

**UNIVERZITA
JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

Magisterské kombinované studium

2010 – 2012

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Bc. Kateřina Kůtková

Agentura ČTK, typy zpravodajství a jejich
uveřejňování v tisku a jiných médiích

Praha 2012

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Pavel Verner

COMENIUS UNIVERSITY PRAGUE

Master Combined (Part-Time) Studies

2010-2012

DIPLOMA THESIS

Bc. Kateřina Kůtková

The Czech News Agency, Types of Reporting and
their Publication in Press and other Media

Prague 2012

The diploma thesis work supervisor:

Mgr. Pavel Verner

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 1. března 2012

Bc. Kateřina Kůtková

Poděkování

Chtěla bych poděkovat Mgr. Pavlu Vernerovi za odborné vedení této diplomové práce, velkou ochotu a spolupráci, dále svým kolegům z České tiskové kanceláře za odborné konzultace a poskytování informací o agentuře ČTK. Děkuji také PhDr. Haně Kratochvílové za jazykovou korekturu textu.

Anotace

Tato diplomová práce se zabývá agenturní produkcí ČTK a využitelností stěžejních produktů – textů a fotografií – hlavními českými médii i neoprávněným zneužíváním zpravodajství agentury. Práce je pohledem do historie, současnosti i budoucnosti ČTK. Na teoretické poznatky navazují výsledky průzkumu vývoje využívání textů a fotografií u vybraných českých tištěných médií, rozhovory vedené s odborníky o budoucnosti ČTK a dílčí závěry i doporučení pro tuto agenturu.

Klíčové pojmy:

Agentura, agenturní zpravodajství, ČTK, Česká tisková kancelář, fotografie, grafy, produkce, texty, tiskové zprávy, videa, využívání zpravodajství, zneužívání zpravodajství, zpravodajství, zvuky.

Annotation

This diploma thesis deals with the production of the Czech News Agency and the rate of use of its main products – texts and photographs – by major Czech media and unjustified abuse of agency's reporting. The thesis is focused on the history, the presence and also the future of the CNA. Theoretical findings are followed by the results of a research into the use of texts and photographs by selected Czech printed media, interviews with experts about the future of the CNA and partial deductions/conclusions and recommendations for this agency.

Key words

Abuse of news service, Agency, agency news service, CTK, Czech News Agency, photographs, graphs, production, texts, press releases, video, news service use rate, news service, audio.

OBSAH

ÚVOD	9
TEORETICKÁ ČÁST	
1. Mezníky v dějinách ČTK	15
2. Zákon č. 517/1992 Sb., o ČTK	34
2.1 Vznik a vývoj zákona	34
2.2 Rozbor zákona	35
2.3 Dovolání členů rady a volba generálního ředitele ČTK	37
2.4 Hodnocení zákona a otázka privatizace	39
3. Tiskové agentury v České republice	42
ANALYTICKÁ ČÁST	
4. ČTK v současnosti	44
5. Produkce ČTK	48
5.1 Slovní zpravodajství	48
5.1.1 Databáze se slovním zpravodajstvím	52
5.2 Obrazové zpravodajství	54
5.3 Zvukové zpravodajství	57
5.4 Infografika	58
5.5 Videozpravodajství	59
5.6 Další produkty a služby	60
6. Zprávy ČTK	63
6.1. Typy zpráv	63
6.2 Struktura zpráv	64
6.3 Způsoby distribuce a příjmu zpráv ČTK	66
7. Využívání zpravodajství ČTK médií v ČR	68
8. Zneužívání zpravodajství ČTK	74
PRAKTICKÁ ČÁST	
9. Průzkum využití textů a fotografií ČTK ve vybraných českých tištěných periodikách	79
9.1 Cíl a průběh průzkumu, ověřování hypotéz	79
9.1.1 Analýza dat z deníku Aha! a zhodnocení meziročního vývoje využívání textů a fotografií ČTK	81

9.1.2 Analýza dat z deníku Blesk a zhodnocení meziročního vývoje využívání textů a fotografií ČTK	82
9.1.3 Analýza dat z deníku Mladá fronta E15 a zhodnocení meziročního vývoje využívání textů a fotografií ČTK	83
9.1.4 Analýza dat z deníku Hospodářské noviny a zhodnocení meziročního vývoje využívání textů a fotografií ČTK	84
9.1.5 Analýza dat z deníku Lidové noviny a zhodnocení meziročního vývoje využívání textů a fotografií ČTK	85
9.1.6 Analýza dat z deníku Metro a zhodnocení meziročního vývoje využívání textů a fotografií ČTK	86
9.1.7 Analýza dat z deníku Sport a zhodnocení meziročního vývoje využívání textů a fotografií ČTK	87
10.9. Dílčí závěry průzkumu využívání textů a fotografií	88
10. Krátkodobá budoucnost ČTK	92
10.1 Cíl a průběh rozhovorů, ověření hypotézy	92
10.2 Názory respondentů	93
10.3 Dílčí závěry	102
ZÁVĚR	104
SEZNAM LITERATURY A PRAMENŮ	108
SEZNAM PŘÍLOH	111
Příloha A – Grafy 1 – 21	112
Příloha B – Grafy 22 – 42	119

ÚVOD

Agentura Česká tisková kancelář (ČTK) byla založena v týž den, kdy vznikla Československá republika, 28. října 1918. Jejím posláním je poskytování objektivních a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů. Autorka diplomové práce je v ČTK zaměstnaná od roku 2003, což jí umožnilo vzhled do agenturní činnosti i podnítilo zájem rozšířit si vzdělání při studiu oboru Sociální a mediální komunikace na Univerzitě J. A. Komenského.

ČTK je veřejnoprávní instituce, která je velmi složitá a zajímavá z pohledu jejích dějin i současnosti. Historie je podobně pestrá jako dějiny Československa. Navzdory tomu jsou informace o ní zpracovány velmi omezeně. Historie knižně v podstatě nevyšla až na dvě výjimky, jimiž jsou interní publikace. Přitom by si agentura zasloužila podobné zmapování dějin i současnosti, jako se to podařilo veřejnoprávnímu Českému rozhlasu v knize *Od mikrofonu k posluchačům* nebo České televizi v pravidelně vydávaných ročenkách i v mnoha jiných knihách, věnovaných např. brněnskému či ostravskému studiu, seriálové tvorbě atd.

Do současnosti agentury ČTK lze podrobně nahlédnout nejlépe tehdy, jste-li jejím zaměstnancem. Rozvíjení pozitivních vztahů s veřejností firma nevěnuje zvláštní pozornost, ani na propagaci svých produktů nevykládá významné finanční prostředky. A tak se o firmě veřejnost dozvídá jen sporadicky, pokud si přečte zprávu např. o volbě generálního ředitele nebo si aktivně vyhledá webovou stránku společnosti www.ctk.cz a najde si o agentuře informace sama. Asi nejvíc se mediálnímu publiku do podvědomí zapisuje značka ČTK, i když veřejnost většinou nezná, co přesně tisková kancelář dělá. S agenturní značkou se však setká často v novinách a prezentují ji také

televize ve zpravodajství. ČTK jinak než prostřednictvím své produkce veřejně téměř nekomunikuje.

ČTK slouží novinářům jako nástroj k jejich práci. „Není-li novinář osobně přítomen události, o níž má referovat, a nemůže tedy vycházet z vlastního pozorování, je při získávání informací odkázán na jiné.“¹ Agenturní zpravodajství je proto službou, za kterou si média platí, aby jim ulehčila a zefektivnila práci. Není výjimkou, že média převezmou agenturní zprávu a veřejnost si ani neuvědomí, že autorem ve skutečnosti není redaktor daného média, ale reportér či editor tiskové agentury.

Tato diplomová práce má za cíl nahlédnout do dějin Československé a později České tiskové kanceláře, vymezit její současnou právní subjektivitu, danou zákonem o ČTK, pojmenovat konkurenci, zanalyzovat současnost ČTK, především její stávající zpravodajskou i jinou produkci. Obsahem není pouze popis této agentury od historie do současnosti. Práce se zaměřuje také na využití zpravodajské produkce českými médii, i když si neklade za cíl zmapovat využití všech jejích produktů různými typy médií. Zaměří se na publikování hlavních zpravodajských produktů, textů a fotografií vybranými deníky, které jsou největšími klienty ČTK, respektive vývoj v této oblasti v letech 2009 a 2010. Zmapovat využití celé produkce všemi médii by bylo možné jen velice složitým způsobem. Podrobný průzkum využití napříč produkty ČTK a médii ČR by měl obrovský rozsah. Zaměstnal by na dlouhé měsíce řadu pracovníků patrně externí firmy specializované na průzkumy. Práce obsahuje také výhled

¹ ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře* : Univerzita Karlova v Praze – Nakladatelství Karolinum, 2009. s.125. ISBN 978-80-246-1661-2

do budoucnosti ČTK prostřednictvím názorů získaných oslovením mediálních odborníků.

Motivací pro vybrané téma je skutečnost, že autorka pracuje v ČTK a má ve své kompetenci PR servis České tiskové kanceláře Protext, který umožňuje těm, již o něj mají zájem, placené zveřejnění tiskového sdělení v původním znění. Nezávisle na zpravodajství ČTK, ovšem stejnými distribučními kanály, jakými plyne zpravodajství, mohou firmy či jednotlivci šířit své vlastní zprávy. Při jednání s klienty bývá častým dotazem, jakou šanci má v převzetí dalšími médii právě zpráva (obvykle doplněná fotografiemi), kterou si prostřednictvím sítě ČTK a placené služby Protext klient zadal ke zveřejnění. Proto je zvoleným tématem zjištění rozsahu využití textových zpráv a fotografií v hlavních denících České republiky.

