

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM

2011 – 2013

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Jiří Daníček

**Fenomén rychlosti v rozhlasovém vysílání a jeho dopad na
kvalitu informací**

Praha 2013

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Ladislav Vonz

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER COMBINED STUDIES

2011-2013

DIPLOMA THESIS

Jiří Daníček

**The phenomenon of speed in radio broadcasting and its
impact on the quality of information**

Prague 2013

The Diploma Thesis Work Supervisor: Mgr. Ladislav Vonz

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpal, v práci řádně cituji a uvádím v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 28. 2. 2013

Jiří Daníček

Poděkování

Poděkování patří především vedoucímu mé diplomové práce, Mgr. Ladislavu Vonzovi, za vstřícný a poctivý přístup, podnětné rady, konstruktivní vedení i inspirativní zpětnou vazbu. Děkuji také RNDr. Jaroslavu Hukovi za připomínky k praktické části, především k dotazníku. Těžko bych se také obešel bez trpělivosti a podpory blízkých v době studia i psaní této práce.

Anotace

Tato diplomová práce se zabývá rychlostí a přesností rozhlasového zpravodajství, tedy základními normativními požadavky na kvalitní žurnalistiku. V době, kdy se informace šíří závratnou rychlostí, dostávají se tyto dvě hodnoty do konfliktu. Práce proto zkoumá přístup odborné literatury, ale i posluchačů a odborníků k rychlosti informací a jejímu vlivu na přesnost, snaží se najít vhodná řešení použitelná pro praxi. Uvádí i negativní důsledky, které může mít nepřesná informace předaná posluchačům. Popisuje proměny publika v době internetu. Zabývá se tím, co posluchači požadují, co je pro ně přijatelné a jak se na stejný problém dívají mediální profesionálové. Analýza vzorku zpravodajských relací také ukazuje, jaký je skutečný vliv rychlosti na kvalitu zpravodajství.

Klíčové pojmy:

Aktuálnost, dezinformace, etika, fáma, internet, kulisový poslech, manipulace, mediální gramotnost, mystifikace, normativní požadavky, ověřování, poslechovost, přesnost, publikum, rozhlas, rychlost, zpravodajská hodnota.

Annotation

This diploma thesis deals with radio broadcasting speed and accuracy, which are the basic normative requirements of quality journalism. Today, when information spreads quickly, these two values conflict with each other. This work scrutinizes the approach of literature, as well as audience and professionals to the speed of information and its influence on accuracy. It also tries to find suitable solutions which can be used in practice and enumerates negative consequences which can result from presenting inaccurate information to the audience. It describes audience changes in the internet age. Furthermore, it deals with what the audience requires, what is acceptable for them and what is the opinion of media professionals about the same problem. The analysis of radio news samples also shows, what is the real impact of speed on news service.

Key words

Currency, disinformation, ethics, rumour, internet, background listening, manipulation, media literacy, mystification, normative requirements, verification, reach, accuracy, audience, radio, speed, news value.

OBSAH

OBSAH	7
ÚVOD.....	9
TEORETICKÁ ČÁST.....	12
1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA	13
1.1 Médium	13
1.1.1 <i>Forma vlastnictví</i>	14
1.1.2 <i>Hromadné sdělovací prostředky a jejich specifika</i>	15
1.1.2.1 Tisk	15
1.1.2.2 Rozhlas	16
1.1.2.3 Televize	18
1.1.2.4 Internet.....	19
1.1.2.5 Tiskové agentury	20
1.2 Obecné principy žurnalistiky.....	21
1.2.1 <i>Zpravodajské hodnoty</i>	24
1.2.2 <i>Normativní požadavky na zpravodajství, regulace a autoregulace</i>	27
1.2.2.1 Normativní požadavky	27
1.2.2.2 Autoregulace.....	30
1.2.2.3 Právní regulace médií	31
2 RADIOŽURNÁL A RÁDIO IMPULS V ROCE 2013	33
2.1 Od počátků rozhlasu k duálnímu systému vysílání	33
2.2 Zpravodajství Radiožurnálu a Rádía Impuls	35
2.2.1 <i>Vymezení Radiožurnálu a Rádía Impuls</i>	35
2.2.2 <i>Financování a personální zázemí</i>	36
2.2.3 <i>Zpravodajské zdroje</i>	37
2.2.4 <i>Přístup k přesnosti a rychlosti</i>	38
2.3 Poslechovost.....	40
3 PROMĚNY ROZHLASOVÉHO ZPRAVODAJSTVÍ VE VĚKU INTERNETU....	42
3.1 Specifika rozhlasové žurnalistiky.....	42
3.2 Proměny žurnalistiky v době kvartárních (digitálních) médií.....	43
3.3 Zásah do zpravodajských hodnot	47
3.3.1 <i>Konflikt mezi rychlostí a přesností</i>	47
3.3.2 <i>Reakce médií na změny</i>	48
4 PŘÍKLADY NEGATIVNÍHO VLIVU RYCHLOSTI NA PŘESNOST	49
4.1 Problém reality a mediální reprezentace	49
4.2 Dopad na publikum	51
4.3 Typologie chyb.....	53
4.4 Příklady záměrných mystifikací	54
4.5 Selhání v důsledku upřednostnění rychlosti před přesností	56

PRAKTICKÁ ČÁST	58
5 PŘÍPRAVNÁ FÁZE	59
5.1 Cíle	59
5.2 Hypotézy	60
5.3 Metody.....	61
5.4 Popis zkoumaných vzorků.....	62
5.5 Harmonogram.....	63
6 ANALÝZA DAT	64
6.1 Průzkum mezi posluchači.....	64
6.2 Průzkum mezi pracovníky médií.....	79
6.3 Rychlost médií.....	89
6.4 Analýza relací Radiožurnálu a Impulsu	92
6.4.1 <i>Krach CK Vivamonde</i>	93
6.4.2 <i>Pád letadla v Jaroslavi</i>	93
6.4.3 <i>Atentát v Belgii</i>	94
6.4.4 <i>Smrt Václava Havla</i>	95
6.4.5 <i>Oběšený soudce</i>	95
6.4.6 <i>Plzeňská práva</i>	96
6.4.7 <i>Smrt Lukáše Příbyla</i>	96
6.4.8 <i>Hromadná nehoda</i>	97
6.4.9 <i>Srážka vlaků v Polsku</i>	97
6.4.10 <i>Hořící hrad</i>	98
6.4.11 <i>Nehoda belgického autobusu</i>	99
6.4.12 <i>Střelec ve Francii</i>	99
6.4.13 <i>Rezignace Josefa Dobeše</i>	100
6.4.14 <i>Hrozící pád vlády</i>	100
6.5 Hlubkové expertní rozhovory.....	103
6.5.1 <i>Pozice rádia jako nejrychlejšího média</i>	103
6.5.2 <i>Problém konfliktu rychlosti a přesnosti</i>	103
6.5.3 <i>Další příležitosti rádií</i>	104
7 VYHODNOCENÍ HYPOTÉZ	105
ZÁVĚR	107
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	110
SEZNAM TABULEK A GRAFŮ	118
SEZNAM PŘÍLOH.....	119

ÚVOD

U řady profesí se setkáváme s požadavkem na přesnost. Lékař se musí rozhodovat rychle, musí ale pracovat přesně. Kdyby dal přednost rychlosti před přesností, hrozí pacientovi úmrtí. I po řidičích chtějí majitelé firmy, aby zakázku doručili co nejrychleji. Pokud dají přednost rychlosti, ohrožují nejen sebe, ale i další řidiče na silnicích a chodce, auto se může stát smrtící zbraní. I novináři se setkávají s tlakem na rychlost. Jejich šéfové, čtenáři, diváci a posluchači chtějí přesné informace, ale zároveň je požadují rychle. Novináře to často staví před nelehkou volbu, v některých okamžicích se musejí zkrátka rozhodnout buď pro přesnost, nebo rychlost.

Novináři mají tu výhodu, že nepřesnost nemá tragické dopady na životy lidí, nezabíjí. Může ale i tak napáchat obrovské škody. Hrozí například panika, lidé mohou na základě zpráv učinit špatná rozhodnutí. Hrozí také, že utrpí důvěryhodnost média, což pro něj může mít existenční důsledky. BBC například svým zpravodajům ulehčila práci, dala jasně najevo, že přesnost má přednost před rychlostí. Takové opatření ale není běžné a novinářům tak hrozí, že se v každém případě rozhodnou špatně.

Přesnost a rychlost patří mezi základní zpravodajské hodnoty. Zejména rozhlasové zpravodajství na ně klade velké nároky. Už kvůli specifickým vlastnostem tohoto média. Obecným požadavkem je rychlé informování, rádia by měla v ideálním případě přinášet zprávy o tom, co se děje právě teď. Na rozdíl od jiných médií k tomu mají technické dispozice. I přesnost je velice důležitá. Zpravodajství je totiž jednou z mála možností, jak můžeme získávat důležité a profesionálně zpracované důvěryhodné informace. Rozhlas má ale několik nevýhod. Posluchači mohou vnímat pouze auditivní, nikoli vizuální vjemy. Poslouchají navíc kulisově, tedy zpravidla při jiné činnosti, ne příliš pozorně. Vzhledem k tomu, že nemají možnost se k informaci vrátit, prověřit, nepřesná informace může mít nedožrnné negativní dopady.

Každý technologický pokrok s sebou přináší kromě výhod i nevýhody a rizika. Vynálezem knihtisku se začaly informace šířit mezi obrovské množství lidí a stouply nároky na jejich kvalitu. Žurnalistika se postupně profesionalizovala. S vynálezem telefonu a telegrafu se zvýšila rychlost získávání a šíření informací, což zvýšilo zároveň i nároky na profesní zdatnost žurnalistů. Dnes žijeme v době, kdy díky mobilním

telefonům a internetu získává novinář informace o události téměř okamžitě a je schopný je ihned zpracovat a zveřejnit. O dění ve světě kolem nás se dozvídáme prakticky v přímém přenosu.

Novináři se musejí rozhodovat okamžitě. Nemají čas na dlouhé přemýšlení a složité ověřování. Je potřeba rychle posoudit věrohodnost informace, přesně vědět, u koho ji ověřit, a bleskově ji zpracovat, aby prodleva mezi událostí samotnou a informováním o ní byla minimální. Nezřídka se tak ale žurnalisté dostávají do schizofrenní situace. Normativní požadavky jmenují rychlost i přesnost na stejné úrovni. I mediální publikum požaduje rychlé, ale zároveň přesné informace. Tím ovšem vzniká obrovský tlak. Ne vždy je možné včas získat relevantní údaje a novinář je nucený se okamžitě rozhodnout, jestli dá přednost rychlosti, nebo přesnosti. Když k tomu přičteme stále nedostatečnou mediální gramotnost publika, jeho obrovskou důvěru v média a to, že jeho možnosti získávat informace o aktuálním dění jsou omezené, na první pohled vidíme, jak velká zodpovědnost na novinářích leží.

Právě konfliktu obou normativních požadavků se věnuje tato diplomová práce. Cílem je zjistit, jak velký vliv má současná rychlost přenosu informací na přesnost zpravodajství. Ideálním studijním materiálem je rozhlasové zpravodajství, které je díky svým technickým možnostem schopné předávat informace okamžitě. Nemusí jako tisk čekat do druhého dne, až obsah projde tiskárnou a distributoři ho dopraví do schránek a obchodů. Nemusí jako televize čekat na doprovodné záběry. Může informovat ihned.

Aby byl pohled na problematiku komplexní, obsahem této práce jsou nejen poznatky nabízené odbornou literaturou. Cílem bylo také zjistit, co sami posluchači požadují, co je pro ně přijatelné a s čím nejsou ochotní se smířit. Zároveň se autor zajímal o pohled mediálních profesionálů. O to, jak často jsou vystaveni rozhodování mezi rychlostí a přesností, s jakými potížemi se v tomto ohledu nejčastěji potýkají, nakolik je jejich přístup k této problematice totožný nebo odlišný ve srovnání s požadavky posluchačů, zda je podle novinářů naplnění těchto jejich představ vůbec reálné. Autor se také snaží hledat řešení, které by mohlo být prospěšné oběma stranám, tedy posluchačům i novinářům.

Tomu odpovídají i zvolené metody. Základním stavebním kamenem je práce s odbornou literaturou, která popisuje, jak by měl novinář s informací pracovat, aby se o ní dalo hovořit jako o kvalitní, a nabízí i postupy. Metodou rešerše se podařilo vyhledat negativní příklady vlivu rychlosti na přesnost. Průzkum provedený formou dotazníku mezi čtyřmi sty respondenty umožnil získat informace o vnímání této problematiky posluchači. Druhý dotazník ukazuje, jak na ni nahlíží druhá strana, tedy pracovníci médií. V tomto případě přispělo několik desítek novinářů. Analýza vzorku rozhlasových zpravodajských relací ukazuje, jak velký je ve skutečnosti vliv rychlosti na kvalitu informací a nakolik tedy reálný výsledek koreluje s představami respondentů, nakolik oprávněné je tvrzení, že rychlost má negativní vliv na přesnost. Další rešerše umožnila vytvořit objektivní srovnání rychlosti jednotlivých mediálních kanálů (ČTK, rádia, televize, zpravodajské weby). Podnětné myšlenky přinesly i rozhovory s významnými profesionály - PhDr. Václavem Moravcem (novinář a pedagog) a Andym Baubienem (mediální konzultant evropských rádií se zkušenostmi například z amerických rádií ABC Radio a CBS Radio).

Všechny tyto metody mají pomoci potvrdit nebo vyvrátit konkrétní hypotézy, které jsou podrobně popsány v úvodu praktické části diplomové práce. Závěrečná část tohoto textu shrnuje poznatky popsány v odborné literatuře, doplňuje je o nové aktuální poznatky získané metodami použitými v praktické části. Hlavním cílem je totiž porovnat přístup laické veřejnosti, mediálních profesionálů, odborné literatury i expertů oslovených pro účely této diplomové práce a navrhnout možnosti řešení, přinést podnětné myšlenky, které by mohli rozhlasoví zpravodajové, ale i další mediální profesionálové, využít ve své praxi, při svém každodenním rozhodování.

Tyto poznatky ovšem stejně tak můžou využít i pedagogové, kteří mají ve svých školách na starosti mediální výchovu. Lépe pochopí praktické fungování médií a mohou podle toho korigovat mnohdy nereálná očekávání svých studentů od zpravodajství. Právě vzájemné pochopení mezi tvůrci zpravodajství a příjemci informací může vést k symbióze. Pracovníci médií by totiž měli dobře znát své publikum a jeho požadavky. Zároveň je ale potřeba, aby konzumenti zpravodajství znali realitu a rizika žurnalistické práce. Aby věděli, jak získané informace správně vyhodnocovat a jak s nimi nakládat.

TEORETICKÁ ČÁST

1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

1.1 Médium

Média hrají v životě společnosti nezastupitelnou úlohu. Lidé mají nejen díky internetu řadu možností, jak získávat informace. Přesto základním zdrojem představ o dění kolem nich zůstávají mediální obsahy. „**Média** mají obvykle podobu velkých **mediálních organizací**, jejich sdělení jsou veřejně dostupná, standardizovaná, vyráběná mediálními profesionály a za pomoci technických aparátů šířená k velkému, heterogennímu a disperznímu publiku.“ (Reifová, 2004, s. 139)

Pro běžného člověka je bez médií takřka nemožné dostávat se k velkému množství profesionálně zpracovaných informací, na které se může do velké míry spolehnout. Podle Jiráka a Köpplové (2009, s. 21) totiž není problém ani tak v dostupnosti informací, jako v možnostech, které oproti jednotlivci média mají. „Masová média si postupem času vytvořila výrobní postupy, které jim dovolují produkovat obsahy aktuálně, tedy rychle, v krátkých, pravidelných periodách (jako denní tisk), nebo dokonce průběžně (jako rozhlas a televize či internetová média).“

Mediální organizace mají v zásadě dva **cíle**. Prvním je naplňovat společenskou poptávku a tím maximalizovat svůj zisk a v tomto ohledu fungují stejně, jako ostatní organizace na trhu. Druhým cílem je naplňovat veřejný zájem, především poskytovat informace a prostor pro střet názorů (Reifová, 2004, s. 174). Snaží se naplňovat několik **funkcí**. Burton a Jirák (2001, s. 142-143) vyjmenovávají mezi základními zábavní, informační, kulturní, sociální a politickou funkci. Tato diplomová práce se soustředí především na naplňování informační funkce. Zkoumá zejména faktory, které ovlivňují kvalitu rozhlasového zpravodajství.

Pro zkoumání je důležité uvědomovat si rozdíly mezi jednotlivými typy médií, ať už z hlediska vlastnictví nebo použité technologie. Obojí přináší specifika, která ovlivňují přístup k informacím i způsob jejich zpracování. Jiná kritéria jsou obecně kladená na zpravodajství veřejnoprávních a soukromých médií, jiná na tištěná a elektronická média.

1.1.1 Forma vlastnictví

Forma vlastnictví do značné míry ovlivňuje naplňování jednotlivých funkcí médií. V České republice začal po roce 1989 fungovat takzvaný **duální systém vysílání** (Reifová, 2004, s. 246). Pojem se vztahuje k rozhlasovému a televiznímu vysílání. V tomto systému vedle sebe působí veřejnoprávní a soukromá média. Média veřejné služby u nás jsou zřízena speciálním zákonem. V případě Českého rozhlasu jde o zákon o Českém rozhlasu. Jeho posláním je poskytovat veřejnou službu. Jedním ze stěžejních úkolů je *„poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů.“* (Zákon č. 484 ze dne 7. listopadu 1991, o Českém rozhlasu, s. 2303) Soukromá média naopak vznikají s cílem vytvářet zisk a základem jejich ekonomického fungování jsou příjmy z reklamy.

Z toho pramení i odlišnosti ve stavbě programu. Veřejnoprávní instituce se snaží naplňovat své povinnosti dané zákonem, především zajistit co nejširší tok informací. Naopak soukromé stanice zaměřují svůj program na konkrétní cílové publikum a snaží se uspokojovat jeho potřeby. Maršík (1995, s. 11) jim přisuzuje hlavně uspokojování potřeby relaxace a odpočinku. Trampota (2006, s. 152) připomíná, že právě finanční stránka hraje velkou roli. Jak už jsme uvedli, cílem soukromých médií je vytvářet zisk. Podle Trampoty se snaží vytvářet své obsahy s menšími finančními náklady. Ovlivňuje to nejen bohatost, ale i kvalitu zpravodajství. Burton a Jiráček (2001, s. 97) dokonce tvrdí, že *„nedostatek finančních prostředků je - téměř jistě - zárukou špatného mediálního produktu“*.

V této práci se zaměříme zejména na rádia, která se profilují jako zpravodajská, tedy Český rozhlas 1 - Radiožurnál a Rádio Impuls. V praktické části budeme zkoumat, jak přesné jsou informace poskytované těmito dvěma rádii a nakolik tedy platí tvrzení, že menší částka vynakládaná na zpravodajství je automaticky zárukou jeho špatné úrovně.

1.1.2 Hromadné sdělovací prostředky a jejich specifika

Obrovský vliv médií na naše životy naznačuje i čas, který u nich trávíme. Nejvíc se věnujeme spánku a práci, hned za nimi zaujímá třetí místo sledování médií. V Česku jsme v roce 2000 trávili přibližně 40 hodin týdně, v USA dokonce kolem šedesáti. Obecně převažuje sledování televize (Musil, 2010, s. 42). V následující části se zaměříme na fungování jednotlivých typů médií. Každé z nich je založené na jiném principu, používá jiné postupy, jsou na něj kladené jiné nároky a zcela rozdílně se tak potýká s požadavky na rychlost a přesnost. Zaměříme se i na to, jak se jednotlivá média vzájemně ovlivňují a jak se jejich práce proměňuje.

1.1.2.1 Tisk

Tištěnými médii rozumíme knihy, brožurky, letáky, noviny i časopisy a další. Pro účely této práce budeme tiskem označovat pouze periodika, především deníky a týdeníky.

Tisk byl v době svého vzniku jedinou možností, jak šířit nejnovější informace mezi velké množství lidí. Výhodou byla aktuálnost, periodicita, obsahová pestrost, dostupnost. V průběhu staletí se ale jeho pozice změnila. S nástupem rozhlasu a televize se stala výhodou jeho papírová forma a možnost jeho využití kdykoli a kdekoli. S rostoucím využíváním internetu v dnešní době i tyto charakteristiky ztrácejí na významu (Reifová, 2004, s. 165). Stejně tak se posunulo vnímání aktuálnosti. Tištěná média se jí snažila docílit například publikováním ranních, poledních a večerních vydání. I to ustupuje. Tisk si hledá novou pozici, pokouší se nabízet nové výhody. Snaží se například zužitkovat možnost větší analytičnosti, využívat prostoru pro investigativní žurnalistiku. „*Tištěná periodika spíše snesou rozsáhlejší, analytické obsahy, neboť čtenář se může v textu vracet, promýšlet ho, archivovat apod.*“ (Jirák, 2009, s. 251)

V důsledku obecného tlaku na aktuálnost se ani tisku nevyhnul proces **konvergence**, tedy „*průběžné sbližování médií z hlediska přípravy, distribuce a vnímání obsahu.*“ (Reifová, 2004, s. 111) Vznikl například ekonomický a zpravodajský server Hospodářských novin iHned.cz. Další server Novinky.cz vznikl jako on-line magazín deníku Právo. Server iDnes.cz úzce spolupracuje s Mladou

frontou Dnes. Zpravodajský web iRegiony.cz je zase společným projektem Rádía Impuls a vydavatele regionálních Deníků Vltava-Labe-Press. Jirák a Köpplová (2009, s. 251) si všímají i vlivu televize. Tisk se jí snaží vyrovnat svou vizuální podobou, například používáním bohaté grafiky, barev, fotografií.

Tištěná média také musejí více pracovat s výzkumy, čtenářovou psychikou a pozorností. Podle Russ-Mohla a Bakičové (2005, s. 133) je adresátem oko, které ovlivňuje naši náladu a pocity. K textům se podle nich dostáváme přes obrázky, proto jsou grafika a fotografie čím dál důležitější. Podle amerických vědců přitahují barevné obrázky víc pozornosti. Kratší texty zase způsobují pocit, že čtení nám nezabere příliš času. Obrovská pozornost je věnována tvorbě titulků, které čtenáře přimějí ke čtení. I vzhled novin přenechávají vydavatelství odborníkům. Je potřeba s ním pracovat citlivě, protože *„časté a radikální změny vzhledu (outfitu) pravidelné čtenáře většinou ruší. Připoutání čtenářů k listu, jejich vztah k němu vzniká také kontinuitou, která současně usnadňuje orientaci.“* (tamtéž, s. 135)

Z hlediska tématu této diplomové práce je obrovskou výhodou tisku čas. Tlak na rychlé zpracování není tak silný jako u elektronických médií. Redaktoři jsou limitovaní především uzávěrkou. S výjimkou nenadálých událostí, které se odehrají těsně před ní, mají více času na ověřování informací a jejich analytické zpracování.

1.1.2.2 Rozhlas

Specifika rozhlasového zpravodajství podrobně popíšeme v kapitole 1.3.2. Zde se omezíme pouze na základní charakteristiku a vymezení vůči ostatním typům médií. I pozice rozhlasu se v průběhu jeho existence změnila. V době vzniku v roce 1923 čerpal zprávy z tištěných médií. Postupně si ale vybudoval vlastní zpravodajství a tisku se stal naopak obrovskou konkurencí. Těžil především ze své **aktuálnosti**. Rozvoj technologií ale donutil i rádia, aby se přizpůsobila a dokázala tak konkurovat dalším médiím. První ránu rozhlasu zasadil příchod televize a soupeření o poslechovost ve večerních hodinách (Reifová, 2004, s. 218). Prime time rádií spadá totiž do **ranních hodin**, naopak v době prime time televizí, tedy večer, velmi složitě bojují o pozornost. Příchod televize podle Reifové také zvýraznil další vlastnost rozhlasu, **kulisový poslech**. Umožňuje příjemcům kromě poslechu souběžně vykonávat i další činnosti.

Díky **mobilitě** přístrojů je možné navíc rádia poslouchat prakticky kdekoli. To ale současně přináší specifické nároky na rozhlasovou tvorbu.

Práci rádií také významně ovlivnil internet. Umožnil jim sice téměř okamžitě získávat informace o dění i ve vzdálených oblastech, zároveň tím ovšem změnil chápání aktuálnosti a zvýšil tlak na rychlost. Rádia se také snaží zůstatvát jedním z nejrychlejších médií a vstoupila proto do přímé konkurence zpravodajským webům. Vznikají nejen internetové stránky samotných stanic, které umožňují získávat informace o programu, dění v rádiích (www.rozhlas.cz, www.impuls.cz), ale i zpravodajské weby. Jak už jsme zmínili výše, ve spolupráci s vydavatelstvím Vltava-Labe-Press například vznikl zpravodajský web rádia Impuls www.iregiony.cz. Také webové stránky Českého rozhlasu se profilují jako zpravodajské. I zde dochází ke konvergenci médií. Rádia například na svých internetových stránkách využívají své zvukové nahrávky, dokonce sem umisťují i videonahrávky vybraných pořadů. Posluchači navíc mají také možnost poslouchat rádia on-line na internetu nebo v mobilních telefonech.

Internet také rádiím umožňuje posilovat dojem interaktivity. I když jde stále o jednosměrnou komunikaci, posluchači nabízí pocit, že se může aktivně zapojovat. Příkladem je projekt Českého rozhlasu Jdu svou cestou, dostupný na stránkách www.jdusvoucestou.cz. Uživatelé si sami zvolí poměr informací, kultury, vzdělávání a hudby, které chtějí poslouchat.

Nepochybnou výhodou rádií je možnost informovat o aktuálním dění, a to až do takové míry, že se o něm posluchač může dozvídat přímo v průběhu události (Osvaldová, 2007, s. 240). Rádia mají možnost **kontinuálně** zpravovat o vývoji událostí a udržet tak pozornost posluchače v delším časovém úseku. Rychlost rádií ale zároveň přináší i zvýšené nároky na **přesnost** (Osvaldová, 2005, s. 61). Zpravodajství totiž vzniká často v časové tísní. V ní se odehrává i ověřování informací. Specifikem rádií je podstata auditivního média. Příjem probíhá pouze prostřednictvím sluchu. Informace si navíc můžeme poslechnout jen jednou. Russ-Mohl a Bakičová (2005, s. 141) zdůrazňují důležitost **teasingu**, tedy udržování pozornosti a napětí. Velmi důležité je podle nich zpracovávat zprávy stručně, jednoduše, bez komplikovaných návratů a vsuvek. I to s sebou přináší riziko. Hrozí nepřesnost, zkreslení (Osvaldová, 2005, s. 61).

1.1.2.3 Televize

Televize má ze všech médií nejzásadnější vliv na volný čas Čechů. Slovník mediální komunikace ji označuje za fenomén, který dokonce spoluurčuje vnímání veřejného dění a ovlivňuje politické rozhodování (Reifová, 2004, s. 260). Musil to dokládá i čísly. Například obyvatelé Spojených států v roce 2005 věnovali sledování televize 32 hodin týdně. U nás 25 hodin. Přitom například ve Švýcarsku je to jen 17 hodin (Musil, 2010, s. 42).

Důvod je jednoduchý. Televize je audiovizuálním médiem, má tedy obrazovou a zvukovou složku. K divákům promlouvá tou nejpřirozenější formou, prostřednictvím obrazů, zvuků a slov (Osvaldová, 2005, s. 73). Svými možnostmi televize odsunula rozhlas do pozice zvukové kulisy, tedy média, které posluchače doprovází při běžných činnostech, a to i mimo byt (Musil, 2010, s. 47)

I televize ale narážejí na finanční bariéry. Mají sice své stálé zpravodaje v zahraničí, možnost jejich produkce je ale omezená. Televize proto využívají služeb agenturních televizních stanic. Ty jim poskytují polotovary, tedy zvlášť natočené záběry a výpovědi aktérů a zvlášť texty s doplňujícími informacemi. Agenturní stanice tak mají velký vliv na agendu českých televizí. Ty se zároveň musejí spoléhat na věrohodnost a kvalitu koupených produktů (Trampota, 2006, s. 177)

S nástupem digitalizace prošly televize výraznými změnami. Vznikla řada nových stanic. Konkurence ale způsobuje nevypočitatelnost publika, které okamžitě přepne, když není spokojené. Zábava proto vytlačuje tradiční žurnalistiku. Analytičnost zpravodajství nahrazuje senzačnost, relacím dominují krátké příspěvky, protože publikum udrží pozornost extrémně krátkou dobu (Russ-Mohl, 2005, s. 142).

Stručnost a omezený prostor pro analytické zpracování ale zároveň kladou zvýšené nároky na přesnost. Ještě extrémnější tlak vzniká u zpravodajských stanic, které o událostech informují kontinuálně v průběhu celého dne. Zatímco rozhlas si vystačí se zvukovou složkou, zpracování televizních příspěvků vyžaduje delší čas. Především v případech, kdy se událost vyvíjí, reportáže se omezují na obecná fakta a televize více využívají živých vstupů, které umožňují okamžité zařazování čerstvých informací.

Také televize stále více propojují své vysílání, především zpravodajství, s internetem. Umožňuje jim informace okamžitě aktualizovat a zároveň jim dává možnost dostat se i k divákovi, který nemá možnost sedět pasivně před televizní obrazovkou. ČT 24 nabízí své zpravodajství na stránkách ct24.cz, televize Nova na zpravodajském serveru tn.cz. Obě televize přitom využívají svých technických možností. Jejich zpravodajské weby nabízejí příspěvky nejen v textové formě, ale i v podobě profesionálně zpracovaných videí v televizní kvalitě.

1.1.2.4 Internet

Nová média ovlivnila velmi výrazně současnou žurnalistiku. Pojem se zásadně změnil. Původně označoval novinky, které se objevovaly po nástupu televize. V tomto textu je budeme chápat ve smyslu novějšího vymezení jako technologie, které k přenosu informací využívají počítačové technologie (Reifová, 2004, s. 134). Rádía, televize i tisk se například postupně přesouvají na internet, ale i do mobilních telefonů, tabletů a podobně. Vzhledem k cíli této diplomové práce se zaměříme zejména na internetová média. Výrazně proměnila chápání rychlosti, vedla ke změnám novinářských postupů, nepopíratelný vliv mají i na zacházení veřejnosti s médii. Nezanedbatelná je i skutečnost, že je novináři ostatních médií často využívají jako zdroj.

Internetová žurnalistika se od ostatních typů „*liší především svou formou; využívá hypertext a multimediálnost digitálního prostředí internetu ke kombinaci textové, zvukové a obrazové informace.*“ (Osvaldová, 2007, s. 246) Přestože je on-line žurnalistika mladým oborem, postupně se profesionalizuje a vznikla celá řada respektovaných internetových deníků (iDnes.cz, Novinky.cz, Aktuálně.cz, iHned.cz a další), které jsou v podstatě internetovou sekcí tištěných periodik.

Stále ale jde o nové médium a jeho výhody můžeme zároveň vnímat i jako nevýhody. Russ-Mohl a Bakičová (2005, s. 145) upozorňují, že internet může zjednodušit novinářům rešeršní práci, mají odkudkoli přístup k datům po celém světě. I příjemci informací si takto získaná data mohou ověřit. Burton a Jiráček (2001, s. 145) ale upozorňují, že internet nikdo nevlastní, není institucionalizovaný. Data může vkládat kdokoli, jejich kvalita ovšem není nikým kontrolována. Novináři by měli poskytovat profesionální produkty. Měli by být schopní získávat, ověřovat a produkovat kvalitní

informace a být tedy schopní posoudit věrohodnost zdroje¹. Šmíd a Trunečková (2009, s. 42) rozděluje webové stránky podle důvěryhodnosti na autorizované, neautorizované a matoucí. Doporučují přistupovat ke zdrojům s kritickou nedůvěrou.

Další výhodou internetu je jeho rychlost, u událostí můžeme být v podstatě v přímém přenosu (Russ-Mohl, 2007, s. 145). Zároveň se tím ale zvyšuje tlak na aktuálnost. To se netýká jen on-line novinářů. I ostatní média se snaží internetu vyrovnat, usilují o co nejvyšší rychlost zpravodajství, přizpůsobují tomu i svůj marketing. Důkazem jsou například slogany rádií „Dřív než ostatní“ (Rádio Impuls) nebo „A víte to první“ (Frekvence 1).

Podle Čermáka (in Osvaldová, 2011, s. 114) bude mít internet i dál vliv na žurnalistiku ve všech médiích. Dorůstá totiž **internetová generace**, která se liší tím, že internet neobjevuje, ale je pro ni přirozeným prostředím. Nečte noviny, ale sama si vytváří mediální mix z nejrůznějších zdrojů. Přednost u ní má to, co ji zajímá, ne to, co by mohlo být důležité. Veřejný prostor se postupně přesouvá na sociální sítě. Novým trendem jsou také tablety, které umožňují prostřednictvím aplikací přijímat online obsahy prakticky kdekoli.

1.1.2.5 Tiskové agentury

Zcela specifickým typem sdělovacích prostředků jsou tiskové agentury. Slovník mediální komunikace je definuje jako organizace, které se zabývají „*získáváním, zpracováváním, ukládáním a šířením textových, obrazových či audiovizuálních informací. Produkci tiskových agentur za úplatu odebírají jiná masová média.*“ (Reifová, 2004, s. 17) Jejich obsahy nejsou veřejnosti běžně přístupné. Jsou ale jedním z hlavních zdrojů výše popsaných typů médií. I jejich pozici však internet ovlivnil. Trunečková (2009, s. 125) odkazuje na průzkum provedený v roce 2002 mezi slovenskými novináři. Pro třetinu z nich jsou agentury hlavním zdrojem. Celkově

¹ "Odborník na masovou komunikaci Christoph Neuberger upozorňuje na tři hlavní, specifické úlohy on-line redaktorů: jako navigátoři vedou uživatele vlastní nabídkou a přinášejí mu tematicky relevantní informace i z jiných zdrojů; jako archiváři spravují zpravodajskou a názorovou nabídku, která se už periodicky nemění, nýbrž je kontinuálně doplňována a rozšiřována; v komunikaci s uživateli a mezi nimi navzájem působí jako moderátoři." (Russ-Mohl, 2005, s. 145)

agentury stály na třetím místě za internetem a osobními kontakty. I tak je zřejmé, že tiskové agentury mají zásadní vliv na kvalitu zpravodajství ostatních médií.

Trunečková také připomíná, že internet zasáhl i do samotné práce tiskových agentur a mohlo by se zdát, že se stal ve vyhledávání informací jejich konkurencí. Agentury ale podle ní vždy dokázaly využít nové technologie ve svůj prospěch, takže *„zůstaly velkovýrobcem a velkoobchodem s informacemi a se zprávami, které ale internet a mobilní telefon zpřístupnily i jednotlivci v daleko větší míře než kdykoliv předtím.“* (Trunečková, 2009, s. 127)

Tiskové agentury umožňují ostatním médiím informovat i o událostech, které nemají možnost pokrýt vlastními personálními zdroji. Pracují nepřetržitě a události zachycují průběžně, ve vývoji (Osvaldová, 2005). Díky blesku, tedy nejkratšímu typu zprávy, můžou o mimořádných událostech informovat okamžitě, bez časové prodlevy a další informace poskytnout v rozšiřujících zprávách.

V českém prostředí média využívají hlavně služeb České tiskové kanceláře (ČTK). Dostatečné krytí mediálních událostí jí umožňuje jednak personální obsazení, jednak přístup k dalším zdrojům považovaným za důvěryhodné. V roce 2010 přinesla ČTK podle výroční zprávy 236 tisíc zpráv, tedy průměrně 646 denně. K prosinci 2010 pracovalo jen v úseku zpravodajství 223 lidí. Průměrný věk zaměstnanců ČTK byl ve stejném období 42,6 let. Ve vzdělanostní struktuře převažovali vysokoškoláci (58 procent), středoškoláci tvořili 35 procent a bez maturity bylo jen 7 procent zaměstnanců (ČTK, online, cit. 15. 11. 2012) Jako zdroje využívá ČTK také britskou agenturu Reuters, americkou AP, francouzskou AFP, ruské agentury ITAR-TASS a Interfax, japonskou Kjódó, španělskou EFE, italskou ANSA, německé agentury DPA a SID, rakouskou APA, polskou PAP, maďarskou MTI a další (Osvaldová, 2007, s. 42).

