



Barbora Osvaldová
a kolektiv

Zpravodajství
v médiích

KAROLINUM

Zpravodajství v médiích

Ing. Miloš Čermák

PhDr. Alena Lábová

PhDr. Martin Lokšík

PhDr. Josef Maršík, CSc.

doc. PhDr. Barbora Osvaldová

prof. PhDr. Karel Šebesta, CSc.

PhDr. Ludmila Trunečková

Recenzovali:

doc. PhDr. Michal Šobr, CSc.

PhDr. Petr Bílek

Grafická úprava Jan Šerých

Sazba DTP Nakladatelství Karolinum

Druhé, upravené vydání

© Univerzita Karlova v Praze, 2011

© Barbora Osvaldová a kolektiv, 2011

ISBN 978-80-246-1899-9

ISBN 978-80-246-2348-1 (online : pdf)



Univerzita Karlova v Praze
Nakladatelství Karolinum 2013

<http://www.cupress.cuni.cz>

Obsah

1. Úvod	9
<i>Barbora Osvaldová</i>	
1.2 Několik poznámek k objektivitě	11
1.3 Zpravodajství a publicistika	13
1.4 Stručná historie zpravodajství	15
1.5 Zpravodajství	19
1.6 Zpráva	22
1.6.1 Druhy novinových zpráv	25
1.6.2 Titulky zpráv	29
2. Zpráva v agentuře	32
<i>Ludmila Trunečková</i>	
2.1 Základní formáty agenturních zpráv	32
2.2 Metadata	33
2.2.1 Titulek	34
2.2.2 Klíčová slova	35
2.2.3 Datum vydání a časový údaj	36
2.2.4 Priorita	37
2.2.5 Servis	37
2.2.6 Kategorie	39
2.2.7 Domicil a signatura	40
2.3 Formáty zpráv	41
2.3.1 Blesk	46
2.3.2 Headline	47
2.3.3 Fleš	49
2.3.4 Zpráva s prioritou 3 či 4 – klasická zpráva a její verze	49
2.3.5 Shrnutí	51
2.3.6 Avízo	53
2.3.7 Dokument	54

3. Rozhlasová zpráva a rozhlasové zpravodajství	57
<i>Josef Maršík</i>	
3.1 Rozhlasové zpravodajství v programové skladbě – Základní zásady	57
3.2 Specifika rozhlasového zpravodajství	61
3.3 Základní pravidla psaní zpráv pro rozhlas	64
3.4 Rozhlasová zpráva a její žánrové formy	66
3.5 Skladba zpravodajské relace a rozhlasového zpravodajského programu	69
4. Televizní zpráva a televizní zpravodajství	73
<i>Martin Lokšík</i>	
4.1 Specifika televizního zpravodajství	73
4.2 Obraz, slovo, reálné zvuky a infografika v televizním zpravodajství	77
4.3 Typologie televizní zpravodajské produkce	80
4.4 Televizní zpráva a její druhy	83
4.5 Televizní zpravodajství a nové technologie	88
5. Fotografické zpravodajství	90
<i>Alena Lábová</i>	
5.1 Co je fotografické zpravodajství?	90
5.2 Základní druhy zpravodajské fotografie	91
5.3 Agenturní fotografie	92
5.4 Zpravodajská ilustrace	93
5.5 Zpravodajská fotografie a text	93
5.6 Od události na stránku	94
5.7 Současnost zpravodajské fotografie	95
5.8 Zpravodajská fotografie jako umění?	96
5.9 Zpravodajská fotografie a reklama	97
5.10 Zpravodajství z mobilního telefonu	97
5.11 Fotobanky občanské fotožurnalistiky	100
5.12 Amatérští paparazzi	101
5.13 Jak se v tom vyznat aneb KobrěGuide	102
5.14 Budoucnosti obrazového zpravodajství	103
6. Zpravodajství na internetu	104
<i>Miloš Čermák</i>	
6.1 Současný stav	104
6.2 Online zpravodajství před webem	106
6.3 Počátky webu, v Česku i ve světě	108

6.4 Zpravodajství na webu	109
6.5 Psaní zpravodajství pro online	111
6.6 Kolaborativní žurnalistika	112
6.7 Zpravodajství pro 21. století	114
6.8 Trendy a budoucnost	115
7. Jazyk zpráv	117
<i>Karel Šebesta</i>	
7.1 Požadavky na jazykově-slohovou stránku zpravodajství	117
7.2 Komentář k jednotlivým požadavkům	117
(a) Přístupnost a formální obvyklost (noremnost)	117
(b) Jasnost	125
(c) Přehlednost	127
(d) Stručnost	132
(e) Objektivita	133
Shrnutí	137
Summary	138
Literatura	139
Příloha (Etický kodex novináře)	142

1. Úvod

Barbora Osvaldová

Stručná charakteristika zpravodajství, která by se vešla do tří slov, mohla by znít CO JE NOVÉHO?