Diplomová práce se skládá ze tří částí – teoretické, analytické a praktické. První zmíněná stručně popisuje důležitá data z historie ČTK od roku 1918 až do nedávné minulosti. V teoretické části je dále rozebrán zákon o ČTK, zřizující od roku 1992 ČTK jako veřejnoprávní instituci. Další kapitoly jsou věnovány informacím o konkurenčních agenturách České informační agentuře (ČIA) a mladším Mediafaxu.

Analytická část charakterizuje současnou situaci a strukturu ČTK. Popisuje všechny typy zpravodajství – slovní, obrazové, zvukové, infografické a videozpravodajství i další servisy a produkty ČTK (např. mobilní služby, komerční službu Protext, PROpřehled, IT služby, Akademii ČTK atd.). V dalších kapitolách jsou uvedeny informace o typech agenturních zpráv, jejich struktuře a způsobech distribuce k jejich odběratelům. Analytická část obsahuje také pasáže o využívání zpravodajství ČTK médii v České republice a uvádí informace o zneužívání tohoto zpravodajství.

Praktická část diplomové práce je zaměřena na průzkum využití základních typů zpravodajství – textů a fotografií – vybranými hlavními deníky české mediální scény, které patří mezi největší odběratele servisů ČTK. Obdobný průzkum, jaký byl prováděn nyní, byl realizován už v roce 2009 pro práci bakalářskou. Praktická část proto nyní obsahuje vývoj využívání textů a fotografií v těchto denících. Průzkum byl prováděn porovnáváním obsahu deníků a produkce ČTK nejen podle uvedené značky ČTK, ale také podle skutečného obsahu zpráv. Data byla shromažďována z deníků Aha!, Blesk, Mladá fronta E15, Hospodářské noviny, Lidové noviny, Metro a Sport. Do průzkumu byly tedy zahrnuty jak celostátní placené deníky, tak deníky rozdávané zdarma, distribuované v Praze, které významně využívají zpravodajství ČTK (texty a fotografie) a jsou různých typů (bulvár, seriózní tituly, ekonomické, sportovní, placené, bezplatné apod.).

Cílem praktické části je potvrzení či vyvrácení následujících tří hypotéz.

První hypotézou je, že se počet převzatých zpráv uveřejněných ze zdroje ČTK ve vybraných tištěných médiích meziročně snižuje.

Každý deník využívá textové a obrazové zpravodajství ČTK v jiném rozsahu. Odlišně jsou na tom deníky, které mají velké množství vlastních redaktorů, prestižní postavení na trhu a příjmy z prodeje, a v jiném rozsahu využívají zpravodajství ČTK redakce s malým počtem zaměstnanců a příjmy pouze z reklamy (zdarma rozdávané deníky). Odlišně využívá zpravodajství bulvár oproti ekonomicky zaměřenému titulu. V redakcích deníků neustále stoupá tlak na vyšší produktivitu práce redaktorů a zároveň tlak na ČTK, aby dodávala své služby levněji. Redakce často zvažují i variantu, že se bez placeného servisu raději obejdou, aby uspořily finanční prostředky. V rámci této hypotézy

bude zajímavé zjistit, zda všechny tituly v průměru publikují oproti roku 2009 méně zpráv ze zdroje ČTK.

Druhou hypotézou, kterou se průzkum pokusí potvrdit či vyvrátit, je skutečnost, že publikování zpráv ČTK vydaných v plném znění ve srovnání s předchozím obdobím stoupla a publikování pouze prvních odstavců převzatých zpráv kleslo.

Redakce mohou nakládat se zprávami ČTK v rámci omezení stanovených smlouvou. Deníky často vedle tištěné verze provozují také internetový portál. Pokud nechtějí servis ČTK využívat pouze v tisku, ale i v internetové podobě deníku, musí být smlouva rozšířena o tuto možnost. Dále však mohou se zprávami nakládat dle vlastního uvážení. Buď publikují zprávy celé, nebo jen jejich části, případně je smějí doplnit vlastním komentářem. Při úpravě využívají redakce toho, že jsou agenturní zprávy psány formou tzv. obrácené pyramidy, která umožňuje krátit zprávu odspoda. A tak nejčastěji využívají pouze první odstavce agenturní zprávy, kde je shrnuto to nejdůležitější. Z průzkumu roku 2009 vyplynulo, že redakce se zprávami skutečně dále pracují a nepublikují ve většině případů plné znění. Úkolem druhé hypotézy je potvrdit, zda počet publikovaných zpráv v plném znění u zvolených deníků oproti roku 2009 stoupl. Důvodem je předpoklad, že redaktoři, na něž je vyvíjen tlak, aby produkovali větší množství zpráv, mají tendenci uveřejnit více delších zpráv ČTK než v předchozím období. Vyplní tak lépe prostor v deníku a přitom neztrácejí čas krácením zpráv.

Třetí hypotéza předpokládá, že u vybraných médií má podíl zveřejněných fotografií ČTK meziročně sestupnou tendenci.

Ačkoliv z průzkumů, které si u svých klientů v minulosti prováděla ČTK sama, vyplynulo, že fotografie ČTK média pokládají za profesionální a kvalitní, považují za důležité, aby se neobjevovaly

stejné snímky v různých denících. Jde o otázku prestiže, proto si deníky nevybírají pouze z nabídky ČTK, ale z konkurenčních fotobank, zejména však pokud možno z produkce vlastních fotoreportérů. Vzhledem k tomu, že stoupá konkurence v nabídce fotografií na trhu, předpokládá tato hypotéza, že vybraná média využívají fotografie ze zdroje ČTK oproti předchozímu zkoumanému období méně.

Praktická část obsahuje nejen výsledky průzkumu roku 2010 i 2009, ale především výsledek vývoje zkoumaných ukazatelů. Průzkum provází komentáře, dílčí závěry a potvrzení či vyvrácení stanovených hypotéz.

Následují další kapitoly diplomové práce, týkající se budoucnosti ČTK. Jsou v nich prezentovány názory osob, odborníků v oblasti médií, kteří se vyjádřili ke krátkodobé budoucnosti této veřejnoprávní tiskové agentury. Všem byla položena společná otázka, jak podle nich bude vypadat ČTK za dva roky, a účelem bylo získat názory a podněty, dozvědět se kritiku i výhody agentury.

K tomuto tématu byla stanovena v pořadí čtvrtá hypotéza, která předpokládá společný odhad většiny respondentů, že v průběhu dvou let se bude ČTK potýkat s problémy způsobenými rychlým vývojem informačního trhu.

Všechny čtyři hypotézy souhrnně mohou prokázat, že využívání agenturního zpravodajství klesá, protože média stále více pracují s dalšími zdroji. Z toho vyplývá, že prosperita ČTK může v dohledném časovém horizontu poklesnout.

K diplomové práci jsou přiloženy grafy z průzkumů roku 2010 a 2009, které byly podkladem pro srovnání a zjištění vývoje publikování zpráv a fotografií ČTK ve vybraných tiskovinách.

TEORETICKÁ ČÁST

1. Mezníky v dějinách ČTK

Česká tisková kancelář (ČTK) je zajímavou tiskovou agenturou z pohledu svých dějin. Jsou barvitě jako dějiny Československa. Navzdory tomu jsou informace o ní zpracovány v omezené míře. Dějiny ČTK knižně v podstatě nevyšly. „Každý, kdo se zabýval až dosud dějinami agenturního zpravodajství u nás, byl odkázán na dvě nevelké interní publikace, které ČTK vydala v letech 1968 a 1973. K nim lze připočítat snad ještě diplomovou práci Miroslava Hrušky z roku 1961 – a pak už zbývalo pouze studium vzpomínek a osobních pozůstalostí několika ‚četkařů‘.“² Hlavní osobností, která se dnes dějinami ČTK soustavně zabývá, je Jan Stejskal, autor publikace *Zprávy z českého století* nebo současných interních brožur ČTK (např. *Četka slaví devadesátiny*). Historik je zaměstnancem agentury ČTK od roku 1975 a dlouhá léta vedl dceřinou společnost Neris. Z jeho publikací a také prezentací, které v ČTK čas od času iniciativně pro zaměstnance pořádá, čerpá následující text o historii ČTK. Stručné dějiny byly shrnuty také v interní brožuře ČTK vydané roku 1998 *ČTK včera, dnes a zítra*, na níž se podílel autorský tým složený především z tehdejších zaměstnanců ČTK.

ČTK vznikla 28. října 1918, ve stejný den jako Československo. V prvních dnech fungovala jako tiskový odbor Národního výboru československého a sídlila spolu s ním na svém prvním působišti v Obecním domě a Harrachovském paláci v Jindřišské ulici v Praze. Předchůdcem ČTK byl zpravodajský orgán české a slovenské emigrace v USA, který vznikl ve Washingtonu krátce po začátku první světové války. Podobnou instituci založil v listopadu 1916 v Londýně T. G. Masaryk.

² SÍGL, M. *Klobouk dolů před historií ČTK a jejím historikem*, [online] [cit 2009-03-12] Dostupné z WWW: <<http://syndikat-novinaru.cz/upload/Mediazurnal-09-01.pdf>>

Tato Česká tisková kancelář (Czech Press Bureau) ve spolupráci s podobnými organizacemi v Polsku, Rumunsku a Jugoslávii informovala britský tisk o politické, hospodářské i vojenské situaci v Rakousku-Uhersku. Zprávy pro československý legionářský tisk za první světové války v Rusku sbíralo Československé telegrafní agentstvo.

