

I. Úvod

Největší české zpravodajské agentury se věnovala řada diplomových prací, ale skoro nikdo se nezabýval podobou a fungováním jejich regionálních redakcí. Právě teď je toto téma více než aktuální – v souvislosti s územněsprávním členěním České republiky se řada kompetencí z celostátní roviny přesunula na regionální, o větší pravomoce regionů se navíc zasloužila Evropská unie. Na tento trend musela reagovat i zdejší mediální scéna, stále častěji se vyzdvihuje role regionálních a lokálních médií, v posledních letech se hovoří o tzv. hyperlokální žurnalistice. ČTK jako jeden z nejvýznamnějších poskytovatelů mediálních obsahů u nás může mít na podobu regionální/lokální žurnalistiky zásadní vliv.

Tato práce se v souladu se schválenými tezemi pokouší popsat současnou podobu regionálních redakcí ČTK a zjistit trendy regionálního zpravodajství agentury v letech 2005 - 2009. Teoreticky vychází z konceptu rutin zpravodajské organizace, role regionálního novináře a postavení tiskové agentury v mediálním systému.

Nejdříve jsem absolvoval rozhovory s vedoucími pracovníky ČTK, dva dny jsem posléze strávil přímo v terénu. V plzeňské odbočce agentury jsem pomocí zúčastněného pozorování zjišťoval, jaké jsou rutiny regionálních novinářů ČTK, konfrontoval je s informacemi z odborné literatury a s informacemi, které jsem získal od vedoucích regionálních redakcí ČTK. Pomocí získaných poznatků jsem také vytipoval výzkumné okruhy a zformuloval výzkumné otázky.

V rámci výzkumu v infobance ČTK jsem kvantifikoval získané údaje, porovnal je se zjištěními z terénu, s teoretickými poznatky a v neposlední řadě s údaji samotné agentury publikovanými ve výročních zprávách ČTK, trendy regionálního všeobecného slovního a ekonomického slovního zpravodajství jsou porovnávány s trendy všeobecného slovního domácího a ekonomického slovního zpravodajství. Metodologicky postup práce vykazuje rysy kvantitativní obsahové analýzy, ovšem díky systému metadat ČTK nebylo třeba kódovat. Jako kódovací jednotka byla určena zpráva, v jednom případě událost.

Práce je složena z osmi kapitol. V první popisují informace o výzkumu a samotné členění práce, posléze pokračují teoretickou částí – věnují se rutinám zpravodajské organizace, zmiňují roli novináře jako gatekeepera, pojmy zpravodajská síť, zpravodajské zdroje a zpravodajské hodnoty. Text se věnuje historickým souvislostem zpravodajských rutin.

Další neopomenutelnou součástí teoretických východisek práce je postavení tiskové agentury v mediálním systému - jak k její produkci jednotlivá média přistupují, její vlivy na obsahy mediální produkce. Závěr druhé kapitoly patří pohledu na regionální/lokální média a na samotného regionálního novináře a specifika jeho práce.

Text třetí kapitoly se věnuje samotné České tiskové kanceláři – její současné podobě a historii regionálního zpravodajství. Teoreticky zde navíc popisují současnou agenturní produkci a pokouším se zde uvést do kontextu problematiky.

V další kapitole potom popisují vlastní pozorování v terénu, tedy provoz odbočky ČTK v Plzni, popisují pracovní rutiny tamních redaktorů a zjištění konfrontují s teoretickými východisky.

Interpretace samotného výzkumu je předmětem páté kapitoly, která je rozdělena podle několika hledisek. Výsledky jsou zachyceny v tabulkách, ve většině případů i pomocí grafů. Opět je konfrontují s odbornou literaturou, s tvrzeními vedoucí regionálních redakcí ČTK, redaktorů z Plzně a v neposlední řadě s trendy, které ve výročních zprávách zachycuje samotná agentura.

II. Teoretická východiska

2.1 Zpravodajská organizace a její rutiny

Michael Kunczik¹ hovoří o profesi novináře jako o otevřené. Pod tímto pojmem se skrývá fakt, že ačkoliv novinářina vyžaduje určité schopnosti (rychle vyhledávat, sbírat a zpracovávat informace), v mnoha případech nejsou novináři odborně vzděláni. Do redakcí přicházejí jako absolventi pestré škály různých oborů, což jim umožňuje podávat informace ze širokého spektra tematických oblastí, avšak nejsou obeznámeni s novinářskou etikou, profesními normami nebo posláním a rolí médií v demokratické společnosti. Mediální organizace tak musí zajistit specializované školení nově příchozích, kontrolu jejich práce a následné opravy. Právě v tomto prostředí vznikají tzv. zpravodajské rutiny.

Novinářina je ve znamení neustálého tlaku na rychlost a přesnost. Na novináře (gatekeepera, viz kapitola 2. 1. 2) působí několikerý tlak. Jednak ze strany publika, jednak ze strany zdroje a v neposlední řadě ze strany mediální organizace. Aby bylo možno takto pracovat, musí být práce rutinizována.² Právě rutiny, které definují chování mediálního profesionála, mohou za předvídatelnost a podobnost chování médií.³ Profesionalita je do jisté míry svázána s otevřeností novinářského povolání – Tuchmannová⁴ říká, že profesionální chování vyhovuje požadavkům organizace. Tvrdí, že redaktoři na poradách předkládají pouze ty zprávy, které vyhovují očekáváním šéfredaktora.

Už Walter Lippmann si ve 20. letech všiml, že práce novináře, resp. zpravodajství je ovlivněno rutinou zbyrokratizovaných postupů. Říká k tomu: „...*bez standardizace, bez stereotypů, bez rutinních úsudků, bez docela bezohledného přehlížení křehkosti by každý redaktor umřel z rozčilení.*”⁵

Silná rutinizace vede k předvídatelnosti chování médií, čehož využívají třetí subjekty v podobě profesionálních komunikátorů a PR agentur. Bantz hovoří o tzv. montážní lince zpravodajství, kdy je produkce zpráv podobná tovární výrobě.⁶ Bez určité míry rutinizace se redakce nemohou obejít, silná rutinizace produkce však problematizuje jejich roli při zprostředkování aktuálních zpráv.

1 KUNCZIK, Michael. *Concepts of Journalism: North and South*. Friedrich Ebert – Stiftung, 1988.

2 TUCHMANOVÁ, Gaye. *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press, 1978.

3 SHOEMAKER, Pamela, REESE, Stephen. *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. New York: Longman, 1996.

4 TUCHMANOVÁ, Gaye. *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press, 1978.

5 LIPPMANN, Walter. *Public Opinion*. New York: The Free Press, 1965, citováno dle McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2002, s. 241.

6 BANTZ, Charles R.: *The News Factory*. in BERKOWITZ, Daniel. *Social Meaning of News a Text Reader*. Sage, 1997.

2.1.1 Spot news, hard news, developing news

Žurnalisté si rozdělují zprávy na „soft news” a „hard news”. První jsou podle nich neaktuální informace z pozadí, které nemusí být uveřejněny okamžitě, ale dle potřeby. Druhý typ naopak představuje náhlé neočekávané události, které pro svoji důležitost musí být uveřejněny ihned. Dále jsou pak podle aktuálnosti vydávány „spot news”, „continuing news” a „developing news”.⁷

„Spot news” jsou okamžité, nenadále zprávy, které musí novináři obratem zpracovat, což je právě u tohoto typu nejobtížnější. Takové zprávy potom mohou pokračovat a přejít v „developing news”, z nichž se žurnalista průběžně „učí”, protože se postupně objevují nové a nové detaily se souvislostmi. Poslední „continuing news” jsou předvídatelné události, které musí být uveřejněny hned, trvají delší dobu a umožňují tak redaktorům přípravu. Sem například patří parlamentní debaty nebo přijetí zákona.⁸

2.1.2 Novinář jako „gatekeeper”

Redakce denně dostane velké množství zpráv a je na výběru novinářů, jaké zprávy se dostanou na stránky novin nebo do zpravodajských relací, přičemž se řídí zpravodajskými hodnotami a požadavky publika.

V organizační struktuře jsou na každé úrovni tzv. gatekeepereři, „strážci brány”. Jde o redaktory, editory nebo vedení redakce kontrolující finální podobu produktu. Role gatekeepera však není vlastní pouze médiím, setkávají se s ní všichni, kdo vstupují do komunikačního aktu. Komunikace je neustálý výběr toho co a jak bude, či nebude sděleno. „*Brána je tak rozhodovací bod jak při cestě zprávy dovnitř, tak i při cestě ven.*”⁹

David White ve své studii „*The Case Study in Selection Of News*” uvádí dva důvody, proč editoři odmítají zprávy, a to obsahové i organizační. Tedy, první skupinu zpráv editor považoval za nezajímavou a na druhou mu nezbylo místo. Podle Whitea však konkrétní důvody dokazují, že „*výběr zpráv do vydání je subjektivní proces, závislý na zkušenostech, hodnotách a postojích gatekeepera.*”¹⁰ Nejjednodušší cestu do novin pak mají politické zprávy a lidsky zajímavé příběhy (human interest stories).

Gatekeepereři ale nerozhodují o zařazování zpráv sami o sobě, rozhodují pod tlakem redakčních rutin a priorit, na něž zároveň působí tlaky zvenčí. Vlivy na rozhodování strážců brány lze rozdělit

7 TUCHMANOVÁ, Gaye. *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press, 1978.

8 TUCHMANOVÁ, Gaye. *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press, 1978.

9 SHOEMAKER, Pamela. *A New Gatekeeping Model*. In BERKOWITZ, Dan. *Social Meaning of News*. London: SAGE, 1997, s. 58

10 WHITE, David. *The Gate Keeper: A Case Study in the Selection Of News*. In BERKOWITZ, Dan. *Social Meaning Of News*. London: SAGE. 1997, s 65.

na několik úrovní.¹¹ Gatekeeperovy hodnoty a představy o tom, jak definovat zprávu vhodnou pro zařazení do zpravodajství „jeho“ média a vliv mediálních rutin, které editorovi pomáhají k rychlému analyzování vhodnosti zprávy, představují individuální úroveň.

Jelikož každá redakce má jiné priority, lze vysledovat vliv mediální organizace na pohled na přicházející informace. Rozhoduje i technologická podstata média.

V případě vlivu struktury a organizace práce v redakci lze definovat dva druhy gatekeeperů: vnitřní ovlivňující zpracování zpráv a hraniční/vstupní – výstupní ovládající texty do redakce vstupující a pak z ní vystupující v podobě finálního zpravodajského obsahu.

Významnou úrovní je technologická podstata média. Kritéria výběru zpráv pro tištěný deník se liší od těch pro televizní zpravodajství. Televize se podle Berkowitze snaží o pestrou mozaiku, tištěné noviny zas o tematizaci a zarámování zpráv do širších kontextů.¹²

Kromě vybírání zpráv navíc gatekeeping znamená ohraničování množství témat, kdy strážce rozhoduje o tom, jaká témata jsou vhodná pro další komunikaci. Kvůli omezenému prostoru je tak jedno téma zveřejněno na úkor dalšího.

Podle Scotta Cutlipa si redakce vybírají až 74 procent témat ze zpravodajských agentur. Na základě výzkumu zjistil, že v případě americké agentury Associated Press si čtyři americké deníky vybraly, zpracovaly a publikovaly ze 122 zpráv 74.¹³

2.1.3 Zpravodajská síť

Další „berličkou“ médií při zvládnání neočekávaných událostí je strukturování času a prostoru pomocí tzv. zpravodajské sítě. Ty pokrývají nejpravděpodobnější informační zdroje, kde je vysoká pravděpodobnost, že se u nich vyskytne nějaká důležitá událost (úřady, vysoce postavení politici).

Díky časovému plánu mohou redakce vybírat události hodné zpracování a nasadit odpovídající množství reportérů. Rytmus redakční práce se podle Tuchmannové přizpůsobuje rytmu úředních hodin správního a vládního aparátu. Zpravodajské sítě však také pokrývají zpravodajské agentury (*viz kapitola 2.2*), které hrají zásadní roli pro média bez regionálních zpravodajů.

Geografická teritorialita je podle Tuchmannové nejdůležitější: *„Zpravodajská média rozdělují svět do oblastí s teritoriální odpovědností. Aktuální rozdělení kopíruje představu o zpravodajském poslání média – co si myslí, že její čtenáři chtějí vědět, a co je médium finančně*

11 SHOEMAKER, Pamela; REESE, Stephen. *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. New York: Longman, 1996.

12 BERKOWITZ, Dan. *Social Meaning of News*. London: SAGE, 1997.

13 KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*, Praha: Karolinum, 1995, s. 115.

schopno jim přinést.”¹⁴

Redaktoři jsou dále rozděleni na bázi organizační specializace – jednotlivým institucím jsou přiděleni stálí redaktoři. Tento moment je pro regionální redakce významný – dá se předpokládat, že narozdíl od celostátních redakcí se zde klade mnohem větší důraz na plánování a sledování zpravodajských oblastí. Neočekávaných událostí, jak potvrzuje i vedoucí krajských redakcí ČTK Dana Pavlátová (*viz kapitola 3.3*), je v regionech nesrovnatelně méně než na celostátní úrovni. Zároveň však lze očekávat větší požadavek na univerzalitu „krajánků”.

2.1.4 Zpravodajské zdroje

Kromě toho, že zpravodajské sítě pomáhají redakcím plánovat a zvládat neočekávané události, způsobují také malé spektrum zdrojů, od nichž novináři sbírají informace, a také vedou ke stereotypnímu postupu při zpracování zprávy.¹⁵ Novináři na zdroje nahlíží buď jako na „advokáty” nebo jako na „arbitry”. První jmenované zdroje redakce považují za představitele názorového směru nebo postoje a využívají je k tomu, aby nastolili téma, komentovali jednání aktérů zprávy či poskytli další argumentační podporu konfliktu, na němž je zpráva založena. Arbitry pak představují analytici, komentátoři a ostatní expertní zdroje. Novinářům pomáhají splnit požadavek, aby objektivně komentovali různá témata. Expertní zdroje jim potom slouží k hodnocení názorů a postojů dalších aktérů zpravodajských událostí.¹⁶

Zprávy se k novinářům dostávají třemi způsoby: rutinními kanály, především z tiskové agentury proudí nejvíce informací (soudy, tiskové konference, tiskové zprávy). Dále hovoříme o neformálních kanálech (úniky z jednání, zákulisní jednání) a o iniciovaných kanálech, které vytváří novinář vlastní aktivitou (rozhovory, analýzy, dedukce).¹⁷

2.1.5 Zpravodajské hodnoty

Zprávy jsou médií vybírány a zařazovány podle zažitých a opakujících se kritérií – zpravodajských hodnot. Zpravodajskými hodnotami se podle Jana Jiráka a Barbary Köpplové¹⁸ rozumí všechny faktory, jež v daném období a daném sociálním a kulturním prostředí rozhodují o zařazení zprávy do zpravodajství a o způsobu jejího zpracování, tedy o tom, že nějaké téma či událost překročí „práh pozornosti” médií. O překročení může rozhodovat jediná hodnota (např.

14 TUCHMANOVÁ, Gaye. *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press, 1978.

15 GANS, Herbert. *Deciding What Is News*. Constable, 1980.

16 DEACON, David. *The Voluntary Sector in a Changing Communication Environment: A Case Study of Non-Official Sources*. In *European Journal of Communication*. London: Sage, č. 11, 1996.

17 SIGAL, Leon. *Reporters and Officials: The Organization and Politics Newsmaking*. New York: Lexington, 1973.

18 JIRÁK, Jan ; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost : Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha : Portál, 2003.

míra negativity) nebo kombinace hodnot (např. míra negativity v kombinaci s blízkostí a zapojením elitní osoby).

Pojem zpravodajská hodnota (news value) jako první použil v roce 1922 Walter Lippman v knize *Public Opinion*. Novináři podle něj do zpravodajství vpouštějí „...to, co má jasný obsah, který lze vykládat jednoznačně, superlativy, konflikty, překvapení, to, s čím se čtenář může identifikovat, tedy blízkost prostorovou nebo psychologickou, osobní zaujatost, to, co má pro čtenáře důsledky.“¹⁹ Za zpravodajské hodnoty Lippman považoval *jednoznačnost události, překvapivost, prostorovou blízkost, osobní zaujetí a konflikt*.

Metodologicky podloženou analýzu zpravodajských hodnot přinesli Johan Galtung a Marie Rugeová v článku o struktuře norského zahraničního zpravodajství. Vědci rozdělili faktory do tří kategorií: na organizační, žánrové a sociokulturní. Mezi poslední dva jmenované patří blízkost předmětu zprávy, její jednoznačnost, jednoduchost, kulturní pochopitelnost, novost, průběžnost a možnost dalšího vývoje, vztah k elitním národům či státům, vztah k elitním osobám či celebritám, možnost personalizace, negativita, překvapení nebo podobnost s předchozími zprávami. Sociokulturní i organizační povahu má předvídatelnost – umožní médiu vhodně umístit zpravodaje a publiku zároveň pomáhá formulovat očekávání.

Do kategorie organizační patří veškeré technické a organizační možnosti média ovlivňující výběr zpracování určité zprávy a jsou významnými faktory, které ovlivňují konečnou podobu zpráv (uzávěrky, možnosti zpravodajů, dostupnost obrazového materiálu).²⁰

Důsledků existence zpravodajských hodnot je pro společnost několik: průběh některých událostí je modifikován přítomností médií (tzn. mediální události), vznikají takzvané pseudoudálosti, protože některé zpravodajsky hodnotné aspekty jsou médiem nadhodnoceny. Samotný mediální obsah je na základě znalosti zpravodajských hodnot cílevědomě ovlivňovaný prostřednictvím inscenování událostí ze strany subjektů, které mají na přítomnosti v médiích zájem.²¹

2.2 Tisková agentura a její postavení v mediálním systému

Tiskové agentury bývají označovány jako továrny na informace mající schopnost významně ovlivnit produkci ostatních médií. V anglosaském pojetí bývají považovány za extrémní formu žurnalistiky, která je v kontrastu s evropským pohledem na zpravodajství založeném na analýzách,

19 LIPPMANN, Walter. *Public Opinion*. New York: Courier Dover Publications, 2004. s. 203.

20 JIRÁK, Jan ; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost : Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha : Portál, 2003.

21 JIRÁK, Jan ; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost : Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha : Portál, 2003.

literárním pojetí a komentářích.²²

Média od agentur dostávají „surový“ zpravodajský materiál, s nímž dále pracují tak, aby ho čtenář lépe vstřebal. Zjednodušeně můžeme říci, že agentury poskytují nezáživné, ale komplexní informace.²³ Z předchozího vyplývá, že agentury nemají přímý kontakt s veřejností, jejich produkce je určena primárně mediálními klientům. Tak došlo ke standardizaci zpráv, agentury k němu donutil neustálý mezinárodní proud informací.²⁴

Za samotným vznikem a rozmachem agenturního zpravodajství stojí ekonomické pozadí. Agentury měly redakcím šetřit finanční a personální prostředky. Gaye Tuchmanová to ilustruje na příkladu americké agentury Associated Press, která podle ní vznikla díky „zvyšující se konkurenci, omezeným a drahým telegrafním službám a obavě, že telekomunikační společnosti mohou díky technologiím kontrolovat přístup redakcí k informacím“²⁵ V roce 1848 si tak deset zástupců velkých newyorských deníků založilo agenturu AP. Tři roky poté Paul Julius Reuter zakládá v Londýně stejnojmennou agenturu, ta se zprvu soustředila na burzovní zpravodajství mezi Londýnem a Paříží, ale postupně přidala i ekonomické zprávy.²⁶ Reuter však jako zaměstnanec čerpal inspiraci od Charles – Louis Havase, který v roce 1835 založil vůbec první tiskovou agenturu světa – Agence Havas, předchůdkyni Agence France Presse.

Tiskovým agenturám mediální teorie přisuzuje značný vliv při nastolování agendy²⁷. Jejich konkrétní dopad se však těžko dokazuje. Význam agentur je přes to veliký, navíc na první pohled skrytý.

Agenturní zpravodajství je považováno za jednu z hlavních součástí globalizace – přichází s celosvětovými tématy, která přebírají televizní stanice a tištěná média.²⁸ Řada studií ukázala, že události s dostatkem agenturních podkladů mají mnohem větší šanci proniknout do hlavní zpravodajské relace. Splňují totiž většinu požadavků nutných pro průnik do zpravodajství. Redakce často rozhodují o zařazení zprávy na základě vhodné stopáže, dostatku obrazového materiálu apod.

Tuchmanová²⁹ popsala dva přístupy médií k agenturním zdrojům. Zaprvé tzv. „rip and

22 BOYD – BARRET, Olivier, RANTANENOVÁ, Terhi. *The Globalization of News*. London: Sage Publications, 1998. s. 6.

23 BOYD – BARRET, Olivier, RANTANENOVÁ, Terhi. *The Globalization of News*. London: Sage Publications, 1998. s. 6.

24 OSVALDOVÁ, Barbora. (ed). *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 2001, s. 32.

25 TUCHMANOVÁ, Gaye. *Making News*. New York: Free Press, 1978, s. 19.

26 TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Tiskové agentury*. Praha: Univerzita Karlova, 1997.

27 Představa o něm vychází z myšlenky, že média do svých obsahů vybírají a zařazují některá témata a jiná opomíjejí, a tak určují, co budou čtenáři/diváci/posluchači vnímat jako důležité. Média (editoři, vedoucí vydání, redaktoři, sami novináři) zprávy třídí nebo vybírají a tím vybírají také agendu témat, jež se dostanou do zorného pole příjemců. Vzbuzují tak dojem, že jsou – v daném dnu či týdnu – nejdůležitější in JIRÁK, Jan ; BURTON, Graeme. *Úvod do studia médií*. Brno : Barrister&Principal, 2003.

28 BOYD – BARRET, Olivier, RANTANENOVÁ, Terhi. *The Globalization of News*. London: Sage Publications, 1998. s. 6.

29 TUCHMANOVÁ, Gaye. *Making News*. New York: Free Press, 1978, s. 20.

read”, kdy redaktoři vyberou zprávy a beze změn je použijí ve zpravodajství. Druhým přístupem je využívání agenturních plánů. Agentury pečlivě do plánů shromažďují události a tyto plány událostí, v nichž se odběratelé dozví o dění následující nebo aktuální den, posléze dávají svým klientům k dispozici. Důležitou součástí plánů událostí je navíc informace zda a v jakém rozsahu bude agentura tu či onu událost pokrývat. Redakce se díky tomu mohou rozhodnout, jaké události pokryjí a jaké zpravodajství převezmou z agentury. Výzkumy potvrdily vysokou korelaci mezi událostmi v denním plánu agentury United Press International a tím, jaká témata v ten den pokrývala lokální média.

Novináři k agenturním zprávám přistupují různě, nemusí být rovnou přijímány nebo zamítány. Zprávy, které se redakce rozhodne zpracovat, jsou často upravovány, případně doplňovány.

2.3 Regionální a lokální média

2.3.1 Typologie regionálních a lokálních médií

Úvodem rozlišme pojmy „regionální” a „lokální” média, které často (i mezi samotnými novináři) splývají. Vyjdeme z typologie Andreje Tušera, která regionální a lokální tisk vymezuje následovně: „Podle vymezení pojmu lokalita a region můžeme určit typy příslušných subsystémů: v lokalitě (obec, město) vycházejí lokální (obecná, městská) periodika, v regionu (okres, oblast, kraj) vycházejí regionální (okresní, oblastní, krajská) periodika.”³⁰

2.3.2 Charakteristika regionálních a lokálních médií

Regionální i lokální média stojí ve stínu těch celostátních, ovšem podle Kanisse³¹ hrají zásadní roli v tom, jak region chápe svoje problémy, svoje příležitosti a svoji místní identitu. Regionální a lokální média jsou zásadně ovlivněna demografickou situací oblasti, kde vycházejí. Její podoba totiž ovlivňuje složení publika.

Omezené geografické území jim oproti celostátním neubírá na významu, ba naopak: „Regionální a lokální tisk vychází v omezené oblasti, proto na své čtenáře silněji působí přes identifikaci s regionem, prostřednictvím zohledňování lokálních a regionálních událostí, referování o lokální a regionální politice, či zpracování obecných témat z lokálních regionálních úhlů pohledu.”³²

30 TUŠER, Andrej. Typológia periodické tlače I. Lokálna a regionálna tlač. Bratislava: Univerzita Komenského, 1995.

31 KANISS, Phyllis. *Making Local News*. The University of Chicago Press, 1991.

32 WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Výbrané aspekty strukturální transformace českých lokálních a regionálních médií*. In. WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka (ed.). *Regionální média v evropském kontextu*. Brno: Masarykova univerzita, 2007.

