

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

FILOZOFICKÁ FAKULTA

ÚSTAV BOHEMISTIKY

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

JAZYK ZPRAVODAJSTVÍ V RŮZNÝCH TYPECH MÉDIÍ

Vedoucí práce: doc. PaedDr. Bohumila Junková, CSc.

Autor práce: Lucie Kalousová

Studijní obor: Bohemistika – Anglistika

Ročník: 3.

České Budějovice 2016

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracoval samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s §47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozovaného Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

České Budějovice 14. 4. 2014

.....

Lucie Kalousová

## Poděkování

Ráda bych poděkovala doc. PaedDr. Bohumila Junkové, CSc., za její vstřícný přístup, rady, ochotu a komentáře, které mi umožnily práci realizovat.

## **Anotace**

Cílem práce je analýza jazykových prostředků zpravodajských textů psaných i mluvených a různé způsoby práce s nimi v českých denících, na internetu, v rozhlase a televizi. V teoretické části se práce snaží komplexně zaměřit jak na vývoj, tak i současnou funkci a jazyk médií. V praktické části se práce zaměřuje na analýzu jazykové stránky vybraných zpráv ve sledovaném období a jejich vzájemnému porovnání.

## **Annotation**

The aim of the bachelor's work is to analyze language of written and spoken news, it also deals with different ways of working with language in Czech newspapers, on internet, in radio and television. The theoretical part of the work seeks to comprehensively focus on both the development and the current function and language of media. In practical part the author focuses on analyzing and comparing language in selected news which were published during observed period of time.

## Obsah

---

Úvod .....	8
Část teoretická .....	9
1. Zpravodajství a publicistika.....	9
1.1. Televizní zpravodajství.....	11
1.1.1. Specifika a jazyk televizního zpravodajství.....	11
1.1.2. Druhy televizní zprávy.....	13
1.2. Rozhlasové zpravodajství .....	14
1.2.1. Jazyk rozhlasové zprávy .....	14
1.2.2. Struktura rozhlasové zprávy .....	15
1.2.3. Žánrové formy rozhlasové zprávy .....	16
1.2.4. Skladba rozhlasové relace.....	16
1.3. Internetové zpravodajství.....	18
1.3.1. Počátky internetového zpravodajství .....	18
1.3.2. České zpravodajské servery a deníky na internetu .....	19
1.3.3. Profesionalita online žurnalistiky .....	20
1.3.4. Specifika online žurnalistiky .....	20
1.3.5. Modely elektronických periodik.....	21
1.3.6. Psaní zpravodajství pro online .....	22
1.3.7. Budoucnost internetové žurnalistiky .....	23
1.4. Tištěné zpravodajství .....	25
1.4.1. Historie tištěného zpravodajství.....	25
1.4.2. Vývoj českého tisku.....	26
1.4.2.1. Krameriovy c. k. vlastenské noviny.....	27
1.4.2.2. Pražské noviny.....	28
1.4.2.3. Noviny od konce 19. století až k Sametové revoluci.....	29
1.4.3. Specifika tištěného zpravodajství .....	30

1.4.4. Budoucnost tištěného zpravodajství .....	31
2. Jazyk a styl zpravodajských textů .....	33
2.1. Noremnost.....	33
2.2. Jasnost a stručnost.....	34
2.3. Přehlednost.....	35
2.4. Objektivita.....	35
2.5. Automatizace a aktualizace.....	36
Část praktická .....	37
3. Přehled a rozbor sledovaných zpráv .....	37
3.1. „Ukrajinská krize“ .....	38
3.1.1. Jazykové jevy televizního zpravodajství .....	38
3.1.2. Jazykové jevy rozhlasového vysílání.....	43
3.1.3. Jazykové internetového zpravodajství .....	45
3.1.4. Jazykové jevy novinového zpravodajství .....	51
Závěr.....	56
Přílohy .....	58
Seznam literatury.....	60
Internetové zdroje.....	61

## Úvod

---

Žijeme v době, která preferuje rychlost. Veškerá komunikace se vtěsnává do stále kratších sdělení a upřednostňována je stručnost a jasnost všech informací. Na informacích je totiž současná společnost postavena. Už se nedovídáme pouze to, co se děje v nejbližším okolí a zemi, ve které žijeme, ale díky globalizaci a internetu není problém vědět, co se před chvílí stalo na opačném konci světa. A jelikož je aktuální dění častým tématem hovorů, je pro nás přirozené vyhledávat zpravodajství, které nás o něm informuje.

Díky velmi rychlému rozvoji technologií je přístup ke zpravodajství, a potažmo k informacím, velice jednoduchý a takřka neomezený. Existují televizní a rozhlasové kanály zaměřující se speciálně na zpravodajství, denně vychází několik druhů tištěných deníků, které však již z většiny mají zastoupení na internetu, který v posledním desetiletí zažívá největší rozvoj. Jeho největší výhodou je aktuálnost a dále i přístupnost téměř odkudkoli, kdykoli a zdarma. Rychlost s jakou jsou nové zprávy na internetu publikovány, však může na druhé straně vést ke ztrátě jejich kvality. Mnohem častěji se v nich mohou objevit jak chyby stylistické, tak i gramatické. Nicméně se s tímto trendem můžeme setkat i v rozhlase, který z velké míry čerpá právě z internetového zpravodajství, jenž nemusí být vždy důvěryhodným zdrojem. Nicméně, převážná většina tištěných deníků dnes vydává své nejnovější zprávy právě na svých internetových stránkách. I většina televizních zpravodajství má v současnosti tendenci publikovat nejnovější zprávy online s odkazem do večerního vysílání, kde se čtenář potažmo divák dozví více podrobností.

Vzhledem k tomuto trendu se v této práci věnuji analýze jazykových prostředků zpravodajských textů psaných i mluvených a různým způsobům práce s nimi v českých denících, na internetu, v rozhlase a televizi. Výsledkem je analýza vybraných zpravodajských textů, které byly v období od začátku roku 2014 do února 2015 publikovány na internetu, v televizi, novinách a rozhlase. Práci jsem rozdělila na část teoretickou zahrnující charakteristiku médií mluvených i tištěných, jejich vývoj a jazykové prostředky, jež se ve zpravodajství užívají. Do praktické části jsem vybrala jazykově zajímavé zprávy publikované online na webu iDnes.cz a Novinky.cz, v tištěných denících *MF Dnes* a *Lidových novinách*, dále z *Událostí České televize* a *Televizních novin* televize Nova a nakonec i z rozhlasové stanice Radiožurnál.



## Část teoretická

---

### 1. Zpravodajství a publicistika

Je důležité vnímat rozdíl mezi publicistikou a zpravodajstvím. Dalo by se říci, že zpravodajství předchází publicistice, vzhledem k tomu, že jako první přináší informace, které publicistika dále zpracovává. Zpravodajství si klade za cíl přinést objektivní, stručné a ověřené informace co nejrychleji, zatímco publicistika na ně později reaguje, hodnotí je, a dále je může podrobně rozebírat v reportážích, článcích nebo třeba podrobných analýzách. Osvaldová pak na toto téma hovoří o tom, že *“vztah mezi zpravodajstvím a publicistikou je vztahem mezi faktem a názorem na něj”* (Osvaldová, 2011, s. 13).

Podstata publicistiky už není v pouhém předání strohých informací, ale jejím úkolem je na tyto informace určitým způsobem reagovat. Díky tomu obsahují publicistické žánry, jako například reportáž, glosa, článek, sloupek, úvodník, vždy do určité míry osobní názor jejich autora. Publicistika tedy plní funkci persvazivní, neboli získávací, čímž nesplňuje požadavek zpravodajství na celkovou objektivitu a nezaujatost. Na rozdíl od zpravodajství totiž *„obsahuje soudy, postoje, pojmy, a jejím výsledkem není jen informování, ale také poznávání. Postihuje společenské jevy, příčiny jejich vzniku i vzájemné korelace. Zobecňuje, popisuje však i cesty, kterými k zobecnění dospěla.“* (Osvaldová, 2011, s. 14)

Pojem zpravodajství označuje jednak novinářskou činnost spočívající ve vyhledávání a třídění informací, ale zároveň i následný proces sdělování těchto informací publiku skrze média. Jak už bylo řečeno, největším požadavkem kladeným na zpravodajství je, aby zprostředkovalo co nejrychleji a nezaujatě aktuální dění. Mělo by přinášet fakta, která byla předtím ověřena z na sobě nezávislých zdrojů. Recipienti zároveň očekávají, že obdrží jasné, stručné a srozumitelné zprávy, které je budou zajímat. Toho se většinou docílí výběrem a tříděním událostí dle určitých kritérií. Recipienti samozřejmě upřednostňují zprávy, které se jich přímo či nepřímo týkají, nebo například ovlivňují místo, kde žijí. Nicméně přikládají význam i tomu, zda zpráva zahrnuje *„účast osobností, skupin nebo národů, které jsou obecně považovány za důležité“* (Osvaldová, 2011, s. 20). Co se samotných zpráv týče, recipienti vždy upřednostní tu nejaktuálnější. Až do nástupu internetového zpravodajství musela média díky uzávěrkám publikovat události navzdory faktu, že se informace mohly v průběhu vysílání měnit či aktualizovat. Dnes tento problém řeší v převážné většině jejich internetové stránky, kde se objevují nejnovější zprávy. V případě televizního zpravodajství se v současnosti stává dokonce

i trendem diváka odkazovat na vlastní internetové portály, kde je divák o události nadále informován téměř v reálném čase.

Zpravodajství je tedy pevně spjato s časem. Média přináší zprávy, o kterých jsou přesvědčena, že recipienty svým obsahem zaujmou. Jedná se o události současné, nedávné nebo takové, ke kterým se objevily nové informace a tudíž se ukázaly být znovu důležité. Cílem zpravodajství je získat ověřená a aktuální fakta, vtěsnat je do krátkého sdělení, a to následně předložit publiku k tomu, aby si na věc utvořilo svůj vlastní názor. Zatímco úkolem publicistiky je, na tato sdělení reagovat a nabízet hlubší pohled na danou problematiku zároveň s možností ztotožnit se s autorovým názorem na věc, který publicistické texty často obsahují.

## 1.1. Televizní zpravodajství

*„Televizní zpravodajství je určeno očím a uším diváka. Promlouvá k němu prostřednictvím pohyblivých obrazů, zvuků a mluveného slova, která je zatím nejpřirozenějším a kombinace nejkompaktnějším smyslovým zprostředkováním informací o okolním světě.“* (Lokšík, 2011, s. 73) Podle studie Zpravodajství a zpravodajské weby 2014, kterou realizovala společnost MEDIARESEARCH, a. s. (Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo) se televize stále drží na předních pozicích jako zdroj informací. O první místo se dělí komerční televize Nova a internetový zpravodajský portál Novinky.cz. Těsně za nimi následuje veřejnoprávní televize ČT1. Nicméně se potvrdilo, že v době internetu se většina mladších respondentů uchyluje ke sledování zpráv pomocí mobilního telefonu, tabletu či jiného mobilního zařízení, zatímco televizi zůstávají věrni především starší lidé.

### 1.1.1. Specifika a jazyk televizního zpravodajství

Televizní zpravodajství se v podstatě skládá ze dvou částí – obrazové a zvukové. Způsob jakým televize zaujímá své diváky lze nazvat jako „audiovizuální jazyk“. Zatímco obrazovou stránku zastupují nejrůznější záběry z místa události, živé přenosy, fotografie či dokonce text (například při telefonních rozhovorech do studia), zvukovou stránku reprezentují především předem připravené mluvené komentáře, dialogy ve formě rozhovorů v menší míře doplněné hudbou či zvuky na pozadí. V případě televizního zpravodajství je nutné zmínit, že na diváka působí i nonverbální prvky a to nejenom intonace a tempo řeči, ale i gestikulace a výraz moderátora.

*„Z hlediska vnímání obrazu a zvuku platí zásada, ‘že to co vidím, měl bych také slyšet, ale to co slyším, nemusím vidět’.“* (Lokšík, 2011, s. 77) Je tedy důležité, aby se obraz i zvuk navzájem doplňovaly, za účelem srozumitelnosti celého sdělení. Divák si tedy na základě komentáře, dokáže představit, jak situace vypadala, ale je pro něj velmi obtížné domyslet si informace k obrazu, který vidí. Účelem komentáře však není obraz dopodrobna popsat, ale upřesnit divákovi, k čemu se vztahuje. Přinést konkrétní fakta. Proto je jazyk televizního zpravodajství jednoduchý, preferuje krátké, jednoduché věty, jež mají divákovi usnadnit zapamatování a pochopení. Často užívá přítomného času, který navozuje pocit aktuálnosti celého sdělení. Čemu by se naopak měl moderátor vyhýbat, je nadměrné užití cizích slov a odborných výrazů, aby u diváka nedošlo ke špatné interpretaci obsahu. Nepsaným pravidlem je, *„že text komentáře by měl být vždy kratší než délka celého příspěvku“* (Lokšík, 2011, s. 80).

Pauly mezi komentáři totiž dávají vyniknout obrazu a divák má tak čas zpracovat nová sdělení, aniž by se cítil zahlcen spoustou nových informací.

Co se týče vysílacího času, hlavní televizní zpravodajství je na většině zpravodajských stanic zařazováno v takzvaný „prime time“. Jedná se o anglické označení pro čas, kdy vysílání pravidelně sleduje největší množství lidí. Hlavní zpravodajství je tudíž vysíláno v podvečerních hodinách, kdy k televizi usedá většina diváků. Začátky vysílacích časů se liší pouze v řádech několika desítek minut. Jen pro příklad lze uvést, že *Zprávy FTV Prima* začínají v 18:55, *Události* stanice ČT1 v 19:00, zatímco *Televizní noviny TV Nova* až v 19:30. Jejich délka se také příliš neliší a dokonce lze vypořádat určitý trend prodlužování. Jen pro příklad lze uvést *Události České televize*, které před několika lety trvaly přibližně 25 - 30 minut, nyní mají 48 minut. Některé komerční televize, jmenovitě například FTV Prima, dokonce k nalákání diváka zvolily vytváření specializovaných zpravodajství, které následují po hlavní relaci – Krimi zprávy, VIP zprávy, atd.

Nicméně způsob, jakým televizní stanice řadí jednotlivé reportáže, už se velmi liší. Lze například vypořádat, že komerční stanice na začátek svých večerních bloků řadí většinou velmi atraktivní reportáže, často pojaté senzacechtivě. Nekladou takový důraz na obsáhnutí nejdůležitějších světových i domácích událostí, ale spíše si do svého vysílání vybírají ty zprávy, které svým obsahem zaujmou a udrží pozornost diváků. Často tedy zachází až na hranu bulvárnosti.

Specifickým rysem televizního zpravodajství je, že dochází „ke stírání časových rovin mezi předem natočenými zprávami (minulý čas) a přímými reportážními vstupy redaktorů nebo živou zpravodajskou moderací ze studia“ (Lokšík, 2011, s. 83). Díky rapidnímu nástupu moderní techniky, jejíž mobilita umožňuje okamžité přesuny mezi místy událostí a sdílení se studiem, došlo u televizního zpravodajství v průběhu let k velkým změnám. Jednak se celkové změnilo vysílací prostředí studií a jednak i možnosti využití nových technologií. Stále častěji využívají televizní stanice ve svém zpravodajství prostředky jako Skype, kdy lze navázat videohovor s kýmkoli připojeným na internet, aniž by za danou osobou kvůli rozhovoru cestoval štáb či reportér. Je tedy možné zpovídat takřka kohokoli v živém vstupu přímo ve studiu. Pomocí satelitních interaktivních map lze divákovi ukázat přesné místo události. Jako další zdroje událostí slouží sociální sítě, kde se na svých osobních stránkách mohou vyjádřit nejrůznější osobnosti k aktuálnímu dění. Součástí většiny televizních studií je dnes už tedy interaktivní obrazovka umožňující moderátorům využívat všech výhod internetu.

### 1.1.2. Druhy televizní zprávy

Z pohledu struktury můžeme televizní zprávy rozdělit na několik druhů. Mezi ty nejpůvodnější patří **zpráva čtená**. Dnes se s ní setkáme spíše výjimečně, a to ve chvílích, kdy se jedná o zprávu nečekanou, jež se odehrála teprve před okamžikem, nebo v době uzávěrky stále chyběl obrazový materiál. Dále může čtená zpráva také doplnit další informace k již odvysílané reportáži.

**Obrazová zpráva** – Ačkoli by se mohlo zdát, že obrazová zpráva sestává pouze z obrazu, opak je pravdou. Jak už bylo dříve řečeno, obraz bez zvuku by recipientovi nepředal dostatečné informace, a proto je i obrazová zpráva uvedena krátkým komentářem ze studia. V hlavním večerním bloku zpravodajství ji můžeme spatřit především v podobě několika po sobě jdoucích obrazových zpráv, kde *„plní funkci výrazných rytmických předělů a slouží k osvěžení pozornosti diváků.“* (Lokšík, 2011, s. 86)

Nicméně nejčastějším typem je **zpráva kombinovaná**, o jejímž obsahu se divák nejdříve dozví od moderátora ve studiu a následně je mu prezentován obrazový materiál, jenž může obsahovat rozhovory s nejrůznějšími osobami nebo zajímavé a vypovídající záběry. Kombinovaná zpráva je tedy z obsahového hlediska plná faktů a klade větší důraz na seznámení diváka se situací pomocí textu. Obsah postupuje od nejobecnějšího uvedení ze studia, přes upřesňující rozhovory, až po závěrečné shrnutí reportéra v terénu.