Již následující den po vzniku ČTK – 29. října 1918 – se na stránkách českého tisku objevily první zprávy se značkou ČTK. Šlo většinou o úřední zprávy, které informovaly o zásadních opatřeních a činnosti NV. Oficiální informace o vzniku Československé tiskové kanceláře samé se však objevila v tisku až 31. října – tři dny poté. „Jak oznamujeme, zřízena byla při N. V. Československá tisková kancelář, jež bude dodávati listům již zítřkem počínaje zprávy o politické, hospodářské, sociální a ostatní činnosti národa československého a jeho institucí. Od této kanceláře a jejích zpráv jest přesně rozlišovati c. k. korespondenční kancelář, polovládní instituci vídeňskou, s její filiálkou v Praze, která jako za dob před válkou a ve válce dodává i nyní listům za obvyklé předplatné své zprávy. Redakce listů žádají se, aby rozlišovaly zprávy ty, že by zprávy Korr. kanceláře označovaly zn. K. k., kdežto Československé tiskové kanceláře se zn. Č.T.K.“³

V listopadu 1918 byla ve Vídni otevřena první zahraniční odbočka ČTK, která měla zpočátku více zaměstnanců než její pražská centrála. V prosinci téhož roku byla v Brně přebudována filiálka Telegraphen-Korrespondenz-Bureau a ČTK tak zahájila činnost první mimopražské odbočky na území ČSR. Měsíc nato vznikla odbočka v Plzni a následně se ČTK spojila s bratislavskou Slovenskou tiskovou kancelář (Slovenská tlačová kancelária, STK). Společně vytvořily

³ STEJSKAL, Jan. *Zprávy z českého století. Tiskové agentury a česká společnost 1848-1948* : Triton, 2008. s. 123. ISBN 978-80-170-3

agenturu s jednotným názvem Československá tisková kancelář. Další odbočky vznikly v Košicích a Užhorodě.

„V letech 1920–1930 stojí v čele agentury Emil Čermák, který je pokládán za otce-zakladatele ČTK. Podařilo se mu vybudovat na svou dobu moderní tiskovou agenturu, která měla rozsáhlou síť domácích i zahraničních zpravodajů.“⁴

Koncem roku 1920 uzavřela ČTK smlouvu o poskytování zpravodajství s největší agenturou na světě, francouzským Havasem (založeným 1835) a britskou agenturou Reuter (založenou 1851). Od obou významných agentur přijímala ČTK zpravodajské relace tehdy nejmodernějším radiotelegrafickým způsobem.

V polovině roku 1924 začala ČTK na základě dohody o vzájemné výměně informací, uzavřené během konference představitelů oficiálních a neoficiálních zpravodajských agentur, spolupracovat s 25 zahraničními zpravodajskými agenturami. Všechny odbočky ČTK začaly téhož roku dodávat do Prahy také obrázky, které ČTK distribuovala svým zákazníkům po celém území státu. Slovní domácí zpravodajství o událostech v Praze doručovala ČTK především mimopražským listům, naproti tomu pražské noviny odebíraly hlavně zprávy z krajských odboček ČTK. Pro tyto materiály si redakce posílaly své zřízení.

Se vznikem nového média vznikla možnost nové spolupráce s rozhlasem. I když si kladl za cíl především bavit a publicistika a zpravodajství stály poněkud stranou, přesto se už od roku 1925 datuje počátek spolupráce rozhlasu s tehdejší Československou tiskovou kancelář. Ta získala výhradní monopol na tvorbu rozhlasových zpravodajských pořadů. ČTK nejprve dodávala zprávy telefonicky

⁴ ČTK, *Historie* [online] [cit 2009-13-12] Dostupné z WWW: <http://www.ctk.cz/o_ctk/historie/>

hlasateli během vysílání. Později, aby předešla častým chybám, vysílala přímo z rozhlasového studia ve své budově.

V roce 1929 vzniklo v ČTK oddělení pro obrázkové zpravodajství (distribuovalo štočky, celony a fotografie) a oddělení fotografické (připravovalo reportáže a ateliérové obrázky). Fotografie roznášeli šestkrát denně odběratelům posílčci. V čele oddělení pro zpravodajství obrázkové stál Artuš Černík, který byl kromě činnosti v ČTK také spoluzakladatelem uměleckého spolku Devětsil. Zabýval se literární, výtvarnou a divadelní kritikou. Fotografické oddělení řídil akademický malíř Jano Šrámek, žák Maxe Švabinského, dlouholetý fotograf T. G. Masaryka, který obohatil fotoarchiv ČTK o velký počet vzácných snímků.

Roku 1930 se ČTK přestěhovala do nové budovy v dnešní Opletalově ulici, v níž sídlil také tiskový odbor prezidia ministerské rady. Tou dobou se organizační struktura agentury skládala z české a německé redakce politického zpravodajství, redakce pro obsluhu odboček a zpravodajství z Národního shromáždění, redakce rozhlasových zpráv, sportovního oddělení, dvou obrázkových oddělení, komerčního zpravodajství – Pragoradio, inzertního oddělení a oddělení pro příjem radiotelegrafických zpráv. Doručování zpráv pražským redakcím usnadnila potrubní pošta, která nahradila redakční posílčky. Potrubní poštu používala ČTK pro příležitostnou distribuci svých materiálů až do přelomu osmdesátých a devadesátých let XX. století.

Ve 30. letech XX. století měla ČTK své zpravodaje v Paříži, Berlíně, Římě, Krakově, Vídni, Bělehradě, Záhřebu, Bukurešti a v Sofii. Posílala zvláštní zpravodaje na zasedání Společnosti národů do Ženevy a na další mezinárodní konference a sportovní události. Odbočky ČTK v ČSR se nacházely ve městech Brno, Moravská Ostrava, Plzeň, Ústí nad Labem, Liberec, Olomouc, Bratislava, Karlovy Vary, Teplice, Košice a Užhorod. V Mariánských Lázních byla sezonní

filiálka pro šíření burzovních zpráv. Také některé stálé odbočky se specializovaly na komerční a burzovní zprávy (např. Karlovy Vary, Ústí nad Labem, Liberec a Ostrava). Radiofonická transmise byla ve třicátých letech XX. století postupně nahrazována jiskrovým dálkopisem systému Hell, který bylo možno přijímat i v Užhorodě.

V polovině 30. let XX. století vznikl základ archivu, texty však byly pouze zakládány a nikterak se nezpracovávaly. Archiv ovšem shořel při požáru budovy ČTK za květnového povstání v roce 1945.

O několik let později zahájila ČTK pravidelné vysílání politického zpravodajství do zahraničí, které směřovalo především do francouzské agentury Havas a polské PAP. „Vedení ČTK nabralo ve druhé polovině 30. let pravicový politický kurz, ale navzdory rozšířeným obavám nepodlehlo v předmnichovském období kapitulantským náladám.“⁵

V říjnu 1938, v prvním období vyhlášení autonomie Slovenska, přijala bratislavská redakce ČTK název Slovenská tlačová kancelária (STK) a po 14. březnu 1939, po vyhlášení samostatné Slovenské republiky, se STK v Bratislavě zcela osamostatnila.

Roku 1939 se fotooddělení ČTK přestěhovalo i se svým archivem na Schwerinovu třídu (dnešní Vinohradská ulice). Díky tomu nebyl fotoarchiv při požáru budovy v dnešní Opletalově ulici roku 1945 zničen. Po květnovém povstání tohoto roku se fotooddělení vrátilo zpět do sídla ČTK.

Po okupaci Německem a vytvoření protektorátu Čechy a Morava se v březnu 1939 v budově ČTK usídlila prozatímní německá služebna pro tisk. V srpnu budovu ČTK obsadila nacistická vojenská policie a všechna oddělení byla podřízena tiskovému odboru v kulturně-politickém oddělení úřadu říšského protektora. Už v březnu 1939 vznikla ilegální organizace tzv. tiskových důvěrníků, referentů

⁵ STEJSKAL J., *Četka slaví devadesátiny*. ČTK, 2008 s. 9

pracujících při okresních úřadech. Na ni navazovala činnost ČTK, tehdy pod vedením šéfredaktora Arnošta Bareše. Shromážděné informace hospodářského, politického i vojenského charakteru byly určeny domácímu i zahraničnímu odboji, do něhož se zapojili rovněž zpravodajové ČTK v Paříži, Římě, Londýně, Sofii a Bělehradě. Exilová ČTK působila za druhé světové války v Londýně a v New Yorku. Později měla telegrafické spojení s Blízkým východem, Indií, Dálným východem, Austrálií, Novým Zélandem a Jižní Amerikou. Jejím hlavním cílem bylo informovat svět o událostech na území okupovaného Československa a o působnosti československé protifašistické emigrace.

V letech 1939–1945 bylo na příkaz šéfa nacistického tiskového odboru Wolfganga Wolframa von Wolmara zastaveno vysílání ČTK do ciziny. Rozhlasové redakci bylo zakázáno hlášení zpráv a za druhé světové války neměla ČTK ani obrazové zpravodajství. Zahraniční zpravodajství vycházelo z německé agentury DNB (Deutsches Nachrichten Büro), zdrojem domácího byla sdělení nacistických úřadů a protektorátní vlády. Cenzuře nepodléhalo pouze kulturní zpravodajství.

V období protektorátu nesměli v ČTK pracovat Židé ani zaměstnanci ze smíšených manželství. Kvůli ilegální protinacistické činnosti byli odsouzeni k trestu smrti také někteří zaměstnanci, jako například Zdeněk Schmoranz, Josef Vajs, Osvald Svoboda a další. Někteří byli umučeni v koncentračních táborech. V revolučních dnech Květnového povstání 1945 se agenturní pracovníci zmocnili budovy ČTK a zajali nacistické úředníky.