Ten otazník má velmi důležitou funkci, protože zachycuje jeden z nezbytných aspektů žurnalistiky a tím je tázání se. Celá jedna profese a podstatná část lidského rozhodování na tomto tázání stojí a odpoví na tento, na první pohled jednoduchý, dotaz tak ve svých důsledcích zpětně ovlivňuje život společnosti. Žurnalistika tuto otázku dennodenně zodpovídá prostřednictvím jazykových, stylistických a žánrových prostředků. Dělá to nepřetržitě, v nekončícím procesu hledání (a někdy i nalézání) a měla by to dělat – alespoň ta tzv. seriózní – s nejlepším vědomím a svědomím.

Aby tuto roli mohla plnit, je třeba zachovávat určitá psaná a nepsaná pravidla, dodržovat určitý úzus, který se v každé, řekněme národní, žurnalistice po několik století vyvíjel. Nebylo to však v izolaci, naopak řada procesů probíhala podobně a při vzájemném ovlivňování. Poslední dobou, s informačními dálnicemi, satelitními přenosy a další neuvěřitelně rychle expandující technikou, už tyto národní informační hranice takřka padly.

Žurnalistika se globalizovala a stala se symbolem jakéhosi spasení a zároveň nebezpečnou Pandořinou skříňkou. Tím spíš, že publika stále ještě podléhá dojmu, že co je vyvedeno černým písmem na novinovém papíře a zjeveno obrazovkou jako takzvané očitě svědectví, musí být bezpodmínečně opravdové. Neuvědomují si ovšem, že o tom, co se odehrává v zahraničí nebo doma, se dovídají pouze zprostředkovaně. Že sice svobodně volí, co budou číst, poslouchat a na co se budou dívat, ale předvýběr už jim připravili jiní. Jistý druh manipulace, včetně ovlivňování denního životního rytmu, nelze ponechat bez povšimnutí.

V tomto smyslu jsou média na jedné straně považována za pouhého zprostředkovatele zpráv a informací, především politických, hospodářských, kulturních a sportovních a zároveň za sílu, schopnou změnit obsah lidského myšlení, doplnit nebo dokonce nahradit vzdělání a všeobecně kultivovat společnost.

Není divu, že sami novináři někdy tomuto dojmu podléhají a snaží se vedle povinnosti informační plnit i role další.

Ale je žurnalistická činnost příčinou nebo výsledkem společenské změny? A jaká je pak funkce novináře?

Má být neutrální zpravodaj, člověk shánějící informace, data a fakta, která nezaujatě zobrazí a sdělí? Tedy jakýsi nositel zrcadla a prostředník.

Nebo vzdělavatel, osvětový pracovník a cosi, co známe z naší historie pod pojmem buditel.

Nebo aktivní zástupce veřejnosti, vlastně politický činitel s jednoznačným názorem, který také prosazuje a snaží se pro něj svá publika získat? Tedy protivník.

První pojetí je z logiky věci vhodné především pro veřejnoprávní instituce, kde je zdůrazňována vyváženost informování.

Druhé pojetí předpokládá, že publika jsou zaostalá, nechápou, co je pro ně dobré a potřebují pomoc a vedení.

Třetí pojetí vychází z tradičního, dnes už frázevitého rčení, že tisk je hlídací pes demokracie. Ale jak si počínat v případě, když se tento hlídač sám snaží stát strůjcem událostí a popohnat vývoj dopředu směrem, který považuje za správný?

Každá doba musela tohle dilema řešit a každá také dávala přednost jinému typu žurnalisty. Zdá se, že americké pojetí je ve vztahu novinář a společnost daleko střízlivější a klade důraz na složku informační a faktografickou a pokud plní roli politického oponenta, snaží se výsledku dosáhnout především použitím faktů.

Evropská tradice více spoléhá na argumentaci a komentování událostí. Nezachovává přesnou hranici mezi pozicí novináře a aktivního tvůrce politiky. Je to jistě dáno komplikovaným politickým vývojem tohoto regionu, kdy mnohdy bylo nutné sáhnout k netradičním metodám žurnalistiky (např. samizdat). Netradiční postupy v normálních podmínkách však žurnalistickou práci komplikují a narušují základní povinnost novinářů – zprostředkovat informace, analyzovat je a poskytnout recipientům, aby si mohli utvořit vlastní názor.