1.2 Obecné principy žurnalistiky

Internet dnes umožňuje publikovat informace komukoli. Ačkoli někteří mediální teoretici kvůli tomu předpovídali zánik žurnalistiky, ukazuje se, že na významu neztratila. Profesionální zpracování totiž žurnalistiku odlišuje od jiných forem šíření

informací. Média si od počátku své existence vypracovala postupy, při jejichž dodržení lze výsledek označit za profesionální žurnalistický produkt.

Podle Trampoty (2006, s. 12) je zpravodajství ve velké části případů hlavním zdrojem informací o událostech a společenských jevech, jsme tedy do značné míry závislí na tom, jak média o událostech informují. Je proto důležité si vymezit, co je informace a jak se od ní liší žurnalistická informace. Praktická encyklopedie žurnalistiky informaci vymezuje jako jakoukoli „výpověď“ či sdělení o věcech, jevech, stavech, dějích, jež umožňuje jejich poznání.“ (Osvaldová, 2007, s. 91) Od žurnalistické informace se obecně očekává aktuálnost a společenská závažnost.²

Žurnalistika má dva základní pilíře, zpravodajství a publicistiku. Zpravodajství má informační funkci a jeho cílem je popisovat události, věnovat se faktům. Publicistika naopak hledá souvislosti, komentuje již známá fakta (Osvaldová, 2005, s. 14). I zpravodajství samotné ale prochází vývojem. Naráží na nevyzpytatelné chování publika, které jsme popsali výše. Je stále obtížnější ho zaujmout a udržet jeho pozornost. Trendem se proto stává infotainment, který propojuje informování se zábavou. Takové zpravodajství se personalizuje, důraz je kladený na stručnost, jednoduchost, rozptýlení, přitažlivost zpráv, vedle užitečných informací mají prostor i senzace, katastrofy, zpravodajství o kriminalitě (Osvaldová 2007, s. 92). Projevuje se to i v řazení příspěvků v relacích. Rozhodujícím kritériem není reálná důležitost informace, ale její potenciál zaujmout diváka či posluchače.

Základním kamenem zpravodajství je zpráva, tedy „žurnalisticky zpracovaná informace o něčem, co se stalo nebo nestalo, stane nebo nestane, nebo o změně nějakého stavu. Fakta, děje nebo myšlenky při tom pouze zaznamenává, sumarizuje a konstatuje.“ (Osvaldová, 2005, s. 24) Odpovídá na základní otázky co, kdo, kdy, kde, případně jak a proč a jejími základními vlastnostmi mají být aktuálnost, správnost, přesnost, spolehlivost, citová neutrálnost. Americká medioložka Gay Tuchmanová

² Definice žurnalistiky: "Specifická profesní činnost, která zahrnuje pravidelně a soustavně prováděný sběr, třídění, zpracování a distribuci aktuálních sdělení časové povahy, tematicky zaměřených na oblast politického, ekonomického, kulturního, společenského, sportovního apod. dění, tedy "zpravodajství", popř. také nadčasovou tvorbu, která není vázána na sběr nových faktů, nýbrž spočívá ve veřejně dostupném a srozumitelném výkladu již známého, popř. v soustavné prezentaci argumentace nebo subjektivního postoje či názoru, tedy "publicistiku". (Reifová, 2004, s. 322)

představila dvě typologie zpráv. Jedna dělí zprávy na hard news (horké novinky) a soft news (doplňující informace). Druhá na spot news (bezprostřední zprávy), developing news (zprávy, které se vyvíjejí) a continuing (průběžné) news (Trampota, 2006, s. 30). Právě hard news, případně spot news, jsou informace, které jsou závažné a je potřeba je zařadit do zpravodajství okamžitě. Vzhledem k časovému tlaku je těžší je ověřit, bezprostřední zprávy jsou proto mnohem náchylnější k chybovosti. Vzhledem k tématu diplomové práce se budeme zaměřovat v praktické části především na tento typ zpráv.

Orientovat se v záplavě dostupných informací je složité. Aby mohli novináři v takovém prostředí splnit výše uvedené požadavky, vytvořila si žurnalistika jako profese určité stereotypy, rutiny, které jí umožňují produkovat informace rychle a přesně. V mediálních organizacích tak vzniká zvykové prostředí, ve kterém všichni vědí, jak mají postupovat a umožňuje to reagovat i na neočekávatelné informace (Burton, 2001, s. 102) Tyto rutiny se projevují jak ve způsobu vyhledávání informací, tak v jejich zpracování (mediální produkty se stávají jakýmsi vzorcem). Průzkumy například ukazují, že dominantními zdroji jsou internet a zpravodajské agentury a že novináři mají sklon využívat jen omezené množství zdrojů (Trampota, 2006, s. 57)

Na kvalitě žurnalistické práce se ale kromě **rutin** podílí i celá řada dalších faktorů. Trampota (2006, s. 50) mezi nimi zmiňuje **individuální vlastnosti novináře**. Ačkoli by se do zpravodajství neměly promítat osobní postoje, podobu zpráv může ovlivňovat příslušnost k sociální skupině, rod, postoje, hodnoty. To vše má vliv na to, kterou zprávu bude považovat za důležitou, případně i na její zpracování. Jirák a Köpplová také připomínají, že žurnalistika je svobodným povoláním a neexistuje shoda na tom, jaké by měl mít novinář vzdělání, kvality se tedy mohou výrazně lišit. Nezanedbatelné jsou i **organizační vlivy**, které zabraňují tomu, aby se individuální vlastnosti novináře projevovaly nekontrolovaně. Pod organizační vlivy Trampota zahrnuje strukturu organizace, profesní normy a etiku. Těm se budeme podrobněji věnovat v dalších částech textu.

1.2.1 Zpravodajské hodnoty

Výzkum zpravodajství se dlouhodobě snaží rozklíčovat, podle jakých kritérií se nějaká událost stane zprávou a jiná ne.³ V padesátých letech vědci pozorovali práci jednotlivých novinářů a přišli na to, že výběr zpráv částečně ovlivňují osobní zkušenosti novináře, organizační a technické podmínky (například stránkový rozsah nebo stres), nabídka zpravodajských agentur, vůči níž se novináři chovají pasivně. Roli hrají také kolegové, protože spíše než na potřeby publika se výběr orientuje na očekávání kolegů a nadřízených (Russ-Mohl, 2007, s. 98).

Šlo ale jen o dílčí poznatky a bylo nutné zkoumat dál. V roce 1922 použil Walter Lippmann⁴ v knize *Public Opinion* poprvé pojem *news value*, tedy zpravodajská hodnota. Slovník mediální komunikace (Reifová, 2004, s. 76) ji definuje jako „*všechny znaky, které rozhodují o zařazení zprávy do zpravodajství; vlastnosti extramediální události, které určují pravděpodobnost toho, zda událost projde branou médií a bude převedena na zprávu.*“ Lippmann v této souvislosti také zároveň upozornil, že lidé nejednají podle samotné reality, ale podle jejího obrazu, jak jí ho zprostředkovávají média (Trampota, 2006, s. 17).

Teprve norští analytici Johan Galtung a Marie Rugeová ale přišli se skutečně metodologicky podloženou analýzou zpravodajských hodnot, na jejich práci pak navázali německý odborník Winfried Schulz a jeho žák Lutz Hagen, který dokonce navrhl, aby zpravodajské hodnoty sloužily i k posuzování profesionality novinářské práce (Burton, 2001, s. 241).

Výsledkem badatelské činnosti je soubor hodnot, které Burton a Jiráček (2001, s. 241) dělí do dvou velkých skupin. Tou první jsou vlastnosti vybíraných událostí, tedy **obecné hodnoty**. Druhou pak **pracovatelské hodnoty**, tedy možnosti jejich ztvárnění

³ Gatekeeper = hlídač, vrátný, strážce brány. Pojem na počátku padesátých let 20. století použil americký sociolog David M. White, který zkoumal, jak probíhá výběr událostí určených pro zpravodajství. Vycházel z toho, že novinář se setkává s obrovským množstvím informací, ale jen velmi omezenou část může využít. (Trampota, 2006, s. 38)

⁴ Pojem zpravodajské hodnoty sice poprvé použil Walter Lippmann, ale už v roce 1965 se německý autor Kaspar Stieler zmínil jako rozhodující faktory při výběru zpráv důležitost, blízkost, dramatická, negativitu (Burton, 2001, s. 241).

ve zpravodajství. Autoři zároveň nastiňují, jak zpravodajské hodnoty chápat. Jsou to podle nich „*faktory, díky nimž může určitá událost překročit práh pozornosti médií a stát se předmětem zpravodajství.*“ (Burton, 2001, s. 241) Práh pozornosti může být podle nich překročený například ve chvíli, kdy se v jedné události kombinuje víc hodnot najednou, nebo naopak v případě, že jedna z hodnot je velmi intenzivní. Trampota (2006, s. 26) v této souvislosti připomíná dva principy. Selektce a deformace. Podle **principu selektce** je zajímavá právě ta zpráva, která je nositelem hned několika hodnot najednou. Hodnoty, kvůli kterým novinář zprávu vybral, jsou pak v samotném zpravodajství zvýrazňované, což je podstatou **principu deformace**.

Burton a Jiráček (2001) uvádějí mezi základními zpravodajskými hodnotami následující:

a) **Výskyt:** Jde o souhru vývoje události a rytmu média. Příkladem může být dopravní nehoda. Jde o snadno zpracovatelnou událost, která se navíc vyvíjí a odpovídá například vnitřnímu životu rádií, která můžou zachycovat její vývoj.

b) **Blízkost:** Větší šanci stát se součástí zpravodajství mají události, které se odehrávají v prostředí, které je sociálně a kulturně blízké médiu a jeho uživatelům. „*Blízkost se často kombinuje s dalšími hodnotami. Se zvětšující se vzdáleností musí například silit intenzita negativity.*“ (Burton, 2001, s. 242)

c) **Jasnost a jednoduchost:** Zpravodajství má tendenci sáhnout spíše k popisu událostí, které jsou jasné a jednoznačné. Jednak jsou jednodušší pro zpracování, jednak pro příjemce snadněji pochopitelné.

d) **Smysluplnost/kulturní blízkost:** Událost, která odpovídá kulturní zkušenosti publika, je pro něj srozumitelnější a zároveň zajímavější. Má tedy větší šanci stát se zpravodajskou událostí.

e) **Překvapení:** Zpravodajství informuje především o tom, co se stalo, ale také o tom, co se například v rozporu s očekáváním nestalo, nebo naopak co je překvapující. Čím neočekávanější je událost, tím větší je její potenciál.

f) **Předvídatelnost:** Média potřebují produkovat zpravodajství co nejefektivněji, tedy pokrýt co nejvíce zajímavých událostí s využitím co nejmenších finančních

prostředků. Řadu událostí lze předvídat. Média tak mohou na místo už v předstihu vyslat svého reportéra a zároveň pracovat s pozorností a očekáváním publika.

g) **Variace**: Zájem o určité domácí téma generuje současně zájem o podobná témata odehrávající se v zahraničí. Média pak například informace o mimořádných volbách v Česku obohacují podobnými událostmi, které se odehrávají jinde.

h) **Zpracovatelské hodnoty**: Média se při výběru událostí ohlížejí také na to, jaké mají technické a organizační možnosti dané téma zpracovat. Nositelem informace v televizi je obraz. Pokud není možné získat dostatečně zajímavé záběry, šance na využití události ve zpravodajství se snižuje.

i) **Personalizace**: Stále větší množství zpráv, včetně politických událostí, se personalizuje. Zprávy jsou podané spíše na konkrétních lidských příbězích, než na samotných faktech.

j) **Relevance**: Zpráva by měla mít konkrétní dopad na příjemce, měla by mu být užitečná při rozhodování. Pak se její potenciál zvyšuje.

k) **Aktuálnost**: Úzce souvisí s relevancí. Událost by měla mít na příjemce dopad v daném okamžiku. Pozdě podaná informace ztrácí svou hodnotu.

l) **Přesnost**: Přesnost je jednou z hodnot, které rozhodují o důvěryhodnosti média. „*Pravdivostí se rozumí například věcná správnost, nestrannost, věcnost a vyváženost zprávy, popřípadě různorodost celého zpravodajství.*“ (Burton, 2001, s. 247)

Právě poslední dvě jmenované hodnoty se v současné době dostávají velmi často do konfliktu. Přesnost rozhoduje o tom, jestli příjemci budou vnímat médium jako důvěryhodné. Trampota (2006, s. 99) ale zároveň upozorňuje, že právě aktuálnost se stává jedním ze základních kritérií pro posuzování kvality zpravodajství, výjimkou tedy není ani předání čerstvé informace moderátorovi přímo do studia. Jaké nároky kladou na přesnost etické kodexy a zákonné normy, budeme zkoumat v následující části.

1.2.2 Normativní požadavky na zpravodajství, regulace a autoregulace

S rozšiřující se konkurencí mají média na trhu čím dál složitější situaci. Pokud chce seriózní stanice uspět, musí nutně usilovat o to, aby byla příjemci vnímaná jako důvěryhodná. Takový stav je dosažitelný především dodržováním normativních požadavků. Tedy nároků, které společnost v určité době na média klade. Jsou to ovšem pravidla, která nemají charakter normy a nelze je právně vynutit. Je ale v zájmu samotných médií, aby se jimi řídila (Trampota, 2006, s. 140).

Médiím je navíc přisuzována i určitá moc, vliv na rozhodování veřejnosti, a tak vůči ní mají i odpovědnost a je nutné, aby některá základní pravidla vymahatelná byla. Do jisté míry má dostatečný účinek autoregulace, některé požadavky jsou ale stanovené zákonem a tedy i kontrolovatelné a vymahatelné, v tomto případě mluvíme o regulaci (Burton, 2001). Tedy souboru psaných i nepsaných pravidel usměrňujících práci médií (Reifová, 2004, s. 208). Nesprávná informace může vést nejen ke špatnému rozhodnutí příjemce, ale hrozí i další nebezpečí, které Ignacio Ramonet (2003, s. 43) nazývá efektem zástěny. Informační záplava umožňuje například politikům zakrýt jednu událost jinou.

1.2.2.1 Normativní požadavky

Média jsou jedním z hlavních informátorů společnosti, mají tedy velký podíl na rozhodování občanů. Je proto důležité, aby se k nim dostávaly spolehlivé informace. Společnost na média spoléhá, její očekávání označujeme jako normativní požadavky. Trampota (2006) mezi ně řadí objektivitu, vyváženost, nestrannost, jako podsložky objektivitě ještě uvádí pravdivost, faktičnost a relevanci. Je ale potřeba upozornit, že odborná literatura jednotlivé pojmy definuje velmi obecně a spíše než o definici jde o vymezování kritérií. Dosažitelnost v praxi bývá problematičtější. Uvědomují si to i zákonodárci, kteří pojem podrobněji nedefinují, a také soudci, kteří ve svých rozhodnutích přihlížejí k reálným podmínkám žurnalistické práce.

Obrovská zodpovědnost v tomto ohledu spočívá na novinářích. Urban (2011) upozorňuje, že běžný příjemce mediálních informací může naplňování normativních

požadavků posoudit jen omezeně, například tím, že jednotlivé informační zdroje porovnává. To se ale v praxi často neděje, řada lidí na to nemá čas a náladu.

Objektivitou se rozumí „*užívání faktů a zobrazování reality tak, aby zobrazení co nejvíce korespondovalo s reálným stavem věcí.*“ (Trampota, 2006, s. 144) Ani Slovník mediální komunikace (Reifová, 2004) nepřináší vyčerpávající definici. Pohlíží na objektivitu buď jako na nedosažitelný ideál, nebo jako na odkaz k novináři využívaným postupům, které při sběru, výběru, zpracování a distribuci zpráv používají. Bartošek (2004) vysvětluje, že novinář nemůže příjemcům předat absolutní pravdu. Její zjišťování a vyličení je nad možností žurnalistů. Objektivita se tedy chápe jako maximálně možná, protože záleží především na tom, k jak kvalitním zdrojům se autor může dostat. McNair (2004) vnímá objektivitu spíše jako přiblížení se k pravdě.

Kunczik (1994) používá k objasnění problematiky metaforu, kterou zároveň upozorňuje, že z hlediska příjemce by čistě objektivní zpravodajství bylo nestravitelné. Vypadalo by jako sestava matematických vzorců. Objektivita je podle něj charakteristická pro vědu a v žurnalistice na ni nelze klást stejné požadavky. V ní by se měla projevovat oddělováním zprávy od komentáře, ověřováním faktů, věcným referováním bez emocí, výsledný text by měl být přesný, úplný, ověřitelný a neutrální. McQuail (2009) k tomu přidává schopnost odstupu, tedy vyloučit osobní zaujetí, subjektivní pohled, zdržet se předpojatosti, oprostít se od skrytých motivů.

Jednou ze složek objektivity, jak už jsme výše zmínili, je **faktičnost**. Podle Trampoty (2006) jde především o to, aby výpověď byla věcná, správná a také úplná, tedy aby novinář využil všechny důležité informace a aktéry, nezamlčel něco podstatného. Další složkou je **nestrannost**. K jejímu naplnění je nutné dát prostor k vyjádření všem relevantním aktérům, jejich prostor by měl být rovnocenný a novinář by je neměl hodnotit.

Vyváženost má podle Slovníku mediální komunikace (Reifová, 2004) dvě složky. Tou první je nestrannost, tedy poskytování stejné možnosti přístupu všem relevantním stranám, názorům a úhlům pohledu, druhou je pak neutrální prezentace zpráv, v níž se neprojevuje názor autora. Zákon 231/2001 o rozhlasovém a televizním vysílání požaduje, aby vysílání bylo ve svém celku vyvážené.

Aby bylo možné kontrolovat dodržování vyváženosti, měří se čas věnovaný jednotlivým subjektům a kauzám a údaje za určité období se porovnávají (Musil, 2010, s. 119). Jiráček a Köpplová jsou ale přesvědčeni, že snaha o měření takových ukazatelů je spíše snahou vyvíjet tlak na média, ale ve skutečnosti to o vyváženosti nevypovídá. Do hry vstupuje mnoho faktorů, včetně hodnotové orientace publika nebo momentálního naladění. Vyváženost se podle nich nedá kvantifikovat (Jiráček, 2009, s. 314).

Bývalý šéfredaktor zpravodajství TV Prima, člen Rady České televize a pedagog FSV Univerzity Karlovy Jiří Závozda navíc na semináři v Českém Krumlově prohlásil, že někdy je dokonce vhodné od vyváženosti ustoupit. Vyvažování je podle něj často alibi, snahou předejít hrozcím sankcím. *„Přihod'me ke kilu informací takzvané jedné strany kilo informací takzvané druhé. Misky vah jsou v jedné rovině. Potřebuje však onen vyvažovací kilogram divák, aby událost pochopil a mohl ji sám zhodnotit, případně se pobavit? Dovoluji si tvrdit, že někdy je dokonce třeba misky významně vychýlit, aby tomu tak bylo.“* (Závozda, 2003, s. 24)

Velmi podstatná pro dosažení důvěryhodnosti je **správnost** informací. BBC Guidelines s nimi spojuje významy přesnost a pečlivost a za jedinou cestu ke správnosti považuje důsledné ověřování (Musil, 2010, s. 118). Russ-Mohl a Bakičová (2005) považují rešerši spočívající ve zjišťování faktů a důkazů za zřejmě nejdůležitější součást novinářské práce. Umožňuje vyhnout se šlápnutím vedle a šíření falešných zpráv. Míra ověřování je do jisté míry závislá na kvalitě zdroje.

Novináři využívají jednak vlastní zdroje, jednak zprostředkované informace (veřejnost, odborníci, internet a další), jedním ze základních zdrojů jsou ale zpravodajské agentury (Bartošek, 2004). Mrnka (2006, s. 136) považuje za zásadní kritický přístup k jakékoli informaci. Fámý totiž média vypouštějí nejčastěji v okamžiku stresu, kdy je málo času a kdy dají přednost rychlosti před důkladným ověřením.

1.2.2.2 Autoregulace

Média usilují o co největší svobodu svého působení. Jakýkoli zásah státu ji omezuje. Aby měl pro takové zásahy co nejužší prostor, je nezbytně nutné, aby dostatečně fungovala autoregulace. Ta se odehrává na dvou základních úrovních. První jsou dobrovolně přijatá interní profesní pravidla, druhou pak pravidla vnucená profesním skupinám například vlastníky média. Největší díl autoregulace se odehrává přímo v redakcích. Burton a Jiráček (2001) řadí mezi **interní autoregulační orgány** profesní sdružení (například Syndikát novinářů ČR), podnikatelská sdružení (APSV - Asociace provozovatelů soukromého vysílání, ATO - Asociace televizních organizací, ARO - Asociace rozhlasových organizací) a redakční profesní kodexy (mezi nejzdařilejší řadí kodex časopisu Týden z roku 1998). **Externími autoregulačními orgány** jsou Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (úkolem je mimo jiné dohlížet na dodržování zákonů a přidělovat stanicím licence), Rada České televize, Rada Českého rozhlasu, Rada České tiskové kanceláře a sněmovní Stálá komise pro sdělovací prostředky. „*Všechny tyto orgány fungují jako regulátory, neboť ustavují, posilují či oslabují standardy chování médií tím, že zveřejňují svoje nálezy, postoje k nejrůznějším názorům a stížnostem vztahujícím se k mediovým sdělením.*“ (Burton, 2001, s. 128)

Jedním z nástrojů autoregulace je etický kodex. Není sice právně vymahatelný, když se k němu ale mediální organizace nebo jednotlivec přihlásí, je v jejich zájmu ho dodržovat. Sankcí může být ztráta důvěry publika, případně vyloučení z profesní organizace. Etické kodexy jsou především souborem pravidel, vodítkem, které umožňuje rozhodovat se podle stanovených zásad (Šiler, 2007, s. 57). Jeden z prvních kodexů vytvořilo v roce 1923 Americké sdružení šéfredaktorů. Začala se tak odrážet snaha o profesionalizaci. Mezi nejčastěji uváděné zásady patří pravdivost a srozumitelnost informací, respektování nedotknutelnosti zdrojů, odpovědnost při formování veřejného mínění a ochrana práv veřejnosti (McQuail, 2009, s. 186). Kunzík (1995, s. 84) považuje za základní slabinu kodexů to, že obsahují příliš obecné formulace a sklouzávají až k otřepaným frázím, což může snižovat jejich váhu.

Samočistící účinky autoregulace potvrzují i závažné případy z poslední doby. Dvojice australských moderátorů z rádia 2Day FM například podvedla zdravotní sestru,

která uvěřila, že hovoří s britskou královnou a přepojila moderátorku na ošetrovatelku, která se starala o manželku prince Williama, vévodkyni Catherine. Zdravotnice jí sdělila informace o jejím zdravotním stavu. Ženu, která hovor přepojila, později našli policisté v bytě mrtvou, pravděpodobně spáchala sebevraždu. Stanice bezprostředně poté stáhla moderátory z vysílání (iDnes.cz, online, cit. 14. 12. 2012). Druhý případ zasáhl jednu z nejrespektovanějších rozhlasových a televizních stanic, BBC. Její generální ředitel George Entwistle rezignoval poté, co stanice v prestižním investigativním pořadu Newsnight falešně nařkla bývalého vysoce postaveného politika ze zneužívání dětí (Mediafax.cz, online, cit. 14. 12. 2012).

1.2.2.3 Právní regulace médií

Jak jsme už uvedli, autoregulace funguje na základě dobrovolnosti a není právně vymahatelná. Aby se omezilo riziko některých negativních vlivů, práci médií regulují i zákonné normy. U nás patří mezi základní zákony Ústava ČR a Listina základních práv a svobod, tiskový zákon (Z. č. 46/2000. Sb.), vysílací zákon (Z. č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání), Zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi, Zákon č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu a Zákon č. 517/1992 Sb., o České tiskové kanceláři.

Například vysílací zákon stanovuje povinnost poskytovat objektivní a vyvážené informace, oddělovat zpravodajské informace od komentářů (Zákon č. 231/2001 Sb., s. 5050). České televizi, stejně jako Českému rozhlasu, zase příslušné zákony nařizují poskytovat objektivní, ověřené, všestranné a vyvážené informace (Zákon č. 483/1991 Sb., s. 2301). Pojmy ovšem zákon blíže neupřesňuje a je tak na samotných soudech, jak konkrétní případ vyhodnotí. Jistá vodítka dávají už vynesené verdikty. Nejvyšší správní soud například konstatoval, že pokud si novinář neověří získané informace, porušuje povinnost vysílatele (Motal, 2012, s. 37).

Soud ale při posuzování přesnosti a míry porušení zákonů bere zřetel i na konkrétní podmínky, ve kterých novináři pracují. *„Je nezbytné, aby informace dávaly smysl a byly co možná nejpresnější, ale soudy si jsou vědomy zvláštností novinářské a žurnalistické práce, a proto akceptují i situace, ve kterých se informace ukázala jako ne zcela přesná. Při striktním posuzování dospějeme k závěru, že nepřesná informace je*

nepravdivá - existují totiž pouze dvě hodnoty sdělení: pravdivá nebo nepravdivá sdělení. Přesto však soudní praxe operuje se škálou, kdy i ne zcela přesná informace (...) nemusí představovat neoprávněný zásah do osobnostních práv toho, o kom referuje.“ (tamtéž, s. 38)

Podle Městského soudu v Praze je například nutné posuzovat celý kontext toku informací i to, do jaké míry jsou způsobilé ovlivnit objektivitu a vyváženost pořadu. Ústavní soud například posuzuje, zda existovaly rozumné důvody, proč se novinář spoléhal na svůj zdroj a důvěřoval mu, jestli udělal dostatek pro ověření informace a zda motivem jeho jednání nebyla snaha někoho poškodit (Motal, 2012, s. 38).

2 RADIOŽURNÁL A RÁDIO IMPULS V ROCE 2013

2.1 Od počátků rozhlasu k duálnímu systému vysílání

Pravidelné rozhlasové vysílání začalo 18. května 1923 ve 20:15 ze skautského stanu v Praze Kbélích. Zpravodajství v počátcích vypadalo jinak, než dnes. Tvořily ho povětrnostní a sportovní zprávy, teprve později se přidaly zprávy z domácí a zahraniční burzy. „*Ve zpravodajství tedy zpočátku převažovaly především zprávy účelové, praktické, kdežto takzvané politické zpravodajství nemělo ve vysílání místo. Vedení Radiojournalu se shodlo s ministerstvem pošt a telegrafů, že rozhlasový program má být nepolitický, tedy že informace o každodenním politickém dění doma i v zahraničí do vysílání nepatří, že rozhlas jako kulturní a vzdělávací instituce nemůže vstupovat do politického dění a vyjadřovat se k politickým událostem.*“ (Ješutová, 2003, s. 41)

Zpravodajství o domácím dění se do vysílání dostávalo až v roce 1924. Hlasatel Adolf Dobrovolný kupoval cestou do Kbel večerník, vybrané zajímavé zprávy četl do vysílání. V té době převažovala reproduktivní funkce nad produktivní. Rozhlas byl vnímán spíše jako šířitel, než tvůrce (Ješutová, 2003, s. 39). V roce 1924 uzavřel smlouvu s ČTK o spolupráci při tvorbě zpravodajských relací, dodávané zprávy předčítal hlasatel. V roce 1926 vznikla nová smlouva, zprávy se vysílaly přímo z hlasatelny ČTK (tamtéž).

Rozhlas se postupně profesionalizoval. Zažil ovšem i období, kdy byla výrazně narušena jeho svobodná práce a sloužil jako prostředek propagandy. Jde o válečné období, dobu totality a normalizace. Ještě 17. listopadu 1989 informoval Československý rozhlas zkresleně o událostech na pražské Národní třídě. Zpráva o demonstraci se sice objevila, ale jen velmi okrajově. Hlasatelka pouze jednou větou oznámila, že se někteří lidé snaží využít slavnostního okamžiku k protisocialistickým provokacím. Zamlčela ale informace o brutálním potlačení studentské demonstrace i zranění demonstrantů (Rozhlas.cz, online, cit. 7. 1. 2013).

20. listopadu 1989 se před rozhlasem shromáždil dav převážně mladých lidí a proti takovému způsobu informování se ohradil, skandoval, že rozhlas lže, a že chce slyšet pravdu. I v samotném rozhlasu to vyvolalo odezvu. „*V listopadových dnech roku*

1989 došlo uvnitř Československého rozhlasu k názorové diferenciaci. Již v pondělí 20. listopadu 1989 se z iniciativy režisérů konalo ve Studiu 2 protestní shromáždění proti poměrům ve státním rozhlase, kterého se zúčastnilo několik desítek pracovníků. Den poté, 21. listopadu 1989, následovala bouřlivá schůze za účasti asi tří stovek lidí ve Studiu 1. Její účastníci se již otevřeně postavili proti zkreslování zpráv a žádali okamžité objektivní informování veřejnosti.“ (Ješutová, 2003, s. 406)

Zásadní zlom přinesla transformace po roce 1989. Odstátněním, liberalizací, postupnou privatizací se vytvořily na státu nezávislé vlastnické struktury. Novela tiskového zákona označila cenzuru za nepřipustnou. V roce 1990 se uskutečnil první pokus o zahájení soukromého vysílání. 21. března začala vysílat francouzská stanice Europe 2 na pražském kmitočtu Československého rozhlasu. V té době ještě neexistoval právní rámec pro soukromé vysílání. Teprve přijetí zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, otevřelo cestu k duálnímu systému vysílání, v němž vedle sebe existují vysílatelé ze zákona (Česká televize, Český rozhlas), a soukromí vysílatelé s licenci (Končelík, 2010, s. 256). Původně státní rozhlas se transformoval v rozhlas veřejné služby. Zákon o Českém rozhlasu jasně vymezuje jeho financování, obsah veřejné služby i způsob jejího naplňování.

Ještě bez úředních povolení začalo v roce 1990 v Praze vysílat soukromé Rádio Stalin a na jihu Čech Rádio Podzemí. V roce 1991 začal stát udělovat licence. 13. září 1993 začalo vysílat Rádio Alfa jako první soukromá celoplošná rozhlasová stanice (Končelík, 2010, s. 261). 18. října 1993 zahájila vysílání Frekvence 1 (Ješutová, 2003, s. 402). Rádio Alfa v roce 1993 pokrývalo 50 procent území. Bylo koncipováno jako zpravodajský kanál. Cílem ředitele Ivana Hoffmana a šéfredaktora Josefa Havla bylo konkurovat veřejnoprávnímu rozhlasu (Köpplová, 2003, s. 113). V roce 1995 začalo vysílat Rádio Nová Alfa, ředitel televize Nova Vladimír Železný ji označoval za sesterskou organizaci. Vznikla na základě starého Rádía Alfa. Změnu ale Rada pro rozhlasové a televizní vysílání neschválila, panovaly obavy z propojování soukromých médií a z hrozby porušení hospodářské soutěže. Rádio dostalo za nedodržování licenčních podmínek milionovou pokutu. V roce 1998 nebyla Rádíu Alfa prodloužena licence kvůli propojení s televizí Nova. 24. 2. 1999 skončilo Rádio Alfa a začalo vysílat Rádio Impuls (Köpplová, 2003).

2.2 Zpravodajství Radiožurnálu a Rádia Impuls

2.2.1 Vymezení Radiožurnálu a Rádia Impuls

Český rozhlas je veřejnoprávní médium, jehož poslání i úkoly definuje zákon o Českém rozhlasu. „*Český rozhlas poskytuje službu veřejnosti České republiky tvorbou a šířením rozhlasových programů na celém území České republiky. Jeho posláním je poskytovat objektivní, ověřené, všestranné a vyvážené informace pro svobodné vytváření názorů, rozvíjet kulturní identitu českého národa a národnostních a etnických menšin v České republice, zprostředkovávat ekologické informace, sloužit vzdělávání a přispívat k zábavě posluchačů.*“ (Zákon č. 484/1991 Sb., s. 2303)

Zákon tedy jasně říká, že zpravodajství je jedním ze základních pilířů, poskytování ověřených informací jmenuje dokonce mezi prvními. Kromě tohoto regulativu najdeme na webových stránkách Českého rozhlasu také misi a vizi, které svědčí především o tom, jak se vnímá sama stanice, jaká je její firemní kultura, její hodnoty. Mise říká: „*Naším posláním je sloužit veřejnosti, poskytovat kvalitní informace, vzdělávání, kulturu i zábavu a přispívat k ochraně a rozvoji základních hodnot demokratické společnosti.*“ (Rozhlas.cz, online, cit. 21. 1. 2013) Vize k tomu ještě doplňuje: „*Chceme být vysoce důvěryhodným, vyhledávaným a nezastupitelným sdělovacím prostředkem.*“ (tamtéž)

Rádio Impuls je soukromou rozhlasovou stanicí, která není zřízena samostatným zákonem, ale na základě udělené licence. Samozřejmě se na něj, stejně jako na jakéhokoli jiného vysílatele, vztahují paragrafy 2 a 3 zákona o rozhlasovém a televizním vysílání, podle nichž provozovatel vysílání poskytuje objektivní a vyvážené informace, musí zajistit, aby ve zpravodajství bylo dbáno zásad objektivity a vyváženosti (Zákon č. 231/2001 Sb., s. 5050).

V praktické části této práce analyzujeme zpravodajství Radiožurnálu a Rádia Impuls. Je ale potřeba upozornit, že jakékoli jiné porovnávání obou stanic může být ošidné a naráží na celou řadu rozdílností. Radiožurnál je celoplošná zpravodajsko-publicistická stanice.

Rádio Impuls se v licenčních podmínkách označuje za celoplošné zpravodajské a informační rádio. Vymezuje se v nich i vůči veřejnoprávnímu rozhlasu jako stanice, která využívá výhod veřejnoprávního rádia (dostatečné množství informací), ale také výhod, které mají privátní rádia, tedy moderní formu, kontaktní styl, srozumitelný jazyk, přesnou strukturu a maximální aktuálnost (RRTV, online, cit. 21. 1. 2013).

Také na svých webových stránkách se Impuls prezentuje jako rádio, které chce informovat a bavit inteligentním a nápaditým způsobem, zprávy sděluje jasně, zajímavým stylem a klade důraz na aktuálnost a zajímavost (Impuls.cz, online, cit. 21. 1. 2013).

2.2.2 Financování a personální zázemí

Kvalitu zpravodajství do velké míry ovlivňuje množství finančních prostředků na provoz a personální zázemí. Neexistují ale zdroje, které by poskytly srovnatelné údaje za obě rádia, už proto, že jejich struktura je rozdílná. Zde uváděné informace je proto potřeba brát spíše jako orientační.

Český rozhlas hospodařil v roce 2011 se zhruba dvoumiliardovým rozpočtem. Ke konci roku 2011 měl celkem 1429 zaměstnanců. Radiožurnál k 31. 12. 2011 celkem 113 zaměstnanců. Jedná se o pracovníky, kteří se přímo podílejí na vytváření programu (psp.cz, online, cit. 21. 1. 2013).

Z veřejných zdrojů je možné dohledat dílčí informace o hospodaření Rádía Impuls. Společnost Londa, vlastník licence k vysílání Rádía Impuls a RockZone, dosáhla v roce 2012 zisku 78,1 milionu korun, udržela ho i přes pokles rozhlasového trhu s reklamou, který způsobil snížení tržeb o 3,6 procenta na 311 milionů korun (E15.cz, online, cit. 21. 1. 2013). Mzdová účetní Rádía Impuls Michaela Klimoszová na dotaz autora diplomové práce odpověděla, že na vytváření programu se podílí 47 pracovníků.

Mezi Radiožurnálem a Impulsem jsou výrazné rozdíly i z hlediska struktury personálního obsazení. Impuls uvádí 10 moderátorů, 11 redaktorů, 3 editory, 6 zprávařů, 3 servisní pracovníky, 12 krajských reportérů, šéfredaktora a programového ředitele. Rozhlas má na svých stránkách Rozhlas.cz uvedených 8 moderátorů,

22 pracovníků domácí redakce, 17 pracovníků zahraniční redakce, 35 spolupracovníků sportovní redakce, 15 pracovníků na pozicích editorů, 8 zprávařů.

