úvod

Jako předmět své diplomové práce jsem si vybrala legendární časopis *100 + 1 zahraniční zajímavost*, který vychází ve čtrnáctidenních intervalech. Na tomto magazínu bych ráda ilustrovala proměny mediálních obsahů a forem jejich zpracování témat. Tyto změny bych ráda reflektovala především v souvislosti s nástupem nových, digitálních médií.

Periodikum *100 + 1 zahraniční zajímavost* vychází na území České republiky již od roku 1964 a patří tak mezi nejstarší doposud vycházející magazíny na českém trhu. Spolu s tímto časopisem do populárně-naučné “rodiny 100 + 1” patří také média *Příroda* a *Tajemství vesmíru*. Vydavatelství Extra Publishing, mezi jehož tituly patří právě i *100+1 zahraniční zajímavost*, vydává také historická čísla tohoto čtrnáctideníku, takže čtenáři mohou zároveň zakoupit časopis *100 + 1 Retro*, *100 + 1 Ročenka*, *100 + 1 Speciál* a *100 + 1 Křížovky*. Titul *100+1 zahraniční zajímavost* Jako předmět své diplomové práce jsem si vybrala legendární časopis *100 + 1 zahraniční zajímavost*, který vychází ve čtrnáctidenních intervalech. Na tomto magazínu bych ráda ilustrovala proměny mediálních obsahů a forem jejich zpracování témat. Tyto změny bych ráda reflektovala především v souvislosti s nástupem nových, digitálních médií.

Periodikum *100 + 1 zahraniční zajímavost* vychází na území České republiky již od roku 1964 a patří tak mezi nejstarší doposud vycházející magazíny na českém trhu. Spolu s tímto časopisem do populárně-naučné “rodiny 100 + 1” patří také média *Příroda* a *Tajemství vesmíru*. Vydavatelství Extra Publishing, mezi jehož tituly patří právě i *100+1 zahraniční zajímavost*, vydává také historická čísla tohoto čtrnáctideníku, takže čtenáři mohou zároveň zakoupit časopis *100 + 1 Retro*, *100 + 1 Ročenka*, *100 + 1 Speciál* a *100 + 1 Křížovky*. Titul *100+1 zahraniční zajímavost*<sup>1</sup> svým čtenářům poskytuje netradiční informace o dění z celého světa, a jeho témata zasahují do kultury, vědy, historie nebo třeba i techniky.

„Stoplusjednička“ začala být znovu vydávána v roce 2011, a to po nedokončeném ročníku 2010. Vydavatelství Extra Publishing, které práva na časopis koupilo, přepracovalo svůj tehdejší čtrnáctideník *Svět* a uvedlo na trh novou verzi „stoplusjedničky“. Nových médií bylo kromě obsahu a formy zpracování, které jsou předmětem práce, využito i při znovuuvedení na český mediální trh, a to sice v marketingové kampani doprovázející tuto událost. Doprovodné marketingové a PR

---

<sup>1</sup> V práci dále také označován jako *100 + 1 ZZ*

aktivity probíhaly na internetu a sociálních sítích, především na síti Twitter, kde má periodikum vlastní účet.<sup>2</sup> Předplatné prvního čísla *100+1 zahraniční zajímavost* si v nové podobě objednalo přes 4300 předplatitelů, což dle vydavatelství Extra Publishing znamenalo kompletní vyčerpání nabídky.<sup>3</sup>

K porovnání a analýze jsem zvolila vydání z let 1988 a 2015, a v každém z ročníků se zaměřím na 1., 5., 9., 13., 17. a 21. číslo. Cílem této práce je analyzovat především vliv dostupných technologií pro zpracování mediálních obsahů a produkci periodik. Teoretická část bude zpracována deskriptivní analýzou, praktická část se bude skládat z analýzy obsahové a komparativní. Doposud bylo téma proměn mediálních obsahů zpracováno především s důrazem na historický kontext a jeho reflexi v médiích, tato práce se ve své praktické části ale zaměří především na formu zpracování témat, využívání multimediálních formátů a práci s inzertním prostorem, čímž nabídne jiný ucelený pohled na problematiku mediální transformace. Zároveň bych chtěla věnovat prostor procesu internetizace časopisu *100 + 1 zahraniční zajímavost* a rozdílům mezi jeho tištěnou a online verzí. Práce předpokládá, že ve vydání periodika z roku 2015 bude v porovnání se starším ročníkem poskytnuto více prostoru fotografii (a zároveň barevné fotografii oproti černobílé) a inzerci na úkor rozsahu článků. Tyto předpoklady jsou založeny na behaviorálních trendech a změnách čtenářů, které můžeme s nástupem digitální éry pozorovat, a na úsudku, že média se budou snažit těmto změnám adaptovat pro udržení svého publika.<sup>4</sup>

Text je rozdělen do dvou větších bloků, a to sice do teoretické části a praktické části. V té první, teoretické, je věnován prostor definici klíčové terminologie a zároveň vývoji samotných medií se zaměřením na nástup digitálních médií a konvergenci médií.

---

<sup>2</sup> AUST, Ondřej. Tradiční časopis 100+1 zahraniční zajímavost začal znovu vycházet. *Mediář* [online]. 2011-11-2 [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: <http://www.mediary.cz/tradicni-casopis-1001-zahranicni-zajimavost-zacal-znovu-vychazet/>

<sup>3</sup> AUST, Ondřej. Tradiční časopis 100+1 zahraniční zajímavost začal znovu vycházet. *Mediář* [online]. 2011-11-2 [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: <http://www.mediary.cz/tradicni-casopis-1001-zahranicni-zajimavost-zacal-znovu-vychazet/>

<sup>4</sup> ZIMING, Liu. Reading behavior in the digital environment: Changes in reading behavior over the past ten years. *Journal of Documentation*, Vol. 61 Issue: 6. pp.700-712. Dostupné z: <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/00220410510632040#>

Oproti schválené tezi jsem do práce zařadila několik kapitol navíc, především týkajících se metodologie mediálních výzkumů, přičemž jsem pořadí některých kapitol oproti schválené tezi pozměnila pro větší přehlednost.

## 1. Teoretická část

Protože se ve své práci chci zabývat tím, jak nová média ovlivnila formu mediálních obsahů i mediální obsahy samotné, nejprve nastíním vztah médií a technologického pokroku. Následně se budu věnovat tomu, co to vůbec nová média jsou. Dále popíši jev konvergence médií, přičemž se mimo jiné zaměřím i na její vliv na redakční rutiny, které výrazně ovlivňují výslednou podobu mediálních sdělení.

Vzhledem k tomu, že celá práce je zaměřená na proměnu mediálních obsahů a jejich forem, úplným úvodem bych ráda uvedla několik faktorů, které na mediální obsahy mají přímý vliv. Takové počáteční shrnutí bude sloužit jako širší teoretický pohled na tuto problematiku, který by chyběl, pokud bychom se zaměřili pouze na technologický aspekt z procesu tvorby mediálních obsahů.

Převedení události do mediálního sdělení je vrcholem procesu, který je podmíněn působením několika faktorů, které můžeme uspořádat do hierarchického modelu rovin.<sup>5</sup> Rovina individuální osobnosti, rovina mediální rutiny, organizační rovina, extramediální rovina a ideologická rovina. První z uvedených rovin, tedy individuální osobnosti, zahrnuje socio-demografické vlastnosti postavy novináře, jako je věk, jeho vzdělání a další, spolu s jeho postoji a sociálním zařazením. Rovina mediálních rutin představuje opakované a ustálené profesní postupy, jež každý novinář při své práci následuje. Další rovina v hierarchii, tedy ta organizační, odráží možné vlivy ze strany vlastníka média nebo vydavatele nebo například také požadavky na jednání v souladu s redakční politikou, kterou stanovuje vedení. Rovina extramediální s sebou nese faktory působící na práci novinářů a celé mediální organizace z vnějšího prostředí. Rovina ideologická v sobě zrcadlí případné vztahy dané mediální organizace s mocenskými strukturami. Ze všech uvedených rovin vlivů se za nejvýznamnější z hlediska obsahu mediálního sdělení považuje rovina individuální a organizační.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

<sup>6</sup> REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

Pro prezentaci více klasifikací vlivů na podobu mediálního sdělení, uvedme například také rozdělení prezentované Jirákem a Köpplovou, kteří uvádějí, že zásadní vliv na profesní postupy novinářů a mediální obsahy mají ekonomické, politické a kulturní rysy médií.<sup>7</sup> Vezmeme-li v potaz uvedené faktory, příchod nových médií tak ovlivňuje velmi výrazně mediální sdělení nejen z hlediska jeho šíření, ale taktéž z hlediska jeho tvorby a pracovní rutiny předcházející jeho vzniku, mezi které Trampota řadí sestavování agendy zpravodajství, vyhledávání informací, práci se zdroji a zároveň konečné zpracování zpráv. Samotný aspekt šíření nových médií pak ústí v časový tlak, kterému jsou novináři dennodenně vystavováni, přičemž tlak na dodržení harmonogramu pak má přímý vliv na produkci daného sdělení.<sup>8</sup>

## 1.1 Vývoj masových médií

Pokud hovoříme o médiích obecně, tak se jedná o dobově podmíněné formy veřejné sociální komunikace, které jsou spojeny určitými společnými charakteristikami. První z těchto charakteristik je dostupnost jejich produkce, a to sice psychická – myšleno intelektuální – a potenciální fyzická. Jedná se o dostupnost neomezenému množství příjemců, přičemž výsledky této produkce jsou reálně využívány velkým počtem adresátů, případně uživatelů. Další charakteristikou je podmínka technického, organizačního a distribučního zázemí, jež je nezbytným faktorem pro výše uvedenou širokou dostupnost. Toto zázemí je nezbytné pro šíření identického signálu, popř. pro produkci identických kopií, které je možné šířit po velkém obydleném území. Média jsou taktéž charakterizována širokou nabídkou obsahů, které jsou srozumitelné napříč společnostmi a z různých důvodů mohou být relevantní jako např. pro edukaci, pro orientaci ve světě, pro formování politického názoru, pro zábavu, pro pomoc a radu do různých životních situací, pro výplň volných chvil nebo také pro sestavení každodenních rituálů. Důležitou charakteristikou médií je taktéž pravidelnost jejich produkce spolu s jejich aktualizací a případným zatraktivněním.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média. 2., přepracované vydání*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.

<sup>8</sup> Trampota, T.; Vojtěchovská, M.: *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010.

<sup>9</sup> BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3028-8.

Jako alternativní, a zároveň jednodušší, definici bych uvedla tu od autorů Davida L. Altheideho a Roberta P. Snowa, kteří za médium označují „jakýkoliv společenský nebo technologický proces používaný pro výběr, přenos a příjem informací či jakékoliv společenské nebo technologické zařízení používané pro výběr, přenos a příjem informací.“<sup>10</sup>

Chceme-li tedy hovořit o masových médiích, tak tomuto pojmu rozumíme tak, že se jedná o „médiá, která jsou určena a dostupná neuzavřené množině uživatelů (tedy „široké veřejnosti“, respektive „mase“). Tato média se formují za konkrétních historických podmínek (v procesu modernizace, respektive v kontextu průmyslové revoluce).“<sup>11</sup> Jejich nástup je pak úzce spojován s obdobím industrializace a s jevy jako je urbanizace a alfabetizace společností, které prochází procesem modernizace. Vývoj masových médií se zároveň pojí s jevem sociální stratifikace dané společnosti na tři stupně, a to sice na elity, střední a nižší (dělnickou) třídu, přičemž dělení je spíše dichotomního rázu vzhledem k elitám na jedné straně a zbytku společnosti na straně druhé. Působení masových médií jde také ruku v ruce s demokratizací společností, jejím formováním a následným uvědomováním si národní identity těchto společností.<sup>12</sup>

Mezi masová média patří tištěná média, přičemž se v rámci tohoto označení médií zpravidla do stejné kategorie započítávají i např. dřevoryty, mědiryty, litografie, později fotografie a další jednotlivé zobrazovací techniky. Dále mezi masová média v pozdějším stádiu technologického vývoje patří i film, rozhlasové a televizní vysílání a v poslední době i internet. Internet je klíčový pro tuto práci a v jeho spojení s médii jej chápeme jako specifické technologické prostředí, které v sobě skrývá možnosti využití nejrůznějších produktů, přičemž ne každý z nich nese rysy masové komunikace. Mezi produkty internetu, které tyto rysy nesou, například patří zpravodajské servery, blogy, nebo sociální sítě. Na opačné straně pak jsou produkty jako e-mail, chaty, Skype ad., které spadají do sféry komunikace soukromé a interpersonální. Internetovým médiím se někdy taktéž přezdívá média „síťová“ a mezi jejich rysy patří i interaktivita a vysoká míra individualizace nabídky s tím, že uživatelé samotní se stávají autory určitých

---

<sup>10</sup> ALTHEIDE, David L. SNOW, Robert P. *Media logic*. Beverly Hills, Calif: Sage Publications, 1979. ISBN 9780803912960.

<sup>11</sup> BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3028-8. s. 23



informací, přičemž toto jsou charakteristiky jdoucí proti definici médií masových.<sup>13</sup> Tato vlastnost jde ruku v ruce s obavami o regulaci obsahu na internetu: „I když možná nejde o jejich jedinečnou vlastnost, vytvořila online média situaci, kdy se kdokoli může rozhodnout šířit své názory a informace širokému publiku při velmi malých nákladech. Přístup k prostředkům přenosu informací již není kontrolován novináři či dalšími aktéry a je možná dokonce nekontrolovatelný. Internet obešel dřívější vesměs efektivní uspořádání většiny pozemního a satelitního vysílání, jež muselo ke svému provozu získávat licence a podléhalo vnější kontrole.“<sup>14</sup>

Nástup masových médií je spjat s procesem modernizace společnosti a důležitými faktory tohoto vývoje jsou například industrializace, urbanizace, rozvoj tržních vztahů a technické inovace. Existuje více přístupů, jak lze o vývoji masových médií hovořit. Prvním z nich je komunikačně-technologický a druhý sociálně-historický. První z těchto přístupů se, jak již název napovídá, opírá o technologické aspekty zajištění mezilidské komunikace, zatímco druhý ze zmíněných přístupů bychom mohli charakterizovat jako směr opírající se o „zájem o modernizaci společnosti, vývoj komunikačních možností jako společenských institucí a jejich podíl na ekonomickém, politickém a kulturním vývoji společnosti.“<sup>15</sup> Je nutné ale také podotknout, že v okamžiku, kdy dojde na periodizaci médií, nikdy se nesetkáváme s uchopením čistě komunikačně-technologickém nebo ryze sociálně-historickém.<sup>16</sup>

V obecném měřítku vývoje komunikace jsou ve většině teorií masová média vnímána jako „nebyvalé zmnožení komunikačních možností člověka překonávající bariéry prostoru i času a umožňující celospolečenskou komunikaci (...). Masová média se v tomto kontextu stávají součástí výkladu proměn a rozvoje komunikačních technologií,“<sup>17</sup> přičemž by se to také dalo charakterizovat jako kategorizaci výkladu historie komunikace na základě význačného rysu, kterým je dominantní užívání

<sup>12</sup> BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8.

<sup>13</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média. 2., přepracované vydání*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.

<sup>14</sup> McQUAIL, Denis. *Žurnalistika a společnost (1)*. Prague, CZ: Karolinum Press, 2016. ProQuest ebrary. [cit. 2016-12-12].

<sup>15</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média. 2., přepracované vydání*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. S. 48

<sup>16</sup> tamtéž

<sup>17</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média. 2., přepracované vydání*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.

určitého typu média v dané epoše. Dle tohoto uvažování prezentovali vývoj médií Sandra Ballová-Rokeachová a Melvin DeFleur. Představili epochy, které „nepředstavují střídání jednotlivých typů komunikace, nýbrž jejich přidávání ke stávajícím komunikačním možnostem uživatelů (...), čímž autoři docilují – vcelku optimistické – představy neustále se kumulujících možností, které člověk ke komunikování má.“<sup>18</sup> Sami autoři také tento typ kategorizace označili za pohled na stálé zdokonalování komunikačních epoch. S tímto přístupem představili pět klíčových období vývoje lidské komunikace, a to sice: (1) epochu znamení a signálů, (2) epochu mluvení a jazyka, (3) epochu psaní, (4) epochu tisku a (5) epochu masové komunikace.<sup>19</sup> Když se zaměříme na masovou komunikaci, tak její počátek autoři řadí buď na počátek 19. století, což dávají do souvislosti s rozšířením dostupnosti novin pro všechny, nebo na počátek 20. století, přičemž v tomto případě událost spojují s rozšířením filmu a později i rozhlasu a televize. Kromě pěti základních epoch autoři také prezentují – nutno dodat mírně skepticky – myšlenku, že se lidstvo posouvá do epochy nové, a to sice do éry počítačů. Tato skepse pramenila z rozšířenosti a dostupnosti počítačů v druhé polovině osmdesátých let, což je zároveň obdobím, kdy autoři na své studii pracovali. Upozorňují, že je naprosto nezbytné, aby běžným občanům byl dostupný současně software a hardware spolu s nezbytnými znalostmi a dovednostmi k tomu, aby mohli používat počítač tak bezproblémově, jako je tomu u ostatních médií, přičemž pak bychom mohli hovořit o novém systému masové komunikace. Tento přístup tedy lze shrnout tak, že technické zajištění komunikace je středobodem výkladu vývoje médií.<sup>20</sup>

21

Přístup k vývoji médií zaměřený na technologický pokrok, kterému se přezdívá technologický determinismus, je typickým rysem pro představitele tzv. torontské školy, mezi které patří mimo jiné Marshall McLuhan a Harold Innis. „Pod pojmem „torontská škola“ se rozumí soubor úvah o závislosti uspořádání společnosti na převládajícím komunikačním médiu, které se rozvíjely od čtyřicátých a padesátých let 20. století na univerzitě v kanadském Torontu (...). Innis uvažoval o tom, že každé médium má

---

<sup>18</sup> tamtéž

<sup>19</sup> DEFLEUR, Melvin L., Sandra J. BALL-ROKEACH, Jan JIRÁK a Otakar ŠOLTYS. *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-099-8.

<sup>20</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média. 2., přepracované vydání*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. S. 50

<sup>21</sup> DEFLEUR, Melvin L., Sandra J. BALL-ROKEACH, Jan JIRÁK a Otakar ŠOLTYS. *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-099-8.

nějaký „sklon“ (bias) k podpoře určitého typu společenských vztahů a vazeb, a že tento sklon určuje podobu společnosti.<sup>22</sup> Harold Innis ve svých studiích upozorňuje na to, že komunikační prostředky klíčově ovlivňují informace, jež přenášejí, a zároveň také v konečném důsledku na podobu společnosti, ve které působí.<sup>23</sup> Dále uvádí, že komunikační médium používané v daném časovém období má tendenci podporovat časový nebo prostorový rozměr komunikačních procesů. Pro lepší ilustraci by se dalo říci, že „médiá [měla] v „epoše před tiskem“ (kámen, jíl či pergamen) sklon podporovat spíše časový rozměr než prostorový. Tato „těžká“ média bylo obtížné přenášet z místa na místo, zato se vyznačovala odolností vůči „zubu času“. Naproti tomu taková média, jako je papír, jsou označována za „lehká“, je snazší je přenášet, ale snáze podléhají zkáze, mají tedy sklon podporovat spíše prostorový rozměr komunikace, ale zároveň je jejich původním rysem menší trvalost stvrzených závazků (např. smluv).“<sup>24</sup> Jak jsem již zmínila výše, dalším představitelem směru tzv. torontské školy byl Marshall McLuhan. Ve svých úvahách označuje komunikační prostředky jako „extenze člověka“, neboli jinak řečeno, jako „zmnožení jeho poznávacích a komunikačních možností, jako posílení a rozšíření smyslů. (...) Každé médium, každá nová „extenze člověka“, každá technologie vnáší do lidských záležitostí nové měřítko, a to samo o sobě je poselstvím, jež vypovídá o člověku a o společnosti.“<sup>25</sup>

Marshall McLuhan myšlenky Harolda Innise ještě rozvinul a prezentoval členění vývoje médií na základě vládnoucího média v dané etapě, přičemž jeho dělení se sestává ze čtyř etap: období kamenné kultury, doba psané kultury, „Guttenbergova galaxie“ a „Marconioho galaxie“, přičemž poslední ze zmíněných etap je spojena s nástupem elektřiny.<sup>26</sup> Marshall McLuhan zemřel v roce 1980, a proto nemohl do svých úvah plně zapracovat plný význam rozvoje počítačových sítí pro společnost a lidskou komunikaci. Ve své knize *Understanding media, tedy Jak rozumět médiím*,

<sup>22</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média. 2., přepracované vydání*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. S. 50

<sup>23</sup> HAROLD A. INNIS a INTROD. BY PAUL HEYER AND DAVID CROWLEY. *The bias of communication. Repr. d. Ausg. 1951*. Toronto: University of Toronto Press, 1995. ISBN 9780802068392.

<sup>24</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média. 2., přepracované vydání*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. S. 50

<sup>25</sup> McLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Přeložil Miloš CALDA. Praha: Mladá fronta, 2011. Strategie. ISBN 978-80-204-2409-9.

<sup>26</sup> MCLUHAN, Marshall. GORDON, W. Terrence. LAMBERTI, Elena. a SCHEFFEL-DUNAND, Dominique. *The Gutenberg galaxy: the making of typographic man*. Buffalo: University of Toronto Press, c2011. ISBN 144261269X.

ovšem předpověděl existenci takovýchto typů médií. Tyto myšlenky prezentoval pod pojmem „globální vesnice“. „Po třech tisíciletích specialistické exploze a rostoucí specializace a odcizení v technologických extenzích našich těl přišel dramatický zvrat. Svět se scvrkl. Elektricky smrštěný glóbus je pouhou vesnicí. Elektrická rychlost, která v náhlé implozi spojila veškeré sociální a politické funkce, značně zintenzifikovala i naše vědomí odpovědnosti.“<sup>27</sup> *Vesnici* můžeme interpretovat dvěma možnými způsoby, a to sice v prvním případě jako vizi limitovaného prostředí, které obyvatelům tohoto prostoru umožňuje rychle komunikovat a téměř okamžitě vědět o všech událostech v jejich světě. Jedná se tedy o metaforu pro společnost, která je sbližována používáním nejrůznějších médií, komunikačně propojený svět. Druhá možná interpretace pak nabízí pohled širší a poněkud idealističtější. Podstata tohoto výkladu je, že *vesnice* představuje komunitu, ve které mají všichni její členové možnost aktivně ovlivnit její utváření a směřování. Pojem *globální vesnice* je tedy mnohem širší než jen vize společnosti jako jedné vesnice, v níž komunikace nemá bariéry, nese v sobě také vidinu budoucnosti, jak proměna komunikace ovlivní chování jedinců a mezilidské vztahy obecně. Klíčovou roli v McLuhanově globální vesnici hrají elektronická média a moderní technologie, ke kterým ovšem choval i skeptický přístup: „...jestliže pochopíme, jak mění náš život, budeme tyto změny moci předvídat a kontrolovat; budeme-li se ale i nadále ukolébávat do nevědomé dřimoty, staneme se jejich otroky.“<sup>28</sup>

Vývojem ovšem neprošla pouze média samotná, ale taktéž i příjemci mediálních obsahů. Pro potřeby této práce je zejména důležitá behaviorální změna čtenářů v důsledku digitalizace médií. Čtenáři vzhledem k informační přesycenosti mediálním sdělením spíše rychle “prolétnou”. Jejich čtení není lineární a je velmi selektivní s tím, že se čtenáři soustředí především na klíčová slova a zabývají se textem kratší dobu. Zároveň můžeme u delších textů pozorovat tendenci poklesu jejich soustředění na daný text.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> McLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Přeložil Miloš CALDA. Praha: Mladá fronta, 2011. Strategie. ISBN 978-80-204-2409-9.