Pravděpodobně neobsáhlejším druhem zprávy je **zpráva reportážní**. *„Je autentickým obrazovým zhuštěním události do živé, dynamické formy, postavené na objevené kameře, zajímavých obrazových detailech, bezprostředním a pohotovém audiovizuálním zachycení atmosféry prostředí a asociativní montážní koláži nejpoutavějších okamžiků události.“* (Lokšík, 2011, s. 87). Její struktura je tedy podobná jako u zprávy kombinované, nicméně je obsahově hutnější.

## 1.2. Rozhlasové zpravodajství

Dalším médiem, které využívá mluveného jazyka, je rozhlas. Ten se dle výzkumu agentury MEDIARESEARCH o nejčastěji využívaných zpravodajských zdrojích umístil, pro někoho možná překvapivě, hned na třetím místě. Na rozdíl od televize však mluvené slovo hraje v rozhlase primární roli. „*Ostatní zvuky, šumy apod. hrají úlohu jen podpůrnou, úlohu pouze druhořadého významu; (...) Posluchač na rozdíl od čtenáře (...) nemá většinou možnost se k vyslovenému vrátit a dodatečně se v potřebné míře orientovat.*“ (Bozděch, 1982, s. 8). Navíc je nutné si uvědomit, že rozhlas nejčastěji posloucháme jako zvukovou kulisu a tudíž se naše pozornost často upírá k jiné činnosti. Bozděch s odkazem na Minkowa uvádí, že už v roce 1970 převládá dle statistiky takzvaný „*sekundární poslech*“ (Bozděch, 1982, s. 15). Tedy výše popsaná situace, kdy posloucháme rozhlas, zatímco je naše pozornost obrácena k jiné činnosti. Nejčastěji dnes pravděpodobně při řízení auta, na pracovišti nebo při domácích činnostech jako vaření či uklízení.

### 1.2.1. Jazyk rozhlasové zprávy

Z výše uvedeného tedy vyplývá, že je nutné, aby byl jazyk rozhlasové zprávy jednodušší a neumožňoval posluchači možnou dvojí interpretaci vzhledem k její neopakovatelnosti. Ke zjednodušení jazyka v tomto případě přispívá i fakt, že na rozdíl od televize, využívá rozhlas pouze zvuk, jehož percepce je pro člověka daleko náročnější. „*Poslech rozhlasové zpravodajské relace klade vyšší nároky na myšlenkové procesy – analýzy, syntézy, srovnávání, zobecňování a abstrakce, než při vnímání stejného zpravodajského obsahu v tisku nebo televizi.*“ (Lokšík, 2011, 61) Pisatel rozhlasové zprávy má tedy za úkol zajistit, aby text rozhlasové zprávy nebyl zbytečně složitý a chaotický. Navíc je rozhlasové zpravodajství realizováno ve velmi krátkém časovém úseku a většina zpráv je zhuštěna a prosta všech zbytečných informací.

Nicméně, jak Bozděch, tak Maršík shodně uvádí, že mluvené slovo má oproti psanému slovu v novinách či na internetu nespornou výhodu. A to je možnost využití hlasu k podání zprávy. Moderátor může zdůraznit důležité okamžiky události, tempem řeči může určit, zda je zpráva velmi důležitá, či nikoli, intonací naznačit závažnost, či sarkasmus a ironii, kterou v psaném projevu čtenář jen velmi těžko pozná.

U rozhlasové zprávy je z hlediska jazyka kladeno několik podmínek. Jednou z nich je požadavek na srozumitelnost i v takovém prostředí, kde nedochází k takzvané „*bezšumové*

*percepci*“ (Bozděch, 1982, s. 18). K té u rozhlasu nedochází právě proto, že je často využíván jako kulisa k jiným činnostem a naše pozornost je obrácena jinam. „*Pozornost vnímajícího subjektu je při poslechu už od přírody labilnější. Je také mnohem pasívnější než při četbě. Tato pasivita vnímání jen slyšeného je v rozhlase ještě znásobována vizuální nepřítomností komunikátora a z toho plynoucím podstatným oslabením zpětnovazebních faktorů.*“ (Bozděch, 1982, s. 14)

Srozumitelností však není myšlena pouze správná artikulace a bezchybný mluvený projev moderátora, ale především to, aby rozhlasová zpráva byla „*přirozená tak, jak je přirozená lidská řeč*“ (Maršík, 2011, s. 64). Tento fakt vede ve většině případů k užití hovorové řeči, která posluchači přirozená a usnadňuje mu vnímání a pochopení celé zprávy. Za účelem usnadnění je nutné věnovat pozornost i takovým věcem jako jsou číselné údaje. Čtenář či divák televize mohou číslo vizuálně vnímat, zatímco posluchač je zcela odkázán na svůj sluch a představivost. Proto je vhodné vyšší čísla zaokrouhlovat a posluchače zbytečně nezatěžovat přesnými údaji, které si stejně nezapamatuje. V případě zkratk je lépe uvádět pouze ty všeobecně vžité jako například zkratky politických stran či světově známých organizací. Ani užití několika synonym si nemusí posluchač hned uvědomit a celé sdělení mu poté nemusí dávat smysl. Moderátor by se měl dále vyhýbat citování přímé řeči, která může v mluveném projevu působit chaoticky. Smysluplnosti může ubírat i zařazení několika záporů za sebou nebo módních slov. Pisatel rozhlasové zprávy by tedy měl mít vždy na paměti, že recipient sdělení pouze uslyší, a to ve většině případů pouze jednou. Proto jsou výše uvedené zásady velmi důležité. Vzhledem k tomuto faktu je nezbytné mu zásadní informaci zopakovat. Maršík uvádí, že ideálním intervalem opakování podstatné informace je třicet sekund (Maršík, 2011, s.66).

### **1.2.2. Struktura rozhlasové zprávy**

Ačkoli je rozhlasová zpráva svým rozsahem velmi krátká, o to je těžší, napsat ji srozumitelně a zároveň atraktivně. Rozhlasová zpráva musí odpovídat na stejné otázky jako zpráva v jakémkoli jiném médiu, ačkoli podléhá z jazykového hlediska mnohým omezením, jak už bylo výše zmíněno. Především musí hned v první větě, která je zároveň titulkem, uvést odpovědi na otázky kdo, co, kdy a kde (Maršík, 2011, s. 66).

Nepsané pravidlo také říká, že první věta rozhlasové zprávy by se měla vyhnout užití otázky či citátu. Její délka by neměla přesáhnout patnáct slov, a pokud se zpráva týká veřejně známé osobnosti, má být tento fakt zmíněn hned v úvodu, aby posluchače zaujal. Se všemi těmito omezeními se tedy kompozice zprávy příliš nemění. Obvykle jsou nejdůležitější

informace řečeny hned v úvodu sdělení, následují podrobnosti, upřesnění a podstatná fakta jsou znovu zopakována. Vše je uzavřeno závěrečným shrnutím.

Struktura zprávy se dále liší v závislosti na tom, zda je událost popisována chronologicky anebo naopak její děj postupuje od současné situace na její počátek.

### 1.2.3. Žánrové formy rozhlasové zprávy

Z hlediska žánru je nečastější zpráva **monologická**, kterou přečte hlasatel ve studiu. Může se však objevit i takzvaná **zvuková zpráva**, jež může být telefonátem svědka z místa události. Dalším typem je zpráva reportážní, která obsahuje „*zvukový obraz události*“ (Maršík, 2011, s. 68), jež zvyšuje atraktivitu klasické zprávy, tím, že ji doplňuje například o autentické zvuky demonstrace či požáru. Ještě poutavěji může na posluchače působit **zpravodajský rozhovor**, který však nesmí být zaměněn za publicistický. Ve zpravodajském rozhovoru zpravidla odpovídá buď přímý svědek či zajímavá osobnost na základní zpravodajské otázky, a tím posluchači zprostředkuje zprávu samotnou. **Zpravodajský přenos** přináší posluchači přenos z místa události. „*Přítomný redaktor sdělí posluchačům základní informace a ohlásí začátek události, následuje vlastní přenos a po jeho ukončení odhlášení*“ (Maršík, 2011, s. 68). V praxi se může jednat například o přenos novoročního projevu prezidenta. Pokud o zprávě informuje například tisková mluvčí či jiná kompetentní osoba jedná se o **zpravodajské vystoupení**. „*Kvalifikovanost této osoby zvyšuje věrohodnost informační hodnoty této žánrové formy*“ (Maršík, 2011, s. 68). Pravděpodobně nejkratší žánrovou formou je **zpráva flešová**, jež jako první informuje o nějaké významné události, ke které prozatím nejsou dostupné žádné další informace. „*V rozhlasovém zpravodajství se uplatňují nejčastěji flešové zprávy před hlavními zpravodajskými relacemi jako titulky následujících podrobnějších zpráv (headline)*“ (Maršík, 2011, s. 69).

### 1.2.4. Skladba rozhlasové relace

Ačkoli by se mohlo zdát, že zpravodajství v rozhlase bude mít stále tentýž charakter, opak je pravdou. Rozhlasové zpravodajství se přizpůsobuje typu, tradici a cílové skupině posluchačů dané stanice. „*Svůj význam přirozeně mají také ekonomické, technické a personální možnosti stanice*“ (Maršík, 2011, s. 70). V případě celostátních stanice je skladba zpravodajství bohatší, než například u stanic regionálních.

Celostátní stanice velmi často vytvářejí **hlavní zpravodajskou relaci**, která je samozřejmě nejdelsí a nejobsáhlejší. Stejně jako televizní zpravodajství je zařazována



v takzvaný „prime time“, kdy je očekáván největší počet posluchačů. Shrnuje nejdůležitější události dne a často je doplňuje i publicistikou částí. *„Na rozdíl od běžné zpravodajské relace využívají podle režijního plánu metody montáže živého vysílání s příspěvky ze záznamu, přímého přenosu z místa události se zvukovými archivními snímky, kombinace forem monologických a dialogických, slovesných příspěvků s hudebními předěly atd. Náročný zpravodajský obsah tak může být posluchačům poskytován s vysokou dokumentární autentičností, tematickou a žánrovou pestrostí.“* (Maršík, 2011, s. 70)

Nicméně prakticky každá rozhlasová stanice uvádí v určité podobě **zpravodajství**. Některá jednou za hodinu, jiné méně často, s různě zaměřeným obsahem a se záměrem vtěsnat do extrémně krátkého časového úseku několika málo minut maximum informací. S ohledem na zaměření stanice se může jednat i o takzvané **specializované zpravodajství**. To se může týkat burzovních, sportovních nebo kulturních událostí. Pověštinou se ale zpravodajství zaměřuje na nejdůležitější události z domova i ze světa. *„Převažujícím žánrem je klasická rozhlasová zpráva, zpravidla v hlasatelské nebo moderátorské interpretaci. Nezřídka bývá doplněná zprávou zvukovou, vysílanou obvykle ze záznamu, méně často v přímém reportážním nebo telefonickém vstupu“* (Maršík, 2011, s. 71).

Jako další druh můžeme vyčlenit velmi frekventované dopravní zpravodajství, v jehož případě se jedná o takzvané **účelové zpravodajství**. To si klade za cíl, informovat své posluchače o situaci na silnicích, varovat je před dopravními nehodami, uzavírkami, zároveň v zimě může souviset s meteorologickou situací. Nejedná se však pouze o dopravu, jako účelové zpravodajství lze zařadit informace o smogové situaci, sjízdnosti řek či časté hlášení z horských středisek o situaci na sjezdovkách, či lavinovém nebezpečí.

Nicméně se často setkáváme i se **zpravodajskými přehledy**. V nich se například můžeme dozvědět, co se dočteme v denním tisku.

Řazení jednotlivých zpráv záleží na zvyklostech dané stanice. *„Obvykle se postupuje od nejdůležitějších domácích a zahraničních událostí k méně závažným, může ovšem uplatňovat i preferenci hledisek atraktivnosti, zajímavosti, zábavnosti ad. Závěr zpravodajské relace tvoří zpravidla sportovní a meteorologické zpravodajství“* (Maršík, 2011, s. 72). Vše je přitom přizpůsobeno cílové skupině posluchačů – jak obsah zpráv tak i jejich řazení.

## 1.3. Internetové zpravodajství

### 1.3.1. Počátky internetového zpravodajství

Za úplný prvopočátek internetového zpravodajství můžeme považovat teletext, jehož vznik je datován do počátku sedmdesátých let. Za jeho tvůrce jsou považováni anonymní technici britské stanice BBC. Po přihlášení patentu se už v roce 1973 dostává teletext pod názvem Ceefax do vysílání. Nejprve nabízel titulky pro neslyšící, ale velmi brzy obsahuje i zpravodajství, reklamu, program dané stanice a další nejrůznější informace. Objevují se dokonce podobné služby konkurenčních stanic, ale model britské BBC nakonec vítězí. Velmi rychle se šíří a těší se značné oblibě, avšak brzy se projevují jeho slabiny. *„Jde totiž o technologii, která je pouze jednosměrná, což znamená, že informace nelze aktivně vyhledávat“* (Maršík, 2011, s. 107). Z tohoto důvodu už mnozí provozovatelé teletextové služby ukončili a jiní omezili vzhledem k nástupu internetu. Ten je svým významem mnohdy dokonce přirovnávám ke Gutenbergovu vynálezu knihtisku.

*„Opravdovou revolucí, která způsobila pozdější masové rozšíření Internetu, byl vznik služby WWW (World Wide Web). Došlo k ní na evropské půdě, konkrétně v ženevském Centru jaderného výzkumu CERN. Vynálezci WWW, Tim Berners-Lee a Robert Cailliau, použili známý princip hypertextu – souboru textů navzájem propojených odkazy – a přidali k tomu komunikační protokol nazvaný HTTP (Hyper-Text Transfer Protocol).“* (Jak na internet) Do Čech přichází internet oficiálně 13. února 1992 a to na ČVUT. Převážně ho využívají vysoké školy či firmy. Počátkem devadesátých let je první předzvěstí masivního nástupu internetu jeho uvolnění pro komerční použití. Brzy se objevují první prohlížeče, které společně s narůstajícím počtem osobních počítačů v domácnostech usnadňují k internetu přístup.

Avšak nástup internetového zpravodajství, tak jak ho známe dnes, ještě pár let trval. *„V lednu 1994 začaly vycházet první noviny na webu. Byl to týdeník Palo Alto Weekly, obsah se aktualizoval dvakrát týdně a přístup byl zadarmo.“* (Maršík, 2011, s. 109) Obsah tedy nebyl příliš aktuální a ani novináři nebyli zprvu internetu příliš nakloněni. Web pro ně fungoval spíše jako zdroj informací. Jak uvádí Maršík (2011, s. 109), *„webovými novináři se stávali shodou okolností nebo z nouze – například první významný nezávislý magazín Salon založili novináři z deníku San Francisco Examiner v době stávký (v roce 1995)“*. A zatímco ještě před deseti lety publikovalo online celosvětově kolem tisíce titulů, dnes je internet podle agentury Mediasearch na prvním místě mezi zpravodajskými zdroji. Nejnavštěvovanějším serverem v České republice

jsou Novinky.cz. „*Jejich prvenství lze mimo jiné odůvodnit provázaností s portálem Seznam.cz, kam většina Čechů chodí, když chce zjistit, co se děje nového.*“ (Mediasearch, online)

### 1.3.2. České zpravodajské servery a deníky na internetu

Díky tomu, že Česká republika prakticky vůbec „nezaspala“ internetový rozvoj, spouští už v roce 1996 spisovatel Ondřej Neff server s názvem Neviditelný pes, který dodnes vychází pod serverem lidovky.cz. Toho lze považovat za průkopníka, i co se týče faktu, že neměl oporu v žádném tištěném deníku. Ze serverů, které nevznikly na základě tištěného média, je nutné dále zmínit České noviny.cz spadající pod Českou tiskovou kancelář a server Aktuálně.cz založený v roce 2005. V roce 1998 přichází do hry v současnosti nejnavštěvovanější servery iDnes.cz, deníku *MF Dnes*, a Novinky.cz, jejichž „*zpravodajská podoba vznikla až po zahájení spolupráce s tištěnými novinami Právo v roce 2003*“ (Publero, online). V březnu 1999 rozjíždí svůj vlastní portál iHNed.cz další velké české noviny – tentokrát Hospodářské. Jako jedni z posledních si své stránky zakládají i Lidové noviny a to v roce 2001.

Vydavatelé však velmi brzy narazili na problém, který graduje až do současnosti. A to je „*nalezení udržitelného obchodního modelu*“ (Čermák, 2011, 106). Faktem totiž je, že mnoho věrných čtenářů novinových výtisků se spokojilo s internetovým obsahem a přestalo odebírat tištěná vydání. Tím ztratila vydavatelství velkou část příjmů z reklam. I přes to, že se reklama ve velké míře objevuje i na internetu, Čermák (2011, 106) uvádí, že poměr příjmů z reklam v novinách a na internetu je značně nevyrovnaný. Na příkladu Hospodářských novin ukazuje, že příjem z inzerce v novinách může tvořit až 95%, zatímco z internetové inzerce pouhých 5%. A zatímco noviny vychází ve stále nižším a nižším nákladu, návštěvnost internetových portálů dosahuje rekordních čísel – v roce 2013 například překonal server iDnes.cz hranici čtyř milionů návštěvníků během jednoho měsíce (iDnes.cz). Internetovému zpravodajství přihrává i jeho dostupnost a v podstatě nulové náklady pro čtenáře. A ačkoli se vydavatelé snaží zavádět různá elektronická předplatná, jejich snaha se většinou mívá účinkem, protože jak se ukázalo, čtenář si raději najde jiný zdroj zpravodajství, než aby za obsah webu platil.