Rozdílný je i poměr hudby a mluveného slova v jednotlivých stanicích. Český rozhlas ve výroční zprávě uvádí, že poměr mluveného slova a hudby v prime time v roce 2011 činil 50:50 (psp.cz, online, cit. 21. 1. 2013). U Rádia Impuls podle poslední schválené změny licenčních podmínek tvoří podíl mluveného slova 25 až 28 procent v průběhu celodenního vysílání (RRTV, online, cit. 21. 1. 2013).

Od 1. ledna 2013 už není možné zázemí Radiožurnálu a Impulsu porovnávat vůbec. Struktura výroby zpravodajství se změnila ještě zásadněji vznikem Centra zpravodajství. Jeho cílem bylo zefektivnit výrobu, stávalo se totiž, že se na stejné akci setkávali redaktoři několika stanic Českého rozhlasu a vyráběli totožné příspěvky. Centrum zpravodajství vzniklo převedením pracovníků směn z jednotlivých stanic. Ty si u něj příspěvky objednávají. Při výrobě centrum zároveň respektuje formáty jednotlivých stanic a podobu příspěvku jim přizpůsobuje (mediamania.tyden.cz, online, cit. 22. 1. 2013).

2.2.3 Zpravodajské zdroje

Pro výrobu kvalitního zpravodajství jsou základním vstupem zpravodajské zdroje. Čím kvalitnější jsou, tím menší je riziko, že se k příjemcům dostane nepřesná informace. I zdroje novinářů ale mají své limity. Například i politik se může v některých okamžicích jevit jako nedůvěryhodný zdroj. Vyjádří se a později své rozhodnutí změní. I on je ale nucený pracovat pod velkým časovým tlakem a je možné, že v okamžiku, kdy se ho novinář ptal, neměl k dispozici všechny podklady pro správné rozhodnutí, nebo se zkrátka situace změnila. Při posuzování kvality zpravodajství a jeho přesnosti je tedy potřeba mít na paměti, že zpracování informace novinářem je jen jednou součástí procesu, která má ovšem ještě další dva póly. Informaci, respektive její zdroj, a příjemce.

Český rozhlas ve výroční zprávě uvádí, že Radiožurnál v roce 2011 využíval z oblasti agenturního zpravodajství služeb ČTK, Reuters, DPA, SITA, TASR. Denně produkoval 200 zpravodajských a publicistických příspěvků. Spoléhal nejen na

agenturní zpravodajství, ale i na vlastní redaktory a reportéry, kterým se dařilo vyhledávat vlastní témata a posilovat citovanost Radiožurnálu jinými médii. Při zpracování zahraničních témat využívá jak své stálé zahraniční zpravodaje, tak síť stálých zahraničních spolupracovníků. „V roce 2011 pokračovala snaha o co největší autentičnost materiálů zahraničních zpravodajů a jejich prohlubující se multimediálnost. Každou větší reportáž doprovázela automaticky fotogalerie a někdy také krátké videosekvence.“ (psp.cz, online, s. 8, cit. 21. 1. 2013).

Také Rádio Impuls využívá pro vytváření zpravodajských relací vlastní informační zdroje i přebírané informace. Mezi přebírané patří agenturní zpravodajství, konkrétně ČTK. Využívá i zpravodajství internetových serverů a uznává, že jsou často rychlejší a velmi aktuální. Stejně tak přebírá informace i z jiných médií, především tištěných a televize. Manuál zpravodajství pracovníkům redakce ukládá, aby takové zdroje řádně citovali. Impuls ale zároveň nechce přebírat všechny informace z jiných zdrojů, snaží se o původnost a pokouší se posilovat citovanost jinými médii. Mezi vlastní zdroje patří informace a příspěvky reportérů, regionálních a zahraničních spolupracovníků a také databáze vlastních kontaktů, kterou se snaží neustále rozšiřovat (Vonz, 2009, s. 5).

2.2.4 Přístup k přesnosti a rychlosti

Jak veřejnoprávní Radiožurnál, tak soukromý Impuls mají vysílat objektivní a ověřené informace, ukládá jim to vysílací zákon a Českému rozhlasu navíc Zákon o Českém rozhlasu. Český rozhlas i ve své výroční zprávě za rok 2011 píše, že poskytoval posluchačům přesné zpravodajství (psp.cz, online, s. 66, cit. 21. 1. 2013).

Zákonná ustanovení jsou ale jen jednou stranou mince. Tato diplomová práce pojednává především o střetu dvou základních hodnot, tedy rychlosti a přesnosti. O tom, jak k nim jednotlivé stanice přistupují, mnohem víc napoví jejich interní materiály, etické kodexy a také marketingová prezentace.

Etický kodex Českého rozhlasu zmiňuje pojem rychlost pouze jednou, a to v článku 23.3, kde se píše, že „povinností Českého rozhlasu je informovat o kritických situacích rychle, přesně, ale současně střídavě.“ (media.rozhlas.cz, online, s. 22, cit.

22. 1. 2013) Pojem přesnost zmiňuje mnohem častěji a z různých úhlů pohledu. Článek 2.10 ukládá neprodlené opravení nepřesnosti i bez předchozího upozornění. Článek 6.6 upřesňuje samotný pojem přesnost, rozumí jím zjišťování a ověřování skutečnosti. Podle článku 6.9 smí rozhlas zveřejnit zprávu ověřenou minimálně ze dvou zdrojů. Pokud jde o informace od veřejných úřadů, stačí jeden oficiální zdroj, pokud není zřejmé, že jde o nepřesné informace. Článek 6.11 rozšiřuje přesnost i na zvukové nahrávky, i ty mají přispívat k věcné správnosti a přesnosti sdělení. Podle článku 16.3 je potřeba zvažovat i slovní formulace. Rozhlas zakazuje používání populárních výrazů na úkor přesnosti. Nakonec je pojem použitý i ve výše zmíněném článku 23.3, který mluví o rychlém informování o kritických situacích. Říká, že je povinností rozhlasu informovat rychle, přesně, ale současně střizlivě. Klade se zde tedy důraz nejen na rychlost, ale zároveň i na přesnost (tamtéž).

Rychlostí a přesností a přístupy k nim se Český rozhlas zabývá i v dalším dokumentu, který je veřejně přístupný, jde o dokument „Žurnalistické zásady ČRo 1 - Radiožurnálu. Jde už o naprosto konkrétní návody, jak se zachovat v nejrůznějších situacích. Pro zachování přesnosti je podle něj například nutné informaci ověřit ze všech, nejméně ale dvou důvěryhodných zdrojů. Nespokojí se jen s přesností, je nutné uvádět i správný kontext. Pokud redaktor nemůže zásadu dodržet, musí to v příspěvku oznámit. Pokud dojde ke zveřejnění nepřesné informace, musí redaktor informovat editora, který rozhodne o formě opravy. Za pravdivost informace je zodpovědný redaktor. Za vážnou chybu považuje dokument i situaci, kdy je obsah pomluvy, překroucení faktů, považován za podklad pro zprávu. Naopak o rychlosti se dokument nezmiňuje (Rozhlas.cz, online, cit. 22. 1. 2013).

Rádio Impuls se hlásí k etickému kodexu Syndikátu novinářů. Ten popisuje, co je myšleno součástí práva občanů na včasné, pravdivé a nezkreslené informace. Novináři mají odpovědnost za to, že jsou informace včasné i pravdivé. Musejí respektovat pravdu a vyhledávat informace sloužící k všeobecnému zájmu i přes překážky. Nic neomlouvá nepřesnost a neprověření informace. Podle kodexu je zároveň nutné nepřesné informace neprodleně opravit (syndikat-novinaru.cz, online, cit. 22. 1. 2013).

Také pracovníci redakce Rádía Impuls mají k dispozici konkrétní návod, jak v nejrůznějších situacích zareagovat, je jím Manuál zpravodajství, jehož autorem je šéfredaktor zpravodajství. Materiál je pravidelně aktualizovaný dle potřeby, na základě nových zkušeností. Podle manuálu považuje Impuls za základní kritéria pro výběr zpráv zajímavost, důležitost a praktické využití informace. Klade ale zároveň velký důraz na aktuálnost. Dojem aktuálnosti se snaží posilovat živými vstupy a používáním spojení jako právě teď, dřív než ostatní, v tuto chvíli, jak jsem se právě dozvěděl. Aktuálnost zpravodajství se snaží zdůraznit i samostatnou rubrikou „Dřív než ostatní“, která může být používána jak ve zpravodajské relaci, tak mimo ni, pokud si to situace vyžaduje. Také Impuls ale zároveň klade důraz na přesnost a jedním z úkolů jeho pracovníků je ověřovat informace ze dvou nezávislých zdrojů (Vonz, 2009).

O přístupu obou stanic k rychlosti a přesnosti svědčí i marketingová prezentace. Rádio Impuls se prezentuje sloganem „Dřív než ostatní“. Radiožurnál se od ledna 2013 prezentuje sloganem „Každý den s vámi“. Snaží se ale zároveň posilovat image aktuálního rádia a další slogan zní: „Nejrychlejší zprávy z vašeho kraje, z naší země, z celého světa - Radiožurnál“ (Rozhlas.cz, online, cit. 23. 1. 2013).

2.3 Poslechovost

Zkoumat přesnost a další ukazatele kvality zpravodajství má smysl nejen u veřejnoprávních stanic, ale i u soukromých rádií. Mají totiž vyšší poslechovost a tedy i dopad na větší počet posluchačů.

Je to důležité i pro samotná rádia, a to hned z několika důvodů. Vzhledem k tomu, že se vysílání i publikum proměňují ve zboží, které rádiím zajišťuje příjem, výzkumy rádiím umožňují získávat informace o tom, jak si na trhu stojí, jak velké mají publikum, můžou s těmito údaji operovat i při jednání se svými klienty, tedy zadavateli reklamy. Výzkumy ale umožňují i získat zpětnou vazbu, poznat své posluchače, zjišťovat, jak kvalitní službu stanice poskytují, tedy informace potřebné pro úspěšnou tvorbu programu (Hankusová, 2006).

Výzkumy publika nejsou ničím novým a už vůbec ne něčím, co by na trh přinesly soukromé stanice. Ve Velké Británii se prvními výzkumy začala zabývat

veřejnoprávní stanice BBC už v roce 1936. Pravidelný výzkum zahájila o tři roky později. Cílem výzkumů bylo poznat zvyky a záliby posluchačů, měřit hodinu po hodině poslechovost, poznat reakce posluchačů na vysílané programy, na obecné principy vysílání BBC, zjišťovat postoje veřejnosti k problémům, se kterými by si mělo vysílání poradit (Hankusová, 2006, s. 48).

Podle vysokoškolského pedagoga Václava Moravce by poslechovost neměl podceňovat ani veřejnoprávní Český rozhlas. *„Rozhlasové vysílatelé veřejné služby v Evropě zpravidla nepoměřují úspěšnost programu pouze kritériem poslechovosti. Bylo by však pošetilé tvrdit, že poslechovost je pro Český rozhlas veličina, která se jej nikterak netýká. Získává-li peníze na svůj provoz z veřejných prostředků, pak by mělo vysílání rozhlasu veřejné služby usilovat o to, aby oslovilo pokud možno co největší část těch, kteří program spolufinancují.“* (Ješutová, 2003, s. 474)

Základním vstupem je pro rádia výzkum Radioprojekt, který od roku 2005 realizují výzkumné agentury MEDIAN a STEM/MARK. Výzkum probíhá formou kontinuálního telefonického dotazování. 28 tisíc telefonických rozhovorů ročně doplňuje 2 tisíce osobních rozhovorů v domácnostech bez mobilních telefonů i pevných linek. Data se prezentují vždy za dva předchozí kvartály, aby se co nejvíce eliminovaly možné výkyvy (Median, online, cit. 22. 1. 2013).

Podle Radioprojektu za 3. a 4. kvartál 2012 je nejposlouchanější rozhlasovou stanicí Rádio Impuls, které denně (daily reach) poslouchá 1,064 milionu posluchačů. Radiožurnál si ve stejném období denně naladilo 756 tisíc posluchačů (Median.cz, online, cit. 27. 2. 2013). Radioprojekt měří ještě jeden ukazatel, weekly reach. Tedy kolik posluchačů si stanici naladí alespoň jednou týdně. U Rádía Impuls šlo v měřeném období o 2,145 milionu posluchačů. U Radiožurnálu o 1,378 milionu posluchačů (radiotv.cz, online, cit. 27. 2. 2013).

3 PROMĚNY ROZHLASOVÉHO ZPRAVODAJSTVÍ VE VĚKU INTERNETU

3.1 Specifika rozhlasové žurnalistiky

Základy rozhlasové žurnalistiky jsou stejné, jako u ostatních typů médií. V zásadě je cílem novináře přinášet informace důležité pro rozhodování příjemců, odpovídat na základní novinářské otázky (kdo, co, kdy, kde, případně jak a proč), čerpat z relevantních zdrojů, získané informace důsledně ověřovat, snažit se dosahovat objektivitu a vyváženosti. Zároveň má ale tento typ žurnalistiky svá specifika, která ho odlišují a kladou na rozhlasové pracovníky náročnější požadavky. A to jak z hlediska formy, tak z hlediska obsahu.

Z hlediska formy je to například **bezchybná hlasová prezentace**. Jejím základem je správná výslovnost, aby posluchač nezůstával na pochybách, aby nedocházelo k obsahovým šumům. Protože je ale rádio především společníkem, důležitá je i barva hlasu, příjemný projev bez výrazných řečových vad.

Práci rozhlasových novinářů ovlivňuje výrazně už samotná podstata tohoto média. Je založené na **akusticko-auditivním principu**. Sdělení se k posluchačům šíří výhradně zvukovou cestou, přijímají ho sluchem. „*Vnímání obsahu zprávy probíhá při auditivním příjmu jinak než při jejím čtení nebo sledování v televizi. (...) klade vyšší nároky na myšlenkové procesy - analýzy, syntézy, srovnávání, zobecňování a abstrakce.*“ (Osvaldová, 2005, s. 62) Posluchač se k informaci nemůže vrátit, je odkázaný na první poslech. Zpráva proto musí být jednoznačná, srozumitelná a logická. Rozhlasová navíc klade vyšší nároky na představivost, reportér v podstatě sehrává úlohu kamery. Kromě faktů popisuje i další okolnosti, které jsou k pochopení důležité.

Dalším významným specifíkem je **kulisový poslech**. Posluchači nejsou plně soustředění na příjem informací, zpravidla rozhlas poslouchají při jiné činnosti. S tím souvisejí i základy zpracování rozhlasové zprávy. Je například důležité aby byl projev jasný, srozumitelný, přesný, přirozený, méně formální, využíval slovní zásoby hovorové

řeči, je vhodné vyhýbat se složitým souvětím, která znesnadňují poslech (Osvaldová, 2005, s. 64).

Andrew Boyd mezi základní specifika rozhlasu řadí i jeho bezprostřednost. „Zprávy pojednávají o tom, co se odehrává právě teď, nebo o prvním náznaku určitého hlediska události, která se sice udála dříve, jež však nebylo zdůrazněno či pokryto. A v žádném jiném sdělovacím prostředku nejsou zprávy bezprostřednější než v rozhlase.“ (Boyd, 1995, s. 6) Stálo by za samostatný výzkum, zda poslední věta stále platí, nakolik do tohoto tvrzení zasáhl internet. V praktické části této práce nabízíme vzorek událostí, který ukazuje, že internetová média bývají často rychlejší. Stejně tak z vlastního šetření autora této diplomové práce vyplývá, že 83 procent respondentů považuje za nejrychlejší zdroj informací internet. Na druhou stranu má rozhlas stále technické výhody, které mu umožňují informovat o událostech okamžitě. Rozhlas je prakticky všudypřítomný. V ideálním případě, kdy se důležitou informací dozvědí všichni novináři ve stejnou chvíli, je rozhlasový žurnalista ve výhodě. Může ji po ověření prezentovat okamžitě. Internetoví novináři potřebují alespoň minimální čas na napsání zprávy, vhodného titulku, vyhledání fotografie. K tomu je také zapotřebí, aby byl příjemce v daném okamžiku připojený k internetu a zprávu si otevřel.

Josef Maršík shrnuje specifika rozhlasu pojmem **rozhlasovost**. Řadí sem pojmy „operativnost, pohotovost (rychlost), autentičnost, aktuálnost, všudepřítomnost, masovost, nepřetržitost, přístupnost, kontinuálnost, časová lineárnost (nevratnost, neopakovatelnost, jednosměrnost).“ (Maršík, 1995, s. 43)

3.2 Proměny žurnalistiky v době kvartárních (digitálních) médií

Rozhlas dlouhou dobu těžil ze své technické výhody, možnosti vysílat aktuální zprávy kdykoli, být nejrychlejším médiem. Do toho ale výrazně zasáhl internet, posunul hranice okamžitosti. Když novinář dříve na zjištěnou informaci okamžitě reagoval tím, že ji začal ověřovat, k posluchačům se i tak mohla dostat se zpožděním. Dnes je možné vysílat informace prakticky v přímém přenosu s nulovým zpožděním.

Ještě v roce 1996 periodizovali **Sandra Ballová-Rokeachová a Melvin DeFleur** lidskou komunikaci do pěti epoch (znamení a signálů, mluvení a jazyka, psaní,

tisku, masové komunikace). Uvažovali i o epoše počítačů, ale na tu se dívali vzhledem k počátkům vývoje komputelizace skepticky. **Werner Faulstich** už naopak ve své práci považuje za poslední vývojový stupeň rozvoj nových médií. Ve fázi A do roku 1500 podle něj převažují primární média (lidské tělo). Ve fázi B (1500 - 1900) převažují sekundární média nebo tištěná média. Ve fázi C (1900 až konec 20. století) převažují masová média a ve fázi D (od konce 20. století) nastupují kvartární neboli digitální média. Americký sociolog **Neil Postman** dělí vývoj médií do dvou etap. První mediální věk se vyznačuje šířením informací z jednoho centra k periferiím a malou mírou reciprocity. Druhý mediální věk je založený na vzniku komunikačních sítí, princip šíření je nahrazený principem interakce mezi uzlovými body (Jiráček, 2009, s. 52).

Nové technologie žurnalistiku výrazně změnily. V této krátké kapitole není možné obsáhnout všechny změny a jejich dopady, k tomu by byla zapotřebí samostatná a velmi obsáhlá práce. Omezíme se proto na stručný výčet a popis některých z nich. Především těch, které nejvíce souvisejí s tématem této diplomové práce.

Komerencializace: Zprávy se staly zbožím, které musí uspět na rozšiřujícím se mediálním trhu. Produkty soutěží na dvojím trhu, příjemců a inzerentů (Trampota, 2006). Aby mohly uspět, musí zaujmout příjemce. Aby médium uspělo na trhu inzerentů, musí nabídnout co největší publikum, právě to je totiž hlavním zdrojem příjmů soukromých médií.

Bulvarizace a infotainment: Důsledkem komercializace je mimo jiné infotainment, tedy snaha podávat informace zábavnou formou. Označení vzniklo spojením termínů information a entertainment. Média se odklánějí od hlubšího zkoumání a analýz a dávají přednost příběhům, šokujícím a skandálním událostem, používají i řadu technických prostředků, aby zaujala pozornost (titulky, fotografie, grafika, zvukový obal a další). Podle Trampoty (2006) se stává důležitým to, co je zajímavé a zábavné. Považuje to za negativní efekt.

Pasivní žurnalistika: Podle Trampoty (2006) rapidně klesají redakční prostředky a roste tak závislost médií na externích zdrojích, média jsou závislá na informační podpoře zvenčí. Nemusejí mít dost prostředků na aktivní vyhledávání, vytváření vlastní agendy a jsou nucená přebírat události domácích agentur. Média

s menšími finančními prostředky navíc mají přístup k omezenějšímu množství zahraničních agentur. Podle Trampoty se tak vytváří globální informační síť, nebo také globální newsroom, kde má několik mezinárodních agentur vliv na výběr zahraničních zpráv lokálních stanic. Přejít k pasivní žurnalistice urychlil internet, který umožňuje snadné a rychlé vyhledávání informací. *„Ačkoli je takovéto produkování zpráv „od stolu“ časově i finančně efektivní, redaktor přichází o mnoho doprovodných informací spojených s interpersonální komunikací.“* (Trampota, 2006, s. 179) Publikování na internetu je navíc takřka neomezené a Burns (2004) v této souvislosti upozorňuje na nutnost důkladného ověřování a potvrzování, aby bylo možné odlišit špinavé, nepřesné informace. Jestliže je totiž levnější a efektivnější spoléhat na jiné poskytovatele zpráv, témata nastolují ti, kdo mají moc vyrábět události.

Tlak na rychlost: Trampota (2006) připomíná, že moderní technologie nám umožňují přijímat aktuální informace neustále a téměř kdekoli. Média se snaží tuto svou schopnost vyzdvihnout a někdy ji demonstrují i předáním papíru s informací moderátorovi přímo ve vysílání. *„Rychlé přejímání komunikačních inovací zpravodajskými médii je vyvoláno silnou konkurencí a snahou o dosažení co největší aktuálnosti, přesnosti a flexibility jako základních konkurenčních výhod vůči ostatním médiím. Snaha o co nejvyšší aktuálnost, která vyústila v živé zpravodajské přenosy důležitých událostí (včetně válečných operací), vytváří pocit, že i možnost zprostředkovávat informace o událostech v momentě, kdy k nim dochází, už nestačí a je opožděná.“* (Trampota, 2006, s. 182)

Negativní důsledky rychlosti: Podle Russ-Mohla a Bakičové (2005, s. 27) je výsledkem celodenní živé zpravodajství v rozhlasu, televizi a na internetu, což vede k narůstající povrchnosti. Novináři mají méně času na ověřování, analýzy, nemůžou se tématům věnovat důkladně. Podle McNaira (2004) se zřítily časové a prostorové bariéry, zprávy dostáváme v reálném čase a kromě nedostatku času na rozhodování je dalším negativním jevem zpravodajství orientované na události na úkor hloubky. Být na místě první se stává cílem bez ohledu na to, jestli je co sdělit, styl se stává důležitějším, než obsah. Nepříznivé je to i pro politiky. Jsou tlačeni do akce, nemají čas na racionální rozhodování, rozhodují se chaoticky, reflexivně. Aby získali čas na důkladnější zvažování, zvyšují se sklony k dezinformacím, utajování informací (tamtéž, s. 132).

Konvergence: Důsledkem snahy zefektivnit činnost a uspět na obou trzích (příjemců i inzerentů) je mimo jiné konvergence. Výrobní konvergence spočívá ve sbližování v oblasti přípravy, distribuce a vnímání nabízených obsahů. Noviny se vyrábějí v tištěné podobě a jsou k dispozici na internetu nebo v mobilním telefonu, kterékoli médium se umí překlomit do internetové podoby (Jiráček, 2009, s. 44). Web jako multimédium umožnil propojit dohromady všechny druhy obsahu. Text, obraz, zvuk, video (Bednář, 2011, s. 16). Jeho vliv na redakční činnost ostatních médií prošel několika fázemi od úplného přezírání až po současný stav, kdy ho rozhlasové a televizní stanice používají dokonce jako svou prodlouženou ruku (tamtéž, s. 49).

Kontinualita: Nové technologie s sebou podle Martina Lokšíka (Osvaldová, 2010, s. 82) přinesly i nový systém výroby zpravodajství a jeho organizace. V tradičním vysílacím schématu se počítalo s jednou klíčovou zpravodajskou relací. Ta přinášela jednorázový souhrn hlavních událostí. Dnes je vysílací schéma založené na kontinuálních zpravodajských relacích různých formátů, což umožnilo vysílání nepřetržitého zpravodajského servisu, neustálou aktualizaci, okamžité vstupování s přímými přenosy v případě potřeby.

Vztah k internetu se podle Jiráčka a Köpplové (2009) vyvíjí. Internet urychlil přenos dat a nakládání s nimi, jeho nástup provázela vlna nadšení z možností, které přináší. Tedy z demokratizace, zapojení většího množství občanů do veřejné diskuse, přechod od pasivní konzumace k aktivnímu zapojení. Na počátku 21. století ale přišlo „*vystřízlivění motivované vzrůstajícím výskytem sociopatologického chování umožňovaného internetem /zneužívání nelegálně získaných dat, internetové pirátství, internetový terorismus a v individuální a skupinové rovině např. zneužívání falešné identity*). Zdánlivá neregulovatelnost internetu vedla také k novým snahám politických elit o manipulaci veřejným míněním s jeho pomocí.“ (tamtéž, s. 68)

3.3 Zásah do zpravodajských hodnot

3.3.1 Konflikt mezi rychlostí a přesností

Brian McNair upozorňuje na snahu „*zmenšit mezeru mezi odehrávající se událostí a informováním o ní.*“ (McNair, 2004, s. 127) Technické vynálezy podle něj umožnily zhroucení časových a prostorových bariér a umožnily informovat v reálném čase. Burns (2004, s. 107) to vnímá jako velké riziko a upozorňuje na článek australské novinářky Ellen Fanningové pro časopis Walkley Magazine, který vydává Společnost australských novinářů. Podle ní byla pravda často obětována potřebě uveřejnit zprávu co nejdříve.

Burton a Jiráček v tomto smyslu dokonce hovoří o rozšíření stávajících zpravodajských hodnot například o bezprostřednost. „*Nástup elektronického sběru dat prostřednictvím internetu, elektronické pošty, videonahrávek a satelitního přenosu z místa konání do redakce posílil důraz na novost zprávy.*“ (2001, s. 257) Podle Maršíka (Osvaldová, 2005, s. 61) je rozhlas vedle on-line žurnalistiky stále nejrychlejší médium. Roste ale časový tlak a tato tíseň s sebou může přinášet zvýšené riziko nepřesnosti. Upozorňuje proto na nutnost neustálého ověřování. Šiler (2007, s. 86) budoucí novináře připravuje na situaci, kdy budou muset volit mezi dvěma hodnotami. „*Jak v médiích obecně, tak v žurnalistické profesi nastávají eticky vypjaté situace, kdy dojde ke střetu různých hodnot nebo principů. Takové případy většinou nemají ideální řešení, člověk musí zpravidla volit mezi dvěma zly.*“

Podle Russ-Mohla a Bakičové to ale s sebou přináší riziko, že se ze ctižádosti vyvolané konkurencí aktuálnosti „*stane deformace profesionality. Jestliže se ve snaze získat pochybnou slávu „být první“ budou jen nedbale provádět rešerše, a publikum tak bude informováno nepřesně a polovičatě, povede to jen k problematickému výsledku konkurence a snahy o aktuálnost. Uživatelé médií mají jiná přání a očekávání - minimálně, když nechtějí být jen baveni, ale také dobře informováni.*“ (Russ-Mohl, 2005, s. 51)

Ramonet tvrdí, že tím dochází ke zvláštnímu paradoxu. Máme k dispozici obrovské množství informací, konkurence zrychluje jejich přenos, ale reportéři nemají

čas pátrat, uvádět fakta do kontextu, analyzovat a dochází tak k paradoxu, že „čím víc se komunikuje, tím méně se informuje, a tím víc se tedy dezinformuje.“ (Ramonet, 2003, s. 149)

3.3.2 Reakce médií na změny

I respektovaná média se dostala do situace, kdy v důsledku nedostatečného ověření informovala nesprávně. Vedlo je to ke změnám pravidel. Jedna z nejuznávanějších stanic, BBC, čelila krizi důvěryhodnosti v roce 2003. Její novinář Andrew Gilligan bez dostatečných důkazů v ranním vysílání informoval, že vláda Tonyho Blaira zveličila zprávu zpravodajských služeb, aby ospravedlnila invazi do Iráku. V roce 2004 kvůli tomu musel odejít generální ředitel Greg Dyke (Rozhlas.cz, online, 24. 1. 2013). BBC čelila kritice, že Gilligan použil informaci potvrzenou jen jedním zdrojem, a zkreslil ji. Tím byl expert na bakteriologické zbraně David Kelly (louc.cz, online, cit. 23. 1. 2013), který podle zprávy odtajněné britskou vládou spáchal sebevraždu (ceskatelevize.cz, online, cit. 23. 1. 2013). BBC pak upravila svá publikační pravidla Editorial Guidelines a uvedla: „*Ve zpravodajství a publicistice má dosažení přesnosti přednost před rychlostí.*“⁵ (BBC, online, cit. 23. 1. 2013)

Také Reuters chce, aby její zpravodajství bylo vnímané jako důvěryhodné, spolehlivé, přesné, rychlé a vydala proto kodex, který popisuje její základní hodnoty a přináší i návod pro zaměstnance, jak se chovat. O rychlosti a přesnosti se Handbook of Journalism zmiňuje několikrát a vždy dává přednost přesnosti. „*Rychlost je důležitá, ale rychlost bez přesnosti je cestou k potížím. Použijte proto všechny dostupné zdroje, které máte k dispozici, pro ověření správnosti údajů.*“⁶ (Reuters, online, s. 501, cit. 23. 1. 2013) Na jiném místě se píše: „*Přesnost, stejně jako vyváženost, mají vždy přednost před rychlostí.*“⁷ (tamtéž, s. 3)

⁵ „*In news and current affairs content, achieving due accuracy is more important than speed.*“

⁶ „*Speed is important but speed without accuracy is an invitation for trouble. Use all the sources available to you to check the accuracy of information.*“

⁷ „*Accuracy, as well as balance, always takes precedence over speed.*“

4 PŘÍKLADY NEGATIVNÍHO VLIVU RYCHLOSTI NA PŘESNOST

4.1 Problém reality a mediální reprezentace

Problému reality a její mediální reprezentace se věnuje velké množství odborné literatury. Nám půjde v této práci především o to, abychom si uvědomili vztah reality a mediální reality, rizika práce médií a možné dopady na společnost, která se na informace získané z médií spoléhá. Například antipozitivistické pojetí vztahu mezi zpravodajskými mediálními obsahy a skutečností tvrdí, že realita zpravodajským obsahům nepředchází, ale teprve vzniká. *„Realita jako sociální fakt do sociální komunikace vstupuje jedině jako interpretace reality. Dokud není skutečnost interpretována či definována, je z hlediska sociální interakce neuchopitelná; resp. vlastně neexistuje.“* (Reifová, 2004, s. 107) Otázkou, co je realita v mediálně saturované společnosti, se zabývají i Jiráček a Köpplová (2009, s. 286). Oddělují pojmy mediální skutečnost (to, co se objevuje v médiích a stává se součástí naší zkušenosti) a sociální skutečnost (to, podle čeho si jedinci vysvětlují svět kolem sebe). Obě tyto „skutečnosti“ jsou jen konstrukce reality.

Problém podle Jiráčka a Köpplové (tamtéž) nastává především v tom, že mediální skutečnost má stále významnější postavení, *„neboť lze předpokládat, že právě média poskytují stále větší díl „reality“, která se nachází za hranicemi bezprostřední osobní zkušenosti člověka.“* (Jiráček, 2009, s. 286) Média navíc mají na příjemce obrovský vliv. Pedagog University of Texas Maxwell McCombs navazuje svým dílem na klasika mediálních teorií Waltera Lippmana a upozorňuje, že většina témat a problémů, které přitahují naši pozornost, není přístupná prostřednictvím naší osobní zkušenosti, že veřejné mínění není reakcí na okolní prostředí, ale na pseudoprostředí vytvořené médii. Připomíná i trefný komentář amerického humoristy Willa Rogerse: *„Všechno, co vím, jsem se dočetl v novinách.“* (McCombs, 2009, s. 25)

Publikem očekávanou fakticitu narušuje velké množství nesprávných informací nejrozumnějších typů. Je potřeba rozlišovat mezi záměrem a chybou (např. v důsledku časového tlaku. Příkladem záměrné činnosti je například **manipulace**, tedy cílená snaha

působit na myšlení jednotlivců a skupin. Celá řada akcí je koncipována právě tak, aby pozornost médií přitáhly (Jirák, 2009, s. 295). Podařilo se také odhalit a popsat celou řadu manipulací, tedy komunikačních her samotných médií. Jde o klamání něčím, co se tváří jako pravdivé, ale ve skutečnosti se to pohybuje na hraně mezi věcnými produkty a fikcí (tamtéž, s. 295). Dalším příkladem je **dezinformace**, tedy „*úmyslně nesprávná či zkreslená informace tajně implantovaná do informační soustavy oponenta se záměrem ovlivnit žádoucím směrem jeho aktivity (názory).*“ (Reifová, 2004, s. 45) Začíná obvykle publikováním skandálního materiálu, který postupně přebírají další média a dochází tak ke kumulativnímu efektu. Záměrným i neúmyslným efektem mediálního publikování může být **fáma**. Tedy nezaručená zpráva, která se tváří pravdivě. Šíří se ústně a jde v podstatě o „*směs objektivně ověřitelné informace se subjektivním hodnocením, do něhož vstupují předsudky, sebesplňující proroctví a emočně zabarvené soudy.*“ (tamtéž, s. 63) Podle Trunečkové (2009, s. 189) může mít za následek i reálnou škodu, pokud ji šíří jindy věrohodná instituce. Jiným negativním příkladem je **novinářská kachna**, tedy text, který má nepravdivý, nebo dokonce vymyšlený obsah (Osvaldová, 2007, s. 99). Řada chyb vzniká nezáměrně, **neověřením** nebo nedůsledným ověřením fakt. Mnoho těchto příkladů spadá do oblasti žurnalistiky, kterou Tomáš Trampota označuje jako **makabrozní**, protože se zabývá šířením informací o smrti nebo zabití veřejně známé osobnosti (Trampota, online, cit. 24. 1. 2013).

Jedinou možností, jak může novinář předejít publikování nesprávných informací a přispívat k důvěryhodnosti média, je důsledná práce s fakty a dodržování obecných principů žurnalistiky tak, jak byly popsány v této práci. Lhaní v žurnalistice se věnuje i vedoucí katedry psychologie FSS MU Brno Zdeněk Vybíral. Upozorňuje na konkrétní nebezpečí a nabízí i řešení: „*Fikce se může snadno stát přesvědčivější než pravdivá reflexe: může působit věrohodněji! Člověk šířící smyšlenou fikci může adresátům velmi přesvědčivě nabízet informace o věrohodnosti zdroje apod.(...) Z jednoho a téhož zdroje informací lze (konverzační procedurou) zkonstruovat buď pravdivý, spolehlivý fakt, nebo fikci, smyšlenku. Ukazuje se, že zdroj informací není tak důležitý a podstatný pro naše rozpoznávání pravdivosti a nepravdivosti. Podstatnější - protože ve svých dopadech rozhodující - je práce se zdroji a fakty. Jejich spojování, interpretování, způsoby prezentování, procedury selekce a vytčení (upřednostnění, zdůraznění, zanedbání).*“ (Vybíral, 2008, s. 112)

4.2 Dopad na publikum

Bylo by příliš troufalé činit si v této práci při jejím rozsahu nároky na popis dopadů žurnalistiky na společnost. Přesto autor považuje za nutné uvést několik poznatků, které znovu potvrzují nutnost novinářovy odpovědnosti vůči publiku, odpovědnosti za správnou práci s informacemi. Odborná literatura předkládá celou řadu typologií reakcí publika. Trampota připomíná historické důkazy, že příjemci sdělení mohou reagovat i okamžitou změnou jednání. „*Nákupem velkého množství benzínu po zpravodajské informaci o blížící se ropné krizi, případně propadnout panice a prchat z města - jak se stalo 30. října 1938 v USA po odvysílání rozhlasového pořadu Válka světů, kdy rozhlasoví posluchači netuše, že jde o dramatizaci fiktivního příběhu, vzali vážně informaci o napadení zeměkoule Marťany.*“ (Trampota, online, cit. 24. 1. 2013). Na jiném místě Trampota uvádí základní proměnné, které určují, nakolik jsme náchylní přebírat agendu média: vnímaná věrohodnost média, naše osobní zkušenost s tématem a vliv interpersonální komunikace. „*Příjemci, kteří důvěřují médiím, budou nastolování více náchylní a budou intenzivněji přebírat mediální agendu a agendu zpráv.*“ (Trampota, 2006, s. 122)

Brian McNair dokonce přišel s konkrétním vzorcem, který vyjadřuje vliv jednotlivých proměnných:

$$U = \frac{D \text{ (důvěra)} + K \text{ (kvalita)} + M \text{ (sdílení kódů)}}{A \text{ (dostupnost alternativních informací)} + S \text{ (stigma)}}$$

„Z rovnice vyplývá, že účinek (U) žurnalistického textu (definovaný jako měřitelná tělesná nebo psychická změna u jednotlivého člena publika) je přímo úměrný úrovni důvěry (D), kterou vzbuzuje, kvalitě (K) stavby a podání a míře (M), v níž podavatel a příjemce stejně chápou společně sdílené kódy. Účinek je dále nepřímě úměrný počtu alternativních zdrojů (A), jež má publikum k dispozici, a míře společenského nesouhlasu neboli stigmatu (S), jež se pojí k uvažovanému účinku.“ (McNair, 2004, s. 50)

Míra přejímání agendy je výrazně ovlivněná i úrovní mediální gramotnosti. Její úroveň si nechala zmapovat Rada pro rozhlasové a televizní vysílání Centrem pro

mediální studia CEMES. Průzkum zahrnuje 819 rozhovorů s lidmi staršími 15 let, šlo o reprezentativní vzorek. V květnu 2011 byly publikovány závěry. Česká populace podle nich stále sdílí představu, že z hlediska socializace, rodinné soudržnosti i zaplňování volného času, je klíčovým médiem televize. I přes přístupnost internetu zůstává dominantní sledování televize v reálném čase. 48 procent dotázaných považuje televizi za možnost být s rodinou. Připojení k internetu v domácnosti deklarovalo 75 procent respondentů. Dotazovaní si ho nejčastěji spojují se získáváním informací (přes 65 % respondentů). Co se týká zdrojů zpravodajství, dominantní je pro většinu společnosti televize. S klesajícím věkem respondentů ale stoupá důležitost internetu jako zdroje zpráv. Zpravodajství na internetu sleduje 34 % dotázaných. Průzkum také ukázal velké mezery ve znalostech mediální produkce (RRTV, online, cit. 25. 1. 2013).