<sup>28</sup> McLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Přeložil Miloš CALDA. Praha: Mladá fronta, 2011. Strategie. ISBN 978-80-204-2409-9.

<sup>29</sup> ZIMING, Liu. Reading behavior in the digital environment: Changes in reading behavior over the past ten years. *Journal of Documentation*, Vol. 61 Issue: 6. pp.700-712. [cit. 2017-04-18] Dostupné z: <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/00220410510632040#>

### 1.1.1 Stručný vývoj médií na českém trhu po roce 1989

Na české mediální scéně došlo po roce 1989 k rychlému vývoji, který byl zapříčiněn nejprve uvolněním trhu a následně nástupem komerčních médií. Tento vývoj byl následován taktéž neustálým rozšiřováním mediální nabídky a vlastnickými změnami, koncentrací a technologickými inovacemi. Všechny tyto faktory měly vliv na produkci mediálních obsahů a zároveň také na jejich konzumaci.<sup>30</sup> Privatizace médií a otevření trhu vedla k tomu, že média byla nucena si zajišťovat finanční prostředky pro svůj chod. Tyto prostředky jsou čerpány částečně z prodeje daných mediálních produktů (noviny, časopisy či jiné výrobky), nicméně podstatně větší část je čerpána z prodeje reklamního prostoru. Právě reklamní investice jsou ukazatelem síly a postavení jednotlivých médií a media typů na mediálním trhu. Zatímco na počátku 90. let směřovaly téměř veškeré reklamní investice do tištěné reklamy<sup>31</sup>, už o pět let později, ruku v ruce s prvním vysíláním komerční celoplošné TV Nova (únor 1994), klesl podíl tištěných médií pod 50 %. V roce 1997 se také začalo investovat do reklamy na internetu, přičemž měl podíl internetu na reklamním trhu vzestupnou tendenci. V důsledku těchto změn došlo k velkému rozšíření počtu médií, aniž by celková mediální konzumace klesala. Spolu s rozmachem nových médií tyto změny vyústily ve velmi vysokou fragmentaci pozornosti mediálních uživatelů.<sup>32 33</sup>

V období posledních deseti let na českém trhu můžeme pozorovat pokles prodeje i nákladů tištěných periodik. V uplynulém období leden 2015 až leden 2016 klesl prodej u klíčových deníků na českém trhu o několik procent, přičemž tato skutečnost vedla ke snížení nákladu daných periodik. Pokud se zaměříme konkrétně na časopisy, tak tam se není sestupná tendence plošná napříč tituly a je pozvolnější. Výjimkou sestupné tendence jsou např. týdeníky Respekt a Reflex, u kterých můžeme pozorovat rostoucí tendenci prodaných výtisků.<sup>34</sup>

<sup>30</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média. 2., přepracované vydání*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.

<sup>31</sup> Proměny české mediální scény od začátku 90. let. *Media Guru* [online]. [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/2014/11/promeny-ceske-medialni-sceny-od-zacatku-90-let/>

<sup>32</sup> tamtéž

<sup>33</sup> BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8.

<sup>34</sup> Ověřovaná data nákladů periodického tisku. In: ABC ČR [online]. [cit. 2017-05-15].

### 1.1.2 Nová média

Obecně pojmu nová média rozumíme jako médiím, která jsou ve své podstatě v první řadě založena na digitálním kódování dat, tedy digitalizaci. Pojem digitalizace se označuje jev, kdy dochází k „transformaci informací do společného elektronického jazyka, jímž je číselný kód založený na kombinaci jedniček a nul (tedy využívající dvojkové soustavy). Základní jednotkou informace je jeden bit, tedy jedna jednička nebo jedna nula.“<sup>35</sup> <sup>36</sup> Chápání pojmu nová média se od digitalizace ve 20. století proměnilo a nejsou pouze označením pro počítač a internet, ale je to pojem, který pokrývá jak dříve zmíněné, tak sociální sítě, jakýkoliv software včetně počítačových her a příslušný hardware. Často bývají také označovány jako protipól tradičním médiím, pod kterými si obecně představíme tisk, rozhlasové a televizní vysílání.<sup>37</sup>

Pokud hovoříme o nových médiích, můžeme je označovat za interaktivní, neboť dochází k absenci technických rozdílů mezi vysílačem informace a přijímačem informace. Posílání a příjem jsou pak principiálně rovnocennými funkcemi<sup>38</sup>, což je právě velký rozdíl oproti médiím tradičním, kdy byli uživatelé zpravidla v pasivní roli příjemce informace, zatímco s médii novými mohou na informace podávat zpětnou vazbu, tvořit je, a zároveň je i šířit dál.<sup>39</sup>

Nová média bývají často uváděna v paralele s několika dalšími pojmy a zaměňována za ně; těmito pojmy jsou *digitální média*, *online média* nebo *multimédia*. Je nutné ovšem specifikovat, že tyto pojmy není možné volně zaměňovat, protože jim přísluší určitá hierarchie. Významově nejužší záběr pokrývá pojem *online média*. Existence těchto médií je podmíněna existencí internetu, a zároveň se tato média vyznačují síťovostí a určitým způsobem dostupnosti. Síťovost je pojem označující

---

Dostupné z:

<http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk/>

<sup>35</sup> DAHLGREN, Peter. *Media logic in cyberspace: repositioning journalism and its publics*. Javnost - The Public, 1996, vol. 3, no. 3, s. 59-72. ISSN 1318-3222.

<sup>36</sup> SIAPERA, Eugenia a Andreas VEGLIS. *The handbook of global online journalism*. Malden, Mass.: Wiley-Blackwell, 2012. Handbooks in communication and media. Available from EBSCO host. [cit. 2017-04-18].

<sup>37</sup> tamtéž

<sup>38</sup> DAHLGREN, Peter. *Media logic in cyberspace: repositioning journalism and its publics*. Javnost - The Public, 1996, vol. 3, no. 3, s. 59-72. ISSN 1318-3222.

mnohonásobnou vzájemnou propojitelnost a určitým způsobem dostupnosti rozumíme podmínku, že uživatelé se k nim připojí pouze za předpokladu, že k tomu mají nezbytné přístroje a přístup k internetu. Termín v sobě tedy nese konotaci způsobu a podmínek šíření, přičemž s tím jde i způsob dostupnosti příjemcům. Dalším z uvedených pojmů, který je zaměňován s výrazem nová média, jsou digitální média. Tato média jsou z hlediska šíře významového záběru nad online médii a jedná se o média, u kterých je kódování podstatou přenosu všech informací nebo dat, přičemž je využíván výhradně číselný kód. Digitální média jsou tak protipólem médií analogových. Hlavním rozdílným rysem je to, že u analogových médií dochází ke kódování informací nebo dat do odpovídajících fyzických objektů.<sup>40</sup>

Pojem multimédia zaujímá obsahově širší spektrum a oběma dříve zmíněným pojmům je v tomto ohledu nadřazen. Jedná se o média, jež pro prezentaci informací využívají kombinaci širokého spektra formátů, mezi které řadíme například psané slovo, mluvené slovo, hudbu, statické obrázky, dynamické obrázky, animace, interaktivní prvky a hypertextové prvky. Koncovému uživateli se tak otevírá množství možností, jak prezentovaný obsah uchopit.<sup>41</sup> Nová média pak představují pojem obsahově nejširší a všechny výše definované pojmy tvoří jakousi podmnožinu nových médií. Jedná se o systémy vyvinuté v posledních dvaceti až pětadvaceti letech, které slouží k doručování obsahu příjemcům. Tato média se vyznačují radikální odlišností od tradičních médií, a to tedy zejména „levným přístupem, neomezeným množstvím příjemců, pomíjivostí významu aktuální zeměpisné polohy podavatele i příjemce, obousměrností komunikace, větší silou příjemců ovlivnit, jak a kdy je nabízený obsah konzumován.“<sup>42</sup> Jedná se tedy nejen o odraz technologického vývoje, ale taktéž o způsob užívání médií. Označení nová média se z historického hlediska ustálilo nejvíce, i když je tomuto označení v některých případech oponováno v tom smyslu, že všechna média byla jednou nová. Zároveň je také zpochybněno konstantní užívání přídavného jména nový vzhledem

---

<sup>39</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média. 2., přepracované vydání*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.

<sup>40</sup> SIAPERA, Eugenia. VEGELIS, Andreas. *The handbook of global online journalism*. Malden, Mass.: Wiley-Blackwell, 2012. Handbooks in communication and media. Available from EBSCO host. [cit. 2017-04-18]

<sup>41</sup> DEUZE, Mark. *The web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online*. *New Media & Society*, 2003, vol. 5, no. 2, s. 203-230. ISSN 1461-4448.

<sup>42</sup> BREEN, Michael J. Mass media and new media technologies, *Media studies: key issues & debates*. S. 55-77. 2007. Available from EBSCO host. [cit. 2017-04-18]

k tomu, že internet má za sebou již čtyřicetiletou historii. Někteří autoři také zpochybňují hranici mezi tradičními médii, popř. označováno jako starými médii, a těmi novými s tím, že je těžké přesně určit, která média jsou ještě stará, a která se už řadí mezi ta nová.<sup>43 44</sup>

Jak bylo již naznačeno výše, ve 20. století se ústředním nástrojem procesu digitalizace stal počítač. Jednalo se o významnou technologickou inovaci ze sektoru informatiky, která samozřejmě měla zásadní dopady na posun charakterů médií. Nová média jdou ruku v ruce s rozsáhlými kulturními a institucionálními změnami a zároveň jsou i jejich příčinou. Integrace digitálních technologií do rovin našeho každodenního života zapříčinilo také změny v segmentu výroby a konzumace zboží, což se následně promítlo i do produkce mediálních sdělení vzhledem k celkové transformaci komunikace a percepce mediálního sdělení.<sup>45</sup> Není to ovšem jen sféra komunikačních možností, která byla nástupem nových médií zasažena. Klíčový vliv měla digitalizace taktéž na sféru umění, přičemž bych se ve své práci ráda zaměřila konkrétně na fotografii.

### **1.1.3 Konvergence médií**

#### **1.1.3.1 Definice konvergence médií**

Konvergencí médií bych se okrajově ve své práci chtěla zajímat proto, že periodikum *100 + 1 zahraniční zajímavost* v roce 2015 disponuje i elektronickou verzí časopisu, což je projev právě konvergence médií. Vzhledem k tomu, že i elektronická verze časopisu je předmětem následné analýzy, je objasnění vztahu elektronické verze časopisu a jeho tištěné verze namístě.

Jak tedy v mediální prostředí definovat konvergenci? Francouzský filozof Gilles Deuze k této problematice nabízí vysvětlení, že se jedná o „rostoucí míru spolupráce mezi dříve odlišnými zpravodajskými místnostmi a dalšími částmi mediální

---

<sup>43</sup> MEIKLE, G. YOUNG, S. *Media convergence: networked digital media in everyday life*. New York: Palgrave Macmillan, 2011. ISBN 978-0230228948.

<sup>44</sup> SIAPER, Eugenia a Andreas VEGLIS. *The handbook of global online journalism*. Malden, Mass.: Wiley-Blackwell, 2012. Handbooks in communication and media. Available from EBSCO host. [cit. 2017-04-18]

<sup>45</sup> CHAPMAN, Jane. *Comparative media history: an introduction : 1789 to the present*. Malden, MA: Polity, 2005. ISBN 978-0-7456-3243-8.



organizace.“<sup>46</sup> Definice termínu od Henryho Jenkinse pak říká, že se jedná o „tok obsahu přes různé mediální platformy, kooperace mezi různými mediálními odvětvími a migrační chování příjemců, kteří si najdou, co chtějí, a budou to konzumovat tak, jak a kdy chtějí.“<sup>47</sup> Pokud tedy využijeme výše uvedené definice nových médií a jejich podmnožin, konvergentní média bychom pak mohli definovat jako „mediální obsahy, technologie a postupy, ale i rysy mediálního průmyslu, které jsou jak digitální, tak síťové.“<sup>48</sup>

V souvislosti s prolínáním mediálních sdělení přes více platforem, se setkáváme s hypertextualitou obsahů. Jedná se o „asociativní propojování informací pomocí odkazů v komunikátech, které rozptyluje princip lineární výstavby komunikátů“<sup>49</sup> a toto propojování informací může nést dvě podoby, a to sice interní a externí. V případě interní hypertextuality se jedná o jakousi obsahovou spirálu, kdy je v jednotlivých komunikátech odkazováno pouze na komunikáty z téhož serveru. Pokud jde o hypertextualitu externí, tak hovoříme o tvoření nových dimenzí obsahu, což znamená, že je v jednotlivých komunikátech odkazováno i na jiné mediální obsahy, které se nenacházejí na mateřském serveru daného komunikátu.<sup>50</sup>

Vliv internetu na mediální obsahy a redakční rutiny nebyl, respektive není, jen jednostranný, neboť i klasická média do určité míry měla vliv na internet. V průběhu vývoje internetu jako masového média jsme mohli pozorovat, že začal částečně přebírat úlohy klasických médií, a to v tom smyslu, že se ujal úlohy poskytovat informace.<sup>51</sup> Splývání těchto úloh vlivů a vlastností je pak podstatou konvergence samotné. Vlivem tohoto procesu se utváří síť, ve které jednotliví aktéři na sebe vzájemně působí jako

---

<sup>46</sup> DEUZE, Mark. *The web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online*. New Media & Society, 2003, vol. 5, no. 2, s. 203-230. ISSN 1461-4448.

<sup>47</sup> JENKINS, Henry. *Convergence culture: where old and new media collide*. 1st publ. in paperback, update. New York: New York University Press, 2008, xi, 351 s. ISBN 978-0-8147-4295-2.

<sup>48</sup> MEIKLE, G. YOUNG, S. *Media convergence: networked digital media in everyday life*. New York: Palgrave Macmillan, 2011. ISBN 978-0230228948.

<sup>49</sup> DAHLGREN, P. *Media logic in cyberspace: repositioning journalism and its publics*. Javnost - The Public, 1996, vol. 3, no. 3, s. 59-72. ISSN 1318-3222.

<sup>50</sup> DEUZE, Mark. *The web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online*. New Media & Society, 2003, vol. 5, no. 2, s. 203-230. ISSN 1461-4448.

<sup>51</sup> FORTUNATI, Leopoldina. *Mediatization of the Net and Internetization of the Mass Media*. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 2005, vol. 67, no. 1, s. 27-44. ISSN 0016-5492.

propojené body a ve které existují i dílčí sítě s rozdílnými parametry. Tyto parametry se rovněž vzájemně propojují. V rámci těchto sítí jsou aktéři živí i neživí, patří mezi ně novináři, editoři, řadoví redakční zaměstnanci a například také příjemci mediálního sdělení, technologické zajištění, nástroje mediálního přenosu či tvorby mediálního obsahu, obecné znalosti příjemce i původce sdělení, jejich dovednosti a další nejrůznější pravidla či rutiny. V rámci této sítě kontinuálně probíhají různé aktivity, jako např. vyjednávání mezi jednotlivými aktéry, a to samo o sobě upevňuje podstatu této sítě. Tento vzájemný vztah médií klasických a internetových a jejich vzájemné vlivy můžeme považovat za tvorbu a konstantní vymezování pozic a hranic obou typů médií.<sup>52</sup>

Výše uvedené vlivy mají vlivy na mediální obsahy i pestrost dostupných informací na internetu. „Do značné míry bylo online zpravodajství rozšířením existujících aktivit, jen s odlišným a stále nejistým obchodním modelem. Zatímco média experimentovala, online operátoři – zejména pak vyhledávače a poskytovatelé služeb – začali přinášet zprávy jako extra servis na svých portálech, což vesměs příliš nepřispělo k diverzitě zpravodajství a už vůbec nepřidalo nic jeho originalitě. Tato alternativní nabídka žurnalistických produktů, překračující hranice tiskové instituce jakékoli národní společnosti, se vytrvale rozšiřuje a začala – nebo se to tak zdá – podřývat poptávku po tradiční tištěné žurnalistice. Výhody online zpravodajství pro příjemce spočívají v tom, že je zpravidla zdarma, aktuálnější, snadno dostupné a zhuštěné. Krátké a aktuální zprávy pro většinu praktických účelů naplňují denní potřeby, zvláště když se o nich příjemci mohou informovat podle libosti a mají plnou kontrolu nad tématy, která sledují, a časem, kdy je sledují. Online zpravodajství může také přinášet velmi zevrubné, specializované zprávy o některých tématech. Přesun příjemců zpravodajství od off-line k online médiím zatím zasáhl mladší lidi, tedy příjemce, o něž mají mimořádný zájem inzerenti a kteří jsou nepostradatelní pro budoucnost novin. (...) Snaha zpoplatnit zpravodajský obsah může být úspěšná, tím se ovšem žurnalistika transformuje na odborné sbírání informací a analytický servis pro určité skupiny, především z finančních a politických kruhů.“<sup>53</sup>

Pokud hovoříme o online zpravodajství a o výše definovaných jevech, měli bychom v této souvislosti objasnit ještě pojmy medializace internetu a internetizace

---

<sup>52</sup> tamtéž

<sup>53</sup> McQUAIL, Denis. *Žurnalistika a společnost (1)*. Prague, CZ: Karolinum Press, 2016. ProQuest ebrary. [cit. 2016-12-12].

médií. Pojmem medializace internetu rozumíme využívání potenciálu internetového prostředí k šíření sdělení. Jde o jev, kdy organizace, která produkuje určité mediální sdělení, využívá internet pro jeho výrobu, jeho distribuci a zároveň i jeho archivaci. Důležitým aspektem je také to, že toto sdělení je příjemcem přijímáno taktéž prostřednictvím internetu. Mediální organizace tak mají možnost produkovat své mediální obsahy a zároveň je šířit jen prostřednictvím internetu.<sup>54</sup> Dalším jevem, který v rámci éry konvergence médií můžeme pozorovat, je internetizace masových médií, přičemž tento termín označuje jev, kdy internet ovlivňuje masová média. Konkrétně se jedná o proces adaptace formátu internetových médií klasickými médii. Prakticky se tento jev projevuje zahrnováním působení v internetovém prostředí do portfolia produktů či činností mediálních organizací, které tradičně působily jen v prostředí klasických médií. Nástup éry internetu tak umožnil mediálním (i nemediálním) organizacím působit, produkovat svá mediální sdělení a šířit je také v internetovém prostředí, přičemž můžeme velmi často pozorovat překlápění mediálního obsahu určeného původně pro prostředí klasických médií právě na internet.<sup>55</sup> Ke stavu, kdy jsme schopni pozorovat oba dva jevy vedl určitý vývoj celého procesu invaze internetu do tištěných médií a obecně do rozšiřování služeb a produktů poskytovaných mediálními organizacemi. V první fázi tohoto vývoje se jednalo více méně o počátky duplikace obsahu v tištěných periodik do internetového prostředí. Jednalo se tedy o první projevy internetizace médií. Ve fázi následující si mediální organizace začaly uvědomovat, jaký potenciál v sobě internet skrývá, proto se původně jen jednoduše překlápěné verze začaly rozvíjet a obohacovat o informace, které se v tištěné verzi mediálního sdělení nevyskytovaly. Toto rozšíření nabývalo různých forem, například šlo o obrazový či zvukový materiál, či o případné zařazení hypertextových odkazů a interaktivních prvků. V této fázi ještě stále hovoříme o internetizaci médií. Přechodem do fáze třetí již můžeme sledovat, jak projev internetizace médií, tak projev medializace internetu. První trend ze zmíněných je zastoupen především maximalizací multimediální prezentace. Mediální organizace se snaží maximalizovat své zisky z působení v internetovém prostředí, proto si dávají záležet maximálně na uživatelské prostředí,

---

<sup>54</sup> FORTUNATI, Leopoldina. Mediatization of the Net and Internetization of the Mass Media. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 2005, vol. 67, no. 1, s. 27-44. ISSN 0016-5492.

<sup>55</sup> FORTUNATI, Leopoldina. Mediatization of the Net and Internetization of the Mass Media. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 2005, vol. 67, no. 1, s. 27-44. ISSN 0016-5492.

grafice a celkovém managementu online podoby média. Trend medializace internetu je pak ve třetí fázi zastoupen přímo formováním organizací, které působí a svá mediální sdělení prezentují výhradně v internetovém prostředí.<sup>56 57</sup>

Tyto změny obecně s sebou také nesou určité ekonomické aspekty. Obecně můžeme pozorovat trend, kdy pozice tisku slábne. Náklady zpravidla klesají<sup>58</sup>, nicméně i přesto tisk stále zastává významnou informační roli.<sup>59</sup> Stále je silným hráčem, pokud jde o investigaci, odhalování a zasazování informací do širšího kontextu, a navíc se v tisku najde i prostor pro komentáře a zhodnocení situací. Dále roste počet bezplatně distribuovaných placených titulů a zároveň se také objevují bezplatné tituly distribuované například v kavárnách, dopravních prostředcích i na dalších místech. Četba tištěných titulů přetrvává díky rituálům spojeným s jejich četbou, jako například v dopravních prostředcích, před spaním, u snídaně, v kavárně apod. Dalším významným ekonomickým aspektem je fakt, že zpravodajským agenturám se rozšířilo pole dodavatelů mediálních sdělení a zpráv, neboť o produkci zpráv mají zájem i nemediální organizace. Vzhledem k předešlým uvedeným aspektům, kterými jsou pokles nákladu tištěných médií a obecně slábnoucí pozice tisku, dochází přirozeně k oslabení příjmů z produkce tištěných médií, přičemž tato produkce je úzce spjata s prodejem mediálních produktů příjemcům a také s prodejem mediálního prostoru inzerentům. Tyto ztráty si organizace povětšinou kompenzují právě doplňkovým působením v internetovém prostředí.<sup>60</sup>

V souvislosti s internetizací médií můžeme pozorovat ještě jeden jev. Pokud jde totiž o elektronická periodika samotná, tak jde o typický produkt jevu označovaného termínem remediaci. Remediaci můžeme definovat jako „formální logiku, kterou nová média přeměňují předchozí mediální formy.“<sup>61</sup> Podle autorů tohoto popisu jevu jsou

<sup>56</sup> FORTUNATI, Leopoldina. Mediatization of the Net and Internetization of the Mass Media. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 2005, vol. 67, no. 1, s. 27-44. ISSN 0016-5492.

<sup>57</sup> DAHLGREN, Peter. Media logic in cyberspace: repositioning journalism and its publics. *Javnost - The Public*, 1996, vol. 3, no. 3, s. 59-72. ISSN 1318-3222.