Osmého května 1945 vypukl v budově požár „a příčiny požáru jsou dodnes zahaleny tajemstvím. Verzi leteckého bombardování či ostřelování z nedalekého Petschkova paláce, který do poslední chvíle

drželi nacisté, doplňuje domněnka o politicky motivovaném žhářství.“⁶ Oheň byl pro ČTK ničivý natolik, že agentura nemohla nadále v budově působit. Zcela zničen byl slovní archiv. Fotoarchiv byl díky přestěhování obrázkové redakce roku 1939 na Schwerinovu třídu (dnes ulice Vinohradská) zachován.

Vlivem tragických událostí se agentura po květnu 1945 dostala do velmi složité situace, protože postrádala technické zázemí. Několikrát proto změnila svoje působiště – sídlila v Melantrichu na Václavském náměstí, v Orbisu na Vinohradech a v budově Svazu novinářů na Vinohradské třídě.

Budova v Opletalově ulici byla opravena a ČTK se do ní v závěru roku 1947 opět vrátila. Začala se utvářet domácí redakce, která před válkou v podstatě neexistovala. Zprávy z domova se omezovaly na reprodukování oficiálních zpráv.

V únoru 1948 byl v ČTK zřízen akční výbor Národní fronty, který podpořil usnesení sjezdu závodních rad a připojil se k manifestační stávce na podporu komunistických požadavků. Výbor provedl kádrové a administrativní kroky a zaměstnanci písemně podpořili komunistickou Gottwaldovu vládu. Tehdejší šéfredaktor Karel Kraus, který byl národním socialistou, dal 13. února 1948 k dispozici svou funkci a na jeho pozici nastoupil komunista Zdeněk Hruša. „Agentura je formálně podřízena vládě, fakticky ji ale řídí ústřední výbor Komunistické strany Československa.“⁷ Od roku 1950 do roku 1951 rozhodoval o vydání každé zprávy politického charakteru sekretariát.

V roce 1948 začala fungovat dokumentační redakce, vydávající souhrnné materiály k výročím či aktuálním tématům. Sice se o čtyři roky později rozdělila na domácí archiv připojený k domácí redakci

⁶ STEJSKAL J., *Četka slaví devadesátiny*. ČTK, 2008 s. 10

⁷ ČTK, *Historie* [online] [cit 2009-13-12] Dostupné z WWW: <http://www.ctlk.cz/o_ctlk/historie/>

a zahraniční archiv působící při zahraniční redakci, ale obě části se opět v roce 1964 spojily v dokumentační redakci. Ke své publikační činnosti využívala zpravodajství a další materiály. Tato redakce funguje dodnes.

V roce 1949 měla ČTK krajské redakce v 19 krajích republiky a od roku 1950 se začlenila do struktury ČTK také redakce Pragopress (dřívější Centropress). Na Slovensku vznikl později Slovakopress. Úlohou zmíněných redakcí byla propagace Československa do zahraničí (v roce 1977 úkol převzala agentura Orbis).

Počátkem padesátých let se ČTK sloučila se Zpravodajskou agenturou Slovenska (ZAS) a společně vytvořily celostátní agenturu ČTK.

V roce 1953 měla agentura pouze dva zahraniční zpravodaje, ale od ledna 1954 bylo založeno speciální pracoviště na monitorování vysílání zahraničních rádiových stanic (kromě jiných i BBC, Hlasu Ameriky a Rádia Svobodná Evropa). Rozhlasové zpravodajství bylo přepisováno a poskytováno okruhu odběratelů.

Událostí roku 1956 bylo vyčlenění ČTK z působnosti ministerstva kultury a přeměna na rozpočtovou organizaci, která byla podřízena předsednictvu tehdejší vlády. Téhož roku ČTK započala pravidelný radiodálnopisný příjem zahraničních tiskových agentur. Dva roky poté se dálnopisem pravidelně zasílalo zpravodajství všem redakcím československých deníků, televize a rozhlasu, a to i s českou diakritikou (v březnu 1959 ČTK poprvé využila dálnopis pro zasílání zpráv přímo z místa konání pražského mistrovství světa v hokeji).

„V květnu 1958 se v Praze na Václavském náměstí rozsvěcují světelné noviny ČTK. Brzy se však okoukaly a malý zájem veřejnosti nevyvážil velké náklady na jejich provoz.“⁸

Ve druhé polovině 50. let bylo exportní zpravodajství zasíláno na Dálný východ a do Latinské Ameriky, o něco později také do Afriky.

Telefotní systém umožňoval, aby od r. 1959 agentura zahájila dálkový přenos fotografií.

ČTK založila v roce 1961 Mezinárodní školu agenturního novinářství a techniky, v níž školila posluchače především z rozvojových zemí.

V roce 1963 vzniklo nakladatelství ČTK Pressfoto (v období 1992–93 byl ředitelem Pressfota Milan Stibral, pozdější generální ředitel), které mělo monopolní postavení na trhu pohlednic. Ve stejném roce byla založena i reklamní agentura Made in.../Publicity/ s mnohaletým monopolem na propagaci zahraničních výrobků a služeb v Československu. Činnost reklamní agentury byla ukončena v roce 1992.

Roku 1964 začala ČTK vydávat úspěšný časopis 100+1 zahraniční zajímavost, který byl v 70. a 80. letech jedním z českých nejvýznamnějších titulů. V 90. letech však tento časopis své prestižní postavení na trhu ztratil a roku 1994 ČTK jeho většinový podíl při vydávání prodala.

Od 1. ledna 1965 byla zahájena činnost redakce hospodářských zpráv ze zahraničí, která vydávala týdenní bulletin Hospodářské informace ze zahraničí (HIZZ). Později přibýly další bulletiny s ekonomickou tematikou. Dálnopisným zpravodajstvím Četkom

⁸ RICHTER, J., DOLEŽAL, M. A KOL. *ČTK včera, dnes a zítra*. Praha : Česká tisková kancelář, 1998 s. 14

vydávala ČTK operativní cenové a tržní informace ze zahraničních agentur pro domácí klienty z hospodářské sféry.

V červnu 1965 byl spuštěn dálkopisný okruh Praha–Paříž–Londýn a v srpnu téhož roku okruh Praha–New York–Washington. Bylo tak umožněno nepřetržité spojení se zpravodaji ČTK v těchto městech.

Od roku 1965 (až do 1990) se stala pražská ČTK centrálou Photo International (PI), fotosítě tiskových agentur komunistických zemí opírající se o existenci telefotočního okruhu se stálými linkami mezi Prahou, Berlínem, Moskvou, Varšavou a Budapeští, nestálými se Sofií, Bělehradem a Bukureští a s rádiovým spojením z Hanoje, Havany a Ulánbátaru.

Od 1. ledna 1966 vstoupil v platnost zákon č. 123/65 Sb., o ČTK. Ten agenturu vymezil jako zpravodajský orgán ČSSR (postavení a působnost ČTK na Slovensku upravoval zákon 135/65 Sb.). Ve stejném roce dosáhla ČTK vyrovnaného rozpočtu díky vedlejším nezpravodajským aktivitám Pressfota a agentury Made in.../Publicity/. Ještě o dva roky dříve dostávala ČTK státní dotace.

Rokem 1967 se agentura stala příspěvkovou organizací a zaměstnávala okolo 1100 lidí.

Události srpna 1968 se projeví i v ČTK. Dne 20. srpna 1968 krátce před půlnocí nesplnil noční redaktor Jaroslav Lažanský příkaz tehdejšího ředitele ČTK Miroslava Sulka vydat text tzv. žádosti nejmenovaných členů ÚV KSČ a některých ústavních činitelů o poskytnutí sovětské vojenské pomoci proti kontrarevolučním silám. Tento zvací dopis vydala až následující den agentura TASS z Moskvy.⁹ Jednadvacátého srpna ČTK celý den informovala domácí i zahraniční odběratele zpravodajství o okupaci Československa vojsky zemí

⁹ RICHTER, J., DOLEŽAL, M. A KOL. *ČTK včera, dnes a zítra*. Praha : Česká tisková kancelář, 1998, s. 16

Varšavské smlouvy. „Když o půlnoci do budovy ČTK v Praze vtrhli sovětští vojáci, stačili ještě redaktoři vyslat do světa dramatickou zprávu o obsazení ČTK a varovat tak odběratele, že následující zpravodajství už nebude objektivní.“¹⁰ Další den redaktoři navázali spojení s redakcemi novin, rozhlasu, televize i se zahraničními agenturami a vydávali letáky Svobodná ČTK hlásí, které měly podtitulek Okupanti ven, svobodu Československu. Letáky byly šířeny po celé Praze. Krajské odbočky fungovaly v bytech a po světě šířily zprávy o okupovaném Československu. Četní zahraniční zpravodajové a fotoreportéři ČTK pořídili stovky dokumentárních fotografií. Agentura se do své značně poničené budovy vrátila až po několika týdnech.

Od 1. prosince 1969 nastoupil do funkce ústředního ředitele ČTK Otakar Svěřčina. Jedním z jeho prvních kroků byla výměna vedení redakcí. Ti zaměstnanci, kteří se angažovali při událostech pražského jara 1968, byli z ČTK propuštěni. Ve zpravodajství se prosazovala tzv. politika konsolidace a normalizace. Důsledkem toho se během následujících let nezveřejňovaly například informace o protirežimní opozici, o reálném hospodářském, společenském a duchovním vývoji země, o ekologických i mnohých jiných problémech země a důvodech mezinárodněpolitického vývoje.