Ale nejsou to jenom noviny, které založily své internetové portály. I televizní stanice ve svém zpravodajství začaly odkazovat na své internetové stránky. Stanice České televize ČT24 nabízí aktuální zpravodajství na stránkách [www.ceskatelevize.cz/ct24](http://www.ceskatelevize.cz/ct24). Nejvíce se diváky snaží nalákat stanice Nova, která velmi často ve zpravodajských relacích zmiňuje svůj portál TN.cz, jenž je však svým obsahem mnohem blíže bulvárnímu plátku, než serióznímu zpravodajství.

### 1.3.3. Profesionalita online žurnalistiky

Navzdory faktu, že na nás současné zpravodajské weby působí až na výjimky velmi profesionálně, byly doby, kdy bylo takřka nemožné rozlišit kvalitní zpravodajství od toho nekvalitního. Milan Šmíd ve svém článku o *Zpravodajství internetové žurnalistiky* upozorňuje na skutečnost, že „zvláště v počátcích internetu získávaly na popularitě e-ziny, ve kterých se ostře kriticky hodnotily nejrůznější jevy, aniž by si autor dal práci se zjišťováním souvislostí, případně fakta ověřoval nebo poskytl příležitost k vyjádření protinázoru“ (Louč.cz) Dalo by se říct, že se jednalo o jakousi formu bulváru tvářící se jako seriózní zpravodajství. Jako příčina se ukázala skutečnost, že ve světě internetu se za „žurnalistu“ může považovat takřka kdokoli, kdo umí alespoň trochu psát a založit si vlastní stránky. Zandl tento trend označil jako „samozvanectví internetových novinářů“ (technet.idnes.cz). Oba však dodávají, že pokud má čtenář pocit, že se mu nedostává úplných, nezaujatých a především ověřených informací, rozhodne se odejít jinam. To byla příčina, proč měli v průběhu let názorově vyhraněné zpravodajské weby nižší návštěvnost a velmi často tedy zanikali. Pisatelé těchto webů se tedy museli rozhodnout, zda se budou držet původního konceptu, nebo se začnou řídit pravidly pro psaní seriózních zpráv. Historicky vzato se tedy jednalo o určitý zdravý vývoj, kdy „došlo k přesunu internetové žurnalistiky z roviny nadšeneckého amaterismu k profesionální novinářině. Tím se internetová média stávají plnohodnotným souputníkem klasických médií; těží ze svých výhod a přejímají to, co se osvědčilo jinde.“ (Zandl, technet.idnes.cz)

### 1.3.4. Specifika online žurnalistiky

Internet jako neprobádaný prostor otevřel světu úplně nové možnosti. „Web je multimédiem. [...] díky technickým prostředkům dochází k propojování různých druhů obsahů; textového, obrazového statického (foto, ilustrace), pohyblivého (video), zvukového (audiozáznamy) a dalších. Všechny tyto obsahy se mohou vyskytovat jak ve formě předpřipravených komunikátů, které jsou publikovány v určitém čase jako celky, tak i formou dynamických proudů.“ (Bednář, 2011, s. 16) Tento multimediální obsah je společně s dostupností internetu pravděpodobně hlavním faktorem úspěchu internetových médií.

Ačkoli zpočátku vycházela internetová publicistika z principů a zásad starších médií, převážně novin a televize, časem se v některých věcech odlišila a dnes už lze hovořit o samostatném stylu. Internetová žurnalistika je příznačná především svou neustálou aktuálností. Zatímco noviny mají pevně stanovené uzávěrky a už ve chvíli, kdy jsou v tisku, jsou zprávy zastaralé, televize se tento hendikep snaží odstranit doplněním zprávy v průběhu vysílání.

Avšak na internetu se informace „publikují v reálném čase (tzn. s minimální technologickou prodlevou) a po odpublikování musí být aktualizovány. Weboví žurnalisté mají minimální prostor pro odpočinek a pro korekci případných chyb.“ (Bednář, 2011, s. 29)

Multimediální prostředí internetu dává také mnohem větší prostor k interakci čtenářů, kteří „přispívají svou zpětnou vazbou ke kvalitě obsahu a mohou ho také sami dotvářet“ (Bednář, 2011, s. 29). Kromě vyjádření svého názoru v diskuzích, mohou článek často hodnotit kvalitativně známkami jako ve škole, ale v současnosti mohou článek sdílet, či takzvaně „likovat“ (označit, že se jim líbil) na sociálních sítích, jejichž obliba stále stoupá. Dále se mohou objevit nejrůznější ankety, které jsou díky počítači vyhodnocovány v reálném čase a čtenář má možnost zobrazit si jejich aktuální výsledky. Dalším znakem, jenž je pro online žurnalistiku jedinečný, je možnost užití hypertextových odkazů v daném článku. „*To dává žurnalistům do rukou takřka ideální nástroj pro udržení čtenáře, je ho totiž možné odkazovat na další a další související informace.*“ (Bednář, 2011, s. 30)

Je nutné si uvědomit, že pozornost čtenáře velmi kolísá, vzhledem k tomu, že má možnost sledovat konkurenční zpravodajské weby takřka zároveň. A proto má provázanost článků pomocí hypertextu takový vliv na udržení jeho pozornosti. Nicméně pro internetového žurnalistu je zásadní umět vyvážit správný poměr obsahu, protože „*moderní webová žurnalistika si nevystačí s jedním typem obsahu. Text je kombinován se zvukem, videem, interaktivní infografikou a s celou řadou dalších formátů.*“ (Bednář, 2011, s. 30) Vše se musí navzájem doplňovat, aby čtenář nebyl v obsahu ztracen, ale aby zároveň nabyl dojmu, že informace byly dostatečné a vyčerpávající.

### **1.3.5. Modely elektronických periodik**

Z hlediska obsahu rozděluje Šmíd (Louč.cz) internetová periodika do tří skupin. První a nejjednodušší možností je tvořit takzvaný „mirror“ – tedy stránku, která bude doslovně zrcadlit – kopírovat obsah tištěného deníku. Pokud je nabízen zdarma, není tento model však už z podstaty příliš udržitelný. A pokud dochází k publikování na webu později, než k vydání tištěnému, jedná se o zprávy neaktuální a pro čtenáře nezajímavé. Dnes se však můžeme setkat s variantou, kdy například MF Dnes nabízí čtenáři takzvané elektronické předplatné. Čtenář dostává do rukou elektronickou kopii klasického tištěného vydání, kterou si může přečíst v jakémkoli elektronickém zařízení, které vlastní. Výhodou je samozřejmě nižší cena, odpadá také nutnost kamkoli chodit a navíc je předplatiteli nabízen i přístup do archivu, kde nalezne všechna starší vydání.

Druhým, naopak velmi využívaným modelem jsou „*internetové odnože již zavedených médií, které nejsou totožné s původní "tradiční" verzí, ve srovnání s ní přinášejí nové obsahy a plně využívají multimediálních možností internetové on-line žurnalistiky*“ (Šmíd, Louč.cz). V tomto případě se jedná o již zmíněné servery jako například iDnes.cz, Lidovky.cz, iHNed.cz, které čtenáři nabízí multimediální obsah. Články jsou provázané hypertextovými odkazy, doplněné o videa či audio záznamy, či ankety a různé diskuze.

Jako třetí uvádí Šmíd servery vzniklé jako čistě internetové, které nemají oporu v žádném tištěném médiu. Zato mají tým profesionálů, kteří tvoří jejich obsah. U nás se jedná o již zmíněné Aktuálně.cz nebo ČeskéNoviny.cz.

### **1.3.6. Psaní zpravodajství pro online**

Jak už bylo výše řečeno, psaní článku pro web se od psaní do novin liší. Je to způsobeno nejenom tím, že je kladený požadavek stálé aktuality, a tím pádem práce internetového žurnalisty v podstatě nikdy nekončí, ale i tím, jak čtenář výslednou zprávu čte. Ukázalo se totiž, že pro člověka je čtení z monitoru méně příjemné, oči se rychle unaví a čtení je tudíž pomalejší. Na čtení textu má dokonce vliv i to, jak člověk sedí a i fakt, že jsme na počítači zvyklí buď pracovat, nebo se věnovat zábavě. (Čermák, 2011, s. 111)

Čermák ve svém textu poukazuje na rady amerického experta Jacoba Nielsena, který se zabýval ideální strukturou webového textu. Ten má podle něj obsahovat „*zvýrazněná klíčová slova, je rozdělen srozumitelnými a sdělnými mezititulky, v každém odstavci je jen jedna myšlenka, text je strukturován principem ‚obrácené pyramidy‘, obsahuje hypertextové odkazy, je tvořen krátkými odstavci a krátkými větami*“ (Čermák, 2011, s. 114) a měl by být zhruba o polovinu kratší, než text určený do novin. Doporučení se týkají i titulku, který může být delší, než titulek pro noviny a nevadí, pokud je ve formátu otázky či oslovení. Měl by však především výstižně popisovat obsah zprávy.

### 1.3.7. Budoucnost internetové žurnalistiky

Ačkoli internetové zpravodajské weby nemají o návštěvníky nouzi, většina jich řeší v poslední době stejnou otázku. Jak zpoplatnit svůj obsah a neztratit čtenáře. Za tvorbou internetového obsahu totiž stojí lidé se stejnými potřebami, jako kteříkoli jiní pracovníci. Očekávají tedy za svou práci odměnu v podobě peněz, a jak už bylo řečeno, příjmy z reklam na internetu jsou mizivé.

Pozitivní zprávou pro provozovatele internetových serverů může být výsledek studie, jenž tvrdí, že „spotřebitelé jsou čím dál ochotnější platit za internetové zpravodajství, ačkoli valná většina z nich placené zpravodajství zatím nevyužívá.“ (mediaguru.cz). Zpráva uvádí, že za touto skutečností stojí rostoucí trend využití tabletů, telefonů a dalších mobilních zařízení, která ke zpravodajství usnadňují přístup pomocí nejrůznějších aplikací. Ty mohou být samozřejmě i placené. K internetu se přes mobilní zařízení v současnosti připojují až čtyři miliony uživatelů denně (netmonitor.cz). Výzkum také potvrdil očekávaný fakt, že starší generace stále dává přednost televizi, zatímco ochotu platit za elektronický obsah projeví lidé ve věku od 25 do 34 let.

Výše už byl zmíněn model předplatného, který zavedla MF Dnes, existují ale i jiné, mnohem důmyslnější systémy. Jedním z prvních průkopníků platby za elektronický obsah v Čechách byl František Fuka, který se rozhodl, že nechá čtenáře svého blogu rozhodnout, zda a jakou částku mu pošlou na účet. Hned v prvním měsíci ho čtenáři odměnili částkou přes padesát tisíc. Od té doby se jeho příjmy za psaní filmových recenzí pohybují kolem šestnácti tisíc korun za měsíc. Čtenáři mohou peníze posílat přes bankovní účet, PayPal nebo pomocí virtuální měny bitcoin. Do ledna letošního roku však Fuka používal i systém Flattr. Ten „funguje tak, že uživatel, který chce platit, si určí měsíční částku, kterou chce na různých webech celkem dát. Tam, kde je to možné, pak kliká na tlačítka Flattru podobná facebookovému „To se mi líbí“. Počet kliků se sečte, vydělí se jím nastavená měsíční částka a v rovnoměrném poměru odchází autorům, u jejichž článků uživatel klikl“ (Médiář.cz) Tento systém zavedl i časopis Reflex a přidal ho jako další variantu, jak podpořit své redaktory. Nicméně se jedná pouze o systém dobrovolných plateb.

V prostředí českého internetu nalezneme i takzvanou „PPP“ variantu – z anglického „pay per post“, tedy platbu za článek. Je vcelku logické předpokládat, že ne vždy čtenáře zajímají všechny články v novinách, a proto má možnost vybrat si, a tím pádem i platit za obsah, který ho zajímá. „Tento přístup zvolilo vydavatelství *Economia* (*Hospodářské noviny, Ekonom,*

*Respekt a další). Většinu článků uveřejní na svých webových verzích tištěných časopisů v plné podobě. Po uplynutí určité doby (například měsíce) z nich ale zůstane zachován jen krátký úvod, třeba dva odstavce, a pro čtení zbytku článku musíte zaplatit.“ (Publero.cz, Jak se platí na českých webech)* Podobný princip užívá i časopis dTest, jenž zveřejňuje testy, porovnání a recenze nejrůznějších produktů. K těm má přístup buď předplatitel, nebo může čtenář zaplatit pouze za vybraný článek, či výsledky testů.

Zajímavou variantou, pravděpodobně nejméně užívanou, jsou platby za přístup do diskuzí. Ty jsou na většině webů mnohdy plné komentářů, nevztahujících se k tématu, často urážlivé či vulgární a redakce většinou nemají dostatek lidí, kteří by takové diskuze moderovali. Proto se například deník Referendum *„rozhodl, že diskutovat umožní jen těm, kteří o jeho provoz projeví patřičný zájem. Nabízí proto předplatné, které vám sice neotevře cestu k žádným novým článkům, zato ale získáte možnost aktivně přispívat do diskuzí pod článkem.“* (Publero.cz, *Jak se platí na českých webech*)

Je tedy zajímavou otázkou, jakým směrem se internetová žurnalistika vyvine. Zdá se, že nás možná v budoucnu čeká zpoplatnění všech zpravodajských serverů, nebo alespoň jejich části. Vydavatelé se snaží jít různými směry a pouze čas ukáže, jaký model je pro internetovou publicistiku udržitelný.



## 1.4. Tištěné zpravodajství

### 1.4.1. Historie tištěného zpravodajství

*„Umění knihtisku je faktem, od něhož se datuje druhý díl světa a umění, který se od prvního zcela liší.“* Johann Wolfgang Goethe (Bachleitner, 2000, s. 4)

Není zcela znám přesný rok, ve kterém představuje Gutenberg svůj knihtisk, jenž je opodstatněně považován za jeden z nejvýznamnějších vynálezů, které pozměnily chod dějin. Nejstarší dochovaný tištěný dokument je kalendář z roku 1448, ale Gutenbergovým nejvýznamnějším dílem, je první tištěná kniha z roku 1455 – dnes označována jako Gutenbergova bible. Vynález knihtisku měl však dalekosáhlé následky pro celou společnost. Způsobil masovou produkci knih a rozšíření vzdělanosti tam, kde dříve neexistovala. Vzdělanost tedy přestala být privilegiem nejvyšší kruhů společnosti a církevních hodnostářů, ale mohla se šířit i mezi prostý lid. A byl to právě rozvoj vzdělanosti, ekonomiky a především zámořské objevy, které vyvádí Evropu ze středověku a přivádí ji na počátek nového věku, plného revolučních změn jak v oblasti techniky, tak i životní úrovně.

*„Rozvoj obchodu překračující hranice, které mohl jedinec obsáhnout vlastními silami, vedl k potřebě získávat informace o cenách různých typů zboží v různých obchodních centrech. Tato ekonomická potřeba proměňujících se a nově se formujících trhů významně podpořila směřování k rozvoji komunikačních prostředků, které by takové informace poskytovaly – tedy k rozvoji novin.“* (dvacatestoletí.eu, Dějiny médií: od Gutenberga k internetu) V sedmnáctém století začínají vycházet první periodika. Bednařík (2011, s. 41) uvádí jako první štrasburský týdeník *Relation* Johanna Caroluse, jehož počátek lze nalézt v roce 1605. Vzhledem k tomu, že knihtisk je německým vynálezem, je logické, že většina prvních zmínek o novinových výtiscích pochází právě z Německa a z německy mluvících zemí. Ale informace byly potřeba všude a tak se noviny brzy šíří do celé Evropy. Obsahují nejdůležitější informace, týkající se politické a ekonomické situace, důležité především pro obchod.

Noviny na svém počátku tedy nesly pouze funkci informační, avšak brzy byl využit jejich potenciál jakožto ideálního prostředku k prezentaci a šíření myšlenek. Stalo se tak v době, kdy Evropa zažívala období velkých sociálních změn. *„Tisk (a posléze další média) se prostě stal sociální institucí svobody projevu a vyjadřování a výrazem demokratizace poměrů“* (dvacatestoletí.eu, Dějiny médií: od Gutenberga k internetu) Pozice střední třídy hlavně díky obchodu sílí a s ní i touha po větších pravomocích. Svoboda tisku nebyla tehdy samozřejmostí

a panovníci i církve si uvědomovala rostoucí vliv novin. Vznikají tak první cenzurní úřady, čerpající zkušenosti z dřívější cenzury knih. Královna Alžběta například ukládá pravomoc rozhodnout o obsahu novin anglickému soudnímu dvoru. (Bednařík, 2011, s. 40)

Počátkem osmnáctého století se struktura novin pomalu přibližuje podobě, v jaké se s nimi můžeme setkat dnes. „V řadě evropských zemí vycházelo více titulů denního tisku (v roce 1785 byly založeny londýnské *The Times*) i časopisů, tisk měl nejen informační, ale také politickou a zábavní funkci.“ (Bednařík, 2011, s. 41) Je to ale až devatenácté století, které vnáší do světa tištěného zpravodajství i nově vznikající publicistiku. Objevují se první tiskové agentury a za rozvojem žurnalistiky stojí i obrovské množství vynálezů, které v té době vznikají. Další malou revolucí je především vznik rotačního tisku. Ten se poprvé objevuje v Americe, ale k dokonalosti ho přivádí teprve Francouz Hyppolyt August Marinoni, který v roce 1866 přichází se strojem, který nemá v ohledu rychlosti ve své době žádnou konkurenci. „Rozvoj obecné gramotnosti pak umožnil i zkvalitnění obsahové. Vznikají samostatné zpravodajské rubriky [...] zpravodajství se začíná dělit na politické, ekonomické, kulturní a později pravidelně i sportovní“ (Osvaldová, 2011, s. 16) Ve dvacátém a jednadvacátém století se pak žurnalistika nese ve znamení rozvoje a obrovské prodejnosti až do nástupu internetu, který otvírá dveře online žurnalistice.