<sup>58</sup> Ověřovaná data nákladů periodického tisku. In: ABC ČR [online]. [cit. 2017-05-15].

<sup>59</sup> McQUAIL, Denis. *Žurnalistika a společnost (1)*. Prague, CZ: Karolinum Press, 2016. ProQuest ebrary. [cit. 2016-12-12].

<sup>60</sup> FORTUNATI, Leopoldina. Mediatization of the Net and Internetization of the Mass Media. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 2005, vol. 67, no. 1, s. 27-44. ISSN 0016-5492.

<sup>61</sup> BOLTER, Jay David a Richard GRUSIN. *Remediation: understanding new media*. Cambridge: MIT Press, 2000, s. 273.

výsledkem tohoto oboustranného procesu striktně hybridní média. „Médium v naší kultuře nikdy nejedná osamoceně, protože musí vstoupit do vztahu úcty nebo soupeření s jiným médiem.“<sup>62</sup> Pokud budeme internetové periodikum považovat za mezistupeň mezi klasickými a novými médii, pak je elektronické periodikum, čímž máme na mysli elektronickou verzi většinou paralelně tištěného periodika, ekvivalentem pouze s tím rozdílem, že plně nevyužívá webového rozhraní. Zjednodušeně by se dalo říci, že se podobá periodiku v PDF formátu s tím rozdílem, že k jeho distribuci a ke konzumaci jeho obsahu dochází ve webovém prohlížeči, přičemž v jeho rámci je možné využívat například i multimediálního obsahu, přestože je elektronické periodikum svou formou jinak periodikem statickým.

S ohledem na tento teoretický základ se ve své práci zaměřím na to, do jaké míry je obsah elektronické verze časopisu *100 + 1 zahraniční zajímavost* přizpůsoben internetovému prostředí, případně zda se jedná o pouhé překlopení obsahu do online verze.

### **1.1.3.2 Vliv konvergence médií na redakční rutiny**

Konvergence s sebou nemusí nutně přinášet pouze pozitivní efekty. Naopak. Zároveň s sebou nese i řadu negativních dopadů například na redakční práci, které níže blíže rozvedu. Tyto dopady pak mají vliv zejména na sféru profesních a mezilidských vztahů.

Výrazně ovlivněny mediální konvergencí byly například obecné komunikační rutiny, což jsou „vzorové, opakující se způsoby a formy, které se využívají při komunikačních procesech u všech typů komunikace (tedy ne pouze u mediální komunikace). Tyto vzorce jsou tvořeny lidmi jako členy společnosti a slouží k usnadňování vzájemných interakcí.“<sup>63</sup> Výrazněji spjaté s mediálním prostředím jsou pak redakční rutiny, pod kterými si můžeme představit „vzorové, opakující se způsoby a formy, které mediální pracovníci využívají při své práci. Tyto vzorce jim slouží k usnadňování práce

---

<sup>62</sup> BOLTER, Jay David a Richard GRUSIN. *Remediation: understanding new media*. Cambridge: MIT Press, 2000, s. 65.

<sup>63</sup> SHOEMAKER, Pamela J. a Stephen D. REESE. *Mediating the message in the 21st century: a media sociology perspective*. Third edition. New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2014. ISBN 978-0-415-98914-5.

a jejímu efektivnímu vykonávání.“<sup>64</sup> Všechny tyto postupy mají klíčový vliv na výslednou podobu mediálního sdělení a jsou součástí principu mediální logiky, přičemž tento termín označuje „soubor technických a organizačních rysů, které mají dopad na to, co bude reprezentováno v médiu a jakým způsobem tak bude učiněno. Jde o specifické způsoby a procesy, které ovlivňují organizaci práce vykonávané v rámci určitého média. Také ovšem jde o kulturní kompetence a rámce příjemců využívané při příjmu mediálních produktů.“<sup>65 66</sup>

Zavedení inovací je vždy složitý proces, během kterého je nezbytné, aby spolu úzce spolupracovaly všechny složky mediální organizace od managementu po řadové pracovníky. Proměna organizace práce novinářů, která se může například promítnout ve spolupráci mezi dříve vzájemně nekooperujícími redakcemi či případně tituly. To může představovat problém pro novináře individuálně, protože tento nový typ pracovního postupu, který vyžaduje určitou míru kooperace v rámci týmu je v rozporu s původní podstatou práce novináře, která je spíše individuální. Nezbytná je neustálá komunikace mezi jednotlivými platformami a zároveň také přijetí nových redakčních rutin. Objevuje se zároveň názor, že by konvergence neměla být považována za jednoduchý a pouze ekonomicky výhodný trend, neboť jeden novinář nyní nově zastane několik funkcí sám. Práce reportéra se totiž nově sestává z napsání několika zpráv a jejich adaptací pro více platform, čímž ale zároveň vede k mnohonásobně vyšší pracovní zátěži, přičemž může bez nezbytné podpory vést k frustraci zaměstnanců či syndromu vyhoření.<sup>67</sup>

Mezi redakční rutiny mediální organizace, které byly výrazně ovlivněny nástupem nových médií, jednoznačně patří práce se zdroji, která hraje velkou roli i v případě časopisu *100 + 1 zahraniční zajímavost*, který byl známý tím, že pracoval s mediálními výstupy zahraničních časopisů pro zprostředkování neobvyklých reportáží českým, potažmo československým čtenářům. Bavíme-li se o tomto aspektu novinářské práce, tak obecně se mezi akademiky diskutuje, zda je ke zdrojům přístup rovnocenný

---

<sup>64</sup> SHOEMAKER, Pamela J. a Stephen D. REESE. *Mediating the message in the 21st century: a media sociology perspective*. Third edition. New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2014. ISBN 978-0-415-98914-5.

<sup>65</sup> DAHLGREN, Peter. *Media logic in cyberspace: repositioning journalism and its publics*. Javnost. 1996, vol. 3, no. 3, s. 59-72. ISSN 1318-3222.

<sup>66</sup> ALTHEIDE, David L. SNOW, Robert P. *Media logic*. Beverly Hills, Calif: Sage Publications, 1979. ISBN 9780803912960.

<sup>67</sup> BHUIYAN, Serajul I. *Strategies for developing media managers for convergence: an analysis of perspectives from management theory and practice for managers of*

nebo nerovnocenný. „Ti, kteří disponují mocí, tedy tak zvaní primární definující, snadněji prosazují své pohledy na kontroverzní témata, protože se od nich očekává, že mají přístup k přesnějším informacím než zbytek populace.“<sup>68</sup> V současné době jsme dospěli díky moři informací dostupných na internetu a obrovskému počtu působících médií do stavu informační nasycenosti, přičemž někteří se domnívají, že se ve skutečnosti jedná o informační přesycenost.<sup>69</sup> Obecně množství informací, které jsou běžně dostupné, roste a velmi důležitým kulturním rysem se stává soupeření o pozornost. Právě tento boj probíhá také mezi žurnalistickými a nežurnalistickými poskytovateli informací, které jsou následně publikovány příjemcům. Zároveň se smazávají rozdíly mezi informacemi proudícími od novinářů a informacemi šířenými jednotlivci z nemediálních organizací. Podstatným faktorem se zároveň stala rychlost publikování informace, přičemž v tomto soupeření samozřejmě vyhrává ten, kdo s novou informací přijde jako první, a zároveň se také těší pozornosti plynoucí z nejrychlejšího poskytnutí nové informace, která může vést nejen k většímu zájmu čtenářů ale zároveň i inzerentů. Mediální organizace nyní pracují s propracovanými systémy pro správu obsahu, které jim umožňují například okamžitě publikovat informace, čímž se celkově díky technologickým pokrokům snižuje počet jednotlivých úkonů v rámci procesu publikace informací a čas na cestě mezi podavateli a příjemci se krátí. Je nutné ovšem dodat, že k tomuto zkracování procesů dochází i v případě klasických médií.<sup>70</sup>

Zároveň je také velkou otázkou, jak dochází k selekci informací, které jako zdroj pro své mediální sdělení novinář využije, přičemž se objevuje názor, že „zdroje, které jsou schopny přizpůsobit se mediální logice, mají větší šanci uspět jako zdroje informací.“<sup>71</sup> Při trendu konvergence médií se zároveň boří mýtus žurnalistiky, že příjemci čtou, poslouchají a sledují to, s čím přicházejí žurnalisté, a nastává éra, kdy příjemci sami mohou být zdrojem surových zpráv, přičemž jim je to umožněno například díky sociálním sítím. Dále co se zdrojů týká, tak jsou uživatelům v kyberprostoru neustále dostupné i informace, které neprošly jakýmkoliv novinářským

---

*converged newsrooms*. Pranjana: The Journal Of Management Awareness 12, no. 2. (July 2009): 1-15. Business Source Complete, EBSCOhost [cit.2016-12-08]

<sup>68</sup> *tamtéž*

<sup>69</sup> DAHLGREN, Peter. *Media logic in cyberspace: repositioning journalism and its publics*. Javnost - The Public, 1996, vol. 3, no. 3, s. 59-72. ISSN 1318-3222.

<sup>70</sup> DAHLGREN, Peter. *Media logic in cyberspace: repositioning journalism and its publics*. Javnost - The Public, 1996, vol. 3, no. 3, s. 59-72. ISSN 1318-3222.

zpracováním, tedy jedná se o informace zcela surové. Taková podoba informací se v dřívějších dobách dostávala nejprve k novinářům ke zpracování a až posléze byla informace distribuována. Příjemci tedy nyní mají díky internetu možnost nejen přijímat žurnalisticky zpracovaná sdělení, ale zároveň si mohou dohledat informace související s danou problematikou, které byly již dříve publikovány, nebo případně nové informace s daným tématem nějak související, čímž si snadno prezentované téma mohou zasadit do co nejširšího kontextu. S vyhledáváním souvisejících informací se zároveň pojí i to, že novináři byli v éře před novými médii odkázáni na vyhledávání v archivech či výstřižcích, přičemž dnes je tato činnost nahrazena vyhledáváním na internetu.<sup>72 73</sup>

## 1.2 Role fotografie v médiích

Nástup nových médií a digitalizace postupů spolu s rozvojem technologií změnilly všechny oblasti lidského života a žurnalistika. Jednou z těchto oblastí je rovněž fotografie v žurnalistice. Digitalizace v této tvůrčí oblasti přinesla mediální a žurnalistické sféře mnoho výhod, ale na druhou stranu s sebou přinesla i určitá rizika, protože „(...) fotožurnalistika je oblastí, která digitální fotografii adoptovala jako první, hlavně pro její rychlost, možnost okamžité kontroly, snadnost přenosu na velké vzdálenosti a nízkou režii fotografického procesu. Paradoxně je to ale také fotožurnalismus, který digitální fotografie nejvíc ohrozila.“<sup>74</sup> Technologický pokrok vnesl změny do fotografické praxe celkově, a to hlavně z hlediska času. Zrychlil se proces pořizování fotografií i jejich následné zpracování, a navíc se otevřely možnosti kontroly fotografie a manipulace s ní. Ovlivněny byly taktéž provozní náklady, které se výrazně snížily, což je něco z čeho žurnalistická fotografie značně profitovala. Výše jsem zmínila, že tyto změny s sebou nesou také úskalí a jádro problému tkví v podstatě fotografie samotné a v rozdílu její klasické a digitální formy. „Transformace z

---

<sup>71</sup> *tamtéž*

<sup>72</sup> DAHLGREN, Peter. *Media logic in cyberspace: repositioning journalism and its publics*. Javnost. 1996, vol. 3, no. 3, s. 59-72. ISSN 1318-3222.

<sup>73</sup> DEUZE, Mark. *The web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online*. New Media & Society, 2003, vol. 5, no. 2, s. 203-230. ISSN 1461-4448.

<sup>74</sup> LÁB F., LÁBOVÁ A.: *Obraz v digitálním věku*. In OSVALDOVÁ, B. a kol.: *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Nakladatelství Karolinum, Praha 2009, s. 115



materiálně ukotvené fotografie v abstraktní, číselně reprezentované médium s sebou přinesla relativizaci základních rysů definujících fotografické médium. Klasická fotografie byla díky svému mechanickému charakteru a závislosti na přítomnosti referentu svého zobrazení (tj. snímané skutečnosti) před kamerou odjakživa považována za pravdivou a objektivní reprezentaci skutečnosti. Přestože jde o přístup naivní a zjednodušující, oproti digitálnímu obrazu byla (...) v mnohem větší míře nositelkou těchto atributů.<sup>75</sup> Rozdíl je mimo jiné v tom, že pro digitální fotografii podmínka závislosti na skutečné předloze není klíčová, neboť může vzniknout i bez přítomnosti zobrazené reality před fotoaparátem samotným. Díky technologickému pokroku máme možnost manipulovat s materiálem takovým způsobem, že vytvořené fiktivní obrazy nabývají formálních kvalit reálné fotografie. Pro fotožurnalistiku je toto velkým rizikem, protože v případě, že publikovaná fotografie, neodráží skutečnost a manipulace s materiálem je dokázána, dochází k velké ztrátě důvěryhodnosti v médium, které je za publikaci zodpovědné. „Podle výzkumu amerického Rochester Institut of Technology bylo v roce 2003 pořízeno na území Spojených států přibližně 38 milionů fotografií za účelem použití v médiích. Z tohoto celkového množství bylo pozměněno asi 10 %, to je skoro 4 miliony obrazů.“<sup>76</sup> Důvěra čtenářů v médium je pro redakci klíčová, proto bylo nezbytné ji chránit a reagovat alarmující nárůst zveřejněných manipulovaných snímků, a to například přijetím směrnic a etických kodexů, které již berou v potaz rizika, která s sebou digitální fotografie přináší.

Pokud se zaměříme na postprodukcí digitální fotografie v její umírněnější míře, než je výše zmíněná kompletní manipulace či případné skládání více fotografií dohromady, ale budeme brát v potaz úpravy jako je korekce expozice či změnu barevných vztahů, fotografie i tak nabývá nezávislosti na původní expozici, ze které čerpá svůj původní obsah. Zesvětlováním či ztmavováním částí obrazu či znezřetelňování určitých tvarů se už tak odklání od univerzalisticky platné reálné situace a stává se vyjádřením autorovy představy o jeho interakci s jeho prostředím.<sup>77</sup>

---

<sup>75</sup> LÁB F., LÁBOVÁ A.: Obraz v digitálním věku. In OSVALDOVÁ, B. a kol.: *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Nakladatelství Karolinum, Praha 2009, s. 114

<sup>76</sup> LÁB F., LÁBOVÁ A.: Obraz v digitálním věku. In OSVALDOVÁ, B. a kol.: *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Nakladatelství Karolinum, Praha 2009, s.122

<sup>77</sup> HERNANDEZ, Richard Koci. RUE, Jeremy. *The principles of multimedia journalism: how to think when packaging digital news*. ISBN 978-0415738163.

I přes negativní vlivy digitalizace fotografie uvedené výše, je stále digitální fotografie respektována a považována za doklad prostorového uspořádání a časové souslednosti jevů, přičemž v tomto smyslu je uznávána jako „dokument“. Velmi často se ovšem stává – i na základě předchozích zkušeností, že si fotografové z obklopujícího prostředí a probíhajícího času přinejmenším správně vybírají okamžik zachycení, aby odpovídal jejich obrazivé představě. Pak se bavíme o fotografickém vyjádření jako o konceptu. Fotograf má navíc v případě digitální fotografie možnost pořízení několika snímků, aby docílil uspokojivého výsledku. Fotografie navíc, které jsou často vyřazovány ve snaze najít obraz odpovídající fotografově představě, nabízení zcela jiný pohled na situaci z estetického i gnozeologického hlediska. Právě proto, že se jedná o výběr „správné fotografie“ napovídá tomu, že s nástupem nových médií neznamena fotografie pouhý „odraz skutečnosti“.<sup>78</sup>

S nástupem nových médií se zároveň z fotografie stala jiná disciplína v tom ohledu, že „z dokumentu univerzalistické povahy, který měl vyjádřit, jak událost či prostor vypadaly „objektivně“, dochází ke zmnožení osobních fotografických vyjádření – zejména ze situací, kde jsou větší koncentrace účastníků – dnes již také fotografů, v „totožném čase“ a „totožném prostoru“, jako jsou velké sportovní události, festivaly, společné turistické výpravy apod. Můžeme mluvit o pluralitním záběru časoprostorové situace, která je blízká způsobu, jakým se prostoru zmocňuje médium televizního přenosu.“<sup>79</sup>

Důležitým aspektem rozdílu digitální a klasické fotografie je i způsob prezentace. U novějšího typu fotografie velkou část její prezentace tvoří možnost jejího promítání na počítačové obrazovce. Tímto rysem je tvorba světla a jasnějších míst na fotografii „nikoli odrazem světla od papíru, ale přímo světelným zdrojem, vydávaným obrazovkou nebo projektorem, který zde zobrazením podle jeho optické hustoty více či méně prostupuje. To dává promítané digitální fotografii větší tonální rozpětí, které přispívá pocitu větší živosti zobrazení.“ U originální fotografie je tohoto efektu možné dosáhnout pouze v její formě diapozitivu. Média tak této přednosti digitální fotografie mohou plně využívat ve svých online podobách.

---

<sup>78</sup> HERNANDEZ, Richard Koci. RUE, Jeremy. *The principles of multimedia journalism: how to think when packaging digital news*. ISBN 978-0415738163.

<sup>79</sup> tamtéž

### **1.3 Mediální analýza**

Cílem zkoumání je primárně analyzovat vliv dostupných technologií ke zpracování mediálních obsahů a produkci periodik, konkrétně se zaměřením na to, zda se změnila (a pokud ano, tak jak) vizuální a obsahová stránka časopisu *100 + 1 zahraniční zajímavost*. Výzkum se bude skládat z analýzy obsahové, a to kvalitativní i kvantitativní, a analýzy komparativní.

### **1.4 Metodologie**

Zkoumání formální a tematické agendy médií je velmi častým předmětem výzkumů mediálních obsahů. Termín tematická agenda označuje soubor témat, která se objevují v rámci daných mediálních obsahů. Často můžeme pozorovat, že v určitých etapách média inklinují k referování o určitých tématech na úkor jiných, která zůstávají upozaděna. „Objevuje se buď samostatně za účelem prozkoumat obsah určitého média, případně srovnávat média mezi sebou a odhalovat odlišnosti (nejčastěji deníků nebo zpravodajských relací rozhlasového a televizního vysílání), nebo jako součást rozsáhlejšího výzkumu dlouhodobých účinků médií, v rámci zkoumání takzvaného nastolování témat (neboli agenda setting), kdy se výzkum mediálních obsahů propojuje s výzkumem příjemců mediálního sdělení a s tím, jaká témata následně považuje za důležitá publikum.“<sup>80</sup>

#### **1.4.1 Charakteristika obsahové analýzy**

V první řadě bych ráda představila obsahovou analýzu, kterou budu ve své práci aplikovat. Dle Klause Mertena nelze na obsahovou analýzu nahlížet jako na jedinou metodu nebo postup výzkumu. Lepším přístupem je nahlížet na ni jako na souhrnný termín, který označuje velké množství různých metod a postupů, které se od sebe vzájemně liší podle cílů daného bádání, jednotlivých východisek nebo například i náročnosti. Použití souboru těchto postupů a metod je do určité míry specifické pro sféru, kde je chceme aplikovat. Pro lepší představu o celkovém rozsahu využití je

---

<sup>80</sup> TRAMPOTA, T.; VOJTĚCHOVSKÁ, M.: *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. Str. 100.

vhodné vytvořit při nejmenším pracovní typologii, která bude vymezovat jednotlivá kritéria a hlediska jednotlivých typů. Při vytváření typologie postupů obsahové analýzy je základní otázkou výběr hodnotících kritérií.

Při stanovování typologie postupů a metod se jako první nabízí analýza samotného obsahu a možnost klasifikace textů podle autorova záměru. Jsou tu ovšem i jiné možnosti a tou další je volba analytického přístupu, přičemž je nutné odlišovat kontextová a mimo kontextová hlediska, a navíc ještě rozlišovat sémiotická a sociální kritéria. Je ovšem nutné dodat, že ani jeden z uvedených přístupů neumožňuje vlastní zevrubnou diferenciaci metod obsahové analýzy. Ani jeden z přístupů totiž nerozlišuje objekt analýzy a požadované cíle – a pokud tomu tak je, tak pouze okrajově. Klaus Merten proto nabízí schéma o dvou rovinách, ve kterém bere v potaz jak aspekty týkající se cílů (spadají sem komunikátor, recipient a komunikační situace) tak aspekty týkající se prostředků (sémiotické roviny).<sup>81</sup>

Alternativní definice nám pak říká, že „obsahová analýza je kvantitativní, objektivní analýza sdělení jakéhokoliv druhu. Obsahová analýza se může zabývat právě tak obsahem sdělení, jako jeho formou, autorem i adresátem takového sdělení. (...) Obsahová analýza je jedním z tradičních postupů analýzy dokumentů. Vychází z nepozitivistické tradice zkoumání, která předpokládá možnost vytvoření obecné teorie a její testování prostřednictvím hypotéz vypovídajících o vztahu dvou a více proměnných.“<sup>82</sup>

Využití kvantitativní obsahové analýzy je několik. Můžeme ji aplikovat samostatně za účelem prozkoumání vybraného média. Je ji ovšem také možné použít při komparaci několika médií, a to zejména při výzkumech, které se opírají o kvalitativní i kvantitativní přístupy. Vzhledem ke své kvantitativní povaze je tato metoda vhodná i pro komparaci mediálních obsahů v různých zemích.<sup>83</sup> Ve své práci budu aplikovat kvantitativní obsahovou analýzu ke komparaci jednoho periodika v jeho dvou časových obdobích na základě předem determinovaných vzorků.

Jedním z největších benefitů kvantitativní obsahové analýzy je to, že výsledky jsou objektivní a nezávislé na osobě výzkumníka, jediným úskalím objektivity je fakt,

---

<sup>81</sup> MERTEN, Klaus. *Inhaltsanalyse: Einführung in Theorie, Methode und Praxis*. 2., verb. Aufl. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1983. ISBN 3531114425.

<sup>82</sup> DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 3. vyd. Praha: Karolinum, 2000. s. 168.

<sup>83</sup> TRAMPOTA, T.; VOJTĚCHOVSKÁ, M.: *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. Str. 100.

že data jsou získávána na základě určitého kategorizačního systému, který je postaven výzkumníkem, což poskytuje prostor pro neobjektivní celkové pojetí výzkumu. Další výhodou je, že je vhodná pro analýzu velkého množství mediálního obsahu. Pro výstupy takových výzkumů je charakteristický vysoký stupeň reliability a možnost jejich prezentace v grafech a tabulkách. Tato metoda má ovšem i své slabé stránky, mezi které patří neschopnost jasně determinovat, co výsledná data znamenají. Na závěr bych uvedla slabou stránku, která je společná pro všechny kvantitativní výzkumné metody, a to sice, že v kvantitativní obsahové analýze jsou zkoumané jevy redukovány na počítatelná data, což přináší riziko v tom, že ve výzkumu mohou být opomenuty další specifické charakteristiky zkoumaného zdrojového materiálu.<sup>8485</sup>

### **1.4.2 Aplikace metody a stanovení výzkumných otázek**

Pokud se přesuneme k praktickým krokům obsahové analýzy, tak by se především měla řídit podle předem připravené struktury, která sestává ze šesti základních kroků:

„1. Stanovení výzkumné otázky či hypotézy – musí být zřetelné a jasné, co bude předmětem sledování v obsazích ve vybraném médiu.