Průzkum agentury Median v roce 2010 zjistil, že 55,5 procent Čechů využívá jako hlavní zdroj informací televizi. Na druhém místě je internet (38 procent). Noviny jako zdroj využívá 30 procent dotázaných, rádio 22,5 procent a časopisy 20,7 procent (Lidovky.cz, online, cit. 25. 1. 2013). Umístění rádií v tomto průzkumu odpovídá částečně i některým závěrům dotazníkového šetření autora této diplomové práce. Jak bude podrobněji popsáno v praktické části, ukázalo se, že lidé poslouchají rádia kvůli hudbě a zábavě. Zároveň ale pokud se dozvědí závažnou informaci z rádia, polovina z nich zůstává a čeká na podrobnější informace. Jsou však nároční na přesnost.

Tyto průzkumy ale hovoří o využívání zdrojů, ne o důvěryhodnosti. CVVM provádí každoročně průzkum Důvěra některým institucím veřejného života. Údaje publikované v září 2012 ukazují, že lidé důvěřují nejvíc armádě, rádiu a policii. Prvenství rádií v důvěryhodnosti se v tomto průzkumu ukazuje už několik let. Zmiňovaný průzkum ze září 2012 ukázal u rádia poměr 60 % důvěřujících a 35 % nedůvěřujících. U televize je poměr 52 % : 45 %. U tisku převažuje dokonce nedůvěra, 45 % : 52 % (CVVM, online, cit. 25. 1. 2013a). Je vhodné upozornit, že v meziročním srovnání zaznamenal rozhlas pokles důvěry, v září 2011 byl poměr 67 % : 29 % (CVVM, online, cit. 25. 1. 2013b).

Zajímavé výsledky přinesl i průzkum agentur AMI Communications a STEM/MARK pro mezinárodní Edelmanův barometr důvěry. Češi jsou podle něj méně důvěřiví než většina Evropanů. Čtvrtina potřebuje slyšet informaci nejméně

šestkrát, aby jí uvěřila. V Evropě je to jen 14 procent lidí. Za nejdůvěryhodnější označili Češi akademiky a odborníky. Nejméně věří vládě a úředníkům. „*Jediným zdrojem informací, jehož důvěra v celosvětovém měřítku narostla, jsou média. Ve světě jim podle Edelmanova barometru důvěry věří 52 procent lidí, v ČR 37 procent, stejně jako například ve Velké Británii. Nejméně důvěřují lidé médiím v Belgii, kde mají důvěru 15 procent obyvatel.*“ (mam.ihned.cz, online, cit. 25. 1. 2013)

4.3 Typologie chyb

Odborná literatura popisuje velké množství novinářských selhání. Martin Mrnka (2006, s. 136 - 143) přináší následující typologii chyb, která umožňuje reflektovat i důvody selhání, aby bylo možné se jim v budoucnu vyhnout:

1. Nekritické přijímání informací - chyby v redakčním systému: Podle Mrnky nepadají publikované hlouposti jen na hlavu autora, ale i celé redakce. Připomíná, že nejčastější fámy procházejí médii hlavně v okamžiku vypjatého stresu, kdy není dostatek času na ověřování. Seriózní média proto mají hodnotit kriticky nejen informace zvenčí, ale i informace samotného autora.

2. Nekritické přijímání informací - osobní selhání autorů: Nutnost hodnotit kriticky i samotné autory ukazují uvedené příklady jejich osobních selhání. V roce 2004 rezignovala šéfredaktorka amerického listu USA Today Karen Jurgensenová, když se ukázalo, že hvězdný redaktor Jack Kelley si občas vymýšlel. Redakce ho přitom pětkrát navrhovala na Pulitzerovu cenu. Podobným selháním je kauza Jimmygate, o které se ještě zmíníme.

3. Nedostatečné ověřování zdrojů: Podle Mrnky může vést jednání pod tlakem snahy vyrovnat se konkurenci k chybám, které mohou degradovat hodnověrnost média. Cenou za snahu být první může být ztráta důvěryhodnosti. Jako příklad uvádí takzvaný Sarajevský atentát, tedy vrcholící rozkol koaliční ODS, KDU-ČSL a ODA. V době, kdy byl Václav Klaus v Sarajevu a Jan Ruml a Ivan Pilip dokončovali rozkol ODS, oslovil redaktor Novy bývalého aktivistu Sládkových republikánů a bezpečnostního experta. Ten mu naznačil, že slyšel něco o vile, kterou by měl mít Václav Klaus ve Švýcarsku. Reportér o existenci vily natočil přesvědčivou reportáž, Nova ji přes odpor některých

pracovníků odvysílala a dala tím odpůrcům Václava Klause zbraň. Existence vily se nikdy neprokázala. Klaus a jeho rodina požadovali stamilionové odškodné. K soudu nakonec nedošlo, obě strany se dohodly na omluvě. Nova veřejně přiznala, že její tvrzení byla nepravdivá.

4. Přebírání nepravdivé informace mezi médii: Běžnou praxí je, že média přebírají informace ostatních médií. Ta seriózní svůj zdroj citují. Odpovědnost za správnost informace má ale médium, které ji příjemcům předkládá. Mrnka proto připomíná, že i zprávu z jiných médií je potřeba brát jen jako jeden ze zdrojů a ověřit ji.

5. Nepochopení zdroje: Důvodem takové chyby může být rozdíl v myšlení autora příspěvku a respondenta, ale i jazyková bariéra.

6. Cílená dezinformace a okouzlení zdrojem: Mrnka tento typ přibližuje na postavách vězně Jiřího Kajínka, který se stal miláčkem národa, byl o něm dokonce natočený film, který podporuje pochybnosti o jeho případu. Své popularity uměl využívat i Radovan Krejčíř. Především Mladá fronta Dnes podle Mrnky bez jakékoli korekce a kritického zkoumání přetiskovala jeho dezinformace a rezignovala tak na novinářskou etiku a profesní čest.

7. Cílené firemní PR: Mrnka uvedl příklad z roku 1996, kdy se nechala Nova nachytat na mystifikaci mladoboleslavské Škody. Redakci se ozval člověk, který tvrdil, že špiónsky natočil utajovaný nový model Škodovky. Nova záběry koupila a odvysílala, přesto, že ji mluvčí firmy varoval. Televizi nedošlo, že ten den je shodou okolností apríl. Škoda ale dosáhla svého. Ukázalo se, že nešlo o nový model Škodovky, ale neznámý model Roveru a PR oddělení dostalo díky Nově do povědomí lidí, že stojí za to si na nový vůz počkat, i když se jeho uvedení na trh odsouvá.

4.4 Příklady záměrných mystifikací

Jak už jsme uvedli výše, mystifikaci od jiných typů dezinformací odlišuje úmyslnost. Jde o záměrné klamání něčím, co je pravdivé jen zdánlivě. Odborná literatura popisuje celou řadu takových mystifikací.

Válka světů: Učebnicovým příkladem mystifikace s obrovským dopadem je vysílání rozhlasové inscenace Válka světů, kterou připravil režisér Orson Welles podle románu Herberta George Wellse. Režisér hru pojal jako živé zpravodajství o útoku Martťanů na USA a další země. Přestože stanice CBS předem informovala, že jde o hru a během inscenace to čtyřikrát zopakovala, podle odhadů v té chvíli stanici poslouchalo 6 milionů posluchačů a asi milion propadl panice a opustil domovy. Výsledkem byly dopravní zácpy a údajně i škody na majetku a úmrtí vyvolaná selháním srdce (Jirák, 2009, s. 296, 363).

Jimmygate: Jde o příběh zveřejněný Washington Post. Dojemný příběh o osmiletém černošském chlapci závislém na heroinu, kterému ho matčin přítel vpichoval přímo do žil. Janet Cooková za reportáž dostala Pulitzerovu cenu, kterou musela vrátit, když se ukázalo, že si postavu vymyslela. Přišla samozřejmě i o místo. Bránila se tím, že obraz rodiny je typický (tamtéž, s. 296).

Hitlerovy deníky: V německém časopise Stern byly publikovány údajné Hitlerovy deníky, převzaly je i další listy. Podvrh vyvolal diskusi, která mohla vést dokonce k přehodnocení dějin. Stern utrpěl na věrohodnosti (tamtéž, s. 296).

Příklady z českého mediálního prostředí: Mystifikace se zapsaly i do dějin českých médií. „*Například v osmdesátých letech nabídl deník Mladá fronta jako součást vydání na 1. dubna zprávu o tom, že z pražského vrchu Petřín byla vrtulníkem odstěhována rozhledna. V roce 1992, krátce před rozdělením Československa, nabídla Česká televize inscenaci o přepadení televizního studia skupinou teroristů, kteří chtějí rozpadu zabránit. (...) V červnu 2007 se podařilo uměleckému uskupení Ztohoven vstoupit do pořadu Panorama České televize a do tohoto pořadu, kde se on-line nabízí stav počasí v různých částech České republiky, umístit do záběrů z Obřího dolu v Krkonoších stylizovaný atomový výbuch.*“ (Jirák, 2009, s. 297) Média naletěla mystifikaci i v roce 2012 a musela to později přiznat. Zinscenovaná svatba nejpopulárnější české zpěvačky Lucie Bělé s Petrem Makovičkou byla nadsázkou, mystifikací (lidovky.cz, online, cit. 26. 1. 2013).

4.5 Selhání v důsledku upřednostnění rychlosti před přesností

Jiráček a Köpplová jsou ale přesvědčeni, že výše popsané případy je potřeba oddělit od běžných chyb, které vznikají často pod tíhou časového tlaku, nedostatečnou profesionalitou nebo v důsledku ochabující ostražitosti. Nejde o manipulativní jednání (Jiráček, 2009, s. 297).

11. září 2011: Řada chyb vznikla při informování o 11. září. Novináři v důsledku časového tlaku (šlo o informování v přímém přenosu) publikovali mnoho neověřených a nepřesných informací. „*V 10:37 oznámil reportér CNN Aaron Brown: "Dostáváme zprávy, dostáváme hodně zpráv a chceme být opatrní a informovat vás, až je potvrdíme. Máme zprávu, že v Pensylvánii se zřítila 747, avšak tato zpráva je v tuto chvíli nepotvrzená." Ve zmatku chybně v 10:47 oznámil, že na Pentagon míří druhé letadlo a informaci zopakoval v 10:52*“ (Wikipedia, online, cit. 25. 1. 2013a)

Volby Bush: Média chybovala i v roce 2000 při prezidentských volbách. Předčasně dvakrát vyhlásila vítěze voleb, v nichž proti sobě stáli George W. Bush a Al Gore. Teprve později ohlásila, že výsledek na Floridě je tak těsný, že ho není možné předpovědět. Nejvyšší soud pak rozhodl, že vítězem je George W. Bush (Wikipedia, online, cit. 25. 1. 2013b).

Makabrozní žurnalistika: Řada nepravdivých zpráv spadá do oblasti úmrtí známých osobností. Takto se například diváci jihoafrické televize ETV dozvěděli smrti exprezidenta USA George Bushe. Technik totiž nedopatřením při zkoušení běžícího textu pro mimořádné zprávy zadal místo zkušebního vysílání přímé vysílání (iDnes.cz, online, cit. 25. 1. 2013). Agentura Bloomberg zase vydala omylem nekrolog Steva Jobse, zakladatele počítačové firmy Apple. Následovala sice omluva, ale zpráva se okamžitě zařadila mezi nejčtenější. V sázce navíc byly obrovské peníze, spekulace o Jobsově zdravotním stavu měly přímý vliv na cenu akcií jedné z nejvýznamnějších počítačových firem (Týden.cz, online, cit. 25. 1. 2013). Zprávy o úmrtí se nevyhýbají ani české žurnalistice. V roce 1998 ČTK omylem vydala nekrolog prezidenta Václava Havla. Informaci o jeho úmrtí v Innsbrucku ale ihned stáhla, ještě než se stihla rozšířit (tamtéž). Horší důsledky měla informace o smrti spisovatele Jaroslava Foglara. V roce 1995 ji vypustila ČTK a „*spisovatel si ji vyslechl v rádiu. "Musel jsem se tehdy štipnout*

do ruky, abych se ujistil, že nespím. Ale i takové věci se mohou stát," zareagoval tehdy spisovatel. “ (Radio.cz, online, cit. 25. 1. 2013)

Falešný pokladník: Většina seriózních médií naletěla v roce 2012 vymyšlené zprávě redaktora Parlamentních listů Václava Prokūpka o tom, že romské straně utekl pokladník s členskými příspěvky. Sám redaktor, mimochodem dříve lídr extremistické Dělnické strany, později přiznal, že zpráva byla vymyšlená. Přesto ji hned po vydání převzala seriózní média a jen deník Právo naznačil, že by mohlo jít o fámou, protože zprávu o zakládání strany zpochybnil místní aktivista Miroslav Brož. Analýzu zdrojů provedl až o několik dní později zpravodajský web Romea.cz (Mediář.cz, online, cit. 25. 1. 2013).

PRAKTICKÁ ČÁST

5 PŘÍPRAVNÁ FÁZE

Dlouholetá rozhlasová praxe, vlastní sebereflexe, ale i přístup veřejnosti k novinářům, nutily autora této diplomové práce nad touto problematikou více přemýšlet. Z veřejnosti často zaznívá přesvědčení o nepřesnosti zpravodajství, o jeho nízké kvalitě. Často tato tvrzení nejsou odborně ničím podložena. Veřejnost má jistě právo na svůj názor, autor chtěl ale zjistit, jak se ve skutečnosti rychlost zpravodajství promítá do jeho přesnosti.

Rádio má výhodu v možnosti informovat téměř okamžitě. Aby mohl redaktor vstoupit do vysílání s důležitou informací, nejsou potřeba velké programové úpravy, v cestě nestojí žádné technické bariéry. Ve chvíli, kdy je informace ověřená, je možné ji okamžitě prezentovat. Do vnímání bezprostřednosti ale výrazně zasáhl internet. Ještě před několika lety byla cesta informace do rozhlasového studia delší. Neexistovaly mobilní telefony, které umožňovaly rychlé šíření a ověřování informací. Novináři neměli k dispozici internet, který nejen že umožňuje rychle informovat, ale urychluje i komunikaci, umožňuje přenášení velkého objemu dat.

Celý proces výroby zpravodajství se tedy zrychluje a informace se tak skutečně šíří bezprostředně po události. Ve chvíli, kdy bourá auto, řidič za ním zavolá do rádia, informuje o nehodě. Během chvilky je možné nahraný vzkaz sestříhat a pustit do vysílání. Během několika minut jsou informovaní další řidiči a můžou se místu vyhnout a zabránit větší tragédii.

Autor práce si samozřejmě uvědomuje, jaká rizika tato rychlost přináší. Neustále si ale zároveň klade otázku, jestli je současný stav skutečně tak špatný, jak se veřejnost domnívá. Rozhodl se proto vědeckými metodami potvrdit nebo vyvrátit několik hypotéz. Prvním krokem bylo stanovit cíle výzkumu a metody, které budou pro jejich dosažení nejefektivnější a umožní, aby byl výzkum validní a reliabilní.

5.1 Cíle

Autor diplomové práce si stanovil několik základních úkolů. Zjistit, jak rychlý je v současné době přenos informací, jak přesné tyto informace jsou, jaký je reálný vliv

rychlosti na jejich kvalitu. Cílem bylo také zjistit, jak se liší přesnost informací v závislosti na vzdálenosti žurnalistů od místa dění, nebo jaký vliv mají zdroje, které má novinář k dispozici.

Praktická část by rovněž měla odpovědět na to, jak rozhlasoví profesionálové dodržují normativní požadavky, jak důsledně s informacemi pracují. Například zda posluchače upozorňují na to, že událost se ještě stále vyvíjí a uváděné údaje se mohou měnit. Jestli přiznávají, že se ještě informaci nepodařilo ověřit. A samozřejmě jak se stavějí k odpovědnosti za případné chyby.

5.2 Hypotézy

Autor si stanovil pět hypotéz, které se pokusí výzkumnými metodami potvrdit nebo vyvrátit. Hypotézy se týkají rychlosti informací a s ní souvisejícím rizikem nepřesnosti. Výzkum by měl ukázat, jak k rychlosti a přesnosti přistupují posluchači a novináři, kde se jejich přístupy scházejí a kde rozcházejí a kde představy obou skupin narážejí na realitu:

1. Rádio Impuls a Radiožurnál dbají na přesnost a informace důkladně ověřují. Tam, kde existuje riziko nepřesnosti, na to posluchače upozorňují.
2. S rostoucí vzdáleností od místa dění roste riziko nepřesnosti.
3. Posluchači očekávají přesné informace. Požadují ale i rychlost. Jsou ochotni slevit z požadavků na přesnost, pokud se informace vyvíjí, novinář ještě nemá k dispozici relevantní informace, ale posluchačům to přizná.
4. Posluchači naopak neomlouvají nepřesnost zaviněnou nedbalostí.
5. Rádio v době nových médií ztratilo výsadu nejrychlejšího média. Díky novým technologiím, například možnosti poslouchat ho i v mobilních telefonech, propojení s internetem, ale stále má možnost držet se mezi nejrychlejšími a své nevýhody kompenzuje svou všudypřítomností.

5.3 Metody

K ověření jednotlivých hypotéz budou použity různé výzkumné metody. Některé z hypotéz se totiž týkají novinářů, jiné příjemců informací, další kvality samotných informací. Je tedy nutné ověřit každou z nich metodou, která je pro danou skupinu vhodná.

Pro ověření hypotézy číslo 1 a 2 je využita metoda kvalitativní analýzy zpravodajských relací ČRo 1 Radiožurnálu a Rádia Impuls. Cílem je zjistit, nakolik přesné byly první informace o závažné události. Autor vychází z předpokladu, že právě nečekané zprávy závažného charakteru (hard news) jsou velmi rizikové. Právě u nich se nejvíce střetává požadavek na rychlost s požadavkem na přesnost. Přesnost předávaných informací je ověřena metodou rešerše.

Třetí a čtvrtou hypotézu by měla potvrdit nebo vyvrátit metoda dotazníkového šetření. Dotazník na stránkách www.vyplnto.cz vyplnilo 400 respondentů. Jejím cílem je ukázat, jak na řešenou problematiku nahlíží příjemci informací, jaká mají očekávání, co ještě považují za přijatelné a co už nikoli.

K ověření páté hypotézy autor využije podkladů použitých při prověřování hypotéz 1 a 2. Tentokrát je ale posoudí metodou kvantitativní analýzy dat. Výsledkem bude tabulka, která ukáže, jak rychle s informací přišly různé typy médií. Zároveň autor použije výsledky dotazníku pro posluchače. Ukazují, jak rychlost jednotlivých médií vnímají a kam řadí rozhlasové zpravodajství.

Autor zároveň vytvořil ještě jeden dotazník určený pro novináře. Měl by ukázat, nakolik se liší představy příjemců o rychlosti a přesnosti od představ novinářů. Zároveň by měl ukázat, na jaké reálné překážky novináři narážejí. Cílem je přispět k řešení propasti mezi představami obou zkoumaných skupin.

Ke stejnému cíli vedou i hloubkové expertní rozhovory s mediálními odborníky, kteří nabízejí svůj náhled na zkoumanou problematiku i možnosti řešení jednotlivých zkoumaných témat.

5.4 Popis zkoumaných vzorků

Pro kvalitativní analýzu bylo vybráno čtrnáct událostí závažného charakteru, které kladly na novináře vysoké nároky. Šlo o závažné události, které bylo těžké ověřovat a zároveň se v čase vyvíjely. První informace se tedy zpravidla lišily od výsledných. K analýze nebylo možné přistupovat kvantitativní metodou, nebylo by totiž možné stanovit jednoduchá pravidla vedoucí k tomu, že výzkum bude validní a reliabilní. Analýzu všech vzorků doprovází slovní komentář, který vysvětluje důvody nepřesnosti. Vzorek čtrnácti událostí je samozřejmě velmi omezený, pro dokonalé prozkoumání přesnosti médií by byl lepší komplexní vzorek všech událostí v určitém období. To je však analýza vhodná spíše pro dlouhodobý výzkum. Pro potřeby této diplomové práce a pro potvrzení nebo vyvrácení hypotéz je ale tento vzorek dostačující.

V dotazníkovém šetření byl použit vzorek čtyř set respondentů, kteří vyplňovali dotazník na stránkách www.vyplnto.cz, případně poslali vyplněný dotazník e-mailem. Nejde o reprezentativní vzorek, nekopíruje demografickou strukturu České republiky, je tedy potřeba přistupovat k výsledku s určitou rezervou. Přesto jde z hlediska počtu respondentů o poměrně velký vzorek a závěry lze považovat za validní a reliabilní.

Pro kvantitativní analýzu určenou k ověření páté hypotézy bylo využito vybraných čtrnácti událostí prověřovaných kvalitativní analýzou. Aby bylo možné porovnat rychlost jednotlivých médií, bylo vybráno šest významných zpravodajských médií. Výsledkem je tabulka, která ukazuje, které z nich přišlo s informací nejdříve. Šlo o dvě rozhlasové stanice, dva zpravodajské weby, web zpravodajské televize ČT24 a ČTK.

5.5 Harmonogram

Tato práce vznikala kontinuálně rok a půl, v podstatě hned od začátku magisterského studia, od října 2011. Především rešerše literatury, její nastudování a získávání podkladů pro výzkum zabraly nejvíce času.

- Říjen - listopad 2011: Rešerše odborné literatury
- Listopad 2011: Vytvoření dotazníků a jejich konzultace s vedoucím diplomové práce Mgr. Ladislavem Vonzem a RNDr. Jaroslavem Hukem (pracovník STEM, pedagog UJAK).
- Prosinec 2011 - listopad 2012: Studium odborné literatury
- Prosinec 2011: Realizace dotazníkových šetření
- Leden - březen 2012: Vyhodnocování dotazníkových šetření
- Březen 2012: Rešerše témat pro kvalitativní analýzu zpravodajských relací
- Duben 2012: Získávání zvukových záznamů zpravodajských relací
- Květen 2012: Přepis zpravodajských relací
- Červenec 2012: Realizace hloubkových expertních rozhovorů
- Srpen - listopad 2012: Analýza získaných dat
- Prosinec - únor 2012: Tvorba textu diplomové práce

6 ANALÝZA DAT

V této kapitole nabízíme analýzu dat ze všech provedených šetření. Pro lepší přehlednost je každému šetření věnována samostatná podkapitola. V závěrečné části diplomové práce jsou závěry jednotlivých šetření shrnuty. Nabízíme v ní vyhodnocení hypotéz i doporučení pro praxi a další výzkum.

6.1 Průzkum mezi posluchači

Cílem průzkumu mezi posluchači bylo zjistit, jak se na řešenou problematiku dívají sami posluchači, jaká mají očekávání, co považují za přijatelné a co už je za jejich hranicí. Výsledky mají vést k potvrzení nebo vyvrácení třetí a čtvrté hypotézy této práce. Pokusíme se tedy zjistit, co posluchači požadují a jaký druh chyb tolerují a jaký už ne. Tato zpětná vazba by měla zároveň přispět k hledání řešení.

Dotazník byl vytvořen v listopadu 2011 a konzultován s vedoucím diplomové práce Mgr. Ladislavem Vonzem a zároveň s pedagogem Univerzity Jana Amose Komenského a analytikem Střediska empirických výzkumů RNDr. Jaroslavem Hukem, aby otázky skutečně přinášely odpovědi na zkoumaný problém, byly tedy validní, a zároveň byly reliabilní, tedy aby při aplikaci stejné metody přinášely stejné závěry.

Dotazník byl nejprve distribuován elektronicky prostřednictvím webových stránek www.vyplnto.cz. Autor diplomové práce tak získal odpovědi tří set respondentů. Dalších 100 respondentů získal distribucí konkrétním osobám ve svém okolí, ať už mailovou, nebo osobní formou. Následující tabulka ukazuje strukturu respondentů.

První dotazy souvisely s pohlavím, vzděláním a věkem. Výsledek je součástí tabulky Základní parametry získaného souboru. Ke každé z dalších otázek byl vytvořen graf, který přináší kvantitativní výsledky. Aby bylo vyhodnocení úplné, doprovází ho i vysvětlující komentář.

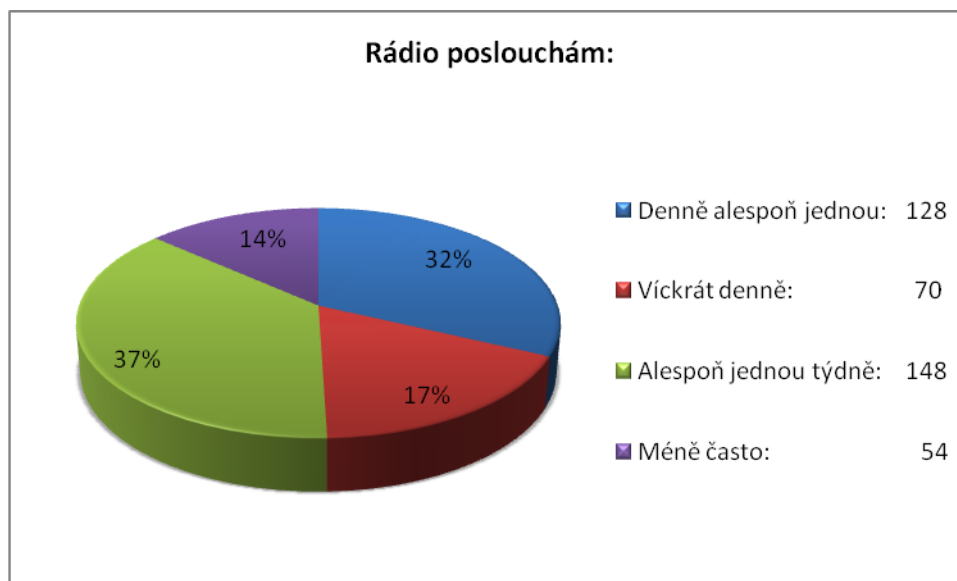
Tabulka 1: Základní parametry získaného souboru (400 respondentů)

Respondenti		Počet	Podíl
Pohlaví	Žena	265	66%
	Muž	135	34%
Vzdělání	Vysokoškolské	129	32%
	Vyšší odborné	3	1%
	Střední	257	64%
	Vyučen	3	1%
	Základní	8	2%
Věk	Do 20 let	52	13%
	21 - 30 let	268	67%
	31 - 40 let	49	12%
	41 - 50 let	16	4%
	51 a více let	15	4%

Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Autor si uvědomuje, že nejde o reprezentativní vzorek, který by kopíroval demografickou strukturu České republiky. Jde ale o názory čtyř set respondentů, což je poměrně velký vzorek, který může přinést podněty k zamyšlení nad řešením zkoumané problematiky. Výrazně například převažují lidé se středoškolským a vysokoškolským vzděláním. Respondentů se základním vzděláním je minimum. Tento malý vzorek ale ukázal, že konflikt rychlosti a přesnosti příliš neřeší. 90 procent z nich preferuje rychlost před přesností a v dalších otázkách ukazují vysokou míru tolerance vůči nepřesnostem. Je to tedy spíše téma, kterým se zabývají vzdělanější lidé. I kvůli respondentům s nižším vzděláním je důležité hledat správné postupy, které by minimalizovaly riziko vlivu rychlosti na přesnost zpravodajství. Pokud totiž nekombinují zdroje, jsou snadněji manipulovatelní. Rozhodují se na základě užšího spektra informací, než vzdělanější lidé. Hledáme-li tedy řešení, které by umožnilo eliminovat rizika, názory lidí s vyšším vzděláním jsou v takovém případě velmi prospěšné. Jde totiž o respondenty, kteří se nad tématem skutečně zamýšlejí a umožňují posouvat diskuse o něm dál.

Graf 1: Četnost poslechu rádií



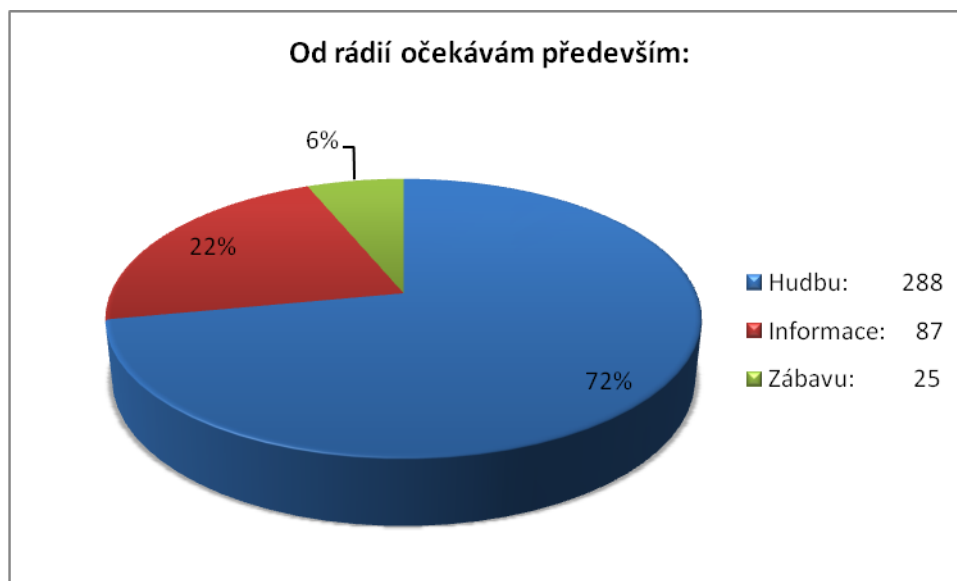
Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Mezi respondenty převažují pravidelní posluchači. Největší skupinou jsou ti, kdo poslouchají rádio vícekrát denně, nebo alespoň jednou za den, dohromady 49 procent. Dalších 37 procent posluchačů si ho zapne alespoň jednou týdně. To je pro průzkum ideální, protože přináší odpovědi právě těch, kdo rádio skutečně poslouchají a odpovídají na základě svých skutečných zkušeností.

Zastoupená je ale i skupina, která poslouchá rádio jen občas, méně než jednou týdně. Bylo by zajímavé prozkoumat podrobněji i tuto skupinu. Má totiž důvody, proč rádio neposlouchá pravidelně a bylo by vhodné vědět proč, co jí chybí, případně co zajímavějšího jí nabízejí ostatní typy médií.

Převaha respondentů poslouchajících pravidelně ale dokazuje, že rádio zůstává oblíbeným médiem, zachovává si svou všudypřítomnost. Jak se ukazuje z dalších odpovědí, zpravodajství není hlavním důvodem poslechu. Přesto je potřeba mu vzhledem k velikosti auditoria věnovat náležitou pozornost. Nepřesná informace může mít dopad na velkou skupinu obyvatelstva.

Graf 2: Očekávání posluchačů od rádií

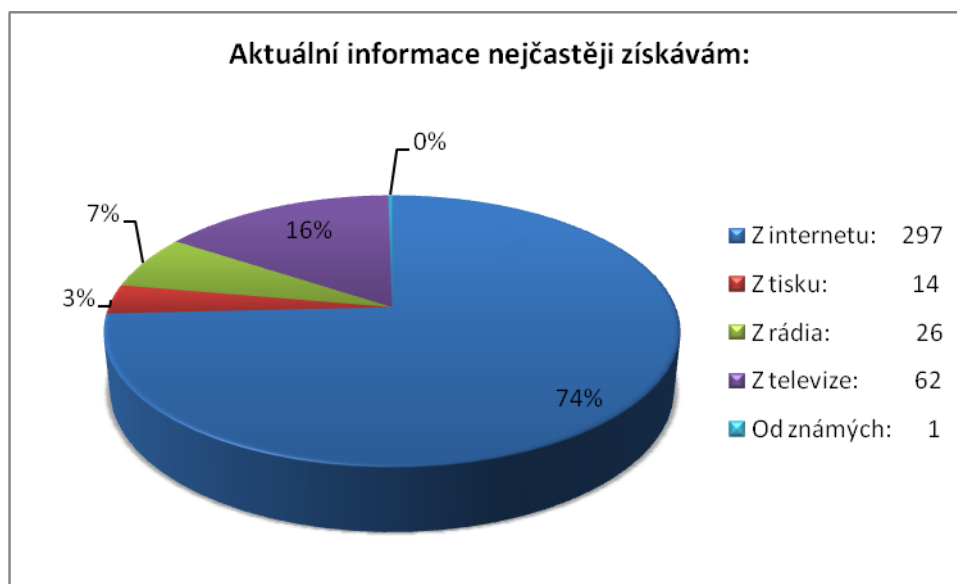


Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Téměř tři čtvrtiny respondentů poslouchají rádio kvůli hudbě. Dalších šest procent kvůli zábavě. Jen 22 procent uvedlo, že důvodem poslechu je získávání informací. Ukazuje se tedy, že rádio je především společníkem a posluchači nevyžadují, aby mluvené slovo tvořilo dominantní složku. Je na druhou stranu nutné přiznat, že výsledek může být zkreslený i věkem. Podíváme-li se na strukturu respondentů, převažují lidé ve věku 21 až 30 let. Tedy generace, která získává informace především z internetu, jak ostatně ukážou i odpovědi na další otázky tohoto průzkumu.

Bylo by ovšem chybné z odpovědí vyvozovat, že pro respondenty není zpravodajství důležité. Měli pouze uvést hlavní důvod poslechu. Svou odpovědí ale neříkají, že zpravodajství ignorují. Jak ukazují následující odpovědi, je pro ně naopak důležité a jsou v jeho hodnocení velmi přísní a kladou na něj vysoké nároky. Když si navíc uvědomíme, že převažují respondenti, kteří rádio poslouchají pravidelně, nemůžeme zpravodajství vnímat jako okrajovou činnost. Pokud totiž respondenti poslouchají rádio převážně kvůli hudbě a zpravodajství neřadí na první místo, můžou mít nepřesné informace obrovský dopad. Především u těch, kteří se chtějí jen bavit, informace přijímají pasivně, nejsou ochotní je prověřovat a konfrontovat s dalšími zdroji.