Při výběru metod vždy záleží také na médiu. Jinak bude profese novináře chápána v tiskové agentuře nebo ve veřejnoprávním rozhlasu a televizi či v periodících tak zvané pro elitu a jinak v soukromých

rozhlasových a televizních stanicích nebo bulvárních denících a časopisech, jinak v tisku určeném dětem, ženám nebo mužům. Jinak k těmto otázkám bude přistupovat novinář pracující online a jinak autor v politickém týdeníku nebo měsíčníku.

Pro ně pro všechny by však měly platit některé shodné požadavky. Jedním z nich je např. oddělování informací a názoru (komentování), rozlišování činnosti zpravodajské a publicistické. To by mohlo zajistit minimální rovnováhu nebo alespoň minimální „objektivitu“, termín, který používají různé zahraniční a naše etické kodexy, aniž by uvažovaly o tom, zda objektivita lze skutečně dosáhnout.

1.2 Několik poznámek k objektivitě

Zdálo by se, že objektivita je v žurnalistice věc skoro samozřejmá. Ale její pojetí a takřikajíc realizace může být velmi různá. Nevystačíme s jednoduchým výkladem, že objektivní je to, co odpovídá realitě a co je zřejmé, co je na první pohled viditelné, co je – zjednodušeně řečeno – pravdivé. I pečlivě srovnaná fakta nemusejí dávat dohromady pravdivý obraz, vždy může zároveň existovat „více pravd“ a to i z pohledu takzvaně nezaujatých pozorovatelů.

Věc má totiž nejméně dva aspekty: na jedné straně škály je představa, že zpráva je opravdu odrazem nějaké skutečnosti. Na druhé je různé pojetí této skutečnosti a její výklad, který se může podle různých úhlů pohledu lišit.

Všechny naše výpovědi patří do kontextu nějaké verze světa a každý popis světa je vlastně i jeho hodnocením. Fakta, z nichž je záznam určité situace složen, si vybíráme na základě svých znalostí, vzdělání, praktických zkušeností a z toho plynoucího hodnocení celé situace.

Při výkladu objektivitě je proto potřeba dohodnout se na základních pravidlech, jak budeme určité kategorie chápat a interpretovat. Jinak může dojít k nedorozumění už na začátku: co je to realita? Dokážeme ji beze zbytku poznat? Co je to pravda? A dokážeme určit jednu pro všechny stejnou pravdu?

Sociolog a filosof Václav Bělohradský, který se pojmem objektivita zabývá již delší dobu, v knize Společnost nevolnosti například říká:

Objektivita je:

1. antientropický režim řeči;
2. v němž hraje rozhodující roli umění dokumentace;

3. v němž popisující umí popsat i své popisování;
4. v němž informace mají angažující, „literární formu“, díky níž umíme rozeznat informace relevantní od informací irelevantních...“¹

Opustíme-li filosofická a sociologická hlediska, zůstane hledisko žurnalistické, které bere objektivitu jako vědomý postoj, zdůrazňující, že každý člověk a tím pádem i novinář je produktem své společnosti, kultury a dosaženého vzdělání. Neexistuje osoba bez předsudků, ať se jakkoli snaží nahradit tento handicap profesionální objektivností, protože sama objektivnost, hodnocená různými jedinci, je od přírody nespolehlivým měřítkem. A pokročíme-li ještě dále – ke ztvárnění získaných informací – je tu například úskalí ve výběru jazykových prostředků. I použitím různých výrazů pro jeden pojem může dojít ke zkreslení sdělení. Stejně tak formulováním titulku nebo umístěním zprávy ve vydání novin, v rozhlasové a televizní relaci, v hierarchii na internetových serverech a v celém kontextu, do kterého se zařadí. Příkladů, které dokumentují, že jedna informace může být zpracována s různým dopadem na publika, lze najít celou řadu.² Jsou dokonce okamžiky, kdy je i vyváženost potlačena, protože by mohlo dojít k ohrožení společnosti – například při válečných konfliktech.