#### 1.4.2. Vývoj českého tisku

Rostoucí vzdělanost způsobila, že si lidé začali uvědomovat více svět kolem sebe. Díky rozšíření knih se pomalu začíná ustalovat jazyková forma. V boji za nezávislost se rodila takzvaná národní hnutí, jež kladla důraz právě na spojení příslušníků národa společným jazykem, kulturou a historií. Dějiny tak předurčily tisku i jiný než informační charakter.

V Čechách se tyto tendence projevují snahou o národní sebeuvědomování. Sílí chuť po nezávislosti na Habsburské monarchii, avšak v samých počátcích chybí českým snahám spisovný jazyk. Přesto už v roce 1719 začne pražský tiskař Karel František Rosenmüller vydávat první česky psané noviny s názvem "*Sobotní popř. Outerní Pražské poštovské noviny z rozličných zemí a krajin přicházející s obzvláštním Jeho císařské a královské Milosti nadáním obdarované. [...] Brzy se pro ně však vžil název Pražské poštovské noviny či Pražské české noviny. Vycházely dvakrát do týdne o desáté dopoledne, tedy v sobotu a v úterý, ve dnech, kdy jezdila pošta, která je také rozvážela.*" (ČT24, Kalendárium) V té době samozřejmě noviny obsahují především zprávy přeložené z němčiny, protože Rosenmüller nemá žádné vlastní zpravodaje. Je otázka, nakolik se dalo tehdejším zprávám věřit, ale jisté je, že se v podstatě

týkaly velmi podobných témat jako dnes. Například politické a ekonomické situace tehdejší Habsburské monarchie, o válkách, úmrtích, vraždách, popravách, ale i věcí praktických, jako byla oznámení o konání důležitých událostí, trhů, vystoupení a jiných. Z hlediska struktury vypadaly tehdejší noviny spíše jako kniha. Dnešní členění na sloupky a rubriky bychom v nich hledali jen těžko. Zprávy byly totiž řazené tak, jak se k redaktorovi dostaly, takže chybělo jakékoli tematické dělení.

#### **1.4.2.1. Krameriovy c. k. vlastenské noviny**

Přestože první česky psané noviny zanikly v roce 1772, jejich vydávání bylo po deseti letech obnoveno šlechticem ze Schönfeldu pod redaktorskou taktovkou Václava Matěje Krameria. Ten se v ohledu vedení redakce, projevil jako velice schopný a pokrokový člověk, který se ztotožňoval s myšlenkou vzdělávání lidu i skrze tisk. „*V Schönfeldských císařsko-královských pražských novinách zavedl rubriky ‚Naučení k domácímu hospodářství‘ a ‚Vzdělávání řemesel a fabrik‘ v nichž seznamoval čtenáře s novými způsoby práce a hospodaření v řemeslech a zemědělství. Snažil se v duchu osvícenství o popularizaci vědeckých poznatků a odsuzoval různé bludy a tmářství.*“ (Bednařík, 2011, s. 72) Později, po neshodách se Schönfeldem, zakládá Kramerius noviny vlastní, známé jako *Krameriovy c. k. vlastenské noviny*. Ty sice vychází jen jednou týdně, ale zato v nákladu až 1 500 výtisků. Kramerius přebírá koncept, který se mu osvědčil při dřívější tvorbě Schönfeldských novin a kromě překladu zahraničních zpráv z němčiny, nově tvoří vlastní síť dopisovatelů, kteří mají zajistit novinky z domova. Tedy zprávy, jež budou pro čtenáře mnohem atraktivnější, než ty zahraniční. Bednařík (2011, s. 74) uvádí, že Kramerius velmi dbal na pravdivost zpráv a v případě pochybení, obsahovalo následující číslo vždy opravu. Nově také v českém prostředí přichází Kramerius s prostorem pro interakci čtenářů a to díky rubrice *Hlasy čtenářů*, která umožňovala komukoli zaslat do novin zprávu, kterou sám považoval za významnou. Z obsahového hlediska bylo možné v novinách nalézt mnoho příloh věnujících se novým poznatkům na poli vědy a techniky, jež však byly popisovány jazykem přístupným nejširšímu okruhu čtenářů. Přestože byl Kramerius na velmi dobré cestě k úspěšnému týdeníku, ani jeho noviny se nevyhnuly zániku. Narůstající náklady a tím pádem i cena novin vedla nejdříve k omezení obsahové stránky a později, po smrti jejich zakladatele, i k jejich zániku.

### 1.4.2.2. Pražské noviny

Nicméně na počátku devatenáctého století dostává čeština díky snahám jazykovědců a vlastenců podobu, v jaké už je možno začít v češtině vyjadřovat plnohodnotné myšlenky a tvořit texty složitějšího charakteru. Cílem toho všeho je snaha konkurovat němčině a postupně ji nahradit národním spisovným jazykem Čechů. Rok 1816 tak například přináší nařízení, jež umožnilo studentům gymnázií, učit se češtině. (Bednařík, 2011, s. 69) „*Díky specifickým podmínkám složitého ustavování národní identity rozvíjel se v českém prostředí 19. století tisk především jako prostředek osvěty a národního a politického sebeuvědomování a povznášení, a tedy jako jedno z měřítek „kulturní vyspělosti“ českého živlu“* (dvacatestoletí.eu, Dějiny médií, s. 2)

Během let po Krameriově smrti následuje mnoho pokusů o založení dalších novin, ale žádný z nich není příliš úspěšný. Až když v roce 1826 vznikají *Pražské noviny*, přichází na scénu další významný česky psaný zpravodaj. V jeho počátcích stojí na místě redaktora Josef Linda a následně František Ladislav Čelakovský. Ten mění zavedenou podobu zpravodajství a díky svým bohatým jazykovým znalostem si může dovolit překládat zprávy i z jiných než německých zdrojů. Zavedl také novou podobu přílohy – *Česká včela*, v níž se postupně objevuje jak česká literatura, tak později i také překlady té zahraniční (Bednařík, 2011, s. 78)

Další osobností, která přispěla k rozvoji *Pražských novin*, byl Karel Havlíček Borovský. Ten se stává jejich redaktorem v roce 1846, je však nucen obsah novin přizpůsobovat přísné cenzuře. Přesto se ale počet předplatitelů *Pražských novin* během jednoho roku vyšplhá až na 1 500. „*Havlíček měl v novinách pravidelné rubriky jako Domácí záležitosti, Zahraniční zprávy, Smíšené zprávy atd. Zdroji informací byla buď pečlivě vytvořená síť venkovských dopisovatelů a četba ostatních novin českých, německých, polských nebo jihoslovanských.*“ (karelhavlicek.cz, Pražské noviny)

Havlíčkův přínos spočíval i v tom, že jako jeden z prvních upozornil na to, že tisk nemá sloužit pouze myšlenkám vlastenců a otázkám jazyka, ale že lze využít i jeho persvazivní funkce k prosazení vlastních záměrů. Postupně se tak utváří, v českém prostředí zcela nově, politické zaměření tisku. Nicméně období jeho rozvoje nemá dlouhého trvání a už rok 1849 přináší mnoho omezujících nařízení, která vydávání politicky zaměřeného tisku, téměř znemožňují (Bednařík, 2011, s. 81). To je i důvod, proč například v lednu 1850 zanikají *Národní noviny*, které vedl Borovský.

Z politicky zaměřených listů je dále nutné zmínit *Národní listy* Juliuse Grégra, které díky ostrému protiněmeckému vystupování, vychází v roce 1883 v nákladu bezmála deseti tisíc kusů. Podobně jako *Národní listy* vzniká v roce 1860 deník *Čas* a o dva roky později *Hlas*.

### 1.4.2.3. Noviny od konce 19. století až k Sametové revoluci

Konec devatenáctého století se nese ve znamení vnitřní diferenciaci tisku. Vzniká mnoho nových deníků, převážně regionálních a vše je ovlivněno dalšími vynálezy, jako například telefonem. První světová válka na počátku století dvacátého ve svém důsledku zapříčiní vznik Československa. Díky tomu je hned v roce 1918 založena Československá tisková kancelář. A zatímco meziválečné období bylo pro novináře velmi přívětivé, druhá světová válka opět přinesla cenzuru a omezení. Média se ocitla pod kontrolou a část žurnalistů kvůli svému vyznání nebo rasové příslušnosti musela emigrovat. Ostatní novináři se buď snažili přežít v přísných podmínkách, vydávali ilegální tisk, nebo otevřeně kolaborovali, za což jsou po válce nuceni „na základě tzv. malého dekretu opustit svoje působiště. [...] Pro mnohé to znamenalo jasnou veřejnou dehonestaci. V české společnosti se tak utvrdil postoj k novinářům jako významnému faktoru spoluurčujícím mravní integritu a národní identitu.“ (Kontury vývoje českého novinářství na území Čech, s. 16)

Avšak ani po válce nezíská žurnalistika nezávislost a od roku 1948 je tisk opět pod přísnou kontrolou. Dochází k omezení počtu vydávaných tištěných médií a tisk musí sloužit zájmům politické strany. „V případě poučného režimu měla média za úkol svým působením přispívat k budování socialismu, uvědomování lidu a boji s vnitřním i vnějším nepřítelem.“ (pdf, s. 16) Během Pražského jara sice došlo k uvolnění, cenzura v podstatě neexistovala, a tak došlo i k publikaci manifestu *Dva tisíce slov* v hlavních českých denících. Avšak po vpádu vojsk Varšavské smlouvy nastává období takzvané *normalizace*, cenzura byla obnovena, dochází k rušení dalších deníků a časopisů a změně personálního složení redakcí, tak aby byla zajištěna co největší kontrola publikovaného obsahu.

Až „koncem roku 1989 a v prvních měsících roku 1990 došlo k rozbití dosavadního vydavatelského systému novin a časopisů, které vycházely od období normalizace. Řada listů se transformovala, řada zanikla a na jejich místo nastoupil proud nových tiskovin, soupeřících o přízeň abonentů.“

### 1.4.3. Specifika tištěného zpravodajství

Noviny během svého vývoje zaujímaly velmi důležitou pozici. Byly nástrojem politické manipulace, ale i sjednocení. Pokud byly omezeny cenzurou, objevily se deníky ilegální vycházející v samizdatu. A ačkoli byly noviny v ohledu aktuálnosti dávno překonány jak televizním, tak i online zpravodajstvím, stále lze najít určitá pozitiva, či výhody, které noviny přináší. Stejskalová například upozorňuje na fakt, že na rozdíl od online zpravodajství přináší noviny informace předem tříděné a ověřené, zatímco na internetu mohou čtenáře doslova zahltit informace pochybné kvality z neověřených zdrojů. „Výhodou novin je také to, že při jejich listování můžeme narazit na zajímavou informaci i z jiného oboru, než je náš bezprostřední zájem a rozšířit si tak obzor.“ (Stejskalová, 2013)

Na internetu je navíc mnohem větší pravděpodobnost, že naše soustředěnost bude narušena, například reklamou, jejímž cílem je samozřejmě pozornost upoutat. Nicméně i hypertextové odkazy v článku působí, že čtenář často původní zprávu ani nedočte a místo toho skončí čtením informací, jež ho původně ani nezajímaly. S velmi zajímavým výsledkem přišli doktorandi z katedry žurnalistiky Státní univerzity v Oregonu ve studii nazvané *Medium Matters: Newsreaders' Recall and Engagement with Online and Print Newspapers*. Zaměřili se na porovnání toho, co jsou si po přečtení zpráv schopni vybavit čtenáři deníku *The New York Times* a čtenáři jeho online verze. Bylo prokázáno, že čtenáři novin si pamatují více článků, než čtenáři internetoví. Dokonce byli schopni, zapamatovat si více témat a i stěžejní body nejdůležitějších zpráv. Jako hlavní příčiny vidí autoři výzkumu především výše zmíněné důvody, které odvrací internetového čtenáře od soustředěného čtení (SANTANA, 2011, s. 19-21). Čermák navíc uvádí i tvrzení Jacoba Nielsena, „že lidé na webu ve skutečnosti nečtou, ale text pouze ‚skenují‘“ (Čermák, 2011, s. 111), což by mohlo být dalším důvodem, proč je pro internetového čtenáře následně obtížnější, vybavit si obsah.

Specifikem novin je však i členění zpráv do bloků dle důležitosti. Výše zmíněná studie dokládá i to, že pro čtenáře webového zpravodajství je obtížné rozlišit články dle důležitosti, zatímco čtenáři tisku tuto informaci vizuálně vnímají. Důležité novinové zprávy mohou zabírat třeba i polovinu, nebo celou titulní stranu. Podstatnou roli pak sehrává i typografie. Například druh písma – patkové písmo je obecně považováno v tištěných textech za vhodnější a čitelnější, než bezpatkové, které nalezneme spíše na webu.

Na rozdíl od mluveného zpravodajství může být ve zprávě v novinách uvedeno vícero číselných údajů bez nutnosti zaokrouhlovat. Číslovky do deseti se hodí vypisovat slovně,

zatímco vyšší číselné údaje je lépe psát číslicemi. Čtenář má totiž dostatek času číselný údaj zpracovat, může se k němu opakovaně vrátit a vizuální vnímání mu usnadňuje zapamatování.

#### 1.4.4. Budoucnost tištěného zpravodajství

„Z demografických průzkumů plyne: internetová generace nečte noviny (a pravděpodobně nikdy číst nebude)“ (Čermák, 2011, s. 114)

Náklad tištěných deníků od nástupu internetu stále klesá. Mladá generace namísto velkých a vcelku drahých deníků upřednostňuje zpravodajství ve svém telefonu, tabletu či počítači. Karel Hvižďala ve svém článku s názvem *Budoucnost novin je – ve hvězdách* (Hvižďala, 2014) uvádí, že situace, k níž došlo například v Německu, se nevyhnula ani České republice a náklad novin klesl až o půl milionu kusů během pěti let mezi roky 2007 a 2012. A počet prodaných novin nadále klesá, jak ukazuje například graf, který na svých webových stránkách publikuje Unie vydavatelů (Prodaný náklad deníků, 2015). Například počet prodaných výtisků *Mladé fronty DNES* klesl meziročně od února loňského roku přibližně o deset tisíc kusů na zhruba 158 tisíc výtisků. Podobně jsou na tom další české deníky. Výjimku tvoří pouze *Lidové noviny*, jejichž prodej vzrostl od února 2014 o pět tisíc kusů na celkových 41 tisíc výtisků.

Stejskalová (2013) upozorňuje na důvody, které kromě nástupu internetu vedly k oslabení důležité pozice tisku v našich domácnostech. Jednou z nich je podle ní zrychlení životního stylu. Lidé mají stále méně času číst, a pokud ho mají, upřednostní raději zpravodajství v televizi, před náročnějším čtením. A protože dospělí přestávají noviny kupovat, odvyká si i mladší generace číst noviny. Dokonce i fakt, že při cestě do práce mnohem více využíváme osobní automobil, má na čtení novin vliv. Dříve si totiž lidé mnohem častěji koupili noviny jako čtení do hromadné dopravy.

Nad budoucností tištěných deníků visí velký otazník. Ale už teď je vidět velká proměna, kterou deníky prošly. Buď za účelem udržení čtenáře, nebo z důvodů úspor. Dnešní noviny mají mnohem menší formát, než kdy dříve. Příčinou je jistě jak úspora materiálu, tak i hledisko praktické, kdy je pro čtenáře menší formát mnohem pohodlnější. Noviny už navíc nejsou ve valné většině nijak svázané a je možné je rozdělit podle oddílů tak, aby si každý z rodiny mohl vzít tematický blok, který ho zajímá. Deníky vsadili i na proměnu z obyčejné černobílé do barevné verze, která mnohem lépe poutá pozornost. Navíc noviny často obsahují nejružnější přílohy. Například MF Dnes ustálila sadu příloh na každý den v týdnu, kromě neděle. Například

pondělní příloha je zaměřená na ženy, zatímco o bydlení si mohou čtenáři přečíst ve středu a pro celou rodinu je určena příloha páteční. Změnou prošel i obsah, jenž obsahuje více fotografií, články jsou přehledněji členěny a ve velké míře obsahují zvýrazněná shrnutí, vysvětlivky některých pojmů, nebo krátké komentáře (Stejskalová, 2013).

Na téma budoucnosti novin lze nalézt množství článků, z nichž většina věří, že noviny ve své tištěné podobě nepřestanou vycházet a ačkoli jich mnoho zanikne, ty co přežijí, projdou výraznými změnami. Karel Hvižďala v rozhovoru pro online.muni.cz uvádí, že „*noviny budou analytičtější, komentativnější, esejističtější a přestanou soutěžit ve zpravodajství s elektronickými médii, protože tuto soutěž už dávno prohrály. Tím, že se obsah zúží, se lépe vyprofiluje cílová skupina, čili se může zdražit inzerce a ztráta se tak minimálně částečně vyrovná.*“ (Fojtů, 2011) Přesto Hvižďala přiznává, že si není jist, zda se česká média budou schopna takto vyprofilovat. Nicméně se ozývají i hlasy, že výhledově nemají tištěná periodika příliš šancí se uživit, pokud nepůjdou cestou přidružených webových stránek s placeným obsahem, nebo nenajdou jiný zdroj financování.