Podle Ludmily Rakušanové mají v České republice před sebou regionální i lokální média velkou budoucnost, „ovšem za předpokladu, že si uvědomí svůj potenciál, že budou prohlubovat svou hyper – lokální kompetenci, nezáleknou se moderních technologií, - ale především, že budou své spolupracovníky vést k překonání současných rutinních postupů.“³³ Na mysli má Rakušanová především multimedializaci, přerod redakcí na „informační motory“, které budou schopny zakomponovat web jako složku s důrazem na bezprostřednost. Web by měl posilovat noviny a naopak. Redakce musejí podle ní vyhovět čtenářům a přinášet jim lokální videa, audia, víc interaktivity. Slova o světlé budoucnosti regionálních a lokálních médiích v České republice potvrzuje i výzkum z roku 1996, podle něhož čtenáři přikládají regionální rubrice v českých celostátních denících stále větší význam.³⁴

Už dávno neplatí, jak bylo například zvykem v Americe v dobách rodinných vydavatelů, že svých novin využívali k podpoře svých přátel a k pošpinění osobních nepřátel. Podle Phyllis Kanisse³⁵ je většina novin dnes v rukou velkých korporací v čele s top editory a soustředí se na to, aby zaujala co nejširší spektrum publika. Na personální odplaty již nezbývá čas. Tento trend sledujeme i v České republice, kde se vlastnictví regionálního a lokálního tisku soustřeďuje v rukou zahraničního koncernu německé firmy Verlagsgruppe Passau (80 procentního vlastníka vydavatelství Vltava – Labe – Press (VLP). VLP v rámci regionálního tisku dosahuje monopolního postavení, v České republice však v roce 2007 vycházelo ještě šedesát lokálních a regionálních zpravodajských novin vlastněných jinými, většinou českými soukromými subjekty. Z tohoto pohledu podle Lenky Waschkové Císařové nejde o faktický monopol. Pokud bychom však spojili všechny produkty VLP jako jediný Deník, byl by nejprodávanějším seriózním tiskem v rámci trhu tištěných médií a druhým nejprodávanějším celkově, po bulvárním Blesku.³⁶

2.3.3 Profese regionálního a lokálního novináře

Profese regionálního a lokálního novináře má podle Ruß – Mohla³⁷ oproti profesi novináře celostátního několik specifík. Práce regionálního žurnalisty je mnohem více vystavena kontrole publika – v lokálních rubrikách je i laik „expertem“. Jinými slovy, chyby novináře jsou lidmi odhaleny rychleji, tvrději kritizovány a zhodnoceny jako neodpustitelné. Podle Pavla Pácla je na regionální a lokální rovině vztah mezi komunikátorem a příjemcem důvěrnější díky oboustranně

33 RAKUŠANOVÁ, Ludmila. *Crossmediální trendy v lokálním prostředí*. in KOUBEK, Jiří (odp. Red.). *Lokální média nově*. Praha: Hermes, 2008.

34 PÁCL, Pavel. *Hromadné sdělovací prostředky v regionu*. Ostrava: Filozofická fakulta Ostravské univerzity, 1997.

35 KANISS, Phyllis. *Making Local News*. The University of Chicago Press, 1991.

36 WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Výbrané aspekty strukturální transformace českých lokálních a regionálních médií*. in WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka (ed.). *Regionální média v evropském kontextu*. Brno: Masarykova univerzita, 2007.

37 RUß – MOHL;BAKIČOVÁ Hana, Stephan. *Žurnalistika*. Grada Publishing, 2005.

hlubší znalosti záležitostí, „o nichž je řeč“. Je to také rovina méně profesionálně vybavená, ale zároveň mnohem účinnější při spoluvytváření konkrétního pocitu lidského domova.³⁸

Samotní regionální a lokální redaktori jsou při práci relativně nezávislí. „*Na nejvyšší úrovni organizace je hlavním cílem profit, jenž manažeři ovlivňují pomocí taktických rozhodnutí a alokací zdrojů. V rámci tohoto omezení mají redaktori relativní volnost při plnění svých každodenních úkolů.*”³⁹ Top editoři se tak nepodílí na každodenním chodu redakce, ale vytyčují mantinely, v rámci nichž se redaktori při své každodenní práci pohybují. S ohledem na svoje publikum určují, jaké zprávy se mají v novinách objevovat, redaktori potom díky rutinám (*viz kapitola 2.1*) vědí, jak tyto zprávy zpracovat.⁴⁰

Neduhem charakteristickým pro mnohá regionální média je tzv. překlápění informací z radnice. Pouhé přenášení informací bez kritického zkoumání se však může týkat také zpráv například od místního ekonomického establishmentu, policie.⁴¹ Publicista Radovan Holub k tomu dodává: „*Regionální novinář dělá to, co nazývám starostovskou žurnalistikou. Když někomu spadne na hlavu kláda nebo vznikne organizace homosexuálů, místní novinář to nepopíše, ale běží se zeptat starosty. Hrozně rád fotografuje šéfa hasičů, jak přebírá nějakou cenu, nebo přednostu okresu, jak doprovází manželku ministra. Je to nudné a zkreslující.*”⁴² Aby tomu regionální novinář předešel, měl by:⁴³

- *naučit se systém fungování místní samosprávy*
- *znát osobnosti a jejich politickou či odbornou zodpovědnost*
- *ověřit si, že chápe informace z oficiálních dokumentů a usnesení*
- *účastnit se veřejných jednání místní samosprávy*
- *vybudovat si odpovídající zdroje*
- *zohledňovat dopad na svoje čtenáře*
- *být neodbytný a asertivní*
- *nedopustit, aby přátelství zasahovalo do práce*
- *zajímat se o jiné lokální zdroje (informátor radnice, rozhlas, kabelová TV)*
- *vyhnout se politickému a úřednickému slangu*

38 PÁCL, Pavel. *Hromadné sdělovací prostředky v regionu*. Ostrava: Filozofická fakulta Ostravské univerzity, 1997.

39 KANISS, Phyllis. *Making Local News*. The University of Chicago Press, 1991, s. 71 – 72.

40 KANISS, Phyllis. *Making Local News*. The University of Chicago Press, 1991.

41 ZÁVOZDA, Petr. *Jak psát v regionálním tisku (poznámky nejen pro začínající autory)*. in KOUBEK, Jiří (odp. red.). *Lokální média nově*. Hermes, 2008.

42 WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Lokální redakce a místní radnice*. in KOUBEK, Jiří (odp. red.). *Lokální média nově*. Hermes, 2008, s. 59.

43 WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Lokální redakce a místní radnice*. in KOUBEK, Jiří (odp. red.). *Lokální média nově*. Hermes, 2008, s. 59.

Na post regionálního zpravodaje je pohlíženo jako na „startovní“ pozici – kdo chce v médiích udělat kariéru, musí pryč z regionu. Stejně tak na práci regionálního zpravodaje můžeme pohlížet jako na „životní poslání.“⁴⁴

Na regionální novináře je také kladen vyšší požadavek na univerzálnost – musejí být schopni informovat prakticky o všech zpravodajských oblastech, jelikož regionální redakce zpravidla nemají příliš členů. Ruß – Mohl dále zmiňuje schopnost regionálních novinářů přenášet témata velké mezinárodní a národní politiky na lokální úroveň. Například jaký bude mít vliv určité rozhodnutí Evropské unie na místní zemědělce.⁴⁵ Práce regionálního novináře je specifická i v tom, že musí častěji přicházet s vlastními tématy, v regionech není tolik neočekávaných událostí.

2.3.3.1 Profesionální specifika regionálních novinářů

Razantní generační výměna po roce 1989 podle Jaromíra Volka⁴⁶ umožnila profesní růst mladým, vzdělanostně nepřilíš připraveným novinářům, kteří bez možnosti standardní socializace přeskočili pozici elévů a „nosičů vody“ a velmi rychle zaujali řídicí pozice (editorů, vedoucích vydání či šéfredaktorů). Novináři v regionech jsou v průměru o dvanáct let mladší než jejich kolegové v celoplošných médiích, kde se průměrný věk pohybuje kolem 43 let. Formální profesní socializace, která se velkou měrou odehrává ve specializovaných univerzitních institucích, nehraje v českých a hlavně v regionálních médiích dostatečnou roli. Vysokoškolské vzdělání nemá 66 procent novinářů, žurnalistiku či jiná specializovaná komunikační studia vystudovalo 15 procent novinářů.

Profesionální identita regionálních novinářů se, částečně kvůli absenci silné stavovské organizace v České republice, často rodí na horizontální než na vertikální úrovni. Nezřídka při diskuzi o každodenních profesních problémech a kauzách. Profesionální pravidla tak novináři přijímají nejen na základě formálního tlaku nadřízených či na základě různých kodexů, ale i na základě vzájemných diskuzí a polemik. Výsledkem je podle Volka překvapivě vysoká homogenita novinářských postojů, resp. pracovních postupů.

Specifikem českých regionálních a lokálních žurnalistů je navíc vysoká míra sympatie s pravicově liberálními hodnotami či přesněji výrazné odmítání levice. Více než 60 procent novinářů regionálních médií se hlásí k pravici, pouze 13 procent sympatizuje s levicí. „Zvláště v případě regionálních novinářů naznačují další typy analýz, že jejich „pravicovost“ představuje

44 RUß – MOHL;BAKIČOVÁ Hana, Stephan. *Žurnalistika*. Grada Publishing, 2005.

45 RUß – MOHL;BAKIČOVÁ Hana, Stephan. *Žurnalistika*. Grada Publishing, 2005.

46 VOLEK, Jaromír. *Regionální žurnalisté v posttransformační etapě: vybrané socioprofesionální charakteristiky*. in WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka (ed.). *Regionální média v evropském kontextu*. Brno: Masarykova univerzita, 2007.

*v případě konkrétních společenských otázek ne zcela koherentní mix pravolevých postojů a řešení.*⁴⁷

47 VOLEK, Jaromír. *v posttransformační etapě: vybrané socioprofesionální charakteristiky*. in WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka (ed.). *Regionální média v evropském kontextu*. Brno: Masarykova univerzita, 2007, s 43.

III. Česká tisková kancelář

3.1 ČTK: současná podoba

Česká tisková kancelář je největší tiskovou agenturou v České republice. Svoji činností spadá mezi národní tiskové agentury – zpravodajský materiál ve většině shromažďuje a rozšiřuje na území uvnitř státních hranic, pro zahraniční zpravodajství využívá služeb velkých agentur.⁴⁸

Historie kanceláře sahá až ke vzniku Československa v roce 1918. „ČTK vzniká 28. října 1918, ve stejný den jako Československá republika, tehdy pod názvem Československá tisková kancelář. ČTK byla až do 90. let 20. století státní agenturou a její dějiny jsou úzce spojeny s osudy československého státu.“⁴⁹ Mottem agentury je „Rychlost – spolehlivost – nezávislost“.

ČTK má veřejnoprávní charakter, „jako komplexní tisková agentura se zabývá sběrem, zpracováním a distribucí zpravodajských informací ze všech oblastí lidské činnosti.“⁵⁰ Od roku 1996 funguje bez státních dotací, žíví se výnosy z prodeje zpravodajství. Postavení a působnost kanceláře upravuje zákon č. 517/ 1992 Sb. Podle něj jsou „finančními zdroji tiskové kanceláře příjmy z úplatného poskytování svých služeb, vyplývajících z hlavního předmětu činnosti, dále z další podnikatelské činnosti. Tisková kancelář může dostat účelovou dotaci ze státního rozpočtu České republiky, která však nemůže být poskytnuta na krytí ztráty z hospodaření.“⁵¹ Narozdíl od své předchůdkyně Československé tiskové kanceláře Česká tisková kancelář již není zpravodajským orgánem státu. Podle zákona „stát neodpovídá za závazky tiskové kanceláře a tisková kancelář neodpovídá za závazky státu.“⁵² Jak ovšem upozorňuje Ludmila Trunečková, politickou nezávislost agentury může do jisté míry zpochybnit sedmičlenná Rada ČTK, kterou z řad laiků vybírá Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR.⁵³

Zákon ukládá agentuře zřizovat síť odboček, zpravodajů a spolupracovníků v České republice a v zahraničí. Kromě pražského sídla tak najdeme dalších čtrnáct odboček v tuzemsku a dvanáct v zahraničí – v Londýně, Berlíně, Bruselu, Vídni, Varšavě, Bratislavě, Košicích, Banské Bystrici, Žilině, Moskvě a New Yorku.⁵⁴ Odbočka v Paříži byla v roce 2010 z ekonomických důvodů zrušena, na přelomu roků 2010/2011 by měla být ze stejného důvodu zavřena i odbočka ve Vídni, zeštíhlí zastoupení na Slovensku, kde zůstanou pouze dva zpravodajové v Bratislavě. Agentura má na výše zmíněných místech své zpravodaje, podle aktuální situace vysílá do zahraničí

48 TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Tiskové agentury*. Praha: Karolinum, 1977, s. 33.

49 ČTK [internet]. 2010 [cit. 2010-10-02]. Dostupný z WWW: http://www.ctk.cz/o_ctk/historie

50 OSVALDOVÁ, Barbora; HALADA, Jan. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999, s. 38.

51 Zákon č. 517/ 1992 Sb.

52 ŠMÍD, Milan, TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009.

53 ŠMÍD, Milan, TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009.

54 ČTK [internet]. 2010 [cit. 2010-13-03]. Dostupný z WWW: http://www.ctk.cz/kontakty/odbocky_ve_svete.

zpravodaje zvláštní. „ČTK také čerpá ze servisu světových tiskových agentur jako Reuters, AFP, AP, ITAR-TASS, DPA nebo ANSA. Spolupracuje i s řadou agentur národních.“⁵⁵

Tuzemské odbočky sídlí v Českých Budějovicích, Zlíně, Plzni, Olomouci, Karlových Varech, Ostravě, Ústí nad Labem, Jihlavě, Liberci, Hradci Králové, Kladně, Brně, Litvínově, Pardubicích a Mladé Boleslavi.⁵⁶ Většinou jde o krajská města (České Budějovice, Plzeň, Karlovy Vary, Ústí nad Labem, Liberec, Hradec Králové, Pardubice, Jihlava, Brno, Olomouc, Ostrava, Zlín), v některých sídlí důležité instituce, např. soudy, nebo významné ekonomické subjekty (Kladno, Litvínov, Mladá Boleslav). V současné době ČTK zaměstnává 370 lidí, z toho 270 redakčních pracovníků. Denně vydá přibližně 700 zpráv, 400 fotografií, 35 zvukových záznamů, deset videopříspěvků a sedm grafů.⁵⁷ Celkový počet zpráv se v poslední době nezvyšuje, jak potvrzuje i tato práce (viz kapitola 5). Agentura se soustřeďuje na kvalitu. V roce 2007 tak například vydala 212 367 zpráv.⁵⁸

V současné době prochází ČTK značnými proměnami. Charakteristická pro její práci je proměna vnějšího prostředí – tištěná média prochází útlumem, jejich výnosy z reklamy stagnují nebo klesají. Internet se dostal do nové vývojové fáze, videopříspěvky se staly integrální součástí snad všech zpravodajských serverů, došlo k rozvoji občanské žurnalistiky a blogů. Záplava informací zdarma značně ovlivnila chod agentury, ta se snažila po celý rok 2007 na nově vzniklou situaci reagovat a úzce spolupracovala s evropskými agenturami potýkajícími se se stejnými problémy. Koncem roku 2007 vedení agentury dospělo k názoru, že ČTK bude muset projít zásadní proměnou, aby v budoucnu obstála. Přípravě reformy bylo věnováno celé první pololetí roku 2008. V roce 2007 se agentura výrazně posunula především v oblasti videozpravodajství, pokračovaly práce na tvorbě nové fotobanky a videobanky. V neposlední řadě se agentura stala členem mezinárodní organizace agentur s názvem MINDS International⁵⁹, jejímž posláním je sdílení technologického know how a vzájemná pomoc při prodeji vyspělých produktů, především z oblasti tzv. mobilní komunikace.⁶⁰

55 ČTK [internet]. 2010 [cit. 2010-12-03]. Dostupný z WWW: http://www.ctk.cz/o_ctk/zakladni_informace .

56 ČTK [internet]. 2010 [cit. 2010-10-02]. Dostupný z WWW: http://www.ctk.cz/kontakty/odbocky_v_cr.

57 ČTK [internet]. 2010 [cit. 2010-10-02]. Dostupný z WWW: http://www.ctk.cz/o_ctk/zakladni_informace.

58 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2007, s. 6.

59 Mezinárodní organizace tiskových agentur, jejímž posláním je „sdílení technologického know how a vzájemná pomoc při prodeji vyspělých produktů, především z oblasti tzv. mobilní komunikace.“ Sdružuje jedenáct agentur z Evropy, USA a Kanady. ČTK je jejím zakládajícím členem. in Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2007, s. 5.

60 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2007, s. 5.

3.2 Agenturní zpráva a její formy

3.2.1 Metadata

I přes odlišnou formu prezentace informací „...jsou pro agenturní zpravodajství charakteristické určité společné rysy, které vyplývají ze zvláštního postavení agentury jako poskytovatele zpravodajských a informačních produktů a služeb. Ke standardizaci agenturního zpravodajství včetně formálních pravidel uspořádání prvků předřazených vlastnímu sdělení přispěl mezinárodní tok informací a vývoj transmisní s redakční technikou.”⁶¹ Revoluci pak způsobily digitalizace a rozvoj informačních technologií. Metadata představují celý soubor identifikačních prvků, s nimiž se agenturní zpráva vydává a uchovává.

„Tzv. header (hlavička, záhlaví) obsahuje na prvních čtyřech řádcích základní informace o zprávě, které umožňují rozmanitou selekci produkce dle potřeb uživatele, a díky multimediálnímu redakčnímu systému z března roku 2006 současně i její tematické seskupování.”⁶² Redakční systém dokáže zpracovat nejen zpravodajské video, ale jakýkoliv novinářský útvar: textovou zprávu, zvukový soubor, fotografii, sportovní tabulku, graf. Takové útvary pak vzájemně prováže na základě tematických souvislostí. Na jednu událost se tak podle Trunečkové⁶³ naváže kompletní informační balíček zpráv zpracovaných v celé mediální škále.

3.2.1.1 Titulek

Titulek prošel v ČTK radikální proměnou. Na počátku 80. let ho tehdejší literatura popisovala jako „velmi často krajně stručný, jednoslovný, obecněji řečeno heslovitý”⁶⁴ a jako důvody uváděla všeobecný požadavek na stručnost agenturní zprávy, kdy krátký titulek vede k úspoře místa, času a finančních nákladů. Kompletní titulek nevyžadovali ani abonenti, krátký jim v kombinaci s číselným označením usnadňoval orientaci. Na místě titulku figurují jednotlivá slova, obecná podstatná jména (např. požár, volby, zbrojení, drogy, kvarteto atd.), vlastní jména (Čapek, Jaruzelsky) či názvy zemí (Chile, Súdán, Indie).⁶⁵ Abonent dostával zprávy dálnopisem, pasivně – výběr prováděl až z vytištěných zpráv.

Dnes naopak klient podle Trunečkové⁶⁶ vybírá ze zpráv na monitoru, mnoho jich tak ani neotevře. U některých typů produktů, kdy platí individuálně za každou přečtenou zprávu, pomáhá dobrý plnohodnotný titulek zprávu prodat.

61 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 142.

62 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 142 – 143.

63 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009.

64 HAŠKOVEC, Slavoj. *Základy teorie agenturního zpravodajství*. Praha: Novinář, 1983, s. 155 – 157.

65 BUNZLOVÁ, Alice; HAŠKOVEC, Slavoj; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Příklady agenturního zpravodajství*. 1. vyd. Praha: SPN, 1980, s. 139.

66 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009.

3.2.1.2 Klíčová slova

„Smyslem systému klíčových slov řazených v hlavičce zprávy hned na druhý řádek za titulkem je utřídit zpravodajství v databázích a umožnit vyhledávání dokumentů v infobance⁶⁷.“⁶⁸

Pomocí klíčových slov uživatel formuluje dotaz., ze všeho nejdříve signalizují oblast, okruh informací, např. teritorium, zemi, sportovní odvětví. Podle Trunečkové⁶⁹ lze říci, že klíčová slova nahradila někdejší krátký jednoslovný titulek. Na řádku klíčových slov informuje agentura verzálami i o tom, v jakých dalších mediálních formách ztvárnila tutéž událost/informaci. Například, že společně s textovou zprávou (FLEŠ) vydává zprávu obrazovou (FOTO), případně grafickou (GRAFKA), zvukovou (AUDIO) či audiovizuální (VIDEO) nebo všechny.

3.2.1.3 Datum vydání a časový údaj

Datum má v záhlaví podobu číselného vyjádření dne, měsíce a letopočtu (27. 11. 2010). Časový údaj, vyjádřený v hodinách a minutách (04:04), slouží k časovému vymezení dotazu, k zadávání data při práci s infobankou.

„Jako jeden z prvků předřazených vlastnímu textu má datum zkrácenou podobu, uvádí se pouze den (číslicí), měsíc (slovy) bez letopočtu (5. listopadu). Posledním z metadat na 3. řádku je údaj o vnitřním řazení zprávy v redakčním systému (ID).“⁷⁰

3.2.1.4 Priorita

Agentura podle Trunečkové⁷¹ pracuje nepřetržitě a bez uzávěrky, resp. má uzávěrku každou minutu, z čehož vyplývá, že vydané zprávy jsou řazeny chronologicky. *„Narozdíl od praxe obvyklé v tištěných a audiovizuálních médiích, kde nejvýznamnější zpráva patří na titulní stranu novin, začátek zpravodajské relace nebo na hlavní/titulní stránku zpravodajského portálu, v agenturním servisu neexistuje vztah mezi významem sdělení a jeho pořadím, zařazením v servisu.“⁷²⁷³*

Agentura tak důležitost každé jednotlivé zprávy klasifikuje prioritou na několikastupňové škále, s prioritou souvisí forma zprávy (2 – fleš, 3 – 4 standartní zpráva a její verze, nejnižší prioritu mají avíza, deníky a plány, viz kapitola 3.2.2.1).

67 Infobanka ČTK obsahuje vlastní aktuální textové, obrazové (foto), infografické a zvukové zpravodajství, archivy, dokumentační databáze, speciální databázi firem PRODATA, databázi periodik a přepisů rozhlasových a televizních zpravodajských a publicistických pořadů. in ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, 206 s.

68 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 144.

69 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009.

70 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 145.

71 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009.

72 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 145 - 146.

73 Např. tištěné bulletiny nebo zpravodajské souhrny lze k určitému termínu uspořádat.

3.2.1.5 Servis

Zprávy k pěti základním servisům přiřazuje třímístný kód (d – domácí všeobecný, m – zahraniční všeobecný, e – ekonomický se zprávami z ČR i ze zahraničí, s – sportovní rovněž se zprávami z ČR a ze zahraničí a c – exportní), který současně vypovídá o regionální původu zpráv (ve smyslu národním – kraje ČR i ve smyslu mezinárodním – geografické oblasti ve světě. (Zpráva z domácího všeobecného servisu a z Plzně má tak kód dpm, zpráva z ekonomického servisu a z Afriky má kód eaf).

V souladu s tím, že je ČTK z hlediska rozsahu působnosti národní agenturou, v produkci textových zpráv převažují ty o dění v České republice. Domácí zpravodajství v roce 2008 vyšlo v počtu 68 288 zpráv z celkového počtu 243 920 zpráv,⁷⁴ přičemž domácí dění je navíc významně zastoupeno v ekonomickém a sportovním servisu.

3.2.1.6 Kategorie

ČTK jako univerzální agentura poskytuje podle Trunečkové⁷⁵ svým klientům tradičně textové zpravodajství v nejširším tematickém záběru. Díky digitalizaci se objevila možnost nabídnout kompletní zpravodajskou produkci tříděnou dle tematických kategorií. Třímístný kód opět vyjadřuje oblast/oblasti, jichž se zpráva tematicky týká.

„Všeobecný zpravodajský servis se dál vnitřně člení do bezmála dvou desítek kategorií (např. politika/pol, práce a odbory/odb, zdravotnictví/zdr, školství/sko, kultura/kul atd.) Odběratel má tak možnost abonovat například jen zprávy ze školství. Ekonomický servis je strukturován podle hospodářských odvětví do více než dvou desítek kategorií (zemědělství/zem, stavebnictví/sta, telekomunikace, finanční služby/fin atd.). Zatímco kód servisu může mít každá zpráva pouze jediný, u tematických kategorií to neplatí, záleží na tematické čistotě či přesahu.”⁷⁶

3.2.2 Textová zpráva

Hlavní činností tiskové agentury je podle Trunečkové⁷⁷ soustavné vyhledávání zpravodajské informace, její zpracování a co nejrychlejší dodání za úplatu svým abonentům. Zprávy taktéž archivuje pro jejich i vlastní potřebu. Agentura ve své hlavní činnosti není médiem s masovým publikem, ačkoliv část svých produktů zařazuje na veřejně dostupné stránky www.ctk.cz, na www.ceskenoviny.cz, www.financninoviny.cz a www.sportovninoviny.cz. ČTK je často označována jako „noviny novinářů” - její servisy⁷⁸ nakupují ve velkém a veřejnosti

74 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření České tiskové kanceláře v roce 2008.

75 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009.

76 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 148 – 149.

77 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009.

78 Nepřetržitý proud textových zpráv, fotografií, přehledy očekávaných událostí, několikrát denně souhrny

zprostředkovávají jiné redakce: tisku, televizních a rozhlasových stanic či internetových serverů.

„Na smluvním základě a za úhradu odebírají agenturní produkci také nemediální klienti – parlament, ministerstva, banky, uživatelem může být i fyzická osoba.”⁷⁹

Textové zpravodajství je nejstarším agenturním produktem už z dob Československé tiskové kanceláře. První zprávy se značkou ČTK podle Stejskala⁸⁰ vyšly v Praze již 28. října 1918, ve stejný den, kdy vznikl samostatný československý stát a kdy se začala psát historie československé národní agentury. I v dnešní ČTK představují pilíř produkce, denně jich vydá přes 600.⁸¹

3.2.2.1 Formáty textové zprávy

3.2.2.1.1 Od blesku k headlinu

S prioritou souvisí i forma zprávy – nejvyšší prioritu (1) měl BLESK, od jeho používání v roce 2008 však agentura ustoupila. Blesk byl podle Trunečkové⁸² určen vysoce naléhavým událostem mimořádného významu jako náhlé úmrtí politika, zvrát během složitých jednání nebo ohlášení výsledku voleb. Toto jednověté sdělení se neřídilo formálními náležitostmi agenturního zpravodajství (nemělo domicil, titulek ani datum) a bylo prvním ze série zpráv, které později chronologicky mapovaly vývoj události.