Při všem tom, co o žurnalistické práci víme, je jasné, že i v důsledku lidského faktoru nemůže existovat žádný zcela neideologický, apolitický, nestranný systém zpravodajského výběru a referování. Tím méně komentování. Zpravodajství tak nemůže být čistě neutrální proces, protože není v lidských silách zbavit se jisté tendenčnosti a zaujetí. A je jedno, zda autor ke skutečnosti přistupuje s nejlepšími úmysly nebo dokonce snahou pomoci. I s nejlepšími předsevzetím (nebo právě s ním) lze s fakty manipulovat. Proto teoretici³ i mnozí novináři docházejí k názoru, že absolutní objektivnosti nelze dosáhnout, jelikož už sám výběr skutečností, které mají být sděleny, je proces neobjektivní. Proto také dnes je spíš zdůrazňována vyváženost, vědomá nezaujatost a zdravý skepticismus a mezi metody, kterými lze alespoň přibližně rovnováhy dosáhnout, jsou řazeny: přesnost, jasnost a úplnost informování, odstup od tématu, diskriminaci vylučující přístup ke zdrojům informací, vědomá neutralita ve sporu několika skupin, pluralita uveřejňovaných názorů, vyloučení skrytých motivů i v dobré víře neřku-li stranění velkým inzerentům, jednoznačný zákaz zasahovat do skutečnosti, o které se referuje, a přísné dodržování terminologické neutrality.

1 Bělohorský, V.: Společnost nevolnosti. Eseje z pozdější doby, Praha, Slon 2007, s. 74.

2 Podrobněji viz Koťátko, P.: Význam a komunikace, Praha, Filosofický ústav AV ČR 1998.

3 Srovnej McNair, B.: Sociologie zpravodajství, Praha, Portál 2004.

Naopak předpojatostí, neobjektivností se rozumí záměrné zkreslení reality, preferování určitého výkladu, zdůrazňování jedněch názorů na úkor jiných, jedněch sociálních skupin na úkor jiných, manipulace s pojmy apod. (viz také 7.).

Důsledkem výše uvedených úvah je, že většina novinářských organizací a redakcí médií formuluje základní pravidla, která pomáhají novinářům objektivně se přiblížit, do profesních a etických kodexů (viz příloha č. 1).

Celá diskuse o vyváženosti zpravodajství a nestrannosti má však jednu základní podmínku, bez které ztrácí smysl: zaručenou svobodu a nezávislost médií i společnosti.

1.3 Zpravodajství a publicistika

Během dlouhého vývoje novin, a později dalších médií, se postupně začaly odlišovat projevy zpravodajské a publicistické. Zpravodajství, jak bude ještě řečeno, má především funkci informační a definiční, snaží se aktuální události bez prodlení zachytit, popsat a předat (za pomoci technických prostředků) různě diferencovaným publikům. Doménou publicistiky, ať už se k recipientům obrací písmem, zvukem nebo obrazem, je hledání souvislostí, vyslovování názorů, komentářů, mínění a stanovisek k většinou již známým faktům.

Předmětem publicistické činnosti může být stejně událost jako „pouhá“ myšlenka, tedy věc, která se udála, ale také podnět duchovní povahy. Na rozdíl od zpravodajství, kde převládají empiricko – induktivní postupy, jde v publicistice o přístup abstraktně deduktivní. Nebo zjednodušeně – vztah mezi zpravodajstvím a publicistikou je vztahem mezi faktem a názorem na něj.

Už jednou citovaný Václav Bělohradský sice ve Společnosti nevolnosti uvádí, že „Možnost oddělit ‚zprávu‘ od ‚komentáře‘, je naivní iluze: i pouhý výběr zprávy předpokládá příběh. Demokracie je střet příběhů, které se navzájem neničí, ale prolínají se, jejich zápletky se různě propojují...“⁴ nicméně pro potřeby tohoto textu předpokládejme, že informace a její komentování jsou dvě různé věci.

Fakticistní informace se vztahují k minulosti (událost se stala), nebo se právě očekávají a s jejich uveřejněním je proto nutné spěchat, kdežto názorové materiály naznačují východiska a možný další vývoj včetně

4 Bělohradský, V.: Společnost nevolnosti. Eseje z pozdější doby, Praha, Slon 2007, s. 75.

řešení, a proto jejich publikování může být rozloženo ve větším časovém úseku.

Publicistika obsahuje soudy, postoje, pojmy, jejím výsledkem není jen informování, ale také poznávání. Postihuje společenské jevy, příčiny jejich vzniku i vzájemné korelace. Zobecňuje, popisuje však i cesty, kterými k zobecnění dospěla. Publicistika do sebe absorbovala některé racionální prvky vědy (metoda), zpravodajství (fakta – informace), umění (emocionálně obrazný přístup, jazykové a formotvorné postupy). Mezi české publicistické žánry jsou řazeny např. glosa, poznámka, reportáž, interview, fejeton, sloupek, články např. v podobě analýz, úvodníků, komentářů, editorialů a další materiály, kde nad faktičností převládá subjektivní stanovisko a osobité zpracování.⁵ Toto členění pramení z toho, že naše žánrové dělení bylo vždy hodně podrobné, poplatné pozitivistické a strukturalistické tradici. Jednalo se o popis znaků, jejich definování a také dodržování. Naopak některá zahraniční média vytipovávají jen základní kritéria, základní stavební kameny. K těmto poměrně vágním vzorcům pak přiřazují používané mediální obsahy. Což se projevuje například ve skandinávské, angloamerické nebo i německé žurnalistice. Naopak francouzská média se až donedávna držela spíše podrobného definování.⁶