2. Operacionalizace – v této části je třeba vypracovat odpovídající metodu nejvhodnější pro stanovené výzkumné téma tak, aby zkoumaná data byla zpracována systematicky (tedy všechna stejným způsobem) a intersubjektivně (aby každý, kdo by prováděl stejný výzkum a postupoval by podle stejné metody, dosáhl reliabilních výsledků. V neposlední řadě zbývá vybrat jednotku měření, čímž velmi často bývá článek.

3. Plánování a organizace – v této fázi je třeba si vymezit časový i organizační průběh šetření.

4. Přípravná a ověřovací fáze – je důležitá pro zpětné zjištění spolehlivosti kódování provést tzv. pilotní výzkum. Pokud se ukáže, že skrze pilotní výzkum byly nalezeny nedostatky v kódování nebo v samotných proměnných, je na místě změnit pracovní postup.

---

<sup>84</sup> TRAMPOTA, T.; VOJTĚCHOVSKÁ, M.: *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. Str. 106-110.

<sup>85</sup> HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2005, 407 s. ISBN 80-7367-040-2.

5. Sběr dat – po ověření metody následuje práce s prameny, kdy je zpracovávána jednotka po jednotce, a jsou zaznamenávány kódy kategorií jednotlivých proměnných.

6. Vyhodnocení – jedná se o finální fázi, ve které dochází k analýza získaných dat a jejich interpretaci.<sup>86</sup>

Nyní přejdeme k aplikaci této metody přímo v mé práci, tedy k výzkumu proměn forem a mediálního obsahu v časopisu *100 + 1 zahraniční zajímavost* v letech 1988 a 2015 v souvislosti s nástupem digitální éry.

V úvodu práce zmiňuji, že cílem práce je zjistit, zda se změnila (a pokud ano, tak jak) vizuální a obsahová stránka časopisu *100 + 1 zahraniční zajímavost*. Chci se především zaměřit na formu zpracování témat, využívání multimediálních formátů a práci s inzertním prostorem.

Na základě uvedeného teoretického pozadí a behaviorálních trendů čtenářů, budu zkoumat to, zda je ve vydání časopisu *100 + 1 zahraniční zajímavost* v roce 2015 kladen větší důraz na vizuální stránku a inzerci na úkor redakčních textů. V tomto případě je první hypotézou, že oproti roku 1988 bude v časopise věnován mnohem větší prostor fotografii a grafickým prvkům. Hypotézu budu ověřovat kvantitativní obsahovou analýzou, přičemž výzkumné otázky jsou následující:

1. výzkumná otázka a doplňující podotázka – Kolik se v časopise *100 + 1 zahraniční zajímavost* objevilo fotografií a obrázků? Kolik z nich bylo barevných a kolik černobílých?

Další hypotézou plynoucí z vývoje médií na českém trhu je, že v časopise *100 + 1 zahraniční zajímavost* je v roce 2015 oproti vydáním z roku 1988 poskytnut větší prostor inzerci. Tuto hypotézu budu ověřovat pomocí kvantitativní obsahové analýzy, přičemž výzkumná otázka je následující:

2. výzkumná otázka – Kolik se v časopise *100 + 1 zahraniční zajímavost* v letech 1989 a 2015 objevovalo inzerce?

Na základě uvedeného teoretického pozadí a behaviorálních trendů čtenářů, budu zároveň zkoumat to, zda se s nástupem digitální éry změnil poměr původního a převzatého obsahu. A jak se v roce 2015 liší obsah tištěného a online vydání časopisu. Také budu zkoumat, zda se nějak změnil rozsah mediálních sdělení časopisu *100 + 1*

---

<sup>86</sup> SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení. 3., nezměn. vyd. Přeložil Barbara KÖPPOVÁ.* Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4. S. 31

*zahraniční zajímavost* v roce 2015 oproti roku 1988. Ke zjištění dospěji zodpovězením následných výzkumných otázek:

3. výzkumná otázka – Kolik mediálních výstupů bylo v letech 1988 a 2015 přežato od jiných redakcí a kolik jich bylo napsáno přímo pro *100 + 1 zahraniční zajímavost*?

4. výzkumná otázka – Změnil se rozsah mediálních sdělení na základě pozorování vybraných čísel periodika *100 + 1 zahraniční zajímavost* z let 1988 a 2015?

V poslední části výzkumu bych se ráda věnovala konvergenci médií, budu tedy analyzovat ročník 2015 a budu se snažit identifikovat, jak se liší obsah tištěné a elektronické verze periodika *100 + 1 zahraniční zajímavost*. Ke zjištění dospěji zodpovězením následujících výzkumných otázek:

5. výzkumná otázka – Kolik článků z tištěné verze časopisu *100 + 1 zahraniční zajímavost* se objevuje také v online verzi periodika?

6. výzkumná otázka – Jsou tištěné a online verze článků stejné?

Jednotkou mého měření bude článek, respektive fotografie, popř. jedno inzertní sdělení v periodiku *100 + 1 zahraniční zajímavost* nebo v jeho online verzi [www.stoplusjednicka.cz](http://www.stoplusjednicka.cz). Minimální limit na délku jednoho článku jsem stanovila polovinu strany, neboť je to nejkratší rozsah, který můžeme pozorovat ve vydáních z roku 1988. Zkoumána budou čísla periodika *100 + 1 zahraniční zajímavost* z let 1988 a 2015, přičemž z každého roku se budu věnovat vydání 1., 5., 9., 13., 17. a 21. Čísla, která jsou předmětem tohoto výzkumu byla vybrána zcela náhodně.

Vzhledem k tomu, že se budu věnovat i inzerci, na konci své práce tak budu moci zhodnotit, zda můžeme pozorovat provázanost inzerentů s mediálním obsahem.

## 2 Praktická část

Na úvod praktické části bych ráda představila vybraný časopis a zároveň bych v krátkosti charakterizovala situaci tištěných médií na českém trhu, přičemž se při této charakteristice zaměřím na paralelu s rozmachem nových médií.

### 2.1 Charakteristika vybraného periodika

Časopis 100+1 zahraniční zajímavost vzbuzuje v mnohých nostalgii a pozitivní vzpomínky, přičemž velmi často lidé označují časopis za legendární. Čím to je ale je? Co činilo časopis tak populárním, že je dnes označován za legendární periodikum? Až do roku 1989 byl časopis vydáván ČTK, přičemž po revoluci byl privatizován a v roce 2010 na čas přestal vycházet úplně, protože jeho vydavatel skončil v konkurzu. David Bimka, šéfredaktor Stoplusjedničky, uvádí, že se po znovu zavedení časopisu snažili „navázat na to nejlepší z tradic Stoplusjedničky, jak si ji čtenáři pamatují třeba z konce šedesátých let. Byla to svým způsobem optimistická doba, a ačkoli je spousta čísel naplněná třeba válkou ve Vietnamu a zprávami z právě probíhajících afrických genocid, velká část časopisu se věnuje výhledům do budoucnosti. Tehdejší prognózy o tom, jak jednou počítače zahltní náš svět a bude ho mít každý doma, jak budeme kouřit cigarety bez kouře a že se auta budou řídit sama – to všechno se dokonale naplnilo a přináší to pocit údivu i dneska, stejně jako tehdy. V tomto futuristickém směru psaní se snažíme pokračovat, zajímají nás proměny vesmírných technologií i úplně obyčejných věcí v domácnosti. A tehdy i dnes jste mohli v časopisu najít čistě cestovatelské příběhy, osobní portréty, perličky a kuriozity. Byl to dokonale zábavný mix se spoustou poučení a my se mu formátově snažíme maximálně přiblížit.“<sup>87</sup>

V současné době je časopis vydáván nakladatelstvím Extra Publishing a co se týká momentálního složení čtenářů, tak dle dostupných dat nakladatelství jsou čtenáři nadprůměrně vzdělaní s vyššími příjmy a většina z nich dosáhla vysokoškolského titulu. Věková kategorizace snadná, protože je časopis oblíbený jak u teenagerů, tak u seniorů,

---

<sup>87</sup> KYŠA, Leoš. Časopisu 100+1 pomohl k úspěchu návrat ke koncepci ze šedesátých let, říká jeho šéfredaktor. *MEDIAHUB* [online]. [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <http://mediahub.cz/rozhovory/541494-casopisu-100-1-pomohl-k-uspechu-navrat-ke-koncepci-ze-sedesatych-let-rika-jeho-sefredaktor>



nicméně prý převažuje věková skupina kolem třiceti let. Tematicky se časopis zaměřuje na populární vědu a technologii a jak bylo zmíněno již výše, snaží se držet – pro *100 + 1 ZZ* tradičního – futuristického psaní, nicméně je ovšem otázkou, do jaké míry se jedná o vizionářské psaní, a do jaké míry se časopis uchyluje ke konspiračním teoriím<sup>88</sup>.

### **2.1.1 Historie časopisu *100 + 1 zahraniční zajímavost***

Časopis *100 + 1 zahraniční zajímavost* byl založen v lednu 1964 a od té doby vycházel jako čtrnáctideník. Časopis byl původně vydáván zahraniční redakcí Československé tiskové kanceláře (dále jen ČTK). ČTK je veřejnoprávní institucí, která není financována státem ani z koncesionářských poplatků, a byla zřízena zákonem č. 517/1992 Sb. ČTK vznikla 28. října 1918, tedy ve stejný den jako vznikla Československá republika a byla až do 90. let 20. století státní agenturou. Z historického vývoje agentury jsou pro nás podstatné především období 60. let. Po éře od roku 1948, kdy byla agentura v područí komunistické diktatury a kdy byla využívána jako nástroj politické propagandy a publikovaná mediální sdělení byla silně cenzurována, se agentura postupně v 50. a především v 60. letech dostala se svým expresním zahraničním zpravodajstvím až do oblasti Dálného východu, Latinské Ameriky a Afriky. V 60. letech tak ČTK měla velmi rozsáhlou síť zahraničních zpravodajů i volných spolupracovníků. V souvislosti s dobou společenského uvolnění v 60. let 20. století vzniklo v rámci nových hospodářských aktivit ČTK vydavatelství Pressfoto, reklamní agentura Made in... (Publicity) a právě i časopis *100 + 1 zahraniční zajímavost*. Obsahem časopisu byly původní reportáže zpravodajů ČTK a články převzaté převážně ze zahraničního tisku, přičemž se z velké části jednalo o západní zahraniční tisk, proto byl časopis mezi čtenáři tolik žádaný.<sup>89 90</sup>

V souvislosti s uvolněním mediálního trhu po roce 1989 se v roce 1994 vydavatelem časopisu stala nově založená akciová společnost *100+1* s datem založení

<sup>88</sup> MAREŠ, Miroslav. Atomová bomba pod hákovým křížem. *100 + 1 zahraniční zajímavost*, č. 1, roč. XXV (1988)

<sup>89</sup> Historie. ČTK [online]. [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: [http://www.ctk.cz/o\\_ctk/historie/](http://www.ctk.cz/o_ctk/historie/)

<sup>90</sup> Příloha č.1.

22. března 1994.<sup>91</sup> Mezi představitele společnosti patřili Petr Kellner, Milan Vinkler a Jaroslav Bažant<sup>92</sup>. V roce 2010 časopis přestal vycházet z důvodu finančních potíží a tento stav trval až do listopadu roku 2011, kdy bylo na trh znovu uveden vydavatelstvím Extra Publishing, s. r. o., které pro uvedení využilo svůj čtrnáctideník Svět. Ochranná známka, kterou vydavatelství získalo byla pouze slovní, proto se musel změnit hlavní font názvu časopisu.<sup>93</sup> Vydavatelství Extra Publishing se specializuje na tituly s vědecko-technickou, IT, historickou a vojenskou tematikou. „Tituly Extra Publishing dosahují na čtenářském trhu časopisů signifikantního 4% podílu, podle čtenosti v nejvyšších demografických skupinách A+B, tj. mezi čtenáři s nejvyšším vzděláním a s nejvyššími příjmy.“<sup>94</sup>

## **2.2 Analýza ročníku 1988**

V následující části jsou prezentována shromážděná data na základě položených výzkumných otázek. Analytická část je pro větší přehlednost členěna dle monitorovaných vydání, nikoliv dle položených výzkumných otázek.

Prvními ze zkoumaných materiálů budou vydání časopisu *100 + 1 zahraniční zajímavost* z roku 1988. Konkrétně se jedná o 1., 5., 9., 13., 17. a 21. číslo. Tato čísla byla vybrána náhodně. Šéfredaktorem časopisu byl tehdy Jiří Brotánek a cena jednoho výtisku byla 6 Kčs.

### **2.2.1 Obecný přehled vybraných vydání ročníku 1988**

Časopis *100 + 1 zahraniční zajímavost* se v roce 1988 skládal z rubrik Ozvěny, Doba a společnost, Věda a technika, Ekonomika, Zdraví a psychologie, Světem, Příroda a ekologie, Sport, Kultura, Archeologie, Povědky, Křížem krážem, Historie, Literatura faktu. Součástí obsahu byly také odpovědi na dotazy čtenářů, které ovšem ke své

---

<sup>91</sup> *Justice.cz* [online]. [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=419943&typ=UPLNY>

<sup>92</sup> *Justice.cz* [online]. [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=419943&typ=UPLNY>

<sup>93</sup> Časopis 100+1 se vrací, vyhnul se konkurzu. *Lidovky.cz* [online]. 2011 [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: [http://byznys.lidovky.cz/casopis-100-1-se-vraci-vyhnul-se-konkurzu-d9p-/media.aspx?c=A111014\\_133617\\_ln-media\\_pta](http://byznys.lidovky.cz/casopis-100-1-se-vraci-vyhnul-se-konkurzu-d9p-/media.aspx?c=A111014_133617_ln-media_pta)

<sup>94</sup> Profil firmy: *Extra Publishing*. [online]. [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <http://www.epublishing.cz/profil-firmy>

délce do analýzy zařazeny nebyly. V tabulce níže je vyčísleno členění obsahu mezi jednotlivé kategorie a počet reklamních sdělení v každém z monitorovaných vydání:

Rubrika / Vydání	1/88	5/88	9/88	13/88	17/88	21/88
Ozvěny	6	5	6	7	7	6
Doba a společnost	3	4	4	6	6	6
Věda a technika	5	3	5	1	4	1
Ekonomika	2	1	1	1	0	1
Zdraví, psychologie	2	1	3	1	1	0
Světlem	2	6	7	3	4	4
Příroda, ekologie	3	0	1	2	2	5
Sport	1	2	0	0	1	2
Kultura	4	5	6	5	1	5
Archeologie	1	0	1	0	0	0
Povídky	1	1	1	1	1	1
Křížem krážem	4	4	3	4	3	6
Historie	2	0	1	1	1	0
Literatura faktu	1	1	0	1	1	1

Tabulka č. 1: Přehled počtu článků a témat ve vybraných vydáních roku 1988

Z tabulky je patrné, že v každém z monitorovaných vydání z roku 1988 byla zastoupena nejrůznější témata napříč vědními obory včetně reportáží týkajících se aktuálního dění. V každém čísle se objevilo v průměru přibližně 35 článků. Součástí časopisu bylo v roce 1988 také literární okénko, kde byly publikovány úryvky knih či krátké povídky.

	1/88	5/88	9/88	13/88	17/88	21/88
Počet stran	64	64	64	64	64	64
Počet reklamních sdělení	7	8	8	7	7	7

Tabulka č. 2: Přehled počtu stran a inzerce ve vybraných vydáních roku 1988

Pro všechna vydání z roku 1988 obecně platí, že čtenářům přinesla 64 stran mediálního obsahu mimo obálky, přičemž v celém čísle získala inzerce prostor v průměru sedmkrát, a to převážně v poslední třetině časopisu. Jen jednou, a to v čísle 9/88, patřilo jedno z reklamních sdělení samotnému titulu *100 + 1 zahraniční zajímavost*, propagovány byly desky *100 + 1*.

Pro všechna vydání časopisu *100 + 1 zahraniční zajímavost* z roku 1988 je z hlediska formy typické členění textu do čtyř sloupků, přičemž titulky jednotlivých článků se málokdy vyskytují u horního okraje strany a jsou zasazeny do vrchní poloviny textu<sup>95</sup>. Ve vrchním vnějším rohu je vždy identifikovaná rubrika, kam dané mediální sdělení spadá a vnější spodní okraj pak přísluší paginaci. Fotografie nebo případná infografika se u jednotlivých článků vyskytují hojně a její umístění není nijak pevně stanoveno. Střídá se černobílá fotografie s barevnou, ale o tom více dále.

Co se týká původu článků, tak poměr článků psaných redaktory ČTK nebo externisty pro *100 + 1 zahraniční zajímavost*, je následující:

	Články přejaté	Články původní	Celkem	% přejatých článků
1/88	32	5	<b>37</b>	86 %
5/88	26	7	<b>33</b>	79 %
9/88	32	7	<b>39</b>	82 %
13/88	26	7	<b>33</b>	79 %
17/88	25	7	<b>32</b>	78 %
21/88	32	6	<b>38</b>	84 %
<b>CELKEM</b>	173	39	<b>212</b>	82 %

Tabulka č. 3: Přehled původu článků v monitorovaných vydáních roku 1988

Z tabulky můžeme vypočítat, že většina publikovaných článků v roce 1988 – v průměru 82 % - byla přejata ze zahraničního tisku. Mezi nejčastější zdroje patřil *Newsweek*, *Der Spiegel*, *Ogoňok*, *National Geographic*, *Sovětskij Sojuz*, *Geo*, *Europeo*, *Bunte*, *APN*, *Die Zeit*, *Le Monde* a *Schweizer Illustrierte*.

Mediální sdělení psána redakcí měla většinou reportážní charakter, protože autory byly zahraniční zpravodajové ČTK a zpravidla referovali o aktuálním dění.

Posledním parametrem, který je v práci sledován, je rozsah jednotlivých článků. V tabulce níže jsou dle délky rozdělena textová mediální sdělení monitorovaných vydání do čtyř kategorií počtu slov.

<sup>95</sup> Příloha č. 2

Vydání / Kategorie	1100 + slov	850–1100 slov	600–850 slov	400–600 slov
1/88	10	11	6	10
5/88	8	9	7	9
9/88	13	7	8	11
13/88	11	9	9	4
17/88	16	8	5	3
21/88	13	10	9	6

Tabulka č. 4: Přehled rozsahu článků v monitorovaných vydáních roku 1988

Dle těchto dat vyplývá, že v časopisu *100 + 1 zahraniční zajímavost* v roce 1988 převažovaly články o délce 850 a více slov (konkrétně z 59 %). Vzhledem k počtu fotografií v jednotlivých vydáních a celkovému počtu stran je tento rozsah dán malou velikostí písma a úzkým řádkováním, což je jeden z velkých rozdílů oproti vydání z roku 2015.

### 2.2.2 Detailní přehled čísla 1/1988

Data prezentovaná v tabulce níže zobrazují kompletní parametry prvního lednového vydání z roku 1988 a jsou východiskem pro další analýzy. Všechny články jsou členěny dle příslušných rubrik.

Ozvěny	Zcela jiná atmosféra (Jan Stejskal – zvláštní zpravodaj ČTK ve Washingtonu, 4 ČB fotografie) Menší a ještě menší (přejato od <i>Newsweek</i> , 2 ČB fotografie) Milostná aféra ministerského předsedy (přejato od <i>Der Spiegel</i> , 2 ČB fotografie) "Žijeme jako psi" (přejato od <i>Der Spiegel</i> , 3 ČB fotografie) Národní usmíření dosáhne úspěchu (Václav Frank – zpravodaj ČTK v Kábulu, 1 ČB fotografie)
Doba a společnost	Profil časopisu: Mýtus <i>Der Spiegel</i> (přejato od <i>Die Zeit</i> , 3 barevné fotografie, 7 ČB fotografií) "Nenávidí nás jako šváby" (přejato od <i>Der Spiegel</i> – Tiziano Terziani, 6 ČB fotografií) Musíme zvítězit... (Č. Ajtmanov o přestavbě) (přejato od Felix Medvědův: <i>Ogoňok Moskva</i> , 3 ČB fotografie)

Věda a technika	Menší a ještě menší (přejato od <i>Newsweek</i> ) A přece se porouchá (přejato od Giuseppe Corsentino: <i>Panorama</i> , 3 barevné fotografie) Aktuality z vědy a techniky (přejato od <i>Hobby a další</i> , 3 barevné fotografie) Společně do tajů vesmíru (Interkosmos) (přejato od <i>APN</i> , 2 barevné fotografie) Stále širší účast ČSSR (výzkum kosmu) (Jiří Koulík, psáno pro <i>100 + 1 ZZ</i> , 2 barevné fotografie)
Ekonomika	Nové cesty ropy (přejato od <i>Les Echos</i> , 3 barevné vizuály) Být pánem svého času (přejato od <i>Management Zeitschrift</i> , 1 barevná fotografie, 1 barevná kresba)
Zdraví, psychologie	Mikrokosmos člověka (přejato od <i>National Geographic</i> , 15 barevných fotografií) Nestonat a nestárnout (USA) (přejato od <i>Neues Deutschland</i> )
Světlem	Stockholmské otázky (a odpovědi) (přejato od <i>Geo</i> , 6 barevných fotografií) Po velké severní mořské cestě (přejato od <i>Sovětskij Sojuz</i> doplněno původním obsahem <i>100 + 1 ZZ</i> , 1 barevná fotografie, 2 ČB fotografie)
Příroda, ekologie	Živé stříbro (pstruzi) (přejato od <i>APN</i> , 3 barevné fotografie) Trpké slzy krokodýlí (přejato od <i>Europeo</i> , 3 barevné fotografie) Uletěli z červené knihy (přejato od <i>Bunte</i> , 4 barevné fotografie)
Sport	Dál, výš, rychleji (Heike Dreschslerová) (přejato od <i>NBI</i> , 2 ČB fotografie)
Kultura	Stavět ze skla (přejato od <i>Stern</i> , 1 černobílá fotografie, 6 barevných fotografií) Vyplatí se investovat do obrazů? (přejato od <i>Die Zeit, Stern</i> , 9 barevných fotografií) Po debutu (mladí režiséři v SSSR) (přejato od <i>Sovětskij film</i> , 4 ČB fotografie) Píšu pro sebe (J. D. Salinger) (přejato od <i>Panorama</i> , 3 ČB fotografie, 1 černobílá kresba)
Archeologie	Sedmero divů světa (přejato od <i>Europeo</i> , 3 barevné ilustrace, 1 ČB ilustrace)

Povídky	Robert A. Heinlein: Zkouška (z knihy <i>Green Hills Of Earth</i> , 3 ČB ilustrace)
Křížem krážem	Být pánem svého času (přejato od <i>Management Zeitschrift</i> ) Kouření bez kouře (přejato od <i>Time</i> , 2 barevné fotografie, 1 barevný obrázek) Jak se šije pro princezny (František Václavík, zpravodaj ČTK v Bejrútu, 5 ČB fotografií) Jak líbají (přejato od <i>Paris Match</i> , 16 ČB ilustrací)
Historie	Sedmero divů světa (přejato od <i>Europeo</i> , 3 barevné vizuály, 1 barevná fotografie) Vzpoua Lacourtinského Sovětu (přejato od <i>Le Monde</i> , 2 ČB fotografie)
Literatura faktu	Od jedné hvězdy ke druhé (I.) (z knihy PAMĚTI ROGERA VADIMA, 4 ČB fotografie)

Tabulka č. 5: Přehled článků, jejich původu a příslušných grafických prvků v 1/1988

Co se týká inzerce, tak té se dostává prostoru na konci vydání a celkově se v celém lednovém čísle objevuje sedm reklamních sdělení. Jedním z nich je i celostránková protikuřácká kampaň na zadní a úplně poslední straně časopisu s nadpisem „Šance pro 3000000“<sup>96</sup>. Kampaň hlásí: „Do roku 2000 by se v ČSSR narodí tři milióny dětí. Nekuřácké prostředí je šancí nejen pro ně, ale i pro ty, kteří je budou pomáhat vytvářet.“ Protikuřácká agenda je také nepřímo podpořena článkem z kategorie Křížem krážem na straně 24 s titulkem „Kouření bez kouře“, který zmiňuje negativní dopad nikotinu na zdraví jedince a zároveň se celkově věnuje problematice znečišťování ovzduší v kontextu uvedení „bezkouřové cigarety“ společností RJR Nabisco, v té době tabákovou velmocí číslo 2. Tento článek byl přejat z amerického plátku TIME (New York) a co je na něm mimo jiné zajímavé, je fakt, že infografika načrtávající složení experimentálního výrobku cigarety, která nevydává žádný dým, je v anglickém jazyce bez doplněného překladu<sup>97</sup>.