Po ústupu od blesku nastalo přechodné období, kdy agentura prioritu (1) vůbec nepoužívala, až v létě 2009 nabídla nový produkt – HEADLINE servis (headline – angl. titulek). Každé důležité zprávě začala předřazovat hutnou informaci ve formě stručného sdělení limitovaném 144 znaky. Hlavním cílem bylo ještě více urychlit distribuci vůbec prvních informací odběratelům: „...*chce být nejrychlejším zpravodajským produktem na českém a slovenském trhu.*”⁸³ Generální ředitel ČTK Milan Stibral to tehdy komentoval slovy: „*Rychlost je vedle spolehlivosti stále důležitější stránkou aktuálního zpravodajství a agentura chce klientům nabídnout nový, rychlý, stručný, moderní a mnohostranně využitelný servis.*”⁸⁴

Narozdíl od blesku je headline spojován i s nižší prioritou, například prioritou (3) u zpráv

nejdůležitějších událostí, fondy archivované produkce, ale i dokumentační databáze, které pro novináře představují významné faktografické zázemí. V užším smyslu pak pouze jednotlivé segmenty produkce, diferencované například podle tematického zaměření (servis ekonomický, sportovní), geografického původu (servis z ČR, ze zahraničí) nebo druhu média (servis textový, zvukový, obrazový – fotografický, infografický či videoservis). Viz heslo „servis” (sign.lt) in OSVALDOVÁ, Barbora; HALADA, Jan a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. rozšířené vyd. Praha: Libri, 2007.

79 Milan, TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 141.

80 STEJSKAL, Jan. *Zprávy z českého století. Tiskové agentury a česká společnost 1848 – 1948*. Praha: Triton, 2008.

81 V roce 2008 vydala ČTK 243 920 zpráv, na den jich tak připadá 668. Viz Výroční zpráva o činnosti a hospodaření České tiskové kanceláře v roce 2008.

82 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009.

83 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření České tiskové kanceláře v roce 2008, s. 8.

84 Newsletter ČTK, No. 12/ říjen 2009, s. 6, viz ČTK [internet]. 2010 [cit. 2010-11-02]. Dostupný z WWW: http://www.ctk.cz/o_ckt/novinky

méně významných. Headliny jsou rozlišeny barevně – prvotní informace s nejvyšší prioritou jsou zvýrazněny červeně, s nižší prioritou zeleně.

Společně s bleskem má headline naopak to, že rezignuje na některé formální náležitosti agenturní zprávy jako titulek, domicil, datum a signatura. Systém metadat, díky němuž je zajištěna automatická vazba mezi headliny a následujícími zprávami, je stejný jako u ostatních zpravodajských formátů.

„Headline servis ČTK je koncipován tak, aby našel v redakcích médií a u dalších klientů mnohonásobné uplatnění: může být vhodným nástrojem například pro tvorbu televizních či internetových tickerů, zdrojem pro internetové vydavatele a boxy rychlého zpravodajství, RSS kanály, pro SMS zpravodajství, pro PDA a další mobilní zařízení, může oživit například outdoorové reklamní obrazovky. Vzhledem k velmi flexibilním možnostem individuálního výběru hutných, rychlých zpráv může ale sloužit i manažerům firem či úřadů, novinářům, PR pracovníkům a samozřejmě i veřejnosti.“

Zprávy značené jako headline nabízí ČTK od podzimu 2010 jako samostatný a nejrychlejší agenturní zpravodajský produkt: Headline servis ČTK. Podle informací zveřejněných na oficiálních stránkách agentury má servis denně obsahovat 100 až 120 zpráv z nejdůležitějších událostí doma i ve světě, v politice, kultuře a sportu. Odběratel si navíc může nastavit výběr zpráv podle vlastního zájmu.⁸⁵

3.2.2.1.2 Fleš

FLEŠ s prioritou (2) dříve následoval po blesku a rozvíjel strohou informaci v něm obsaženou, častěji však oznamoval (a dnes už pouze oznamuje) významnou skutečnost. Jedná se o strohou zprávu (několik vět, odstavců) opatřenou titulkem, domicilem, datem a signaturou agentury.⁸⁶ Taková forma zprávy se objevuje několikrát za den.

3.2.2.1.3 Zpráva s prioritou 3 či 4 – klasická zpráva a její verze

V servisu se nejčastěji vyskytuje klasická agenturní zpráva klasifikovaná prioritou 3 – 4. Dříve byla pokračováním navazující na blesk, dnes následuje fleš nebo headline, nejčastěji však je první zprávou o dané události, kterou zachycuje zpravidla ve vývoji, nebo bezprostředně po jejím skončení.

Zpráva má nejčastěji podobu dvoustupňové obrácené pyramidy, zejména nástup internetu,

85 ČTK [internet]. 2010 [cit. 2010-10-02]. Dostupný z WWW:

http://www.ctk.cz/sluzby/slovni_zpravodajstvi/headline-servis-ctk

86 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009.

jak píše Trunečková⁸⁷, zmíněnou podobu velmi posílil. Titulek a první odstavec (označovaný jako lead, neboli čelo⁸⁸) není pouhým úvodem, ale samotným jádrem zpravodajské výpovědi. Toho hojně využívají televize a rozhlas, které často zveřejní právě pouze čelo. Poslední řádek úvodního odstavce je zpravidla věnován zdroji informace.

Druhá část zprávy – trup – se sládá z monotematických odstavců řazených sestupně podle významu. Odběratel tak může text co nejjednodušším a nejrychlejším způsobem zkrátit.

U složitějších případů lze využít chronologický postup, kdy jsou události popsány v takovém sledu, v jakém se staly.

Součástí agenturní zprávy je background (pozadí, kontext, předcházející vývoj události). Jeho zařazení je různé podle míry informovanosti odběratele, liší se například rozsah backgroundu zpráv pro domácí a zahraniční klientelu. Background se tak může objevit vysoko v těle zprávy, pro jeho tvorbu jsou využívány starší zprávy nebo dokumentační databáze.⁸⁹

Stejnou prioritu jako zpráva má její aktualizovaná VERZE. Ta „*doplňuje původní zprávu o nová fakta, nové reakce, nové citáty a agentura odběratele na změny upozorňuje v textu vloženém mezi titulek a nové znění zprávy s tím, že odkazuje i na zařazení doplňků do jednotlivých odstavců.*”⁹⁰ Verzí k jedné události může být více a součástí signálního slova „verze” je pak údaj vyjadřující pořadí 2., 3., ale i 7., 8. (2. VERZE, 3. VERZE atd.)⁹¹ Verze nahradily původní dělené zprávy, jelikož „*odběratelům více vyhovují. Těchto verzí agentura vydala o dvě pětiny více než v roce předchozím.*”⁹²

3.2.2.1.4 Shrnutí

Pokud agentura o určité události přináší větší počet dílčích zpráv zachycujících dění v jednotlivých fázích vývoje, případně přibližujících ji v různých souvislostech, vydává pak tzv. SHRUTÍ. To připomene nejdůležitější momenty, podstatné peripetie vývoje popisované události a je její nejkomplexnější verzí. Hodně se používá například ve sportu při uzavření výsledků hraného kola.⁹³ Jako další příklad je shrnutí událostí při kalamitní situaci, které agentura vydává na konci dne.

87 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha : Karolinum, 2009.

88 Literatura popisuje několik druhů čel, například měkké (soft) nebo tvrdé (hard). Měkké převažuje u zajímavosti či zpráv s reportážními rysy.

89 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha : Karolinum, 2009.

90 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha : Karolinum, 2009, s. 157 – 158.

91 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha : Karolinum, 2009.

92 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2004, s. 6.

93 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha : Karolinum, 2009.

3.2.2.1.5 Avízo

AVÍZO je specifická zpráva, kterou tisková agentura informuje své abonenty o očekávané události, která je ČTK dopředu nahlášena.

Podle Trunečkové⁹⁴ vždy přináší nejstručnější odpovědi na základní zpravodajské otázky co, kdo, kdy a kde. Podrobnější než v běžném zpravodajství je i časový a místopisný údaj – čas v hodinách a minutách, místo včetně názvu ulice, popisného čísla atd. Na otázky jak a proč odpovídá, jen pokud je znám nebo pořadatelem uváděn důvod události.

Avíza se stala významnou a žádanou službou abonentům. V roce 2000 jich ČTK vydala 7992, v roce 2005 agentura vydala 22 225 avíz představujících desetinu její veškeré produkce úseku slovního zpravodajství a téměř trojnásobek v porovnání s rokem 2000.⁹⁵

3.2.2.1.6 Dokument

Označení DOKUMENT používá agentura pro materiály bez redakčních zásahů – pro plná znění textů, např. projevů, smluv, prohlášení a nejrůznějších seznamů. Dříve agentuře přinášet oficiální texty ukládal zákon⁹⁶, dnes takovou povinnost nemá. Předkladatelé zákona o České tiskové kanceláři č. 517/1992 Sb. předpokládali „*automatický zájem informační agentury o závažná vládní a státní stanoviska*”.

3.2.2.1.7 Událost

*„UDÁLOST je novým typem zpravodajské informace, s níž ČTK začala pracovat v roce 2006 po zavedení nového redakčního multimediálního redakčního systému. Je útvarem formálně příbuzným avízu, pro vnitřní organizaci práce agentury a pro vytváření multimediálních souborů má však mnohem větší význam”*⁹⁷

Podle Trunečkové⁹⁸ se jedná o nezpravodajský útvar bez zpravodajského textu, který obsahuje především technické a organizační informace. Vzniká hned poté, co se o chystaném nebo právě se odehrávajícím zpravodajském vývoji agentura dozví. „*Je jádrem zpravodajského provozu ČTK, představuje totiž nástroj k plánování a operativnímu přidělování práce redaktorům, především je však základním nástrojem pro sdružování multimediálních zpravodajských objektů.*”⁹⁹

Agentura zpracovává textové, zvukové, obrazové i grafické informace, navíc zprávy vydává

94 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha : Karolinum, 2009.

95 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2005, s. 5.

96 Zákon č. 123/1965 Sb., později č. 310/1991 Sb.

97 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha : Karolinum, 2009, s. 168.

98 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha : Karolinum, 2009.

99 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha : Karolinum, 2009, s. 162.

v několika verzích – internet a moderní redakční systémy ji nutí zpracovávat informace multimediálně a sledovat události průběžně a ve vývoji. Aby těmto požadavkům vyhověla, musí o sobě podle verze „vědět“, tedy „*musí existovat způsob, jak příbuzné zpravodajské objekty propojit a společně je prezentovat, jak příbuzné zprávy operativně aktualizovat.*“¹⁰⁰

Právě to umožňuje současný redakční systém ČTK, jehož jsou události páteří, první informací o aktualitě, na něž pak prostřednictvím technické vazby další informace odkazují. „*Multimediální zpravodajství je tak možné propojovat, společně distribuovat v jednom balíčku a prezentovat na straně klienta s ohledem na jeho technické možnosti*“.¹⁰¹

Podle Trunečkové¹⁰² ČTK vůbec jako první na událostech postavila svůj produkční řetězec, databázi událostí dokonce zpřístupnila svým klientům a vytvořila z ní přímo zpravodajský produkt.

„*Zásadním rozdílem mezi událostmi a avízi spočívá v tom, že události se nevysílají jako součást agenturního servisu, ale jsou uloženy v infobance přístupné přes internet. Mohou tak být udržovány aktuální a podle potřeby upravovány. Avíza po odeslání naopak nemůže agentura měnit.*“¹⁰³

Z událostí agentura vytváří tzv. DENÍKY. „*ČTK z databáze vytváří každý den šest různých deníků na 11 dnů dopředu. Denně tedy nabízí 66 hotových deníků očekávaných událostí. A další varianty deníků – například z různých regionů – si může zvolit klient z předpřipravené nabídky sám podle vlastních potřeb.*“¹⁰⁴

3.2.3 Zvukový servis

V roce 2001 nabídla ČTK jako součást svých služeb zvukový servis, v rámci něhož hned v prvním roce obdrželi odběratelé 6 192 zvukových záznamů. Mezi hlavní abonenty patřila především regionální rádia. „*Na konci roku ho odebíralo zhruba 85 procent soukromých rádií ČR.*“¹⁰⁵

Agentura si však v minulosti vyzkoušela přímo vysílání. Na začátku 90. let provozovala předchůdkyně ČTK, Československá tisková kancelář, rozhlasovou stanici, která vysílala z Opletalovy ulice z Prahy. Radio Plus získalo podle Trunečkové¹⁰⁶ licenci jako česko – francouzská zpravodajská stanice, kterou Československá tisková kancelář založila spolu s francouzským Radio

100 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha : Karolinum, 2009, s.162.

101 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha : Karolinum, 2009, s. 162.

102 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha : Karolinum, 2009.

103 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha : Karolinum, 2009, s. 162.

104 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření České tiskové kanceláře v roce 2006, s. 7.

105 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření České tiskové kanceláře v roce 2001, s. 5.

106 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha : Karolinum, 2009.

France Internationale. Dvojazyčná stanice odstartovala vysílání 26. srpna 1991, ovšem činnost ukončila již 31. prosince 1992. Provozovat rozhlasové a televizní vysílání agentuře zapověděl zákon č. 517/1992 Sb. o České tiskové kanceláři, aby nenarušovala koncept jediného veřejnoprávního rozhlasu.¹⁰⁷

Za další podobnou zkušeností musíme až do 20. let 20. století. Na jaře roku 1924 začala Československá tisková kancelář připravovat rozhlasové zprávy pro Radiojournal a v následujícím roce se po jeho reorganizaci stala „na výslovné přání státu výhradním dodavatelem politického a aktuálního zpravodajství.“¹⁰⁸ „Radiojournalu potom byly poskytovány všeobecné, politické a meteorologické zprávy. Telefonáty se stenografovaly, znovu přepisovaly a pak hlásily.“¹⁰⁹

Od druhé poloviny 20. let 20. století se zprávy pro rozhlas četly přímo v budově agentury a vytýkalo se jim, že nerespektují specifika auditivního vjemu. Trunečková¹¹⁰ z tohoto období připomíná 30. září 1938, kdy z budovy ČTK v podání herce Zdeňka Štěpánka zazněla úřední zpráva o přijetí mnichovské dohody československou vládou.

Angažmá ČTK v Radiojournalu, které si navíc agentura víceméně vynutila u vlády, je však podle Lenky Čábelové vnímáno spíše negativně. Stejně jako Trunečková zmiňuje přílišnou „oficióznost“ zpráv. Navíc: „Radiojournal sám toto vládní rozhodnutí respektoval, nejpozději od 30. let se však snažil nacházet cesty, jak ho obejít.“¹¹¹

Současný audioservis má však kvůli výše zmíněnému zákonu jinou podobu. Agentura sama rozhlasové vysílání neprovozuje, svým abonentům poskytuje zvukové příspěvky.

Zvuková zpráva ČTK má stopáž kolem 30 sekund, je ve formátu mp3, zpravidla se jedná o autentický výrok významné osobnosti (politika, ekonom, umělec, advokát, lékař, sportovec, umělec atd.). Tyto výroky zaznamenávají samotní reportéři vybavení záznamovým zařízením – diktafonem. Jak uvádí výroční zpráva z roku 2006, „Redakce ČTK také vybavily 120 svých reportérů novými profesionálními digitálními diktafony, aby zásadním způsobem zvýšily kvalitu audiozpravodajství, které od ČTK odebírají na čtyři desítky českých a slovenských rozhlasových stanic“¹¹². Na reportéry je tedy v souvislosti se zvukovým servisem kladen požadavek

107 „Tisková kancelář nesmí provozovat rozhlasové a televizní vysílání ani nesmí mít majetkovou účast na obchodním jmění fyzické nebo právnické osoby, která je provozuje.“ Viz § 3, odst. 4 zákona o České tiskové kanceláři č. 517/1992 Sb.

108 ČÁBELOVÁ, Lenka. Československý rozhlas a stát 1923 – 1945, in KONČELÍK, Jakub; KÖPPLOVÁ, Barbara; PRÁZOVÁ, Irena. *Konsolidace vládnutí a podnikání v České republice a v Evropské unii II*, Praha: Matfyzpress: 2002, s. 297.

109 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 178.

110 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009.

111 ČÁBELOVÁ, Lenka. *Radiojournal: Rozhlasové vysílání v Čechách a na Moravě v letech 1923 – 1939*. Praha: Karolinum, 2003.

112 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2006, s. 9.

na multimedialitu, což se potvrdilo i během pozorování v plzeňské odbočce ČTK.

„Každý zvukový příspěvek je opatřen textem s informacemi o obsahu nahrávky, audio uvazuje několikařádková zpráva textová (tzv. ohláška) a uzavírá text pro moderátora ve studiu (tzv. odhláška).”¹¹³ Stejně jako ostatní produkce agentury mají i zvukové příspěvky příslušná metadata – titulek, klíčová slova, datum vydání, identifikaci servisu, autora, vydávajícího směnaře, prioritu a kategorii. Hlavička zvukového produktu oproti textovému obsahuje navíc datum pořízení záznamu, informaci o jeho délce a frekvenci.¹¹⁴

Již v roce 2002, tedy po roce, vydala agentura 9 294 zvukových příspěvků, což je nárůst skoro o 50 procent oproti roku prvnímu. Posílil se regionální původ příspěvků audioservisu – více než třetina jich pocházela z krajů. Více zvukových příspěvků se vydávalo z kultury, showbyznysu a ze společnosti. Dvě pětiny audioservisu, 42 procent, tak měly zábavný charakter, ekonomiky či politiky se týkalo 39 procent produkce a sportu 19 procent. Změny učinila agentura na přání zákazníků. V roce 2007 překročil počet audionahrávek počet 13 tisíc.¹¹⁵

ČTK klientům nabídne v průměru 50 zvukových nahrávek denně a klientům jsou k dispozici i starší záznamy uložené v digitalizovaném zvukovém archivu, který obsahuje přes 70 tisíc záznamů.¹¹⁶

3.2.4 Audiovizuální servis

V roce 2006 završilo proces multimedializace produkce ČTK videozpravodajství. Agentura tak dále zkvalitňovala služby svým klientům: *„...byl zaveden nový multimediální redakční systém, což mělo zásadní dopady na styl a organizaci redakční práce, agentura začala pracovat na nově koncipované databázi očekávaných událostí, byla posílena redakce na Slovensku a spuštěn agenturní servis ve slovenském jazyce, byla zřízena videoredakce a zahájeno videozpravodajství, byly zavedeny nové formy informační grafiky.”¹¹⁷*

Podle výroční zprávy o hospodaření z roku 2005 při zavedení multimediálního redakčního systému *„šlo o naprosté sjednocení všech formálních atributů zpravodajství, tzn. klíčových slov, tematických kategorií, priorit a regionálních kódů servisu, a to pro zpravodajství v češtině, angličtině a slovenštině. Smyslem multimedializace servisu není jen posílat klientům různé typy zpravodajství v rozmanitých médiích, jako jsou text, foto, grafika, audio, případně v budoucnu*

113 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 181.

114 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009.

115 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009.

116 ČTK [internet]. 2010 [cit. 2010-12-03]. Dostupný z WWW: http://www.ctk.cz/sluzby/zvukove_zpravodajstvi

117 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2006, s. 5.

video, ale hlavně poskytnout jim nástroje, aby jejich redakční systémy promptně poznaly, které zpravodajské materiály patří k sobě."¹¹⁸

Hlavním argumentem pro zavedení pravidelného audiovizuálního servisu byl dostatečný odbytový potenciál českého mediálního trhu, který přišel právě v roce 2006. Podle diplomové práce Ondřeje Juříka z roku 2004¹¹⁹ měla agentura předpoklady pro úspěšné zahájení audiovizuálního servisu. Díky již existujícímu textovému, obrazovému (fotografickému) a infografickému zpravodajství získala řadu mediálních odběratelů, u nichž má dobré jméno. I vlastní agenturní redakce slovního a obrazového zpravodajství se mohly na jedné straně doplňovat a na druhé straně využívat audiovizuální produkt. Pro ČTK navíc podle Juříka bylo příznivé, že měla zkušenost se zaváděním nových zpravodajských produktů (SMS a MMS zprávy, audioservis) a měla již vybudovanou distribuční síť využívající satelitu, datových okruhů a FTP serverů.

Od léta 2006, kdy s audiovizuálním zpravodajským servisem přišla na trh, nabídla klientům agentura do konce roku skoro 600 videoreportáží. Pro zpravodajské video vzniklo nové pracoviště, na jeho tvorbě se podílejí štáby ve složení kameraman a redaktor.¹²⁰

První videokamery mířily podle Hynka Berana¹²¹ z videoredakce ČTK do zahraničních odboček v Bruselu, Moskvě, Varšavě, New Yorku, Londýně a Bratislavě. Do dalších zahraničních a regionálních odboček se videokamery dostaly až v průběhu roku 2009 (říjen 2009 - Brno, Ostrava, Jihlava a Plzeň, zahraničí: Paříž, Berlín, Vídeň; prosinec 2009: Ústí, Hradec, Karlovy Vary, Zlín, Vlašim, Pardubice, Olomouc, Litvínov, Liberec, České Budějovice, Mladá Boleslav).¹²²

Z předchozího vyplývá, že ačkoliv ČTK od léta 2006 nabízela videozpravodajství, z regionů až do podzimu 2009 veškerá videa přebírala. Původní začala vznikat až koncem roku 2009, a tak je nelze zahrnout do výzkumné části práce. Podle Berana je navíc problematický systém metadat, který byl donedávna značně nekonzistentní: „*Podobný systém metadat jako v infobance jsme zavedli zhruba před dvěma měsíci (říjen 2010, pozn. O.G.), a tak u starších videí kvůli neustále se měnícímu způsobu jejich přiřazování vzniklo mnoho chyb a nepřesností, což znemožňuje jakýkoliv přesný výzkum.*”¹²³

Digitální videokamery mají však i krajší zpravodajové a zahraniční korespondenti, kteří tak do agenturního servisu kromě textu, obrazu a zvuku přispívají také videem. Kromě práce redaktora tak musejí zvládat práci kameramana, občas střihače. Videe však skoro vždy nesestříhaná posílají

118 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2005, s. 5.

119 JUŘÍK, Ondřej. *Audiovizuální zpravodajství jako novomediální produkt tiskové agentury*. Diplomová práce. Praha: UK FSV 2004, s. 31 – 32.

120 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009.

121 Beran sdělil při rozhovoru s diplomantem 14.12. 2010.

122 Informaci diplomantovi poskytl Hynek Beran při osobním rozhovoru 14. 12. 2010.

123 Informaci diplomantovi poskytl Hynek Beran při osobním rozhovoru 14. 12. 2010.

do pražské videoredakce. „*Na rozdíl od audia využívá videoservis ČTK přímo také zahraniční agentury, konkrétně americkou APTN, francouzskou AFP, čínskou Hsinhua a mezinárodní uskupení MINDS.*”¹²⁴

Produkce nabízená pod sloganem „*Rychlé zpracování, důležité aktuality dříve než ve večerních zprávách*” nabízí denně kolem deseti reportáží z domova a ze světa. Jejich délka se pohybuje mezi 1,5 a 2,5 minutami. Denní nabídka je klientům zprostředkována prostřednictvím databanky, resp. videobanky. Domácí aktuality v roce 2007 reprezentovaly ve struktuře televizního zpravodajství ČTK 34 procent, zahraniční aktuality 28 procent, lifestyle 36 procent a reportáže bez komentáře 2 procenta.¹²⁵

Zákazníci si mohou videosnímek před odebráním přehrát z náhledu ve veřejně přístupné videobance. Reportáže pro internetové zákazníky s možností automatizované dodávky jsou v HD TV kvalitě, pro televizní klienty ve formátu 16:9. Obsah videoarchivu se tematicky člení cca do dvou desítek kategorií, kromě aktuálního zpravodajství, politiky, ekonomiky, zdraví, vědy, umění, architektury či sportu se příspěvky týkají také přírody, cestování, gastronomie, zábavy, celebrit a dalších¹²⁶

Mezi tradiční produkty ČTK patří od roku 1992 infografický servis. Pro potřeby této práce však není nutné ho přibližovat, jelikož veškerou infografiku vytváří grafické studio ČTK v Praze, samotní redaktoři, resp. krajané s ní prakticky nepřijdou do styku.

3.3 Historie regionálního zpravodajství ČTK

3.3.1 Počátky 1918 až rok 1950

Ačkoliv ČTK vznikla již 28. října 1918, tiskovou agenturou se podle Jakuba Končelíka¹²⁷ stala až 14. listopadu 1918, kdy pod ni byla začleněna pražská kancelář Korbyra¹²⁸ ve Štěpánské ulici v Praze, kam se přestěhovala celá organizace. Prvním ředitelem ČTK se stal šéfredaktor pražské filiálky Korbyra Vladimír Weinerek, po němž v roce 1920 nastoupil Emil Čermák. Zatímco v polovině 20. let v agentuře pracovalo okolo třiceti redaktorů, koncem 30. let už jich bylo téměř padesát.

Samotná historie regionálních odboček ČTK a regionálního zpravodajství agentury není uceleně zpracována. Na několika místech se jí však ve své publikaci *Zprávy z českého století* věnuje Jan Stejskal píšící o osudech agentury až do roku 1948. Jak ovšem Stejskal ve své knize

124 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, s. 185.

125 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2006, s. 5.

126 ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009.

127 KONČELÍK, Jakub; VEČEŘA, Pavel; ORSÁG, Petr. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 2010.

128 Rakouská státní agentura.

přiznává, historii jednotlivých regionálních odboček ve 20. a 30. letech odnesl čas.

Na počátku v roce 1918 neměla ČTK žádné spojení s venkovem. Z dob Korbyra převzala dvě odbočky: brněnskou¹²⁹, která publikovala v češtině a němčině, a ostravskou, ta vydávala jen německé zpravodajství. Velký problém představovalo spojení: regionální listy musely získávat místní agenturní zpravodajství přes své pražské dopisovatele, situace se změnila až se zlepšením telefonního spojení. I to však bylo krkolomné, protože spojení s Prahou muselo jít přes Vídeň.