## 2. Jazyk a styl zpravodajských textů

Zpravodajské texty mohou na rozdíl od těch publicistických působit stroze a z jazykového hlediska nezajímavě. Avšak jazyk je velmi živý a neustále se obohacuje o nové výrazy. Především pak podléhá době, ve které se užívá. Proto ani zpravodajské texty nejsou při pohledu do minulosti stále stejné, ačkoli lze hovořit o jejich určité modelovosti. Tvorba zpravodajství klade velký důraz na rychlost zpracování, redaktor tak nemá čas tvořit složitěji strukturované texty a čtenáři či posluchači nic takového neočekávají. Květnatost a složitá souvětí jsou naopak ve zpravodajství nežádoucí a zbytečně by recipientovi ztěžovala pochopení zprávy. Dynamiku zpravodajských textů tak zaručuje především neustálá automatizace a aktualizace jazykových prostředků. A protože recipient očekává odpovědi na otázky co se kdy a kde událo, uvádí Šebesta (2011, s. 117-174) několik požadavků, jež jsou při tvorbě zpráv stěžejní.

### 2.1. Noremnost

Pro celostátní zpravodajská média a je důležitým faktorem srozumitelnost sdělení co největšímu počtu recipientů. „*Jediným opravdu celonárodně srozumitelným a jednotným kódem je spisovná čeština: požadavek obecné srozumitelnosti tedy znamená především užívání spisovné češtiny*“ (Šebesta, 2011, s. 118)

Přestože by se odpověď na otázku, jaký jazyk ve zpravodajství užít, mohla zdát jasná, je důležité si uvědomit, že například mluvené zpravodajství zákonitě užívá mnohem více prvků hovorové češtiny neboli mluvené formy spisovné češtiny. Je to dáno tím, že hovorový jazyk je nám mnohem bližší i přirozenější na poslech a užití spisovné češtiny může posluchači připadat v určitých situacích od některých mluvčích nepatřičné ba dokonce umělé. Výjimečně se lze setkat s češtinou nespisovnou, ačkoli ne z úst reportérů, ale spíše v rozhovorech s osobami, které například užívají pracovní slang. Avšak obecně „*platí, že užití spisovné češtiny má v mediální produkci příznak formálnosti, oficiálnosti a zřetelně signalizuje skutečnost, že sdělovaný obsah patří (nebo by rád patřil) do roviny oficiální veřejné komunikace.*“ (Jiráček, 2006)

Jazyk mluveného zpravodajství se uzpůsobuje situaci a prostředí, se kterým je zpráva spjata. Nelze tak vždy očekávat čistě spisovný jazyk. Přesto od reportéra vyžadujeme jistou kultivovanost jeho projevu, který se zdrží užití vycpávkových slov, nesprávného užití výrazů a podobně. Kultivovanost projevu je tedy vázána na schopnost reportéra využít bohatost českého jazyka s cílem jasně přednést nejnovější zpravodajství. Jazykové znalosti mluvčího tak musí

být na velmi vysoké úrovni, aby byl i jeho nepřipravený projev takzvaně na úrovni. Daneš (1969) dále uvádí, že „vedle znalosti vyžaduje však kultivovanost též získání jistých praktických dovedností, nabytých cvikem, pokusy, kritikou. A konečně kultivovanost předpokládá i dobrou vůli a snahu vyjadřovat se kultivovaně;“

Zdánlivý pocit kultivovanosti textu může navozovat užití cizích slov, zkratek a odborných termínů, kterým bude rozumět jen vymezený okruh čtenářů či posluchačů. Avšak zpráva se tak pro ostatní stane nezajímavou a nemá pro ně žádnou vypovídající hodnotu. Celostátní zpravodajství je určeno široké veřejnosti a musí být jazykově přístupné. Pokud je to možné, doporučuje se cizí slova nahradit českým ekvivalentem. U tištěných médií je také možnost odborný termín vysvětlit, což u mluvených projevů není kvůli požadavku stručnosti možné. Vyhnout se jim však v mnoha případech nelze a to především v případě zeměpisných názvů a cizích osobních jmen. „Jde o výrazy, které mohou způsobovat potíže svou pravopisnou a výslovnostní odlišností a také nepřizpůsobeností českému tvaroslovnému a slovotvornému systému.“ (Šebesta, 2011, s. 120) Ve většině případů postačí v případě sporného tvaru nahlédnout do Slovníku spisovné češtiny.

## 2.2. Jasnost a stručnost

V anglicky mluvících zemích se pro jasnost a stručnost sdělení vžila zásada „*KISS and tell = Keep It Short and Simple – and tell the story*“ (Featherstone, 2005, s. 27), která by se do češtiny dala přeložit právě jako „řekněte příběh, jasně a stručně“. Oba požadavky musí být v textu splněny, avšak musí být vyvážené. Přílišná stručnost sdělení by mohla způsobit nejasnost a naopak pokud by se autor zprávy snažil o vyjasnění každého termínu, nesplnil by požadavek stručnosti. Jasným vyjadřováním je docíleno srozumitelnosti a jednoznačnosti zprávy. Z tohoto důvodu se zpravodajství vyhýbá složitým souvětím a raději upřednostňuje kratší věty či jednoduchá souvětí.

Stručnosti v textu lze „dosáhnout různými postupy, které lze souhrnně charakterizovat buď jako redukování zprávy, nebo jako její kondenzaci.“ (Šebesta, 2011, s. 132) Při redukci dochází k vtěsnání maxima informací do co nejmenšího počtu slov. Jak už bylo výše řečeno, je tedy třeba dbát zvýšené opatrnosti, aby nevznikla rozporuplná a neurčitá sdělení. Přesto je požadavek stručnosti kladen na každý zpravodajský text.

### 2.3. Přehlednost

Přehlednost zprávy usnadňuje recipientovi její pochopení. Aby autor docílil přehlednosti, je nutné text uspořádat tak, aby na sebe věty logicky a plynule navazovaly. Právě tuto logickou návaznost a plynulost zajišťuje slovosled a větosled (Šebesta, 2011, s. 128). Jakákoli odchylka může způsobit zakolísání čtenářovy či posluchačovy pozornosti a ten je v případě psaného zpravodajství většinou nucen číst text znovu, posluchač však takovou možnost nemá, a pokud se ve sdělení „ztratí“, zprávu ve většině případů nepochopí správně.

Strukturování zprávy je tak důležitým krokem k přehlednosti. Ve zpravodajství se užívá model takzvané obrácené pyramidy, kdy jsou nejdůležitější informace odpovídající na otázky Kdo? Co? Kdy? Kde? uvedeny hned na počátku a dále jsou v textu upřesňovány a rozvíjeny. Nejdůležitější informace jsou prezentovány hned v úvodu, dále jsou rozváděny a mohou se objevit i odpovědi na otázky Jak? a Proč? se tak stalo. Zpravodajství však využívá ještě jednoho způsobu, jak docílit přehlednosti – a to je ustálenost jazykového vyjádření. Zpravodajství se tak uchyluje k užití automatizovaných prostředků. Ty jsou podrobněji popsány níže.

### 2.4. Objektivita

Požadavek objektivnosti se objevuje už v Etickém kodexu novinářů (Osvaldová, 2011, s. 143), který si vytvořil Syndikát novinářů České republiky. Pro jeho členy je závazný a doporučuje se, aby se jím řídili i ostatní novináři. Objektivita je základním pilířem zpravodajství a každý recipient od zprávy očekává, že se její autor oprostí od vlastního subjektivního názoru. „*Obecně úsilí o objektivitu znamená otevřené poukázání na všechny subjektivní zdroje, které se mohly ve zprávě projevit, a snahu o jejich vyváženost*“ (Šebesta, 2011, s. 133). V praxi se jedná o to, že autor zprávy by měl získat vyjádření všech stran, kterých se zpráva svým obsahem dotýká. Objektivitu lze dosáhnout nejenom obsahem, ale i jazykovými prostředky. K tomu slouží neutrální spisovná čeština, dále užití jiné, než první osoby při podávání zprávy i vyhýbání se příliš velkému množství aktualizací neboli výrazové expresivitě. (Šebesta, 2011, s. 133)

*„Subjektivnost dodává výrazu i tzv. výrazová expresivita. [...] Tuto expresivitu mají pojmenování, jež vystihují osobité vidění, osobité pojetí jevů skutečnosti, tj. takové vidění a pojetí, které je vázáno na osobu autora. Jeví se to zpravidla užitím slov a slovních spojení v posunutém významu: jsou to aktuální metafory, aktuální metonymie a synekdochy, aktuální osobitá přirovnání.“* (Bečka, 1975) K užití aktualizací přesto dochází, protože právě ony přispívají ke zvýšení poutavosti článku. Setkáme se s nimi tedy především u

bulváru, který potřebuje zaujmout a získat co nejvíce čtenářů a objektivita pro něj není primárním cílem.

## 2.5. Automatizace a aktualizace

Už výše bylo zmíněno, že při tvorbě zpráv se autoři uchylují k modelovosti sdělení. „*Modelový charakter má už kompozice jednotlivého čísla novin, rozsah a sled umístění rubrik v tisku, v rozhlase a televizi zase pravidelný sled informací z domova a ze světa.*“ (Minářová, 1997, s. 180) Avšak nejvíce se automatizace projevuje v užití jazykových prostředků. K automatizaci dochází v případě mechanického opakování určitých vazeb a větných konstrukcí. Minářová (1997, s. 181) dále uvádí, že v žádném jiném funkčním stylu nemůžeme automatizaci pozorovat v takové míře jako ve stylu publicistickém. A ačkoli se jedná o prostředky poměrně stálé a neměnné, jejich vazba na dobu postupně odsuzuje část z nich k obměně.

Tento proces obměny se nazývá jazyková aktualizace a dochází při něm k užití nových výrazových prostředků. Obměněné prostředky „*svou novostí pak výrazněji působí na adresáta*“ (Minářová, 1997, s. 181). Jakmile se některá aktualizace rozšíří a je opakovaně využívána, dojde k jejímu zařazení mezi automatismy. Nemusí se však jednat o prostředky zcela nové, ale i o ty, jež byly po dlouhé době znovu použity a tím pádem aktualizovány.

## Část praktická

---

### 3. Přehled a rozbor sledovaných zpráv

Praktická část bakalářské práce se zaměří na porovnání jazykové a stylistické stránky vybraných zpráv týkajících Ukrajinské krize, které se ukázaly jako velmi významné v časovém horizontu sledovaného období. Vzhledem k obrovskému množství zpravodajských pořadů v každém z typu médií, jsem čerpala pouze ze zdrojů, které by měly odpovídat nejsledovanějším, nejposlouchanějším či nejčtenějším, ale zároveň k věrohodným zástupcům zpravodajství v České republice. Z televizního vysílání jsem čerpala z veřejnoprávních *Událostí České televize*. Zástupcem tisku se stala *Mladá fronta Dnes*, popřípadě *Lidové noviny*. Internetové zpravodajství zastupují *ceskatelevize.cz/ct24*, *iDnes.cz* a *Aktuálně.cz*, v případě rozhlasové zpravodajství jsem čerpala z *Hlavních zpráv* stanice *Český rozhlas Radiožurnál*.

Při analýze jsem zohlednila jak hledisko lexikální, morfologické, tak i syntaktické a stylistické. Záměrem bylo zjistit, zda jazyk a styl současných zpravodajských textů odpovídá požadavkům uvedeným v odborné literatuře, tedy zda se teorie užívá i v praxi. Dále bylo cílem zjistit zda, a popřípadě nakolik, se od sebe jednotlivá média svým jazykem při interpretaci jednotlivých událostí liší.

Ve sledovaném období se samozřejmě kromě běžných denních zpráv objevily i události natolik zásadní, že jim byl ve zpravodajství věnován nadprůměrný čas a prostor. Jako vzorek jsem vybrala zprávy týkající se sankcí související s ukrajinskou krizí. Tyto vybrané zprávy jsem využila k porovnání a analýze, protože byly prakticky stejnou měrou interpretovány ve všech médiích, jež jsou podrobněji popsány a rozebrány níže. Ačkoli jsem jako vzorek k analýze použila zprávy z hospodářsko-politické oblasti, faktem zůstává, že největší pozornosti se dostává událostem především tragickým. Dle analýzy, kterou si každoročně nechává Česká televize zpracovat agenturou Media Tenor, se televizní zpravodajství na jednotlivých stanicích samozřejmě tematicky poněkud liší. Zatímco v roce 2014 se například *Události* nejvíce věnovaly mezinárodním událostem (14 %), *Televizní noviny* stanice Nova vsadili na zájem lidí o tragické zprávy a neuvěřitelných 34 % zpráv se týkalo kriminálních činů, následovaly zprávy o kalamitách a nehodách. *Zprávy FTV Prima* použili podobný model a nejvíce prostoru věnovaly taktéž kriminálním činům, společenským jevům, kalamitám a nehodám. Velmi detailně zpracovaný graf (viz příloha č. 1) dále obsahuje i informaci o podílu zahraničního zpravodajství, kterému se nejvíce věnovaly *Události*.

Nicméně počátek roku 2015 se nesl ve znamení velkých tragických událostí, a tak se i v *Událostech* staly tématem číslo jedna kriminální činy. Stalo se tak především kvůli útoku na pařížskou redakci Charlie Hebdo, tragické střelbě v Uherském Brodě a pádu letadla. Přesto považuji za zajímavé, zmínit to, že například *Televizní noviny* věnovali těmto činům více než dvojnásobek času, co *Události*. Na grafu tematické skladby zpravodajství za první čtvrtletí roku 2015 (viz příloha č. 2) si můžeme také všimnout, že *Události* mají celkově vyrovnanější skladbu témat než jiné zpravodajské pořady.

### 3.1. „Ukrajinská krize“

Největší prostor si ve zpravodajství získala událost, pro kterou se vžilo označení „*Ukrajinská krize*“ nebo také „*ukrajinsko-ruská krize*“. Není třeba se dopodrobna věnovat události samotné. Stačí zmínit, že s tím jak událost eskalovala a nabírala na významu nejen pro celou Evropu ale i svět, získávala i stále větší prostor v médiích. Ve finále si ve sledovaném období vydobyla jasné prvenství, co se týče celkového času, který jí byl věnován. Vzhledem k množství příspěvků a složitosti celé události, jsem se rozhodla do rozboru zahrnout zprávy týkající se sankcí, které byly uvaleny nejprve na Rusko a následně i Ruskem na Evropskou unii.

#### 3.1.1. Jazykové jevy televizního zpravodajství

*Události* České televize věnovaly ukrajinské krizi za rok 2014 téměř 23 hodinovou stopáž. Za první čtvrtletí roku 2015, kdy událost dále doslova „hýbala“ celou Evropou, další čtyři hodiny. Ze vzorku analyzovaných zpráv týkajících se sankcí, vyplynulo, že v případě reportáží se v 86 % (vlastní statistika) jednalo o kombinaci zpravodajského a publicistického žánru. Zbýlých 14 % zastupovaly takzvané headlines, kterými *Události* začínají a mají diváka velmi stručně seznámit s obsahem zpravodajství. Samotná reportáž pak vždy začínala úvodem ze studia. Přibližně v polovině případů následoval živý vstup reportéra, v druhé polovině předtočená reportáž nejčastěji z místa události. Často se živé vstupy přenášely z Bruselu, který byl dějištěm velké části jednání, která se týkala sankcí. Jak už bylo zmíněno výše, během několika málo let se zásadně proměnila stopáž *Události*. Trendem se stalo prodlužování. Ještě v roce 2006 začínal tento pořad v 19 hodin 15 min a trval průměrně 22 – 23 minut. Už v roce 2007 se přesunul na 19. hodinu, ale stopáž zůstala zachována. V současnosti (tj. 2015/2016) je délka vysílání 44 – 48 minut. Během své analýzy jsem vyzorovala, že tato proměnlivá délka relace je přímo závislá na počtu obsažených reportáží. Pokud je počet reportáží 25 a vyšší je stopáž v délce 48 minut. Pokud je reportáží méně než 25, trvají *Události* 44 minut. Z toho vyplývá i průměrný čas pro jednu zprávu a to je průměrně 1,7 až 1,9 minuty pro jednu reportáž

za sledované období. Všechny níže citované příspěvky pochází z *Událostí* České televize v rozmezí od 1. 9. 2014 do 1. 5. 2015

V jazykové rovině by se reportéři *Událostí* měli držet Kodexu ČT, který výslovně uvádí, že: „*Hlasatelé, moderátoři a redaktori zpravodajských a aktuálně publicistických pořadů jsou povinni vyjadřovat se v pořadech zásadně spisovným jazykem, ledaže by citovali či interpretovali výrok či chování jiné osoby nebo by se použití nespisovného výrazujevilo nezastupitelným vzhledem k situaci*“ (Kodex ČT, Čl. 9 Jazykový projev). Ačkoli se v případě *Ukrajinské krize* jednalo a mezinárodní konflikt, téma sankcí by se dalo specifikovat jako politicko-hospodářské. Rozhovory v reportážích probíhaly zcela logicky v naprosté většině s odborníky z dané oblasti, od kterých byl očekáván spisovný jazyk.