Tabulka níže shrnuje celkový počet vizuálu v prvním vydání roku 1988. Většina vizuálů jsou fotografie, nicméně někdy byly články doplněny infografikou či ilustracemi. I tyto grafické prvky jsou relevantní pro celkovou vizuální stránku, proto jsem je do výzkumu zařadila.

<sup>96</sup> Příloha č. 3

<b>Celkový počet vizuálů</b>	145
<b>Barevné vizuály</b>	74
<b>Černobílé vizuály</b>	71
<b>% barevných vizuálů</b>	51 %

Tabulka č. 6: Počet vizuálů v 1/1988

Z tabulky vyplývá, že zastoupení barevných a černobílých vizuálů je téměř vyrovnané s mírnou převahou barevné grafiky.

### 2.2.3 Detailní přehled čísla 5/1988

Páté číslo z roku 1988 nabídlo větší počet inzerce a obecně dostal sport větší prostor než obvykle. Data prezentovaná v tabulce níže zobrazují kompletní parametry tohoto vydání a jsou východiskem pro další analýzy.

Ozvěny	Hájit územní celistvost (Afghánistán, Václav Frank – zpravodaj ČTK v Kábulu, 3 ČB fotografie) Změna na Tchaj-wanu (Přejato od <i>Le Monde a Die Zeit</i> , 3 ČB fotografie, 1 ČB mapa) Byla hydra zbavena hlavy? (přejato od <i>FAZ</i> , 3 ČB fotografie) Nezaměstnanost nehrozí (Přejato od <i>Pravda</i> , 3 ČB fotografie) Co se základkami? (Josef Klimt, zpravodaj ČTK, doplněno o tabulku)
Doba a společnost	V jámě? (Afrika) (přejato od <i>Der Spiegel</i> , 3 ČB fotografie) Pár otázek pro muže (přejato od <i>Litěraturnaja gazeta</i> , 4 ČB fotografie) Oxford: mezery v chrupu (přejato od <i>Panorama Wochenpresse</i> , 3 barevné fotografie) Osmapadesátinásobný "dobrodinec" (vrah) (přejato od <i>Paris Match</i> )
Věda a technika	Výzkumné ponorky (přejato od <i>Newsweek</i> , <i>Paris Match</i> , <i>Sciences et Avenir</i> , 2 ČB fotografie, 1 ČB nákres, 3 barevné fotografie) Kuře + křepelka = chiméra (hybridy embryí) (přejato od <i>Paris Match</i> , <i>Europeo</i> , 2 barevné fotografie, 1 ČB fotografie) Bulharsko sází na vědu (Miroslav Soukup, ČTK, 1 barevná fotografie 2 ČB fotografie)
Ekonomika	NDR a řemesla (přejato od <i>Pogled</i> , 2 ČB fotografie)

<sup>97</sup> Příloha č. 4



Zdraví, psychologie	Mají ženy vyšší IQ? (přejato od <i>Schweizer Illustrierte</i> , 1 ČB fotografie)
Světlem	Kde muži paličkují krajky (Galicie) (přejato od <i>Geo</i> , 6 barevných fotografií, 2 barevné mapy, 4 ČB fotografie) Největší na světě (rotterdamský přístav) (přejato od <i>NBI</i> ) Král Argentinské pampa (přejato od <i>Atlante</i> , 3 barevné fotografie) Polární výzva (přejato od <i>National Geographic</i> , 2 barevné fotografie, 1 černobílá fotografie) Cestou Roberta Scotta (přejato od <i>National Geographic</i> , 7 barevných fotografií) Řecké proměny, řecká dilemata (přejato od <i>Atlante</i> , 15 barevných fotografií)
Sport	Deckerův šampionát v Eagle River (závody motorových saní) (přejato od <i>Geo</i> , 2 barevné fotografie) Vytrvalci (běžci) (přejato od <i>Der Spiegel</i> , 1 ČB fotografie)
Kultura	Móda á la panenka (přejato od <i>Schweizer Illustrierte</i> , 9 barevných fotografií) Anniny módní impulsy (přejato od <i>Anna</i> ) V ateliérech estonských umělců (Dr. Zdeno Janči – psáno pro 100 + 1 ZZ, 9 barevných fotografií, 2 ČB obrázky) De Niro čili posedlost herectvím (přejato od <i>Epoca</i> , 2 barevné fotografie, 6 ČB fotografií) Filmový rok v Itálii (Fabiomassimo Lozzi – psáno pro 100 + 1 ZZ, 4 ČB fotografie) Zkouška v hotelu Waldorf Astoria (Ladislav Kopecký – psáno pro 100 + 1 ZZ, 2 barevné fotografie, 3 ČB fotografie)
Povídky	Krasimir Damijanov: POVÍDKA O ŽÍŽALE, DŽEMOVÁ POVÍDKA (1 ČB ilustrace)
Křížem krážem	Domácí pekárna (přejato od <i>Newsweek</i> , 1 ČB fotografie) Konec pirátské vysílačky (přejato od <i>Newsweek</i> , 1 ČB fotografie) Osmapadesátinásobný "dobrodinec" (přejato od <i>Paris Match</i> , 1 ČB fotografie) Sýr zabiják (přejato od <i>Der Spiegel</i> )
Literatura faktu	Ze zákulisí Hemingwayova života (Čestmír Sládek ČTK, 8 ČB fotografií)

Tabulka č. 7: Přehled článků, jejich původu a příslušných grafických prvků v 5/1988

Stejně jako u prvního čísla roku 1988 jsou reklamní sdělení soustředěna do poslední třetiny časopisu. Toto vydání se zároveň vyznačuje tím, že v něm můžeme mimo klasických článků najít i zveřejněnou povídku.

Tabulka níže shrnuje celkový počet vizuálů, které se objevily v tomto čísle.

<b>Celkový počet vizuálů</b>	132
<b>Barevné vizuály</b>	67
<b>Černobílé vizuály</b>	65
<b>% barevných vizuálů</b>	51 %

Tabulka č. 8: Počet vizuálů v 5/1988

Poměr barevných a černobílých grafických prvků zůstává stejný jako v prvním lednovém vydání, přičemž celkový počet vizuálů je menší než v předchozím monitorovaném čísle časopisu.

### 2.2.4 Detailní přehled čísla 9/1988

Deváté vydání roku 1988 se ze všech monitorovaných čísel věnuje nejvíce kultuře a velký prostor je také věnován vědě a technice. Výběr témat je pestrý, neboť kromě sportu se dostalo prostoru všem rubrikám. Data prezentovaná v tabulce níže zobrazují kompletní parametry tohoto vydání a jsou východiskem pro další analýzy.

Ozvěny	Dialog o odzbrojení (přejato od <i>Moskovskije novosti</i> , <i>Ogoňok</i> , <i>Izvěstija</i> , 1 ČB fotografie) Mitterrand hraje vabank (Václav Mečíř, zpravodaj ČTK v Paříži, 1 ČB fotografie) Vítězové a poražení Velkého úterý (přejato od <i>Der Spiegel</i> , 3 ČB fotografie) Systém prezidentských voleb (v USA) (původní 100 + 1 ZZ) Šílený kolotoč násilí (Severní Irsko) (přejato od <i>Time</i> , ČB fotografie) Švýcarské hnízdo neonacistů (přejato od <i>Schweizer Illustrierte</i> , 2 ČB fotografie)
Doba a společnost	Kam s nimi? (odpadky) (přejato od <i>Europeo</i> , <i>Telegraph Sunday Magazine</i> , 1 ČB fotografie, 2 barevné fotografie) Panenství má budoucnost ( <i>Panorama</i> ) Vrah od zelené řeky (přejato od <i>Time</i> , 4 ČB fotografie) Znovu "dítě M" (přejato od <i>Time</i> , 1 ČB fotografie)
Věda a technika	Staronový telefon (přejato od <i>Izvěstija</i> , 1 ČB ilustrace) Odolat výhni (přejato od <i>London Pictures Service</i> , 1 barevná fotografie) Patent na patinu (přejato od <i>Hobby</i> , 2 barevné fotografie) Schopná Daisy (přejato od <i>Sciences et Avenir</i> , 1 barevná fotografie) Nesnáze kosmického programu USA (přejato od <i>U. S. News and World Report</i> , 3 barevné fotografie) Aktuality z vědy a techniky (přejato od <i>Newsweek</i> a další)

Ekonomika	Burzovní barometry varují před ekonomickou vichřicí (přejato od <i>IHT, Der Spiegel, Time</i> , 10 barevných fotografií, 10 ČB fotografií)
Zdraví, psychologie	Panenství má budoucnost (přejato od <i>Panorama</i> , 3 barevné fotografie) Tuk, po kterém se hubne (přejato od <i>The Economist</i> , 1 barevná ilustrace) Čokoládožrouti (přejato od <i>Le Nouvel Observateur</i> , 1 ČB fotografie)
Světlem	Na návštěvě u matky vlasti (Tomáš Sniegoň, ČTK, 5 ČB fotografií) Apeninský Krakonoš (Ivan Mráz, zpravodaj ČTK, 1 ČB fotografie) Gigant mezi velkoměsty (Šanghaj) (Lenka Masojídková, psáno a fotografováno pro <i>100 + 1 ZZ</i> , 2 ČB fotografie, 3 barevné fotografie) V ráji boha Baby (přejato od <i>Atlante</i> , 8 barevných fotografií a 1 barevná mapa) Modrá magistrála (přejato od <i>Perspektywy</i> ) Bída v "pouštním ráji" (Mali) (přejato od <i>Bunte</i> , 3 barevné fotografie) Budva v novém (přejato od <i>Jugoslovenska rebnija</i> , 3 barevné fotografie)
Příroda, ekologie	Křtitelnice přírody (Britské přírodovědecké muzeum) (přejato od <i>Geo</i> , 9 barevných fotografií)
Kultura	Klenotnice v poustevně (přejato od <i>Atlante, Epoca</i> , 15 barevných fotografií) Muž z laboratoře (restaurátor Brjancev) (Jan Blažík, psáno pro <i>100 + 1 ZZ</i> , 2 barevné fotografie) Průmysl kultury si žádá profesionály (přejato od <i>L'Express</i> , 9 barevných fotografií) Margarethe na třetí (von Trottová) (přejato od <i>Europeo</i> , 2 barevné fotografie, jedna ČB fotografie) Obhájce venkova (Rasputin) (přejato od <i>Ogoňok</i> , 4 ČB fotografie) Nádhera bot Ferragamo (přejato od <i>Observer Magazine</i> , 4 barevné fotografie)
Archeologie	Pravěká vesnička Lejre (Renata a Jaroslav Malinovi, psáno pro <i>100 + 1 ZZ</i> , 2 barevné fotografie, 3 ČB fotografie)
Povídky	István Örkény: KAM JSI POSPÍCHAL? (Rakéta, 3 ČB ilustrace)
Křížem krázem	Muž s ideální chutí (přejato od <i>Time</i> , 1 ČB fotografie) Báječný den pro poštovní holuby (přejato od <i>Observer</i> , 1 ČB fotografie) Střecha nad hlavou a trocha statistiky (přejato od <i>Izvěstija</i> , 1 ČB ilustrace, 1 ČB fotografie)
Historie	Z deníku lékaře (lord Moran) (přejato od <i>FA Magazin</i> , 5 ČB fotografií, 1 ČB ilustrace)

Tabulka č. 9: Přehled článků, jejich původu a příslušných grafických prvků v 9/1988

Reklamních sdělení je v tomto vydání větší počet než v ostatních vydáních z roku 1988. Toto číslo se zároveň vyznačuje tím, že v něm můžeme najít největší počet mediálních sdělení ze všech monitorovaných vydání z roku 1988.

Tabulka níže shrnuje celkový počet vizuálů, které se objevily v tomto čísle.

<b>Celkový počet vizuálů</b>	141
<b>Barevné vizuály</b>	84
<b>Černobílé vizuály</b>	57
<b>% barevných vizuálů</b>	60 %

Tabulka č. 10: Počet vizuálů v 9/1988

V tomto čísle ze 60 % převažují barevné vizuály, což je ze všech monitorovaných vydání z roku 1988 největší podíl.

### 2.2.5 Detailní přehled čísla 13/1988

Třinácté vydání roku 1988 se ze všech monitorovaných čísel věnuje nejvíce tehdy aktuálnímu dění a trendům s jedním z největších podílů mediálních výstupů v rubrikách *Doba a společnost* a *Ozvěny*. Data prezentovaná v tabulce níže zobrazují kompletní parametry tohoto vydání a jsou východiskem pro další analýzy.

Ozvěny	<p>Svět se nemění sám od sebe (čtvrté vrcholné setkání SSSR-USA) (Karel Filek, zvláštní zpravodaj ČTK Moskva, 3 ČB fotografie)</p> <p>Poplach na Jadranu (přejato od <i>Stern</i>, 3 ČB fotografie)</p> <p>Začal návrat (Afghánistán) (Václav Frank, zpravodaj ČTK v Kábulu, 1 ČB fotografie)</p> <p>Král Kapitolu (Edward Kennedy) (přejato od <i>U. S. News</i>, 2 ČB fotografie)</p> <p>Paraguayští zloději aut (přejato od <i>L'Espresso</i>, 2 ČB fotografie)</p> <p>Falešná smrt Moniky Vittiové (přejato od <i>Le Monde</i>, 2 ČB fotografie)</p> <p>Plodní Indové (přejato od <i>Der Spiegel</i>, 2 ČB fotografie)</p>
--------	--

Doba a společnost	<p>Porta portese nesmí osiřet (Bianca Mrázová, psáno a fotografováno pro <i>100 + 1 ZZ</i>, 2 barevné fotografie)</p> <p>Staronový faraónův poklad (přejato od <i>Quick</i>, 7 barevných fotografií, 3 ČB fotografie)</p> <p>Gramofonový průmysl bez Američanů (přejato od <i>Der Spiegel</i>, 4 ČB fotografie)</p> <p>Óda na šéfy (přejato od <i>Nědělja</i>, 1 ČB fotografie, 1 ČB ilustrace)</p> <p>Královna jako z pohádky (španělská Sofia) (přejato od <i>Sunday Express Magazine</i>, 2 barevné fotografie)</p> <p>A ženám koupíme hliníkové pánve (přejato od <i>Polityka – Export – Import</i>, 1 ČB fotografie)</p>
Věda a technika	Sedm tisíc služeb doma (Minitel) (Ladislav Kubiš, psáno pro <i>100 + 1 ZZ</i> , 3 ČB fotografie, 4 barevné fotografie, 1 barevný graf)
Ekonomika	Krasavice se probouzí (Hamburk) (přejato od <i>Der Spiegel</i> , 6 ČB fotografií)
Zdraví, psychologie	Když se svět stane klecí (alergie) (přejato od <i>L'Express</i> , <i>Quick</i> , 4 barevné fotografie, 5 ČB fotografií)
Světlem	<p>Klenot hašimovského království (František Václavík, zpravodaj ČTK v Bejrútu, 4 barevné fotografie)</p> <p>Horská pevnost Alláhova (Baltistán) (přejato od <i>Geo</i>, 8 barevných fotografií, 1 barevná mapa)</p> <p>Špinavé ruce nad městem (Bogota) (přejato od <i>Epoca</i>, 4 barevné fotografie)</p>
Příroda, ekologie	<p>Díra v ozónu (přejato od <i>Time</i>, 12 barevných fotografií, barevný obrázek)</p> <p>Krabi táhnou (přejato od <i>Stern</i>, 6 barevných fotografií)</p>
Kultura	<p>Vasilievovo divadlo (přejato od <i>Nědělja</i>, 2 ČB fotografie)</p> <p>Volání po svobodě (přejato od <i>Der Spiegel</i>, <i>Sweizer Illustrierte</i>, 3 barevné fotografie)</p> <p>Malíř pařížského života (E. Degas) (přejato od <i>Le Figaro Magazine</i>, <i>Epoca</i>, <i>Sunday Times Magazine</i>, 6 barevných fotografií)</p> <p>Bonnie po dvaceti letech (přejato od <i>Sunday Express</i>, <i>Observer Magazine</i>, 7 barevných fotografií)</p> <p>Pět životů Romaina Garyho (přejato od <i>Paris Match</i>, 4 ČB fotografie)</p>
Povídky	Romain Gary: HUMANISTA (ze sbírky SLÁVA NAŠIM ZNAMENITÝM PRŮKOPNÍKŮM (2 ČB ilustrace)
Křížem krážem	<p>Pařížská kostka (přejato od <i>Construction Today</i>, 2 barevné fotografie)</p> <p>Na vedra jsme připraveni (móda) (přejato od <i>Schweizer Illustrierte</i>)</p> <p>Símě nového umění (přejato od <i>Telegraph Sunday Magazine</i>, 5 barevných fotografií)</p> <p>Na hraní jsou příliš krásné (přejato od <i>Panorama</i>, 3 ČB fotografie)</p>

Historie	Život a dílo Lva Těřmena (přejato od <i>Moskovskije Novosti</i> , 1 ČB fotografie)
Literatura faktu	Tváří tvář Ottovi Skorzenymu (rozhovor J. Semjonova) ( <i>Enigma</i> , 11 ČB fotografií)

Tabulka č. 11: Přehled článků, jejich původu a příslušných grafických prvků v 13/1988

Počet mediálních sdělení v třináctém čísle roku 1988 je mírně nižší než celkový průměr za rok 1988 (o 2 články) a z hlediska původu mediálních sdělení je v tomto vydání větší podíl článků psaných zpravodaji ČTK nebo externisty pro 100 + 1 ZZ.

Tabulka níže shrnuje celkový počet vizuálů, které se objevily v tomto čísle.

<b>Celkový počet vizuálů</b>	141
<b>Barevné vizuály</b>	79
<b>Černobílé vizuály</b>	62
<b>% barevných vizuálů</b>	56 %

Tabulka č. 12: Počet vizuálů v 13/1988

Stejně jako u předchozího monitorovaného čísla je podíl barevných vizuálů oproti černobílým větší. Celkově se jedná o jeden z největších počtů vizuálů na číslo ze všech monitorovaných vydání za rok 1988. Nejvíce jich ovšem můžeme pozorovat v prvním lednovém čísle.

## 2.2.6 Detailní přehled čísla 17/1988

Stejně jako v předchozím monitorovaném vydání je v sedmnáctém vydání roku 1988 věnováno nejvíce prostoru aktuálnímu dění a trendům. Zároveň se jedná o jediné ze zkoumaných čísel, kde není věnován prostor ekonomice. Data prezentovaná v tabulce níže zobrazují kompletní parametry tohoto vydání a jsou východiskem pro další analýzy.

Ozvěny	Smrt vyšlehla z moře (Michael Janata, zvláštní zpravodaj ČTK v Londýně, 2 ČB fotografie) Vstříc Evropě i světu (Jiří Vaško, zvláštní zpravodaj ČTK, 1 ČB fotografie) Finanční "potíže" (přejato od <i>Stern</i> , 1 ČB fotografie) Vězeň číslo 466/64 (přejato od <i>Stern</i> , 4 ČB fotografie) Dunajská komise (Juraj Rácz) Jako neohraný obr (přejato od <i>The Sunday Times</i> , 3 ČB fotografie) Před volbami do Riksdagu (přejato od <i>Neue Zürcher Zeitung</i> )
--------	--

Doba a společnost	<p>Vitoška v novém hávu (Vlastimil Maršíček "Na skok v Sofii" psáno pro <i>100 + 1 ZZ</i>, 1 ČB fotografie, 4 barevné fotografie)</p> <p>V zemích dalekých přátel (ČTK "Z návštěvy M. Jakeše v ČLR, KLR a Mongolsku", 7 barevných fotografií)</p> <p>Diplomaté jsou nejen zdvořilí (přejato od <i>Echo</i>, 3 ČB fotografie, 1 barevná fotografie)</p> <p>Zelený Charles (Princ Charles a ekonomie) (přejato od <i>Panorama</i>, 1 ČB fotografie)</p> <p>Achillova pata špinavých obchodů (Jak se "čistí" špinavé peníze) (přejato od <i>Der Spiegel</i>, 2 ČB fotografie)</p> <p>Kde se spojuje moc a vědění (Francouzské vysoké školství) (přejato od <i>Frankfurter Allgemeine Zeitung</i>, 4 ČB fotografie)</p>
Věda a technika	<p>Hledání řádu v nepořádku (přejato od <i>Newsweek</i>, <i>Geo</i>, 5 barevných fotografií)</p> <p>Kosmonauti v nedbalkách (Všední den v kosmu) (přejato od <i>APN</i>, 9 ČB fotografií)</p> <p>Jak přicházejí na svět (V konstrukční kanceláři automobilů BMW) (přejato od <i>Geo</i>, 9 barevných fotografií)</p> <p>Robote, jsi propuštěn (přejato od <i>Panorama</i>, 1 barevná fotografie)</p>
Zdraví, psychologie	<p>Nezdravé kanceláře (přejato od <i>Epoca</i>, <i>Panorama</i>, 3 barevné fotografie)</p>
Světlem	<p>Křováci (přejato od <i>Quick</i>, 1 ČB fotografie, 4 barevné fotografie)</p> <p>Záliv v osmém roce války (Jak dál v Perském zálivu?) (přejato od <i>National Geographic</i>, 10 barevných fotografií, 1 barevný obrázek)</p> <p>Litevské přeměny (Martin Jankovec, ČTK, 4 barevné fotografie)</p> <p>Zrozené z vody a větru (Minganské ostrovy) (přejato od <i>Atlante</i>, 3 barevné fotografie, 1 barevný obrázek)</p>
Příroda, ekologie	<p>Grizzly má namále (přejato od <i>Observer Magazine</i>, 1 barevná fotografie)</p> <p>Medvědí rybaření (přejato od <i>World of Wildlife</i>)</p>
Sport	<p>S. G. + G. S. - Královny kurtů (Steffi Grafová a Gabriela Sabatiniová) (přejato od <i>Bunte</i>, <i>Stern</i>, 6 barevných fotografií, 3 ČB fotografie)</p>
Kultura	<p>Chère Cher (Dvaatřicetiletá držitelka Oscara) (přejato od <i>Sunday Times Magazine</i>, <i>Paris Match</i>, <i>Schweizer Illustrierte</i>, 1 ČB fotografie, 4 barevné fotografie)</p>
Povídky	<p>KOLIZE (C. B. Gilford, ze sbírky MY FAVOURITES IN SUSPENSE, 2 ČB ilustrace)</p>

Křížem krážem	Tatry v Alpách (Roman Protok, ČTK, 1 ČB fotografie) Děti v čele hitparád (přejato od <i>Stern</i> , 7 barevných fotografií) "Zasněžené" Monako (Kokainový skandál v blízkosti knížecí rodiny) (přejato od <i>Europeo</i> , 3 ČB fotografie)
Historie	Před 110 lety: První boj u Staré Zagory (Josef Semerák, psáno a fotografováno pro <i>100 + 1 ZZ</i> , 4 ČB fotografie)
Literatura faktu	CHOBOTNICE (Anna, Druhá část seriálu, 10 ČB fotografií)

Tabulka č. 13: Přehled článků, jejich původu a příslušných grafických prvků v 17/1988

Vydání č. 17 z roku 1988 se vyznačuje nejmenším počtem přejatých mediálních sdělení od ostatních médií a zároveň největším počtem článků 850 slov a více.