Na Slovensku nejdříve 8. listopadu 1918 vznikla první odbočka Slovenské tlačové kancelárie v Uherské Skalici (dnes Skalice), v Žilíně potom 14. listopadu z pověření Ministra pro správu Slovenska Vavro Šrobára vznikla další odbočka. Pracovníci žilinské odbočky však z kraje roku 1919 přešli do Bratislavy, kde se 10. února 1919 nově vzniklá odbočka organizačně sloučila s ČTK. Do bratislavské odbočky byly povolány posily z Prahy¹³⁰, v čele stanul Dušan Porubský, který se snažil o její celospolečenský záběr. Praha však nechtěla posilovat slovenskou autonomii, a tak Porubského brzy nahradil původně zástupce správce brněnské filiálky Vilém Jandík. V polovině 20. let měla bratislavská filiálka sedm zaměstnanců, jejichž počet se postupně ztrojnásobil. Jako expozitura bratislavské odbočky byla v roce 1919 otevřena odbočka v Košicích, v Užhorodu vznikla filiálka až v roce 1922.¹³¹

Podle Stejskala stály za budováním domácí odbočkové sítě ČTK (Korbyro ji předtím k ničemu nepotřebovalo) spíše obchodní než zpravodajské důvody – regionálním novinám bylo třeba operativně dodat často velké množství zpráv, někdy až 70 stran denně. To byl úkol pro filiálky: přebírat zprávy z Prahy, prepisovat a předávat je místním abonentům. Do té doby se musela Praha telefonicky spojit přímo se všemi 24 odběrateli, což bylo mimořádně nepraktické a nákladné. Síť domácích odboček se však brzo rozrostla – k původní brněnské a ostravské přibýly již v roce 1919 odbočky v Plzni, Bratislavě, Košicích a Olomouci.¹³² Budovat se začala užhorodská odbočka, ta však fungovala až o tři roky později.¹³³

Z dnešního pohledu bylo tehdejší fungování regionálních odboček, ze kterých do pražské centrály odcházelo zpravodajství jen výjimečně, nepochopitelné. Většinou tam ani nepracovali zpravodajové, krajskými dopisovateli byli úředníci státních organizací. Do Prahy regionální zpravodajství dlouho směřovalo jen z Brna a Bratislavy.

ČTK a její odbočky se v počátcích potýkaly s mnoha obtížemi. Zmíněn je případ z července

129 Založena v roce 1894 v Brně, měla expozituru v Ostravě.

130 Redaktoři Miroslav Pácalt, Bruno Weissberger a Josef Dočkal.

131 STEJSKAL, Jan. *Zprávy z českého století*. Praha: Triton, 2008., s. 129.

132 Stejskal zmiňuje kuriózní případ živelného založení odbočky v Olomouci. Brněnská odbočka tehdy založila expozituru na Hané, aniž by o tom informovala Prahu. Ta vše zjistila až od ministerstva financí, které upozornilo na novou účetní položku. Vše tehdy skončilo bez trestu, zůstalo pouze u pohružky, že příště státní správa takové položky nepřevzme. Olomoucká filiálka si totiž na sebe hned zpočátku dokázala vydělat.

133 STEJSKAL, Jan. *Zprávy z českého století*. Praha: Triton, 2008, s. 130.

roku 1919, kdy se zaměstnanci v Brně vzbouřili a na protest proti na tehdejší poměry velmi nízkému platu 350 korun se rozhodli podat hromadnou výpověď. Případu se ochotně chopily moravské noviny, a tak se dostal i na jednání vlády – odpovědnost za jeho řešení převzal osobně předseda vlády Vlastimil Tusar, a tak si brněnští redaktoři zlepšení vymohli. Zaměstnanci ostatních odboček ČTK však takové štěstí neměli, jejich platy se nezměnily.

Síť odboček se postupně rozrůstala, a tak v roce 1924 měla agentura redakce v Plzni, Karlových Varech (se sezónní odbočkou v Mariánských Lázních), Ústí nad Labem, Teplicích, Liberci, Brně, Olomouci, Ostravě, Opavě, Bratislavě, Košicích a Užhorodě. Rozvoj odbočkové sítě hodně uspíšilo Pragorádio – burzovní servis ČTK, který fungoval od podzimu 1921, jedna z nejúspěšnějších služeb ČTK vůbec.¹³⁴

Agenturní odbočky regionálním novinám dodávaly především celostátní zpravodajství z Prahy, občas zprávy přímo z regionu. K tomu využívaly telefonního spojení, pokud mělo regionální médium delší periodicitu, rozesílaly zpravodajství poštou. Vyloženě regionální produkce přes centrálu v Praze ani nešla: dopisovatelé zprávy telefonovali do krajské redakce, která podle závažnosti rozhodla, zda ji pošle do Prahy. Redakce totiž nedisponovaly tak výkonnými komunikačními prostředky, aby mohly přijímat kompletní zpravodajství.

Značné rozdíly panovaly mezi odbočkami i v rovině personální. Ve velkých odbočkách, které kromě šíření burzovního servisu zpracovávaly i vlastní zpravodajství, pracovala kromě stálých zaměstnanců řada pomocných sil. V Brně nejdříve pracovalo osm, později jedenáct zaměstnanců, v Bratislavě sedm, v Ostravě a Olomouci pět zaměstnanců, v Teplicích a Košicích pouze jediný. Odbočky musely denně vyřizovat velké množství administrativy a distribuce zpravodajství klientům, neustále se telefonovalo, stenografovalo a překládalo. V Brně tak jako v největší odbočce kromě ředitele pracovalo sedm redakčních sil, jeden pomocný stenograf, pět kancelářských pomocníků, šest pomocných sluhů a další tři výpomocné občasné pracovnice – celkem třiatdvacet lidí.

Zásadní úkol odboček představovalo burzovní zpravodajství. O jeho významu svědčí fakt, že se jím zabývaly všechny odbočky, zatímco politickým ne. Ve 20. letech ho výhradně měly na starosti odbočky v Karlových Varech, Teplicích, Ústí nad Labem, Liberci a Ostravě. Vznik plzeňské odbočky je s burzovním zpravodajstvím dokonce přímo spjat – vyžádaly si ho Živnobanka, Škodovy závody a Plzeňský pivovar.¹³⁵

Základ práce ČTK skoro 70 let představovalo zpravodajství tištěné na papírových listech, které byly od 30. let barevně odlišeny. Samotný technický přenos zpráv však procházel překotným

134 Seznam tuzemských odboček ČTK k roku 1927: Praha (centrála), Brno, Bratislava, Plzeň, Košice, Ostrava, Opava, Ústí nad Labem, Teplice, Karlovy Vary, Olomouc, Liberec, Užhorod.

135 STEJSKAL, Jan. *Zprávy z českého století*. Praha: Triton, 2008.

rozvojem, jehož základem se stala kabelová a bezdrátová telegrafie. Poměrně rozvinutý telefonní a telegrafní provoz převzala ČTK od Korbyra, ovšem po roce 1918 bylo nutné ho reformovat, protože byl stavěn hvězdicově od vídeňské centrály. S Vídní měly telegrafické spojení Praha, Bratislava a Brno, Opava a Přerov. Do těchto měst bylo možno telefonovat z Prahy přes Vídeň. Podobné postavení jako Vídeň měla v rámci spojení Brna, Bratislavy, Košic a Užhorodu Budapešť.

Přibližně v roce 1924 bylo dokončeno přímé telefonické spojení ČTK s odbočkami, které nevyžadovalo spojovatelku. Znamenalo to zrychlení provozu, zvýšení operativnosti, úsporu práce i nervů. Dvacátá léta přinesla nástup bezdrátové telegrafie, první vlaštokou byl příjem na vojenskou jiskrovou stanicí na Petříně, odkud agentura dokonce přijímala zprávy ze zahraničí. Postupem času ČTK jako jedna z prvních firem začala radiotelegrafii využívat ke komerčním účelům. Pro komunikaci s odbočkami využívala pražská centrála od roku 1922 radiotelegrafní zařízení ve Kbelích. Později se stěhovalo kvůli nedostatku místa do Satalic. Od roku 1922 se radiotelegrafické stanice nacházely v Liberci, Teplicích, Ústí nad Labem, Brně, Olomouci, Ostravě, Bratislavě a Košicích. V Teplicích, Olomouci a Košicích však stanice nezůstaly dlouho – jejich komerční výnosy zaostávaly za očekáváním.

Od roku 1928 začala ČTK využívat radiotelefonii. Pro tento účel si agentura pronajala od ministerstva pošt další rádiový vysílač v Satalicích, odkud denně radiotelefonicky vysílala zpravodajský materiál ve 14 až 16 relacích. Komerční zprávy se vysílaly až v 56 relacích. Tento způsob komunikace se však jevil jako vysoce neefektivní: na obou stranách přenosu vyžadoval přítomnost aktivního stenografa, a tak radiotelefonii brzy nahradil radiodálnopis, který se testoval v roce 1930 mezi Prahou a Brnem a Prahou s Bratislavou. Takový způsob komunikace nevyžadoval ničí přítomnost, příjmové stroje se dokázaly automaticky spouštět a vypínat v závislosti na příjmu kódovaného textu. Už roku 1937 spojovaly všechny odbočky s pražským ústředím dálkopisné systémy Hell. Další výhodou tohoto systému bylo snížení nákladů na zpravodajství v němčině – nevyžadoval tolik obslužného personálu. Tento fakt byl vzhledem k vývoji v sousedním Německu zásadní – nabízel možnost oslovit německou menšinu u nás. V Opavě, Ústí nad Labem, Teplicích, Karlových Varech a Liberci němečtí odběratelé převažovali.¹³⁶

Tuzemské filiálky ČTK hrály prim i ve využívání fotografie v médiích. Chápání pojetí reportážní fotografie u nás změnil časopis Pestrý týden, který publikoval velké množství fotografií, což u krajských odboček ČTK vyvolalo značnou odezvu a iniciativu – vznikaly fotografie ze soudních přelíčení, návštěv politiků, ale i fotografie romantických venkovských scenérií.¹³⁷

Velká hospodářská krize, která v USA vypukla v roce 1929, se v tehdejší Československu

136 STEJSKAL, Jan. *Zprávy z českého století*. Praha: Triton, 2008.

137 STEJSKAL, Jan. *Zprávy z českého století*. Praha: Triton, 2008.

projevila během následující dekády. Je zajímavé, že domácí sítě odboček se úspory narozdíl od té zahraniční nedotkly. Zaměstnanců ubylo maximálně v souvislosti s pokrokem v telekomunikaci. Brněnská odbočka měla například v první polovině 20. let třináct zaměstnanců, o deset let později díky méně náročnému spojení s Prahou jich měla už o deset méně a za druhé republiky zde pracovalo pouhých sedm lidí. V Bratislavě pak záznamy hovoří o osmi zaměstnancích, v Ostravě o čtyřech, v Olomouci o třech, v Opavě o jednom, v Ústí nad Labem s expoziturou v Teplicích pak o čtyřech, Liberec disponoval třemi zaměstnanci, Plzeň třemi, Karlovy Vary a jejich expozitura v Mariánských Lázních třemi, Košice s Užhorodem dvěma zaměstnanci.¹³⁸ Samotná odbočková služba (od roku 1936 přejmenovaná na „Oddělení pro vnitrostátní reportážní službu“), která zásobovala kraje zpravodajstvím v dálnopisném a poštovním styku, zaměstnávala šest osob. Pro každou odbočku bylo třeba připravit individuální servis s ohledem na jazykovou a odbornou strukturu abonentů. Denní odbyt zpráv představoval v průměru 60 – 70 stran a deset stran příloh pro každou odbočku.

Jak vypadala organizace ČTK ve třicátých letech minulého století, o tom se stručně ve Vlastivědě zmiňuje Karel Hoch a zdůrazňuje, že: „*Jako všude v cizině je také u nás ústředí zpravodajské služby (ČTK, pozn. O.G.) podřízeno státu, ale ve formě přímého vlastnictví, kdežto jinde se namnoze spokojují kontrolou.*“¹³⁹ Hoch zmiňuje i vnitřní organizaci agentury: „*oddělení politické, které udržuje kontakt s vládou, oddělení hospodářské, nazvané Prago – Radio, které obsluhuje těž peněžní ústavy, dále odd. pro sport a šachy, a konečně rozhlasové oddělení. V centrále se pracuje od 6 ráno do 1 ráno, ve třech směnách, materiál je novinám k dispozici stále. Oddělení ilustrační má rozsáhlý archiv matric*“¹⁴⁰ Agentura měla podle Hocha vady i přednosti: „*Zpravodajství ČTK je pro nucenou nestrannost a byrokratičnost suché a bezbarvé, za to však v domácích věcech autentické potud, že za ně ručí vláda.*“¹⁴¹

Pro každou odbočku v té době pracovaly dvě až tři desítky krajských zpravodajů, ti však nebyli s agenturou v přímém zaměstnaneckém vztahu. Pod odbočkovou redakci dlouho formálně patřila parlamentní služba, v roce 1936 však stejně jako odbočková redakce dostala svého šéfa (přednostu).

Změna názvu odbočkové redakce roku 1936 signalizovala posun k většímu důrazu na vlastní tvorbu, což umožnil technický pokrok – po zavedení Siemens – Hellových přístrojů se pracovní

138 STEJSKAL, Jan. *Zprávy z českého století*. Praha: Triton, 2008.

139 HOCH, Karel. *Dějiny novinářství od roku 1860 do doby současné*. in *Československá vlastivěda, díl VII., Písemnictví*. Praha: Sfinx – Bohumil Janda, 1933, s. 499.

140 HOCH, Karel. *Dějiny novinářství od roku 1860 do doby současné*. in *Československá vlastivěda, díl VII., Písemnictví*. Praha: Sfinx – Bohumil Janda, 1933, s. 500.

141 HOCH, Karel. *Dějiny novinářství od roku 1860 do doby současné*. in *Československá vlastivěda, díl VII., Písemnictví*. Praha: Sfinx – Bohumil Janda, 1933, s. 500.

agenda personálu odboček omezila na rutinní technické úkony. Uvolněné kapacity byly využity na reportážní práci, která přinesla více původního, drobného a nepolitického zpravodajství. Již před 2. světovou válkou tak agentura nastoupila cestu práce ve skutečném zpravodajském terénu, ta se však měla zanedlouho přerušit.¹⁴²

Jednou z nejproblematictějších tuzemských odboček byla od začátku Bratislava – hned na začátku 20. let byl propuštěn Dušan Porubský, který byl z pohledu Prahy až moc proslovenský, což bylo chápáno jako špatný signál. Slovenské noviny svoje postavení hodnotily optikou informačního vakua jako ty české v Rakousku – Uhersku: zprávy z centra přicházely, informace o místních poměrech téměř zcela chyběly. Bratislavská odbočka a její trable se staly předmětem řady stížností a parlamentních interpelací. Jádrem sporu bylo jasné: Má být Bratislava pouhou odbočkou a zprostředkovatelkou zpráv pražské centrály, nebo se má stát informační kancelář a dodávat zprávy Praze a zahraničí? Do sporu byl zatáhnut i ministerský předseda Udržal, který měl podle kritiků poměry v bratislavské odbočce zajistit, aby „*byl do tiskového odboru ministerské vlády, do správního sboru tiskových podniků, do centrály ČTK a do bratislavské odbočky jmenován alespoň jeden Slovák.*”¹⁴³ Tento požadavek se však s premiérovým pochopením nesetkal – absenci Slováků na těchto místech zdůvodnil jejich nedostatečnou kvalifikací.

Jestliže Velká hospodářská krize z roku 1929 se domácích odboček nedotkla, pak příchod Němců a Protektorát Čechy a Morava právě naopak. Po schůzce předsedy britské vlády Chamberlaina, předsedy francouzské vlády Daladiera a Musoliniho s Hitlerem 29. září 1938 v Mnichově bylo jasné, že Československo přijde o zásadní část svého pohraničí ve prospěch nacistického Německa. Druhá republika však neměla dlouhého trvání – 15. března 1939 Němci vojensky obsadili zbytek Čech a Moravy a dali tak vzniknout Protektorátu Čechy a Morava.

Zmíněné události zásadně ovlivnily chod ČTK, resp. jejích regionálních redakcí. Agentura se dostala pod německou kontrolu, mnoho zaměstnanců bylo propuštěno, vězněno, několik dokonce popraveno. Jak uvádí Stejskal, agentura po obsazení části území Němci ztratila odbočky v Ústí nad Labem, Liberci, Karlových Varech, Opavě a Užhorodu (poslední obsadila maďarská armáda). Podstatná část abonentů v Sudetech se vlastně ocitla v zahraničí. Odbočka v Bratislavě přešla po obsazení Hlinkovými gardami pod slovenskou kontrolu a přejmenovala se na Slovenskou tlačovou agenturu. Bratislava tak získala kontrolu nad slovenským zpravodajstvím ČTK, mezi českou a slovenskou metropolí byla zřízena horká linka pomocí dálkopisu, který Slováci zabavili v redakci zrušeného bratislavského listu Magyar Ujság. Většina zaměstnanců odbočky v čelě s vedoucím Karlem Alexandrem zůstala, problém však nastal při komunikaci s Prahou – telegrafické spojení

142 STEJSKAL, Jan. *Zprávy z českého století*. Praha : Triton, 2008.

143 STEJSKAL, Jan. *Zprávy z českého století*. Praha: Triton, 2008.

procházelo Sudety, a tak bylo skoro jistě vystaveno odposlechu Němců. Bylo tak zapotřebí komunikaci uzpůsobit. Jak vzpomíná Karel Dobrovolný, tehdejší redaktor brněnské odbočky, činnost ČTK byla v protektorátu téměř úplně utlumena. „Do 15. března v roce 1939 nebyla ČTK omezována ve své dřívější činnosti. Pracovala jen na mnohem menším teritoriu, odpadla mnohá střediska, která znamenala pro ČTK důležité zdroje informací a odpadly samozřejmě také odbočky, které byly na zabraném území. Po 15. březnu byla ČTK zbavena vlastního domácího i zahraničního zpravodajství, překládala zahraniční zprávy německé agentury DNB.¹⁴⁴ Mnohé odbočky, které zůstaly, zajišťovaly převážně distribuci zpráv pro tisk. Pracoval jsem tehdy v Brně a tam se vlastní zpravodajství omezovalo jen na kulturu. Vzpomínám si, že jsem tenkrát zpracovával informace ze zahájení jakési myslivecké výstavy a výstavy dětských hraček. Ve čtyřicátém druhém roce jsem byl převeden do Prahy, v rámci snižování početních stavů zaměstnanců v odbočkách, kde jsem začal pracovat v dostihovém oddělení. Význam ČTK tehdy velmi poklesl a omezoval se na distribuci zpráv pro denní listy.“¹⁴⁵

Za protektorátu se kvůli snahám Němců kontrolovat veškeré mediální obsahy změnil systém vydávání zpráv odběratelům. Jestliže se do té doby pro technické nedostatky „krajáci“ rozhodovali sami jaké zprávy zařadí do servisu a pošlou svým abonentům, potom za protektorátu celý postup zastřešilo vydávací (směnařské) pracoviště, přes které procházely veškeré zprávy. Nutno dodat, že taková praxe v agentuře pokračovala i po válce, tuhou cenzuru však nahradila stylistická, věcná a gramatická kontrola zpravodajství. Postupně se z jednoho místa odbavovalo kompletní zpravodajství pro všechny abonenty, čímž odpadla komplikovaná distribuce se zapojením odboček.¹⁴⁶

ČTK tehdy měla pouze čtyři krajské odbočky (Plzeň, Brno, Ostrava, Olomouc), v odbočkové redakci pracovalo 18 zaměstnanců. Styk s regiony probíhal stejně jako před okupací – zprávy odbočkám a větším klientům obsluhoval vysílač v Kroměříži a systém Hell. V Praze se text na dálnopisech perforoval do pásků, které šly po cenzurní kontrole do vysílání. Zprávy směřující z ústředí do krajů naopak přijímalo, přicházely přes příjmové dálnopisy a jejich správnost sledovali tři kontrolaři – opravovali případné chyby a kontaktovali odbočku v případě výpadků.¹⁴⁷

Po válce zůstala agentuře zdevastovaná odbočková síť - kromě čtyř odboček z protektorátu měla k dispozici ještě odbočku v Bratislavě, v Sudetech se dlouho odbočky nedařilo vzkřísit, a tak první filiálka v Liberci se dočkala obnovy až v roce 1948. Spojení odboček s Prahou bylo

144 Deutsche Nachrichten Büro, činnost 1934 – 1945.

145 FIALA, Pavel. *Vznik a vývoj ostravské odbočky ČTK od roku 1918 až po současnost*. Diplomová práce. Praha: Katedra agenturní žurnalistiky, 1982.

146 STEJSKAL, Jan. *Zprávy z českého století*. Praha : Triton, 2008.

147 STEJSKAL, Jan. *Zprávy z českého století*. Praha : Triton, 2008.

zajišťováno telefonicky, zpravodajství z Prahy bylo odbavováno pomocí několika rozhlasových relací přes vysílačku v Liblicích.¹⁴⁸ Nového dálkopisného okruhu Praha – Brno - Ostrava se agentura dočkala v roce 1947.¹⁴⁹ Domácí zpravodajská síť se výrazně rozšířila se správní reformou v roce 1949, kdy se zvýšil počet krajů. Přibyly tak filiálky v Českých Budějovicích, Ústí nad Labem, Jihlavě, Liberci, Zlíně (Gottwaldově), Karlových Varech, Hradci Králové a Pardubicích. Na Slovensku pak v Košicích, Banské Bystrici, Nitře, Prešově a Žilině. Domácích odboček ČTK provozovala devatenáct. Volnosti si však agentura neužívala příliš dlouho – s tím, jak sílila moc komunistů, stále více do chodu agentury zasahovali. To se opět projevilo na odbočkové redakci i samotných odbočkách. Postavení redakce bylo totiž v agentuře velmi silné – na jejich zprávách byly závislé skoro všechny regionální noviny – nemohly si je z centrálních úřadů narozdíl od pražských listů opatřit samy. Kvůli nedostatečné transmissní kapacitě se po skončení války ještě nějakou dobu musely zprávy vybírat a komunisti tento výběr chtěli ovlivňovat dle svých politických cílů a priorit. Z počátku to však neměli jednoduché, v odbočkové redakci a v odbočkách pracovali pouze dva jejich lidé.¹⁵⁰

Věci se obrátily po únorovém převratu v roce 1948, kdy se agentura přiblížila k totalitnímu uspořádání a opět došlo k úplné centralizaci zpravodajství jako za protektorátu. V květnu 1948 proběhla kolaudace budovy v Opletalově ulici, kam se agentura již od roku 1947 stěhovala. Koncem roku 1948 bylo zákonem o krajském zřízení rozděleno území republiky na 19 krajů (13 českých a 6 slovenských), čemuž se přizpůsobila i odbočková síť. Změnila se tak řada věcí – pro regiony bylo zásadí postupné rušení odbočkové redakce, jejíž úkoly převzala nově vznikající redakce domácí (Redakce vnitropolitického zpravodajství), pod níž spadaly regiony i Praha. Skončila spolupráce s externími dopisovateli, jejichž práci přebíraly přímo odbočky. Jelikož v 50. letech již filiálky nemusely prepisovat a distribuovat zprávy abonentům, zvětšil se prostor pro vlastní zpravodajskou práci.

3.3.2 Rok 1950 až současnost

V letech 1950 – 1989 byla činnost agentury plně pod státní kontrolou a tehdejší literatura ji řadí mezi agentury socialistických zemí. „*Pokud jde o ideologické a politické zaměření, je přirozené, že v socialistických zemích, kde existuje politický systém národní nebo lidové fronty pod vedením komunistické nebo dělnické strany, vykonává take tato strana prostřednictvím svých orgánů (sekretariátu ústředního výboru) rozhodující řídicí úlohu v koncepčním a obsahovém*

148 FIALA, Pavel. *Vznik a vývoj ostravské odbočky ČTK od roku 1918 až po současnost*. Diplomová práce. Praha: Katedra agenturní žurnalistiky, 1982, s. 16.

149 KONČELÍK, Jakub; VEČEŘA, Pavel; ORSÁG, Petr. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 2010.

150 STEJSKAL, Jan. *Zprávy z českého století*. Praha : Triton, 2008.

zaměření agenturní práce, a to podobně jako u dalších centrálních sdělovacích prostředků, zejména rozhlasu a televize. Jednotlivé složky vlády a státních orgánů socialistických zemí – např. ministerstvo zahraničních věcí – si zajišťují příslušný vliv na zpravodajství agentur ustálenými vhodnými formami, např. tiskové konference, zájezdy pořádané odbornými (hospodářskými) ministerstvy, pravidelnými kontakty mluvčích vládních úřadů s příslušnými redaktory – specialisty atd.”¹⁵¹

Krajské redakce tak se v roce 1950 dostaly pod cenzurní dohled – v rámci domácí redakce vzniklo oddělení pro zřízení krajů, jež mělo dva redaktory, kteří instruovali krajské redaktory, prováděli rozборы jejich práce a hodnotili ji.¹⁵² Příručka z roku 1982 zařazuje regionální zpravodajství pod politickou redakci. „*Významná část bulletinu politické redakce pochází z krajských redakcí politické redakce, tj. detašovaných pracovišť PR v jednotlivých krajích České socialistické republiky. Činnost krajských redakcí řídí, organizují a kontrolují vedoucí redaktori krajských redakcí, jejichž řízením je pověřen zástupce šéfredaktora politické redakce. Tito vedoucí redaktori řídí taktéž činnost odboček ve svém kraji a síť místních dopisovatelů.*”¹⁵³ Z dobové příručky pro zaměstnance ČTK lze získat seznam krajských redakcí v 80. letech¹⁵⁴ a jejich odboček. Dále se v příručce píše: „*Jednotlivá pracoviště redaktorů v ústřední redakci i krajské redakce jsou vybaveny displeji, stejně jako oddělení stenografie a písárna. Zprávy z těchto pracovišť se soustřeďují u vydávajícího redaktora, který rozhoduje o jejich zařazení do zpravodajského servisu.*”¹⁵⁵

Co se týče technického vybavení ČTK, důležitým se stal rok 1958, kdy byl instalován dálnopisný systém RTT, který významně zvýšil přenosovou kapacitu. Ve stejném roce začal fungovat dálnopisný okruh pro všechny redakce deníků a rozhlasu. Zřízen byl rovněž druhý dálnopisný okruh pro Brno, Ostravu a Bratislavu.¹⁵⁶ V roce 1960 se v důsledku nového územního uspořádání snížil počet krajských redakcí na devět. Zrušeny byly odbočky v Pardubicích, Liberci, Jihlavě, Gottwaldově, Olomouci, Žilině, Prešově a Nitře. Počet krajských odboček se potom v 80. letech podle Pavla Fialy¹⁵⁷ ustálil na sedmi: Karlovy Vary, Liberec, Olomouc, Gottwaldov, Prešov,

151 HAŠKOVEC, Slavoj. *Úvod do agenturní žurnalistiky*. Praha: Univerzita Karlova, 1982, s. 60.

152 FIALA, Pavel. *Vznik a vývoj ostravské odbočky ČTK od roku 1918 až po současnost*. Praha: Katedra agenturní žurnalistiky, 1982, s. 17.