Zatímco u zpravodajství předpokládáme neutralitu v přístupu k údajům i ve výrazu, publicistika se neobejde bez osobního stanoviska a individuálního projevu při použití jazykových a stylistických prostředků. Tento osobní vztah se manifestuje i při možném použití ich formy.

Právě separece na zpravodajství a publicistiku, jak v oblasti obsahové, tak formální (včetně jasného označení zpravodajských a publicistických stránek novin a časopisů a pořadů elektronických médií), je jedním z předpokladů lepšího pochopení toho, co je náplní žurnalistiky a jak mají být tato náplň a sama žurnalistika vnímána.

Odlišování obou sfér, které by se zjednodušeně dalo definovat jako jasné oddělení zprávy a názoru na zprávu, může přispět k tomu, co jsme výše nazvali vyvážeností.

5 Porovnej např. Praktickou encyklopedii žurnalistiky a marketingové komunikace, Praha, Libri 2007.

6 Podrobně viz Osvaldová, B.: Změnil internet žurnalistické standardy a žánry? In: Žurnalistika v informační společnosti, Praha, Karolinum 2009, s. 105–112.

1.4 Stručná historie zpravodajství

Výklad o vzniku a vývoji zpravodajství lze začít ve starověku, středověku, novověku, nebo technickými vynálezy minulého a předminulého století. K tématu existuje poměrně bohatá literatura (viz závěr této kapitoly), takže pro naši potřebu stačí rekapitulovat pouze několik důležitých mezníků, které k dnešní podobě zpravodajství přispěly.

Jedním takovým předělem je rozvoj průmyslu a měst na konci středověku, spojený se zámořskými objevy a jazykovou diferenciací, kdy latina přestává hrát roli jediného dorozumívacího prostředku, dostupného pouze vzdělančům. Do té doby izolovaná společnost začíná být propojována vlásečnicemi ekonomických vazeb a tato nová situace vyžaduje také nové druhy vzájemného styku a informování.

Centrem tohoto informování se stávají hanzovní evropská města a přístavy, například v Nizozemí a Itálii, stejně jako panovnické dvory, kláštery a univerzity (např. Sorbonna). Systém příležitostných posílů nahrazuje pravidelný poštovní styk, soukromá korespondence začíná obsahovat i části, které lze prodávat dál a tvoří se i samostatné kanceláře, kde písaři (tzv. novellanti nebo gazzettanti) opisují důležité informace a prodávají je dál. Z tohoto proudu postupně vznikly první ručně psané noviny. Vynález knihtisku 1455 (a možná dříve) umožnil jednorázové tisky, někdy i doplňované obrázky, věnované líčení neobvyklých událostí. Byly označovány jako Novina, Zpráva, Historie, Dialogos, Neue Zeitung.

Zpočátku šlo o jednu zprávu, později jich list obsahoval i několik. Evropa té doby neznala copyright, takže zprávy migrovaly a objevovaly se na různých místech.

O vzniku prvních tištěných novin se vedou diskuse a každá národní žurnalistika preferuje své tituly (např. Holandsko, Německo a Francie), pro tento přehled stačí, že to bylo počátkem sedmnáctého století. Politická žurnalistika, tedy už nejen informace, ale také názor, se objevuje o něco později, zejména v Anglii, a postupně zdomácňuje v Evropě i Americe. Na počátku osmnáctého století už začínají vycházet také česky psané a tištěné noviny. Vydával je Karel František Rosenmüller a jeho dědicové, pak privilegium přešlo na Jana Ferdinanda šlechtice ze Schönfeldu. Byly to především z němčiny přeložené přehledy zpráv, řazené mechanicky za sebou, bez náznaků rubrik nebo tematického dělení.

Do těchto novin přichází Václav Matěj Kramerius (1786) a za tři roky pak zakládá periodikum vlastní. To už je skutečný počátek českého

zpravodajství, protože Krameriusovy c. k. vlastenecké noviny přinášejí originální původní informace, mají veršovaný úvodník, zprávy dělí do rubrik a budují si síť vlastních dopisovatelů (Hlasy čtenářů), začínají i s interviewem a různými přílohami s názvem Závěsek.