Ačkoli například Bartošek (Naše řeč, ročník 85 (2002), číslo 2, s. 68-78) uvádí u mluvicích tendenci k výslovnosti otevřených samohlásek vycházející ze středočeského nářečí a to konkrétně u [e]→[a], [i]→[e], [o]→[a], [u]→[o], u daných reportáží jsem nijak výrazněji tento trend nezaznamenala. Toto však může být způsobeno subjektivním vnímáním a také faktem, že jsme již natolik na tuto výslovnost zvyklí, že je obtížné ji identifikovat. Pouze u jednoho vlastního jména jsem zaznamenala výraznější změnu [i]→[e]:

„*A podle předsedy ODS Petra F[e]jaly...*“

Ta však nastala právě při výslovnosti vlastního jména, což je naprosto nežádoucí.

Z hlediska gramatického času můžeme u zpravodajství pozorovat určitou ustálenou strukturu. Níže je přepis jedné zprávy:

„*O dopadu sankcí na české farmáře dnes v Lánech **jednal** prezident Miloš Zeman s ministrem zemědělství Marianem Jurečkou, který **je ted'** hostem Událostí. Dobrý večer, pane ministře! Vy **chcete chránit** tuzemské zemědělce před příliš levnými potravinami ze zahraničí. Vládě **v pondělí navrhnete**, aby dovozci **museli hlásit tři dny předem** množství a cenu zboží. Na takové opatření **by pak mohly stejně reagovat** i okolní státy a čeští farmáři **budou** jen obtížně **prodávat** produkci v zahraničí. Jak **chcete zajistit**, aby na tom nakonec **neprodělali?**“*

(*Události*, 13. 9. 2014)

Převážně se na začátku setkáváme s užitím minulého času, aby byl posluchač informován o tom, co se stalo, následuje přítomný čas, buď z úst moderátora ve studiu, či reportéra na místě události, aby byla zmapována současná situace. Nakonec se většinou divák

v závislosti na dané situaci dozví, co se pravděpodobně stane v budoucnu – budoucí čas. A velmi často teoretický vývoj událostí pomocí kondicionálu. Tato struktura samozřejmě není pravidlem, ale objevovala se v převážné většině případů.

V televizním vysílání se také na výsledný dojem velkou měrou podílí i neverbální komunikace. Na vnímání sdělení se podílí nejen gestikulace, intonace, tón hlasu, ale hlavně tempo řeči. Vysoké mluvní tempo hlasatelů je v dnešní době určitým „standardem“. S globalizací stoupá potřeba sdělit divákovi, co možná nejvíce informací – bohužel však na úkor kvality. Na toto naráží i Bartošek v článku *Tlak profese – specifický faktor ovlivňující jazyk žurnalistiky*:

*Neustále se v posledních letech zvyšuje mluvní tempo reportérů, redaktorů i moderátorů. Zatímco obecně v češtině toto tempo činí kolem 300 slabik za minutu, ve čtené žurnalistice má průměr 340 slabik a v extrémních případech přesahuje i 450 slabik za minutu. Někteří mluvčí sice rychlou řeč technicky zvládnou do té míry, že je srozumitelná, ale posluchači ji mohou vnímat jen krátkou chvíli a obtížně.*

(Bartošek, Naše řeč, ročník 85 (2002), číslo 2, s. 68-78)

Níže je pro příklad úvodní věta jedné ze sledovaných zpráv, která, ačkoli je řečena dle Bartoška průměrným tempem, je pro recipienta velmi špatně uchopitelná.

*„Sankce proti Rusky by se zatím neměly prodlužovat‘, v polední diskusi ČT to řekl ministr zahraničí Lubomír Zaorálek“ (trvání 0:08, Vztah ČR k sankcím proti Rusku, 1. 3. 2015)*

Souvětí je řečeno během osmi vteřin a to se velmi projevilo na srozumitelnosti celého sdělení. Mluvní tempo se tedy pohybuje kolem 350 slabik za minutu, a přestože se nejedná o úplný nadprůměr, řeč se zdála být velmi rychlá. Navíc je celá zpráva uvedena citací, což se u mluvených zpravodajství nedoporučuje právě z hlediska následné nesrozumitelnosti pro posluchače. Ten se nejdříve dovídá, že by se sankce neměly prodlužovat, ale až následně fakt, že se jedná o výrok ministra zahraničí. Zpráva je také řečena klesavou intonací s tím, jak hlasateli docházel dech. Kratičká pauza nastává až po spojení „diskusi [čtět]“. Nicméně posluchač naprosto postrádá pauzu mezi citací a zbytkem zprávy. Z hlediska struktury by bylo vhodnější začít tím, že: „V polední diskusi ČT řekl ministr zahraničí Lubomír Zaorálek, že sankce proti Rusku...“ Ačkoli by se jednalo o souvětí, dle mého by bylo mnohem více srozumitelné, než užití citace.



Níže přikládám tabulku mluvního tempa vybraných událostí týkajících se sankcí. Pro objektivitu byl vždy vybrán vzorek mluvy moderátorů ze studia, popřípadě připraveného komentáře některé z reportáží, nikoli nepřipravené mluvy v živém vstupu.

Čas	Počet slabik	Mluvní tempo (slabik za minutu)	Datum
00:00:19	94	297	1. 3. 2015
00:00:26	179	420	13. 9. 2014
00:00: 17	93	329	31. 8. 2015
00:00:42	198	283	29. 8. 2015
00:00:21	134	383	2. 1. 2016
00:00:19	104	329	10. 2. 2016

Z tabulky vyplývá, že hlasatelé Událostí měli ve vybraných vstupech průměrné tempo 340 slabik za minutu. Odpovídají tak průměru, jaký uvádí Bartošek. Zvláštním zjištěním bylo, že pomyslnými vítězi o nejvyšší mluvní tempo se staly ženy.

Z pohledu slovní zásoby se v případě daného tématu objevila ve velké míře synekdocha. Neustále se opakovalo užití v podobě názvu celku pro označení části. Převážně se jednalo o názvy měst či zemí k popisům politické situace:

*„Bohumile, proč se **Brusel** rozhodl proti **Moskvě** přitvrdit, když se doted' snažil ekonomickým sankcím vyhnout?“*

*„**Rusko** **Ukrajně** hrozilo, že pokud...“*

*„Sbližování **Kyjeva** s **Ruskem** se nekoná.“*

*„**Evropa** musí spolu se **Spojenými státy** zabránit vzniku nové železné opony.“*

*„I tak ale **Berlín** na zostření sankcí trvá.“*

*„...**Brusel** zatím otálí.“*

*„...**Praha** nebojovala tady v **Bruselu** pouze za svůj strojírenský export, ale i...“*

(zdroj: *Události*, 1. 7. 2014 – 1. 12. 2014)

Je otázkou, zda se už neobjevovala v příliš. Při bližším zkoumání, však narážíme na požadavek zpravodajství na stručnost, o kterou každý pisatel zpráv usiluje, a kvůli které se uchyluje k užití zestručňujících jazykových prostředků, mezi něž synekdocha rozhodně patří. V reportážích tak místo neustále opakují jména hlavních měst či států.

Ve velké míře se v Událostech vyskytují frazémy a ustálená slovní spojení, která určitým způsobem ožívují celou zprávu.

„...*jak ruskou agresi na Ukrajině přibrzdit.*“

„Podle ekonomů tady ve Varšavě *bude ruské embargo Poláky ještě bolet. Ztráty ale nebudou tragické...*“

„Slovensko se vždy k protiruským sankcím připojilo – i když se *skřípěním zubů.*“

„V to, že se *mraky nad Ruskem rozplynou* věří Česká exportní banka...“

„...Rusko musí *pocítit silný a jasný signál* od Evropské unie, že se *vydalo špatnou cestou.*“

„...*tam mají evropské a americké sankce zabolet nejvíc.*“

„Na sýr z jižních Čech si ovšem Rusové museli už v létě *nechat zajít chuť.*“

„Ruští byznysmeni *nezvedají čísla* s českou předvolbou...“

„*Sankce prožívají české firmy...*“

„*Panuje všeobecná nervozita.*“

„*má ale bumerangový efekt. Ztratí na něm i osmadvacítka.*“

Samozřejmě i ukrajinská krize přinesla několik níže uvedených aktualizací. S tím jak událost pokračovala se tato slova či spojení vcelku ustálila a stala se tak ve zpravodajství automatismy.

„*A pohrozil protisankcemi v dopravě...*“

„...*k novému balíku sankcí žádný postoj nezaujal.*“

„*Ekonomický políček mířící hlavně do tváře Vladimira Putina...*“

Televizní zpravodajství v současné podobě přináší divákovi ze všech médií největší množství vizuálního obsahu. Se skoro hodinovou dotací *Události* se ale trendem stalo spíše vtěsnání většího množství reportáží, než důslednějšího dbání na jazykový projev moderátorů. Ačkoli se moderátoři České televize výrazně neprojevovali například vadami při výslovnosti, či častými chybami, největší podíl na výsledné percepci divákem mělo mluvní tempo, které je dle mého příliš vysoké a snižuje schopnost zprávu vnímat, posléze zpracovat a interpretovat si ji.

### 3.1.2. Jazykové jevy rozhlasového vysílání

Pro analýzu rozhlasového zpravodajství jsem zvolila *Hlavní zprávy* stanice *Radiožurnál*, kterou každý den podle agentury STEM/MARK poslouchá průměrně až 829 tisíc posluchačů.

Ačkoli Bozděch i Maršík uvádí jako výhodu mluveného slova možnost využití hlasu k podání zprávy, zdá se, že praxe rozhlasového zpravodajství se od teorie liší nejvíce ze všech sledovaných médií. Za velký problém rozhlasového zpravodajství považují příliš vysoké mluvní tempo hlasatelů, společně s nevýraznou a jednolitou intonací.

Čas	Počet slabik	Mluvní tempo (slabik za minutu)	Datum
00:00:27	180	400	17. 4. 2014
00:00:26	166	383	14. 8. 2014
00:00: 27	177	393	20. 3. 2014
00:00:38	254	401	30. 7. 2014
00:00:21	140	400	6. 8. 2014
00:00:37	263	426	28. 4. 2014

Ta ve výsledku způsobila, že naprostou většinu informací není posluchač schopen vstřebat. V porovnání s televizí měli hlasatelé průměrně o šedesát slabik za minutu vyšší mluvní tempo, tedy 400 slabik za minutu. A jak už bylo napsáno, nevýhodou rozhlasu je častý sekundární poslech. Absence vizuálního kontaktu s moderátorem tak způsobuje, že výsledná percepce je velmi složitá.

Druhým problémem jsou komplikovaná souvětí, namísto doporučených kratších a výstižných vět. Daná souvětí jsou pak často špatně pochopitelná i po přečtení, natož po poslechu. Viz například:

*„V reakci na krymské referendum, ve kterém lidé rozhodovali o připojení k Rusku, a to pod dohledem tisícovek neoznačených vojáků ruské armády, jednají dnes v Bruselu od rána ministři zahraničí Evropské unie.“ (Radiožurnál, Hlavní zprávy, 17. 3. 2014)*

*„Ruský prezident Vladimir Putin plní, co slíbil. Na zpřísněné ekonomické sankce ze strany Evropské unie dnes zareagoval výnosem, který po dobu jednoho roku zakazuje, nebo omezuje, dovoz zemědělské produkce z těch zemí, které se na vyhlášení sankcí podílely, tedy zřejmě i z České republiky.“ (Radiožurnál, Hlavní zprávy, 6. 8. 2014)*

*„‘Západ by neměl uplatňovat sankce vůči Rusku za jeho postup v ukrajinské krizi, protože ekonomická izolace, blokáda, nebo embargo nic neřeší‘ vzkázal dnes prezident Miloš Zeman ruskému publiku v rozhovoru pro agenturu ITARTAS a přimluvil se taky za co nejrychlejší zrušení víz pro ruské turisty při cestě do Česka, protože je to prý zbytečná byrokratická překážka ve vztahu k této zemi, odkud podle nových údajů přijíždí do Česka stále méně turistů“ (Radiožurnál, Hlavní zprávy, 20. 6. 2014)*

Řečeny vysokým tempem se špatnou, klesavou, či nevýraznou intonací jsou výše uvedené zprávy pro posluchače nepřehledné a špatně srozumitelné. V poslední ukázce je navíc zpráva započata citací výroku prezidenta, a tak se opět dostáváme do střetu s všeobecným doporučením. Vysoké mluvní tempo má za následek i některá přerěknutí, či chybnou výslovnost:

*„... nepředpokládá, že by se dotkla zdejší **opatř**... ekonomiky“*

*„Evropská unie se dohodla na hospodářských **sancích** proti Rusku.“*

Nevhodně zvolené byly také některé pauzy k nádechu:

*„Na Ukrajině mezitím pokračují vyjednávání || s proruskými radikály, kteří zadržují příslušníky mise OBSE...“*

*„Jaká je tedy aktuální situace || v Doněcku?“*

Svou omezenou délkou rozhlasové zpravodajství nenabídlo v porovnání s ostatními médii ani větší množství ustálených slovních spojení:

*„Další sankce proti Rusku jsou na spadnutí.“*

*„Ve hře je zablokování bankovních účtů a...“*

Mezi aktualizacemi a později automatizmy se zařadila opět různá spojení se slovem sankce a zároveň se opět objevila i synekdocha:

*„Evropská unie přitvrdila sankce vůči Rusku...“*

*„Unie zároveň uvalila sankce na dalších třináct ruských...“*

*„Rusko bude čelit rostoucí politické a ekonomické izolaci, pokud nestáhne své vojenské síly z ukrajinského území. ... Ministři zahraničí evropské unie označili ruský zásah na Krymu za akt agrese, zároveň Moskvě pohrozili zastavením rozhovorů o vízové dohodě.“ (03. 03. 2014, Radiožurnál)*

Jak se tedy ukázalo, rozhlasové zpravodajství je omezeno svou podstatou. Závisí zcela a pouze na hlase a tím, že je mu vymezen velmi krátký čas, nemůže nabídnout ani tolik jazykových prostředků jako ostatní média. Navíc se současné zpravodajství vzdaluje doporučenému standardu, jak ve větné konstrukci, která je složitější, tak i v intonaci. Větší důraz kladou hlasatelé na rychlost, s jakou zprávu přečtou, než na to, aby jim bylo správně rozumět.

V podstatě nikdo už dnes není odkázán pouze na rozhlas a tak si troufám rozhlasové zpravodajství označit jako sekundární ve smyslu toho, že při poslechu zpráv v rozhlasu se člověk většinou opravdu v první řadě soustředí na jinou činnost. Ať už se jedná o řízení automobilu či cokoli jiného, odsuzuje to rozhlasové zprávy do role kulisy, která svou současnou strukturou není schopna předat takové množství informací, jako jiná média. Na druhou stranu člověk, který se o zpravodajství zajímá a chce určité množství informací k danému tématu, je nucen čerpat spíše z jiných médií, protože rozhlas mu poskytne jen velmi omezené množství. Lze sice čerpat i z publicistické části zpravodajství Českého rozhlasu, ale zde se do střetu s tím, že publicistická část už bude obsahovat persvazivní složku.

### **3.1.3. Jazykové internetového zpravodajství**

Současné internetové zpravodajství už dávno není pouhopouhým „papouškováním“ novinového obsahu. Uceleně se přizpůsobilo svým čtenářům potažmo divákům. Divákům proto, že současná struktura internetového zpravodajství nespolehá na čistě textový obsah.

Internetové zpravodajské portály se musely přizpůsobit kolísavé pozornosti svého návštěvníka, a tak obsahují fotografie, videa, diskuse i odkazy na další články.

Nejprve bych ráda rozebrala strukturu běžné internetové zprávy. Ta samozřejmě začíná titulkem:

*EU a USA proti Rusku. Nové sankce zasáhnou ropný i zbrojní průmysl*

*EU prodlouží sankce proti Rusku do konce roku, soudí Zaorálek*

*Evropa prodlouží sankce proti Rusku. Žádné překvapení, zní z Moskvy*

*Evropská unie prodlouží ekonomické sankce proti Rusku o další půlrok*

*Ruské sankce mu nastartovaly byznys, farmář ze Sibíře je přesto odsuzuje*

*Na ruské sankce nebudeme reagovat, to není hodno Turecka, tvrdí Erdogan*

*Moskva chystá odvetu „rusofobní lobby“ za prodloužení sankcí EU*

*Česko je pro zrušení protiruských sankcí, píší Rusové. Sobotka to popřel*

*Další sankce proti Rusku, odsouzené Savčenkové se nově zastala Litva*

*Ukrajina chystá protiruské sankce. Zakáže dovoz cigaret, masa, ale i vodky*

*Evropská unie nevyslyší Zemana, sankce proti Rusku zůstanou. Podpoří je i Česko*

*Evropští lídři na summitu neprodloužili sankce vůči Rusku*

*Zdroj: [www.ceskatelevize.cz/ct24](http://www.ceskatelevize.cz/ct24), [www.aktualne.cz](http://www.aktualne.cz), [www.idnes.cz](http://www.idnes.cz)*

Jejich úkolem je upoutat pozornost a přesvědčit čtenáře, aby si zprávu vůbec přečetl. Výše uvedené titulky a jsou ukázkou úderných shrnutí toho, co by měl čtenář v článku očekávat. V naprosté většině obsahují titulky jedno nebo dvě slovesa. V průměru má jeden titulek 11 slov a skládá se povětšinou ze dvou vět či tří jednoduchých vět. Velmi často obsahuje výrok či názor a jeho zdroj - viz *tvrdí Erdogan, píší Rusové, Sobotka to popřel, farmář je odsuzuje, zní z Moskvy, soudí Zaorálek*. Titulky se velmi podobají televizním zpravodajským headlines, které mají stejný cíl, a to zaujmout diváka.