153 SLAVOJ, Haškovec. *Přehled základních údajů o Československé tiskové kanceláři*. první vydání. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 1982.

154 hl. město Praha, Středočeský kraj (se sídlem v Praze), České Budějovice, Plzeň s odbočkou v Karlových Varech, Ústí nad Labem s odbočkou v Liberci, Hradec Králové, Brno s odbočkou v Gottwaldově, Ostrava s odbočkou v Olomouci.

155 ŠTOLC, Ivo, et al. *Doplňkové studijní texty agenturního novinářství*. Praha: ČTK, 1986.

156 FIALA, Pavel. *Vznik a vývoj ostravské odbočky ČTK od roku 1918 až po současnost*. Diplomová práce. Praha: Katedra agenturní žurnalistiky, 1982, s. 17.

157 FIALA, Pavel. *Vznik a vývoj ostravské odbočky ČTK od roku 1918 až po současnost*. Diplomová práce. Praha: Katedra agenturní žurnalistiky, 1982, s. 20.

Žilina a Poprad. Vzhledem k práci Slavoje Haškovce zmiňující další odbočky je však Fialův údaj neúplný: „*Krajské redakce má politická redakce zřízeny pro Prahu, Středočeský kraj (se sídlem v Praze), v Českých Budějovicích pro Jihočeský kraj, v Plzni s odbočkou v Karlových Varech pro Západočeský kraj, v Ústí nad Labem s odbočkou v Liberci pro Severočeský kraj, v Hradci Králové pro Východočeský kraj, v Brně s odbočkou v Gottwaldově pro Jihomoravský kraj, v Ostravě s odbočkou v Olomouci pro Severomoravský kraj.*”¹⁵⁸ Na Slovensku agentura zajišťovala „...zpravodajství nejen z Bratislavy, ale také ze svých krajských redakcí v hlavních městech tří slovenských krajů - Bratislavě, Banské Bystrici a Košicích, jakož i z oblastních redakcí, které jsou v Žilině, Prešově, Trenčíně, Nitře a Starém Smokovci.”¹⁵⁹

V souvislosti s nejnovější historií regionálního zpravodajství je potřeba říct, že ho agentura na začátku nového milénia výrazně posilovala – v roce 2000 vydala 29 058 zpráv z regionů, v roce 2004 jich bylo už 69 288.¹⁶⁰ Výroční zpráva z roku 2001 k tomu uvádí: „*S potřebami klientů a se vznikem krajů se Úsek slovního zpravodajství soustředil zejména na další rozšíření a zkvalitňování regionálního zpravodajství. Přizpůsobil tomu i formu zpravodajských deníků a plánů, které jsou regionálně strukturovány v souladu s novým územně – správním uspořádáním. Započal rovněž práce na krajských databázích, jež by měly informačně saturovat klientelu, která má zájem o informace regionálně uspořádané.*”¹⁶¹ Na regionalizaci zpravodajství však ČTK pracovala už dříve: „...zásadní změnou bylo zavedení důsledné regionalizace do zpravodajství všech redakcí. Uživatel si nyní může jednoduchým povelém vyvolat zprávy o událostech v kterémkoliv z nově připravovaných krajů...Zejména u domácího a ekonomického zpravodajství, kde byl tento prvek zaveden, byl klienty velice oceněn.”¹⁶²

V roce 2004 navíc vzniklo nové regionální řídicí a editorské pracoviště. „*Agentura nadále pokračovala v posilování z zkvalitňování regionálního zpravodajství, a to bez zvýšení počtu reportérů a redaktorů. Osvědčilo se nově vytvořené regionální řídicí a editorské pracoviště. ČTK vydala mnohem více tematických materiálů z regionů. V souvislosti s krajskými volbami například přinesla mezikrajská srovnání v mnoha ukazatelích.*”¹⁶³

3.4 Současná podoba regionálních redakcí ČTK

Regionální redakce disponuje v současné době patnácti odbočkami v těchto městech: Ústí nad Labem, Karlovy Vary, Plzeň, Litvínov, Liberec, Mladá Boleslav, Kladno, České Budějovice,

158 HAŠKOVEC, Slavoj. *Základy teorie agenturního zpravodajství*. Praha: Novinář, 1983, s. 119.

159 HAŠKOVEC, Slavoj. *Základy teorie agenturního zpravodajství*. Praha: Novinář, 1983, s. 119.

160 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2005, s. 5.

161 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2001, s. 5.

162 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 1997, s. 9.

163 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2005, s. 5.

Pardubice, Hradec Králové, Jihlava, Brno, Ostrava, Olomouc a Zlín.¹⁶⁴ Odbočka ve Vlašimi ukončila činnost k 1. srpnu 2010. Důvodem byl odchod tamní zpravodajky. Síť domácích odbočkových redakcí ČTK do velké míry kopíruje územně – správní členění České republiky, ovšem vybrané odbočky jako Mladá Boleslav, Litvínov vznikly hlavně kvůli průmyslové výrobě ve městech.

Podle Dany Pavlátové v regionech pracuje 36 redaktorů¹⁶⁵, za posledních pět let se jejich počet snížil o pět – o jednoho zpravodaje méně je ve středních Čechách, na Vysočině, ve Zlínském, Libereckém a Středočeském kraji.

Všechny regionální odbočky, kromě středočeské, mají společnou redakci organizovanou jedním vedoucím – vybraným zpravodajem, který pečuje o plán a dělbu práce. Každá odbočka je vybavena internetovým připojením, každý zpravodaj má k dispozici laptop s CDMA kartou nebo modemem pro připojení z terénu, mobilním telefonem, diktafonem umožňujícím v rozhlasové kvalitě dodávat klientům záznamy výroků. V každé redakci je videokamera.

„Krajánci“ v posledních pěti letech nejvíce reflektovali přesun mnoha kompetencí a finančních prostředků z centra na úroveň krajů. Agenda zpravodajů se tak výrazně rozšířila o témata, často s celostátním dopadem, týkající se investic v krajích, financování vzdělání, evropských dotací apod. Naopak se upouští od drobných regionálních zpráv, například drobných krádeží, dílčích informací z jednání radnic atd., neustále roste tlak na vyšší rychlost. Kromě toho se v rámci regionálního zpravodajství projevuje nástup multimedializace. Odbočky nadále využívají služeb profesionálních fotografů (v menších odbočkách spolupracují s externími fotografy), avšak audio záznamy a videa musí pořizovat slovní reportéři. Nejdůležitějšími odběrateli regionálního zpravodajství ČTK jsou přílohy celostátních deníků, Česká televize a Nova, Český rozhlas a Deníky VLP.

K 9. listopadu 2010 disponovaly vlastními fotografy (kromě Brna každá odbočka jedním) pobočky v Ústí nad Labem, Hradci Králové, Ostravě, Olomouci, Plzni a Brně. V Českých Budějovicích, Karlových Varech, Liberci, Jihlavě, Zlíně a Břeclavi (zde není odbočka, fotograf spadá pod brněnskou filiálku). Systém fotoreportérů je nastaven tak, že v případě dovolené za sebe fotograf sežene zastoupení v podobě externisty. V posledních třech letech kvůli krizi, resp. mzdovým nákladům ubyl jeden fotoreportér. Fotograf má na starosti celý kraj, z Prahy mu jezdí pomáhat jen výjimečně, například při velkých sportovních akcích jako jsou mistrovství světa apod.¹⁶⁶

Požadavky na vzdělání redaktorů v regionech se od požadavků na redaktory celostátní

164 ČTK [internet]. 2010 [cit. 2010-20-03]. Dostupný z WWW: http://www.ctk.cz/kontakty/odbocky_v_cr

165 Pavlátová poskytla informace 4. 3. 2010 formou e-mailové korespondence s diplomantem.

166 Hilli uvedl v e-mailové korespondenci s diplomantem 9.11. 2010.

redakce příliš neliší – musí mít vysokoškolské vzdělání¹⁶⁷, vynikající všeobecný rozhled, výbornou znalost češtiny a řidičský průkaz. Rozdíly však existují.¹⁶⁸ V regionech se neděje tolik událostí, a tak musí krajánci přicházet s více vlastními nápady, náměty na rozhovory a obecně s vlastní aktivitou. Dalším rozdílem je mnohem větší univerzálnost novinářů v regionech – dělí se sice na domácí a ekonomické zpravodaje, ovšem stejně musí být připraveni zvládnout psát o všech oborech, protože se často zastupují, což potvrdila návštěva plzeňské odbočky (viz kapitola 4).

Noví redaktori se přijímají prostřednictvím výběrového řízení: „*Krajští redaktori do Četky přicházejí přes výběrové řízení. Zájem o práci v agentuře je rozdílný v čase i podle místa pobočky. V posledních letech ale není problém najít kvalitní adepty. Uchazeče je možno rozdělit do tří skupin: absolventi škol, lidé jiných profesí toužící po změně, regionální novináři. Právě z poslední skupiny nejčastěji vybíráme (jde o kolegy z Mladé fronty Dnes, Deníku, Českého rozhlasu apod.). Výběr probíhá standardně – nejdůležitější je zpracování dodané tiskové zprávy ve zprávu agenturní, dále znalost regionu. Součástí je i osobní pohovor. Krajští zpravodajové mají v případě zájmu možnost ucházet se o místo v Praze, případně místo zahraničního zpravodaje. Několik podobných případů tady máme.*”¹⁶⁹

Komunikaci mezi regiony a Prahou řídí krajská směna fungující v součinnosti s domácí, ekonomickou nebo zahraniční směnou – směnaři (editoři, pozn. O.G.) sedí v Praze na zpravodajském sále u jediného stolu. Plánování a komunikaci umožňuje redakční systém přes události, operativně společně centrum a regiony komunikují pomocí telefonu, nově prostřednictvím programu Skype. Po vytvoření zprávy ji krajský redaktor pošle do fronty krajské směně. Zprávu posléze kontroluje a edituje řídicí směnař, který ji buď vydá na okruh klientům, nebo ji zašle vydávajícímu směnaři k editaci a vydání. Pokud není třeba konzultace s autorem zprávy, velká editace nebo doplnění, zpráva se ke klientovi může dostat od zaslání do pražské směny do minuty. Postup však platí jen u nejdůležitějších zpráv – například u rozsudků. V takových případech jsou dopředu připraveny varianty zpráv a doplní se do nich pouze aktuální data.

Události zakládají všichni zpravodajové, redaktori a specializované pracoviště dispečink. Ten podle Pavlátové zpracovává informace dodané do ČTK z „tradičních důvodů”, ČTK již desítky let slouží jako distributor oznámení o tiskových konferencích. Náplň událostí se však zdaleka neskládá jen z dodaných informací, zhruba z poloviny je tvoří aktivní vyhledávání redaktory –

167 Podle ČTK podíl zaměstnanců – vysokoškoláků na vzdělanostní struktuře agentury roste. „*Ve vzdělanostní struktuře se zvýraznil rozdíl mezi podílem vysokoškoláků a ostatních zaměstnanců. Podíl zaměstnanců s vysokoškolským vzděláním se zvýšil na 59,1%. Středoškolské vzdělání s maturitou a vyšší má 93,3% zaměstnanců. Podíl redaktorů na celkovém stavu zaměstnanců se zvýšil na 69,7%.*” Viz výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2008, s. 25.

168 Pavlátová poskytla informace 4. 3. 2010 formou e-mailové korespondence s diplomantem.

169 Pavlátová uvedla v e-mailové korespondenci s diplomantem 2. 11. 2010.

na webech, v kulturních přehledech atd. Podle příslušného klíče (regionální servis, důležitost akce) jsou pak z událostí vygenerovány i plány.

3.4.1 Aktuální členění regionálních odboček ČTK

- **Středočeský kraj** - tři zpravodajové se sídlem v Kladně, Říčanech a Mělníku. Jako jediní nemají společnou redakci, zvláštností je i skutečnost, že sídlo kraje je v Praze (má jej na starost kladenský zpravodaj). Není zde dělba na ekonomické a domácí zpravodaje, všichni mají v příslušných okresech na starosti domácí i ekonomickou tematiku.
- **Jihočeský kraj** - tři zpravodajové, kteří sídlí v Českých Budějovicích. Je zde dělba - dva domácí zpravodajové a jeden ekonomický.
- **Plzeňský kraj** - tři zpravodajové, kteří sídlí v Plzni (dva domácí, jeden ekonomický).
- **Karlovarský kraj**- dva zpravodajové se sídlem v Karlových Varech, z nich se jeden specializuje na domácí problematiku, jeden na ekonomiku.
- **Liberecký kraj** - dva zpravodajové, sídlící v Liberci. Jeden má na starosti domácí zpravodajství, jeden ekonomiku.
- **Ústecký kraj** - tři zpravodajové, z toho dva mají společnou redakci v Ústí (jeden má na starosti domácí zpravodajství, jeden ekonomiku), třetí zpravodaj pracuje z domova v Mostě a píše o domácí i ekonomické problematice.
- **Pardubický kraj** - dva zpravodajové, sídlící v Pardubicích. Jeden má na starosti domácí zpravodajství, jeden ekonomiku.
- **Královéhradecký kraj**- dva zpravodajové se sídlem v Hradci Králové, z nich se jeden specializuje na domácí problematiku, jeden na ekonomiku.
- **Vysočina** - dva zpravodajové, sídlící v Jihlavě, mají zpravodajství rozděleno na domácí a ekonomickou část.

- **Jihomoravský kraj** - šest zpravodajů, tři se specializují na domácí problematiku, dva na ekonomiku a jeden na sport. Mají společnou redakci v centru Brna. Celostátního významu nabývá zpravodajství z Brna tím, že informuje o rozhodování Ústavního soudu.
- **Olomoucký kraj** - tři zpravodajové sídlí v redakci v Olomouci, dva se zabývají domácí problematikou, jeden ekonomikou. V domácím zpravodajství má významné místo skutečnost, že v Olomouci sídlí Vrchní soud.
- **Zlínský kraj** - dva zpravodajové mají redakci ve Zlíně, jeden se zaměřuje na domácí zpravodajství, jeden na ekonomiku.
- **Moravskoslezský kraj** - v redakci v Ostravě sídlí pět zpravodajů, tři se specializují na domácí zprávy, dva na ekonomické a jeden na sportovní.

IV. Metodologie

V této práci jsem chtěl zjistit, jaké jsou trendy regionálního zpravodajství ČTK a tyto trendy ověřit v kvantitativní rovině. Dále jsem se snažil porovnat trendy v regionálním zpravodajství s trendy celkového domácího zpravodajství. Výzkum jsem prováděl u všeobecného regionálního slovního a ekonomického regionálního slovního zpravodajství. Od začátku bylo cílem zmapovat období v letech 2005 – 2009. Oproti schváleným tezím práce jsem po dohodě s vedoucí vynechal kapitolu věnovanou regionům, abych se mohl soustředit především na samotnou agenturu, resp. její regionální redakce.

V tezích jsou zformulovány následující otázky:

- Jak velkou část domácího slovního zpravodajství tvoří zprávy z regionů?
- Změnilo se množství regionálních zpráv v domácím zpravodajství za posledních pět let?
- Jaké zpravodajské oblasti věnují regionální redakce nejvíce pozornosti?
- Jak se změnila rutiny regionálních žurnalistů ČTK?
- Jaká jsou úskalí práce regionálního novináře ČTK?

K regionální žurnalistice ČTK neexistuje odborná literatura, nejdříve jsem tak absolvoval rozhovory s vedoucími pracovníky agentury: s vedoucí regionální a ekonomické redakce ČTK ing. Danou Pavlátovou, s vedoucím redaktorem fotozpravodajství Romanem Hilli a Andreou Chloupkovou z obchodního oddělení. Cílem těchto setkání bylo ověřit, případně upřesnit správnost zformulovaných otázek z tezí a rozhodnout, jakým způsobem je zpracovávat.

Na základě setkání s vedoucí regionálních redakcí jsem se rozhodl, že před samotným výzkumem navštívím regionální odbočku ČTK v Plzni. V terénu jsem posléze prováděl zúčastněné pozorování práce regionálních redaktorů ČTK, absolvoval rozhovory jednak s vedoucím odbočky, jednak s redaktorkami. Z hlediska účastenství při pozorování byla zaujata pozice pozorovatele jako účastníka, pro nějž je „...*pozorování důležitější než aktivní účast na dějích redakce, typickou součástí této role je vedení rozhovorů.*”¹⁷⁰ Systematicky jsem si vedl poznámky, v případě nejasností se ptal, v podkapitole Snímek dne jsem chronologicky zaznamenal jeden den plzeňské redakce. Přístup jsem si zajistil prostřednictvím vedoucí regionálních redakcí ČTK, plzeňští

170 TRAMPOTA, Tomáš; VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha : Portál, 2010, s. 78.

redaktoři o výzkumu věděli. Slabinou se tak mohl stát jev označovaný Dismanem¹⁷¹ jako efekt morčete, kdy si pozorovaní mediální pracovníci nebo mediální publika uvědomují, že jsou sledováni a mění svoje chování, hrají určité role. Může pak dojít ke zkreslení.

Na základě návštěvy jsem vytipoval přesné okruhy a definitivně zformuloval výzkumné otázky. Jedním z cílů práce tak bylo potvrdit, nebo vyvrátit poznatky z terénu v porovnání se skutečnou produkcí agentury. Výsledky výzkumu byly konfrontovány s tvrzeními agentury ve výročních zprávách. Po konzultaci s vedoucí práce jsem se rozhodl, že vzhledem k omezenému rozsahu práce nebudu zkoumat oblast úskalí práce regionálního novináře ČTK.

Na základě výše uvedeného byly stanoveny čtyři okruhy výzkumu:

- Jaké jsou trendy regionálního zpravodajství ČTK v kvantitativní rovině, kopírují trendy celkové domácí produkce?
- Jaké jsou trendy zpravodajské produkce v kvantitativní rovině u jednotlivých regionálních odboček ČTK? Je možné vysledovat trend u tematického zaměření zpráv z regionálních odboček ČTK?
- Mění se struktura formátu textových zpráv z regionů ČTK?
- Promítla se multimedializace do regionální zpravodajské produkce ČTK?

Vzhledem k velkému množství zpracovávaných vzorků – domácí zpravodajství ČTK ve sledovaném období produkovalo kolem 100 tisíc zpráv ročně - práce teoreticky stojí na konceptu kvantitativní obsahové analýzy, která „...zkoumá, jakými tématy se média zabývají a jak velký prostor jim věnují, je schopna popsat proměnu mediálních obsahů v delším časovém horizontu...”¹⁷² Jako další výhodu této metody Tomáš Trampota¹⁷³ vyzdvihuje její přenositelnost, poskytování výsledků nezávislých na výzkumníkovi a možnost prezentovat výsledky přehledně v tabulkách a grafech. Vzhledem k propracovanému systému metadat v infobance ČTK však nebylo třeba kódovat¹⁷⁴. Kódovací jednotkou („...základní celek, na který je zkoumaný materiál

171 DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum, 2000.

172 TRAMPOTA, Tomáš; VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha : Portál, 2010, s. 99.

173 TRAMPOTA, Tomáš; VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha : Portál, 2010.

174 Kódování je základem kvantitativní obsahové analýzy. Je to „...konstrukce obsahových kategorií jednotlivých proměnných, kterých mohou zkoumané jednotky analýzy nabývat...” in TRAMPOTA, Tomáš; VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha : Portál, 2010, s. 106.

členěn, zpravidla článek/zpráva...”¹⁷⁵) výzkumu byla zpráva, pouze v případě tematického výzkumu (viz kapitola 6.2.2) to byla událost.¹⁷⁶

Při práci v infobance ČTK byl využíván archiv zpravodajství a filtry jednotlivých servisů, tematických okruhů, v neposlední řadě klíčových slov. Zjištění jsou zachycena v tabulkách, ve většině případů znázorněna grafy.

175 TRAMPOTA, Tomáš; VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 114.

176 K jedné události může agentura vydávat více zpráv prostřednictvím verzí (viz kapitola 3.2.2.1.3).

V. Současná podoba plzeňské odbočky ČTK

5.1 Personální obsazení

V redakci plzeňské odbočky ČTK k 30. listopadu 2010 na celý pracovní úvazek pracovali tři redaktori a jeden fotograf. Do odbočky každodenně docházeli vedoucí Václav Prokš a redaktorky Eva Barborková s Ladou Peškovou. Plzeň disponuje jedním fotoreportérem, chybí externista, který by během volna nahradil stálého fotografa. ČTK v Plzni taktéž spolupracuje s externistou, který zajišťuje sportovní výsledkový servis.¹⁷⁷

5.2 Vybavení redaktorů plzeňské odbočky ČTK

Každý redaktor plzeňské odbočky má k dispozici služební notebook, služební telefon, diktafon s odposlouchávadlem, CDMA kartu umožňující připojení na internet z terénu, v redakci je jedna společná kamera (viz příloha č. 2). Redaktori dostávají denní tisk v podobě Hospodářských novin, Práva, Mladé fronty Dnes, Lidových novin, Plzeňského, Rokycanského, Domažlického a Klatovského deníku. Zajímavostí je, že kromě řidičského průkazu skupiny B musí mít adept na krajského redaktora a fotografa v ČTK i svůj vůz, který potom využívá k výjezdům do terénu.

5.3 Organizace práce redaktorů plzeňské odbočky ČTK

Podobně jako v ostatních odbočkách se ani v té plzeňské tamní redaktori nevěnují sportovnímu zpravodajství. Pokrývají ho pouze ve výjimečných případech, jinak ho mají na starosti sportovní redaktori z pražské centrály ČTK. Pouze na výsledkový servis z Plzeňského kraje, jak bylo řečeno výše, používá agentura místního externího redaktora.

Co se týče zpravodajské práce, vedoucí odbočky má na starost ekonomiku v celém Plzeňském kraji, redaktorky si práci dělí na základě geografického hlediska a podle resortů, přičemž geografické dělení je nadřazeno dělení resortnímu. Potvrzují se tak slova vedoucí regionálních odboček, že na „krajánky” je kladen požadavek na univerzálnost (viz kapitola 3.3). Plzeňský kraj má sedm okresů. Jedna z redaktorek má na starost okresy Plzeň – sever, Tachov, Rokycany a druhá Plzeň – jih, Klatovy, Domažlice. Okres Plzeň – město, který je zpravodajsky nejnáročnější, si redaktorky dělí mezi sebe na základě resortního hlediska. Jedna redaktorka má na starost soudy,

¹⁷⁷ Plzeňská odbočka sídlí v centru města, v ulici Sedláčkova 16, hned vedle Náměstí Republiky. Redakce se nachází v prvním patře budovy společně s několika dalšími firmami včetně regionální redakce Práva, resp. Novinek.cz. Redaktori mají k dispozici jednu velkou kancelář se čtyřmi pracovními místy a posezením pro návštěvníky, plus malý sklad.

kriminalitu, kulturu, školství a vzdělávání, vědu a výzkum a sociální oblast s menšinami, druhá se věnuje jednání rady a zastupitelstva kraje, města a obvodů (pokud jsou na programu jednání ekonomické body, dělí se s vedoucím) hlášením hasičů, zdravotnictví, přírodě a ekologii, počasí, volnému času s hobby, životnímu stylu a náboženství. Redaktoři se věnují i zpravodajské práci v jiném okresu, resp. resortu, vždy po individuální dohodě. Stejně řeší i případy, kdy se jednotlivé oblasti kryjí. O sporných případech rozhoduje vedoucí odbočky. Redaktoři mohou být kdykoliv povoláni, pokud dojde k nečekané vážné události, k takovým událostem podle nich dochází průměrně třikrát až čtyřikrát týdně.

Ve speciálním režimu fungují víkendové služby. Plzeň se o ně dělí s odbočkou karlovarskou, kde pracují další dva redaktoři. Celkem tak na jednoho redaktora vyjde víkendová služba, během níž pokrývá Plzeňský i Karlovarský kraj a všechny resorty, jednou za pět týdnů. Pro ostatní redaktory platí, že na víkend připraví alespoň jednu zprávu z kraje. V případě dovolených by v redakci měli vždy zůstat minimálně dva redaktoři, avšak podle Václava Prokše se během klidného letního období stalo, že pracoval pouze jediný.

5.4 Zpravodajské rutiny v plzeňské odbočce ČTK

Činnost redaktorů lze na základě pozorování rozdělit do tří oblastí: doplňování informací do databáze událostí, servis očekávaných událostí a zpracovávání nečekaných událostí. Podle odhadu samotných redaktorů doplňování do databáze událostí, z níž velmi často posléze vznikají avíza, představuje zhruba 20 procent práce, servis očekávaných událostí asi 50 procent práce a neočekávané události asi 20 procent práce. Na základě dvoudenního pozorování lze tento poměr přibližně potvrdit.