Devatenácté století znamená kromě rozvoje základního zpravodajství také u nás nástup publicistiky, tedy analytického a hodnotícího přístupu novinářů k faktům. Období národního obrození klade důraz na možnost plnohodnotného vyjadřování v češtině a tomu odpovídají i tehdejší noviny (např. Pražské noviny s přílohou Česká včela). Česká politická žurnalistika se pak profilovala zejména koncem čtyřicátých let a souvisela, jako ostatně kdykoli předtím i potom a nejen u nás, s uvolňováním cenzury (Národní noviny Karla Havlíčka Borovského aj.).

Vynálezy parního stroje, rotačky, psacího stroje, telegrafu, telefonu, fotografie apod. umožnily masové šíření novin. Technické objevy podmiňují a podmiňují dodnes i zpravodajskou kvalitu – rychlost a včasnost. Rozvoj obecné gramotnosti pak umožnil i zkvalitnění obsahové. Vznikají samostatné zpravodajské rubriky, zdůrazňuje se přímé svědectví novináře při popisované události. Zpravodajství se začíná dělit na politické, ekonomické, kulturní a později pravidelně i sportovní, odlišuje se také domácí a zahraniční politika (např. v Národních listech).

S rozrůzněním politické scény se začínají profilovat politické listy a jejich zpravodajské a názorové rubriky. Speciálně v našem regionu dochází k propojování politických uskupení a novin, většina velkých deníků patří přímo nebo zprostředkovaně politickým stranám. Tento vývoj pak kulminuje v období 1918–1938, kdy se periodika soustřeďují do velkých tiskových koncernů. Vlastnictví novin politickými stranami skončilo definitivně až roku 1989.

Změny ve zpravodajství jsou spjaty také se vznikem tiskových agentur, s příchodem fotografie, rozhlasu, televize a tzv. nových médií.

První tiskovou agenturu pod názvem Agence Havas založil v roce 1835 v Paříži Charles Louis Havas (k tradici nejstarší tiskové agentury na světě se v roce 1944 přihlásila Agence France-Presse). Druhou nejstarší agenturou je americká Associated Press / AP, jejíž kořeny sahají do roku 1848. Jen o rok později vstoupil do světa tiskových agentur Bernhard Wolff v Berlíně a po dalších dvou letech v Londýně Paul Julius Reuter.

Počátky agenturní žurnalistiky v českých zemích jsou spojeny s K. K. Telegrafien-Korrespondenz-Bureau (založená 1859), která o osm let později otevřela také pobočku v Praze, později v Brně (1894) s filiálkou v Ostravě a začátkem dvacátého století zřídila v pražské redakci vedle německého oddělení také české.

Se vznikem Československé republiky 28. října 1918 pak začíná působit národní Československá tisková kancelář, která měla po celou dobu existence do r. 1992 charakter státní tiskové agentury. Veřejnoprávním subjektem se stala až její nástupkyně – Česká tisková kancelář, zřízená zákonem 517/92 Sb.

První fotografie se v tisku objevují až v osmdesátých letech 19. století. Z deníků přináší první fotografii americký Daily Graphic (březen 1880) díky Stephenu Morganovi, který objevil princip autotypického štočku. V Evropě je následován Němcem Jiřím Meissenbachem, který používá autotypii pro tisk fotografií v Leipziger Illustrierte (říjen 1883). Až do přelomu století zařazují fotografie spíše v týdenních fotografických přílohách (New York Times). První světový deník, ilustrovaný výlučně fotografiemi, je britský Daily Mirror (od 7. 1. 1904). S odstupem patnácti let jej následoval americký tabloid Illustrated Daily News (1919). V časopisech našla fotografie místo bezprostředně po vynálezu fotografie (The Illustrated London News uveřejňuje 14. 5. 1842 záběr atentátu na královnu Viktorii), ale až do 80. let 19. století nešlo o přímou reprodukci snímků. Fotografie byly přerývány do dřevorytů, a tak vždy záleželo na přesnosti rytců-překreslovačů, jak věrohodně dokázali napodobit originální fotografický záběr. Fotografické zpravodajství využívaly ve velké míře i další časopisy jako L'Illustration (Paříž 4. 3. 1843) a Die Illustrierte Zeitung (Lipsko 1. 7. 1843). Tématy publikovaných fotografií byly portréty významných osobností a důležité historické události. Záběry přírodních katastrof, nehod, ale i sportovních nebo společenských událostí byly uveřejňovány v menší míře. Zpravodajské snímky byly prodávány zájemcům jako pohlednice nebo stereoskopické diapozitivy. První tisková agentura, specializovaná na fotografické zpravodajství, je anglická Illustrated Journals Photographic Supply CO. (1894), která uzavřela smlouvy s fotografy ve všech částech země a byla tak schopna zajistit jakoukoli fotografii během 24 hodin.