V 70. letech XX. století měla ČTK v zahraničí už 40 stálých zpravodajů a spolupracovala s 62 tiskovými agenturami, institucemi, tiskovými tituly a úřady. V Československu byla mezi prvními firmami, které začaly používat počítače, a patrně jako první do nich implementovala češtinu. „Komputerizace se v ČTK odbývala z velké části svépomocí, ale díky ní zvládla agentura jak rychlý příchod moderních komunikačních technologií, tak i pozdější nástup

¹⁰ RICHTER, J., DOLEŽAL, M. A KOL. *ČTK včera, dnes a zítra*. Praha : Česká tisková kancelář, 1998, s. 16

internetu.“¹¹ Na nový systém Intel přešly postupně všechny hlavní zpravodajské redakce (do té doby se používaly pouze dálnopisy).

Začátkem 80. let se zahraniční zpravodajství dělilo do čtyř skupin. Běžné bylo získáno na základě informací západních agentur a tisku a bylo určeno ke zveřejnění v médiích. Další skupinou bylo neveřejné zahraniční zpravodajství, pouze pro malý okruh stranických a státních činitelů. Třetí oblastí bylo tzv. zvláštní zpravodajství pro informaci šéfredaktorů a poslední skupinu tvořilo „zvláštní tajné zpravodajství“ pro vyhrazený okruh špiček KSČ. Tyto informace do zpravodajského servisu pro veřejnost ČTK zařazovat nesměla. (Po listopadu 1989 však tuto praxi ČTK opustila.)

„Zpravodajská rutina sedmdesátých a osmdesátých let přinesla zdokonalení systému důvěrného zpravodajství, pevnější řízení shora, soustavná partajní školení, často i zaměstnaneckou šikanu.“¹²

Ve druhé polovině 80. let se začala budovat databanka zpravodajských informací (zkušební provoz byl spuštěn v listopadu 1987). Její první databázi byly Aktuality (aktuální informace ze servisu ČTK), od roku 1988 pak následovaly databáze Fond (kompletní zpravodajská produkce ČTK daného kalendářního roku), dokumentační databáze Země (faktografická data o všech zemích světa) a následovaly další. V současné době jsou tyto databáze zdrojem pro získání faktů, souvislostí a událostí z dějin i současnosti.

Sedmnáctý listopad 1989 přinesl stejně jako do ostatních médií vlnu odporu proti fyzické i duchovní represi ze strany tehdejšího režimu. Na redakčních poradách se tvrdě kritizoval policejní zásah proti demonstrantům na Národní třídě. Dvacátého listopadu se většina zaměstnanců agentury přidala ke stávkujícím studentům. Zpravodajství otevřeně informovalo o činnosti Občanského fóra a „agentura začala

¹¹ STEJSKAL J., *Četka slaví devadesátiny*. ČTK, 2008 s. 13

¹² STEJSKAL J., *Četka slaví devadesátiny*. ČTK, 2008 s. 10

usilovat o nezávislé a nestranné zpravodajství. Zahájila tím přerod v moderní národní tiskovou agenturu, která svoji činnost pojmá především jako službu zákazníkům.“¹³

V roce 1990 byl do funkce ústředního ředitele ČTK jmenován Petr Uhl a všichni vedoucí pracovníci, redaktoři a zpravodajové agentury prošli lustracemi. V důsledku toho opustila agenturu řada zaměstnanců, kteří v předcházejících letech spolupracovali s komunistickou tajnou policií StB.

Jedenáctého dubna 1990 se v ČTK zahájilo vydávání různých zpráv za úplatu. Veřejná informační služba (VIS) byla určena k publikování textů nekomerční povahy. Od 1. listopadu 1995 byla VIS rozšířena o službu VISKOM a v rámci této služby v podstatě ČTK pronajímala své spojové linky ke zveřejňování komerčních sdělení.

V roce 1991 vznikla z reprografické základny akciová společnost Repro, z níž ČTK vlastnila 62 procenta. Tiskárna sídlila až donedávna v další budově v Praze na Zahradním Městě v Žirovnické ulici. Finanční ztráta přinutila vedení ČTK, aby činnost firmy v roce 2009 zastavila.

Dvacátého šestého srpna 1991 začalo v ČTK vysílat Rádio Plus. Rozhlasová stanice se zaměřovala zejména na zpravodajství ČTK a byla založena spolu s francouzským Radio France International. Nově přijatý zákon o ČTK z roku 1992 však rozhlasové a televizní vysílání agentuře zakázal, a tak tato dvojjazyčná stanice musela svou činnost ukončit.

Prvního října 1991 byl zákon o ČTK č. 310/91 Sb. novelizován, čímž byla změněna dosavadní historická značka ČTK na ČSTK. Na Slovensku se však tato zkratka používala už od roku 1969.

¹³ OSVALDOVÁ B., HALADA J. a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha : Libri, 2007, s. 45 ISBN 978-80-7277-266-7

V dubnu 1992 vstoupil v platnost zákon o Československé tiskové kanceláři Slovenské republiky, který schválila Národní rada Slovenské republiky. Slovenská část agentury začala používat zkratku TK SR a od listopadu 1992 působila pod novým názvem Tisková agentura SR Slovakia – zprávy vydávala pod značkou TASR.

Únor 1992 přinesl spuštění nového počítačového redakčního systému Typlan, který byl zásadní změnou v organizaci zpravodajské práce. Redakce slovního zpravodajství se začlenily do jednotného celku. Běžným agenturním servisem se stalo ekonomické zpravodajství, které zahrnovalo i vlastní domácí podnikové informace.

Patnáctého listopadu 1992 vznikla na základě zákona č. 517/92 Česká tisková kancelář a 20. listopadu 1992 se vrátila k historické značce ČTK, kterou opět začala signovat své zpravodajství. Dvacátého listopadu téhož roku v souvislosti s rozdělením Československa se delimitačním protokolem mezi ČTK a TASR vymezilo vlastnictví majetku. Na Českou tiskovou kancelář připadly dvě třetiny majetku ČTK v zahraničí a veškerý majetek na území ČR. Tiskové agentuře SR byl převeden majetek na území Slovenska. Záhy se objevily první úvahy o privatizaci ČTK, které stále i v současné době pokračují. Přestože se přeměnou agentury nejednou zabývaly parlamentní orgány, vláda i ministerstva privatizace a kultury, ČTK nadále zůstává nestátní veřejnoprávní institucí.

V létě 1992 se v ČTK zavedl nový produkt: infografika. Přestože se různé mapky a schémata publikovaly v novinách mnohem dříve – už na konci 19. století, neexistují zatím žádné „důkazy o tom, že by se grafické produkci ČTK ve svém obrazovém zpravodajství vážněji věnovala“.¹⁴ Grafy a mapky popisující konkrétní události a ekonomické

¹⁴ STEJSKAL J. *Zprávy z českého století. Tiskové agentury a česká společnost 1848-1948* : Triton, 2008, s.123. ISBN 978-80-170-3

nebo společenské jevy svým odběratelům začala ČTK posílat až od r. 1992.

V prosinci 1992 se instaloval prvnímu klientovi (Hanácké noviny v Olomouci) systém pro příjem zpravodajství satelitem. Do té doby se přenos uskutečňoval pouze po pevných linkách. (V prosinci roku 2009 bylo 33 satelitních odběratelů, z České republiky, ze Slovenska i Anglie.)

Rozdělením republiky v roce 1992 zanikla také Československá tisková kancelář. Značka ČTK na rozdíl od veřejnoprávního Čs. rozhlasu a Čs. televize nemusela být změněna.

V březnu 1993 byla Poslaneckou sněmovnou zvolena sedmičlenná Rada ČTK, která kontroluje činnost agentury a volí generálního ředitele.

V létě téhož roku zahájila obrazová redakce digitální zpracování svého fotoservisu a půl roku poté už uskutečnila první přenos fotografií satelitem k odběratelům. V září 1994 poprvé odeslal fotoreportér ČTK fotografii přímo z místa reportáže a v březnu 1995 začínaly vysílat digitální barevné fotografie krajské pobočky ČTK do pražské centrály.

V březnu 1995 ČTK prvně spustila svoji webovou stránku (<http://www.ctknews.com>), kterou nejprve spravoval newyorský zpravodaj ČTK. Obsahovala souhrnné zpravodajství v angličtině o České republice a Slovensku. V současné době má <http://www.ctk.cz> vysokou informační a grafickou úroveň a měsíční návštěvnost 40 tisíc, navíc neobvykle vysoké hodnocení kvality stránky internetových vyhledavačů.

Od podzimu 1995 začala ČTK shromažďovat ve své databance elektronickou podobu českých novin a časopisů a přepisy zpravodajských a publicistických televizních a rozhlasových pořadů.

Od roku 1996 přestala být státem dotovanou institucí (v roce 1995 agentura získala dotaci 16 milionů Kč, v roce 1994 dotace dosáhla dokonce 44 milionů Kč). Veškeré své náklady až do současnosti hradí ze svých obchodních aktivit.

Dne 14. července 1996 byly spuštěny internetové České noviny (<http://ctk.ceskenoviny.cz>), které od té doby fungují dodnes (<http://www.ceskenoviny.cz>). Provozuje je v současné době spolu se Sportovními (<http://www.sportovninoviny.cz>) a Finančními novinami (<http://www.financninoviny.cz>) dceřiná společnost Neris.