Hned za titulkem lze většinou nalézt informaci o tom, kdy byl článek naposledy aktualizován. Například zpravodajský server České televize ČT24 ([www.ceskatelevize.cz/ct24](http://www.ceskatelevize.cz/ct24)) nabízí stejně jako server aktualne.cz informaci pouze o dni poslední úpravy.

## EU a USA proti Rusku. Nové sankce zasáhnou ropný i zbrojní průmysl

 AKTUALIZOVÁNO 29. 7. 2014

Zatímco server idnes.cz přidává jak informaci o čase vydání článku, tak i informaci o přesném čase poslední aktualizace.

## Česko je pro zrušení protiruských sankcí, píší Rusové. Sobotka to popřel

15. ledna 2015 13:16, aktualizováno 15:34    

Otázkou je, jak moc důležitá je pro čtenáře tato informace. Z průzkumu, který jsem provedla na 30 respondentech ve věku 20 – 30 let, mi všichni odpověděli, že směřodatným pro přečtení článku je titulek, který je zaujme. Pokud by narazili na článek, který je zaujme, ale jedná se o dva dny starou informaci, většina projevila neochotu strávit další čas hledáním aktuálnějšího článku se stejným tématem. Další otázkou bylo, kolik článků z deseti přečtou celé. Výsledek byl celkem překvapující. Celých sedmdesát procent tvrdí, že každý článek si přečtou celý. Zbytek se většinou spokojí s přečtením prvních několika odstavců, kde dle jejich názoru naleznou informace, jež potřebují. Pouze pět respondentů uvedlo, že celý článek v podstatě „skenují“ – nárazově si čtou informace, které je zaujmou, sledují videa, prohlíží si fotografie. Objevily se však i odpovědi související s hypertextovými odkazy. Při otázce zda při čtení používají i hypertextové odkazy vedoucí k dalším článkům se respondenti rozdělili třetiny. První hypertextové odkazy nepoužívá vůbec, nebo velmi zřídka, do druhé se zařadili lidé, kteří je užívají nárazově a do třetí ti, jež použijí i několik odkazů v jednom článku. Část z nich tak článek vůbec nedočte, zatímco ostatní si odkazy otevírají na dalších listách v prohlížeči a čtou si je až po dočtení původního článku.

Co se týče dalších funkcí, které u článku můžeme využít, dle odpovědí se zdá, že nejsou příliš používané. Pouze tři respondenti uvedli, že aktivně přispívají do diskuze pod článkem,

ostatní si ji občas přečtou. Co se týče možnosti sdílení článku na sociálních sítích, zaslání článku emailem či jeho tisku, nejednalo se mezi respondenty o příliš využívané funkce.

**Témata:** Evropská unie, Průmysl

**Vstoupit do diskuse (478 příspěvků)**



zdroj: idnes.cz

Níže je v tabulce zobrazena statistika vybraných článků, co se týče jejich délky a obsahu. Délka článků o sankcích se držela v průměru kolem 349 slov v osmi odstavcích. I délka je tedy přizpůsobena tomu, co už bylo výše napsáno v teoretické části, a to je nepozornosti internetového čtenáře. Zprávy byly také členěné do menšího počtu odstavců, než je tomu u novin.

Odstavce	Slova	Obrázky	Videa	Hyp. odkazy v článku
6	283	1	0	0
11	582	1	0	0
10	370	1	0	1
6	224	4	0	2
7	284	1	2	0

Zdroj článků: idnes.cz

V otázce jazykové samozřejmě odpadá fonetická stránka. Nicméně zůstává jazyk samotný a ten nabízí i v tomto případě zajímavé prvky. Ačkoli se všeobecně doporučuje vyhýbat se zkratkám, v internetovém zpravodajství se celkem hojně vyskytují. Pravděpodobně nejčastěji se vyskytovala zkratka Evropské unie.

*„Velvyslanci členských zemí EU v pátek odsouhlasili...“*

*„Uvedla to ČTK s odvoláním...“*

*„Uvedly to diplomatické zdroje ČTK s tím, že...“*

*„...je podle Ukrajinců i NATO značného rozsahu...“*

*„řekl šéf české diplomacie v pořadu ČT Otázky Václava Moravce“*

*„Zahradil by proti rozmístění určitého počtu amerických vojáků v ČR...“*



Objevili se i méně známé zkratky, a zatímco některé vysvětlené, jiné nikoli.

*„Východní výbor německého hospodářství (OA), zájmová organizace podniků obchodujících se zeměmi východní Evropy...“*

*„Domlouvá se podle něj také další humanitární evakuace zdravotně postižených obyvatel v programu **MEDEVAC**.“*

*„...vedla agentura **TASS** s odvoláním na ministrova spolupracovníka.“*

Stejně jako v jiných typech zpravodajství se i zde vyskytovala synekdocha:

*„Více než stovce osob a několika firmám zmrazil **Brusel** evropské majetky“*

*„**Kreml** v reakci na prodloužení sankcí oznámil, ...“*

*„Podle **Moskvy** podlehl na počátku ledna srdečnímu záchvatu...“*

*„O prodloužení hospodářských kroků vůči **Rusku Unii** diskuse letos ještě čeká.“*

V internetovém zpravodajství se v mnohem větší míře objevilo užití slov cizího původu. Pokud nepočítám samotné slovo „sankce“, které se kvůli této události v podstatě automatizovalo a nikdo ho proto nepovažoval za zvláštní, bylo tu i několik dalších slov, jež se neustále opakovala:

*„Unie v roce 2014 reagovala na ruskou **anexi** poloostrova Krym...“*

*„Na **summitu** samotném ale dávali diplomaté...“*

*„...na případné nové rozhodnutí EU ohledně sankcí odpoví Moskva **symetricky**.“*

*„Odhodlání sankce prodloužit dali na politické úrovni najevo **lídři** států a vlád členských zemí unie už na svém **summitu** v březnu. **Restrikce**, jež mají změnit ruský přístup...“*

*„Evropské hospodářské sankce, které zakazují **export** určitých technologií...“*

*„Putin na ekonomickém **fóru** v Petrohradě chválil...“*

Nejčastěji se objevovalo slovo summit, anexe, lídr, export a import, a to navzdory faktu, že mají česká synonyma. Za zajímavé z lexikálního hlediska považuji množství různých spojení

se slovem sankce. Těch se oproti televiznímu a rozhlasovému zpravodajství vyskytovalo poměrně více, zvláště proto, že čtenář je k opakování slov mnohem pozornější, než posluchač.

*„odbourat sankce“*

*„přijmout sankce“*

*„uplatnit sankce“*

*„zesílit sankce“*

*„prodloužit sankce“*

*„uvalit sankce“*

*„zavést sankce“*

*„zrušit sankce“*

*„zpřísnit sankce“*

*„namířit sankce“*

*„vyhlásit sankce“*

*„oznámit sankce“*

*„prožívat sankce“*

*„snahy ovlivnit sankcemi...“*

*„rozšířit sankce“*

*„podepsat sankce“*

Stejně jako u televizního zpravodajství se i v internetovém zpravodajství objevovaly frazémy a slovní spojení:

*„Zmrazen je majetek a zakázány jsou cesty...“*

*„...jednání Evropské rady bude mít na programu rozhodování...“*

*„Na linii doteku mezi oběma stranami se stále místy střídá.“*

*„Ruské ministerstvo zahraničí krok odsoudilo.“*

*„Inflaci se podle ruského prezidenta daří držet pod kontrolou.“*

*„...poslal ruský soud tento měsíc za mříže na 22 let...“*

„...dává přednost **krátkozraké hře se sankcemi** před spoluprací s Ruskem v boji proti terorismu.“

Internetové zpravodajství je na jazykové jevy velmi bohaté. Přispívá k tomu i fakt, že je v současnosti čím dál využívanější a tento trend se do budoucna pravděpodobně příliš nezmění. Do karet mu hraje nejen to, že internetem dnes disponuje prakticky každý v jakémkoli svém mobilním zařízení, ale i aktuálnost informací. Dostupnost kdykoli a kdekoli a také nepřeborné množství témat, z nichž si čtenář může libovolně vybírat. Výhodou je také multimediální obsah zpráv, který ze čtenáře zároveň činí i diváka a posluchače.

#### **3.1.4. Jazykové jevy novinového zpravodajství**

Navzdory tomu, že dle nejčernějších prognóz už noviny dávno neměly vycházet, zdá se, že nás rozhodně v nejbližší době neopustí. Sankcím se samozřejmě věnovaly stejnou měrou jako ostatní média a stejně tak jako internetové zpravodajství, i noviny oslovují svého čtenáře titulkem.

*Ruské sankce: zlevní jídlo a oslabí koruna*

*Rusko má vážný problém: levná ropa raní víc než sankce*

*Vláda má na stole návrh sankcí. Rusku jde o peníze i o fotbal*

*Evropská unie dál odkládá tvrdé sankce proti Rusku*

*Rusko má šanci, že Evropská unie sankce vůči němu neprodlouží*

*Sankce Rusko zabolí*

*Rusko se bojí sankcí. Chystá se na odpojení svých bank od světa*

*Nové sankce silně pocítí ekonomika. Ruská i unijní*

*Sankční válka s Ruskem: utrpí i české firmy*

*Evropská unie vystupňovala sankce a Rusové se zlobí*

*Unie přitvrdí protiruské sankce, s jejich zavedením ale nespěchá*

V průměru jsou novinové titulky o něco málo kratší a údernější, než ty internetové. Základem jsou buď jedna či dvě jednoduché věty. U titulků si lze povšimnout, že často spojují dvě různé informace, které jsou rozděleny tečkou či dvojtečkou. Prakticky pokaždé obsahoval titulek slovo sankce. A to buď ve spojení, která už byla výše uvedena, jako například *zavedení sankcí, přitvrzení sankcí...* která se postupem času zautomatizovala, nebo ve spojeních aktualizovaných a neotřelých jako výše uvedená *sankční válka*.

Noviny také mnohem více pracují s velikostí fontů a rozložením textu a obrazu. Navzdory tomu, že si nemohou dovolit tolik fotografií co internet, využívají daný prostor a jednu hlavní fotografii většinou rozloží nad, či vedle daného článku. V případě sankcí se jednalo o důležité téma, a tak se objevilo i v hlavičce a byla mu věnována celá jedna strana novin. Titulek na první pohled „bije“ do očí a nutí čtenáře, aby ho přečetl. Následuje perex, po jehož přečtení by měl být čtenář rozhodnut, zda bude pokračovat, či nikoli. V perexu se velmi často objevuje zvýraznění – písmo buď ztučněné či barevně odlišené.

# Nové sankce silně pociťí ekonomika. Ruská i unijní

Po třech letech posilů, které se vynáraly obchodu s Ruskem se EU odhodlala i k hospodářským sankcím. Ty hrdě doprovodí na ruské „střemi“ banky, ropný průmysl a armádu. Sankce **trestají Rusko za podporu ukrajinských separatistů.**

**BRNO, PRÁVA** Evropská unie v úterý došla k tomu, že dočasně omezí obchodní styky s ruskými bankami, ropným průmyslem a armádou. Sankce jsou součástí širšího balíčku opatření, které mají zabránit financování ruských separatistů na Ukrajině. Unie také zruší ochranné opatření, která měla chránit před ruskými výrobky, které byly kontaminovány radioaktivitou z ukrajinské jaderné elektrárny Černobyl. Sankce vstoupí v platnost v úterý 16. července. Unie také zruší ochranné opatření, která měla chránit před ruskými výrobky, které byly kontaminovány radioaktivitou z ukrajinské jaderné elektrárny Černobyl. Sankce vstoupí v platnost v úterý 16. července.

„Sankce tvrdě dopadnou na Rusko, ale jen mírně na ekonomiku EU.“  
**Herman Van Rompuy**  
předseda Rady

Evropská unie v úterý došla k tomu, že dočasně omezí obchodní styky s ruskými bankami, ropným průmyslem a armádou. Sankce jsou součástí širšího balíčku opatření, které mají zabránit financování ruských separatistů na Ukrajině. Unie také zruší ochranné opatření, která měla chránit před ruskými výrobky, které byly kontaminovány radioaktivitou z ukrajinské jaderné elektrárny Černobyl. Sankce vstoupí v platnost v úterý 16. července.

Sankce vstoupí v platnost v úterý 16. července. Unie také zruší ochranné opatření, která měla chránit před ruskými výrobky, které byly kontaminovány radioaktivitou z ukrajinské jaderné elektrárny Černobyl. Sankce vstoupí v platnost v úterý 16. července.



**Na příhlídce** Prezident Vladimír Putin s armádou v obléčce. Na snímku spolu s ministrům obrany Sergejem Šojguem a jehož vedl v ukrajinské prohlídce při příležitosti 20. výročí války v Chečensku. Foto: Petr Medvedev

Současná struktura novinových článků – archiv MF Dnes (30. 7. 2014)

Protože fotografie se většinou objevovala pouze jedna, nebyla do níže uvedené statistiky zahrnuta. Otázkou zde spíše bylo, zda mají novinové zprávy větší rozsah, než ty internetové.

Odstavce	Slova	Datum
14	550	9. 12. 2014
13	418	13. 9. 2014
16	594	9. 9. 2014
10	301	3. 9. 2014

15	558	21. 3.2015
15	665	4. 9. 2014

(zdroj: Mladá fronta 8/2014 – 6/2015)

Průměrná zpráva o sankcích čítala 514 slov ve čtrnácti odstavcích, což je jak větší rozsah, tak i větší členění do odstavců než na internetu. Důvodem by mohl být prostor, který mají obě média k dispozici. Internetová zpráva zaujímá celou plochu monitoru a text má mnohem větší prostor do šířky, může tak mít zákonitě i více řádků, a stále nebude působit příliš rozsáhle. U novin je prostor omezený do sloupců, u kterých se s každým dalším řádkem objem textu opticky zvětšuje.

Od formy je nutné přejít i k obsahu novinového zpravodajství. Všechny níže uvedené příklady pocházejí z MF Dnes ze sledovaného období od září 2014 do června 2015. Z lexikálního hlediska se zde setkáváme opět s velkým užitím synekdochy:

*„Podle Českého rozhlasu **Brusel** navrhuje pozastavení členství **Moskvy** v řadě mezinárodních sportovních organizací.“*

*„Úlevu pocítili i čeští výrobci piva a alkoholu, ten **Rusko** zatím neomezuje.“*

*„**Rusko** spustí Národní systém platebních karet, ...“*

*„**Rusko** se po agresí proti Ukrajině, která vyvolala západní sankce proti **Moskvě**, uzavírá do sebe.“*

***Evropská unie** se rozhodla zatím neprodloužit sankce proti **Rusku**, jež byly přijaty po vojenském angažmá **Moskvy** na straně separatistů loni v červenci.“*

Noviny společně s internetem ze všech nejvíce médií pracovaly s užitím různých frazémů a zajímavých slovních spojení. Ačkoli se to nemusí zdát logické, noviny nabízejí k tomuto, na rozdíl od mluvených projevů v televizi a rozhlase, dostatek prostoru. Navíc je čtenář sice uvyklý schématu a jisté zautomatizované struktuře, ale aby ho článek zaujal, je dobré, aby článek obsahoval buď některé aktualizace, či neotřelá slovní spojení.

*„Hodnota rublu k dolaru padá, ze země **odtékají investice**“*

*„...a o vyklizení okupovaného ukrajinského **Krymu** nechce ani slyšet, je přitvrzení sankcí možné.“*

„**Sklenice**, jež by symbolicky ukazovala **plnění** **minských dohod** o **nastolení míru** na východě **Ukrajiny**, je přinejlepším **poloprázdná**.“

„...proruší separatisté **hrozí** novou **ofenzivou**.“

„Na summitu **Evropské rady**, který včera odpoledne skončil v **Bruselu**, však zvítězili příznivci pohledu, že **sklenice s plněním minských dohod není poloprázdná, ale poloplná**.“

„O tom, že nejpozději v červnu bude třeba **svést** o **prodloužení sankcí tvrdý boj**, svědčí skutečnost,“

„**Nové kolo** evropských sankcí vůči **Rusku** se **změnilo ve hru na důvěru** v ukrajinské příměří.“

„**Nové sankce** **Evropské unie** a **USA** proti **Rusku**, jež po týdenním váhání včera **vstoupily v platnost**, pořádně **nadzdvihly Moskvu**“

„...a s nimi **stoupá napětí** i na **mezinárodní politické scéně**. **Na stole leží návrhy** na další **přítvrzení ekonomických sankcí**.“

„...počítala s **odstřihnutím** bank ovládaných **Kremlem**...“

„**Včerejší seznam sedmi vysokých ruských představitelů**, ... budou jim **zmrazeny jejich majetky**, ...“

Mezi cizími slovy se opět kromě samotného slova sankce nejčastěji vyskytovalo slovo „summit“:

„**Summit** **EU** neprodloužil sankce proti **Rusku**“

„Na **summitu** **Evropské rady**, který včera odpoledne skončil...“

Oproti internetu neužívalo novinové zpravodajství takové množství zkratk, a pokud se jednalo o méně známou zkratku, většinou čtenář našel její vysvětlení.