K plnému docenění významu fotografie v tisku došlo teprve ve dvacátých letech dvacátého století. Přispěl k tomu vývoj fotoaparátů na malý formát (Ermanox, Leica), vhodných pro fotoreportáž, citlivé filmy, umožňující fotografovat reportážním stylem, který dokáže u diváka vyvolat pocit spoluúčasti na dění, ale také boom obrazových časopisů, jištěný nastupující reklamou. Velká pozornost je věnována také stránkovému lay-outu, uspořádání a rozmístění fotografie na stránkách podle tvaru, velikosti, obsahu a vizuálních kvalit. K časopisům, které považují fotografii za stejně důležitý výrazový prostředek jako slovo, patří německé ilustrované týdeníky Berliner Illustrierte Zeitung a Münchner

Illustrierte Presse, anglický Weekly Illustrated a Picture Post, a především americké magazíny Life a Look, a také Paris Match a Stern, které byly až do 70. let minulého století tribunou nejlepších světových novinářských fotografií.

Pravidelné rozhlasové vysílání pro veřejnost bylo u nás zahájeno již v roce 1923 (po BBC druhé v Evropě). Jeho hlavním posláním bylo podle tehdejšího vedení rozhlasu zejména vzdělávání, lidovýchova a osvěta. Z tohoto důvodu byl program zaměřen převážně na tzv. vážnou hudbu a umělecké slovo a zpravodajství nepatřilo po celé předválečné období k programovým prioritám. Zpravodajské relace připravovali pro vysílání redaktoři ČTK, kteří zprávy nejprve telefonovali do studia hlasateli a později četli z hlasatelny zřízené přímo v budově ČTK.

Ke značnému rozvoji zpravodajského a publicistického programu dochází až po válce. Již v roce 1945 vzniká samostatná zpravodajská redakce a od září 1945 je po několik dalších desetiletí vyslán každodenně v podvečer zpravodajský magazín Rozhlasové noviny.

Zpravodajství a publicistika jsou postupně, v souladu s tehdejší politikou doktrínou, považovány za hlavní složku rozhlasového programu při jeho propagandistickém, agitačním a organizátorském působení na posluchače.

Nové podněty pro rozvoj rozhlasového zpravodajství přináší rok 1989. Vznik duálního systému (veřejnoprávního a soukromého rozhlasu), přijetí nových zásad pro tvorbu zpráv a zpravodajských relací i modernizace technického zázemí (zejména masivní využití počítačové techniky) vytvořilo předpoklady nejen ke kvantitativnímu rozvoji současného rozhlasového zpravodajství, ale zejména ke zvýšení jeho pohotovosti, aktuálnosti a informační hodnoty.

Česká (tehdy Československá) televize začala své stálé vysílání roku 1953, nicméně v Německu a ve Francii se pro veřejnost vysílalo už od roku 1935.

Za oficiální začátek se považuje vysílání BBC 2. 11. 1936, pak následoval Sovětský svaz a USA, které byly prakticky jedinou zemí, kde televizní programy pokračovaly nepřetržitě. Jinde vývoj přerušila druhá světová válka. Amerika si udržela primát i v barevném vysílání (1954), magnetickém záznamu obrazu a družicovém a kabelovém přenosu. Také první celodenní program specializovaný na zpravodajství (CNN 1981) má původ v USA.

Pro aktuálnost a včasnost zpravodajství byly vždy důležité technické možnosti a nové objevy – bezdrátový mikrofon, satelitní přenosy,

přenosná kamera atd. Zpravodajství z terénu pak bylo operativnější a novináři takřka soběstační.

Další technický pokrok umožnil opravdové zpravodajství v přímém přenosu a pomohl i tzv. online žurnalistice.⁷

1.5 Zpravodajství

Zpravodajství je zároveň vědomou novinářskou činností i konkrétním, viditelným a slyšitelným výsledkem této činnosti, která se manifestuje v obsahu novin, časopisů, rozhlasu, televize i tzv. nových médiích. Termín tak označuje jak přípravnou fázi hledání a výběru informací, tak jejich následné sdělování prostřednictvím specifických žurnalistických projevů (např. žánrů) Pojem může mít ovšem i další významy – označuje například také oddíl deníků věnovaný informování nebo relace v audiovizuálních médiích.