Tabulka níže shrnuje celkový počet vizuálů, které se objevily v tomto čísle.

<b>Celkový počet vizuálů</b>	118
<b>Barevné vizuály</b>	61
<b>Černobílé vizuály</b>	57
<b>% barevných vizuálů</b>	52 %

Tabulka č. 14: Počet vizuálů v 17/1988

V tomto vydání byl nejmenší počet vizuálních prvků ze všech sledovaných čísel a poměr barevných a černobílých vizuálů je více vyrovnaný než u předchozích dvou monitorovaných vydání.

### 2.2.7 Detailní přehled čísla 21/1988

V posledním sledovaném vydání roku 1988 se jako v jediném z prezentovaných čísel neobjevil článek z rubrik Historie a Archeologie. Data prezentovaná v tabulce níže zobrazují kompletní parametry tohoto vydání a jsou východiskem pro další analýzy.

Ozvěny	Zbraně za 27 miliard dolarů (Po osmi letech irácko-iránské války) (přejato od <i>FAM</i> , <i>Le Monde</i> , 3 ČB fotografie) Patnáct let úzkosti (přejato od <i>L'Humanité</i> , 2 ČB fotografie) Jako bombardování Londýna (Výbuchy v Lisabonu) (přejato od <i>Der Spiegel</i> , 4 ČB fotografie) Namibie na rozcestí (přejato od <i>Die Presse</i> , 1 ČB fotografie, 1 ČB mapa) Druhá Tuniská republika (přejato od <i>Los Angeles Times</i> , 2 ČB fotografie, 1 ČB vizuál)
--------	--



	Nové teorie nezaměstnanosti (přejato od <i>Die Zeit</i> , 3 ČB fotografie)
Doba a společnost	Muži s vyhrnutou nohavicí (Svobodní zednáři v NSR) (přejato od <i>Geo</i> , 7 barevných fotografií) Zednář policajtem (přejato od <i>Der Spiegel</i> , 1 ČB fotografie) Kdo s koho? (přejato od <i>U.S. News and World Report</i> , 3 ČB fotografie) Krajan (František Václavík, zvláštní zpravodaj ČTK v Bejrútu) Vůně arabské kávy (přejato od <i>Time</i> ) Deset milionů květů na kilo (přejato od <i>Horizont</i> , 1 ČB fotografie)
Věda a technika	Bulharsko vesmírné (Věra Ivanovičová ČTK, foto Vasil Milanov SOFIAPRES, 2 barevné fotografie)
Ekonomika	Co přinese rok 1992? (Vyhlídky západoevropské unie) (přejato od <i>Time</i> , <i>Der Spiegel</i> , 5 ČB fotografií)
Světlem	Pařížský Manhattan (Moderní čtvrť La Défense) (Karel Barták, ČTK, Z připravované knihy o Francii osmdesátých let, snímky autor, 7 barevných fotografií) Pod městem město (Druhý Peking) (přejato od <i>Perspektywy</i> , 3 barevné fotografie) "Ani o krok zpátky!" (přejato od <i>Epoca</i> , <i>Atlante</i> , <i>Le Monde</i> , 8 barevných fotografií) Její veličenstvo kráva (O dopravě v Indii) (Jiří Majstr, zpravodaj ČTK v Dillí, 5 barevných fotografií)
Příroda, ekologie	Malá ekologie (přejato od <i>Przékroj</i> , 1 ČB fotografie, 4 barevné fotografie) Cena za metr pobřeží (Eva Motejzíková, psáno pro <i>100 + 1 ZZ</i> , 1 barevná fotografie, 2 ČB fotografie) Jedovaté výkaly průmyslové společnosti (přejato od <i>Der Spiegel</i> , 1 barevná fotografie) Zasad' strom... (Série čtyř ekologických článků) (přejato od <i>Sovětskij Sojuz</i> , 1 barevná fotografie) Noemova archa pro 21. století (Zoo v San Diegu) (přejato od <i>Atlante</i> , 4 barevné fotografie)
Sport	Neodolatelné vábení svišticího vzduchu (přejato od <i>Time</i> , <i>Transworld Skateboarding</i> , <i>Trasher</i> , 3 barevné fotografie) Hon divoké smečky (přejato od <i>Frankfurter Allegemeine</i> , <i>Sunday Telegraph</i> , 5 barevných fotografií)
Kultura	Stali se mým osudem (Ondřej Kašina, psáno a fotografováno pro <i>100 + 1 ZZ</i> , 4 barevné fotografie) Šolochův kraj (přejato od <i>APN</i> , 3 barevné fotografie) Silné ženy vládnou filmu (přejato od <i>Schweizer Illustrierte</i> , 3 ČB fotografie) Znovu Raquel (přejato od <i>L'Espresso</i> , 2 barevné fotografie) Nolanova literatura z jiné planety (přejato od <i>Europeo</i> , 1 ČB fotografie, 2 barevné fotografie)
Povídky	STAROŽITNOSTI (Hal Ellson, z knihy <i>HAPPINESS IS A WARM CORPSE</i> , 3 ČB ilustrace)

Křížem krážem	V zájmu podniku (přejato od <i>Frankfurter Allgemeine, Quick</i> , 3 ČB fotografie) 80 dnů už nestačí (přejato od <i>Izvestija</i> ) Lék, který matky kradou dětem (přejato od <i>Time</i> ) Náš zákazník, Váš pes (přejato od <i>Newsweek</i> , 2 ČB fotografie) Chlupaté filmové hvězdy (přejato od <i>Time</i> , 2 ČB fotografie, 1 barevná fotografie) Norminy falešné šelmy (přejato od <i>Stern</i> )
Literatura faktu	LARRY SPEAKES: KDYŽ PROMLUVIL MLUVČÍ (Z knihy SPEAKING OUT, 20 ČB ilustrací)

Tabulka č. 15: Přehled článků, jejich původu a příslušných grafických prvků v 21/1988

Vydání č. 21 z roku 1988 čtenářům přineslo velké množství článků přejatých ze zahraničních redakcí a tematicky se hodně věnovalo ekologii.

Tabulka níže shrnuje celkový počet vizuálů, které se objevily v tomto čísle.

<b>Celkový počet vizuálů</b>	127
<b>Barevné vizuály</b>	63
<b>Černobílé vizuály</b>	64
<b>% barevných vizuálů</b>	50 %

Tabulka č. 16: Počet vizuálů v 21/1988

Poměr barevných a černobílých vizuálů je vyrovnaný a 21. číslo roku 1988 tak nevybočuje z řady monitorovaných vydání.

### 2.2.8 Shrnutí

Obsah vydání v roce 1988 byl převážně přejat od zahraničních redakcí, což bylo typickým rysem časopisu a vyhledávaným aspektem. 59 % všech mediálních sdělení mělo rozsah více než 850 slov, a z toho více než polovina měla 1100 slov a více. Celkově se ve vydáních objevuje velký počet grafických prvků, přičemž poměr barevných a černobílých vizuálů je vyrovnaný, ale barevná grafika a fotografie přeci jen převažuje. Inzerce se ve všech vydáních soustřeďuje do poslední třetiny časopisu.

## 2.3 Analýza ročníku 2015

V následující části jsou prezentována shromážděná data pro rok 2015 na základě položených výzkumných otázek. Zkoumanými materiály jsou vydání časopisu *100 + 1 zahraniční zajímavost* z roku 2015. Konkrétně se jedná o 1., 5., 9., 13., 17. a 21. číslo. Tato čísla byla vybrána náhodně.

### 2.3.1 Obecný přehled vybraných vydání ročníku 2015

Časopis *100 + 1 zahraniční zajímavost* měl oproti roku 1988 jinou strukturu a skládal se z následujících čtyř hlavních tematických okruhů Příroda, Věda a technika, Historie, Svět kolem nás, přičemž v každém čísle byly názvy rubrik mírně upraveny tak, aby seděly pro daná témata (viz tabulka níže). Nová rubrika, kterou můžeme ve vydáních v roce 2015 sledovat se jmenuje „Vydali jsme před...“, která je zajímavým okénkem do historie časopisu a nabízí krátké shrnutí reportáží z vybraného staršího čísla časopisu, které je doplněno o aktuální stav dané kauzy, případně názor na ni s daným odstupem času. Například v prvním vydání v roce 2015 má čtenář možnost nahlédnout do obsahu čísla 9 *100 + 1 ZZ* z roku 1981, a to konkrétně na plné znění reportáže „Peřejemi Jižní Ameriky“, která ve věnuje příběhu sedmičlenné francouzské expedice, jež se v roce 1979 vydala do Jižní Ameriky a na nafukovacích člunech se rozhodla zdolat řeku táhnoucí se od severu k jihu. Protože pro redakci časopisu bylo běžné přejímat obsah z jiných zdrojů, není překvapivé, že tato reportáž jsou v podstatě přejaté zápisky Christiana Gallisiana, který byl součástí této výpravy a který v textu líčí nejzajímavější zážitky z cesty, kterou skupina uskutečnila jako první na světě.

Zároveň je součástí této retro rubriky v prvním vydání roku 2015 například i krátká rekapitulace reportáže „Bílá versus černá“. Tento článek pojednával o neradostném postavení australských domorodců navzdory tomu, že jakákoliv rasová diskriminace je protizákonná. V praxi se porušování tohoto zákona dopouštěli i policisté, přičemž současná redakce Stoplusjedničky doplňuje shrnutí tohoto článku o aktuální stav, kdy poukazuje na fakt, že Australci jsou i dnes (resp. v roce 2015) stále znevýhodňováni a doplňují poznatek o fakt, že v dle výzkumů v roce 2009 u nich byla očekávaná délka života zhruba o deset let nižší než u zbytku populace s tím, že častěji končí za mřížemi a bojují s vysokou nezaměstnaností.

V tabulce níže je vyčísleno členění obsahu mezi jednotlivé kategorie a počet reklamních sdělení v daném vydání:

Rubrika / Vydání	1/15	5/15	9/15	13/15	17/15	21/15
Lidé a společnost	4	3	3	4	0	5
Věda, technika, vesmír	2	5	5	3	6	3

Příroda a cestování	3	1	4	4	4	3
Historie	4	3	2	2	0	2
Psali jsme před...	3	3	3	3	3	3
Obrazem (kronika čísla)	6	6	6	6	6	6
100 + 1 perličky	4	5	6	5	5	4
Zdraví a evoluce	1	0	0	0	0	0
Letem světem	2	2	2	0	5	2

Tabulka č. 17: Přehled počtu článků a témat ve vybraných vydáních roku 2015

Z tabulky je patrné, že v každém z monitorovaných vydání z roku 2015 byla zastoupena nejrůznější témata napříč vědními obory, nicméně oproti roku 1988 byly z obsahu vyřazeny literární rubriky.

V každém vydání se taktéž objevil dopis šéfredaktora spolu s dotazy čtenářů, křížovkou, sekcí *Ptačím okem* a hlavolamy. Vzhledem k jejich krátkosti ovšem do analýzy zahrnuty nebyly.

Ač rubrika *Obrazem* nespĺňuje požadavky na délku článku pro zařazení do kvantitativní analýzy, zahrnuje ji do celkového přehledu analýzy grafických prvků, protože základem sdělení je fotografie doplněná o krátkou zprávu. Vzhledem k roli fotografie a celkovému vizuálnímu pojetí časopisu v této práci je její zmínka na místě.

Počet stran	74	66	66	66	66	66
Počet reklamních sdělení	19 + 2	8 + 4	6 + 3	12 + 2	9 + 3	16 + 3

Tabulka č. 18: Přehled počtu stran a reklamních sdělení ve vybraných vydáních roku 2015

Kromě prvního lednového čísla měla všechny vydání rozsah 66 stran a počet reklamních sdělení je výrazně vyšší než v roce 1988. Data k inzerci jsou v tabulce uvedena v této podobě, protože v roce 2015 bylo věnováno hodně inzertního prostoru

propagaci dalších produktů vydavatelství Extra Publishing. První z cifer tedy označuje reklamní sdělení třetích stran a druhá cifra označuje propagaci magazínů vydávaných Extra Publishing. Kromě počtu reklamních sdělení se také změnila jejich velikost, neboť celostránková inzerce je mnohem častější než v roce 1988.

Pro vydání časopisu *100 + 1 zahraniční zajímavost* z roku 2015 je z hlediska formy typické členění textu do tří sloupců a silné využití grafických prvků, jako jsou barevné sloupky, či okna s vysvětlivkami. Fotografie jsou zpravidla větší než v ročníku 1988 a velmi často jsou články na barevném pozadí. Celkově je vizuální stránka časopisu v roce 2015 mnohem výraznější než v roce 1988.

Cena vydání byla v roce 2015 39,90 Kč a šéfredaktorem byl David Bimka.

Co se týká původu článků, tak poměr článků původních psaných redaktory *100 + 1 zahraniční zajímavost* nebo psaných externisty pro *100 + 1 zahraniční zajímavost* oproti těm přejatým, je následující:

	Články přejaté	Články původní	Celkem	% přejatých článků
1/15	3	13	<b>16</b>	19 %
5/15	2	11	<b>13</b>	18 %
9/15	2	12	<b>14</b>	14 %
13/15	1	11	<b>12</b>	8 %
17/15	1	9	<b>10</b>	10 %
21/15	1	11	<b>12</b>	8 %
CELKEM	9	68	<b>77</b>	12 %

Tabulka č. 19: Přehled původu článků ve vybraných vydáních roku 2015

Z tabulky můžeme vypočítat, že většina publikovaných článků v roce 2015 byla napsána redakcí *100 + 1 zahraniční zajímavost* a pouze v průměru 12 % z nich bylo přejato ze zahraničního tisku. Publikace článků vydaných cizími redakcemi byla na počátku existence časopisu klíčovým rysem a šéfredaktor David Bimka se tohoto aspektu nechtěl vzdát: „Malým esem v rukávu je pak pro nás přetiskování textů od významných světových médií. V každém čísle se objeví něco zajímavého z deníku Washington Post nebo třeba časopisu *Slate* – často velké insider stories, za jaké se dává Pulitzerova cena a jaké ani při nejlepší vůli nemůže novinář v České republice napsat. Věřím, že také tyto texty – které jsou pokračováním nejlepších tradic Stoplusjedničky – udržují čtenářskou přízeň.“<sup>98</sup>

<sup>98</sup> KYŠA, Leoš. Časopisu 100+1 pomohl k úspěchu návrat ke koncepci ze šedesátých let, říká jeho šéfredaktor. *MEDIAHUB* [online]. [cit. 2017-05-18]. Dostupné z:

Posledním parametrem, který je v práci sledován, je rozsah jednotlivých článků. V tabulce níže jsou dle délky rozdělena textová mediální sdělení monitorovaných vydání do čtyř kategorií počtu slov.

Vydání / Kategorie	1100 + slov	850–1100 slov	600–850 slov	400–600 slov
1/15	1	2	6	7
5/15	1	2	5	5
9/15	1	3	7	3
13/15	1	2	3	6
17/15	0	2	4	4
21/15	1	2	4	5

Tabulka č. 20: Přehled rozsahu článků ve vybraných vydáních roku 2015

Dle těchto dat vyplývá, že v časopisu *100 + 1 zahraniční zajímavost* v roce 1988 převažovaly články o délce 850 a více slov (konkrétně z 59 %). Vzhledem k počtu fotografií v jednotlivých vydáních a celkovému počtu stran je tento rozsah dán malou velikostí písma a úzkým řádkováním, což je jeden z velkých rozdílů oproti vydání z roku 2015.

Speciální analýzou, který byla provedena jen na vydáních z roku 2015, je míra internetizace obsahu. V tabulce níže je vyčísleno, kolik článků bylo publikováno v online verzi časopisu, v průměru se jedná o 68 % internetizovaného obsahu.

	Počet článků v tištěné podobě časopisu	Počet článků z tištěné verze časopisu, co se objevily i v online verzi časopisu	% internetizovaného obsahu
1/15	16	8	50 %
5/15	13	7	54 %
9/15	14	5	36 %
13/15	12	6	50 %
17/15	10	6	60 %
21/15	12	7	58 %

Tabulka č. 21: Přehled tištěných článků z vybraných vydáních roku 2015, co se objevily i v internetové verzi časopisu

Textově se tištěná a online verze článků nijak neliší, jediný rozdíl můžeme pozorovat v počtu fotografií, protože v internetové verzi může čtenář většinou najít více

fotografií k danému tématu. Online prostředí zároveň nabízí různé možnosti členění textu, takže některé z článků jsou publikovány formou prezentace<sup>99</sup>.

V následující části práce jsou stejně jako u roku 1988 prezentována měřená data po jednotlivých vydáních.

### 2.3.2 Detailní přehled čísla 1/2015

Data prezentovaná v tabulce níže zobrazují kompletní parametry prvního lednového vydání z roku 2015 a jsou východiskem pro další analýzy. Všechny články jsou členěny dle příslušných rubrik.

Lidé a společnost	Když vás mrtví sledují (David Bimka, rozhovor s orientalistkou Helenou Heroldovou, 6 barevných fotografií) Sníh, led adrenalin (fotoeditorial, původ snímků není uveden, 9 barevných fotografií) Jak odpočívají despotové (Martin Nekola, 10 barevných fotografií) Kolumbe, táhni domů! (Přejato od <i>Slate</i> : Ella Mortonová, 1 barevná fotografie)
Věda, technika, vesmír	Karbonová vážka ze Slovenska (8 barevných fotografií) Dinosauři dobývají oblohu (Vladimír Socha, 3 barevné fotografie, 2 černobílé fotografie)
Příroda a cestování	Blíž k Bohu (Kateřina Vašků, 2 barevné fotografie) Město parfémových císařů (Tomáš Kubuš, 6 barevných fotografií) Mezi Evropou a Asií (Marek Telička, 4 barevné fotografie, 2 barevný obrázek)
Historie	Našli jsme kolébku lidstva? (Nikola Schindler, 5 barevných fotografií) Atomová bomba pod hákovým křížem (Miroslav Mareš, 6 barevných fotografií, 4 ČB fotografie) Odvěké hledání betlémské hvězdy (Roman Polach, 3 barevné fotografie) Příběhy kanibalismu ze zoufalství (Marek Telička, 4 barevné fotografie, 1 ČB fotografie)

<sup>99</sup> NEKOLA, Martin. Jak odpočívají despotové. *100 + 1 zahraniční zajímavost* [online]. 2015 [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: <http://www.stoplusjednicka.cz/rezidence-diktatoru-jak-odpocivaji-despotove>

Psali jsme před...	...33 lety 100 + 1 zahraniční zajímavost, č. 9, roč. 17 (1981) Bílá versus černá Quo vadis, Italia? Peřejemi Jižní Ameriky (2 ČB fotografie, 1 ČB obrázek)
OBRAZEM (kronika čísla)	Přehlídka námořní síly (1 barevná fotografie – velikost 2/1) Ikona sborné odchází (1 barevná fotografie) Vzpomínka na Arafata (1 barevná fotografie) Zabijáci letadel (1 barevná fotografie) Papež v Turecku (1 barevná fotografie) Nepokojný Ferguson (1 barevná fotografie) Zdroje fotografií nejsou uvedeny.
100 + 1 perličky	Brouk v hlavě Ráj pro mikroby Pro jazyk i pro oko Pojízdný nočník
Zdraví a evoluce	Zlatý věk cigaret? Zdaleka neskončil (Roman Polach, 1 barevná fotografie, 8 grafů)

Tabulka č. 22: Přehled článků, jejich původu a příslušných grafických prvků v 1/2015

První vydání roku 2015 se vyznačuje největším počtem stran ze všech monitorovaných čísel a také se v něm vyskytuje největší počet článků přejatých od zahraničních redakcí. Toto číslo je zajímavé z hlediska reklamních sdělení, neboť zde můžeme sledovat o něco sofistikovanější formu marketingové komunikace, a to sice advertorial, který se snaží tvářit jako mediální sdělení redakce. Vzhledem k tomu že se je celá strana označena jako inzerce, tak se nejedná o PR článek. Tato forma marketingového sdělení se v čísle objevila celkem dvakrát, jednou se jednalo o komerční sdělení Pardubického kraje („Za Ježíškem do Pardubic“)<sup>100</sup>, druhý článek s názvem „5 mýtů o jízdě na CNG“ propagoval společnost EON.

Tabulka níže shrnuje celkový počet vizuálů v tomto vydání, přičemž dle očekávání převažuje barevná grafika nad černobílou.

<sup>100</sup> Příloha č. 5



<b>Celkový počet vizuálů</b>	85
<b>Barevné vizuály</b>	80
<b>Černobílé vizuály</b>	5
<b>% barevných vizuálů</b>	94 %

Tabulka č. 23: Počet vizuálů v 1/2015

### 2.3.3 Detailní přehled čísla 5/2015

Data prezentovaná v tabulce níže zobrazují kompletní parametry pátého vydání roku 2015 a jsou východiskem pro další analýzy.