Graf 3: Zdroje informací



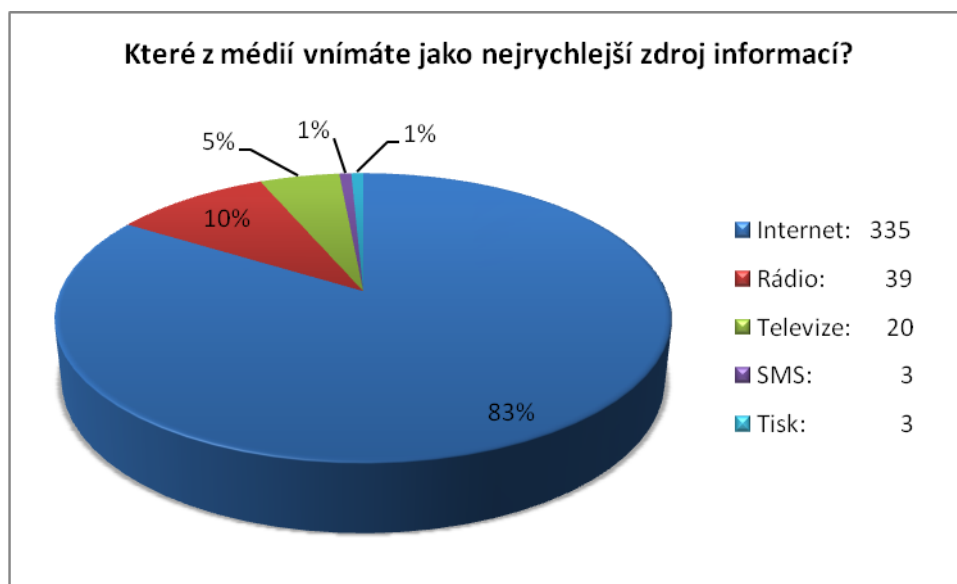
Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Tři čtvrtiny respondentů uvádějí jako primární zdroj informací internet, dalším významným zdrojem je televize. Pouze 7 procent uvádí rádio. Odpovídá to skutečnosti, že v dotazníku nejčastěji odpovídala takzvaná „internetová generace“, 21 až 30 let. Zároveň je to v souladu se zjištěním, že lidé poslouchají rádia především kvůli hudbě, ne tedy primárně kvůli informacím.

Průzkum ale nezkoumá podrobně okolnosti získávání informací. Otázka zněla, odkud respondenti nejčastěji čerpají informace. Neznamená to tedy, že jedním ze zdrojů informací není rádio. Není vyloučeno, že lidé přijímají informace z rádia například v autě, v obchodech, kde rádia hrají, a podobně. Nepovažují to ale za dominantní zdroj informací.

Potvrzují to i odpovědi na další otázky, respondenti skutečně získávají informace mimo jiné i z rádia. Zajímavá je skutečnost, že zhruba polovina lidí, pokud se dozví zásadní informaci z rádia, u něj dál zůstává a čeká na podrobnosti. Nemá tedy potřebu ověřovat je jinde. I to svědčí o tom, že nelze přeceňovat vliv internetu a podceňovat naopak informace získávané z rádií.

Graf 4: Rychlost médií z pohledu příjemců



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Naprostá většina respondentů považuje za nejrychlejší zdroj informací internet. Ukazuje se tedy, že je pro tradiční média velkou konkurencí. I proto vytvářejí své zpravodajské weby. Například www.rozhlas.cz, www.iregiony.cz (zpravodajský web Rádía Impuls), www.ct24.cz a další.

Přeceňovat dominanci internetu v tomto průzkumu ale může být ošidné. Nezjišťuje například, jaké stránky respondenti navštěvují, jestli tedy jedním ze zdrojů nejsou právě webové stránky rádií a televizí. Nezkoumá také okolnosti získávání informací. V práci, kde člověk nemá možnost poslouchat rádio nebo sledovat televizi, to tak jistě je. Například v autě ale nemáme možnost přijímat informace z internetu. Nejrychlejším zdrojem informací je v takové situaci bezesporu rádio.

Otázkou také je, nakolik představa rychlosti internetu odpovídá realitě. I tradiční média často čerpají své informace ze zpravodajských webů. Platí to ale i opačně. Jednou z výzkumných metod této práce je i porovnání rychlosti jednotlivých médií. Výsledek tak jednoznačnou dominanci internetu z hlediska rychlosti nepotvrzuje. Jde ovšem o omezený vzorek a k jednoznačnému potvrzení nebo vyvrácení by byl nutný detailní průzkum.

Graf 5: Očekávání respondentů od rozhlasového zpravodajství



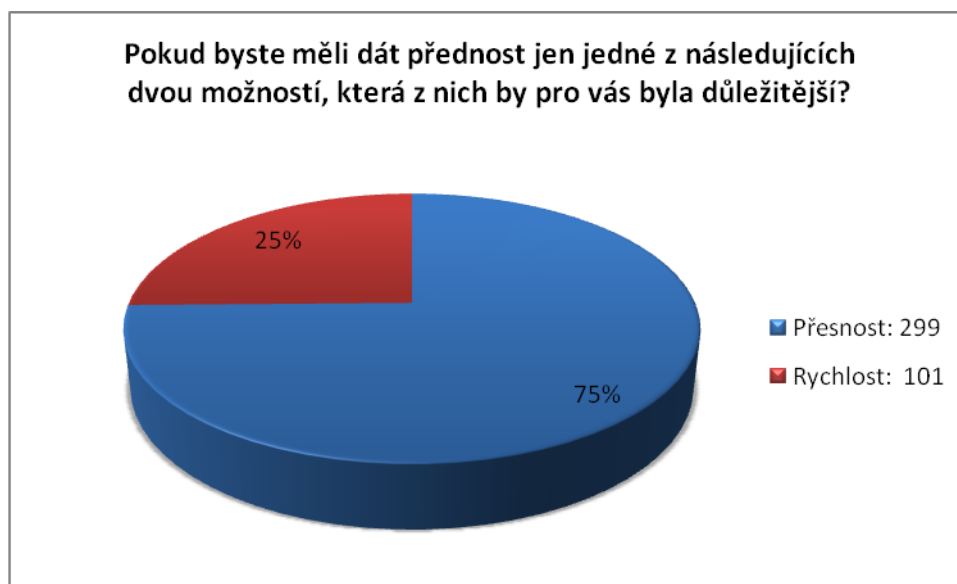
Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Ačkoli respondenti poslouchají rádia především kvůli hudbě, na rozhlasové zpravodajství kladou vysoké nároky. Zde je potřeba zastavit se u pojmů rychlost a aktuálnost. Aktuálností se rozumí informace o tom, co se právě děje. Rychlostí pak čas potřebný k předávání informací. Ukazuje se, že respondenti očekávají především aktuální informace. Je tedy důležité jim je zprostředkovávat co nejdříve. Pro čtvrtinu posluchačů je navíc důležité i to, jak rychle informace dostanou.

Pouze třetina respondentů ovšem uvádí, že požaduje přesnost, ačkoli v této otázce měli možnost vybrat více možností, případně všechny. To klade vysoké nároky na profesionalitu zpravodajů. Ačkoli respondenti neuvádějí, že je pro ně přesnost prioritou, nepřesná informace může mít dopad, pokud si ji posluchači neověřují a nekonfrontují s dalšími zdroji.

Ani odpovědi na tuto otázku ale nemůžeme vnímat jako nezájem posluchačů o přesnost. Ačkoli zde deklarují, že nepatří mezi nejzákladnější požadavky, v dalších odpovědích na ni kladou vysoké nároky a zhruba polovina posluchačů si raději počká na přesné informace, než aby dostala rychlou, ale nepřesnou informaci.

Graf 6: Preference posluchačů z hlediska rychlosti a přesnosti



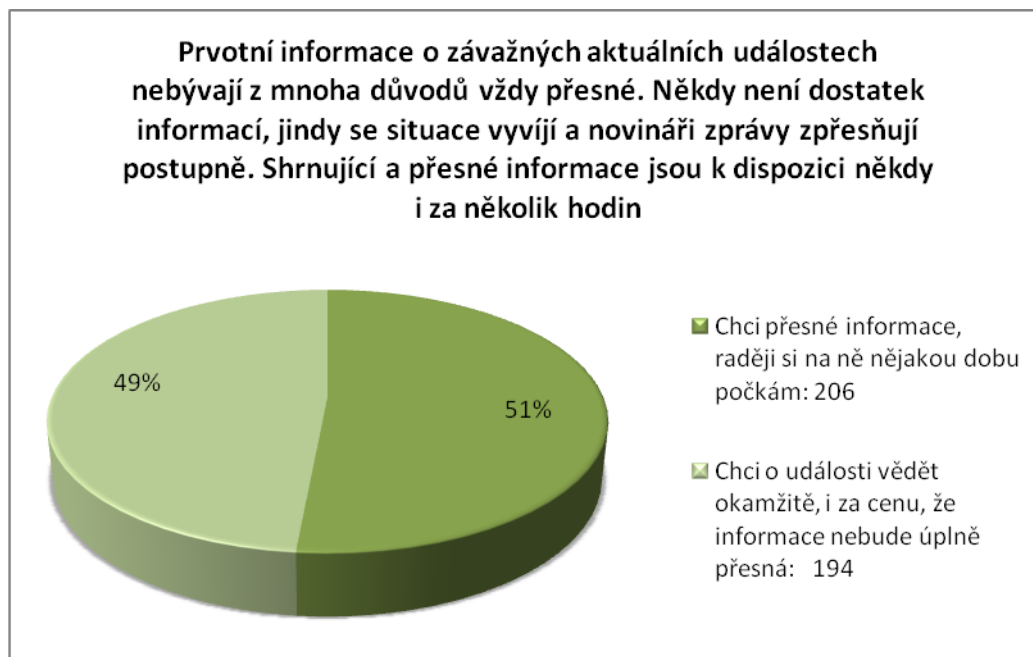
Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Pokud nenabízíme v otázce více zpravodajských hodnot, ale dáme respondentům na výběr pouze mezi rychlostí a přesností, tři čtvrtiny volí jednoznačně přesnost. Potvrzuje se tedy, že tato hodnota je pro posluchače významná. Kladou na ni vysoké nároky.

Pro čtvrtinu je ale naopak důležitá rychlost. Ani to není zanedbatelná část a je potřeba uspokojit dostatečně i ji. Jinými slovy, přesnost je pro posluchače prioritou. Zároveň se ale ukazuje, že tlak na rychlé předávání informací existuje a novináři se s ním musejí vypořádat.

Z grafu by se mohlo zdát, že snaha novinářů o rychlost je přehnaná a měli by se zaměřit jen na přesnost. Je ale nutné konfrontovat odpověď na tuto otázku s dalšími. Tento dotaz je totiž velmi striktní a neumožňuje jiné alternativy. Další graf pak ukazuje, že pokud respondenty necháme přemýšlet nad dalšími okolnostmi, poměr se velmi výrazně mění a převaha požadavku na přesnost již není tak jednoznačná, jak se jeví u tohoto grafu.

Graf 7: Volba mezi rychlostí a přesností



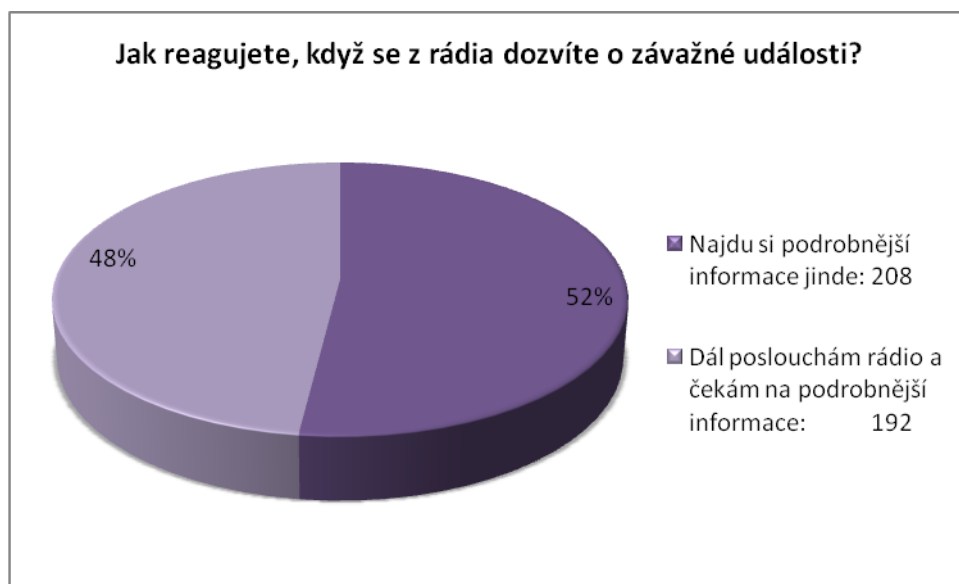
Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Předchozí graf naznačoval, že posluchači striktně požadují přesnost a rychlosti dává přednost jen čtvrtina respondentů. Tento graf už ukazuje jiný poměr. Polovina respondentů chce přesné informace a raději si na ně počká, druhá polovina ale chce vědět o událostech okamžitě, přestože si uvědomuje, že ještě nemusejí být úplně přesné.

Zde se naplno ukazuje konflikt dvou zpravodajských hodnot a to je i důvod, proč se novináři někdy tak těžko rozhodují, co mají upřednostnit. Ze zásad žurnalistické práce je jasné, že mají informace ověřovat. Nezřídka se ale ukazuje, že ani ověření informace ještě není zárukou správnosti. Pokud se stane nenadálá událost, ani zdroje novinářů ještě nemusejí mít zcela přesné informace a někdy se situace vyvíjí.

Je tedy důležité, jak novináři s takovou informací pracují a zda posluchač v každém okamžiku ví, na čem je. Jestli se tedy kromě základní informace dozví i to, že údaje ještě nemusejí být přesné, že jsou to jen zatím dostupné informace, které bude rádio dál zpřesňovat, že zatím nejsou k dispozici přesná čísla a jednotlivé zdroje se v podrobnostech liší. Z dalších odpovědí je totiž zřejmé, že posluchači jsou schopní určitou míru nepřesnosti tolerovat. Liší se ale míra a její důvody.

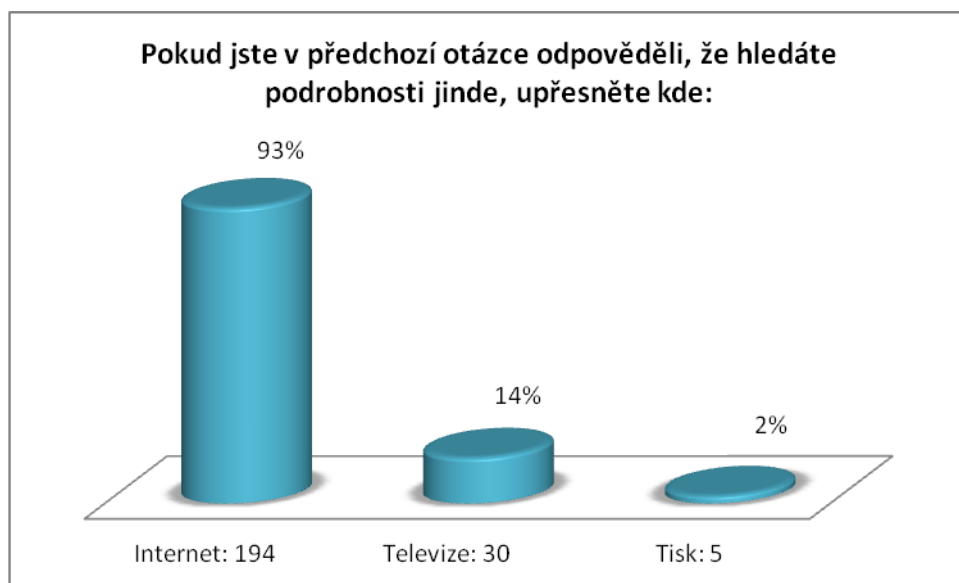
Graf 8: Aktivita posluchačů při vyhledávání informací



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Polovina lidí, kteří se dozvěděli o závažné události z rádia, ho dál poslouchají a čekají na další podrobnosti. Druhá polovina si najde informace jinde, zpravodajské zdroje tedy kombinuje. K interpretaci grafu potřebujeme ještě vyhodnocení další otázky. Ukazuje, že nejčastějším zdrojem podrobnějších informací je internet.

Graf 9: Dohledávání podrobnějších informací



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Ukazuje se tedy, že internet je pro rádia velkou konkurencí. Z obchodního hlediska je to pro soukromá rádia nepříjemné, snaží se mít co nejvyšší poslechovost v co nejdelším časovém úseku. Z hlediska kvality nabízených obsahů je to ale pro ně výzva. Má-li polovina posluchačů potřebu hledat další informace jinde, ukazuje se zde rezerva v tom, co jsou rádia schopná příjemcům nabídnout a je potřeba hledat nové cesty, jak posluchače udržet.

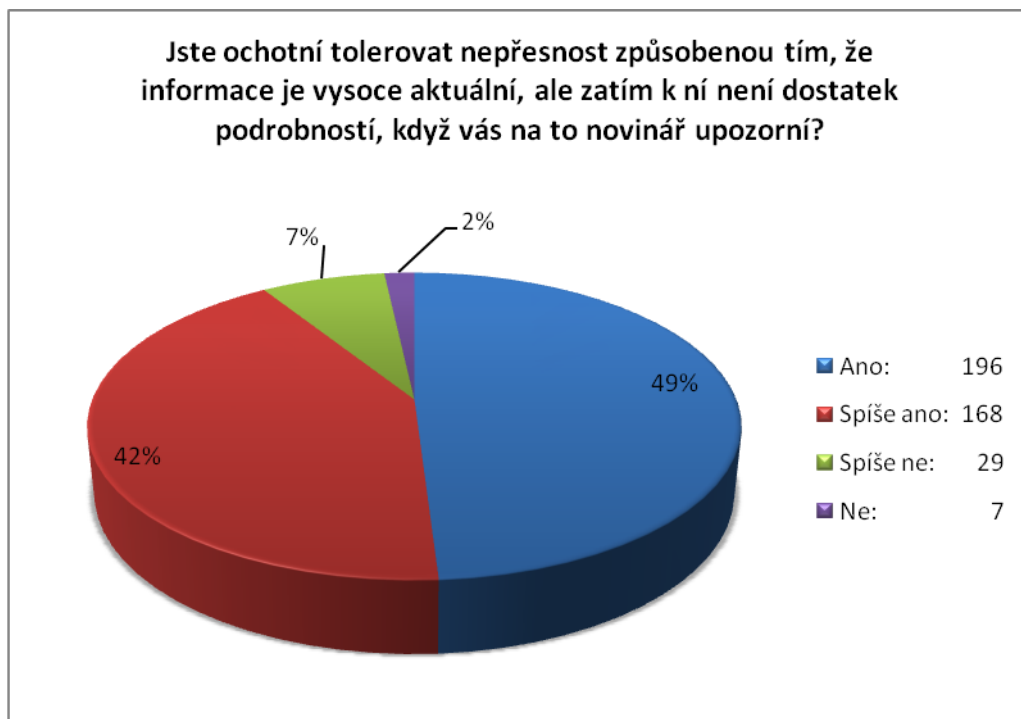
Jednou z těchto cest je propojování vysílání se zpravodajskými weby. Český rozhlas nabízí své obsahy a podrobnosti na www.rozhlas.cz. Rádio Impuls na www.iregiony.cz. I Česká televize má zpravodajský web www.ct24.cz. Rádia ve svém vysílání pravidelně odkazují na své zpravodajské weby, kde slibují další podrobnosti a souvislosti. Ukazuje se ale zároveň, že rezerva je velká a pro samotná rádia, která považují zpravodajství za klíčovou složku svého vysílání, by bylo dobré hledat další přidané hodnoty, které můžou posluchačům nabídnout.

Předchozí dva grafy ale ukazují ještě něco. Pro velkou část respondentů jsou rádia důvěryhodná, jinak by nečekali na další podrobnosti. Potvrzuje se tak to, co bylo popsáno v teoretické části, tedy že podle průzkumu agentury STEM patří rádia mezi nejdůvěryhodnější instituce.

Zároveň výsledky ukazují na stav mediální gramotnosti. Jestliže polovina respondentů dohledává informace jinde, kombinuje tedy zpravodajské zdroje, což je ideální postup, aby nebyla společnost snadno manipulovatelná. Posluchač má tedy možnost konfrontovat jeden zdroj s dalšími, podívat se na stejnou událost z různých úhlů pohledu, dohledat si i další podrobnosti, aby se mohl v případě potřeby zodpovědněji rozhodovat.

Druhá polovina ale čeká na další podrobnosti, které rádia přinesou. Ukazuje to jednak jejich důvěru v tento druh média. Na druhou stranu to klade vysoké nároky na profesionalitu rozhlasových novinářů. Pokud posluchači nekonfrontují získané informace s jinými zdroji, můžou mít nepřesné informace nepříjemné dopady. Takoví posluchači jsou snadno manipulovatelní. Když si navíc uvědomíme, že ne každý posluchač vyžaduje přesnost za každou cenu, riziko je o to vyšší. Na tenkém ledě se pohybují i samotná rádia. Nepřesné informace by mohly vést ke ztrátě důvěryhodnosti.

Graf 10: Tolerance k nepřesnosti způsobené nedostatkem podrobností



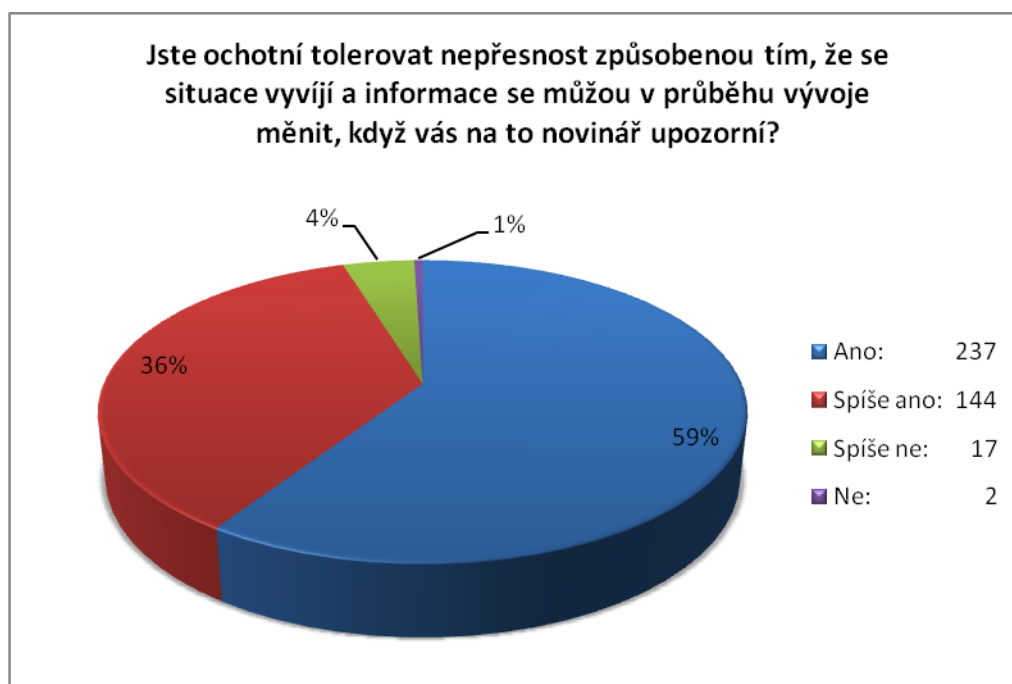
Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Respondenti vykazují vysokou míru pochopení pro náročnost novinářské profese, uvědomují si realitu. Jsou ochotní tolerovat nepřesnost z důvodu nedostatku podrobností. 49 procent odpovídá jednoznačně ano, dalších 42 procent spíše ano. Pro rozhlasové novináře je to důležitá zpětná vazba, že nemusejí tlak vnímat natolik silně.

Je ale důležité zdůraznit, že součástí otázky je podmínka, že na to novinář upozorní. Posluchač by měl v každém okamžiku vědět, z jakých zdrojů informace máme, v jaké fázi událost je, že sháníme další informace, že se může událost vyvíjet a právě podávaná informace ještě nemusí být přesná. Je to zaprvé vhodné s ohledem na posluchače, kteří mají v médium důvěru. Zároveň je to důležité i pro rádia samotná, pokud si chtějí udržet důvěryhodnost. Pokud posluchači nejsou na riziko nepřesnosti upozorněni a po konfrontaci s jinými zdroji zjistí, že informace byla mylná, mohou ztratit důvěru.

Lze jen doporučit otevřenost vůči posluchačům i zpětně, tedy pokud se původní informace ukázala jako nepřesná. Vzhledem k toleranci posluchačů se dá předpokládat, že přiznání chyby a uvedení na pravou míru jen posílí důvěru v tento informační zdroj.

Graf 11: Tolerance k nepřesnosti způsobené vývojem události



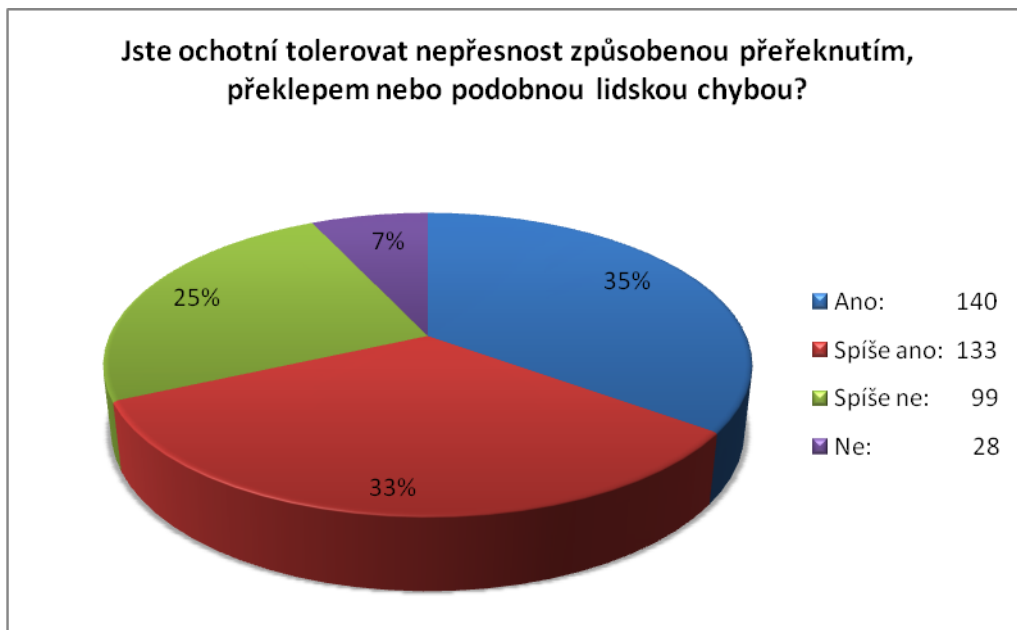
Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Odpovědi na tuto otázku vykazují ještě vyšší míru tolerance, než u předchozího grafu. Pokud novinář upozorní na to, že událost se ještě může vyvíjet a mohou se tedy měnit i informace, 59 procent respondentů uvádí, že je jednoznačně ochotná to tolerovat a dalších 36 procent je spíše ochotno tolerovat.

V tom zčásti spočívá odpověď na otázku, jak řešit konflikt rychlosti a přesnosti. Z výsledku se dá vyvozovat, že je možné informovat o závažné události okamžitě po ověření. Je ovšem potřeba upozornit, že se událost právě stala a ještě nejsou k dispozici konečné údaje. Stejně jako u fotbalového přenosu neočekává divák nebo posluchač konečný výsledek hned po prvním gólu, neočekává konečné informace ani ve chvíli, kdy právě spadlo letadlo a ještě není jasné, kolik obětí na palubě bylo. Je na druhou stranu potřeba, aby posluchač v každé chvíli věděl, zda se už jedná o konečné informace, nebo se událost stále ještě vyvíjí.

Lze ale doporučit, aby se v takovém případě novinář omezoval pouze na informace, které už ověřené má. Tedy například informovat, že spadlo letadlo, případně o místě, kde se to stalo. Informace, které se ještě budou vyvíjet, je nutné zpochybňovat.

Graf 12: Tolerance k nepřesnosti způsobené lidskou chybou



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

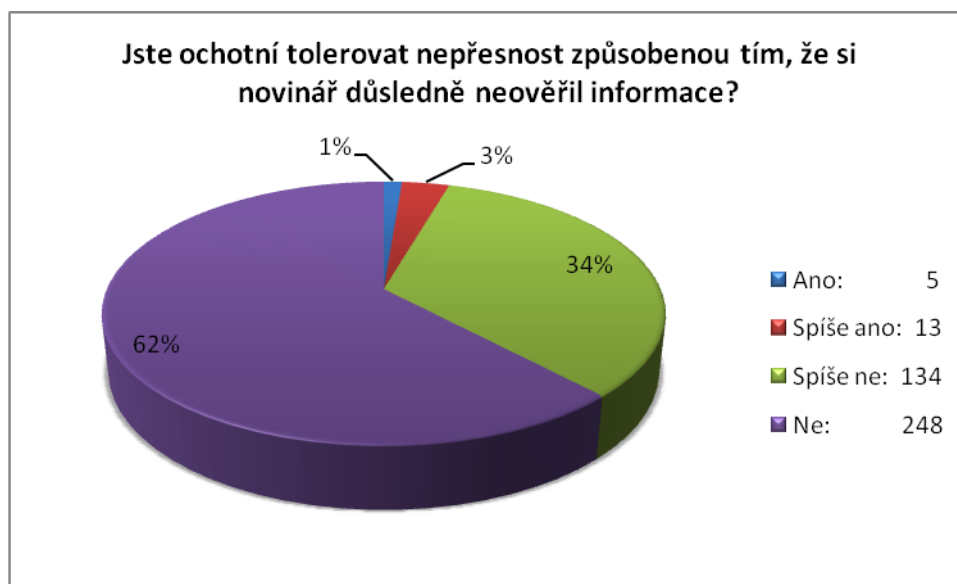
Odpovědi na nepřesnosti způsobené přerěknutím přinesly překvapivý výsledek. Nadpoloviční většina respondentů je ochotná nebo alespoň spíše ochotná takové chyby tolerovat. V tomto ohledu jsou ale posluchači přísnější, než v předchozích dvou případech. 32 procent je netoleruje vůbec, nebo je spíše netoleruje.

Z pohledu posluchačů je to logické. U předchozích dvou případů se ukázalo, že respondenti vnímají realitu a je pro ně pochopitelné, že se může novinář potýkat s nedostatkem informací, případně že se může událost ještě vyvíjet. Obě otázky navíc byly podmíněné tím, že novinář dá jasně najevo, že informace nemusí být přesná.

Jde-li o chybu způsobenou přerěknutím nebo překlepem, posluchači se nedostává informace, že jde o nepřesnou informaci. Přijímá ji tedy jako fakt. Hrozí navíc, že sám autor si chyby nevšiml a ani v dalších relacích neupozorní na to, že předchozí zpráva byla nepřesná.

Ukazuje se tak, že pro novináře je důležité nejen důsledně ověřovat získaná fakta a dávat si pozor na nepřesnosti, ale zároveň své výstupy důkladně kontrolovat, aby médium neztratilo u posluchačů důvěryhodnost.

Graf 13: Tolerance k nepřesnosti způsobené neověřením informace



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Odpovědi na poslední otázku ukazují, že posluchači kladou vysoké nároky na profesionalitu novinářů. Ověřovat informace vnímají jako jejich základní povinnost. Zatímco u předchozích tří případů deklarovali respondenti značnou míru tolerance, v tomto případě jsou nekompromisní. 62 procent netoleruje nepřesnost způsobenou neověřením informace vůbec, dalších 34 procent ji spíše netoleruje. Jen pět dotázaných ze čtyř set uvádí, že jsou rozhodně ochotní tolerovat nepřesnost, která vznikne nedůsledným ověřováním.

U posledních čtyř otázek je ale potřeba zdůraznit, že jde o velmi teoretické odpovědi, které jsou v podstatě jen zpětnou vazbou pro novináře. V praxi totiž posluchač nemá možnost zjistit, jak přesně chyba vznikla, tedy zda to bylo proto, že není dostatek informací, nebo jde o nedbalost při ověřování. Hrozí tedy, že důvěryhodnost média utrpí v každém případě, ať chyba vznikla jakkoli. Posluchač nemá možnost pátrat po příčinách.

Jediné, co tedy může vést k eliminaci chyb, je důsledné ověřování. Je také důležité, aby pokud existuje sebemenší pochybnost o správnosti informací, byl posluchač s touto skutečností seznámen.

6.2 Průzkum mezi pracovníky médií

Cílem tohoto průzkumu není přinést vyčerpávající studii o okolnostech práce novinářů, ale spíše přispět ke komplexnosti pohledu na zkoumané téma. Tento průzkum neslouží k ověřování žádné z hypotéz. Jestliže ale dostali posluchači možnost popsat své požadavky a očekávání od rozhlasového zpravodajství, je vhodné se podívat na stejnou problematiku i z druhé strany. Zjistit, jestli se novináři dívají na problémy rychlosti a přesnosti stejně, jako posluchači. Zda připouštějí riziko nepřesnosti. Jak se mu snaží předcházet a jak se k chybám stavějí. Seznámit se s jejich úhlem pohledu a reálnými potížemi, se kterými se v tomto ohledu potýkají.

Dotazník pro novináře byl vytvořen v listopadu 2011, autor ho konzultoval, stejně jako předchozí dotazník, s vedoucím práce Mgr. Ladislavem Vonzem a pedagogem UJAK a pracovníkem STEM, RNDr. Jaroslavem Hukem. Autor využil svých osobních kontaktů a distribuoval dotazník e-mailem šedesáti novinářům na různých pozicích. Návratnost byla třetinová, výsledkem jsou tedy odpovědi dvaceti novinářů.

Autor se snažil, aby mezi respondenty byli novináři z různých typů médií i různých profesí, které s tvorbou zpravodajství souvisejí. Zpětnou vazbu tak získal od zprávařů a editorů nejvýznamnějších rádií, reportérů a moderátorů televizního zpravodajství i redaktorů zpravodajských webů. Mezi respondenty jsou i vedoucí pracovníci zpravodajství.

Aby autor práce dosáhl co největší otevřenosti respondentů, především v otázkách přesnosti, reakcí na chyby a reálných problémů, zaručil respondentům anonymitu. V dotazníku tedy vyplňovali pouze médium, pro které pracují, a pozici, kterou zastávají. Nemuseli vyplňovat jméno. I když odpovídali mailem, autor práce k jednotlivým dotazníkům nepřirazoval jména. Výsledkem je tedy i seznam reálných potíží, se kterými se novináři při výkonu své profese potýkají, a které je tedy možné využít při hledání řešení konfliktu mezi rychlostí a přesností.

Tabulka 2: Základní parametry získaného souboru (20 respondentů)

Respondenti		Počet	Podíl
Pohlaví	Žena	11	55%
	Muž	9	45%
Vzdělání	Vysokoškolské	7	35%
	Střední	13	65%
Zaměstnavatel	MAFRA	3	15%
	VLTAVA-LABE-PRESS	3	15%
	FTV Prima	3	15%
	Česká televize	3	15%
	Rádio Impuls	3	15%
	ČRo Radiožurnál	5	25%
Pozice	Vedoucí zpravodajství/editor	4	20%
	Zprávař/moderátor	4	20%
	Redaktor/reportér	12	60%

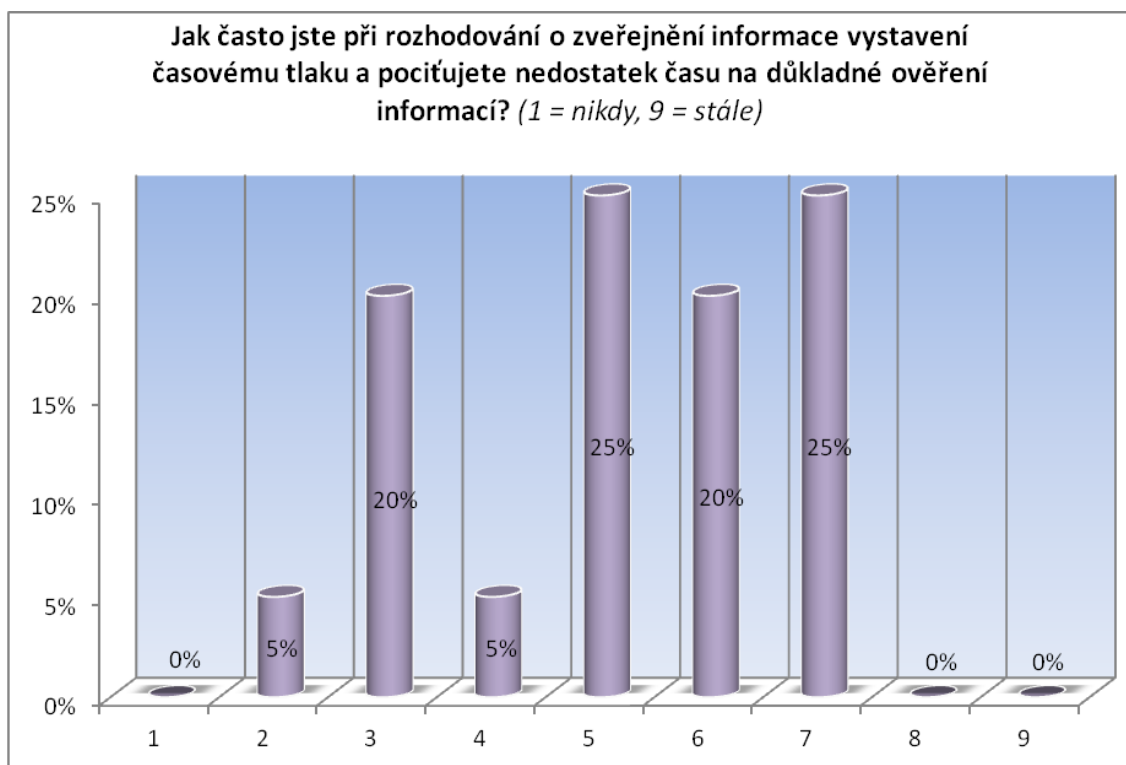
Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Dotazník pro pracovníky médií vyplnilo 20 respondentů ze šedesáti. Mírně převažují ženy, jejich podíl je 55 procent. Výrazně převyšují středoškolsky vzdělaní novináři. Autor se snažil získat odpovědi od novinářů z různých médií, aby získal co nejvíce pohledů. Třicet procent tvoří novináři tištěných médií a zpravodajských webů z vydavatelství MAFRA a VLTAVA-LABE-PRESS. Další třetinu pracovníci dvou významných televizí a 40 procent rozhlasoví žurnalisté.