Redaktoři musí být nejen zpravodajsky ale i technicky univerzální – podle potřeby totiž kromě textu zpracovávají i fotografie, zvuk a video. Potvrzují se tak slova Ruß – Mohla (*viz 2.3.3*) i Pavlátové (*viz kapitola 3.3*). Fotografie pořizují v případě, že je událost významná nebo vizuálně atraktivní a fotograf není k dispozici. Zvukový a obrazový záznam musí nahrávat u aktuálních a významných událostí jako např. razie v tržnicích, ale také u událostí magazínového typu, jako jsou srazy veteránů, reportáže z výstav, zoo apod. Ukázalo se tak, že především obrazový záznam je spojen s magazínovým zpravodajstvím, a to i v regionech (*viz kapitola 3.2.4*).

Zjištění potvrzují (*viz kapitola 3.2.3*), že maximální délka audií je 30 s, záznamy redaktoři sami střihají a čistí v jednoduchém programu Cool Edit 2000, prostřednictvím redakčního systému je společně s krátkou anotací posílají do ústředí. Náročnější úpravy dělá audiosměna v pražské centrále. V době návštěvy vznikl jeden zvukový záznam, který redaktorka nahrála v rámci tiskové

konference týkající se nové sezóny lyžařského střediska Špičák.

Videa narozdíl od audií redaktoři neupravují a v surovém stavu je přes agenturní FTP zasílají do ústředí, kde je potom dále zpracovávají (viz kapitola 3.2.4).

5.4.1 Události – základ pracovního plánu

Podle slov vedoucího redakce pravidelné porady v plzeňské pobočce zavedeny nejsou. „Každý z nás ví, co má na starosti, práci konzultujeme podle potřeby průběžně.”¹⁷⁸ Jednou týdně v pátek však redaktoři do pražského ústředí zasílají své „tipy”, denní plán zasílají každý všední den. Za správnost těchto plánů je zodpovědný vedoucí odbočky.

Zásadní pro plánování práce jsou události (viz kapitola 3.2.2.1.7), které jsou doplňovány do databáze redakčního systému. Měsíčně v Plzni odhadují, že vytvoří sto záznamů o očekávaných událostech. Nedílnou součástí práce je zajišťovat pokrytí všech plánovaných význačných akcí v regionu, tak aby se předem objevily v redakčním agenturním systému, resp. zákaznickém servisu. Část událostí vzniká na základě informování redaktorů e – mailem, část musejí aktivně zjišťovat, nejčastěji telefonicky. Jedna z redaktorek tak například pravidelně obvolává soudce, aby zjistila, jaké případy budou projednávat.

Samotné události potom redaktoři podle přesné šablony vpisují do redakčního systému. Zásadním údajem jsou u nich priority na škále 4 – 9. Priorita (4) značí vlastní témata redaktorů, priorita (5) celostátní témata, priorita (6) plánovanou událost, kterou redaktor bude sledovat, priorita (7) značí sledování událostí v případě významného vývoje, priorita (8) značí, že redaktor událost nebude sledovat, události s prioritou (9) slouží jen pro vnitřní potřeby ČTK.

Právě v rámci denního plánu se ke svým založeným událostem vždy redaktoři vracejí a závazně u nich, často po konzultaci s editory nebo vedoucím pobočky, prioritu uvedou. Ty s prioritou (4) a (6) do denního plánu shrnou, „pod čaru” doplní další plán na druhý den a samotný itinerář dne. Editor v Praze má potom detailní přehled o jejich práci a pohybu.

Na události z plánu jsou posléze navázány další produkty agentury jako audio, text nebo foto. V týdnu od 8. do 14. 11. 2010, v rámci něhož proběhlo pozorování, měla plzeňská odbočka v plánu 38 událostí, z nichž redaktoři pokrývali 16.

Z nejvýznamnějších událostí vznikají avíza (viz kapitola 3.2.2.1.5), která se v zákaznickém servisu objevují vedle běžných zpráv. Podle redaktorů se stává, že je ČTK vyrozuměna o akci, u níž si však zdroj nepřeje, aby o ní agentura informovala své klienty. Mohou to být například policejní zátahy na tržnicích nebo v restauracích a klubech. K takovému avízu se pak připisuje „ND” - ne do

178 Prokš uvedl při rozhovoru s diplomantem 9. 11. 2010.

servisu. Informaci tak mají všichni uvnitř agentury, aby s ní v plánu mohli počítat, „ven“ se však nedostane. Jinak ovšem redaktoři musí do událostí, potažmo avíz, zásadně psát vše. Ústředí v Praze to podle slov „krajánků“ pečlivě sleduje a na důsledném uvádění trvá i za cenu, že tak často ČTK přichází o exkluzivitu. Servisy a přehledy očekávaných událostí jsou totiž jedním z hlavních a nejžádanějších současných produktů agentury, jak uvádí Tuchmannová (*viz kapitola 2.2*).

V pátek odpoledne dále každý redaktor odesílá prostřednictvím redakčního systému do ústředí své týdenní „tipy“ na témata platná od středy následujícího týdne, která potom v pondělí v ústředí ČTK posuzuje vedení a rozhoduje se, jaké použije. Potvrdilo se tak (*viz kapitola 3.3*), že novináři ČTK v regionech musejí častěji přicházet se svými náměty.

5.4.2 Servis očekávaných událostí

Redaktoři jsou povinni zakládat plán událostí, kde na základě priorit uvádějí, zda budou konkrétní událost sledovat, nebo dokonce zpravodajsky pokrývat. Zde tak vzniká základ servisu očekávaných událostí, mezi něž patří jednání soudů, tiskové konference, jednání zastupitelstev na radnicích apod.

Na základě pozorování lze říci, že redaktoři jsou pod neustálým tlakem rozhodování, jakým událostem dají přednost a jaké naopak nepokryjí. Stejně tak se redaktoři často musejí rozhodovat, jakým způsobem událost pokryjí – pokud dvě tiskové konference probíhají současně, je třeba se rozhodnout, jakou navštívit, a v případě druhé si předdomluvit, aby pořadatel zaslal podklady, případně byl ochoten redaktorům poskytnout informace nebo doplňující údaje telefonicky.

Taková rozhodnutí jsou velmi často konzultována s editorem. Ve sledovaném období lze tento případ doložit jednáním ustavujícího zastupitelstva města Klatovy 10.11. 2010, kde byl volen starosta. Jednání bylo plánováno na večerní hodiny a dalo se očekávat, že starosta bude zvolen až pozdě večer. Redaktorka se musela rozhodnout, zda zvolí jistotu, že všechny potřebné informace získá na místě, ovšem za cenu dlouhé večerní cesty, nebo zda zprávu napíše z Plzně na základě telefonátu s místními politiky s rizikem, že jí „nezvednou telefon“. Rozhodnutí o postupu konzultovala s editorem v pražské centrále, kterému nakonec stačilo telefonické získání informací. Redaktorka si proto odpoledne domluvila večerní telefonát se dvěma místními politiky, kteří jí poskytli informace. Lze konstatovat, že v tomto případě zpravodajská událost nebyla tak významná, aby vyžadovala osobní přítomnost reportéra. V praxi můžeme sledovat Kanissova slova (*viz kapitola 2.4.3*), že regionální novináři mají při práci značnou míru autonomie – editoři jim z centra vytyčí mantinely (v tomto případě přinést zprávu z jednání radnice, informace získat klidně jen telefonicky) a novináři ji potom na základě rutin zpracují (předjednat si, jak se k informacím

dostat).

Dalším zdrojem servisu očekávaných událostí jsou tiskové konference, které ve sledovaném období probíhaly dvě, a to 9.11. 2010. První se týkala turistické propagace bavorského města Regensburg v Plzni, druhá potom zimní sezóny největšího lyžařského střediska Šumavy Špičák. U obou konferencí můžeme vidět dva různé způsoby zpracování tohoto druhu události – reportéři se osobně zúčastnili obou, v prvním případě však samotná zpráva díky notebooku vznikala přímo na místě konference, ve druhém až v redakci.

Jak k informacím z tiskových konferencí, tak k informacím z tiskových zpráv redaktoři musí přistupovat aktivně, tedy dále s nimi pracovat. Podle odhadu „krajánků“ je nutné zhruba 30 – 40 procent informací k výstupům z tiskových konferencí a tiskových zpráv doplnit, aby splňovaly formální požadavky na podobu zprávy. Nejčastěji podle redaktorů chybí číselné údaje a srovnání, ať už s konkurencí, předešlým časovým obdobím apod. Dokládají to redaktorova slova o tiskové konferenci týkající se propagace Regensburgu. *„Samotný výklad, který trval skoro dvě hodiny, neobsahoval skoro žádné použitelné informace. Bylo to jen takové obecné PR Regensburgu. Skoro všechny údaje potřebné pro zprávu jsem získal až na konci v rámci prostoru pro dotazy, který byl navíc dlouhý jen několik minut.“*¹⁷⁹ Tento trend potvrdily i obě redaktorky, podle nichž je úroveň tiskových materiálů, s nimiž se v Plzeňském kraji setkávají, nízká, a tak je jejich aktivní přístup ke zpracování takových událostí nezbytný.

Opačným příkladem byla profesionálně připravená tisková konference lyžařského střediska Špičák. Redaktorka hned po příchodu dostala vytisknuté informace, které posléze obsahoval referát o nadcházející lyžařské sezóně. Během výkladu zazněly všechny podstatné údaje o cenách, počtech návštěvníků, změnách oproti loňsku, srovnání s předešlými roky a konkurencí. Po skončení výkladu byl novinářům k dispozici vedoucí areálu, aby mu mohli klást doplňující dotazy. *„Takové tiskové konference jsou v Plzeňském kraji světlou výjimkou, většina jich není zdaleka tak profesionálně připravena.“*¹⁸⁰

5.4.3 Servis neočekávaných událostí

Kromě přípravy servisu očekávaných událostí musejí redaktoři zpracovávat i neočekávané události, kterých podle nich poslední dobou ubylo. Nejčastěji se jedná o nejrůznější druhy kriminality, dopravní nehody, přírodní kalamity, požáry apod. Během sledovaných dvou dnů byla zaznamenána jediná nečekaná událost, a sice havárie kamionu v Klatovech (*viz kapitola 5.4.3.1*).

Redaktoři mají přístup k automatickému hasičskému informačnímu systému, který je v

179 Prokš uvedl při rozhovoru s diplomantem 9. 11. 2010.

180 Pešková uvedla při rozhovoru s diplomantem 9. 11. 2010.

případě náhlé události informuje prostřednictvím SMS zprávy. Na základě upozornění mohou vyslechnout zvukovou zprávu, z níž získají základní informace: co se stalo, kde se to stalo, kdy se to stalo, kolik je zraněných, kolik hasičských jednotek zasahuje. Pokud redaktor uzná, že je událost zaznamenáníhodná, nejčastěji volá příslušného mluvčího nebo se pokouší informace získat z internetu. Zpracovávání neočekávaných událostí klade vysoké nároky na rozhodování redaktorů a nutí je operativně upravovat svoje pracovní plány. Redaktoři musí být k dispozici i mimo pracovní dobu. Podle svých slov se však individuálně domlouvají, kdo bude v pohotovosti - tedy, pokud dojde k neočekávané události, zpracuje ji příslušný redaktor bez ohledu na to, že nespadá do jeho kompetencí.

Redaktoři vyjíždějí na místa nehod jen výjimečně. *„Jako pišící novinář jsem díky telefonu a internetu schopna obstarat vše z domova, klidně uprostřed noci. Navíc, kdybych se vypravila na místo, ztratím tak spoustu času, který mohu využít na získání informací a psaní zprávy.“*¹⁸¹ Do terénu je častěji vyslán fotoreportér, ovšem pouze v naléhavých případech, kdy je vizuální informace nezbytná. K větším nehodám v Plzni však zpravidla reportér i fotoreportér vyráží, *„nejtypičtější příkladem takové nehody je vykolejení tramvaje.“*¹⁸² Z terénu reportéři využívají zapisovatelů v Praze, kterým zprávu telefonicky diktují. Agentura skoro nikdy neinformuje o sebevraždách, jelikož se jedná o „mimořádné lidské neštěstí“.

5.4.3.1 Zpracování neočekávané události: nehoda kamionu v Klatovech

Jedinou neočekávanou událostí během sledovaného období byla nehoda kamionu, který v Klatovech narazil do železničního mostu. Těžce se při ní zranil řidič vozidla a zastavila se silniční doprava. Jelikož se jednalo o klatovský okres, zpravodajsky ji z redakce zpracovávala redaktorka Lada Pešková. Událost poslouží jako modelový případ.

- 10:20 – přichází SMS upozornění od hasičů, redaktorka obratem volá na automatický informační hlasový systém. Dozvídá se, že v Klatovech do železničního mostu naboural kamion, jehož řidič je těžce zraněný a že doprava stojí.
- 10:30 – redaktorka volá klatovskému okresnímu policejnímu mluvčímu, aby zjistila podrobnosti o nehodě. Dozvídá se, že stojí nejen silniční, ale možná i železniční doprava.

181 Pešková uvedla při rozhovoru s diplomantem 10. 11. 2010.

182 Pešková uvedla při rozhovoru s diplomantem 10. 11. 2010.

- 10:34 - v redakčním systému začíná psát zprávu, volá krajského mluvčího Českých drah, aby informaci o stojící železnici ověřila. Mluvčí však nebere telefon. Redaktorka se snaží informaci ověřit na mapě nehod Ředitelství silnic a dálnic, na zpravodajských serverech, ovšem bez úspěchu.
- 10:39 – zpráva je hotova a po konzultaci s editorem v ústředí odeslána do fronty v redakčním systému, ovšem bez ověřené informace, zda stojí železnice.
- 10:50 – volá mluvčí Českých drah a informuje, že doprava na železnici nestojí. Redaktorka obratem volá editorovi do ústředí, s nímž se domluví, že dosud nevydanou zprávu zaktualizuje.
- 11:00 – zpráva „*V Klatovech narazil kamion do viaduktu, stojí doprava na silnici*” vychází ve zpravodajském servisu (viz příloha č. 3)

5.4.4 Servis pravidelně se opakujících událostí

Kromě zmíněných činností jsou redaktoři pobočky povinni sledovat celou řadu pravidelně se opakujících událostí, ať z oblasti ekonomické, státní správy nebo třeba zprávy týkající se počasí.

Redaktor, který má na starost ekonomické zpravodajství, je povinen podrobně sledovat dění v největších podnicích regionu, jako jsou Plzeňský prazdroj, Stock Plzeň, Bohemia Sekt, Škoda Holding v Plzni, Škoda Power, Škoda J.S., Panasonic, Drůbežářské závody Klatovy, Daikin nebo Rybářství Klatovy. Redaktor sleduje hospodářské výsledky, velké kontrakty, personálie, rozšiřování výroby a propouštění. „*S těmi největšími přicházím do kontaktu pravidelně, často mě informují, sem tam je ale potřeba vzít telefon a zavolat, jak se jim daří.*”¹⁸³ Redaktor dále pravidelně sleduje ekonomickou činnost měst, u nichž si všímá velkých investičních akcí a rozpočtů.

Každý šestý pracovní den v měsíci je ekonomický redaktor povinen na základě tabulek statistického úřadu připravit zprávu týkající se zaměstnanosti v kraji. Během pozorování zpracovával na základě statistik zprávu o zaměstnanosti cizinců v regionu. Kvartálně potom zpracovává demografické statistiky kraje, bytovou situaci, mzdy a cestovní ruch. V červenci a srpnu jednou týdně informuje o stavu sklizní v kraji.

S ročními obdobími jsou spojeny i další rutiny v práci redaktorů. V zimě redaktoři před

¹⁸³ Prokš uvedl při rozhovoru s diplomantem 10. 11. 2010.

víkendy každý čtvrtek zpracovávají sněhové zpravodajství, v létě naopak zpravodajství o kvalitě vody na koupalištích. V případě chřipkových epidemií připravují zprávu o aktuálním stavu v kraji každý pátek. Téměř každý den během zimy mezi 7:00 a 7:30 připravují informace o sjízdnostech silnic v kraji, v případě povodní zjišťují redaktoři aktuální stav hladin řek denně. Jednou za čtvrt roku vyjde na každého redaktora plzeňské odbočky tzv. megamag – příprava většího materiálu magazínového typu, tedy na „lehčí“ téma s delším rozsahem.

Mezi opakující se události lze dále zařadit tematické ankety, které krajánkům ve všech regionálních odbočkách zadává ústředí. V průměru jsou podle redaktorů dvě až tři týdně.

5.4.5 Vývojové trendy regionální žurnalistiky ČTK očima redaktorů plzeňské odbočky

Podle plzeňských redaktorů v posledních letech ubyly zprávy ze soudů a zprávy týkající se kriminality. Nyní si vybírají pouze zajímavé nebo závažné případy. Naopak přibylo politických a ekonomických zpráv s celostátním přesahem. Výzkum však tyto domněnky potvrdil jen zčásti (viz kapitola 5.2.2). Zvýšily se nároky na množství událostí s avízy. Přibyly i delší materiály magazínového typu. Tyto trendy lze na základě výzkumu potvrdit.

Změnil se styl psaní – vedení klade vyšší požadavky na čtivost textu, klesá poptávka po číslech a suchých faktických údajích. Naopak by se redaktoři měli snažit zpracovávat texty ze zpravodajsky zajímavého pohledu. „*Když třeba píš zprávu o návštěvnosti zoo, nestačí, abych tam uvedla pouze čísla, je třeba zjistit, jaká zvířata lidi nejvíc zajímají, porovnat s minulými roky atd. To dřív nebylo, zprávy byly v porovnání se současností „nezáživné“*.”¹⁸⁴ Projevuje se zde tak ambice ČTK „...*poskytovat klientům solidní, zajímavé a zábavné zprávy...*”¹⁸⁵ Redaktoři musí myslet analyticky, psát v souvislostech, sledovat události v čase. „*Když napíšeme, že se něco stane, pak také později musíme zjistit, jestli se to opravdu stalo.*”¹⁸⁶

„Krajánci” se také shodují, že je kladen požadavek na vyšší rychlost, nastoupila multimedializace a zvýšil se celkový počet zpráv. „*Odhaduji, že dřív jsme psali v průměru dvě zprávy denně, dnes jsou to tři až čtyři.*”¹⁸⁷ Tato slova potvrzuje srovnání s infobankou ČTK v letech 2005 – 2009, kdy na jednoho redaktora v průměru vychází 3, 6 zprávy denně. Na druhou stranu je potřeba říct, že ve sledovaném období v plzeňské odbočce počet zpráv všeobecného zpravodajství výrazně nestoupl, v případě ekonomického naopak klesl (viz kapitola 5.1).

184 Pešková uvedla při rozhovoru s diplomantem 10. 11. 2010.

185 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2007, s. 7.

186 Redaktoři uvedli při rozhovoru s diplomantem 10. 11. 2010.

187 Prokš uvedl při rozhovoru s diplomantem 10. 11. 2010.

5.5 Jeden den v plzeňské odbočce ČTK

Druhý den pozorování v plzeňské odbočce ČTK, středa 10.11. 2010, je v následující kapitole práce chronologicky zaznamenán. Většinu času reportéři trávili prací v redakci, pouze Eva Barborková ráno navštívila soud. Podle samotných redaktorů se jednalo spíše o klidný den. Potvrdilo se, že většinu produkcí uložených v infobance tvoří servis očekávaných událostí, pouze v jediném případě šlo o nečekanou událost, a to nehodu kamionu. Správný se ukázal odhad redaktorů, že v průměru každý z nich napíše tři zprávy denně. Václav Prokš napsal tři zprávy, Eva Barborková jednu zprávu a dva otvíraky¹⁸⁸, Lada Pešková napsala zprávy čtyři. Ve zmíněný den redaktoři nedoplňovali databázi událostí.

Pozorování ukázalo, že redaktoři si velmi často zprávy připravují, jak zmínila Pavlátová (*viz kapitola 3.3*), aby do nich potom jen operativně doplnili aktuální údaje – ve sledovaném období to byly zprávy týkající se soudu za pokus o vraždu a volby klatovského starosty. Svoji práci neustále konzultují s editory v pražském ústředí – jednak se domlouvají, jak zpravodajsky zpracovávat očekávané události, jednak konzultují editace již napsaných textů. Ilustruje to zpráva o cestovním ruchu v Plzeňském kraji, kdy si po zaslání textu editor na redaktorovi telefonicky vyžádal doplnění reakce odborníků do textu, která se nakonec objevila ve druhé verzi (*viz příloha č. 3*).

Sledování taktéž ukázalo, že redaktoři pracují paralelně na více zprávách, což se odvíjí zejména od shánění informací a reakcí – když se ozve zdroj s informací, redaktor musí od jednoho tématu přejít k jinému, stejně tak k tomu dochází při neočekávaných událostech. Redaktoři svoji práci konzultují i mezi sebou – ujišťují se o správnosti údajů, informují se o vývoji sledovaných událostí, operativně si domlouvají zpravodajské pokrytí.

Během sledování všichni pracovali velmi autonomně, vedoucí odbočky je nemusel jakkoliv usměrňovat. Kromě soudu ve sledovaný den neprobíhala žádná další práce v terénu, například tisková konference, z níž by redaktoři připravovali zprávu.

Potvrdilo se, že redaktoři přistupují k tiskovým zprávám, statistikám apod. aktivně, tzn. dále je zpracovávají, doplňují informace, shánějí reakce odborné veřejnosti, upravují je do požadované podoby, což ilustruje případ turistické statistiky, kdy redaktor do zprávy sháněl reakce odborníků (*viz příloha č. 3*).

¹⁸⁸ Zpráva, kterou agentura vydává u příležitosti významné očekávané události. Většinou vychází brzy ráno v den události, odběratele informuje o tom, jaký vývoj události se očekává a poskytuje jim background.

5.5.1 Snímek dne

8:10 – monitoring tisku.

8:30 – Eva Barborková (dále EB) si připravuje verze zprávy k soudu, Václav Prokš (dále VP) píše pravidelnou měsíční zprávu o statistice cestovního ruchu v Plzeňském kraji, zpráva „*Počet hostů v Plzeňském kraji ve 3. čtvrtletí meziročně stagnoval*” vychází v 11:39 (viz příloha č. 3).

9:00 – EB sleduje u soudu vyhlášení rozsudku v případě pokusu o vraždu, ihned po vynesení rozsudku odesílá editorům SMS zprávu s výší trestu, zpráva „*Muž z Chebska chtěl zabít ženu ve vaně, dostal tři roky vězení*” vychází v 9:42.

10:15 – VP připravuje 2. verzi zprávy o cestovním ruchu v Plzeňském kraji, přidává do ní reakce odborníků, vychází v 11:59.

10:20 – Lada Pešková (dále LP) dostává zprávu o nehodě kamionu v Klatovech, zpráva „*V Klatovech narazil kamion do viaduktu, stojí doprava na silnici*” vychází v 11:00 (viz příloha č. 3).

10:30 – LP připravuje 2. verzi zprávy o nehodě v Klatovech, snaží se zjistit, zda kromě silnice stojí i železnice.

10:32 – EB píše 2. verzi zprávy ze soudu, do níž přidává zdůvodnění rozsudku, vychází v 11:07.

10:45 – LP zjišťuje podrobnosti do zprávy týkající se povolebních vyjednávání o koalici v Domažlicích, zpráva „*V Domažlicích se ještě nepodařilo dohodnout koalici*” vychází v 15:08 (viz příloha č. 3).

11:04 – LP si domlouvá večerní telefonát po jednání zastupitelstva v Klatovech, na němž bude volen starosta, jelikož se po konzultaci s editorem domluvila, že na jednání nepojede osobně, zprávu o něm napíše z Plzně.

- 11:07 – VP píše zprávu o novém výrobku společnosti Fernet Stock, do níž telefonicky shání doplňující údaje, zpráva vychází 11.11. ve 13:18.
- 11:36 – LP píše zprávu o povolebních jednáních v Domažlicích, vychází v 15:10.
- 12:12 – VP telefonuje výrobnímu řediteli Stocku, doplňuje informace do zprávy o novém Fernetu.
- 12:17 – EB telefonicky zjišťuje informace o jednání soudu, které proběhne 12.11. 2010.
- 12:20 – LP telefonuje do Klatov kvůli informacím o rekonstrukci tamních katakomb a záchraně mumíí.
- 14:15 – EB připravuje otvírák ke čtvrtému soudu za vraždu, kde hrozí až výjimečný trest.
- 14:12 – VP dopisuje zprávu týkající se Stocku, začíná psát zprávu k druhému výročí prodeje piva Gambrinus 11, zpráva „*Český pivní trh letos klesá, ale jedenáctistupňová piva posilují*“ vychází v 16:06 (viz příloha č. 3).
- 14:12 - LP si dopředu připravuje zprávu k jednání klatovského zastupitelstva, kde bude volen starosta.
- 14:52 – LP zjišťuje informace k opravě koryta potoka v Račicích.
- 15:03 – EB píše zprávu k začátku soudu s dvanácti vězni, kteří zmlátili svého spoluvězně.
- 15:05 – LP píše zprávu o rekonstrukci klatovských katakomb, zpráva „*Rekonstrukce katakomb v Klatovech snad začne v novém roce*“ vychází 16:37 (viz příloha č. 3).
- 15:41 – VP píše zprávu vycházející z bavorského průzkumu týkající se statistik cestování Čechů do této německé spolkové země.
- 22:07 – po telefonátu nově zvoleného starosty Klatov doplňuje LP údaje do předpřipravené

zprávy, zpráva „Staronovým starostou Klatov se stal Rudolf Salvetr z ODS” ve 22:22.