Lidé a společnost	Očima fotoreportérů (World Press Photo, redakce, 7 barevných fotografií s uvedenými příslušnými autory) Vyčenichat bílé zlato. Český pes bojuje proti lovu slonů. (Pavel Kašpar a Vilém Koubek, 6 barevných fotografií) Jihoamerické Nizozemsko (Karel Telička, 5 barevných fotografií)
Věda, technika, vesmír	Zrození života na Zemi (Jaroslav Petr, 5 barevných fotografií, 1 ČB fotografie) Příušnice, spalničky, obrna. Proč se vracují nemoci, které jsme téměř vymýtili? (Mýty o očkování, Roman Polach, 11 barevných fotografií, 1 ČB fotografie) V říši zvířecích supermanů (Kateřina Vašků, 13 barevných fotografií) Úsvit mechanických válečníků (přejato od <i>Newsweek</i> : Ronald Bailey, 7 barevných fotografií) 5 nejvýkonnějších superpočítačů (Marek Telička, 5 barevných fotografií)
Příroda a cestování	Zahrady jako umění (Kateřina Vašků, 1 barevná fotografie)
Historie	Hledání Sodomy a Gomory (Roman Polach, 6 barevných fotografií, 1 ČB fotografie) Návrat zapomenutých bohů (Pavel Bimka, 6 barevných fotografií) Kamenné legendy, které potkala zkáza (Vilém Koubek, 3 barevné fotografie)

Psali jsme před...	...40 lety 100 + 1 zahraniční zajímavost, č. 3, roč. XII (1975) Mars v nedohlednu Signál do vesmíru Svátek v Somonu (Zdroj neuveden, 4 barevné fotografie)
OBRAZEM (kronika čísla)	Ledový monument (1 barevná fotografie – velikost 2/1) Jenom "škrábnutí" (1 barevná fotografie) Ptačí muž a Ceny akademie (1 barevná fotografie) Na znamení solidarity (1 barevná fotografie) Přichází rok ovce (1 barevná fotografie) Boeingy na silnici (1 barevná fotografie)
100 + 1 perličky	Život s děja' vu Japonská salátová armáda Ospalá díra Cudně a vkusně Pochoutka z Islandu
Letem světem	Povoláním degustátor ( <i>Víkend TV NOVA</i> , 2 barevné fotografie) Elektrina v kapse (red. <i>100 + 1</i> , 2 barevné fotografie)

Tabulka č. 24: Přehled článků, jejich původu a příslušných grafických prvků v 5/2015

Páté vydání roku 2015 se nejvíce věnuje vědecko-technickým tématům a jeden z přejetých článků není od zahraniční redakce, ale z pořadu *Víkend TV NOVA*.

Tabulka níže shrnuje celkový počet vizuálů v tomto vydání, přičemž pokračuje trend převažující barevné grafiky nad černobílou.

<b>Celkový počet vizuálů</b>	92
<b>Barevné vizuály</b>	89
<b>Černobílé vizuály</b>	3
<b>% barevných vizuálů</b>	97 %

Tabulka č. 25: Počet vizuálů v 5/2015

### 2.3.4 Detailní přehled čísla 9/2015

Data prezentovaná v tabulce níže zobrazují kompletní parametry devátého vydání roku 2015 a jsou východiskem pro další analýzy.

Lidé a společnost	5 nejdražších kocovin na světě (Vilém Koubek, 5 barevných fotografií) Mikrotransakce – šmejdi virtuálního světa (Stanislav Janů, 5 barevných fotografií) Vyprahlé srdce Kalifornie (David Bimka, 8 barevných fotografií)
Věda, technika, vesmír	Triumfální návrat brontosaura (Vladimír Socha, 1 barevná fotografie) Zastávám se Darwina (přejato od <i>Slate</i> : James J. Krupa, 5 barevných fotografií, 1 ČB) Čeští lovci zemětřesení (Vilém Koubek, 6 barevných fotografií) Budoucnost na kolech (Josef Židek, 6 barevných fotografií) Žádná velká věda (sbírka kratších článků: Miniaturní loutkaři, Škola na stojáka, Strach z motýlů, celkem 3 barevné fotografie)
Příroda a cestování	Smrt krásných lodí (fotoeditorial, zdroj neuveden, 9 barevných fotografií) Nové poklady ukryté v říši zvířat (Kateřina Vašků, 9 barevných fotografií) Za polárním kruhem (Josef Židka, 6 barevných fotografií, 1 ČB fotografie) Mezi třemi vírami (Marek Telička, 5 barevných fotografií)
Historie	Zkáza Velikonočního ostrova (Vilém Koubek, 6 barevných fotografií, 2 barevné ilustrace, 4 ČB ilustrace) Hloupé sňatky z rozumu (Jaroslav Petr, 5 barevných fotografií, 1 ČB fotografie)
Psali jsme před...	...30 lety 100 + 1 zahraniční zajímavost, č. 3, roč. XXII (1985) Smutek kolem velryb Jak předejít cukrovce Manželství po peruánsku (Ing. Antonín Parma, psáno a fotografováno pro 100 + 1 ZZ, 3 barevné fotografie, 1 ČB fotografie)

OBRAZEM (kronika čísla)	Čtyřicet let spánku končí (1 barevná fotografie – velikost 2/1) Teleskop má narozeniny (1 barevná fotografie) Nepálské náměstí (1 barevná fotografie) Polonahý svah (1 barevná fotografie) Baltimorské povstání (1 barevná fotografie) Lodě naděje (1 barevná fotografie)
100 + 1 perličky	Basové hašení Týden se zmrzlinou Kosmická selfie Láska jako trám Miliony let zručnosti Toaletní papyrus
Letem světem	Láska z lahvičky ( <i>Vikend TV NOVA</i> , 1 barevná fotografie) Bohatí jedničkáři (red. <i>100 + 1</i> , 1 barevná fotografie)

Tabulka č. 26: Přehled článků, jejich původu a příslušných grafických prvků v 9/2015

Deváté vydání roku 2015 se vyznačuje nejmenším počtem reklamních sdělení a větším množstvím článků s tématem přírody a cestování.

Tabulka níže shrnuje celkový počet vizuálů v tomto vydání a potvrzuje trend převažující barevné grafiky nad černobílou.

<b>Celkový počet vizuálů</b>	94
<b>Barevné vizuály</b>	86
<b>Černobílé vizuály</b>	8
<b>% barevných vizuálů</b>	91 %

Tabulka č. 27: Počet vizuálů v 9/2015

### 2.3.5 Detailní přehled čísla 13/2015

Třinácté vydání roku 2015 krásně ukazuje rozdíl mezi formální úpravou a obsahem oproti roku 1988 samo o sobě, neboť do rubriky „psali jsem před...“ bylo zařazeno první vydání roku 1988. Data prezentovaná v tabulce níže zobrazují kompletní parametry třináctého vydání roku 2015 a jsou východiskem pro další analýzy.

Lidé a společnost	<p>Vrací se do módy travičství? (Michael E. Miller: <i>The Washington Post</i>, 4 barevné fotografie, 1 barevná ilustrace)</p> <p>Uvnitř čínské mysli (Klára Štiplová, 6 barevných fotografií)</p> <p>Ostrůvky svobody i humoru (Kateřina Vašků, 6 barevných fotografií, 1 barevná mapa)</p> <p>5 smrtících autoportrétů (Vilém Koubek, 5 barevných fotografií)</p>
Věda, technika, vesmír	<p>Na prahu třetí revoluce (Jiří Kůs: <i>Budoucnost je nano</i>) (David Bimka, rozhovor s Jiřím Kůsem, 2 barevné fotografie, 2 barevné obrázky)</p> <p>Křídla proti kolejím (Kateřina Vašků, 1 barevná fotografie)</p> <p>Jaká bude televize budoucnosti (Jaroslav Ostrčilík, 6 barevných fotografií)</p>
Příroda a cestování	<p>Hliněný labyrint příběhů (Tomáš Kubuš, 5 barevných fotografií, 2 barevné obrázky)</p> <p>Nejlepší fotografové divočiny (fotoeditorial, zdroj: vstupní příspěvky do soutěže <i>Wildlife Photographer of the Year od BBC</i> od: David Lloyd, Christian Vizl, David Clapp, Jan van der Greef, Alex Mustard, 5 barevných fotografií)</p> <p>Za králem norských fjordů (Lenka Vaňková, 7 barevných fotografií)</p> <p>Svaté srdce Říma (Marek Telička, 4 barevné fotografie, 1 barevný vizuál)</p>
Historie	<p>Stavitelské zázraky starověku (Vilém Koubek, 13 barevných fotografií, 4 barevné obrázky, 1 ČB obrázek)</p> <p>Český otec genetiky (Hrášková věda) (Vladimír Socha, 4 barevné fotografie, 2 ČB fotografie, 1 barevná ilustrace)</p>
Psali jsme před...	<p>...27 lety</p> <p>100 + 1 zahraniční zajímavost, č. 1, roč. XXV (1988)</p> <p>Menší a ještě menší</p> <p>Kouření bez kouře (2 barevné fotografie, 1 barevná ilustrace)</p>

OBRAZEM (kronika čísla)	Duhový Bílý dům (1 barevná fotografie – velikost 2/1) Ježíš revolucionář (1 barevná fotografie) Svět v troskách? (1 barevná fotografie) Odešel tichý hrdina (1 barevná fotografie) Pluto v detailu (1 barevná fotografie) Záchrana Řecka navzdory (1 barevná fotografie)
100 + 1 perličky	Konec kocoviny Souboj s hadem Za svobodné bradavky Internet ve vesmíru Nejlepší přítel člověka

Tabulka č. 28: Přehled článků, jejich původu a příslušných grafických prvků v 13/2015

V tomto čísle můžeme mimo jiné pozorovat propojení inzertního obsahu s mediálním sdělením. Na stránkách tohoto čísla se objevila komerční prezentace instituce Techmania Science center, a to přímo vedle článku Český otec genetiky.

Tabulka níže shrnuje celkový počet vizuálů v tomto vydání a potvrzuje trend převažující barevné grafiky nad černobílou.

<b>Celkový počet vizuálů</b>	73
<b>Barevné vizuály</b>	67
<b>Černobílé vizuály</b>	6
<b>% barevných vizuálů</b>	92 %

Tabulka č. 29: Počet vizuálů v 13/2015

Na tomto vydání také můžeme sledovat jednu z grafických změn oproti vizuální úpravě z roku 1988, a to sice překrývání několika grafických prvků, konkrétně například u článku Kateřiny Vašků „Ostrůvky svobody i humoru“.<sup>101</sup>

### 2.3.6 Detailní přehled čísla 17/2015

Sedmnácté vydání v roce 2017 se vyznačuje absencí článku v jedné ze 4 hlavních rubrik, a to sice Lidé a společnost. Data prezentovaná v tabulce níže zobrazují kompletní parametry třináctého vydání roku 2015 a jsou východiskem pro další analýzy.

<sup>101</sup> Příloha č. 6

Věda, technika, vesmír	<p>Honba za perfektním rajčetem (Adrian Higgins: <i>The Washington Post</i>, barevných fotografií, barevné pozadí, barevný obrázek)</p> <p>Když se bouří imunitní systém (Roman Polach, 7 barevných fotografií)</p> <p>Když se vesmír dotkne Země (Vladimír Socha, 11 barevných fotografií, 1 barevné pozadí, 20 barevných ikon)</p> <p>Jak žili lovci mamutů (Ptal se Jindřich Kačer, rozhovor s Liborem Balákem, 4 barevné fotografie, 6 barevných ilustrací)</p> <p>Prchavý internet (Vilém Koubek, 8 barevných fotografií)</p> <p>Svatostánky sportu a stylu (fotoeditorial, zdroj neuveden, 6 barevných fotografií)</p> <p>Jak člověk získal křídla (Kateřina Vašků, 19 barevných fotografií / obrázků)</p>
Příroda a cestování	<p>Mizející dědictví světa (Kateřina Vašků, 16 barevných fotografií)</p> <p>Skvosty Bolívarovy země (Veronika Pešková, 6 barevných fotografií)</p> <p>5 kufrů plných překvapení (Vilém Koubek, 5 barevných fotografií)</p> <p>Levný benzín a nezletilí otroci (Marek Telička, 5 barevných fotografií, 1 barevná mapa)</p>
Psali jsme před...	<p>...43 lety</p> <p>100 + 1 zahraniční zajímavost, č. 2, roč. IX (1972)</p> <p>Revoluce v holení</p> <p>Poprvé na elektřinu</p> <p>Ve škole řidičů Rollsu (psáno pro 100 + 1 ZZ, 2 ČB fotografie)</p>
OBRAZEM (kronika čísla)	<p>Papež v Kongresu (1 barevná fotografie – velikost 2/1)</p> <p>Ztracená pláž (1 barevná fotografie)</p> <p>Bezpečná závrat' (1 barevná fotografie)</p> <p>Počítání oveček (1 barevná fotografie)</p> <p>Zatmění měsíce (1 barevná fotografie)</p> <p>Tragická Mekka (1 barevná fotografie)</p>
100 + 1 perličky	<p>Mona Lisa nalezena?</p> <p>Dinosauři z japonských polí</p> <p>Pes – nejlepší přítel psa</p> <p>Sendvič k nezaplacení</p> <p>Méně znamená více</p>

Letem světem	Sedm smrtelných hříchů v říši zvířat ( <i>Spektrum</i> , 1 barevná fotografie) Jak se rodí lunaparky ( <i>Víkend TV NOVA</i> , 1 barevná fotografie) Vlci chytřejší než psi (red. <i>100 + 1</i> , 2 barevné fotografie)
--------------	--

Tabulka č. 30: Přehled článků, jejich původu a příslušných grafických prvků v 17/2015

V celém vydání se vyskytuje nejmenší počet článků ze všech monitorovaných čísel v roce 2015 a obsahově se věnuje především vědeckým a technickým tématům. Zároveň můžeme sledovat další formu komerční prezentace, která se snaží tvářit jako článek z pera redakce. Tentokrát se jedná o marketingovou komunikaci pojišťovny a advertorial nese název „Jaké pojištění zvolit při aktivní dovolené“.

Tabulka níže shrnuje celkový počet vizuálů v tomto vydání a potvrzuje trend převažující barevné grafiky nad černobílou.

<b>Celkový počet vizuálů</b>	131
<b>Barevné vizuály</b>	129
<b>Černobílé vizuály</b>	2
<b>% barevných vizuálů</b>	98 %

Tabulka č. 31: Počet vizuálů v 17/2015

Zároveň můžeme vidět, že se toto číslo vyznačuje největším počtem grafických prvků ze všech analyzovaných čísel roku 2015. Vzhledem k nejnižšímu počtu článků můžeme usuzovat, že více grafických prvků se zde objevilo na úkor textového mediálního obsahu

### 2.3.7 Detailní přehled čísla 21/2015

V posledním sledovaném vydání roku 2015 je tematické rozložení článků vyrovnané a počtem reklamních sdělení se toto číslo řadí a druhé místo. Data prezentovaná v tabulce níže zobrazují kompletní parametry tohoto vydání a jsou východiskem pro další analýzy.



Lidé a společnost	<p>Dá se intimita koupit? (Jon Levine: <i>Mic Magazine</i>, 5 barevných fotografií)</p> <p>Elon Musk: Edison nového věku (Kateřina Vašků, 15 barevných fotografií)</p> <p>5 unikátních hřišť (Vilém Koubek, 5 barevných fotografií)</p> <p>Za vším hledej vodu (Vilém Koubek, 7 barevných fotografií)</p> <p>Národní parky oslavují: Miliony návštěvníků a miliony dolarů (Miroslav Konvalina, 1 barevná fotografie)</p>
Věda, technika, vesmír	<p>Ebolu jsme neporazili (rozhovor s Ericou Ollmann Saphire, 3 barevné fotografie)</p> <p>Kouzlo plísně, rzi a rozkladu (fotoeditorial, 6 barevných fotografií)</p> <p>Úsvit nebeských taxíků (Kateřina Vašků, 3 barevné fotografie)</p>
Příroda a cestování	<p>Na návštěvě u lemurů (Tomáš Kubuš, 7 barevných fotografií)</p> <p>Marné čekání na déšť (Vilém Koubek, 4 barevné fotografie)</p> <p>Stát jednoho muže (Marek Telička, 4 barevné fotografie, 1 barevná mapa)</p>
Historie	<p>Obrácení čelem k bohům (Vilém Koubek, 8 barevných fotografií, 1 barevný obrázek)</p> <p>Přízrak z Gobi (Vladimír Socha, 7 barevných fotografií)</p>
Psali jsme před...	<p>...40 lety</p> <p>100 + 1 zahraniční zajímavost, č. 2, roč. XII (1975)</p> <p>Zbytečné pedály</p> <p>Lepší než sádra</p> <p>Sportem ku zdraví, ale jak? (psáno pro 100 1 ZZ, 2 ČB ilustrace)</p>
OBRAZEM (kronika čísla)	<p>Vesmírní opraváři (1 barevná fotografie velikosti 2/1)</p> <p>Konec jedináčků v Číně (1 barevná fotografie)</p> <p>Tsunami na australském nebi (1 barevná fotografie)</p> <p>Děsivý tanec na obloze (1 barevná fotografie)</p> <p>Úspěch českého pavilonu (1 barevná fotografie)</p> <p>Z vězení do čela země (1 barevná fotografie)</p>
100 + 1 perličky	<p>Písek a dynamit</p> <p>Rychle a zběsile</p> <p>Kostýmová zácpa</p> <p>Konec primadon</p>

Letem světem	Pohlednicová mánie ( <i>Víkend TV NOVA</i> , 1 barevná fotografie) Bzučící ochránci rostlin (red. <i>100 + 1</i> , 1 barevná fotografie)
--------------	---

Tabulka č. 32: Přehled článků, jejich původu a příslušných grafických prvků v 21/2015

Tabulka níže shrnuje celkový počet vizuálů v tomto vydání a potvrzuje trend převažující barevné grafiky nad černobílou.

<b>Celkový počet vizuálů</b>	87
<b>Barevné vizuály</b>	85
<b>Černobílé vizuály</b>	2
<b>% barevných vizuálů</b>	98 %

Tabulka č. 33: Počet vizuálů v 21/2015

### 2.3.8 Shrnutí

Obsah vydání v roce 2015 byl převážně psán redakcí *100 + 1 zahraniční zajímavost*, což je velký rozdíl oproti roku 1988. Pouze 23 % všech mediálních sdělení mělo rozsah více než 850 slov, přičemž nejčastější byly články o rozsahu 400–600 slov. Většina grafických prvků je barevná a došlo také k nárůstu počtu komerčních sdělení na stránkách časopisu.

### 2.4 Komparace analyzovaných ročníků

V tabulce níže je první z porovnání obou ročníků, a to z hlediska původu článků.

	Články přejeté	Články původní	Celkem
<b>1988</b>	173	39	<b>212</b>
<b>2015</b>	6	68	<b>77</b>

Tabulka č. 34: Porovnání ročníků z hlediska původu mediálních sdělení

Kromě dramatického poklesu celkového počtu článků v roce 2015 oproti roku 1988, také můžeme pozorovat pokles přejetých článků. Přejeté články v roce 2015 zpravidla patřily k těm nejdelším z celého vydání.

Tato změna může být způsobena vlivem digitalizace na redakční rutiny a s tím spjatou změnu práce se zdroji.

Další parametr, který můžeme mezi ročníky porovnávat, je textový rozsah jednotlivých mediálních sdělení.

Rok / Kategorie	1100 + slov	850–1100 slov	600–850 slov	400–600 slov
1988	71	54	44	43
2015	5	13	29	30

Tabulka č. 35: Porovnání ročníků z hlediska délky mediálních sdělení

Z tabulky vyplývá, že v roce 2015 došlo k dramatickému zkrácení článků, protože zatímco v roce 1988 mělo více 59 % mediálních sdělení rozsah více než 850 slov, v roce 2015 se jednalo jen o 23 % ze všech článků. Můžeme usuzovat, že k této změně došlo v reakci na změnu behaviorálního chování čtenářů s nástupem digitalizace, tedy o snížení soustředění při čtení delších textů a vyhledávání kratších mediálních obsahů.

S tímto vlivem je spjatá i proměna grafické úpravy časopisu, ilustrovaná na datech prezentovaných níže.

Vydání / Kategorie	Barevné vizuály	Černobílé vizuály	Celkový počet vizuálů	% barevných vizuálů
1/88	74	71	145	51 %
5/88	67	65	132	51 %
9/88	84	57	141	60 %
13/88	79	62	141	56 %
17/88	61	57	118	52 %
21/88	63	64	127	50 %
<i>Celkem</i>	<i>428</i>	<i>376</i>	<i>804</i>	<i>53 %</i>

Tabulka č. 36: Celkový přehled vizuálů v monitorovaných vydáních roku 1988

Vydání / Kategorie	Barevné vizuály	Černobílé vizuály	Celkový počet vizuálů	% barevných vizuálů
1/15	80	5	85	94 %
5/15	89	3	92	97 %
9/15	86	8	94	91 %

13/15	67	6	73	92 %
17/15	129	2	131	98 %
21/15	85	2	87	98 %
<i>Celkem</i>	<i>536</i>	<i>26</i>	<i>562</i>	<i>95 %</i>

*Tabulka č. 37: Celkový přehled vizuálů v monitorovaných vydáních roku 1988*

Na první pohled se může zdát, že méně mediálních sdělení by vzhledem k nižšímu počtu stran jednotlivých čísel a celkovému počtu grafických prvků mělo být v roce 1988. Ano, početně se více fotografií a ilustrací objevuje v roce 1988, nicméně v roce 2015 jsou fotografie publikovány v mnohem větších velikostech, často i celostrany. V roce 2015 dochází také ke změně již zmíněné formální úpravy časopisu, přičemž se zvětšuje velikost písma a řádkování. Zároveň dochází ke grafickému členění textu, takže celkově textu ubývá (viz analýza délky mediálních sdělení).

Na závěr komparativní analýzy bych ráda zařadila proměnu titulní strany. Zatímco v roce 1988 byly titulní strany spíš minimalistické, v roce 2015 na titulní straně vidíme kromě hlavní fotografie a odkazu na hlavní článek daného vydání i titulky lákající na zbytek obsahu.

## Závěr

V mediálním obsahu v roce 2015 se vyskytuje minimum reportáží, které naopak můžeme sledovat v roce 1988 díky práci zahraničních zpravodajů ČTK. Reportáže v roce 2015 bývají nahrazovány rozhovory, nicméně jich není mnoho. V roce 1988 články, které nebyly psány zpravodaji ČTK, byly přejaty z jiných médií, takže nevznikl žádný mediální obsah na základě rešerše „od stolu“, což je opak toho, co se dělo v roce 2015. Toto je dáno změnou práce se zdroji v důsledku nástupu digitální éry a dostupností velkého množství informací na internetu. Nabízí se pak otázka, na kolik je obsah časopisu pro čtenáře atraktivní vzhledem k tomu, že přístup k internetu a potažmo i stejným informacím mělo v roce 2015 v České republice více než 77 % obyvatel<sup>102</sup>.

Nástup digitální éry měl dopad na redakce i čtenáře. Kombinací všech faktorů došlo k výrazné redukci mediálního obsahu a posílení vizuální stránky tištěných médií. Ke grafickým změnám nedošlo z hlediska kvantity vizuálních prvků, ale z hlediska jejich velikosti a jejich typů (barevná pozadí, členění textu atp.). Vzhledem ke změnám na českém trhu došlo zároveň také k nárůstu míry inzerce v jednotlivých vydáních, čímž je taktéž redukován obsah.