Žurnalistické zpravodajství stojí na faktech a událostech, které vyhledává, shromažďuje, třídí, selektuje, interpretuje a předává prostřednictvím médií recipientům. Mělo by zprostředkovat rozmanité a společensky podstatné informace, odrážející myšlenkovou mnohoznačnost té které společnosti.

Jedním z jeho funkcí je poskytnout veřejnosti dostatek podnětů k utváření vlastních názorů a stanovisek. V tomto smyslu má, jak píše teoretik médií McQuail (1994), sloužit k orientaci, ale nenahrazuje skutečné vědění nebo skutečnou realitu.

Zpravodajství v novinářském pojetí má být pokud možno přesné, vyvážené, nepředpojaté a poctivé jak při výběru, tak při ztvárnění a následné prezentaci, nestranné, ověřené přinejmenším ze dvou na sobě

7 Podrobně viz např.:

Beránková, M.: Dějiny československé žurnalistiky I., Praha, Novinář 1981, kap. I.–II.
Blodigová, A. – Köpplová, B. – Sekera, M. (a kol.): Dějiny českého novinářství a českých novinářských spolků, Praha, Státní ústřední archiv 2002.

Hoch, K.: Dějiny novinářství od r. 1860 do doby současné, Československá vlastivěda, sv. 7, Praha, Sfinx Boh. Jandy 1933.

Končelík, J. – Večeřa, P. – Orság, P.: Dějiny českých médií 20. století, Praha, Portál 2010.

Osvaldová, B. – Tejkalová, A. et al.: Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky, Praha, Karolinum 2009.

Pacovský, J.: Na vlnách rozhlasu (1923–1993), Praha, Český rozhlas 1993.

Stejskal, J.: Zprávy z českého století, tiskové agentury a česká společnost 1848–1948, Praha, Triton 2008.

Šmíd, M. – Trunečková, L.: Novinář a jeho zdroje v digitální éře, Praha, Karolinum 2009.

nezávislých zdrojů, aktuální, včasné, jasné a srozumitelné. Jak už bylo naznačeno, na rozdíl od publicistiky nemá obsahovat novinářův názor, pouze tlumočit fakta. Z tohoto hlediska je tedy neosobní.

Přesto, že vzniklo hlavně z nutnosti pokud možno rychle informovat o ekonomických změnách, které mohly přímo ovlivnit život jednotlivců a také z odvěké člověčí touhy být zpraven(a) o zajímavých a nečekaných událostech, postupně obsáhlo celou škálu mnohovrstevnaté existence lidské společnosti. Mezi jeho úkoly patří jak informovat, tak např. bavit.

Nicméně stále je především bezprostředně vázáno na čas, většinou se týká probíhajících nebo velmi nedávných dějů, nebo dějů, které se sice staly před určitou dobou, ale právě se vynořují v nových souvislostech.

Není z definice systematické nebo kontinuální. Jednotlivé zprávy spolu nemusejí souviset, stejně jako spolu na první pohled nemusejí souviset nahodilé události v různých koutech světa. Zpravodajství je především registruje, jejich interpretace nebývá považována za prvotní funkci zpravodaje.

Právě proto, že zachycuje přetržité momenty, které se vážou ke dni, má informační žurnalistika charakter pomíjivosti, ale paradoxně také neukončenosti, protože média jsou svou periodicitou, prakticky vyjádřenou v uzávěrce čísla nebo vysílání, nucena o událostech referovat přesto, že se děj může ještě vyvíjet dál.

Trochu jiná je situace na internetu, kde probíhá informování online a zprávy jsou průběžně upřesňovány nebo doplňovány (viz dále kapitola 6.)

Řada zahraničních teoretiků komunikace (Fuller, Graberová, Galtung, Hall, Heinderyckx, Kunczik, McNair, McQuail, Ruge aj.) zkoumala, zda je možné určit pravidla, podle kterých se informace do zpravodajství dostávají. Jejich výčty se v detailech liší, nicméně v některých aspektech se shodují:

Událost má větší šanci stát se součástí zpravodajství, pokud koresponduje s organizačními a kulturními kritérii dané společnosti, probíhá v aktuálním a krátkém časovém intervalu a kopíruje periodicitu médií, je jasná a jednoznačná, tím pádem pro autora dobře uchopitelná a pro publika na první kontakt srozumitelná, je intenzivní, výjimečná nebo nečekaná, má kulturně blízko k divákům, čtenářům a posluchačům, k prostředí, kde žijí, a k hodnotám, které chápou a sami považují za základní a pro existenci společenství za důležité. Odpovídá také jejich očekávání nebo navazuje na fakta, která se už jednou ve zpravodajství objevila a publika je přijala za své. Důležitým katalyzátorem je i účast osobností, skupin