Prvního dubna 1997 byla klientům zpřístupněna digitální databanka fotografií, kde jsou od té doby uloženy již tisíce fotografií. Postupně se do ní ukládají i archivní fotografie převedené do digitální podoby.

Databanku slovního zpravodajství (Infobanka) spustila ČTK 1. září 1997. Byly v ní zahrnuty všechny typy textového zpravodajství – domácí, zahraniční, ekonomické a sportovní, v češtině i angličtině, dokumentační databáze, dále elektronická podoba českých novin a přepisy televizních i rozhlasových zpravodajských relací. Později byla do Infobanky zařazena i digitální databanka fotografií, později infografika i zvukové zpravodajství. Tento významný zdroj, se kterým pracuje spousta klientů ČTK, je dostupný z webové stránky <http://www.ctk.cz>.

Od září 1997 se ČTK stala padesátiprocentním vlastníkem společnosti Newton IT. Tato společnost se díky spojení s ČTK stala provozovatelem největší digitální databáze periodického tisku v ČR a mezi její služby patří především monitoring médií. V roce 1999 byla založena dceřiná společnost Neris, která se zaměřovala na služby pro internet a média, a v témže roce ČTK koupila ještě agenturu ČEKIA, poskytovatele ekonomických informací o firmách. Společně

s Newtonem IT tak vznikla skupina firem ČTK, která společně fungovala bezmála 10 let.

Začátkem roku 1999 byla zrušena služba VIS a VISKOM a zavedena nová služba Protext, která umožnila distribuci tiskových oznámení komerčního i nekomerčního charakteru. Služba funguje dodnes a je partnerem mnoha zahraničních agentur, které provozují podobnou službu ve svých zemích.

„Počátek nového století byl v Četce spojen s velkorysou multimedializací.“¹⁵ V roce 2000 zavedla ČTK pro své rozhlasové odběratele zvukový servis. V terénu pořizované zvukové nahrávky, které původně sloužily jako podklad pro přepis tiskové zprávy, byly poskytnuty rádiím jako další placený produkt.

Od roku 2003 byl v ČTK vyvíjen složitý Multimediální redakční systém (MRS), který umožnil v rámci jedné události provázat text, zvuk, fotografie a grafy. V provozu je od roku 2006 a z hlediska práce redaktorů jde o největší změnu od poloviny devadesátých let. MRS patří k nejvyspělejším v agenturním světě a projevují o něj zájem i zahraniční tiskové agentury. Technický ředitel ČTK za něj obdržel cenu od Evropské aliance tiskových agentur.

V roce 2005 ČTK prodala svoji dceřinou společnost ČEKIA, nadále však s ní spolupracuje např. v rámci služby Prodata – databáze českých firem a ČEKIA využívá pro tvorbu Prodat ekonomické zpravodajství ČTK. Následující rok agentura ČTK prodala i podíl ve společnosti Newton IT.

Od 1. července 2006 rozšířila ČTK svou nabídku o zpravodajské video. Videozpravodajství je určeno analogovým i digitálním televizním

¹⁵ STEJSKAL, J., *Četka slaví devadesátiny*. ČTK, 2008 s. 14

stanicím, internetovým zpravodajským serverům a tuzemským i zahraničním mobilním operátorům.

V roce 2008 změnila ČTK jednotný vizuální styl a po desítkách let bylo upraveno logo ČTK – známá značka zeměkoule byla zjednodušena a graficky upravena.

Událostí roku 2009 byla volba generálního ředitele. Tehdejší ředitel Milan Stibral, který stál v čele agentury od roku 1993, podal svoji rezignaci Radě ČTK. Ta vyhlásila v červnu výběrové řízení, kterého se zúčastnili kromě jiných Jiří Majstr a Radim Hreha. Přes očekávané vítězství Jiřího Majstra se vítězem tendru stal Radim Hreha. Volba vyvolala vlnu negativních reakcí z řad médií proti rozhodnutí rady. Následné dění ČTK konstatovala krátkou zprávou ze 17. září: *„Generální ředitel ČTK Milan Stibral bude ve funkci pokračovat. Jeho rezignace je podle Rady ČTK neplatná a on sám ji vzal navíc zpět. Radim Hreha, kterého radní zvolili 20. srpna, tedy ředitelem od října nebude, jelikož jeho zvolení dnes rada zrušila. Stibral hodlá zůstat ve funkci do konce svého volebního období – tedy do roku 2011. Vyplývá to z usnesení Rady ČTK.“*¹⁶

Především v průběhu posledních dvanácti let se ČTK snaží zaměřovat na multimediálnost a maximálně vyhovět požadavkům svých klientů, které ovlivnila celosvětová krize. V roce 2010 agentura procházela nelehkým obdobím, způsobeným nezbytnými úsporami a potřebou zvyšování produktivity práce. Pro ČTK je však nadále prvořadé, že „pracuje jako politicky i ekonomicky nezávislá zpravodajská agentura“¹⁷.

¹⁶ Infobanka ČTK, *Generálním ředitelem ČTK zůstane Milan Stibral* [online] [cit 2011-13-12] Dostupné z WWW: <<http://ib.ctk.cz/Infobanka/>>

¹⁷ ČTK, *Historie* [online] [cit 2009-13-12] Dostupné z WWW: <http://www.ctk.cz/o_ctk/historie/>

Od 1. září 2010 byla po dlouhých přípravách integrována dceřiná společnost Neris do ČTK. Integrace s sebou přinesla propuštění části zaměstnanců a velké účetní změny. Z bývalé Neris se stalo oddělení ČTK s názvem ČTK Online a nadále mají jeho lidé na starosti provozování zpravodajského portálu České noviny.cz a online služby.

V lednu 2011 Rada ČTK vyhlásila další výběrové řízení na nového generálního ředitele. Stávající ředitel Milan Stibral předal radě i ČTK svoji rezignaci k 9. červnu 2011 tak, jak se očekávalo, protože již v roce 2009 rada schválila záměr nynějšího generálního ředitele v červnu 2011 z čela agentury odejít a v březnu 2011 jmenovala po jednomyslném hlasování nového kandidáta na tuto funkci Jiřího Majstra.

2. Zákon č. 517/1992 Sb., o ČTK

2.1 Vznik a vývoj zákona

Zákon č. 517/1992 Sb., o ČTK, České národní rady vstoupil v platnost 15. listopadu 1991. Tímto dnem byla založena česká národní tisková agentura de iure, de facto vznikla po delimitaci majetku a činností federální Československé tiskové kanceláře (ČSTK), k níž došlo v závěru roku 1991. Zákon od samého začátku předpokládal, že ČTK bude v brzké době privatizována. Vznikl tedy v podstatě provizorně.

V březnu roku 1993 byla zvolena kompletní sedmičlenná Rada ČTK, která měla (a stále má) uplatňovat právo veřejnosti na kontrolu ČTK. Jejími prvními členy byly Josef Vohryzek, Přemysl Wiesner, Zdeňka Hůlová, Zdeněk Zukal, Jiří Ješ, Milan Buben a Marie Hůlková.

Na rozdíl od zákonů o České televizi či Českém rozhlase nebyl zákon o ČTK jako jediný z právních norem o veřejnoprávních institucích ČR novelizován. Pouze jednou se vedly hlubší diskuse o novele zákona o ČTK, a to v roce 1995. Tehdejší vláda uložila ministru Pavlu Tigridovi v lednu 1995 přípravu novelizace zákona o ČTK poté, kdy se ČTK stala terčem kritiky ODS a premiéra Václava Klause, že redakčně upravuje informace z oficiálních zdrojů a nevydává je v plném znění (pozn.: Spor o redakční úpravy propukl poté, co ČTK zpracovala prohlášení ředitele BIS Stanislava Devátého.). Novela zákona měla ČTK uložit povinnost publikovat originální znění dokumentů. Proti takovému návrhu se však zdvihla vlna kritiky z politických kruhů, zahraničních tiskových agentur, Unie vydavatelů denního tisku a především samotné ČTK. Agentura povinnost zveřejňování dokumentů v plném znění odmítla s odkazem na běžná agenturní pravidla. Významné dokumenty vydává, ovšem pouze na základě potřeb svých odběratelů. Vedení agentury vyslovalo

názor, že servis ČTK má vycházet z potřeb sdělovacích prostředků, nikoliv politiků.

Od této novely se ve výsledku upustilo a do dnešního dne k jiným úpravám zákona č. 517/1992 Sb., o ČTK, nedošlo.

2.2 Rozbor zákona

Odstavce paragrafu 1 vymezují právní subjektivitu ČTK a její postavení vůči státu.

V paragrafu 2 je charakterizováno hlavní poslání ČTK a obsah jejího zpravodajství. Tato skutečnost je už poněkud zastaralá, protože obsahem agenturního servisu už nejsou pouze texty a fotografie, ale další typy servisů, které dnes ČTK činí multimediální agenturou. Sporná záležitost ve věci objektivity a všestrannosti informací může nastat tehdy, pokud by někdo posuzoval placené zprávy, vydané jinými zadavateli přes komerční službu Protext, za sdělení ČTK. Agentura však tento produkt striktně odlišuje od vlastního zpravodajství nejen značkou Protext, ale také dovětkem pod každou takto vydanou zprávou, v němž je uvedeno, že zpráva není součástí servisu ČTK a za obsah nese plnou zodpovědnost zadavatel textu. Ačkoliv je tento PR servis od zpravodajství jasně odlišen, je vždy pod dohledem vydávajících redaktorů. Vydání sporných zpráv, které by nějakým způsobem poškodily dobré jméno ČTK či dokonce porušily zákon, má redakce právo zastavit.