Internetová verze časopisu *100 + 1 zahraniční zajímavost* nabízí kromě článků, které jsou součástí tištěného vydání, i další mediální obsah což je určitě výhodou.

Nedostatkem této práce je z hlediska autorství mediálních obsahů určení původu fotografií. Zatímco v roce 1988 jsou fotografie uvedené vždy se zdrojem, ve vydáních v roce 2015 tomu tak není. Při analýze internetizace mediálního obsahu časopisu v roce 2015 vyplynulo, že mnoho fotografií je přejato z fotobanky Shutterstock<sup>103</sup>, protože u některých fotografií v případě článků na internetu zdroj je, nicméně to není pravidlem<sup>104</sup>. Odhalení původu fotografií by pomohlo dokreslit vliv digitalizace na redakční rutiny a stejně tak by bylo možné určit, do jaké míry jsou prezentované fotografie postprodukčně upravené. Zároveň je zde i prostor pro hlubší analýzu online verze časopisu a práci s reklamními sděleními v internetovém prostředí.

<sup>102</sup> Informační společnost v číslech. ČSÚ [online]. [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/informacni-spolecnost-v-cislech-2015>

<sup>103</sup> MILLER, Michael E. Jedy opět na výsluní: Vrací se do módy travičství? *100 + 1 zahraniční zajímavost* (původně *The Washington Post*) [online]. 2015 [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <http://www.stoplusjednicka.cz/vraci-se-do-mody-travicstvi>

<sup>104</sup> NEKOLA, Martin. Jak odpočívají despotové. *100 + 1 zahraniční zajímavost* [online]. 2015 [cit. 2017-04-18]. Dostupné z:

## Summary

The researched aimed to answer the question how the digital age influenced media content and its form. The analysis was carried out on the *100 + 1 zahraniční zajímavost* magazine. Compared and analysed were issues from years 1988 and 2015. In each year, the analysis focused on issues No. 1., 5., 9., 13., 17. and 21.

Results showed that due to change of reader's behavioural changes as well as changes of work routines within media houses combined with the market situation lead to a reduction of written content and an increase of marketing and PR activities. The visual aspect of media also got stronger, with photographs being used in much bigger format and overall graphic design of the magazine playing a more crucial role.

The thesis also focused on the media convergence. In this case, the amount of content from printed version of the magazine used for the online mutation was monitored. The results show that not all articles are used online, in fact in average it was 68 %. The text of the articles is the same, the only difference is sometimes formatting (e.g. slideshow) or an amount of used photographs.

Future research could focus on the origin of used photographs and there could be more in-depth media convergence analysis.

## Použitá literatura

### Prameny

*100 + 1 zahraniční zajímavost.* Praha: ČTK, 1988, 64 (1)

*100 + 1 zahraniční zajímavost.* Praha: ČTK, 1988, 64 (5)

*100 + 1 zahraniční zajímavost.* Praha: ČTK, 1988, 64 (9)

*100 + 1 zahraniční zajímavost.* Praha: ČTK, 1988, 64 (13)

*100 + 1 zahraniční zajímavost.* Praha: ČTK, 1988, 64 (17)

*100 + 1 zahraniční zajímavost.* Praha: ČTK, 1988, 64 (21)

*100 + 1 zahraniční zajímavost.* Praha: Extra Publishing s.r.o., 2015, 74 (1)

*100 + 1 zahraniční zajímavost.* Praha: Extra Publishing s.r.o., 2015, 66 (5)

*100 + 1 zahraniční zajímavost.* Praha: Extra Publishing s.r.o., 2015, 66 (9)

*100 + 1 zahraniční zajímavost.* Praha: Extra Publishing s.r.o., 2015, 66 (13)

*100 + 1 zahraniční zajímavost.* Praha: Extra Publishing s.r.o., 2015, 66 (17)

*100 + 1 zahraniční zajímavost.* Praha: Extra Publishing s.r.o., 2015, 66 (21)

### Bibliografické zdroje

ALTHEIDE, David L. SNOW, Robert P. *Media logic.* Beverly Hills, Calif: Sage Publications, 1979. ISBN 9780803912960.

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

BHUIYAN, Serajul I. *Strategies for developing media managers for convergence: an analysis of perspectives from management theory and practice for managers of converged newsrooms.* *Pranjana: The Journal Of Management Awareness* 12, no. 2. (July 2009): 1-15. Business Source Complete, EBSCOhost [cit.2016-12-08]

BOLTER, Jay David a Richard GRUSIN. *Remediation: understanding new media.* Cambridge: MIT Press, 2000, s. 273.

BREEN, Michael J. Mass media and new media technologies, *Media studies: key issues & debates*. S. 55-77. 2007. Available from EBSCO host. [cit. 2017-04-18]

DAHLGREN, P. Media logic in cyberspace: repositioning journalism and its publics. *Javnost - The Public*, 1996, vol. 3, no. 3, s. 59-72. ISSN 1318-3222.

DEFLEUR, Melvin L., Sandra J. BALL-ROKEACH, Jan JIRÁK a Otakar ŠOLTYS. *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-099-8.

DEUZE, Mark. The web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New Media & Society*, 2003, vol. 5, no. 2, s. 203-230. ISSN 1461-4448.

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 3. vyd. Praha: Karolinum, 2000. s. 168.

FORTUNATI, Leopoldina. Mediatization of the Net and Internetization of the Mass Media. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 2005, vol. 67, no. 1, s. 27-44. ISSN 0016-5492.

HAROLD A. INNIS a INTROD. BY PAUL HEYER AND DAVID CROWLEY. *The bias of communication. Repr. d. Ausg. 1951*. Toronto: University of Toronto Press, 1995. ISBN 9780802068392.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2005, 407 s. ISBN 80-7367-040-2.

HERNANDEZ, Richard Koci. RUE, Jeremy. *The principles of multimedia journalism: how to think when packaging digital news*. ISBN 978-0415738163.

CHAPMAN, Jane. *Comparative media history: an introduction : 1789 to the present*. Malden, MA: Polity, 2005. ISBN 978-0-7456-3243-8.



JENKINS, Henry. *Convergence culture: where old and new media collide*. 1st publ. in paperback, update. New York: New York University Press, 2008, xi, 351 s. ISBN 978-0-8147-4295-2.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média. 2.*, přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.

LÁB F., LÁBOVÁ A.: *Obraz v digitálním věku*. In OSVALDOVÁ, B. a kol.: *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Nakladatelství Karolinum, Praha 2009. ISBN 978-80-246-1684-1.

MCLUHAN, Marshall. GORDON, W. Terrence. LAMBERTI, Elena. a SCHEFFEL-DUNAND, Dominique. *The Gutenberg galaxy: the making of typographic man*. Buffalo: University of Toronto Press, c2011. ISBN 144261269X.

MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Přeložil Miloš CALDA. Praha: Mladá fronta, 2011. Strategie. ISBN 978-80-204-2409-9.

McQUAIL, Denis. *Žurnalistika a společnost (1)*. Prague, CZ: Karolinum Press, 2016. ProQuest ebrary. [cit. 2016-12-12].

MEIKLE, G. YOUNG, S. *Media convergence: networked digital media in everyday life*. New York: Palgrave Macmillan, 2011. ISBN 978-0230228948.

MERTEN, Klaus. *Inhaltsanalyse: Einführung in Theorie, Methode und Praxis. 2., verb. Aufl.* Opladen: Westdeutscher Verlag, 1983. ISBN 3531114425.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

SHOEMAKER, Pamela J. a Stephen D. REESE. *Mediating the message in the 21st century: a media sociology perspective*. Third edition. New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2014. ISBN 978-0-415-98914-5.

SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3., nezměn. vyd. Přeložil Barbara KÖPPLOVÁ. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4.

SIAPER, Eugenia a Andreas VEGLIS. The handbook of global online journalism. Malden, Mass.: Wiley-Blackwell, 2012. *Handbooks in communication and media*. Available from EBSCO host. [cit. 2017-04-18]

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

ZIMING, Liu. Reading behavior in the digital environment: Changes in reading behavior over the past ten years. *Journal of Documentation*, Vol. 61 Issue: 6. pp.700-712. [cit. 2017-04-18] Dostupné z:  
<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/00220410510632040#>

### **Online zdroje**

AUST, Ondřej. Tradiční časopis 100+1 zahraniční zajímavost začal znovu vycházet. *Mediář* [online]. 2011-11-2 [cit. 2017-04-18]. Dostupné z:  
<http://www.mediary.cz/tradicni-casopis-1001-zahranicni-zajimavost-zacal-znovu-vychazet/>

Časopis 100+1 se vrací, vyhnul se konkurzu. *Lidovky.cz* [online]. 2011 [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: [http://byznys.lidovky.cz/casopis-100-1-se-vraci-vyhnuul-se-konkurzu-d9p-/media.aspx?c=A111014\\_133617\\_ln-media\\_pta](http://byznys.lidovky.cz/casopis-100-1-se-vraci-vyhnuul-se-konkurzu-d9p-/media.aspx?c=A111014_133617_ln-media_pta)

Historie. *ČTK* [online]. [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: [http://www.ctk.cz/o\\_ctk/historie/](http://www.ctk.cz/o_ctk/historie/)

Informační společnost v číslech. *ČSÚ* [online]. [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/informacni-spolecnost-v-cislech-2015>

*Justice.cz* [online]. [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=419943&typ=UPLNY>

KYŠA, Leoš. Časopisu 100+1 pomohl k úspěchu návrat ke koncepci ze šedesátých let, říká jeho šéfredaktor. *MEDIAHUB* [online]. [cit. 2017-05-18]. Dostupné z:

<http://mediahub.cz/rozhovory/541494-casopisu-100-1-pomohl-k-uspechu-navrat-ke-koncepci-ze-sedesatych-let-rika-jeho-sefredaktor>

Profil firmy: *Extra Publishing*. [online]. [cit. 2017-05-18]. Dostupné z:

<http://www.epublishing.cz/profil-firmy>

Proměny české mediální scény od začátku 90. let. *Media Guru* [online]. [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/2014/11/promeny-ceske-medialni-sceny-od-zacatku-90-let/>

Ověřovaná data nákladů periodického tisku. In: *ABC ČR* [online]. [cit. 2017-05-15].

Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk/>

## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1: Fronta na časopis 100 + 1 (obrázek)**

**Příloha č. 2: Dvoustrana z prvního lednového vydání z roku 1988 (obrázek)**

**Příloha č. 3: Protikuřácká kampaň v 1/1988**

**Příloha č. 4: Grafika s anglickým textem u článku Kouření bez kouře v 1/1988**

**Příloha č. 5: Advertorial „Za Ježíškem do Pardubic“ v 1/2015**

**Příloha č. 6: Grafická u článku „Ostrůvky svobody i humoru“ z 13/2015**

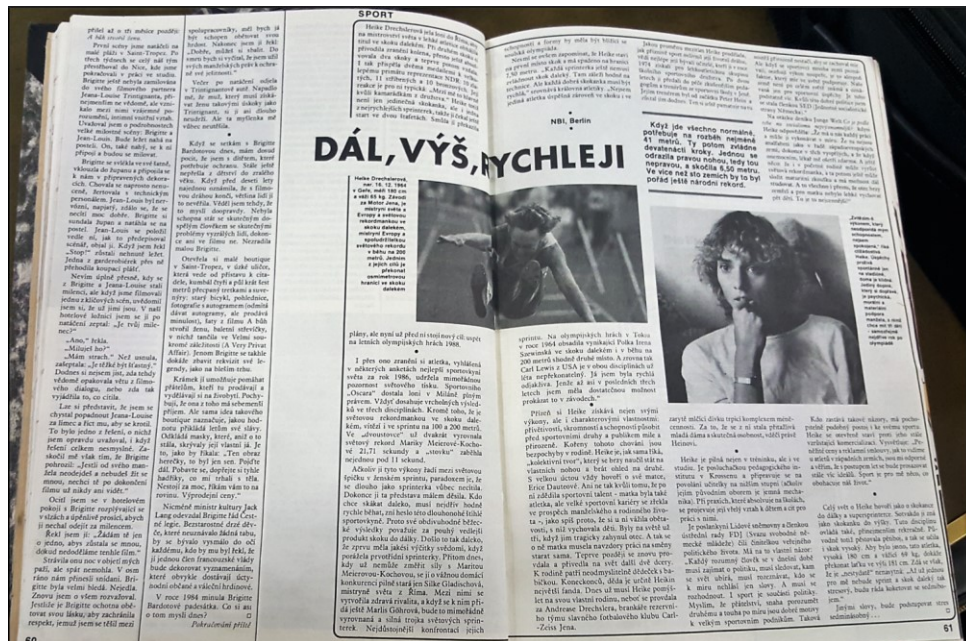
# Přílohy

## Příloha č. 1: Fronta na časopis 100 + 1 (obrázek)



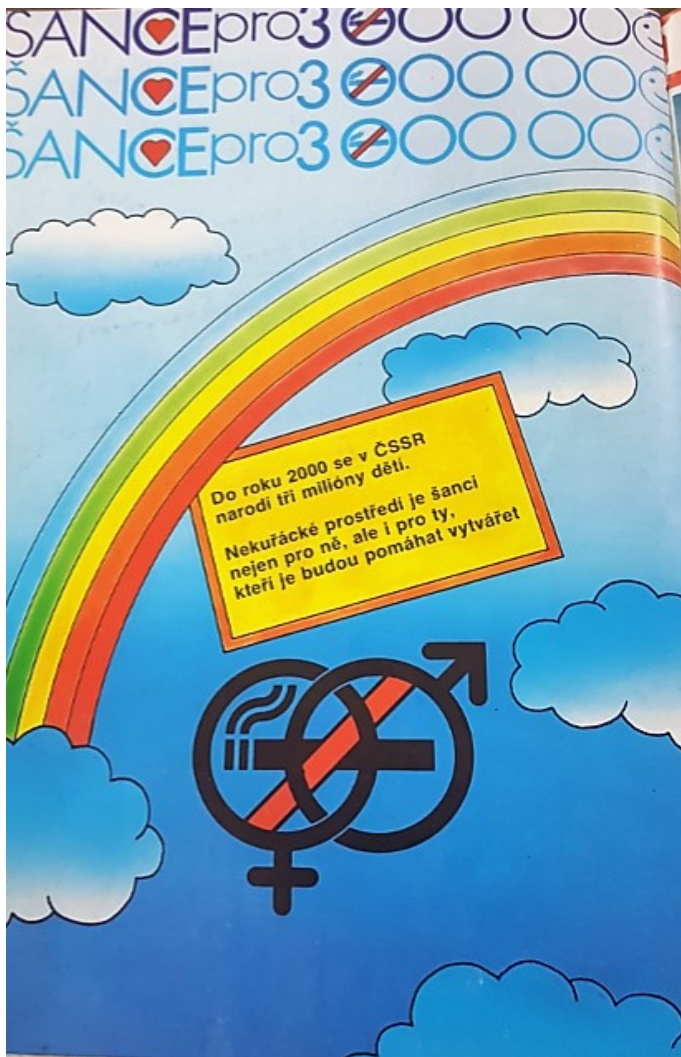
Zdroj ČTK: Lidé čekající před prodejnou ČTK, aby si mohli koupit populární časopis 100 + 1. Ten obsahoval výběr zajímavých novinek a fotografií ze západního zahraničního tisku. Foto: Oldřich Pícha.

## Příloha č. 2: Dvoustrana z prvního lednového vydání z roku 1988 (obrázek)

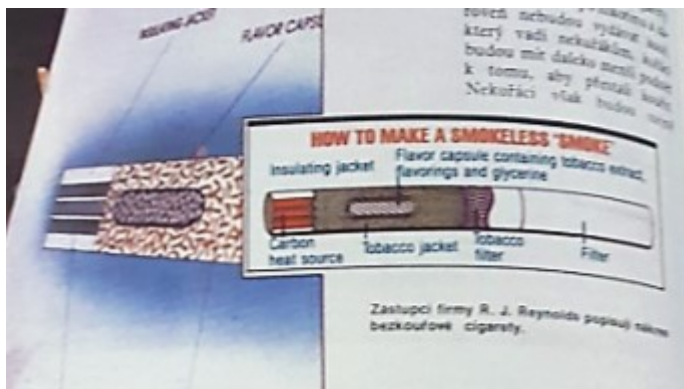


60 61

**Příloha č. 3: Protikuřácká kampaň v 1/1988**



**Příloha č. 4: Grafika s anglickým textem u článku Kouření bez kouře v 1/1988**





## Příloha č. 5: Advertorial „Za Ježíškem do Pardubic“ v 1/2015

**100+1 Pardubický kraj** komerční prezentace



## Za Ježíškem do Pardubic

Předvánoční i vánoční čas se v kraji koní a perníku letos jako každoročně ponese ve znamení zábavy pro dospělé i ty nejmenší. Přinášíme tipy na nejzajímavější akce, které byste si rozhodně neměli nechat ujít

**V** čase adventu se určitě vypravte do Pardubic na Perníčtýnské náměstí, které bude patřit mikulášským a vánočním trhům. Můžete tam obdivovat například temné stánky se spoustou výrobků přímo na prodej či betlém s živými zvířaty a přitom se také posilovat medovinou nebo výborným svačkákem. Nebude chybět ani zvonička splněných přání a v neposlední řadě Ježíškova pošta. Čas nakupů vám navíc zpřijemní dětské pěvecké sbory a hudební skupiny.

**Silvestr v Perníkové chaloupce**  
Zatouláte-li ovšem strávit vánoční chvíle v atmosféře prodechnuté múzami, neváhejte vyrazit do Východočeského divadla v Pardubicích. Již tradičně otevřít své brány na Štědrý den o půlnoci a spolu s herci si tam můžete třeba zazpívat koledy.

Tím nejmenším zase uděláte velkou radost návštěvou malé vesničky Ráby nedaleko Pardubic – stojí tam totiž Perníková chaloupka jako z pohádky. Při poslední silvestrovské prohlídce můžete dokonce od 16 hodin ochutnat místní gastronomickou specialitu nazvanou „Pečení holubi“ a uvidíte, jak Ježíbaba vyleze na pec, nařídí si budík na první březnovou soboru a uloží se k zimnímu spánku.

**Masopust na Hlínecku**  
Masopustní rej, při němž masky obcházejí domy jednotlivých hospodářů, jistě uchvátí i vás. Připravte se však, že neuniknete svátečním žertům a tvář vám nejspíš ozdobí tradiční černá barva. Masopustní obchůzky a masky na Hlínecku patří k pradávným obyčejům. Jež se mezi zdejšími lidmi tradují po generace. A vzhledem ke své výjimečnosti se v roce 2010 dostaly i na Reprezentační seznam nemateriálního kulturního dědictví lidstva UNESCO. **100+**



Tyto a další tipy na různé kulturní a společenské akce naleznete na [www.vychodnicechy.info](http://www.vychodnicechy.info)

**24** 1/2015  
100+1 zahraniční zajímavost

Příloha č. 6: Grafická u článku „Ostrůvky svobody i humoru“ z 13/2015

**100+1 společnost** miniaturní státy

# Ostrůvky svobody i humoru

Mají podobnou strukturu jako suverénní země, mnohdy i vlastní vládu, instituce a národní symboly. Málčko je však uznává. Nejslavnější evropské mikrostáty vznikaly z politických, kulturních, a často také recesistických důvodů

Kateřina Vašková

**Spor zaparlitého umělce** vznik 1882

Za vznikem nezávislého Rüggeřmögge stojí spory Edwina Lipburgera s rakouskými úřady. Zvinný umělec narušil v 800 letech atypickou kulovou stěnou a umístil ji do otevřené přírody v Dolním Bavorsku, aniž by získal potřebné povolení. Oficiální instituce neměly pro jeho vstřípnost a narádky okamžitou demokracii domů. Lipburger se ovšem zaparkoval bránit, přičemž svůj výtvor deklaroval jako samostatnou republiku a jmenoval se jejím prezidentem. Kvalitně nezapracoval ani se rakouským malému oči ve vězení a zachránka ho až milost od prezidenta. Později se netradiční stavba přesunula do vídeňského Prateru, kde ji turisté mohou obdivovat dodnes.

**Zakladatel Edwin Lipburger**

**Království bez ochranné známky** vznik 1997

První „válečná kolonizace“ použil herec Bolek Polívka již v roce 1973 v jedné ze svých televizních pořadů. Když se se svou manželkou a dcerou posouval na valašského krále, Reca, stávkou myslivců padla na širokou pláň a divoký oheň s vlastní vládou i občanskými právy narostl. Skutečně roku 1997 vznikl. O tři roky později se však rozpadl. Sporný spor most Polívkou a Tomáškem Hraběm o vládnoucí práva v úžle zámky, vzápětí a podporou komiků nakonec přehrál. Dnes patří Valašské království k jedné z nejpopulárnějších turistických atrakcí v republice a podle posledního sčítání lidí má kolem 70 tisíc občanů nejen v ČR, ale i v celém světě.

**Zakladatel Bolek Polívka**

**Sociální experiment hippies** vznik 1971

Sociální mikrostát Christiania vznikl jasnou „zrůny sudečsky a míru“ Jacob Ludvigsen a pět dalších členů hippies v bývalých kasárnách na švédském předměstí v roce 1971. Sít se opírá o volání úcty, která zaručuje například právo užívání marihuany a hašišu, společné hospodářství či volnou výstavbu domů. O existenci původně sociálního experimentu se v dánsku vědy mnohdy spory, dnes už se jej podává kateřinská i švédská legislativa a tamní obyvatelé platí nájemné a daně. Asi 850 sociálním občanům Christiania plynou příjmy hlavně z turistického ruchu a podnikání kulturních akcí.

**Zakladatel Jacob Ludvigsen**

**Virtuální stát nové generace** vznik 2008

Wirtland vznikl jako mediální experiment Nedažící odpověď na otázku, zda může legitimní a soběstačná země fungovat bez klasických vlády. Virtuální stát se zrodil v roce 2008 v Bulharsku a v současnosti se k němu hlásí přes pět tisíc lidí z různých koutů světa. Ekonomicky i politicky má být nezávislý, ovšem se vymezuje vůči velkým vlivným konfliktům a svým občanům nabízí kromě politické svobody a vlastní měny také speciální „občanské přílisky“ či možnost uzavřít manželské svazky.

**Zakladatel neznámý**

**Svoboda na území nikoho** vznik 2015

Svobodnou republiku Liberland vyhlásil Čech Vít Jedlička v polovině letošního dubna na „území nikoho“ mezi Srbskem a Chorvatskem nedaleko sibiřského města Sombor. Půde Jedličky nepatří do země, která má zhruba 10 rozlohu 7 km² zjevně ani jedné z balkánských států, ve skutečnosti se jedí všichni nárokují Srbsko i Chorvatsko – otázku zůstává jen příslušnost jeho hranic. Prezident Liberlandu zadřel na půlku povlnu do „její“ státu již dvakrát chorvatská policie. Bědoznanost země je jedinou bledou zřet přetvářuje opuštěná lovečká chata, je tak nejistá.

**Zakladatel Vít Jedlička**

50 13/2015

13/2015 51