VI. Interpretace výsledků výzkumu

6.1 Vývoj objemu regionálního všeobecného a ekonomického slovního zpravodajství v letech 2005 – 2009

Jak uvádí ČTK ve všech výročních zprávách z let 2005 – 2009, „...celkový počet zpráv se v posledních letech nezvyšuje, agentura se soustřeďuje na kvalitu“¹⁸⁹. Na základě výzkumu lze říct, že počet zpráv domácího všeobecného a regionálního zpravodajství vykazuje sestupný trend. Rozdíl v objemu mezi lety 2005 a 2009 činí skoro 8 tisíc zpráv u domácího zpravodajství, přičemž k nejvýraznějšímu meziročnímu poklesu (přes 5 tisíc zpráv) došlo v letech 2007 až 2008. Tento pokles nelze připsat na vrub nedostatku témat, v tomto ohledu lze rok 2007 označit naopak jako nadprůměrný (protesty proti umístění amerického radaru na českém území, kauza Jiřího Čunka, návštěva amerického prezidenta George W. Bushe v České republice nebo reforma veřejných financí).

Agentura však v roce 2006 uvedla do provozu nový multimediální redakční systém a v roce 2008 se jí podařilo provést vnitřní reorganizaci, jejíž podstatou bylo „...spojení všech redakčních zpravodajských pracovišť do jednoho úseku zpravodajství, členěného na slovní a multimediální redakci.“¹⁹⁰ Dosáhla tak „...vyšší efektivity při obstarávání zpravodajství, ale také pravidel vnitřní komunikace a vyšší intenzity a efektivity komunikace s klienty.“¹⁹¹ Výzkum ukázal, že toto zefektivnění práce redakce ČTK se mimo jiné projevilo na celkovém objemu domácího zpravodajství.

Sestupný trend, můžeme navíc pozorovat u ekonomického domácího slovního zpravodajství, kde však rok 2009 přinesl navýšení objemu zpráv na původní hladinu (přes 33 tisíc zpráv). Ekonomické agendě posledních let vládnou „projevy světové ekonomické krize u nás a reforma veřejných financí a její dopady na osobní finance“¹⁹², jímž lze přičíst opětovné navýšení počtu zpráv v roce 2009.

Regionální všeobecné a ekonomické zpravodajství sice kopíruje sestupný trend objemu domácího všeobecného a domácího ekonomického zpravodajství, ovšem na základě výzkumu lze říct, že rozdíl u něj není tak výrazný (3 614 u regionálního všeobecného slovního, 2 502 u regionálního ekonomického slovního zpravodajství). Jeho podíl na celkovém všeobecném domácím zpravodajství tak nepatrně vzrostl z 51 procent v roce 2005 na 51,5 procenta v roce 2009, na

189 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v letech 2005 – 2009.

190 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2008, s. 6.

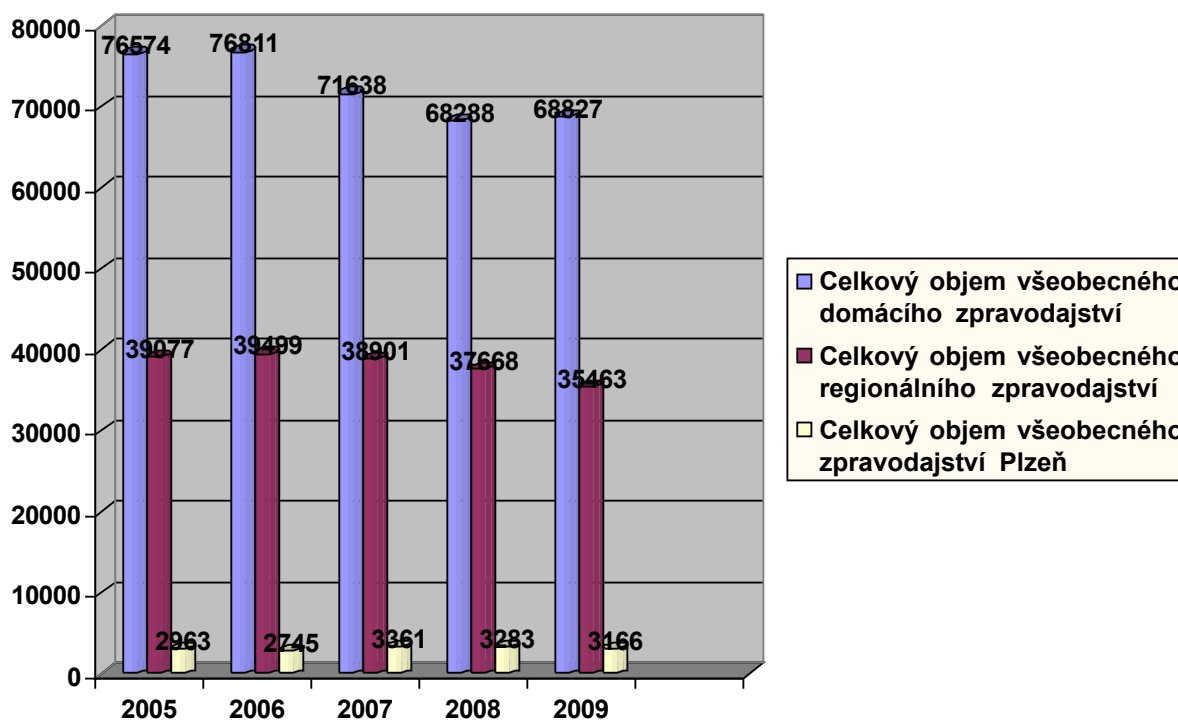
191 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2008, s. 6.

192 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2008, s. 7.

domácím ekonomickém naopak poklesl ze 40 procent v roce 2005 na 33 procent v roce 2009.

Plzeňská odbočka ČTK udržuje objem svého všeobecného a ekonomického zpravodajství na podobné úrovni, v období 2005 – 2009 nevykazuje žádné výraznější výkyvy. I její podíl na objemu regionálního slovního všeobecného a ekonomického zpravodajství se tak vzhledem k úbytku celkového zpravodajství nepatrně zvýšil. Výzkum tak potvrdil slova Dany Pavlátové, že význam regionálních redakcí v rámci domácího zpravodajství roste. Naopak nelze potvrdit slova redaktorů z Plzně, že počet zpráv se v posledních letech zvýšil (*viz kapitola 5.4.5*).

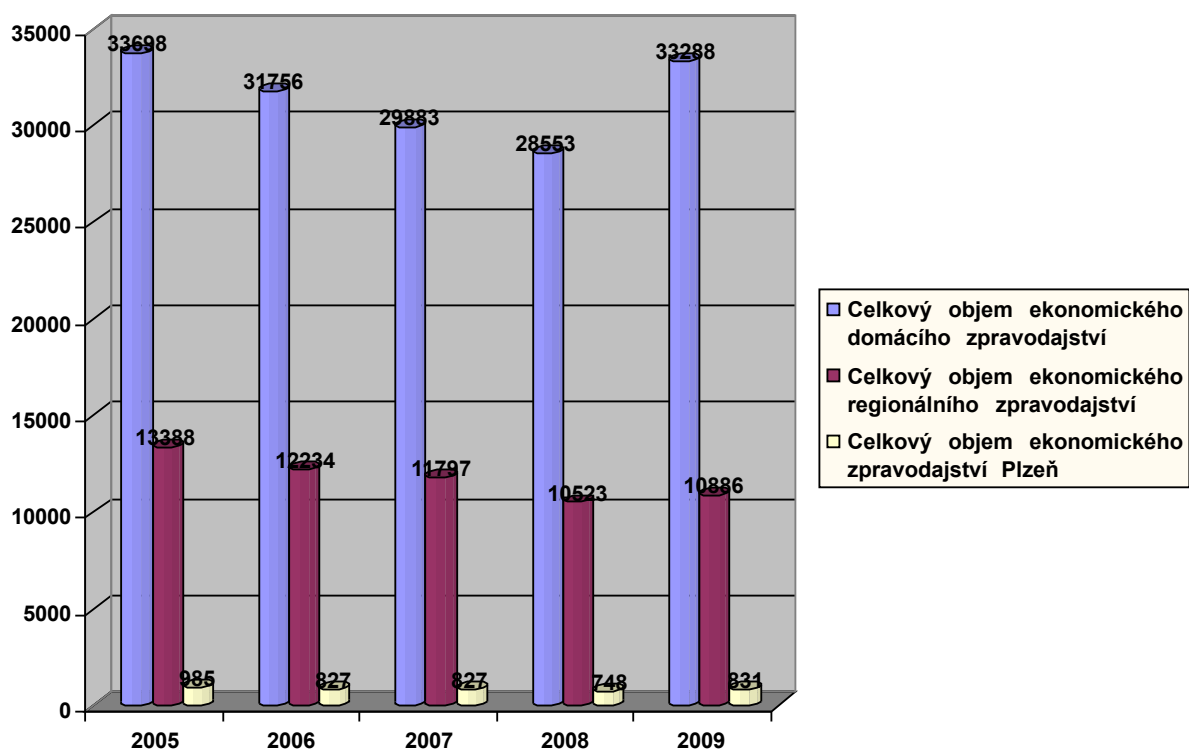
Graf č.1 Vývoj objemu všeobecného regionálního zpravodajství v letech 2005 - 2009



Tabulka č. 1 Vývoj objemu všeobecného regionálního zpravodajství v letech 2005 - 2009

	2005	2006	2007	2008	2009
Domáci	76574	76811	71638	68288	68827
Regionální	39077	39499	38901	37668	35463
Plzeň	2963	2745	3361	3283	3166

Graf č. 2 Vývoj objemu ekonomického regionálního zpravodajství v letech 2005 - 2009



Tabulka č. 2 Vývoj objemu ekonomického regionálního zpravodajství v letech 2005 - 2009

	2005	2006	2007	2008	2009
Domácí ek.	33698	31756	29883	28553	33288
Regionální ek.	13388	12234	11797	10523	10886
Plzeň ek.	985	827	827	748	831

6.2 Vývoj objemu všeobecného a ekonomického slovního zpravodajství ČTK v jednotlivých regionech

6.2.1 Objem zpravodajství v jednotlivých regionech v letech 2005 - 2009

Předchozí kapitola ukázala, že celkový objem domácího všeobecného zpravodajství se nejenže v letech 2005 – 2009 nezvyšoval, jak uvádějí všechny výroční zprávy agentury, ale naopak klesl. U regionálního zpravodajství taktéž pozorujeme sestupný trend, i když ne tak výrazný, a tak lze říci, že jeho podíl na celkovém domácím všeobecném zpravodajství nepatrně vzrostl. Podobný trend jsme v letech 2005 - 2008 sledovali u domácího ekonomického a regionálního ekonomického zpravodajství, ovšem s tím, že v roce 2009 se objem celkového ekonomického slovního zpravodajství vrátil na původní hladinu (přes 33 tisíc zpráv), a tak v této oblasti podíl regionů klesl.

U všeobecného zpravodajství ČTK v jednotlivých regionech můžeme konstatovat, že objem zpráv skoro u všech klesl. Regionální redakce můžeme rozdělit do tří kategorií: odbočky, u nichž objem zpráv klesl (nad 200); odbočky, u nichž objem zpráv klesl nepatrně (do 200) a odbočky, u nichž počet zpráv stoupl.

První kategorie je nejpočetnější, patří do ní: Olomoucký kraj, Zlínský kraj, Jihočeský kraj, kraj Vysočina, Královéhradecký kraj, Liberecký kraj, Ústecký kraj a Středočeský kraj. Do druhé kategorie patří Karlovarský a Pardubický kraj, nárůst potom sledujeme v Moravskoslezském, Plzeňském a Jihomoravském kraji. Region Praha uvádíme jen pro úplnost, pro jeho výjimečné postavení v rámci regionů ho nelze s ostatními srovnávat.

I u slovního ekonomického zpravodajství v regionech výsledky ukazují podobný klesající trend jako u všeobecného. K nejvyššímu poklesu došlo v Ústeckém kraji, Královéhradeckém kraji, Olomouckém kraji, Středočeském kraji, Moravskoslezském kraji. K nepatrnému poklesu došlo v Plzeňském kraji, Karlovarském kraji, v Pardubickém kraji a kraji Vysočina. Naopak výrazný nárůst sledujeme v Jihočeském kraji, objem se zvýšil i v Jihomoravském, Libereckém a Zlínském kraji.

U většiny krajů lze vysledovat kontinuální úbytek objemu zpráv, mezi žádnými roky nedošlo ke skokovému snížení. Na základě výše uvedeného lze i pro regiony potvrdit, co agentura uvádí ve všech výročních zprávách, tedy, že *„...celkový počet zpráv se v posledních letech nezvyšuje, agentura se soustřeďuje na kvalitu a kvalitní výběr, aby klientům usnadnila orientaci v každodenním dění, výběr relevantních událostí a poskytla dostatečně pestrou nabídku.“*¹⁹³

193 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2008, s. 6.

Tabulka č. 3 Vývoj objemu všeobecného domácího zpravodajství v jednotlivých regionech

	Praha	Středočeský kraj	Jihočeský kraj	Plzeňský kraj	Karlovarský kraj	Ústecký kraj	Liberecký kraj	Královéhradecký kraj	Pardubický kraj	kraj Vysočina	Jihomoravský kraj	Olomoucký kraj	Moravskoslezský kraj	Zlínský kraj
2005	36 049	3938	2779	2963	1885	2600	2414	2386	1842	2896	5652	4072	2375	3275
2006	35392	4518	2642	2745	2087	2679	2848	2491	1655	2807	4930	4383	2710	3004
2007	30802	3773	2008	3361	1965	2587	2864	2552	2009	2682	5269	4178	2558	3095
2008	28530	3854	2106	3283	1763	2650	2324	2142	1830	2339	5734	3722	3085	2836
2009	31162	3682	2056	3166	1808	2307	2111	2004	1679	2402	5742	2812	3189	2505
rozdíl	-4887	-256	-723	203	-77	-293	-303	-382	-163	-494	90	-1260	814	-770

Tabulka č. 4 Vývoj objemu ekonomického zpravodajství v jednotlivých regionech

	Praha	Středočeský kraj	Jihočeský kraj	Plzeňský kraj	Karlovarský kraj	Ústecký kraj	Liberecký kraj	Královéhradecký kraj	Pardubický kraj	kraj Vysočina	Jihomoravský kraj	Olomoucký kraj	Moravskoslezský kraj	Zlínský kraj
2005	18089	1175	861	985	776	1320	709	1071	703	827	1893	988	1467	613
2006	17298	1019	745	827	677	1197	660	1002	675	744	1654	1036	1326	672
2007	15825	790	765	827	625	996	610	986	594	721	2000	901	1260	722
2008	15778	789	626	748	474	840	594	623	543	618	2097	781	1131	659
2009	20129	834	498	831	617	886	824	656	625	650	2028	633	1156	648
rozdíl	2040	-341	363	-154	-159	-434	115	-415	-78	-177	135	-355	-311	35

6.2.2 Vývoj objemu zpráv z regionů podle tematického zaměření v letech 2005 - 2009

Zpravodajství z regionů podle Pavlátové postupně upouští od zpráv informujících o drobných autonehodách (tzv. zmačkané plechy), krádežích a soudech, naopak se soustředí na zprávy z politiky, státní správy a ekonomiky, na zprávy s celostátním přesahem týkající se dotací (viz kapitola 3.3). Pro ověření tohoto tvrzení byly porovnávány dvě tematické oblasti – první představovaly nehody a v archivované produkci infobanky byly filtrovány pomocí kategorií doprava [DOP], kriminalita a právo [ZAK]. Druhou porovnávanou oblastí potom bylo téma s celostátním přesahem - dotace Evropské unie filtrované pomocí kategorie [EUR] a [FIN].

Tabulka č. 5 Vývoj objemu zpráv v regionech podle tematického zaměření

	Nehody regiony	EU, dotace regiony	Nehody Plzeň	EU, dotace Plzeň
2005	13484	1355	1289	126
2006	12789	1222	1035	107
2007	12493	1246	1069	98
2008	13060	1373	1143	180
2009	13604	1882	1385	212

Na základě výzkumu lze slova vedoucí potvrdit jen zčásti. V letech 2005 – 2009 počet zpráv informujících o nehodách v regionech klesl, ovšem v roce 2009 se v podstatě vrátil na stejnou úroveň. Zprávy týkající se Evropské unie a dotací naopak zaznamenaly nárůst. Podobná je situace v Plzni, kde mezi lety 2005 a 2006 sledujeme pokles u zpráv věnujících se nehodám, ovšem v dalších letech přišel opětovný nárůst a v roce 2009 v podstatě stejný stav jako na začátku sledovaného období. Výzkum počtu zpráv týkajících se evropských dotací však potvrzuje domněnky o svém vzrůstajícím trendu. Na závěr je potřeba zdůraznit, že i přes jasně rostoucí podíl evropských témat na regionálním zpravodajství ČTK je počet zpráv týkajících se nehod a kriminality o řád vyšší.

6.3 Vývoj objemů u vybraných formátů zpráv regionálního zpravodajství ČTK v letech 2005 - 2009

6.3.1 Blesk

Jak bylo řečeno výše (viz kapitola 3.2.2.1.1), blesku agentura užívala pouze v mimořádných případech, čemuž odpovídá i jeho četnost ve sledovaném období (nejvíce devět blesků v roce 2005). Regionálního zpravodajství se tento formát zprávy prakticky netýkal, jediná výjimka se objevila pouze v roce 2008, kdy přišel blesk, který informoval o zrušení části normy, která zavedla neplacené první tři dny nemocenské Ústavním soudem, z Jihomoravského kraje. Rok 2009 není v tomto případě uváděn, jelikož v roce 2008 agentura přestala tento formát zpráv používat (viz kapitola 3.2.2.1.1).

Tabulka č. 6 Vývoj objemu blesků ve všeobecném regionálním zpravodajství ČTK v letech 2005 – 2009

	Celkové domácí z.	Celkové regionální z.	Celkové z. Plzeň
2005	9	0	0
2006	8	0	0
2007	7	0	0
2008	4	1	0

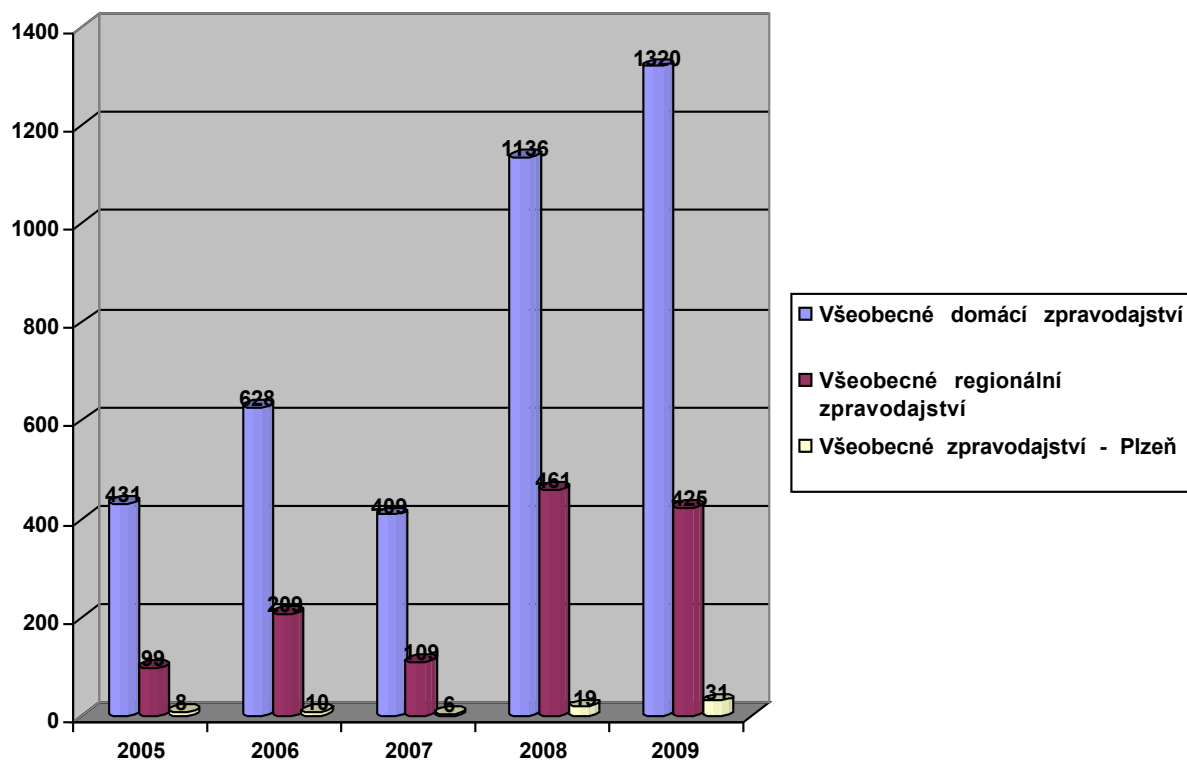
6.3.2 Fleš

Fleše zaznamenaly ve sledovaném období zásadní nárůst - a to jak na celostátní úrovni, tak na úrovni regionů – u domácího všeobecného zpravodajství jsme zjistili skoro trojnásobný nárůst, v regionech potom více než čtyřnásobný. Dále se ukázalo, že podíl flešů z regionů na celkovém domácím zpravodajství se zvýšil – v roce 2005 tvořily 23 procent celkového objemu domácích flešů, v roce 2009 však už představovaly 32 procent celkového objemu flešů v domácím zpravodajství. Vzestupný trend jsme zjistili i u samotné plzeňské odbočky.

Tabulka č. 7 Vývoj objemu flešů ve všeobecném regionálním zpravodajství

	Domácí celkem	Regiony celkem	Plzeň celkem
2005	431	99	8
2006	628	209	10
2007	409	109	6
2008	1136	461	19
2009	1320	425	31

Graf č. 3 Vývoj objemu flešů v regionálním všeobecném zpravodajství



Podobný trend ukazuje výzkum ekonomického domácího zpravodajství, kde oproti roku 2005 sledujeme v roce 2009 trojnásobný nárůst. V případě regionálního zpravodajství došlo v roce 2009 ke zěčtyřnásobení objemu flešů a podobný trend můžeme sledovat i v Plzni. Opět se tak potvrzuje, že agentura byla nucena zpravodajsky reagovat na trend přesunutí mnoha kompetencí a rozhodovacích procesů na úroveň krajů, čemuž odpovídá zvýšený počet významných událostí v krajích, které ČTK pokrývá mimo jiné pomocí flešů. Zajímavý je skokový nárůst flešů ekonomického regionálního zpravodajství v roce 2008 spojený se světovou ekonomickou krizí. „Přímo k ekonomické krizi vydala (ČTK, pozn. O.G.) 140 flešů. Popisovala rekordní propady cen akcií i kurzů měn, konkurzy a insolvenční řízení, to vše s ohledem na konkrétní dopady na zaměstnance firem.“¹⁹⁴ Z předchozího je jasné, že krize se musela projevit i na počtu flešů z regionů, což výzkum potvrdil – v roce 2005 představovaly 11 procent objemu flešů domácího ekonomického zpravodajství, v roce 2009 už 19 procent.

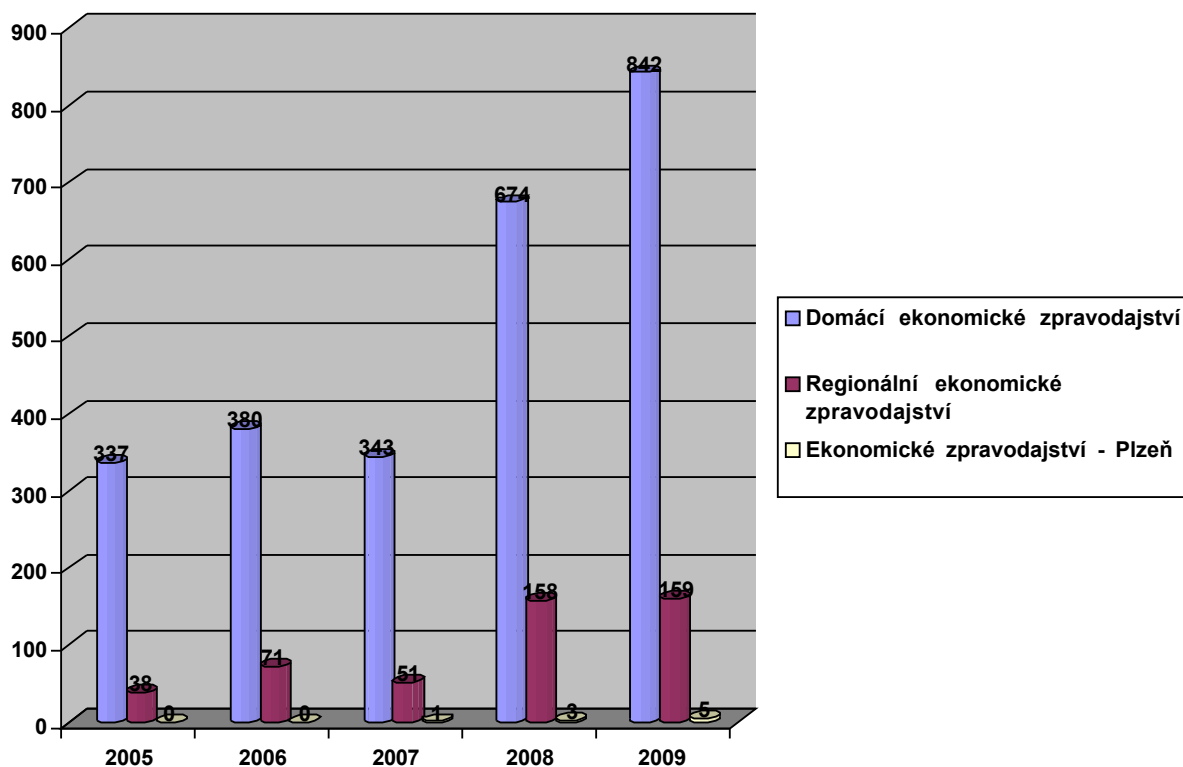
Dalším významným faktorem, který je spojen s vyšším výskytem tohoto formátu zpráv, je neustále rostoucí tlak na rychlost práce agentury, který podpořil hlavně výrazný nástup internetové žurnalistiky. „Zvláštním fenoménem je vývoj na internetu. K výrazným změnám dochází i u hlavních klientů tiskových agentur. To vše vyžaduje, aby agentury pružně přeskupovaly síly a přizpůsobovaly své strategie vývoji vnějšího prostředí,“¹⁹⁵ předvíдалa agentura

194 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2008, s. 8.