V paragrafu 3, umožňuje odstavec 3, aby ČTK vykonávala další podnikatelské aktivity. Aktuální zápis v živnostenském rejstříku uvádí u ČTK takových aktivit hned několik. Např. realitní činnost (ČTK pronajímá kanceláře ve svých budovách aj.), mimoškolní výchova a vzdělávání, pořádání kurzů, školení, vč. lektorské činnosti

(v působnosti Akademie ČTK), fotografické služby či poskytování software a mnohé jiné aktivity. Odstavec 4 zakazuje ČTK provozování rozhlasového a televizního vysílání. Do zákona byl uvedený zákaz zanesen patrně proto, aby tato veřejnoprávní instituce nekonkurovala veřejnoprávním ČT a ČRo. Následkem toho musela ČTK roku 1992 zastavit provozování svého Radia PLUS, které vysílalo pouhých 127 dní. Bylo společným projektem ČTK a francouzské státní rozhlasové stanice Radio France Internationale (podle tehdejších průzkumů sledovanosti zaujímal mezi novými stanicemi v Praze čtvrté až páté místo).

Paragrafy 4 až 8 se týkají Rady ČTK, což je sedmičlenný orgán, zřízený zákonem pro uplatňování práva veřejnosti na kontrolu tiskové kanceláře. Do její kompetence patří především dohled nad důsledným plněním poslání ČTK a rozhodování o stížnostech týkajících se činnosti tiskové kanceláře. Rada dále plní funkci dozorčího orgánu, jmenuje a odvolává generálního ředitele, schvaluje rozpočet a závěrečný účet a na návrh generálního ředitele schvaluje statut agentury. V případě, že jsou ČTK poskytnuty dotace ze státního rozpočtu, kontroluje rada jejich využití. Od roku 1996 však ČTK přestala být státem dotovanou institucí (pozn.: V roce 1995 agentura získala dotaci 16 milionů Kč, v roce 1994 dotace dosáhla dokonce 44 milionů Kč). Veškeré své náklady hradí ze svých obchodních aktivit. Členové rady jsou voleni Poslaneckou sněmovnou na dobu pěti let, a to maximálně na dvě po sobě jdoucí období. Poslanecké sněmovně předkládá rada každoročně zprávu o činnosti a hospodaření ČTK (výroční zprávy ČTK jsou veřejně dostupné na <http://www.ctk.cz>). Člen Rady ČTK nesmí být poslancem, ministrem nebo náměstkem ministra, nesmí mít žádnou funkci v politické straně ani nesmí působit ve prospěch politické strany, čímž má být zajištěna jeho politická nezávislost. Otázkou je, zda taková nezávislost skutečně existuje, pakliže jsou členové navrhováni a voleni právě politickými stranami. Zákonem je také dáno, za jakých podmínek jsou členové rady odvolatelní. Radu tvoří k 1. 3. 2012 pouze čtyři

členové: předsedou je Ondřej Ševčík, místopředsedové Jiří Borík a Vladimír Cisár, členem je Eleanore Rasmussenová.

Paragraf 9 je věnován podmínkám funkce generálního ředitele ČTK, jeho jmenování a odvolání.

Paragraf 10 charakterizuje, z jakých zdrojů získává ČTK své příjmy, a uvádí také možnost získání účelové dotace ze státního rozpočtu ČR. ČTK od roku 1996 dotace nepobírá. Vzhledem k tomu, že zákon ukládá ČTK udržovat síť zahraničních zpravodajů, požádal generální ředitel v roce 2010 poprvé po 15 letech ministerstvo financí o zařazení dotace do návrhu státního rozpočtu na síť zahraničních odboček ve výši deset milionů korun. Protože však byla ČTK tato dotace zamítnuta, musela být z úsporných důvodů zrušena pařížská odbočka agentury, která byla shledána jako nejméně nepostradatelnou zahraniční odbočkou.

Paragrafy 11 až 13 se týkají návaznosti na předchozí platné právní normy a kompetence pro řízení ČTK do doby, než byl zvolen první generální ředitel od termínu platnosti zákona 517/1992 Sb.

2.3 Dovolání členů rady a volba generálního ředitele ČTK

Radě ČTK chybí šestý i sedmý člen. Miroslavě Moučkové vypršel v březnu 2011 mandát a již v srpnu 2010 odstoupil Jan Bohdal, který kritizoval radu po nezvolení Radima Hrehy generálním ředitelem. Tato volba se konala roku 2009 po první rezignaci generálního ředitele Milana Stibrala. Ten však svou rezignaci stáhl, zvolení Radima Hrehy bylo zrušeno a Milan Stibral pokračoval na pozici generálního ředitele až do června 2011. Radní Jan Bohdal, který hlasoval pro Radima Hrehu, kritizoval postup rady při volbě generálního ředitele, poukazoval na to, že zasedání Rady ČTK není veřejné (na rozdíl od ostatních rad veřejnoprávních médií), veřejný je pouze zápis z porady (dostupný

na <http://www.ctk.cz>) atd. Jeho záměrem bylo podnítit odvolání celé rady a obrátil se v této věci na Stálou komisi pro rozhlasové a televizní vysílání, tehdy v čele s Vítězslavem Jandákem. Projednávání v parlamentu však přerušily volby a celá situace se tím změnila. Nebylo projednáno ani odvolání rady, ani zvolení chybějící členové.

V lednu roku 2011 rada vyhlásila výběrové řízení na nového generálního ředitele. Stávající ředitel Milan Stibral předal radě i ČTK svoji v pořadí druhou rezignaci k 9. červnu 2011 tak, jak se očekávalo, protože již v roce 2009 Rada schválila záměr generálního ředitele Stibrala v červnu 2011 z čela agentury odejít. Volbu provedla 6členná rada ještě před vypršením mandátu Miroslavy Moučkové. Sudý počet členů v radě nebyl optimální, protože mohlo být hlasováno pro dva kandidáty volbou 3:3. V takovém případě by nebyl určen vítěz a muselo by být vyhlášeno výběrové řízení nové. Pokud by se nerozhodlo o vítězi a předchozí generální ředitel by již ve své funkci skončil, fakticky by vedení agentury musel převzít statutární zástupce generálního ředitele, finanční ředitel ČTK Ing. Radim Novák, MBA.

Ve volbě generálního ředitele, která proběhla v srpnu 2009 a v níž rada vybrala Radima Hrehu, vznikl spor. Jeho obsahem bylo, zda k postu generálního ředitele ČTK stačí vítězství ve výběrovém řízení, nebo je zapotřebí ještě následné jmenování do funkce. Toho také využila rada při volbě Radima Hrehy, kterého do funkce nejmenovala, výběrové řízení zrušila a Milan Stibral stáhl svoji rezignaci. Radim Hreha dosud tuto kauzu řeší soudní cestou, protože je přesvědčen, že je oficiálně generálním ředitelem ČTK.

Pro volbu generálního ředitele vznikl v průběhu roku 2011 nový volební řád, který připravila advokátní kancelář Uhlíř & Homola.

2.4 Hodnocení zákona a otázka privatizace

O otázce privatizace a s ní spojenou změnou zákona o ČTK se vedou dlouholeté diskuse na půdě Poslanecké sněmovny i uvnitř ČTK. Ačkoliv je veřejnoprávní organizací, funguje finančně nezávisle a většinou se o ní veřejně nehovoří jedním dechem vedle České televize a Českého rozhlasu. Veřejnost o ČTK málo ví, protože se na rozdíl od ČT a ČRo nezaměřuje na širokou veřejnost, ale okruhem jejích klientů jsou především hlavní česká média. Těm poskytuje svůj servis bezproblémově a média jej považují v naprosté většině za kvalitní. Petr Žantovský, mediální odborník, bývalý vedoucí katedry Sociální a mediální komunikace na Univerzitě J. A. Komenského, pro vysílání v ČRo o ČTK řekl: *„Přežívá stranou obecného zájmu, což je na jednu stranu dobře, o čem se nemluví, to funguje, na druhou stranu špatně, pod pokličkou mohou narůstat nejen potíže, ale i rozmanité nápady, jak tento v podstatě státní majetek přemístit do jiných rukou. ... Je tu v sázce tedy nejen samotná fyzická existence agentury, její majetek, hmotný i duševní, ale především její pověst a kredit. Snad ani není třeba dodávat, že právě ty poslední komodity se ve veřejné debatě o ČTK téměř vůbec nezmiňují.“*¹⁸

Vedení ČTK v čele s Milanem Stibralem považovalo už v roce 1994 za nejvhodnější právní formu, v níž by agentura mohla fungovat, privátní obchodní společnost. Zákon o ČTK je podle názoru Milana Stibrala již překonanou normou. Přesně k tomuto tématu řekl: *„Jako určité právní provizorium byl nakonec již koncipován. Obsahuje totiž ustanovení předjímající budoucí transformaci agentury.“*¹⁹ Důvodová zpráva k tomuto zákonu předpokládala privatizaci do 12 až 24 měsíců od přijetí zákona, tedy zhruba do konce roku 1994.