Aby byl úhel pohledu co nejširší, autor diplomové práce oslovoval profese napříč tvorbou zpravodajství. Své podněty tedy přinášejí nejen reportéři, ale i zprávaři, moderátoři, vedoucí zpravodajství a editoři.

Celkem jde o 20 respondentů. Je jasné, že pro důkladné prozkoumání problematiky by bylo zapotřebí mnohem většího vzorku, v této práci jde ale spíše o porovnání přístupů posluchačů a pracovníků médií ke stejné problematice. Cílem také bylo získat podněty z praxe, které by si autor mohl pouze domýšlet.

Graf 14: Vystavení novinářů časovému tlaku



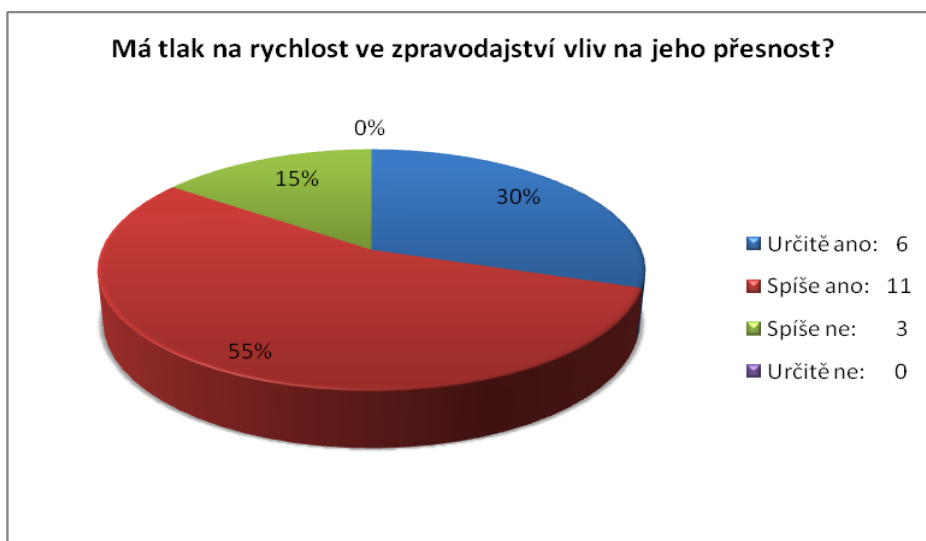
Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

V krajních možnostech, kdy se respondenti nenacházejí vůbec v časovém tlaku, nebo jsou mu naopak vystaveni neustále, se nenachází ani jeden. Převažují ale respondenti, kteří se s tlakem musejí vyrovnávat často a pociťují nedostatek času na ověřování informací.

Potvrzuje se tak, že ačkoli respondenti v předchozím dotazníku (posluchači) dávají najevo, že rychlost není jejich prioritou a že jsou navíc tolerantní vůči řadě chyb, které mohou nastat, protože si uvědomují realitu novinářské profese, samotní novináři se cítí svázaní tlakem na rychlost zjišťování, ověřování i zpracování informací.

Připomeňme, že 75 procent posluchačů uvádí, že dávají přednost přesnosti před rychlostí. Polovina deklaruje, že si raději počkají na přesné informace delší dobu. Polovina sice uvádí, že chce informace rychle, i za cenu, že by nebyly úplně přesné. Na druhou stranu další odpovědi ukazují, že jsou ochotní tolerovat nepřesnosti způsobené nedostatkem informací, případně vývojem událostí. Chtějí na to ale být upozorněni.

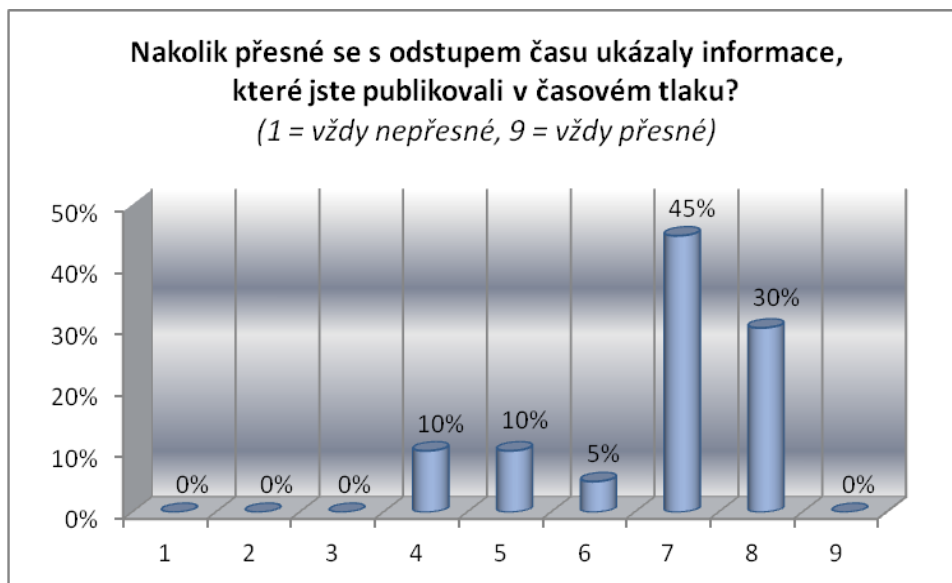
Graf 15: Vliv rychlosti na přesnost



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Mezi novináři převažuje přesvědčení, že rychlost zpracování má vliv na přesnost zpravodajství. 30 procent je přesvědčených, že určitě ano, 55 procent říká, že spíše ano. Jen 3 respondenti uvádějí, že spíše ne a žádný z nich si nemyslí, že žádný vliv neexistuje. Z hlediska sebereflexe je to dobrá zpráva, která nám dává informaci o tom, že novináři si toto riziko uvědomují. Z dalších odpovědí vyplývá, že se ho snaží i řešit.

Graf 16: Přesnost informací s odstupem času



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Graf týkající se přesnosti informací s odstupem času nám ukazuje, že novináři si uvědomují riziko nepřesnosti hrozící při rychlém zpracování a sledují i zpětně své produkty. V levé části škály se pohybuje jen deset procent respondentů, kteří připouštějí vyšší míru nepřesnosti. Dalších deset procent se nachází přesně v polovině škály. Převažují ale respondenti, kteří i informace publikované v časovém tlaku považují za spíše přesné. Žádný z respondentů neoznačil publikované informace za vždy přesné.

Graf 17: Požadavky vedení na rychlost a přesnost

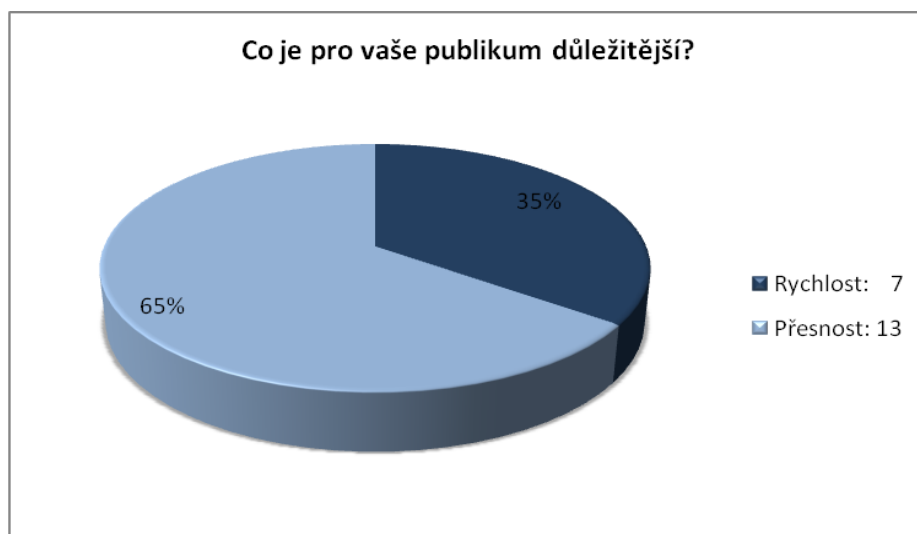


Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Jestliže v první otázce novináři vypověděli, že se spíše cítí vystavení časovému tlaku, v tomto i následujícím grafu se díváme na jeho vnější zdroje. Tento graf ukazuje, v čem vedení redakcí vidí kvalitu zpravodajství, zda tedy upřednostňuje přesnost, nebo rychlost. 60 procent respondentů uvádí, že pro jejich vedení je důležitější přesnost. U čtyřiceti procent ale dává přednost rychlosti. Potvrzuje se tak, že vedení redakcí je jedním z důvodů, proč se novináři cítí vystavení časovému tlaku.

Je zároveň důležité zohlednit, že jde o pohled samotných novinářů na své vedení a jeho priority, které souvisejí spíše s osobními postoji, než reálnými základy. Bylo by tedy v tomto směru zajímavé prozkoumat i názory vedení a ukázat, nakolik koreluje s představami novinářů.

Graf 18: Představy o požadavcích publika



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Představa novinářů o jejich publiku se blíží představě posluchačů o rychlosti a přesnosti. Přesto je zde rozdíl deseti procent, novináři tedy cítí větší tlak, než jakému je publikum skutečně vystavuje. Pokud se měli posluchači rozhodnout pouze mezi rychlostí a přesností, 75 procent dalo přednost přesnosti. Podle představ novinářů ale preferuje přesnost jen 65 procent příjemců, dalších 35 procent podle nich dává přednost rychlosti. Je však nutné upozornit, že jde o odlišné vzorky, 20 a 400 respondentů.

Tabulka 3: Pokud se některé vámi zveřejněné informace ukázaly jako nepřesné, co bylo důvodem? (20 respondentů)

Důvody	Počet
Práce kolegů/špatná komunikace v redakci	4
Chybné informace agentur	1
Chybné informace od zdrojů	9
Přílišný důraz na rychlost	13
Vlastní chyba - špatná interpretace, neověření	3
Nedostatek zdrojů/nemožnost ověřit	7

Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

U této otázky měli respondenti možnost uvádět více možností, šlo o otevřenou otázku, jejímž cílem bylo zjistit, s čím se novináři nejčastěji potýkají. Vznikla tak baterie odpovědí, z nich řada se často opakovala. Co se týká důvodů nepřesností, vidí je novináři spíše ve vnějších okolnostech. Jen 3 respondenti připouštějí, že chyby vznikají jejich vlastní vinou, tedy buď nedostatečným ověřováním, nebo nesprávnou interpretací. Ostatní přisuzují chyby vnějším okolnostem. Nejčastěji přílišnému důrazu na rychlost a mylným informacím od zdrojů, nebo nedostatku zdrojů. Novináři se také potýkají se špatnou komunikací v redakci nebo chybami kolegů. Jen jednou se jako důvod objevily nesprávné informace agentur.

Tabulka 4: Jak ve vaší redakci řešíte situace, kdy máte informovat o vysoce aktuální důležité události, ale nemáte dostatek ověřených podrobností? (20 respondentů)

Postupy	Počet
Pokud je zdroj věrohodný, zveřejníme informaci ihned	7
Bez ohledu na tlak informaci nejprve ověřujeme	1
Omezíme se na ověřené informace	2
Ověřujeme. Pokud není možné, odkazujeme na ostatní média	6
Zprávy z agentur považujeme za dostatečně ověřené a zveřejníme okamžitě	7
Odkazujeme na zdroj, vypomáháme si slovy „údajně“, „prý“	5
Zveřejníme i spekulace a dostupné verze s dodatkem, že informace ještě není ověřená	2
Raději neinformujeme vůbec, pokud nemáme ověřeno	1

Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

I v této otázce mohli respondenti uvést více alternativ. Výsledkem je baterie možností, které média využívají nejčastěji. Některé z možností jsou si sice podobné, nejsou ale totožné, proto jsou v tabulce uvedené všechny uváděné alternativy. Jen čtyřikrát se objevil přístup spočívající v důsledném dodržování přesnosti. Jde o možnosti „Bez ohledu na tlak informaci nejprve ověřuji“, „Omezíme se na ověřené informace“ a „Raději neinformujeme vůbec, pokud nemáme ověřeno“. Ostatní uvádějí, že se spoléhají na zdroje, odkazují na ostatní média, zveřejní i spekulace s upozorněním,

že ještě nejsou ověřené, vypomáhají si slovy údajně a prý. Ukazuje se také zároveň, že zprávy z agentur jsou často považované za dostatečně ověřené a je možné je tedy zveřejnit okamžitě.

Bez ohledu na to, že novináři deklarují, že je pro jejich vedení důležitá spíše přesnost, důsledné ověřování zaznělo v odpovědích jen čtyřikrát, navíc jen u tří respondentů.

Tabulka 5: Jak řešíte situace, kdy se vámi zveřejněná informace ukázala jako nepřesná? (20 respondentů)

Postupy	Počet
K tématu se vrátíme a upřesníme	2
Omluvíme se za chybu	2
Upozorníme, že v původní zprávě byla chyba, uvedeme na pravou míru a vysvětlíme, proč k chybě došlo	1
Na chybu neupozorňujeme. Jakmile je to možné, vytvoříme novou zprávu	12
Pokud jde o malou chybu a reportáž nemá pokračování, nevracíme se k ní. Pokud je chyba zásadní, vznikne opravná reportáž	3

Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Tato tabulka ukazuje nejčastější přístupy redakcí ke zveřejnění nepřesné informace. Jen třikrát se objevila omluva jako řešení. Dlužno dodat, že ve všech případech šlo o pracovníky veřejnoprávních médií. Převažuje přístup, při kterém se na chyby neupozorňuje a k nápravě dochází dalším příspěvkem, ve kterém už jsou uvedené správné informace. Někteří respondenti uváděli i důvody tohoto přístupu. Chtějí být sice vnímání jako důvěryhodní, ale obávají se, že právě upozornění na předchozí chybu by mohlo tuto důvěryhodnost podlamovat. Pracovníci elektronických médií navíc vycházejí z představy, že divák nebo posluchač nepřijímá informace nepřetržitě. Pokud tedy seděl u televize v době, kdy se tam vyskytla chyba, následnou opravu už nepostřehne, protože už se věnuje jiné činnosti. A pokud někdo slyší správnou informaci, pravděpodobně neslyšel předchozí chybnou a není důvod na ni upozorňovat.

Tabulka 6: S jakými překážkami z hlediska rychlosti a přesnosti se nejčastěji setkáváte?
(20 respondentů)

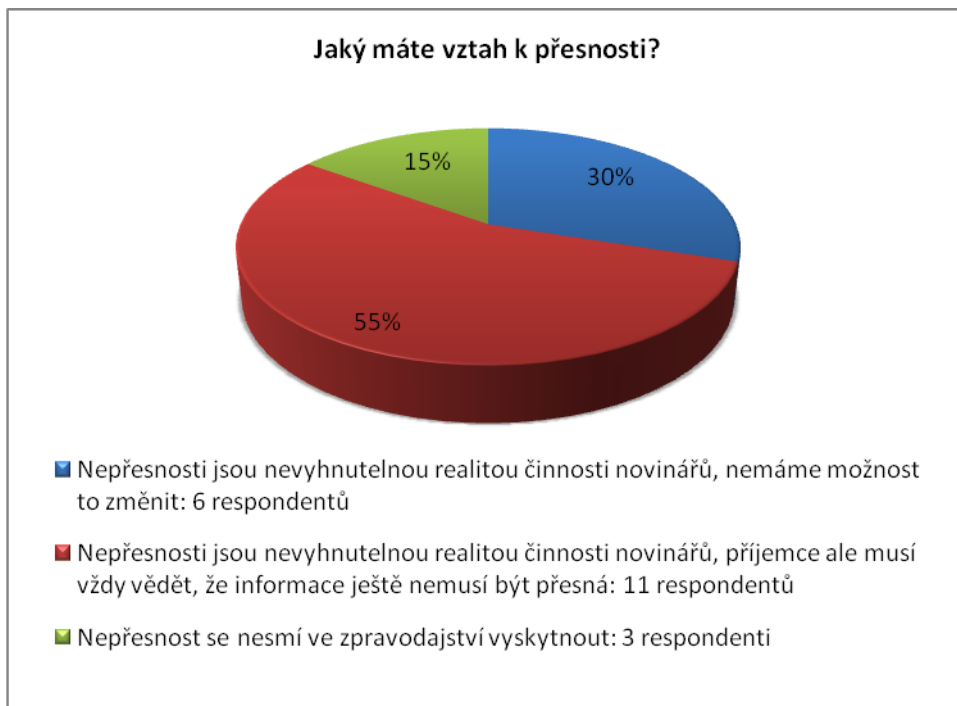
Překážky	Počet
Nedostatek oficiálních informací	12
Nedostupnost respondentů	5
Neochota respondentů	5
Strach respondentů	2
Nepřehlednost situace	2
Úmyslné zatajování informací	2
Nedostatek redaktorů	4
Nedostatek času	12
Tlak nadřízených na rychlost	7
Nereálné požadavky nadřízených	2
Technické potíže s používanými systémy	3
Lenost redaktorů	2

Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Abychom mohli pochopit realitu novinářské práce a hledat možná řešení konfliktu mezi rychlostí a přesností, je potřeba znát nejen pohled posluchačů, ale i reálné potíže, se kterými se sami novináři při své práci potýkají. Odborná literatura totiž nabízí řadu teoretických řešení, ne všechna jsou ale v praxi bezezbytku realizovatelná. I tato otázka byla otevřená a novináři zpravidla uváděli více problémů, které jim znesnadňují práci.

Nejčastěji uvádějí nedostatek času, tlak nadřízených na rychlost a nedostatek oficiálních informací. Dalším výrazným problémem jsou pro ně neochota nebo nedostupnost respondentů, kteří by mohli informace potvrdit. Právě chyby vzniklé za těchto okolností jsou ale podle předchozího průzkumu těmi chybami, které jsou příjemci ochotní tolerovat. Část problémů souvisí také s chodem redakcí. Mezi překážkami se totiž objevují i nereálné požadavky nadřízených, technické potíže s používanými systémy, lenost redaktorů nebo jejich nedostatek.

Graf 19: Vztah respondentů k přesnosti



Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

U této odpovědi se ukazuje vysoká míra korelace mezi představami o požadavcích vedení a názory respondentů. Graf 17 ukazuje, že podle novinářů 40 procent vedoucích pracovníků požaduje spíše rychlost, 60 procent spíše přesnost.

Když novináři odpovídali na to, jaký mají vztah k přesnosti, 55 procent uvedlo, že nepřesnosti jsou nevyhnutelnou realitou, ale příjemce musí vždy vědět, že informace ještě nemusí být přesná. Dalších 30 procent se domnívá, že nepřesnosti jsou nevyhnutelnou realitou. Nepřikládají přitom důležitost tomu, jestli je o tom posluchač informován. Jen 15 procent respondentů striktně uvádí, že nepřesnost se ve zpravodajství nesmí vyskytnout. Opět jde o pracovníky veřejnoprávních médií.

Graf nicméně jednoznačně ukazuje převahu novinářů, kteří sice vnímají riziko nepřesnosti jako nevyhnutelné, ale zároveň se snaží vůči příjemcům zachovat korektně a mají potřebu na takové riziko upozornit. Snižuje se tak riziko manipulace příjemců nepřesnými a zavádějícími fakty.

6.3 Rychlost médií

Cílem této analýzy je prověřit rychlost jednotlivých typů médií a potvrdit nebo vyvrátit pátou hypotézu, která říká, že rádio v době nových médií ztratilo výsadu nejrychlejšího média. Pro ověření hypotézy autor využil vybraných čtrnácti událostí, které bude v následujícím kroku hodnotit kvalitativně. V této analýze jsou porovnané časy, kdy jednotlivá média s informací přišla.

Výsledkem je následující tabulka, která porovnává časy vydání u Rádía Impuls, Radiožurnálu, webu ČT 24, zpravodajských webu iDnes.cz a Novinky.cz a také ČTK. Autor formou rešerše vyhledával časy vydání. U rádií musel navštívit archivy vysílání, u zpravodajských webů bylo vyhledávání jednodušší. U příslušných článků totiž uvádějí jak čas prvního vydání, tak časy poslední aktualizace.

Je potřeba upozornit, že u České televize je analyzován skutečně jen web ČT 24, ne živé vysílání. Přesná analýza časů odvysílání by vyžadovala návštěvu archivu České televize. To se ale autorovi nejevilo jako nutné vzhledem k tomu, že práce se zaměřuje především na zpravodajství rádií. Výsledky tím navíc nejsou ovlivněné. I bez analýzy vysílání České televize se podařilo prokázat, že zpravodajské weby mají před rádií náskok.

Ve výsledné tabulce jsou pro grafickou přehlednost zelenou barvou označeny nejrychlejší časy odvysílání. Je tak na první pohled zřejmé, které médium přineslo informaci jako první ze šesti zkoumaných. Tam, kde bylo potřeba doplnit důležité informace, je uvedena poznámka x a vysvětlena přímo pod tabulkou.

Je samozřejmé, že výsledná data jsou pouze dokreslující a nelze z nich vyvozovat obecně platné závěry. Aby to bylo možné, bylo by nutné vytvořit studii obsahující mnohem větší vzorek analyzovaných relací. Bylo by zároveň potřeba podívat se na téma z mnoha různých úhlů pohledu. Pro účely této práce je ale vzorek čtrnácti událostí dostačující.

Tabulka 7: Rychlost informování o mimořádných událostech

Událost	Čas					
	Impuls	ČRo1	ct24.cz	iDnes.cz	Novinky.cz	ČTK
26. 8. 2011: Vivamonde	14:16	15:30	15:19	14:50	14:59	14:55
7. 9. 2011: Jaroslav I	15:06	15:02	15:13	15:03	15:14	15:04
13. 12. 2011: Atentát Belgie	13:30	13:30	13:28	13:22	13:17	13:19
18. 12. 2011: Úmrtí V. Havla	12:14	12:09	12:22 xx	12:07	12:09	12:13
26. 1. 2012: Oběšený soudce	12:41	14:02	13:12	13:04	12:21	12:35
1. 2. 2012: Plzeňská práva	13:53	14:00	14:05	14:00	13:38	13:47
9. 2. 2012: Smrt Lukáše Příbyla	16:55	17:30	16:54	16:47	16:55	16:58
15. 2. 2012: Hromadná nehoda	12:54	12:32	xxx	13:04	12:56	12:44
3. 3. 2012: Srážka vlaků Polsko	(4. 3.) 6:02	(4. 3.) 0:05	(3. 3.) 23:26	(4. 3.) 7:52	(3. 3.) 22:55	(3. 3.) 22:33
10. 3. 2012: Hořící hrad	16:01	16:14	16:05	15:57	15:24	15:15
14. 3. 2012: Nehoda autobusu	6:03	6:03	7:52	6:30	6:18	5:51
19. 3. 2012: Střelec Francie	9:07	9:30	9:20	8:56	8:58	8:53
21. 3. 2012: Rezignace Dobeš	18:41	18:44	19:10	18:39	18:29	18:39
3. 4. 2012: Hrozící pád vlády	17:37 x	17:43	18:02	17:48	18:41	17:43

x - Česká televize informovala jako první, na jejím webu se ale informace objevila později

xx - Jako první informovala Česká televize - v Otázkách Václava Moravce, hned po 12. hodině

xxx - Nenalezen čas vydání článku, na webu je k dispozici pouze souhrnný článek

Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Analýza ukazuje, že o vybraných událostech nejčastěji informovaly jako první zpravodajský web Novinky.cz a Česká tisková kancelář. Z hlediska posluchače není důležité, jak rychle o události informovala ČTK, protože není veřejnosti běžně přístupným zdrojem. Pro mediální pracovníky ale má smysl ji do této analýzy zahrnout.

Porovnáme-li rychlost zpravodajských webů a rádií, vychází nám poměr 6:3. Šestkrát informovaly nejrychleji zpravodajské webu Novinky.cz a iDnes.cz, pouze třikrát rádia. Dvakrát Radiožurnál, jednou Impuls. V tabulce je sice v případě hrozícího pádu vlády uvedený jako první Impuls, sám ale ve zprávě odkazuje na svůj zdroj, kterým byla Česká televize.

Z tabulky se dá vysledovat i několik dalších zajímavých poznatků. Rádio Impuls se například ukazuje v reakcích jako pohotovější, než Radiožurnál. V osmi případech odvysílal informaci rychleji. Vypovídá to samozřejmě pouze o rychlosti odvysílání, ne o přesnosti a dalších ukazatelích. Přesnost je předmětem následné kvalitativní analýzy.

Příklad srážky vlaků v Polsku ukázal na pružnost jednotlivých médií v nočních hodinách. Informaci jako první vydala ČTK 3. března ve 22:33. Nejrychleji po ní ji vydaly Novinky.cz ve 22:55. Ve stejný den už ji odvysílala pouze Česká televize a informaci umístila i na webové stránky. Český rozhlas ji odvysílal těsně po půlnoci. Impuls a iDnes.cz informovaly až v ranních hodinách.

Ukazuje se také, že Rádio Impuls využívá mnohem častěji vstupy mimo zpravodajské relace ve snaze informovat posluchače co nejdříve. Radiožurnál informoval o vybraných událostech nejčastěji přímo ve zpravodajských relacích a mimořádné vstupy využil méně často.

Ukazuje se také, že zpravodajské weby jsou významnou konkurencí i pro ČTK. Ta vydala informaci o mimořádné události jako první pouze ve čtyřech případech. V šesti případech ji předstihly weby. ČTK pak zpravidla informuje oproti nim se zhruba desetiminutovým zpožděním.

6.4 Analýza relací Radiožurnálu a Impulsu

Kvalitativní analýzou chce autor potvrdit nebo vyvrátit první dvě hypotézy, tedy že Impuls a Radiožurnál dbají na přesnost a informace důkladně ověřují. V případě, že hrozí riziko nepřesnosti, posluchače na to upozorňují. Druhá hypotéza hledá souvislost mezi vzdáleností od místa děje. Autor předpokládá, že s rostoucí vzdáleností od místa děje roste riziko nepřesnosti.

Pro tuto analýzu bylo vybráno 14 mimořádných událostí (hard news). U nich totiž nejvíc dochází ke střetu dvou zpravodajských hodnot, rychlosti a přesnosti. Na základě relací získaných z archivů Rádia Impuls a Radiožurnálu autor pořídil přepis první odvysílané informace o události.

Bylo by obtížné a možná zavádějící hodnotit je kvantitativně a označovat jako přesné a nepřesné. Řada událostí se totiž vyvíjí. Když například spadne letadlo, nelze označit jako nepřesnou informaci, že podle dosavadních údajů je na místě 20 zraněných, když se později ukáže, že všichni na palubě zemřeli. Autor navíc nemá možnost zjistit, zda případná nepřesnost vznikla vývojem události, nedostatkem zdrojů, nebo nedostatečným ověřováním.

Autor se proto rozhodl pro kvalitativní analýzu. Postavil proti sobě první zprávu odvysílanou Impulsem a Radiožurnálem a shrnující informace vydané s odstupem času, kdy už jsou informace pravděpodobně přesnější. Zkoumá zejména, v čem spočívají nepřesnosti, jaké mohou být pravděpodobné důvody a především, jak zpravodajové s informacemi nakládají. Zda tedy informaci podávají jako fakt, nebo nějakým způsobem upozorňují na riziko nepřesnosti, nedostatek zdrojů, nedostatek podrobností nebo vývoj události.

Takto slovně vyhodnocené zprávy teprve poté označí jako vyhovující nebo nevyhovující, aby pak bylo možné dospět ke konkrétním závěrům. Hodnocení vyhovující nebo nevyhovující navíc slovně odůvodní, aby byl výzkum reliabilní. Aby tedy při aplikaci stejných postupů bylo možné dojít ke stejným závěrům.

6.4.1 Krach CK Vivamonde

26. 8. 2011, 14:16, Rádio Impuls: „V Česku zkrachovala další cestovní kancelář. Trh opouští specialista na Turecko, společnost Vivamonde. Potvrdil nám to nezávislý expert na turistiku Tomio Okamura. Rádio Impuls má shodou okolností v turecké Antalyi mezi klienty svou reportérku. V následujících minutách se s ní spojíme. Dřív než ostatní nabídneme podrobnosti.“

26. 8. 2011, 15:30, Radiožurnál: „Další cestovní kancelář zkrachovala. Pražské CK Vivamonde se nepodařilo zajistit úhradu letecké přepravy klientů, kteří měli odletět dnes do Turecka. Oznámil to viceprezident Asociace českých cestovních kancelářů a agentur Tomio Okamura. Postiženy jsou odhadem stovky českých turistů. Řada klientů také uvízla v zahraničí. Charterovým letem, který společnost nezaplatila, se totiž měli vracet i turisté jiných kancelářů z Turecka. Letos se jedná o pátou cestovku, která zkrachovala, nebo přerušila činnost.“

Zprávy byly porovnány se shrnujícím článkem na webu České televize ze 7. 9. 2011 (ceskatelevize.cz, online, 12. 2. 2013). Všechny uvedené údaje obou rádií se shodují. Nedochozí k nepřesnostem. Obě stanice se omezily pouze na ověřená fakta. Vzhledem k tomu, že nebyl k dispozici přesný počet klientů, omezily se na řády stovek, což odpovídá i později publikovaným informacím. Zprávy obou rádií jsou tedy z hlediska přesnosti vyhovující.

6.4.2 Pád letadla v Jaroslavli

7. 9. 2011, 15:06, Rádio Impuls: „Letoun Jak-42 s týmem ruské hokejové ligy KHL Lokomotiv Jaroslavl havaroval ve městě Jaroslavl. Podle prvních informací si neštěstí vyžádalo 36 mrtvých. Podrobnosti zjišťujeme.“

7. 9. 2011, 15:02, Radiožurnál: „U letiště v ruské Jaroslavli se zřítilo velké osobní letadlo. Podle prvních informací začalo při startu hořet. Mělo se jednat o stroj ruské výroby JAK 42, který může mít v závislosti na úpravě kapacitu až 120 míst. Agentura Interfax dodává, že na palubě bylo 37 lidí a nejméně 36 z nich při katastrofě zahynulo.“

Zprávy byly porovnány se zprávou vydanou serverem iHned.cz rok po události (iHned.cz, online, cit. 12. 2. 2013). Obě stanice uvádějí při prvním odvysílání 36 mrtvých. I ostatní zdroje v počátcích uváděly tento počet. Později se ukázalo, že přímo při tragédii zahynulo 44 ze 45 lidí na palubě. Nepřesnost je v tomto případě daná vývojem události, nepřehledností situace a informacemi oficiálních zdrojů, které v té chvíli ještě neměly správné informace. **Rádio Impuls** v tomto případě lépe pracuje se zpochybňováním informací, protože říká, že podle prvních informací si nehoda vyžádala 36 mrtvých a že podrobnosti zjišťuje. Zpráva je tedy **vyhovující**. Naopak **Radiožurnál** vyjadřuje určitou míru pochybnosti jen nad informací, že stroj začal hořet. Počet obětí ale uvádí jako fakt a nedodává, že může jít o nepřesnou informaci. Říká sice, že zemřelo nejméně 36 lidí, ale zároveň uvádí jako fakt, že na palubě bylo 37 lidí. Z pohledu informování posluchačů o riziku nepřesnosti je tato zpráva **nevyhovující**.

6.4.3 Atentát v Belgii

13. 12. 2011, 13:30, Rádio Impuls: „*Belgickým Lutychem otřáslý exploze. Při atentátu jeden člověk zemřel a nejméně deset dalších utrpělo zranění. Atentátník na zastávku v centru města hodil několik granátů a sám přišel o život. Motivy jeho činu zatím nejsou známy.*“

13. 12. 2011, 13:30, Radiožurnál: „*Čtyřicetiletý muž zaútočil v belgickém Lutychu čtyřmi výbušninami na autobusovou zastávku. Při útoku sám zahynul a dalších deset lidí zranil. Okolnosti útoku a motivy útočníka jsou zatím nejasné.*“

Zprávy byly porovnány se zprávou České televize, která vyšla týden po události (Ceskatelevize.cz, online, 13. 2. 2013). Ukázalo se, že při atentátu zemřeli 4 lidé a o dva dny později zemřela další žena, která byla při útoku těžce zraněna. Zraněných bylo celkem 120. Útočník nejprve zabil hospodyně svých sousedů, pak vyrazil do centra a ze střechy pekařství začal po lidech na náměstí házet granáty a střílet. Atentátník nezemřel při útoku (například následkem výbuchu granátu), ale až po něm spáchal sebevraždu. Nešlo navíc o čtyřicetiletého muže, ale 33-letého Nordina Amraniho. **Obě** zprávy jsou tedy z hlediska přesnosti **nevyhovující**. Nepřesnost v tomto případě opět vyplývá ze spoléhání na zprávy agentur, protože ani jedna stanice neměla na místě svého zpravodaje. Navíc i oficiální zdroje zpočátku nepodávaly přesné informace.