195 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2006, s. 5.

v roce 2006. V roce 2008 se pak její předpověď naplnila: „Prakticky všechna média vytvořila své internetové stránky.“¹⁹⁶ Výsledky potvrdily i slova vedoucí regionální redakce Pavlátové, která jako jeden z hlavních trendů regionální žurnalistiky ČTK jmenovala neustálý tlak na rychlost (viz kapitola 3.3), což přímo v terénu potvrdili redaktori z Plzně (viz kapitola 5.4.5).

Graf č. 4 Vývoj objemu flešů v regionálním ekonomickém zpravodajství



Tabulka č. 8 Vývoj objemu flešů v regionálním ekonomickém zpravodajství

	Domácí celkem	Regiony celkem	Plzeň celkem
2005	337	38	0
2006	380	71	0
2007	343	51	1
2008	674	158	3
2009	842	159	5

196 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2007, s. 5.

6.3.3 Headline

Agentura začala headline využívat až v roce 2009 (viz kapitola 3.2.2.1.1), a tak nebylo možné postihnout žádné trendy. Práce tak uvádí jen jejich počty podle priorit – jak ve všeobecném, tak v ekonomickém zpravodajství se ukazuje, že nejvíce využívané jsou headline s prioritou (3) a (1). Ostatní priority se vyskytují pouze okrajově. Pokud v práci bylo uvedeno (viz kapitola 3.2.2.1.1), že headline s prioritou (1) lze vzdáleně srovnávat s bleskem, potom to neplatí u jejich počtů – headline (1) je agenturou ve všeobecném a ekonomickém zpravodajství využíván nesrovnatelně více než tomu bylo u blesku, a to i na regionální úrovni.

Tabulka č. 9 Headline v regionálním všeobecném slovním zpravodajství v roce 2009

	Celkem domácí	Celkem regionální	Celkem Plzeň
Headline, priorita 1	500	155	19
Headline, priorita 2	5	0	0
Headline, priorita 3	3839	1556	190
Headline, priorita 4	26	16	2
Headline, priorita 5	0	0	0
Headline celkem	4370	1727	211

Tabulka č. 10 Headline v regionálním ekonomickém zpravodajství v roce 2009

	Celkem domácí	Celkem regionální	Celkem Plzeň
Headline, priorita 1	238	48	2
Headline, priorita 2	10	0	0
Headline, priorita 3	2711	827	76
Headline, priorita 4	7	1	0
Headline, priorita 5	1	0	0
Headline celkem	2967	876	78

6.3.4 Avízo

Ve sledovaném období agentura v regionálním zpravodajství do roku 2007 vydávala jak ve všeobecném, tak v ekonomickém zpravodajství podobný objem avíz. Tento trend sledujeme i v celkovém domácím zpravodajství. Počet avíz dramaticky rostl v letech 2000 – 2005 (viz kapitola 3.2.2.1.5). Avíza v roce 2005 dosáhla takového objemu, že agentura byla nucena v zájmu zpřehlednění přijít s novým řešením. „Ve srovnání s rokem 2000 vydala ČTK v posledních dvou letech zhruba trojnásobek avíz, tedy stručných informací o tom, co se očekává. Deníky očekávaných událostí byly tak obsáhlé, že se začínala snižovat jejich přehlednost. Proto jejich strukturu agentura přizpůsobila zejména velkým mediálním klientům, kteří potřebují členění událostí podle regionů.“ Od roku 2005 do roku 2007 se tak objem avíz, jak ukazují výsledky, ustálil, v případě avíz z oblasti ekonomického zpravodajství dokonce mírně klesal.

Od roku 2008 však sledujeme v regionech i na celostátní úrovni výraznější pokles objemu avíz, což je pravděpodobně spojeno se zavedením a plným využitím nového redakčního systému, který zásadně změnil práci týkající se očekávaných událostí. „Redakce také pokročily v budování nově koncipované databáze očekávaných událostí. Reportéři a redaktori ČTK vyhledávají informace o čekávaných událostech a ihned je ukládají s příslušnými metadaty. Vzniká tak unikátní rozsáhlá, průběžně aktualizovaná databáze událostí, v níž si klienti mohou sami kdykoli vytvářet pro ně relevantní přehledy aktualit.“¹⁹⁷ Z předchozího vyplývá, že pomyslnou štafetu od avíz převzala právě přehlednější, aktuálnější a uživatelsky přívětivější databáze očekávaných událostí, v níž klienti ČTK vyhledávají informace o „svých“ očekávaných událostech.

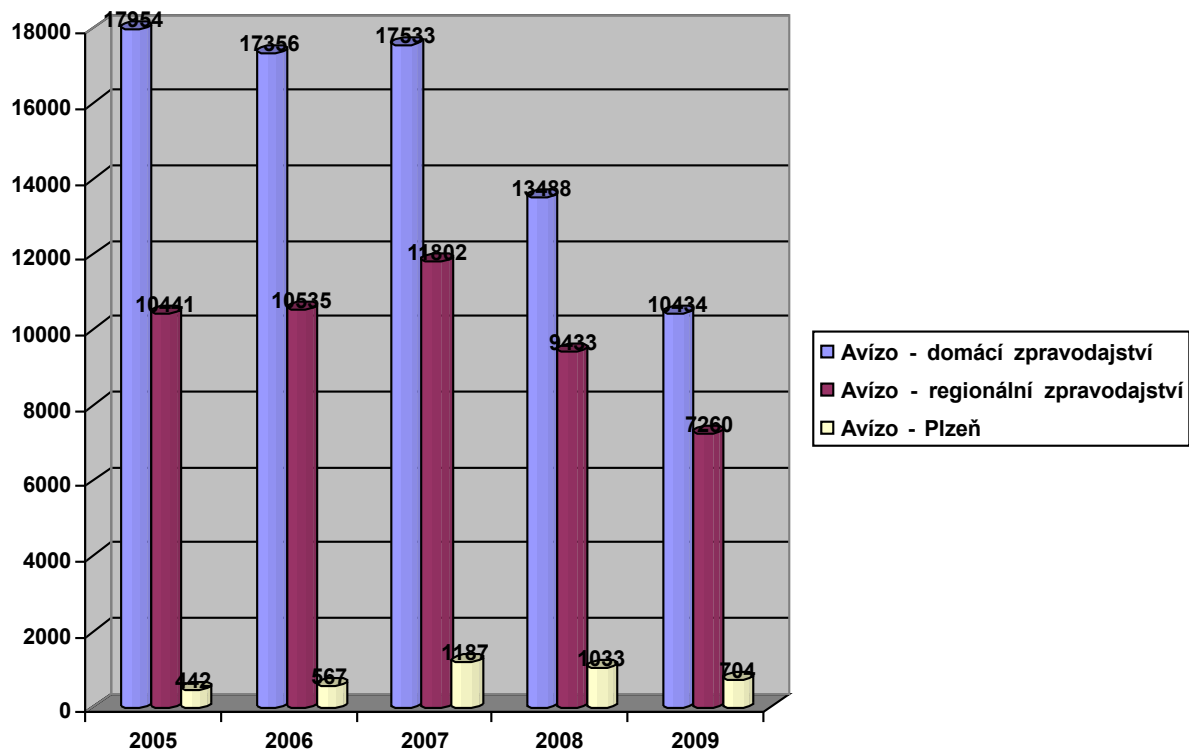
Tento trend kopíruje i vývoj v plzeňské odbočce, kde se v případě všeobecného zpravodajství ukázal největší meziroční pokles až v roce 2009, u ekonomického zpravodajství v roce 2007. Domněnka tamních redaktorů, že avíz v posledních letech přibylo (viz kapitola 4.4.5), se tak ukázala jako mylná.

Tabulka č. 11 Vývoj objemu avíz ve všeobecném regionálním zpravodajství

	Domáci celkem	Celkové regionální	Celkem Plzeň
2005	17954	10441	442
2006	17356	10535	567
2007	17533	11802	1187
2008	13488	9433	1033
2009	10434	7260	704

197 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2006, s. 7.

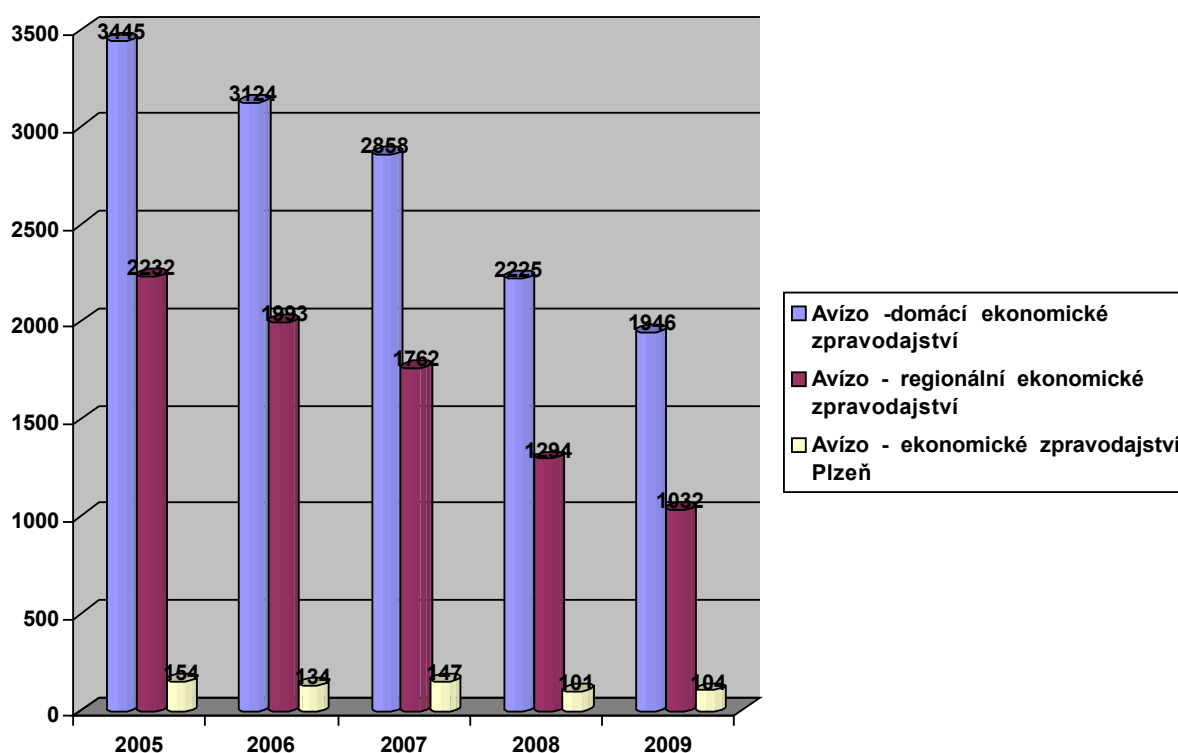
Graf č. 5 Vývoj objemu avíz ve všeobecném regionálním zpravodajství



Tabulka č. 12 Vývoj objemu avíz v ekonomickém regionálním zpravodajství

	Domácí celkem	Celkové regionální	Celkem Plzeň
2005	3445	2232	154
2006	3124	1993	134
2007	2858	1762	147
2008	2225	1294	101
2009	1946	1032	104

Graf č. 6 Vývoj objemu avíz v ekonomickém regionálním zpravodajství



6.4 Multimedialita regionálního zpravodajství ČTK v letech 2005 – 2009: Vývoj objemu zvukového zpravodajství

Se spuštěním nového redakčního systému v roce 2006 mimo jiné agentura získala nové možnosti, jak nakládat se zvukovým zpravodajstvím a klientům začala dodávat audia v lepší kvalitě. „Redakce ČTK také vybavily 120 svých reportérů novými profesionálními digitálními diktafony, aby zásadním způsobem zvýšily kvalitu audiozpravodajství, které od ČTK odebírají na čtyři desítky českých a slovenských rozhlasových stanic.“¹⁹⁸ Na základě pozorování v letech 2005 – 2009 lze jasně říci, že audiozpravodajství bylo pro agenturu prioritou a regionální zpravodajové v rámci něho hráli zásadní roli. V roce 2009 agentura uvedla: „ČTK v roce 2008 vydala zhruba 16 200 zvuků, což oproti roku 2007 představuje nárůst o 24 procent. Zvuky tak zcela automaticky doplňují zejména nejdůležitější sledované události. V nedávném průzkumu klienti zvukového servisu, tedy zejména rádia, kladně hodnotili zvýšení technické úrovně našich zvuků. K dalšímu zlepšení by měla přispět postupná obměna techniky, se kterou ČTK právě v roce 2008 začala tím, že nakoupila asi sto digitálních záznamníků Olympus LS – 10.“¹⁹⁹ Při stejném meziročním srovnání

198 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2006, s. 7.

199 Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2008, s. 8.

u domácího audia vyjde nárůst o 30 procent, u regionálního 24 procent a u audií odbočky Plzeň dokonce o téměř 62 procent.

Počet audií tak ve sledovaném období dramaticky vzrostl, téměř se zdvojnásobil, a to jak ve všeobecném i ekonomickém zpravodajství, na celostátní úrovni i v regionech. Ještě výraznější nárůst sledujeme u samotné plzeňské odbočky, kde v případě ekonomického zvukového zpravodajství došlo téměř k šestinásobnému nárůstu. Nástup multimedializace, o kterém se zmiňuje Pavlátová (*viz kapitola 3.3*), se tak v případě zvukového zpravodajství jasně potvrdil.

Příznačné taktéž je, že regionální zvukové zpravodajství tvořilo skoro po celé sledované období přes polovinu produkce domácích audií, zřetelně to lze pozorovat především u zvukových záznamů ekonomického zpravodajství. Podíl regionů na celkovém objemu se však snížil: v roce 2005 tvořila audia z regionů 66 procent domácích audií, v roce 2009 jen 56 procent. Zajisté se sem promítá fakt, že mnoho rozhlasových stanic žádá právě zprávy z regionů pro svoje krajské mutace (*viz kapitola 3.2.3*).

Tabulka č. 13 Vývoj objemu zvukového servisu regionálního všeobecného zpravodajství v letech 2005 - 2009

	Celkové domácí	Celkové regiony	Celkové Plzeň
2005	4945	3203	263
2006	5122	3059	196
2007	7791	4699	452
2008	10114	5905	753
2009	9613	5162	774

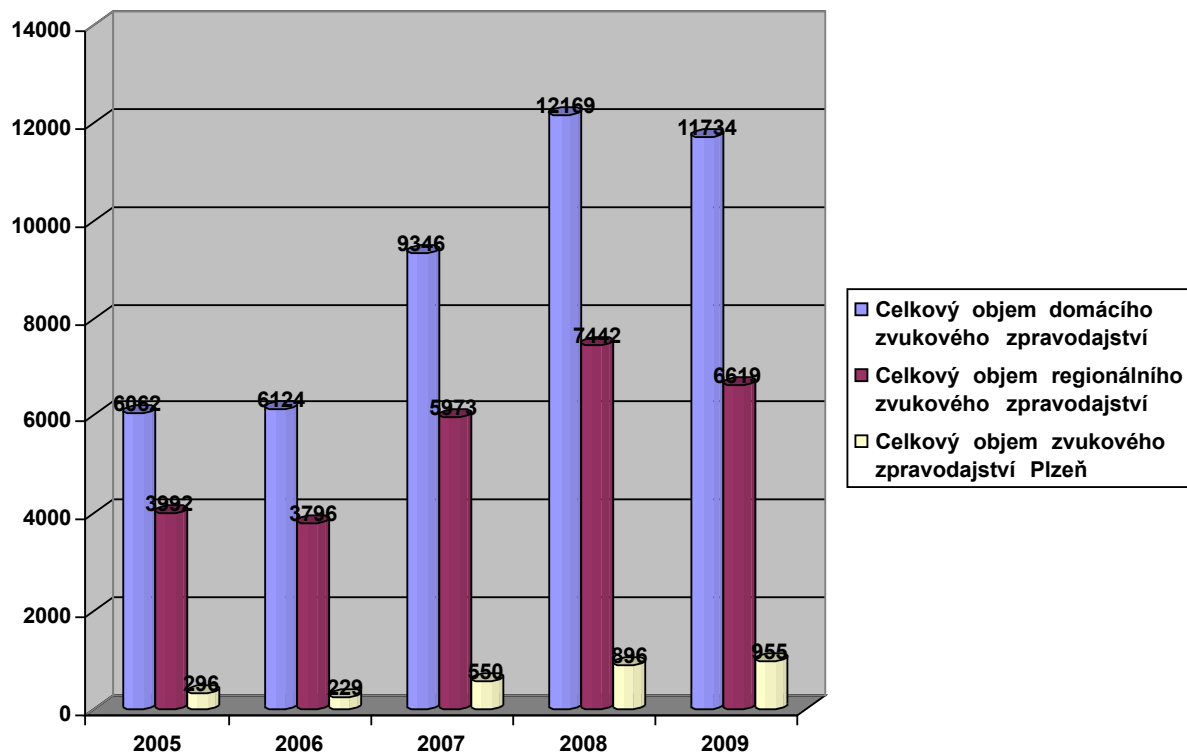
Tabulka č. 14 Vývoj objemu zvukového servisu regionálního ekonomického zpravodajství v letech 2005 - 2009

	Celkové domácí	Celkové regiony	Celkové Plzeň
2005	1117	789	33
2006	1002	737	33
2007	1555	1274	98
2008	2055	1537	143
2009	2121	1457	181

Tabulka č. 15 Vývoj objemu zvukového servisu regionálního zpravodajství v letech 2005 - 2009

	Celkové domácí	Celkové regiony	Celkové Plzeň
2005	6062	3992	296
2006	6124	3796	229
2007	9346	5973	550
2008	12169	7442	896
2009	11734	6619	955

Graf č. 7 Vývoj objemu zvukového servisu regionálního zpravodajství v letech 2005 – 2009



VII. Závěr

Cílem práce bylo popsat současnou podobu regionálních redakcí ČTK a trendy regionálního zpravodajství agentury v letech 2005 – 2009. Jakým způsobem regionální odbočky ČTK pracují, popsat zpravodajské rutiny redaktorů v regionech, u samotné produkce zjistit vývojové trendy v regionech a porovnat je s trendy na celostátní úrovni. Autor kvantifikoval objem zpráv regionálního slovního všeobecného a ekonomického zpravodajství a porovnal zjištění s objemem domácího zpravodajství, kvantifikoval objem zpravodajské produkce v jednotlivých regionálních odbočkách, zjišťoval trendy v tematické agendě regionálního zpravodajství ČTK, sledoval změny ve struktuře formátů zpráv z regionů a promítnutí multimedializace do produkce regionálních redakcí ČTK. Výzkum prokázal, že regionální zpravodajství ČTK prošlo během posledních let zřetelnými změnami.

Objem zpráv z regionů se sice ve sledovaném období snížil, podíl na celkovém všeobecném domácím zpravodajství však nepatrně vzrostl z 51 procent v roce 2005 na 51,5 procenta v roce 2009, na domácím ekonomickém naopak poklesl ze 40 procent v roce 2005 na 33 procent v roce 2009. V regionech se stejně jako na celostátní úrovni projevuje snaha agentury nezvyšovat celkový počet zpráv.

Výzkum dále zjistil posun v tematické agendě regionů. Na základě zkoumaného vzorku se nepotvrdila slova Dany Pavlátové, že klesá objem zpravodajství týkajícího se drobných nehod a soudů a naopak stoupá objem zpravodajství s celostátním přesahem. Zpravodajství typu „drobná kriminalita a nehody“ se drží na stejné úrovni, objem zpráv s celostátním přesahem naopak stoupá. I přes jasně rostoucí podíl evropských témat na regionálním zpravodajství ČTK je počet zpráv týkajících se nehod a kriminality o řád vyšší – v roce 2009 bylo zpráv typu „drobná kriminalita a nehody“ 13 604, zpráv týkajících se evropských témat 1 882.

Význam regionů v domácím zpravodajství ve sledovaném období vzrostl, lze to dokladovat na výsledku zkoumání formátu zpráv. Objem zpráv s vysokou prioritou v regionech zaznamenal čtyřnásobný nárůst, podíl flešů z regionů na celkovém domácím zpravodajství se zvýšil – v roce 2005 tvořily 23 procent celkového objemu domácích flešů, v roce 2009 však už představovaly 32 procent celkového objemu flešů v domácím zpravodajství. Tento trend navíc v kombinaci s nástupem headlineů potvrzuje snahy agentury o neustálé zvyšování rychlosti zpravodajství, tak aby byla schopna vyhovět požadavkům současných klientů.

Agentura se také ve sledovaném období snažila o přehlednější systém očekávaných událostí. Výzkum ukázal, že se to projevilo na počtu avíz, která jsou nyní spíše doplňkem k informacím z databáze očekávaných událostí. Objem avíz v regionech ve sledovaném období výrazně klesl a kopíroval trendy celkového domácího zpravodajství.

Dalším trendem, který byl na základě výzkumu zjištěn, je zvyšující se multimedialita zpravodajské produkce v regionech. Vzhledem k nedávnému zavedení je v případě audiovizuálního zpravodajství příliš brzo na postihnutí trendu, a tak se výzkum věnoval pouze zvukovému zpravodajství, které ve sledovaném období zaznamenalo drtivý nárůst. Jeho objem se téměř zečtyřnásobil. Zároveň se ukázalo, že zvukové zpravodajství z regionů tvoří zásadní část celkového zvukového domácího zpravodajství. Podíl regionů na celkovém objemu audií se však snížil: v roce 2005 tvořila audia z regionů 66 procent domácích audií, v roce 2009 jen 56 procent.

Pozorování v terénu ukázalo celou řadu rutin regionálních redaktorů. Potvrdilo, že i v ČTK moderní regionální žurnalistika klade na redaktory vysoké nároky na univerzalitu – musí být schopni zaznamenat informace ze všech zpravodajských oblastí, navíc v důsledku nastupující multimediality musí být schopni událost zaznamenat ve více mediálních formátech. Regionální novináři ČTK mají zdánlivě velkou míru autonomie při své práci, zároveň jsou však neustále kontrolováni a řízeni ústředím. Náplň jejich práce lze rozdělit do tří oblastí: doplňování informací do databáze událostí, zpracovávání informací o očekávaných událostech a zpracovávání informací o neočekávaných událostech.

Práce může posloužit jako základ k dalšímu výzkumu regionálního zpravodajství ČTK. Množství témat, která tato oblast nabízí, je velké. Zajímavé by bylo zkoumat, do jaké míry regionální odbočky ČTK ovlivňují agendu místních deníků, zaměřit se na samotné regionální novináře ČTK a pomocí dotazníkového šetření a focus groups zjistit např. poměr zkušených a nezkušených redaktorů v regionech ČTK. Na samostatnou práci by vydala důkladná analýza trendů v tematickém zaměření regionálních redakcí ČTK. Velkým námětem je mohutný nástup multimedializace, která otevírá další nepřebornou oblast bádání.

VIII. Summary

This graduation thesis „*Tendencies of development in regional news service of ČTK*” deals with regional news service of ČTK during 2005 – 2009 period and tries to describe its form and latest trends of development. It also includes a field trip to regional redaction of ČTK in Plzeň in order to describe routines of local journalists and also to compare findings from the field with theory and with quantified data picked from ČTK infobank. Data learned from infobank are also compared with statements of ČTK in its annual reports, trends of ČTK regional general and regional business news service are compared with trends of ČTK domestic and business news service. The author also features the excursion to history of regional news service of ČTK. This graduation thesis is theoretically based on routines of journalist organization, role of regional journalist and standing of press agency in medial system.

The research proves that importance of regional news service of ČTK has risen during 2005 - 2009 period. Its size has lowered, but its proportion in domestic news service has raised from 51 per cents in 2005 to 51,5 per cents in 2009 and has lowered from 40 per cents in 2005 to 33 per cents in 2009 in case of business news service. We can observe the effort of agency not to increase the size of news from regions.

The research also found topical shift of regional news services. The examined sample did not confirm words of ČTK regional news service head Ing. Dana Pavlátová that the amount of news related to small crashes and local courts has decreased and the amount of nationwide news has raised. The author found out that the first format of news has stayed on the same level, while the amount of the other format of news has raised.

The importance of regional news is also confirmed by research of news format – the amount of news with high priority has multiplied 4 times, their proportion in home news service has raised. This trend combined with launch of headlines proves that ČTK seeks to speed up its news service in order to oblige demands of its clients.

ČTK also launched new information system called schedule of events, which has lowered the amount of avises in regions and also at national level. Another trend of regional news service confirmed by the research is raising of multimediality. Unfortunately, it is too early to catch any trend in audiovizual news service of ČTK in regions, so the author focused on audio news service, whose amount has dramatically raised – its amount has multiplied 4 times, we can also say that regional audio service makes fundamental part of domestic audio service.

The field trip disclosed many routines of regional journalists. It confirms that modern regional journalism of ČTK demands versatility – journalists have to be able to write about events from any sphere and they also have to be able to report about the event in any news format.

Regional journalists of ČTK have huge amount of independence, but they are regularly supervised by the centre. Their work consists of topping up informations into schedules of events, processing of expected events and processing of unexpected events.

This thesis can serve as base for further research of regional news service of ČTK. The amount of possible themes is huge. It would be interesting to investigate the influence of ČTK regional news service on regional/local newspapers, to investigate regional journalists through focus groups method, to aim for regional theme shift and last but not least, multimediality offers whole bunch of research themes.