„**Rusko** spustí **Národní systém platebních karet**, kterým se bude moci odpojit od **mezinárodního systému SWIFT**“

„**Summit EU** neprodloužil sankce proti **Rusku**“

*„A tak tím, kdo Rusy zlomí, by nakonec mohla být Saúdská Arábie, pod jejímž tlakem OPEC, Organizace zemí vyvážejících ropu, rozhodla nesnižovat těžbu...“*

Často se vyskytovalo označení čísel číslicí nikoli slovy, jak je obecně doporučeno. V některých případech se jedná o čistě praktické důvody, kdy je nesmyslné rozepisovat například číslici 37,5, v jiných případech ale číslice mohla být napsána slovy. Lze však chápat důvody úsporné, kdy je snaha dostat do článku maximum informací, a to i na úkor psaní číselných údajů číslicí.

*„Rubl za poslední dva měsíce oslabil o 11 procent, z toho o 3,5 procenta za posledních několik dní v obavě z další vlny sankcí. Aktuálně se ruská měna obchoduje s kurzem 37,5 rublu za dolar, slabší dosud nikdy nebyla. V opčních kontraktech se počítá s tím, že kurz dále oslabí k hranici 40 rublů za dolar.“*

*„Od momentu nastolení „příměří“ bylo podle ukrajinského prezidenta Petra Porošenka ze strany separatistů porušeno nejméně 1 100 krát.“*

*„...že se HDP letos zvýší zhruba o 2 procenta.“*

*„Například údaje o hrubém domácím produktu ve 2. čtvrtletí zveřejní ruský statistický úřad příští týden a data za 3. čtvrtletí,“*

*„rozšířila svůj sankční seznam o dalších 24 ruských hodnostářů“*

Noviny se ukázaly být stále velmi významným zdrojem zpráv a to navzdory špatným prognózám do budoucna. Například oproti rozhlasu jsou schopny poskytnout větší množství informací a to s použitím zajímavějšího jazyka. Samozřejmě však nemohou konkurovat internetu jak na poli aktuálnosti, tak zároveň v „multimediálnosti“, díky které internet ostatní média poráží. Například titulky jsou více údernější a výstižnější, než ty internetové, které jsou i v průměru delší. Psané zpravodajství nám může poskytovat i více číselných údajů, protože jejich vizuální percepce je pro člověka mnohem jednodušší než sluchová. Jazyk novinového zpravodajství je stále živý, a ačkoli má svou danou strukturu, neupadá do stereotypu, ale naopak přináší jazykové aktualizace, které se dříve či později objeví i v ostatních médiích.

## Závěr

---

Jak se ukázalo, v oblasti zpravodajství mají všechna média stále co nabídnout. Záleží čistě na preferencích recipienta, pro které médium se rozhodne. Věřím, že porovnáním stejného tématu ve všech sledovaných médiích jsem mohla hodnotit objektivně všechny aspekty současného zpravodajství.

Z hlediska noremnosti, všechna sledovaná média používala spisovný jazyk a ani u mluvených projevů moderátorů a hlasatelů ve studiu se nepotvrdila domněnka, že by tomu občas mohlo být jinak. Hovorová čeština se v menší míře objevila u reportérů v terénu, či u zpovídaných osob při rozhovorech, ale analýzu jsem primárně zaměřila na hlasatele ve studiu a jejich připravený projev.

Pokud však hovoříme o požadavku stručnosti a jasnosti, narazila jsem při své analýze jak u televize, tak ale především u rozhlasu na problém užívání složitých souvětí. To považuji u mluveného zpravodajství za nežádoucí, jelikož to prudce snižuje možnost zprávu správně pochopit. S tím souvisí i velmi vysoké mluvní tempo, které jsem u obou zmiňovaných médií pozorovala. Navíc vyšší mluvní tempo měli hlasatelé rozhlasu, u kterého je percepce zcela nejtěžší. Velkým prohřeškem navíc byly chyby v intonaci či pauzách. Vzhledem k tomu, že se informace tak často neopakovaly, neměl divák možnost se k danému sdělení vrátit. A zatímco u televizního zpravodajství pomáhá divákovi se správným pochopením sdělení i určitá míra odezírání ze rtů, u rozhlasu už tuto možnost posluchač nemá, a špatný hlasový projev snižuje celkovou kvalitu a atraktivnost celého zpravodajství.

Dalším požadavkem kladeným na zpravodajství je objektivita, která se však velmi těžce hodnotí v době, kdy se objevují nespokojené hlasy zpravodajů České televize o tom, že ve svých reportážích nemohou říci všechno, nebo kdy jsou celá vydavatelství majetkem některých ministrů. Nicméně téma zpráv se týkalo politické situace na Ukrajině a sankcích uvalených na Rusko. Zaujatost už tedy spočívala v podstatě celého konfliktu, kdy se Evropa postavila na stranu Ukrajiny. Citovány však byly i názory ruských představitelů, ale rozhodně se dá říci, že celkově to bylo méně.

Na jazyk se jako nejbohatší ukázaly jak noviny, tak internet a v o něco menší míře televize, která je omezena časem. Projevila se bohatost českého jazyka, a tak například ve spojení se slovem sankce bylo užito nepřeborné množství sloves. Tato spojení se sice postupem



času zautomatizovala, ale v době, kdy bylo toto téma živé, se v podstatě každý den objevilo nové spojení.

V porovnání s obecnými požadavky se například autoři internetového zpravodajství řídili doporučením, které jsem uváděla v teoretické části. Textový obsah byl o polovinu kratší a titulky naopak delší, než je tomu u novin. Za zajímavou část analýzy internetového zpravodajství považuji drobný výzkum týkající se toho, jak se internetový čtenář vlastně chová. Toto téma dle mého názoru skrývá velký potenciál a rozhodně by vydalo na rozsáhlejší práci. Co se týče formy, lze například podobu současného internetového zpravodajství porovnávat pouze s obecnými nároky kladenými na zpravodajské texty, protože se jedná o neustále se vyvíjející odvětví nynějších médií a jen těžko lze odhadnout, zda je současná struktura konečná, nebo se bude dále vyvíjet. S rozvojem technologií se výrazněji proměnilo i televizní zpravodajství, které divákovi nabízí mnohem větší časový rozsah zpravodajství, než tomu bylo před lety. Současně také reagovalo na nové technologie a má možnost je v televizi použít. Zatímco rozhlasu a novinám je toto v podstatě odepřeno jejich podstatou. U těchto médií bylo obrazně řečeno dosaženo stropu jejich technických možností. V novinách si nemůžeme pustit video, jak je tomu například u internetového zpravodajství, stejně tak nám rozhlas neukáže obraz.

Nejvíce se od daného doporučení odchýlil rozhlas, kde nejenže mnohdy docházelo k užití komplikovaných souvětí, ale především trpěl hlasový projev moderátorů. Za účelem zhuštění a snahy vtěsnat do vymezeného času co nejvíce informací, se hlasatelé uchýlovali k příliš vysokému mluvnímu tempu. To může mít za následek nejen to, že si posluchač špatně interpretuje danou zprávu, ale i to, že se raději uchýlí k jinému zdroji zpravodajství. Nicméně i tak si myslím, že v nejbližší době z našeho života žádné z uvedených médií nezmizí.

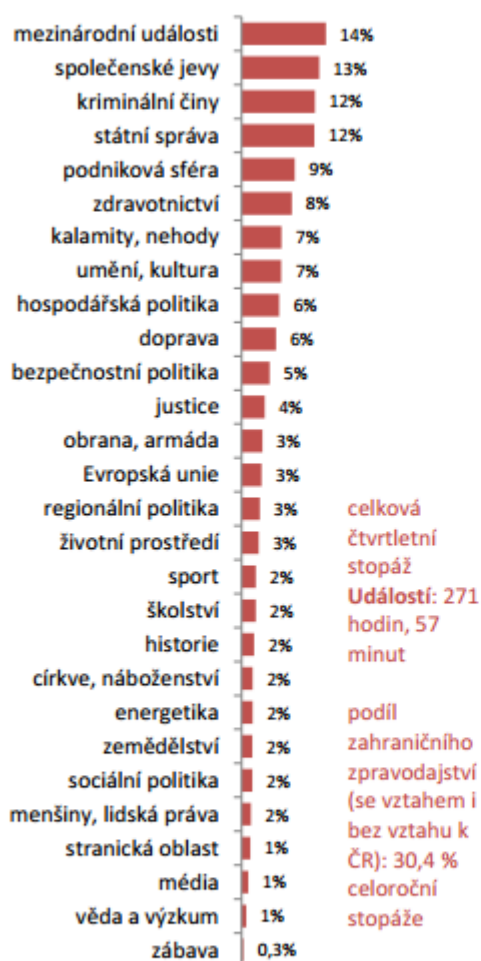
Jsem si vědoma toho, že tím, že se práce zaměřila na porovnání všech čtyř nejdůležitějších současných médií, mohla v některých ohledech poskytnout pouze vymezené množství informací a aby mohla jít opravdu do hloubky, byl by potřeba rozhodně větší rozsah práce. Doufám však, že práci ukázala současný stav médií v porovnání s teoretickými požadavky, které jsou na ně kladeny.

# Přílohy

## Příloha č. 1

Zdroj: www.ceskatelevize.cz, Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (rok 2014)

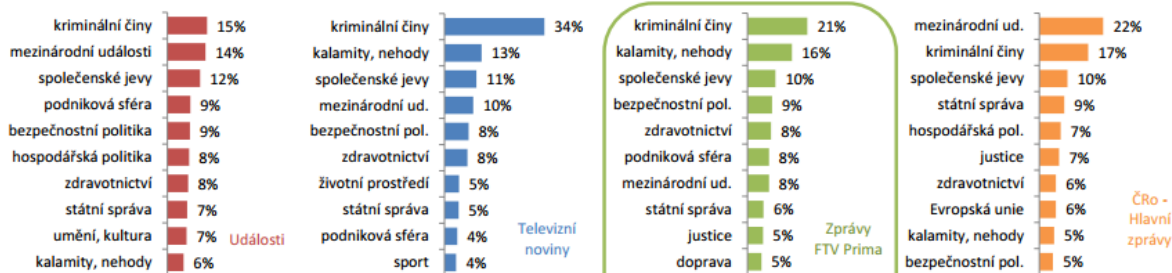
Grafy III-5, 6, 7, 8: Tematická struktura Událostí, Televizních novin, Zpráv FTV Prima a rozhlasových Hlavních zpráv (rok 2014), podíl na stopáži



Pozn.: tematická kategorie *mezinárodní události* nepokrývá veškeré dění v zahraničí. To je rozprostřeno i v jiných tematických kategoriích v závislosti na konkrétním tématu příspěvku. Proto je podíl zahraničního zpravodajství (bez vztahu i se vztahem k ČR) uváděn v textových boxech doplňujících příslušné grafy.



**TOP10 nejčastěji prezentovaných tematických kategorií v hlavních zpravodajských pořadech: 1Q 2015, podíl na délce pořadu**



**TOP10 nejčastěji prezentovaných tem. kategorií ve večerní zprav. hodině ČT, TV Nova, Prima FTV a ČRo: 1Q 2015, podíl na délce pořadu**



Zdroj: www.ceskatelevize.cz, Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (1. čtvrtletí 2015)

## Seznam literatury

---

- BACHLEITNER, Norbert, Franz M EYBL a Ernst FISCHER. *Geschichte des Buchhandels in Österreich*. Wiesbaden: Harrassowitz, 2000, 413 s.
- BEČKA, Josef Václav. Subjektivnost a polarita výrazu. *Naše řeč* [online]. 1975, roč. 58, č. 1 [cit. 2015-04-29]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=5805>
- BEDNÁŘ, Vojtěch. *Internetová publicistika*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, 210 s.
- BEDNÁŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, 439 s.
- BOZDĚCH, Vladimír. *O jazyce rozhlasu a televize*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1982, 144 s.
- ČERMÁK, Miloš. Zpravodajství na internetu. In *Zpravodajství v médiích*. OSVALDOVÁ, Barbora. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. Kapitola 6, s. 104-116.
- DANEŠ, František. Diskuse o užívání spisovné češtiny z hlediska medializace veřejné a soukromé komunikace. *Naše řeč* [online]. Praha, 1969, roč. 52, 2-3 [cit. 2015-04-23]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=5437>
- FEATHERSTONE, Susan Pape. *Newspaper journalism a practical introduction*. London: SAGE, 2005. ISBN 978-184-7877-574.
- JIRÁK, Jan. Diskuse o užívání spisovné češtiny z hlediska medializace veřejné a soukromé komunikace. *Naše řeč* [online]. Praha, 2006, roč. 89, č. 1 [cit. 2015-04-23]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7865>
- LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In *Zpravodajství v médiích*. OSVALDOVÁ, Barbora. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. Kapitola 4, s. 73-89.
- MINÁŘOVÁ, Eva. Získávací a přesvědčovací funkce jako konstituující faktor projevu - funkční styl publicistický. ČECHOVÁ, Marie. *Stylistika současné češtiny*. Vyd. 1. Praha: ISV, 1997, s. 176-200. ISBN 8085866218.
- OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011, 144 s.

## Internetové zdroje

---

FOJTŮ, Martina. Hvížd'ala: Noviny budoucnosti – menší náklad a kvalita. In: *Online.muni.cz* [online]. 29.1.2011 [cit. 2015-04-29]. Dostupné z: <http://www.online.muni.cz/udalosti/2066-hvizdala-noviny-budoucnosti-mensi-naklad-a-kvalita#.VUHqeyHtmkp>

HVÍŽĎALA, Karel. Budoucnost novin je - ve hvězdách. In: *Neviditelný pes* [online]. 6.12.2014 [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: [http://neviditelnypes.lidovky.cz/media-budoucnost-novin-je-ve-hvezdach-dws-/p\\_spolecnost.aspx?c=A141207\\_092852\\_p\\_spolecnost\\_wag](http://neviditelnypes.lidovky.cz/media-budoucnost-novin-je-ve-hvezdach-dws-/p_spolecnost.aspx?c=A141207_092852_p_spolecnost_wag)

STEJSKALOVÁ, Helena. Tradice a budoucnost novin. In: *KULTURA21* [online]. 5.10.2013 [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.kultura21.cz/tradice/7820-noviny-budoucnost>

SANTANA, Arthur D., Randall LIVINGSTONE a Yoon CHO. *Medium Matters: Newsreaders' Recall and Engagement with Online and Print Newspapers* [online]. St. Louis, 10.8.2011 [cit. 2015-04-11]. Dostupné z: [http://www.slate.com/content/dam/slate/archive/media/2011/08/66\\_medium\\_matters.pdf](http://www.slate.com/content/dam/slate/archive/media/2011/08/66_medium_matters.pdf). Doktorská práce. University of Oregon.

*Analýza zpravodajství českých televizí - Q 1 / 2015* [online]. Mediatenor, 2015 [cit. 2016-05-08]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/sledovanost-a-spokojenost/mereni-verejne-sluzby/analyza-zpravodajstvi-a-publicistiky/?id=7382&strana-5=1&category=5>

Jak na internet: Historie internetu. In: [online]. [cit. 2015-04-5]. Dostupné z: <http://www.jaknainternet.cz/page/1205/historie-internetu/>

Prodaný náklad deníků. In: *UNIE VYDAVATELŮ* [online]. 9. 4. 2015 [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: [http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta\\_cisla\\_denich/prodany\\_naklad\\_deniku/314-deniky\\_celostatni](http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denich/prodany_naklad_deniku/314-deniky_celostatni)

<http://www.mfdnes.cz>

<http://www.mediaresearch.cz/press/tz-internetovi-uzivatele-jsou-verni-stale-stejnym-zpravodajskym-serverum-nejvetsi-duveru-pak-maji-weby-verejnopravnich-medii/>

<https://cs.publero.com/blog/z-historie-elektronickeho-cteni-prvni-elektronicke-noviny>

<http://data.lidovky.cz/g/lidovky/lidovenoviny.htm>

[http://zpravy.idnes.cz/navstevnost-idnes-cz-05b-  
/domaci.aspx?c=A130227\\_152933\\_domaci\\_ton](http://zpravy.idnes.cz/navstevnost-idnes-cz-05b-<br/>/domaci.aspx?c=A130227_152933_domaci_ton)

[http://technet.idnes.cz/vzestup-a-pad-internetove-zurnalistiky-fdz-  
/sw\\_internet.aspx?c=991227\\_0005036\\_sw\\_internet](http://technet.idnes.cz/vzestup-a-pad-internetove-zurnalistiky-fdz-<br/>/sw_internet.aspx?c=991227_0005036_sw_internet)

<http://www.mfdnes.cz/varianty.aspx>

[http://www.unievydavatelu.cz/cs/home/aktuality/2132-  
typologie\\_uzivatelu\\_online\\_zpravodajstvi](http://www.unievydavatelu.cz/cs/home/aktuality/2132-<br/>typologie_uzivatelu_online_zpravodajstvi)

<https://cs.publero.com/blog/e-novinky-44-tyden>

[http://www.mediaguru.cz/aktuality/studie-ochota-platit-za-internetove-zpravy-  
roste/#.VTOvqiHtmko](http://www.mediaguru.cz/aktuality/studie-ochota-platit-za-internetove-zpravy-<br/>roste/#.VTOvqiHtmko)

<http://respekt.ihned.cz/e-editorial/c1-58073690-respekt-zavadi-flattr>

<http://www.databazeknih.cz/citaty/johann-wolfgang-goethe-221>

<http://21stoleti.cz/2008/10/17/kouzlo-rotacniho-tisku/>

<http://www.karelhavlicek.cz/novinar/26-prazske-noviny>