6.4.4 Smrt Václava Havla

18. 12. 2011, 12:14, Rádio Impuls: *„Exprezident Václav Havel zemřel. Píše to server iDnes.cz. Bylo mu 75 let. Připravujeme pro vás další podrobnosti.“*

18. 12. 2011, 12:09, Radiožurnál: *„Přerušujeme Petra Kadeřábka, protože právě teď přišla do vysílání víkendového Radiožurnálu opravdu mimořádná zpráva. Bývalý prezident, dramatik a disident Václav Havel dnes zemřel ve věku 75 let. V poslední době ho trápily zdravotní problémy. Minulý týden se ještě setkal v Praze se svým přítelem, tibetským duchovním vůdcem dalajlamou.“*

Zprávy byly porovnány se zprávou vydanou ČTK rok po smrti Václava Havla (ceskenoviny.cz, online, 12. 2. 2013). Obě rádia se omezila jen na základní ověřenou informaci, která se týká samotné smrti, věku a zdravotních potíží. Nebyla zde zaznamenána žádná nepřesnost, **obě zprávy jsou vyhovující.**

6.4.5 Oběšený soudce

26. 1. 2012, 12:41, Rádio Impuls: *„V Brně se oběsil soudce. Našli ho v kanceláři brněnského krajského soudu těsně před polednem. Policie zatím jen potvrdila úmrtí muže bez cizího zavinění.“*

26. 1. 2012, 14:02, Radiožurnál: Zprávař: *„Oběšeného soudce našli dnes v budově Krajského soudu v Brně jeho kolegové. Policisté případ vyšetřují. Podrobnosti včetně totožnosti mrtvého ale nechtějí komentovat, řekla mluvčí jihomoravské policie Petra Vedrová.“* Petra Vedrová: *„Můžu pouze potvrdit, že šetříme dnes úmrtí muže v budově Krajského soudu v Brně a že podle prvotních informací z místa to nevypadá, že by se na jeho smrti podílela druhá osoba a veškeré další okolnosti případu kriminalisté šetří. K identitě poškozeného se nemůžu vyjádřit.“*

Zprávy byly porovnány se zprávou, která byla vydaná o několik dní později a obsahuje více informací od vyšetřovatelů (brno.idnes.cz, online, cit. 12. 2. 2013). Obě odvysílané informace se omezily na potvrzená fakta, nebyly v nich nalezeny žádné nepřesnosti a **obě zprávy jsou tedy vyhovující.**

6.4.6 Plzeňská práva

1. 2. 2012, 13:53, Rádio Impuls: *„Plzeňská práva končí. Akreditační komise totiž neprodloužila plzeňské právnické fakultě akreditaci na magisterské studium. Zjišťujeme podrobnosti.“*

1. 2. 2012, 14:00, Radiožurnál: *„Komise neprodloužila plzeňským právům akreditaci na magisterské studium. Podle tajemníka komise tak škola fakticky končí. Pětiletý magisterský program má akreditaci jen do konce tohoto akademického roku. Komisaři dali škole čas do konce října, aby mohli být studenti převedeni na jiné fakulty. Konečné slovo bude mít teď ministerstvo školství. Už před časem přišla o akreditaci na doktorské studijní programy. Školou v minulosti otřásla kauza s rychlostudenty.“*

Zprávy byly porovnány se zprávou serveru iHned vydanou po víc než roce od rozhodnutí Akreditační komise (zpravy.ihned.cz, online, 12. 2. 2013). Obě rádia (ale stejně jako ostatní média) se dopustila nepřesnosti. Na základě informace, že komise odebrala akreditaci pro magisterský program informovala o tom, že škola končí. V té chvíli to ovšem nebylo jasné, o doporučení komise rozhoduje v konečné fázi ministerstvo školství. Navíc, zánik by to znamenalo pouze pro právnickou fakultu, ne pro Západočeskou univerzitu jako školu. Důvodem této chyby je nepřesná informace od tajemníka komise. Radiožurnál alespoň na zdroj odkazuje, Impuls podává jako fakt, že škola končí. **Obě zprávy jsou nevyhovující.**

6.4.7 Smrt Lukáše Příbyla

9. 2. 2012, 16:55, Rádio Impuls: *„Fotbalová Sparta prožívá tragédii. Místopředseda představenstva Lukáš Příbyl byl nalezený mrtvý v sídle klubu na Letné. Píše to server iDnes.cz. Za chvíli dodáme podrobnosti.“*

9. 2. 2012, 17:30, Radiožurnál: *„Místopředseda Sparty Příbyl byl na Letné nalezen mrtvý. Podrobnosti pro vás budeme mít už za chvíli.“*

Zpráva byla porovnána s informacemi vydanými po pohřbu Lukáše Příbyla serverem iHned.cz (sport.ihned.cz, online, 12. 2. 2013). Obě zprávy publikované rádií jsou přesné, omezují se pouze na ověřená fakta. **Obě jsou tedy vyhovující.**

6.4.8 Hromadná nehoda

15. 2. 2012, 12:54, Rádio Impuls: „Hromadná nehoda čtyřiceti aut zcela uzavřela rychlostní silnici R35 ve směru z Olomouce na Ostravu. Doprava je odkloněná, silnice bude uzavřená zhruba do pěti hodin. Více informací v naší Dopravě 007.“

15. 2. 2012, 12:32, Radiožurnál: „Hromadná nehoda uzavřela rychlostní silnici 35 z Olomouce na Ostravu přibližně na 288. kilometru. Ve sněhové vánici se podle policie v několika nehodách srazilo až 40 aut. Policisté dopravu odklánějí na Kocourovec.“

Zprávy byly konfrontovány s výslednou zprávou po otevření jednoho pruhu, kterou vydal pozdě večer server iHned.cz (Zpravy.ihned.cz, online, 12. 2. 2013). Informace obou rádií jsou přesné, **obě jsou tedy vyhovující.**

6.4.9 Srážka vlaků v Polsku

4. 3. 2012, 6:02, Rádio Impuls: „Zřejmě největší katastrofa za poslední roky se stala na polské železnici. Při večerní srážce dvou vlaků na jihu země zemřelo 14 lidí a zhruba 50 jich utrpělo zranění. Většinou těžká. Na místě zasahovalo asi 450 hasičů a zhruba stovka policistů. Už se ví, že jeden z vlaků jel po špatné koleji. Jak se na ni dostal, ale zatím není jasné.“

4. 3. 2012, 0:05, Radiožurnál: „Ve Slezsku na jihu Polska vykolejil večer vlak InterCity na lince z Krakova do Varšavy. Podle polských médií bylo při neštěstí zraněno asi 60 lidí a hovoří se i o obětech na životech, ale ty zatím nebyly potvrzeny. Podle očitých svědků, které cituje list Gazeta Wyborcza, byly při nehodě zdemolovány první tři vagony. Souprava jedoucí rychlostí asi 120 kilometrů za hodinu, vykolejila u města Zawiercie. Podle zpravodajské televize TVN 24 na místo zamířil i premiér Donald Tusk.“

Zprávy byly porovnané se zprávou vydanou serverem Aktuálně.cz den po události, kdy už byla známa všechna fakta o počtu obětí a dalších okolnostech nehody (aktualne.centrum.cz, online, 12. 2. 2013). Ve zprávě **Radiožurnálu** nebyly nalezeny nepřesnosti. Neuváděla ani počty mrtvých, protože je neměla ověřené. Zpráva je

vyhovující. Rádio Impuls vysílalo zprávu až ráno. Uvádí ovšem 14 obětí, přestože jich bylo celkově 16. Nepřesnost je sice daná vývojem, **Impuls** ale 14 obětí uvádí jako fakt, číslo nezpochybňuje, ani neupozorňuje, že se údaj ještě může změnit. Zpráva je **nevyhovující.**

6.4.10 Hořící hrad

10. 3. 2012, 16:01, Rádio Impuls: *„Slovenský hrad Krásná Horka zachvátily plameny. Už shořela střecha objektu a požár se rozšířil do budovy a okolního lesa. Příčinou mohla být vypálená tráva pod hradem. Na místě je asi 10 hasičských vozů. Hrad Krásná Horka byl vybudovaný ve 14. století. První písemná zmínka pochází z roku 1333.“*

10. 3. 2012, 16:14, Radiožurnál: Moderátor: *„Vojto, ještě poprosím o jinou zprávu. Máme informace, že hrad Krásna Horka hoří. Máš i ty nějaké podrobnější informace?“* Reportér: *„Já jsem totiž před chvílí poslouchal zprávy slovenského rozhlasu. V podstatě se potvrzuje to, co už bylo k dispozici za informace i v jiných médiích. Skutečně hrad hoří. V tuto chvíli to vypadá na velmi katastrofální požár, který zachvátil nejen jednu z těch postranních věžiček, ale vlastně celý objekt hradu i přilehlý les. O příčinách se spekuluje. Jednou z možných příčin mohlo být vypalování suché trávy na kopci pod hradem. Ale každopádně na místě zasahuje 10 hasičských vozů z blízkých měst a taky armáda. Je to něco, jako kdyby v Čechách začal hořet například Český Šternberk nebo Křivoklát. Krásna Horka je národní kulturní památkou a je to velká škoda a velká řekněme tragédie.“*

Zprávy byly porovnány se zprávou vydanou s odstupem několika měsíců serverem Novinky.cz (Novinky.cz, online, 12. 2. 2013). Požár podle ní způsobili dva mladí chlapci, kteří neopatrně manipulovali s ohněm a zapálili tak suchý porost pod hradem, který prudký vítr zanesl až na střechu. Obě rádia ve své zprávě pracovala pouze s ověřenými fakty a pokud uváděla spekulace, dostatečně o tom informovala, takže posluchač věděl, zda jde o fakta, nebo jen možné verze. **Obě zprávy jsou vyhovující.**

6.4.11 Nehoda belgického autobusu

14. 3. 2012, 6:03, Rádio Impuls: „*Ve švýcarském kantonu Valais večer došlo k tragické havárii. Belgický autobus tam ze zatím neznámých příčin narazil do tunelu. Při nehodě zemřelo 28 lidí. Mezi cestujícími bylo podle informací agentury Reuters 22 dětí. Další podrobnosti agentury zatím nevydaly.*“

14. 3. 2012, 6:03, Radiožurnál: „*Při nehodě autobusu ve švýcarském kantonu Valais zemřelo 28 lidí. Z toho 22 dětí. Z dosud neznámých příčin najel autobus belgické cestovní agentury večer do zdi jednoho z tunelů na dálnici A9. Podrobnosti zjišťujeme.*“

Zprávy byly porovnány se zprávou České televize vydané s pětíměsíčním odstupem, která už pracuje s dílčími závěry vyšetřovatelů (Ceskatelevize.cz, online, 14. 2. 2013). Údaje uváděné rádiu se s touto zprávou zcela shodují. Rádía se omezila pouze na dostupné a ověřené informace. Rádía zároveň dávají najevo, že další informace zjišťují. **Obě zprávy jsou vyhovující.**

6.4.12 Střelec ve Francii

19. 3. 2012, 9:07, Rádio Impuls: „*Neznámý střelec dnes zaútočil na děti před synagogou v Toulouse na jihozápadě Francie. Podle tamních médií jsou nejméně tři mrtví, včetně dvou dětí, a řada zraněných. Více zjišťujeme do dalších zpráv.*“

19. 3. 2012, 9:30, Radiožurnál: Moderátor: „*Neznámý střelec zaútočil na skupinu dětí před synagogou v Toulouse. Zraněním podlehlly na místě dvě z nich a jeden z rodičů. Další 4 děti jsou zraněny. Podle policie by se mohlo jednat o stejného střelce, který má na svědomí smrt tří francouzských parašutistů minulý týden. Nejnovější informace má náš spolupracovník ve Francii Jan Šmíd.*“ Reportér: „*Neznámý střelec na černém motocyklu zaútočil podle policie stejným typem zbraně, jako minulý týden na francouzské vojáky v Toulouse a Montauban. Mohlo by se jednat o stejného muže, soudí policisté, neboť kalibr zbraně je identický. Muž zahájil střelbu do skupinek dětí před synagogou. Zatím jsou potvrzené tři oběti. Tři děti bojují o život v nemocnici. Policisté mají podle svědků popis, který odpovídá profilu střelce, a intenzivně po něm pátrají. Zatím nepotvrdili informace, zdali se tento popis shoduje s popisem ženy, která viděla minulý týden střílet muže na vojáky v Montauban. Na místo*

by měl dorazit dnes dopoledne i francouzský ministr vnitra Claude Guéant. Z Francie pro Radiožurnál Jan Šmíd.“

Zpráva byla porovnána se zprávou o smrti střelce, která vyšla o několik dní později (aktualne.centrum.cz, online, 13. 2. 2013). Údaje obou rádií jsou nepřesné v počtu obětí, tato nepřesnost je ale způsobena vývojem. Obě rádia ale upozorňují na to, že událost se teprve vyvíjí a informují, že budou zjišťovat další okolnosti. Posluchači tedy vědí, že si na přesné informace musejí počkat, až je potvrdí oficiální zdroje. **Obě zprávy jsou tedy z tohoto pohledu vyhovující.**

6.4.13 Rezignace Josefa Dobeše

21. 3. 2012, 18:41, Rádio Impuls: *„Ministr školství Josef Dobeš se rozhodl rezignovat, a to poté, co hlasoval proti návrhu, že letos musí v rozpočtu ušetřit dvě a půl miliardy. Připravujeme pro vás další podrobnosti.“*

21. 3. 2012, 18:44, Radiožurnál: *„No a právě jsem dostal do studia mimořádnou zprávu. Ministr školství Josef Dobeš se rozhodl rezignovat poté, co na vládě hlasoval proti návrhu, že letos musí v rozpočtu ušetřit dvě a půl miliardy korun. Zatím jde o nepotvrzenou agenturní zprávu. Radiožurnál zjišťuje podrobnosti.“*

Zpráva byla porovnána se zprávou vydanou ČTK v pozdních večerních hodinách, kdy už byl k dispozici dostatek podrobností (Ceskenoviny.cz, online, 13. 2. 2013). Obě rádia se omezila pouze na informaci, že se ministr chystá rezignovat a na základní okolnosti. Radiožurnál navíc informoval, že jde stále o nepotvrzenou agenturní zprávu. **Obě zprávy jsou ale přesné a tedy vyhovující.**

6.4.14 Hrozící pád vlády

3. 4. 2012, 17:37, Rádio Impuls: *„Věci veřejné zřejmě odejdou k prvnímu květnu z vládní koalice. Informovala o tom Česká televize. Oficiální stanovisko strana zatím nevydala. Zjišťujeme pro vás podrobnosti.“*

3. 4. 2012, 17:43, Radiožurnál: *„Tak, jenom malá vsuvka, která možná není tak úplně od tématu, ale v současné době, kdy my tady v Náchodě na gymnáziu se bavíme o případném průzkumném vrtu a případné další těžbě břidličného plynu, tak grémium*

Věci veřejných odhlasovalo rozhodnutí, že ministři za Věci veřejné do prvního května odejdou z vlády České republiky, pokud premiér Petr Nečas nesplní požadavky Věci veřejných. Podrobnosti uslyšíte ve zprávách Radiožurnálu.“

Zpráva byla konfrontována se zprávou serveru Novinky.cz, která vyšla pozdě večer a už obsahovala dostatek ověřených informací (Novinky.cz, online, cit. 13. 2. 2013). Podlé této zprávy grémium Věci veřejných vyzvalo své ministry, aby odešli z vlády k 1. květnu. Další spolupráci podmínily tím, že premiér do 26. dubna představí konkrétní kroky, které vrátí vládě důvěryhodnost, a oznámí změny ve vládě. Impuls informoval o tom, že Věci veřejné zřejmě odejdou z vlády, slovem zřejmě ale dal posluchačům najevo, že není rozhodnuto. Radiožurnál se omezil na konstatování, že grémium strany odhlasovalo rozhodnutí, že ministři mají odejít, pokud premiér nesplní její podmínky. Ani v jedné zprávě se tedy nevyskytla nepřesnost a **obě** jsou **vyhovující**.

Tabulka 8: Hodnocení přesnosti informací

Událost	Hodnocení	
	Rádio Impuls	Radiožurnál
Vivamonde	+	+
Jaroslav	+	-
Atentát Belgie	-	-
Úmrtí V. Havla	+	+
Oběšený soudce	+	+
Plzeňská práva	-	-
Smrt Lukáše Příbyla	+	+
Hromadná nehoda	+	+
Srážka vlaků Polsko	-	+
Hořící hrad	+	+
Nehoda autobusu	+	+
Střelec Francie	+	+
Rezignace Dobeš	+	+
Hrozící pád vlády	+	+

Zdroj: autor práce (vlastní šetření)

Nevyhovující zprávy v této tabulce byly pro lepší grafickou přehlednost označeny červeně. Ukazuje se, že převažují přesné zprávy. I tam, kde byly zprávy označené z hlediska přesnosti nebo informování o riziku nepřesnosti jako nevyhovující, šlo o dílčí nedostatky, nešlo o chyby zásadního charakteru, které by mohly mít negativní dopady na příjemce.

Chybovost se nejčastěji ukazuje v případě událostí, kde novinář je daleko od zdroje a je odkázaný pouze na práci agentur nebo zpravodajských webů, z nichž prvotní informace čerpá. Potvrzuje se tak, že s rostoucí vzdáleností od zdroje roste riziko nepřesnosti.

Chyby jsou převážně způsobené vývojem události a nepřesností oficiálních zdrojů. Ukazuje se zároveň, že ne vždy rádia dávají posluchačům dostatečně najevo, že informace se ještě v průběhu dalšího vysílání můžou měnit. Jak vyplývá z výsledků dotazníkového šetření mezi posluchači, respondenti vnímají realitu práce novinářů a nepřesnosti způsobené nedostatkem informací nebo vývojem události chápou, ale jejich základním požadavkem je, aby o riziku nepřesnosti byli informováni.

Příklad uvedených 14 událostí ukazuje, že chybovost byla zhruba pětinová, navíc nešlo o chyby zásadního charakteru. Odpovídá to i vnímání chybovosti samotnými novináři, jak jsme ho ukázali v grafu č. 16. Na dotaz, nakolik přesné se s odstupem ukázaly informace publikované v časovém tlaku, nikdo z novinářů neodpověděl, že jsou vždy přesné. Většina z nich se ale pohybovala v pravé části škály, tedy označovala je za spíše přesné.

6.5 Hlubkové expertní rozhovory

Aby byl pohled na problematiku komplexní, součástí praktické části jsou i expertní rozhovory s PhDr. Václavem Moravcem a konzultantem evropských rozhlasových stanic Andym Beaubienem. Rozhovory přinášejí nejen pohled odborníků na problematiku rychlosti a přesnosti, ale i podnětné myšlenky, jaké rezervy můžou rádia ještě využít. Oba rozhovory jsou přílohou této diplomové práce.

6.5.1 Pozice rádia jako nejrychlejšího média

Andy Beaubien

- Rádio je oproti jiným médiím v dobré pozici, protože narozdíl například od televize, kde je programování striktní, má možnost po písničce či reklamně vstoupit do vysílání s čerstvou informací prakticky kdykoli.
- Není potřeba závodit o to, kdo informaci přinese první, protože lidé nesedí většinou zároveň u internetu a rádia. Pokud se dozvědí o události nejprve z rádia, skutečně rádio informuje jako první.

Václav Moravec

- Rozvoj technologií oslabuje editoriální politiku médií. Fenomén zpráv v přímém přenosu, on-line žurnalistika a dynamický rozvoj nových médií, internetu a sociálních sítí editoriální politiku zraňuje.

6.5.2 Problém konfliktu rychlosti a přesnosti

Andy Beaubien

- Doporučuje informovat o ověřených faktech a nabídnout i další informace, ale upozornit, že ještě nejsou ověřené. Posluchači vykazují velkou míru pochopení.
- Rychlost je podle něj čím dál důležitější, ale pokud lidé zjistí, že médium přináší nepřesné informace, zdroj ztratí důvěryhodnost.
- I při čerpání ze zpravodajských webů doporučuje konfrontaci s dalšími zdroji.

Václav Moravec

- Aktuálnost je jednou ze zpravodajských hodnot, ale musí být kompenzována dalšími, neměla by například potlačit přesnost. I průzkum autora diplomové práce ukazuje na rozpor. Posluchači chtějí rychlé informace, ale očekávají od zpravodajství přesnost.
- Zahraniční média mají taxativně vyjmenované zdroje, které považují za důvěryhodné a dál je neověřují. Stačí odkaz na ně. Ostatní je potřeba ověřovat.
- Záleží, jak médium vnímá samo sebe. BBC si stanovila, že dá přednost přesnosti před rychlostí, než aby ztratila důvěryhodnost. Podává tak zprávu sama o sobě.

6.5.3 Další příležitosti rádií

Andy Beaubien

- Média v jiných zemích vytvářejí vlastní zpravodajské weby, aby mohly ostatním internetovým médiím konkurovat v rychlosti. Často reagují rychleji, než samotné mateřské médium.

Václav Moravec

- Rádia, především Český rozhlas, dostatečně nevyužívají výhody, kterou mají oproti internetovým médiím, tedy nabízet posluchačům kontext.
- Zejména soukromá rádia jsou podfinancovaná, závislá na dalších zdrojích a hrozí tak riziko nepřesností. Jediná šance je mít ve směně pracovníka, který by informace z internetových médií ještě ověřoval, posílí to editoriální politiku.
- Radiožurnál trpí slabinou, jde o hudebně-zpravodajský formát a selhává v mimořádných událostech. Z obavy o ztrátu posluchačů není schopný v těchto situacích přerušit vysílání a nabídnout několik hodin mluveného slova.
- Impuls by si měl stanovit, jak bude lépe naplňovat vlastní slogan „Dřív než ostatní“. Pokud se čeká na konec písničky a mezitím zprávu přinesou ostatní média, působí slogan směšně.

7 VYHODNOCENÍ HYPOTÉZ

Hypotéza 1: Rádio Impuls a Radiožurnál dbají na přesnost a informace důkladně ověřují. Tam, kde existuje riziko nepřesnosti, na to posluchače upozorňují.

Hypotézu se podařilo potvrdit. Z analýzy čtrnácti prvních zpráv o mimořádných událostech vyplývá, že převažuje přesnost. Obě zkoumaná rádia pochybila třikrát, zpravidla tím, že dostatečně neupozornila, že se událost ještě může vyvíjet a informaci příliš striktně podávala jako fakt. Ukazuje se, že rychlost je pro přesnost rizikem, ale novináři jsou si toho vědomi a s tímto faktem důkladně pracují. Převážná část zkoumaných zpráv byla přesná. Kde hrozilo riziko, rádia na to posluchače upozornila.

Hypotéza 2: S rostoucí vzdáleností od místa dění roste riziko nepřesnosti.

Nelze tvrdit, že se podařilo tuto hypotézu potvrdit nebo vyvrátit. Analýza ukázala, že dvě ze tří chyb obou rádií se týkají zahraničních událostí, jedna se týká domácí události. V mnoha dalších případech ale byly zprávy o zahraničních událostech přesné. Aby bylo možné jednoznačně tuto hypotézu ověřit, bylo by nutné prozkoumat mnohem větší vzorek v delším časovém úseku, což by mohlo být zajímavé téma na samostatnou práci. Výsledek této sondy ale naznačuje, že existuje souvislost se vzdáleností a také kvalitou informací od zdrojů.

Hypotéza 3: Posluchači očekávají přesné informace. Požadují ale i rychlost. Jsou ochotni slevit z požadavků na přesnost, pokud se informace vyvíjí, novinář ještě nemá k dispozici relevantní informace, ale posluchačům to přizná.

Tuto hypotézu se podařilo potvrdit beze zbytku. Posluchači skutečně očekávají přesné informace. Pokud dáváme na výběr mezi rychlostí a přesností, 75 procent si vybere přesnost. Pokud nabídneme k zamyšlení reálné podmínky, tedy to, že se novináři potýkají například s nedostatkem informací a zdrojů, 51 procent chce raději přesné informace a počká si na ně, ostatní chtějí rychlé informace, i když hrozí riziko nepřesnosti.

Ukazuje se také vysoká míra tolerance publika k realitě novinářské profese. Pokud se událost vyvíjí, 95 procent respondentů toleruje nepřesnosti. Pokud se novinář

potýká s nedostatkem informací, nepřesnosti toleruje 91 procent posluchačů. Podmínkou obojího je, že na to novinář upozorní.

Hypotéza 4: Posluchači naopak neomlouvají nepřesnost zaviněnou nedbalostí.

Také tuto hypotézu se podařilo potvrdit. Pokud si novinář dostatečně neověří získané informace, pouze 4 procenta respondentů jsou ochotná tuto nepřesnost tolerovat. Je potřeba ale upozornit, že v praxi nemá posluchač možnost zjistit, jak chyba vznikla, pokud to novinář nevysvětlí. Hrozí tedy, že všechny chyby můžou spadnout do této kategorie a médium ztratí důvěryhodnost.

Hypotéza 5: Rádio v době nových médií ztratilo výsadu nejrychlejšího média. Díky novým technologiím, například možnosti poslouchat ho i v mobilních telefonech, propojení s internetem, ale stále má možnost držet se mezi nejrychlejšími a své nevýhody kompenzuje svou všudypřítomností.

Hypotézu se podařilo potvrdit. Z pohledu posluchačů je nejrychlejším médiem internet. Na dotaz, kde nejčastěji získávají aktuální informace, odpovědělo 74 procent, že z internetu. 16 procent uvedlo televizi a pouze 7 procent rádio. Na dotaz, které médium vnímají jako nejrychlejší, odpovědělo 83 procent internet, pouze 10 procent rádio. Je ale potřeba připomenout, že v průzkumu převažovali mladší respondenti. Navíc nezkoumal podrobně další možnosti, jako například technické podmínky (zda například neposlouchají rádia i v mobilních telefonech, autech a podobně), vliv denní doby (je možné, že ráno před odchodem do práce získávají posluchači informace z rádia, během dne, když jsou u počítače, z internetu). To připomíná i Andy Beaubien v expertním rozhovoru. Příjemci často nejsou u internetu a rádia zároveň. Pokud se tedy posluchač dozví informaci nejprve z rádia, nezkoumá, jestli ji zpravodajský server nepřinesl dříve. Pro něj bylo prvním zdrojem rádio. Výsledek lze tedy vnímat pouze jako obecný postoj k rádiím a internetu a nelze z něj vyvozovat striktní závěry.

Že jsou zpravodajské weby pro rádia v rychlosti konkurencí ukázalo i srovnání časů vydání jednotlivých zpráv. Pouze třikrát přineslo informaci jako první rádio. V jednom případě televize, ve čtyřech případech ČTK a v šesti případech zpravodajské weby.

ZÁVĚR

Cílem této diplomové práce bylo prozkoumat z různých úhlů pohledu vliv rychlosti na přesnost rozhlasového zpravodajství. Ukázalo se, že tyto zpravodajské hodnoty se skutečně dostávají do konfliktu. Na tento konflikt upozorňuje i odborná literatura. Také posluchači v průzkumu dokázali, že novinář se nachází v nelehké situaci. Požadují totiž rychlé informace, zároveň od nich ale očekávají přesnost. Na druhou stranu posluchači vykazují vysokou míru tolerance k nepřesnostem způsobeným nedostatkem informací nebo vývojem události. Naopak neodpouštějí nepřesnost způsobenou nedbalým ověřováním. Jak už jsme ale zmínili, v praxi posluchač nemá možnost alternativy odlišit, a tak hrozí, že všechny tyto možnosti spadnou do kategorie nedostatečně ověřených informací a rádiím hrozí ztráta důvěryhodnosti.

Konflikt rychlosti a přesnosti vnímají velmi citlivě i samotní novináři. Uvádějí, že rychlost podle nich má jednoznačně vliv na přesnost. Sami ale své informace publikované v časovém tlaku označují za spíše přesné. Převažuje u nich názor, že vedení jejich redakcí i posluchači očekávají od zpravodajství spíše přesnost. Na druhou stranu mezi nejvíce stresujícími faktory uvádějí nedostatek času na ověřování a nereálné požadavky svých nadřízených. Často je limituje kromě času i nedostatek zdrojů, technické zázemí a práce ostatních kolegů.

Přestože tyto ukazatele nasvědčují konfliktu dvou zpravodajských hodnot, rychlosti a přesnosti, analýza čtrnácti mimořádných zpráv publikovaných v časovém tlaku ukázala, že převažuje přesnost. Ve čtrnácti případech chybovala obě zkoumaná rádia pouze třikrát, a to především v tom, že nedostatečně upozorňovala posluchače na riziko nepřesnosti a možnost, že se událost, a tedy i publikované informace, ještě budou vyvíjet.

Ze zjištěných poznatků vyplývají i doporučení pro praxi. Jak se ukázalo z odpovědí respondentů - posluchačů, požadují přesné, ale zároveň rychlé informace. Na druhou stranu ale vykazují vysokou míru tolerance k nepřesnostem způsobeným nedostatkem informací a vývojem události. Podmínkou je, že jsou na to upozorněni. Aby se tedy nezvyšovalo riziko, že všechny chyby spadnou do kategorie informací, které posluchači považují za nedostatečně ověřené, což nepromíjejí, je potřeba důsledně

na tyto skutečnosti upozorňovat a vysvětlovat, v jaké fázi informování se nacházíme. Zda se tedy ještě údaje můžou změnit a co je příčinou faktu, že dosud nemáme dostatek ověřených informací.

Analýza časů také ukázala, že internet je velkou konkurencí nejen pro rádia, ale i pro zpravodajské agentury. Jednou z cest k řešení je posoudit možnosti, které dává rádiím internet. Další alternativou může být propojování rozhlasového vysílání s internetovými stránkami rádií. Je ale potřeba důkladně promyslet, jakou výhodu takové stránky můžou nabídnout oproti zpravodajským webům.

Ukazuje se také jako užitečné rozhodnout se důkladně, čemu chce rádio dávat přednost, zda rychlosti, nebo přesnosti. To pak důkladně dodržovat. Václav Moravec například upozornil na skutečnost, že Rádio Impuls se prezentuje sloganem „Dřív než ostatní“, reálně ale nastávají situace, kdy se čeká na konec písničky a mezitím zprávu publikují i ostatní média. Andy Beaubien na druhou stranu dodává, že souboj médií je potřeba brát s rezervou. Pokud totiž posluchač slyší informaci nejprve z rádia, není důležité, jestli ji jiné médium publikovalo dříve. Pro něj je prvním zdrojem rádio. Rádiím by tedy mělo jít především o to, aby posluchače ke svému vysílání připoutali tak, že pro ně skutečně bude prvním zdrojem bez ohledu na čas publikování informace ostatními zpravodajskými zdroji.

Ať už se rádio rozhodne pro rychlost nebo přesnost, podle Václava Moravce tím o sobě posluchačům podává zprávu. Pokud mu jde především o přesnost, posluchač bude vědět, že nemá očekávat rychlost za každou cenu. Stejně by to mělo platit v opačném případě. Tuto hypotézu by ale bylo vhodné prozkoumat v samostatné práci. Jedno ovšem průzkum mezi novináři ukázal. Je vhodné dát zaměstnancům jasně najevo, co přesně vedení požaduje. Cítí se totiž vázáni tím, že vedení požaduje přesnost, zároveň je ale často stresuje nedostatek času.

Z průzkumů pro tuto diplomovou práci vyplynuly také podněty pro další zkoumání, které by mohly přispět ke zlepšování služeb rádií. Ukázalo se například, že pro jednoznačné vyhodnocení přesnosti rádií by byl vhodný mnohem větší vzorek v delším časovém úseku. Taková analýza by mohla nejen prokázat, jak vysoká je

chybovost, ale zároveň by z ní mohly vykrystalizovat její důvody a také možnosti řešení. Tato analýza by si však zasloužila samostatnou práci.

Stejně tak by bylo vhodné podrobněji prozkoumat okolnosti poslechu rádií a možnosti, jak je ovlivnit. Tato práce se totiž zaměřovala pouze na to, zda respondenti poslouchají rádio, co od něj očekávají a jaký mají vztah k rychlosti a přesnosti. To, jak vnímají rychlost rádií, ale může být ovlivněno nejen reálným časem zveřejnění informace. Dá se předpokládat, že lze dosáhnout stavu, kdy rádio bude pro své posluchače prvním zdrojem informací bez ohledu na to, kdo informaci ve skutečnosti přinesl jako první. Přispět k tomu mohou i nová média, nové technologie.

Lze také doporučit průzkum možností rádií. Jde především o nevyužitý potenciál, který rádia mají. Jsou-li totiž v současné době pro rádia velkou konkurencí zpravodajské weby, je vhodné se zamyslet, jakým způsobem jim konkurovat. Zda vytvořením vlastního zpravodajského webu, nebo zcela jiným směrem, nabídnout tedy příjemcům jinou přidanou hodnotu, která je k rozhlasovému vysílání připoutá.

V neposlední řadě by bylo přínosné prozkoumat, jak se do kvality vysílání promítají lidské zdroje. Václav Moravec je například přesvědčený, že především soukromá rádia jsou podfinancovaná a zasloužila by si například zaměstnance, kteří budou mít na starosti ověřování informací ze zpravodajských webů. Na druhou stranu, v analýze čtrnácti zpráv o mimořádných událostech se ukazuje stejná chybovost jak u Rádía Impuls, tak u veřejnoprávního Radiožurnálu. Aby tedy bylo možné s tímto ukazatelem pracovat poctivě, bylo by dobré prozkoumat jeho reálný vliv.

Tato diplomová práce ale jednoznačně prokázala, že rychlost a přesnost se dostávají do konfliktu. Jak u posluchačů, tak u mediálních pracovníků. Přestože ovšem tlak na rychlost sílí a novináři ho vnímají velmi citlivě, analýza mimořádných událostí ukázala na vysokou míru přesnosti.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů:

BARTOŠEK, J. *Základy žurnalistiky*. 1. vyd. Zlín: UTB, 2004. ISBN 80-7318-059-6.

BEDNÁŘ, V. *Internetová publicistika*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3452-1.

BOYD, A. *Příručka pro novináře. Zpravodajství v rozhlasu a televizi*. Praha: Centrum nezávislé žurnalistiky, 1995.

BURNS, L. S. *Žurnalistika*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-871-6.

BURTON, G. a JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN: 80-85947-67-6.

HANKUSOVÁ, V. *Vývoj výzkumu rozhlasových posluchačů v Československu a v České republice*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2006. ISBN 80-246-1092-2.

JEŠUTOVÁ, E. *Od mikrofonu k posluchačům*. 1. vyd. Praha: Český rozhlas, 2003. ISBN 80-86762-00-9.

JIRÁK, J. a KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.

KONČELÍK, J. *Dějiny českých médií 20. století*. 1. vyd. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-698-8.

KÖPPLOVÁ, B. a kol. *Dějiny českých médií v datech*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0632-1.

KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X.

MARŠÍK, J. *Úvod do teorie rozhlasového programu*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-013-0.

- McCOMBS, M. *Agenda setting: nastolování agendy - masová média a veřejné mínění*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.
- McNAIR, B. *Sociologie žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-840-6.
- McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.
- MOTAL, J. *Nové trendy v médiích II. Rozhlas a televize*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5826-2.
- MRNKA, M. Informace jako pracovní nástroj. In: KOUBEK, Jiří. *Z_vůle médií: Stati k novinářské teorii a praxi*. Praha: Hermes, 2006, s. 135 - 144. ISBN 80-903852-0-6.
- MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2010. ISBN 978-80-7452-002-0.
- OSVALDOVÁ, B. a kol. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0248-2.
- OSVALDOVÁ, B. a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. vyd. Praha: Libri, 2007. ISBN 978-80-7277-266-7.
- OSVALDOVÁ, B. a kol. *O reportáži, o reportérech*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2010. ISBN 978-80-246-1781-7.
- OSVALDOVÁ, B. a kol. *Zpravodajství v médiích*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9.
- RAMONET, I. *Tyranie médií*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 2003. ISBN 80-204-1037-6.
- REIFOVÁ, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.
- RUSS-Mohl, S. a BAKIČOVÁ, H. *Žurnalistika*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0158-8.
- ŠILER, V. *Etika pro žurnalisty*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2007. ISBN nepřiděleno.

ŠMÍD, M. a TRUNEČKOVÁ, L. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1661-2.

TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8.

URBAN, L. *Masová komunikace a veřejné mínění*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3563-4.

VONZ, L. *Manuál zpravodajství*. Praha: Rádio Impuls, 2009. *(Interní materiál)*

VYBÍRAL, Z. *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*. 2. vyd. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-429-8.

ZÁVOZDA, J. Limity komerčního zpravodajství, rozdílné metody práce při sestavování hlavních zpravodajských relací. In: ŽANTOVSKÝ, P. *Veřejná služba ve veřejnoprávních médiích: sborník textů, Český Krumlov, 8. a 9. listopadu 2002*. Praha: Votobia, 2003, s. 23 - 27. ISBN 80-7220-142-5.

Seznam použitých internetových zdrojů:

AKTUALNE.CENTRUM.CZ. *Srážka vlaků v Polsku: 16 obětí, mezi zraněnými je Čech*. [online]. [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/zahranici/evropa/clanek.phtml?id=735695>

AKTUALNE.CENTRUM.CZ. *Střelec Merah zemřel. Při zásahu policie skočil z okna*. [online]. [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/zahranici/evropa/clanek.phtml?id=738215>

BBC. *Editorial Guidelines*. [online]. [cit. 2013-01-23] Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/page/guidelines-accuracy-introduction/>

BRNO.IDNES.CZ. *Oběšeného soudce našli kolegové až po dvou dnech, potvrdila pitva*. [online]. [cit. 2013-02-12] Dostupné z: http://brno.idnes.cz/obeseneho-soudce-nasli-kolegove-az-po-dvou-dnech-potvrdila-pitva-px9-/brno-zpravy.aspx?c=A120130_094706_brno-zpravy_bor

CESKATELEVIZE.CZ. *Kellyho smrt byla sebevražda, říká odtajněná zpráva.* [online]. [cit. 2013-01-23]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/105098-kellyho-smrt-byla-sebevrazda-rika-odtajnena-zprava/>

CESKATELEVIZE.CZ. *Pražský městský soud zahájil insolvenční řízení s CK Vivamonde.* [online]. [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/135521-prazsky-mestsky-soud-zahajil-insolvenzni-řízení-s-ck-vivamonde/>

CESKATELEVIZE.CZ. *Belgie si připomněla týden starý masakr v Lutychu.* [online]. [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/157608-belgie-si-pripomnela-tyden-stary-masakr-v-lutychu/>

CESKATELEVIZE.CZ. *Belgický řidič autobusu ze švýcarské tragické havárie opilý nebyl.* [online]. [cit. 2013-02-14]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/193994-belgicky-ridic-autobusu-ze-svycarske-tragicke-havarie-opily-nebyl/>

CESKENOVINY.CZ. *Na místě odpočinku Václava Havla jsou květy a hořící svíce.* [online]. [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/na-miste-odpocinku-vaclava-havla-jsou-kvety-a-horici-svice/879214>

CESKENOVINY.CZ. *Ministr Dobeš rezignuje, nesouhlasí se škrtý ve školství.* [online]. [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/ministr-dobes-rezignuje-nesouhlasi-se-skrty-ve-skolstvi/771865>

CVVM. *Důvěra některým institucím veřejného života - září 2012.* [online]. [cit. 2013-01-25a] Dostupné z: http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a6900/f3/po121023.pdf

CVVM. *Důvěra některým institucím veřejného života - září 2011.* [online]. [cit. 2013-01-25b] Dostupné z: http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a6573/f3/po110930.pdf

ČTK. *Výroční zpráva o činnosti a hospodaření České tiskové kanceláře v roce 2010.* [online]. [cit. 2012-11-15]. Dostupné z: http://www.ctk.cz/o_ctk/vyrocní_zpravy/

E15.CZ. *Rádio Impuls loni navzdory poklesu trhu udrželo zisk.* [online]. [cit. 2013-01-21]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/technologie-a-media/radio-impuls-loni-navzdory-poklesu-trhu-udrzelo-zisk-939043>

IDNES.CZ. *Australské rádio po smrti sestry ustupuje, moderátoři se zhroutili.* [online]. [cit. 2012-12-14]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/zahranicni/svet/287212-australske-radio-po-smrti-sestry-ustupuje-moderatori-se-zhroutili.html>

IDNES.CZ. *Nejhloupější prezident a potrhání trpaslíci aneb když kachny útočí.* [online]. [cit. 2013-01-25]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/nejhloupejsi-prezident-a-potrhani-trpaslici-aneb-kdyz-kachny-utoci-110-/zahranicni.aspx?c=A100323_161641_zahranicni_btw

IHNED.CZ. *Rok od havárie u Jaroslavle padlo první obvinění. Letadlo řídili nezkušení piloti bez licence.* [online]. [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://zpravy.ihned.cz/svet-rusko/c1-57355370-rok-od-havarie-u-jaroslavle-padlo-prvni-obvineni-letadlo-ridili-nezkuseni-piloti-bez-licence>

IMPULS.CZ. *Prezentace o Rádiu Impuls.* [online]. [cit. 2013-01-21]. Dostupné z: <http://www.impuls.cz/text/obchodni-prezentace/14>

LIDOVKY.CZ. *Většina Čechů využívá jako hlavní zdroj informací televizi.* [online]. [cit. 2013-01-25]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/vetsina-cechu-vyuziva-jako-hlavni-zdroj-informaci-televizi-pqa-/ln-media.asp?c=A100127_182913_ln-media_ter

LIDOVKY.CZ. *Lucie Bílá se nevdala. Svatba byla inscenovaná.* [online]. [cit. 2013-01-26]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/lucie-bila-se-nevdala-0rm-/lide.asp?c=A121101_115654_lide_jkz

LOUC.CZ. *3x média z minulého týdne.* [online]. [cit. 2013-01-23]. Dostupné z: <http://www.louc.cz/louc104.html>

MAM.IHNED.CZ. *Češi jsou nedůvěřivější než většina Evropanů.* [online]. [cit. 2013-01-25]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-55988210-cesi-jsou-neduverivejsi-nez-vetsina-evropanu>

MEDIA.ROZHLAS.CZ. *Kodex Českého rozhlasu*. [online]. [cit. 2013-01-22]. Dostupné z: http://media.rozhlas.cz/_binary/00730694.pdf

MEDIAFAX.CZ. *Šéf BBC rezignoval, v pořadu neprávem nařkl politika ze zneužívání dětí*. [online]. [cit. 2012-12-14]. Dostupné z: <http://www.mediafax.cz/zahranici/4112803-Sef-BBC-rezignoval-v-poradu-nepravem-narkli-politika-ze-zneuzivani-deti>

MEDIAMANIA.TYDEN.CZ. *Tomáš Pancíř: Zpravodajství Českého rozhlasu nebylo efektivní*. [online]. [cit. 2013-01-22]. Dostupné z: http://mediamania.tyden.cz/rubriky/televize-radio/tomas-pancir-zpravodajstvi-ceskeho-rozhlasu-nebylo-efektivni_256070.html

MEDIAN.CZ. *Radioprojekt*. [online]. [cit. 2013-02-27]. Dostupné z: http://www.median.cz/docs/RP_2012_3+4Q_zprava.pdf

MEDIÁŘ.CZ. *Vítejte ve světě vymyšlených zpráv: jak to skutečně bylo s romskou stranou a uprchlým pokladníkem*. [online]. [cit. 2013-01-22]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/vitejte-ve-svete-vymyslenych-zprav-jak-to-skutecne-bylo-s-romskou-stranou-a-uprchlym-pokladnikem/>

NOVINKY.CZ. *Hrad Krásna Horka už má provizorní střechu*. [online]. [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/cestovani/288012-hrad-krasna-horka-uz-ma-provizorni-strechu.html>

NOVINKY.CZ. *Věci veřejné oznámily odchod z vlády*. [online]. [cit. 2013-02-13]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/263769-veci-verejne-oznamily-odchod-z-vlady.html>

PSP.CZ. *Výroční zpráva Rady Českého rozhlasu za rok 2011*. [online]. [cit. 2013-01-21]. Dostupné z: <http://www.psp.cz/sqw/text/tiskt.sqw?O=6&CT=654&CT1=0>

RADIO.CZ. *Přehled týdeníků*. [online]. [cit. 2013-01-25]. Dostupné z: <http://www.radio.cz/cz/rubrika/tydeniky/prehled-tydeniku-2001-02-17>

RADIOTV.CZ. *Radio Projekt, III. + IV. Q 2012*. [online]. [cit. 2013-02-27]. Dostupné z: <http://www.radiotv.cz/poslechovost/>

REUTERS. *Reuters Handbook of Journalism*. [online]. [cit. 2013-01-23]. Dostupné z: <http://handbook.reuters.com/extensions/docs/pdf/handbookofjournalism.pdf>

ROZHLAS.CZ. *Československý rozhlas a revoluce I*. [online]. [cit. 2013-01-07]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/17listopad/zvukovyarchiv/_zprava/657699

ROZHLAS.CZ. *Mise a vize*. [online]. [cit. 2013-01-21]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/informace/misevize/_zprava/972458

ROZHLAS.CZ. *Žurnalistické zásady ČRo 1 - Radiožurnálu*. [online]. [cit. 2013-01-22]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/ostanici/_zprava/84592

ROZHLAS.CZ. *Radiožurnál bude nyní ještě více na vaší straně*. [online]. [cit. 2013-01-23]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/radiozurnal/zprava/_zprava/radiozurnal-bude-nyni-jeste-vice-na-vasi-strane--1155639

ROZHLAS.CZ. *BBC prožívá jednu z nejhorších krizí za dobu svého trvání*. [online]. [cit. 2013-01-24]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/cro6/internet/_zprava/bbc-proziva-jednu-z-nejhorsich-krizi-za-dobu-sveho-trvani--1136037

RRTV. *Rozhodnutí o udělení licence*. [online]. [cit. 2013-01-21]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/files/lic/12127.pdf>

RRTV. *Stav mediální gramotnosti v ČR: Výzkum úrovně mediální gramotnosti obyvatelstva nad 15 let*. [online]. [cit. 2013-01-25]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/prehledy/medialni-gramotnost/vysledky-studie-15-plus.pdf>

SPORT.IHNED.CZ. *S Lukášem Příbylem se loučily davy lidí. Smuteční řeč pronesli kolegové i Trojan*. [online]. [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://sport.ihned.cz/fotbal/c1-54765010-s-lukasem-pribylem-se-loucily-davy-lidi-smutecni-rec-pronesli-kolegove-i-trojan>

SYNDIKAT-NOVINARU.CZ. *Etický kodex novináře*. [online]. [cit. 2013-01-22]. Dostupné z: <http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>

TRAMPOTA, T. Vliv a účinek médií na veřejnost. In: KOPECKÁ, L. *Integrační politika a cizinci v médiích*. Praha: Multikulturní centrum Praha, 2011. [online]. [cit. 2013-01-24]. Dostupné z: http://www.mkc.cz/uploaded/download/Sbornik_flexi.pdf

TÝDEN.CZ. *Agentura Bloomberg vydala omylem nekrolog Steva Jobse*. [online]. [cit. 2013-01-25]. Dostupné z: http://www.tyden.cz/rubriky/media/lide-v-mediich/agentura-bloomberg-vydala-omylem-nekrolog-steva-jobse_77964.html

WIKIPEDIA. *Let United Airlines 93*. [online]. [cit. 2013-01-25a]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Let_United_Airlines_93

WIKIPEDIA. *Volby prezidenta USA 2000*. [online]. [cit. 2013-01-25b]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Volby_prezidenta_USA_2000

ZPRAVY.IHNED.CZ. *Dobeš prodloužil plzeňským právům akreditaci. Dvořáková už na něj chystá žalobu*. [online]. [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://zpravy.ihned.cz/c1-54987160-dobes-prodlouzil-plzenskym-pravum-akreditaci-dvorakova-uz-na-nej-chysta-zalobu>

Seznam použitých ostatních zdrojů:

Zákon č. 483 ze dne 7. listopadu 1991, o České televizi. In: *Sbírka zákonů České a Slovenské federativní republiky*. 1991, částka 93, s. 2301 - 2303. Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/>

Zákon č. 484 ze dne 7. listopadu 1991, o Českém rozhlasu. In: *Sbírka zákonů České a Slovenské federativní republiky*. 1991, částka 93. Dostupné také z <http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?r=1991&cz=484>

Zákon č. 231 ze dne 17. května 2001, o provozování rozhlasového a televizního vysílání. In: *Sbírka zákonů, Česká republika*. 2001, částka 87, s. 5038 - 5065. Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/>

SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

Seznam tabulek

Tab. 1	Základní parametry získaného souboru.....	58
Tab. 2	Základní parametry získaného souboru	79
Tab. 3	Pokud se některé vámi zveřejněné informace ukázaly jako nepřesné, co bylo důvodem?.....	83
Tab. 4	Jak ve vaší redakci řešíte situace, kdy máte informovat o vysoce aktuální důležité události, ale nemáte dostatek ověřených podrobnosti?..	84
Tab. 5	Jak řešíte situace, kdy se vámi zveřejněná informace ukázala jako nepřesná?	85
Tab. 6	S jakými překážkami z hlediska rychlosti a přesnosti se nejčastěji setkáváte?.....	86
Tab. 7	Rychlost informování o mimořádných událostech.....	89
Tab. 8	Hodnocení přesnosti informací.....	100

Seznam grafů

Graf 1	Četnost poslechu rádií.....	65
Graf 2	Očekávání posluchačů od rádií	66
Graf 3	Zdroje informací	67
Graf 4	Rychlost médií z pohledu příjemců.....	68
Graf 5	Očekávání respondentů od rozhlasového zpravodajství.....	69
Graf 6	Preference posluchačů z hlediska rychlosti a přesnosti.....	70
Graf 7	Volba mezi rychlostí a přesností	71
Graf 8	Aktivita posluchačů při vyhledávání informací	72
Graf 9	Dohledávání podrobnějších informací	72
Graf 10	Tolerance k nepřesnosti způsobené nedostatkem podrobností.....	74
Graf 11	Tolerance k nepřesnosti způsobené vývojem události	75
Graf 12	Tolerance k nepřesnosti způsobené lidskou chybou	76
Graf 13	Tolerance k nepřesnosti způsobené neověřením informace	77
Graf 14	Vystavení novinářů časovému tlaku	80
Graf 15	Vliv rychlosti na přesnost	81
Graf 16	Přesnost informací s odstupem času	81
Graf 17	Požadavky vedení na rychlost a přesnost	82
Graf 18	Představy o požadavcích publika	83
Graf 19	Vztah respondentů k přesnosti	87

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A - Rozhovor s PhDr. Václavem Moravcem.....	II
Příloha B - Rozhovor s Andym Beaubienem.....	X

PŘÍLOHY

PŘÍLOHA A

Rozhovor s PhDr. Václavem Moravcem

(15. 4. 2012, osobně)

PhDr. Václav Moravec působí jako pedagog na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy. Pracoval mimo jiné v české sekci rádia BBC, v České televizi moderuje diskusní pořad Otázky Václava Moravce, na rádiu Impuls pořad Impulsy Václava Moravce. S fenoménem zpráv v přímém přenosu přichází podle něj nutnost změn editoriaální politiky redakcí, aby se co nejvíce snížilo riziko mystifikací příjemců.

PhDr. Václav Moravec vystudoval obor Masová komunikace na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy. Tam působí jako pedagog, přednáší o audiovizuální žurnalistice, rozhlasu a televizi ve světě a etice žurnalistické práce. Od roku 1992 pracoval jako redaktor a moderátor v Českém rozhlase, soukromých stanicích Frekvence 1 a Evropa 2, české sekci rádia BBC. V současnosti moderuje na rádiu Impuls pořad Impulsy Václava Moravce. Od roku 2004 s několikaměsíční přestávkou moderuje v České televizi diskusní pořad Otázky Václava Moravce. Za moderování Interview BBC získal v roce 2003 ocenění Novinářská křepelka, které uděluje Český literární fond novinářům do 33 let. Je čtyřnásobným držitelem ceny TýTý pro nejoblíbenější osobnost televizní publicistiky.

Moderní technologie umožňují přenos obrovského množství informací a jejich rychlé předávání posluchačům. Má to pro posluchače i negativní důsledky?

Bezesporu. Když se podíváme na rozvoj technologií, a nejde jen o svět internetu a takzvaných nových médií, ale i o digitalizaci, která způsobila vznik většího počtu televizních zpravodajských stanic, je bezesporu oslabována editoriaální politika. Respektive před editoriaální politikou médií jsou nástrahy, které musejí být vyřešeny, aby nedocházelo k mystifikaci příjemců novinářských sdělení.

Mám teď na mysli například 11. září 2001, kdy pro americké televizní stanice bylo poměrně obtížné ověřit si informace, kam všude dopadala letadla. Například CNN 5 minut vysílala informaci, že jedno z unesených letadel podle všeho dopadlo i do okolí Bílého domu. Pak tuto zprávu opravovala.

Takže i to je fenomén zpráv v přímém přenosu, který se logicky rozvinul a posílil v souvislosti s rozvojem zpravodajských rozhlasových a televizních stanic. A bezesporu ještě on-line žurnalistika a dynamický vývoj světa nových médií, internetu a sociálních sítí, způsobuje zranitelnost editoriální politiky a zranitelnou do jisté míry činí i přesnost ve zpravodajství.

Rádia přicházejí se slogany „tady a teď“ a „víte to první“. Je vůbec trend rychlosti správný?

Bezesporu aktuálnost je jednou ze zpravodajských hodnot, když se na to podíváme do teorie médií. Ale ta hodnota sama o sobě musí být ještě vykompenzována hodnotami dalšími, takže aktuálnost je jedním z požadavků na žurnalistiku, ale zároveň by neměla potlačit požadavky další, jako je právě přesnost.

V mém průzkumu odpovídalo 400 respondentů. Když jsem se ptal, které hodnotě by dali přednost, jestli rychlosti nebo přesnosti, většina byla pro přesnost. Když jsem ale v další otázce argumentoval tím, že první informace nebývají vždy přesné, bylo to půl na půl. Polovina si počká na přesné informace, polovina chce rychlou informaci hned i za cenu, že nebude úplně přesná. Podrobnosti si dohledá jinde. Jak s takovým výsledkem pracovat, aby netrpěl posluchač?

To je právě ten rozpor, který do vnímání našich příjemců přináší on-line svět a on-line žurnalistika. Lidé na straně jedné chtějí přesné informace, v mnoha ohledech je očekávají od médií tradičních, ale když je nějaká událost, o které se dozvědí, tak okamžitě jdou na internet a sociální sítě a snaží se dozvědět další informace.

Myslím si, že právě svět nových médií nabourává vnímání lidí ve vztahu k editoriální politice a přesnosti. Rozpory, které máte ve vašem výzkumu, to jasně ukazují. Oni chtějí být co nejrychleji informováni a uvědomují si to. Ale když se jich nejdříve zeptáte na hodnoty, které očekávají od zpravodajství, chtějí mít přesné informace.

BBC to vyřešila v roce 2004 po kauze Gilligan, Hutton a Kelley, když si jasně do svých editoriálních směrnic stanovila, že přesnost je důležitější, protože nepřesné

informace mohou způsobit jistou pochybnost veřejnosti ve vztahu k danému médiu, protože nemusí být považováno za úplně důvěryhodné a seriózní.

Vy jste na Prix Bohemia v příspěvku otištěném ve Světě rozhlasu zmínil teorii Marka Postera, teorii prvního a druhého mediálního věku. Posluchač už podle ní není pouze konzumentem informací, ale tím, že hledá na internetu, se stává i producentem. To potvrzuje i můj průzkum. Když jsem se ptal, které z médií vnímají respondenti jako nejrychlejší zdroj informací, většina jich uvedla internet, kde si sami nacházejí podrobnosti. Na druhou stranu, výhodou rádia stále zůstává rychlost. Je to stále to, co lidé od rádií očekávají, nebo je nová média nutí ke změně, přizpůsobení?

Ted' záleží, jestli mluvíme o formátech hudebních, nebo formátech mluveného slova. Myslím si, že v českém prostředí rádio neumí využívat dostatečně, až na výjimky, možnosti kontextu. I to se od rádia očekává.

Zpravidla když vyprávím o úspěchu ČT24 jako zpravodajské stanice, která má na evropské poměry nadstandardní podíl na trhu, protože průměrný pětiprocentní share není normální, jednu z příčin vidím v tom, že Český rozhlas nemá stanici mluveného slova, zpravodajskou stanici, která by kromě toho, že bude rychlá a pohotová, ale i přesná, bude dávat i kontext. To znamená bude to klasický formát mluveného slova, který bude mít nějaký sedmi až desetiprocentní podíl na trhu.

Podíváte-li se do zahraničí, ať je to Francie, ať je to BBC, která má dvě stanice mluveného slova – BBC Radio 4, které je víc analytické a publicisticko-zpravodajské, má ještě stanici BBC Five Live, což je ryze all news rádio, stanice mluveného slova, posluchačům nehraje.

Rádio má tedy možnost dávat věci do souvislostí, přinášet posluchačům kontext, což u on-line žurnalistiky není. To je podle mě jedna z příležitostí, které rozhlasové stanice v České republice nevyužívají. Komerční stanice do toho logicky nejdou, protože stanice mluveného slova má starší publikum a ta dominantní skupina posluchačů, kteří poslouchají v rádiu zpravodajství a jsou ochotní poslouchat stanici mluveného slova, tak z padesáti procent má posluchače starší padesáti let. To je přesně jeden z limitů, proč do toho nejdou soukromé stanice.

Ale rozhlas veřejné služby, když se podíváte na Radiožurnál a jeho problematické postavení, tak je to jenom ryze zpravodajská stanice. Má sice pár formátů, ať to jsou polední Ozvěny dne, kde se mluví půl hodiny, ať je to hodinové večerní Radioforum, nebo 20 minut Radiožurnálu, ale jinak je ryze zpravodajskou stanicí, která jde za rychlostí, ale nedává věci do souvislostí a do kontextu.

Mluvíte o tom, že rozhlas má možnost nabídnout posluchačům kontext. Je to i přidaná hodnota, kterou kromě veřejnoprávních stanic může nabídnout i soukromý Impuls, nebo v jeho případě byste viděl něco jiného, co může nabídnout?

Radiožurnál by to bezesporu měl nabízet v mnohem větší míře, než tomu činí. U Impulsu je otázkou, jak má být Impuls zacílen a v jaké situaci se pohybuje. Protože Frekvence 1 jako jeden z konkurentů Impulsu v cílové skupině posluchačů, dejme tomu 25 – 45 let jako ta hlavní skupina, je zaměřená zábavně, a to od vzniku Impulsu v roce 1999.

Impuls tedy šel cestou moderního informačního rádia, jak zněl jeho první slogan v roce 1999. Ještě navíc moderního informačního rádia, které je hodně postavené na informacích z dopravy. A to tvrdím, že je v mých očích třetinový úspěch Impulsu.

Všimněte si totiž, jak se v posledních deseti, dvanácti letech výrazně proměnilo chápání důležitosti informací o dopravě i u Radiožurnálu. Svého času byla Zelená vlna Radiožurnálu jednou do hodiny, v současnosti vysílá pravidelné dopravní zpravodajství jednou za půl hodiny a v časech páteční dopravní zácpy dokonce i každých 15 minut. Programové vedení Radiožurnálu si je totiž vědomo komparativní výhody, kterou Impuls měl před Radiožurnálem. Takže to je bezesporu jedna z věcí, v nichž Radiožurnál kopíroval Impuls.

Impuls má z těch tří stanic, které jsem jmenoval, Radiožurnál, Frekvence 1, Impuls, nejtěžší postavení, protože co může nabídnout? Větší míra zpravodajství se vždy logicky očekává od média veřejné služby. Programové vedení Impulsu zase nechce konkurovat Frekvenci 1, protože chce najít svou pozici na trhu, tudíž jde tou cestou někde napůl mezi Radiožurnálem a Frekvencí 1. Tedy rádio rychlých informací, ale zároveň i informací a infotainmentu.

Velkým problémem hlavně soukromých rádií je to, že nemají přístup k zahraničním agenturám. Nejvíc čerpají z ČTK, případně zpravodajských webů. Získávají tedy informace, které už jsou někým zpracované, hrozí větší chybovost. Nemají navíc možnost ověřit každou informaci, dělají to spíš u těch závažných. Jak tedy eliminovat riziko nepřesnosti při čerpání informací ze zpravodajských serverů, případně agentur? Ani ty nejsou vždy přesné.

Zahraniční média, která sama sebe označují za seriózní, ve svých redakčních směrnících zpravidla mají vyjmenované zdroje, které už dál neověřují. Třeba globální agentura Reuters má tuším asi 6 nebo 7 taxativně vyjmenovaných zdrojů, jejichž informace neověřuje a kde bohatě stačí odkaz na zdroj. Tedy třeba v případě amerického prostoru Reuters bez toho, aniž by ověřovala, cituje AP. BBC je pro agenturu Reuters také zdrojem, který už dál neověřuje. Ale veškeré další zdroje ověřuje, než informaci pustí do vysílání.

To znamená, že jenom citace, odkaz na daný zdroj, nepovažuje agentura Reuters ve svých zpravodajských pravidlech za věc dostatečnou. Protože jakmile se dopustí chyby ten internetový zdroj, logicky není v očích posluchačů, diváků, čtenářů, alibi to, že na něj odkážete.

Ted' si vybavuju poslední kauzu. Parlamentní listy přišly s informací, že jakýsi pokladník romské strany rozkradl peníze na založení strany ještě předtím, než vznikla. Ukázalo se, že neexistoval žádný romský pokladník a že celé to byla fáma. Převzaly to i významné české deníky. Pak se sice omlouvaly, ale to že odkážete na internetový pochybný zdroj, z vás nesnímá zodpovědnost za vámi zveřejněnou informaci.

Takto se to řeší u velkých seriózních médií. Problém českého prostředí je, že média jsou podfinancovaná. Jsou jenom na desetimilionovém trhu. Vždy se tedy šetří na programu. Logicky je v jeho rámci nejdražší zpravodajství.

Samozřejmě soukromá média jsou závislá na České tiskové kanceláři, jejíž informace dál neověřují, protože si řeknou, že ČTK je seriózní agenturou, tudíž není potřeba hledat druhý zdroj informací. Ale zároveň i Český rozhlas a Česká televize v rámci úspor redukuje zdroje, přestože zpravodajských agentur by mohly mít daleko

víc. Svého času Česká televize měla německou agenturu DPA, v současnosti už ji nemá. Odebírá Reuters a AP.

Takže to je obecný trend, ať už v soukromých médiích, nebo v médiích veřejné služby, že na svých zdrojích šetří. Jediná šance zkrátka je, že budete mít někoho ve směně, což je posílení editoriaální politiky, někoho, kdo by informace z internetových zdrojů ještě ověřoval, aby zabránil chybám.

Jak s takovou situací naložit? Vyjde důležitá informace, nemáme k ní zatím dostatek podrobností. Má smysl ji nezveřejňovat a nejprve ověřit, nebo naopak informaci zveřejnit a upozornit, že ještě nemusí být přesná?

Záleží na tom, jak dané médium samo sebe vnímá. BBC problém vyřešila tak, že řekla: raději budeme druzí, než abychom utrpěli v očích publika šrám v důvěryhodnosti. Jestliže si médium řekne: my jsme vždy první, my máme zpravodajský náskok, a další slogany, které vám vyjadřují redakční politiku, tak je jasné, že logicky v rámci redakční politiky rychlosti potlačíte přesnost.

Jsou ale stanice, které jasně říkají: i v tomto on-line světě, ve světě zpráv v přímém přenosu nám stojí za to být přesní, protože nechceme uvádět své posluchače v omyl. Myslím, že to, jak si dané médium tuto situaci vyřeší, podává ve vztahu k příjemcům zprávu samo o sobě.

Zmínil jste pravidlo, které si přijala BBC, tedy že přesnost má přednost před rychlostí. Žádné české rádio nic takového nemá. Český rozhlas má ve svém kodexu zakotvenou kvalitu informací, nemá tam ale nic o vztahu rychlosti a přesnosti. Myslíte si, že by to česká rádia měla mít podobně jako BBC? Znamená to i u ní něco víc, než jen deklaraci? Má to konkrétní dopady?

Je to deklarace, kterou skutečně dodržují, protože BBC se vymstila situace s druhou válkou v Iráku a právě zpráva, kterou BBC publikovala v pořadu Today a pak z toho vznikla takzvaná kauza zbrojního experta Davida Kelleyho, který spáchal sebevraždu a po tomto zásadním skandálu, který otrásl BBC, jejím vedením, protože rezignoval generální ředitel, odešel i šéf Rady guvernérů BBC, tak se logicky toto médium z této situace poučilo a nějak na to reagovalo.

Tady v České republice zatím takový skandál nebyl. Když se podíváme například na historii amerických médií, CNN a Fox News měly několikrát takový zásadní přešlap. Například ve chvíli, kdy byly prezidentské volby, kdy proti sobě kandidovali George Bush mladší a viceprezident Al Gore. Tam byla problematická Florida, nebyly tam dosčítané hlasy a oni už deklarovali George Bushe mladšího jako prezidenta. Ve Spojených státech totiž v rámci volebního vysílání každá stanice chce být první a ohlásit, kdo bude americkým prezidentem. V tom roce 2001 nebo 2002 nejprve Bushe vyhlásili, nakonec ho stáhli kvůli nedokončenému sčítání na Floridě. Takže i americké televizní stanice po tomto učinily závěr, že je lepší čekat, než učinit tu chybu, které se dopustili v případě prezidentských voleb.

Berte to tedy tak, že českému médiu, ani Českému rozhlasu, ani České televizi, se nestal tak zásadní přešlap, aby byla terčem kritiky. Proto to ve svých kodexech upraveno nemají. Osobně si myslím, že je to škoda, protože byste měl předcházet chybám, jichž se můžete dopustit. Protože když je to médium kritizované, logicky to sráží důvěru veřejnosti v něj.

Když se podíváme na Impuls a Radiožurnál, pracují s informacemi dobře, nebo mají nějaké zásadní mezery, na kterých by bylo potřeba zapracovat?

To je velmi složitá otázka, protože k jejímu zodpovězení bych musel mít nějakou obsahovou analýzu řekněme měsíčního vzorku relací obou stanic. Bezesporu Impuls je médium, které více tíhne k infotainmentu, ke zprávám s kriminální tematikou, protože je to médium komerční a soukromé, to je jeho role.

U Radiožurnálu dlouhodobě vidím slabinu v tom, že Radiožurnál a vedení Českého rozhlasu se logicky bojí přijít o stanici, která je nejposlouchanější ze všech okruhů rozhlasu, proto jede v tradici hudebně-zpravodajského rádia, ale tím do jisté míry, obávám se, v mimořádných událostech selhává jako zpravodajské médium, protože není schopno přerušit tok hudby a jet třeba pět hodin proud mluveného slova. Přiznám se, že nerozumím tomu, jak je možné, že stanice, která je zpravodajská, nevysílá zásadní části rozpravy, když se například hlasuje o důvěře nebo nedůvěře vládě. To například v britském kontextu v médiu veřejné služby prostě není možné. Tuto roli nahrazuje ČT24, proto má pravděpodobně tak vysokou sledovanost a diváci ve

vnitřních výzkumech, které Česká televize má, říkají, že někdy berou ČT24 jako rádio v televizi. Pustí si čtyřadvacítku, protože by vypadalo hloupě, kdyby vám zpravodajská televize hrála mezi zprávami videoklipy.

Samozřejmě rádio Impuls si samo musí říci, jak nejlépe naplňovat svůj vlastní slogan Dřív než ostatní a jak ještě lépe vlastní agendu přinášet opravdu dříve než ostatní a ne ve chvíli, kdy už běží informace v liště na ČT24. Pak ten slogan působí směšně. To je asi má největší připomínka v případě Impulsu. Jestliže dřív než ostatní, pak to tedy dodržuji vždy a všude. Protože čeká-li se na konec písničky a mezitím tu zprávu přinesou on-line média a ČT24 v liště, působí to směšně.

PŘÍLOHA B

Rozhovor s Andy Beaubienem

(27. 3. 2012, osobně)

Andy Beaubien působí jako konzultant evropských rozhlasových stanic. Zabývá se výzkumem, programováním a marketingovými strategiemi soukromých stanic. Rozvoj internetu nevnímá jako ohrožení rozhlasových stanic, ale spíše jako nový zdroj informací, se kterým je potřeba naučit se správně pracovat, nástroj, který s sebou nutně přináší změny v uvažování rozhlasových pracovníků.

Andy Beaubien vystudoval žurnalistiku na University of Rhode Island v USA, získal bakalářský titul. V americké stanici ABC Radio pracoval jako ředitel programu, marketingu a výzkumu. Program měl na starosti i v CBS Radio, Westinghouse Broadcasting Company a HLOL Radio. V současnosti pracuje ve společnosti BPR (Broadcast, Programming & Research) se sídlem v australském Sydney jako mezinárodní konzultant. Pomáhá vyvíjet výzkum, program a marketing soukromým stanicím ve Velké Británii, Německu, Rusku, Ukrajině, Bělorusku, Rakousku, Polsku, Maďarsku, Finsku, Švédsku, České republice (Rádio Impuls) a dalších evropských zemích.

Internet zasáhl i do práce ostatních médií. Zvýšil tlak na rychlost a tím se snižuje i čas pro ověřování informací. Tím pádem se dostávají do konfliktu rychlost a přesnost. Jak je možné to řešit?

Internet představuje pro zpravodajská média, především rádio a televizi, velký problém, obzvláště v oblasti ověřování. Na internetu existuje celá řada stránek, které publikují neověřené zprávy. Rádio má z hlediska zpravodajství zodpovědnost, musí zprávy a v horším případě domněnky ověřovat. Podle mého názoru se bude dál pokoušet budovat image média, kterému je možné věřit. Rádio, televize i noviny, to jsou zpravodajské zdroje, kterým se lidé naučili věřit.

Často se stává, že ze začátku nemají pracovníci rádií přesné informace. Přesto z mého průzkumu vyplynulo, že lidé chtějí důležité informace vědět co nejdříve. Co by v takové situaci mělo mít přednost, rychlost nebo přesnost?

Rychlost zpravodajství je skutečně důležitá. Spousta posluchačů skutečně vyžaduje zprávy, jak nejrychleji to jde. Na druhou stranu máme povinnost jim poskytovat ověřené informace. Je ale potřeba říct, že rádio je v tomto ohledu v poměrně dobré pozici. Protože zejména oproti televizi, kde je programování poměrně striktní, má rádio možnost po ověření zprávy přerušit své vysílání po písničce nebo reklamě a přijít s aktuálním zpravodajstvím v případě, že je to nutné, že je to dostatečně důležité.

Jak tedy dosáhnout toho, že rádio nabídne posluchačům rychlé informace, a zároveň neodradí posluchače případnou nepřesností? Událost se skutečně může vyvíjet, není dostatek ověřených informací a novinář je v obrovském tlaku.

Můžete udělat dvě věci. Zaprvé, informovat o tom, co víte, že jsou fakta. Například, spadlo letadlo. Zadruhé můžete lidem říct, že existuje celá řada informací, které ještě nemáte stoprocentně ověřené. Například kolik lidí zahynulo, kolik je zraněných, jak přesně se nehoda stala, a že ty informace přicházejí postupně.

Posluchači vykazují velkou míru pochopení pro to, že některé věci ještě nejsou známy přesně a respektují, že něco je potřeba ještě zpětně ověřit a dál upřesňovat.

Jak může rádio čelit hrozbě, kterou pro něj představuje internet? V mém průzkumu se ukázalo, že naprostá většina respondentů vnímá jako nejrychlejší médium internet. Tomu se samozřejmě ostatní média přizpůsobují, protože chtějí být nejrychlejší. Vznikají slogany jako „dřív než ostatní“ nebo „víte to první“. Má rádio ještě šanci být nejrychlejším médiem?

Je potřeba si uvědomit, že se nejedná o závod, kdo informaci přinese jako první. Většina lidí při poslechu rádia nesedí zároveň u internetu a zpravodajských webů. Takže pokud vznikne velice aktuální událost a rádio o ní ve vysílání informuje, většina posluchačů se to skutečně dozví z rádia jako první.

Rozhlasové zpravodajství má omezenou produktivní činnost. Samo toho příliš neprodukuje. Většinu informací čerpá z agentur nebo internetu, takže musí spoléhat na jejich přesnost. Je to pro rádio riziko?

Ano, spoléhání na internetové zdroje může být rizikové. Nicméně pokud rádio uveřejňuje nějakou informaci, nemělo by ji mít pouze z jednoho zdroje. Já dávám

přednost tomu, aby byla potvrzená z dvou až tří zdrojů a v takovém případě je riziko výrazně menší.

Je vůbec trend rychlosti správný? Jak řeší v ostatních zemích trend rychlosti a přesnosti?

Jak jste sám podotkl, rychlost je pro lidi čím dál důležitější. Nicméně, stále ještě je pro lidi důležitá i přesnost. A tak když lidé začnou přijímat informace z jednoho zdroje a ukáže se, že zprávy nebyly přesné, začne takový zdroj ztrácet důvěryhodnost.

Ptal jste se ovšem i na jiné země. Média v jiných zemích, zaměřená na zpravodajství, vytvářejí své vlastní zpravodajské stránky, aby mohla ostatním internetovým médiím konkurovat v rychlosti. Vytvářejí tedy internetové zpravodajství, které je často schopné reagovat rychleji, než samotné mateřské médium.

Musíme si uvědomit, že například problémem novin je, že vycházejí jednou denně. Na webových stránkách ale mohou bez problémů aktualizovat informace 24 hodin denně. Televize na tom není o mnoho lépe, protože struktura denního vysílání je striktně daná a tudíž může být mezi jednotlivými zpravodajskými relacemi i šestihodinový prostor. Právě ten se dá zaplnit díky webovým stránkám.

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Jiří Daníček

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: Kombinované

Název práce: Fenomén rychlosti v rozhlasovém vysílání a jeho dopad na kvalitu informací

Rok: 2013

Počet stran bez příloh: 119

Celkový počet stran příloh: 12

Počet titulů české literatury a pramenů: 32

Počet internetových zdrojů: 47

Počet ostatních zdrojů: 3

Vedoucí práce: Mgr. Ladislav Vonz