¹⁸ Infobanka ČTK, *Přepis vysílání ČRo ze 2. 2. 2011* [online] [cit 2011-13-12] Dostupné z WWW: <<http://ib.ctk.cz/Infobanka/>>

¹⁹ Infobanka ČTK, *Stibral: Privatizace je nejvhodnější formou transformace ČTK* [online] [cit 2011-13-12] Dostupné z WWW: <<http://ib.ctk.cz/Infobanka/>>

Názorem JUDr. Josefa Stúje, právního zástupce ČTK, je, že „za stavu, v jakém se veřejnoprávní ČTK momentálně nachází, by mohl stávající zákon nadále fungovat. Novelizace není nezbytná, avšak zákon by si ji zasloužil. Pro odpověď, jakou novelizaci by zákon potřeboval, by mohla posloužit analýza zákona o ČRo a zákona o ČT, které jsou na podobných principech a oba již několikrát novelizovány byly. Takovým porovnáním by se pak odhalila případná zastaralost zákona o ČTK.“²⁰

Odpovědí na otázku, proč se zákonem o ČTK nikdo zásadně nezabýval, je patrně to, že se stále navrácí nedořešené téma privatizace, které by situaci zákona zcela změnilo. K neřešení změn zákona přispělo také to, že ČTK není vázána na státní rozpočet žádnými dotacemi, fungovala bez potíží a nebyly vzneseny žádné podstatné námitky proti její činnosti. Téma ČTK se však začalo zmiňovat v souvislosti s volbou Radima Hrehy a později v souvislosti s finanční situací agentury.

Privatizace a s ní související změna zákona bude vyžadovat velkou politickou diskusi. Nebude jednoduché se na formě privatizace dohodnout. Bude potřeba vymezit okruh možných budoucích vlastníků – patrně by jimi měla být do značné míry sama média. Další otázkou bude, za jakou cenu a jakým způsobem by mohl být majetek agentury převeden na nové vlastníky. Šlo by jistě o nestandardní postup. Navíc vlastnictví tiskové agentury by klasickým investorům zřejmě nepřineslo velký zisk. Důkazem toho jsou soukromě podnikající tiskové agentury v minulosti či v současnosti působící agentura Mediafax, která na českém trhu navzdory svým ambicím neobstála. V neposlední řadě se vede diskuse o historické hodnotě archivu ČTK a uvažuje se o jeho vyčlenění z majetku určeného k privatizaci.

²⁰ Informace z rozhovoru s právním zástupcem ČTK JUDr. Josefem Stújem

Jde o téma vysoce komplikované a odborně náročné. Vyžaduje angažovanost ze strany poslanců, kterou však většinou přerušily změny po parlamentních volbách v roce 2010.

3. Tiskové agentury v České republice

Na českém trhu působí vedle agentury ČTK také její dva přímí konkurenti – soukromá **Česká informační agentura (ČIA)**, která se zaměřuje zejména na ekonomické zpravodajství, a **Mediafax**, soukromá plnoformátová tisková agentura. Zpravodajský servis s označením ČTI v minulosti vydávala i Česká informační společnost (ČIS), která v červenci 1997 nahradila zkrachovanou Českou tiskovou společnost (ČTI). Ta vznikla na základech již dříve zkrachované České tiskové agentury (ČTA), jež se snažila prosadit na českém informačním trhu od roku 1994. Tisková agentura, vydávající zpravodajství pod značkou ČTI, ukončila činnost v listopadu 1997.

Česká informační agentura (ČIA) se specializuje na zpravodajství z ekonomiky a trhů České republiky. Disponuje vlastním týmem ekonomických redaktorů (20 interních a 15 externích), kteří vydávají měsíčně okolo dvou tisíc zpráv. Prostřednictvím elektronických deníků, týdeníků a měsíčníků nabízí agentura svým čtenářům informace a fakta v české, anglické a německé jazykové verzi. Poskytuje také marketingové zpravodajství pro management firem. Provozuje webové stránky www.cianews.cz, kde zveřejňuje část svého zpravodajství (asi 10 procent celkové produkce). Agentura je na trhu od roku 1997. „Jako jedna z prvních agentur začala na konci devadesátých let zpracovávat vysoce kvalitní intranetová informační řešení monitoringu médií pro nejvýznamnější společnosti a věnovala se tvorbě mediálních analýz.“²¹ ČIA je řízena jednatelkou a výkonnou ředitelkou ing. Hanou Pavlišťovou.

Mediafax se profiluje jako plnoformátová tisková agentura. Nabízí médiím, firmám a státnímu sektoru textové i obrazové

²¹ ČIA.NEWS.CZ, *Z historie* [online] [cit 2012-05-09] Dostupné z WWW: <<http://www.cianews.cz/historie/>>

zpravodajství a také infografiku. Vznikla v Rumunsku v roce 1991 a na český trh vstoupila se stejným obchodním modelem v červnu 2008 s ambicí stát se hlavním konkurentem ČTK. Agentura Mediafax vydává denně průměrně 450 zpráv, které publikuje na stránkách www.mediafaxbiz.cz a www.mediafaxfoto.cz. Stejně jako ČIA publikuje část svého zpravodajství volně, a to na portálu www.mediafax.cz. „Mediafax garantuje aktuální a pravdivé informace, profesionální přístup a nestrannost.“²²

V lednu 2010 koupila agenturu, patřící do té doby rumunské společnosti Adriana Sarby, televize Nova za symbolické jedno euro. Adrian Sarbu je zároveň šéfem společnosti CME, která ovládá Novu.

Michaela Fričová, tisková mluvčí TV Nova, tehdy uvedla: „Chceme rozšířit své informační zázemí, posílit svou pozici v televizním a internetovém zpravodajství a rozšířit svoji působnost v regionech.“²³ Důvodem však byl fakt, že majitel Sarbu nechtěl nad agenturou, která se od samého počátku pohybovala v červených číslech, vyhlásit bankrot. K této transakci v komentáři *Mohla Nova nekoupit Mediafax* Jan Potůček, šéfredaktor DigiZone.cz, napsal: „Jediným pozitivem téhle transakce může být fakt, že si Nova při redukci počtu zaměstnanců bude moci jak z Mediafaxu, tak ze svého internetového oddělení ponechat jen ty nejlepší. Ale kdybychom se na tento obchod podívali jako na svatbu, pak bych opravdu chtěl slyšet odpověď Petra Dvořáka coby generálního ředitele Novy na otázku oddávajícího, zda si bere Mediafax dobrovolně.“²⁴

²² Mediafax, *O nás*, [online] [cit 2011-05-09] Dostupné z WWW: <<http://www.mediafaxbiz.cz/about.aspx>>

²³ Infobanka ČTK, *Nová tisková agentura Mediafax dnes oficiálně spustila provoz* [online] [cit 2011-05-09] Dostupné z WWW: <<http://ib.ctk.cz/Infobanka/>>

²⁴ Potůček J., *Mohla Nova nekoupit Mediafax* [online] [cit 2011-05-09] Dostupné z WWW: <<http://potucek.blog.digizone.cz/2010/01/21/mohla-nova-nekoupit-mediafax/>>

ANALYTICKÁ ČÁST

4. ČTK v současnosti

Česká tisková kancelář je veřejnoprávní instituce, jejímž posláním je poskytovat objektivní a všestranné informace pro svobodné vytváření názorů. Navzdory vzniku jiných konkurenčních agentur je ČTK v současné době největší tiskovou agenturou v České republice. Postavení a rozsah její působnosti vymezuje zákon č. 517/1992, „jehož cílem bylo podobně jako v případě Českého rozhlasu či České televize odstátnit sdělovací prostředky a učinit je nezávislými na výkonné moci“²⁵.

Generálním ředitelem je od 10. června 2011 JUDr. Jiří Majstr. V březnu téhož roku byl zvolen Radou ČTK poté, co dosavadní generální ředitel Milan Stibral oznámil svoji rezignaci (Stibral působil ve své funkci od roku 1993). Jiří Majstr je zaměstnancem ČTK už od roku 1980 a působil např. ve funkci zahraničního zpravodaje, šéfa dceřiné společnosti Neris, zástupce šéfredaktora slovního zpravodajství a náměstka generálního ředitele ČTK pro zpravodajství.

„Počet zaměstnanců k 1. říjnu 2011 činí 301, z toho je 206 redakčních pracovníků (redaktorů, zpravodajů, fotoreportérů, kameramanů...)“²⁶. Firma každoročně stav zaměstnanců snižuje.

²⁵ ŠMÍD M., TRUNEČKOVÁ L. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha : Nakladatelství Karolinum, 2009. s. 129 ISBN 978-80-246-1661-2

²⁶ Informace z rozhovoru s personalistkou ČTK paní Marií Hájkovou

(„Ke dni 31. října 2009 jejich stav činil 361, z nichž 252 tvoří redakční pracovníci“²⁷.)

Dozorčím orgánem je sedmičlenná Rada České tiskové kanceláře, volená Poslaneckou sněmovnou, do jejíž působnosti patří především dohled nad plněním poslání ČTK. „Rada dále plní úkoly vyplývající z podstaty její existence jako dozorčího orgánu svého druhu. Jmenuje a odvolává generálního ředitele, rozhoduje o stížnostech, které jsou na něj podány, schvaluje rozpočet a závěrečný účet a na návrh generálního ředitele schvaluje statut agentury. V případě, že jsou ČTK poskytnuty dotace ze státního rozpočtu, kontroluje Rada jejich využití.“²⁸

Agentura nedostává od státu dotace ani od veřejnosti koncesionářské poplatky, přestože je veřejnoprávní institucí. Jejím rozhodujícím zdrojem financování jsou výnosy z prodeje zpravodajství, pronájmů budov a poskytování dalších služeb.

Agenturní produkce ČTK je multimediální. Zahrnuje zpravodajství textové a obrazové, zvuky, videa a infografiku. Kromě toho ČTK poskytuje IT služby, jako jsou aplikace pro mobilní telefony a tablety. Obsah dalšího produktu, nazvaného PROpřehled, „tvoří krátké zprávy vybrané z aktuálního servisu ČTK a uspořádané podle témat.“²⁹ V nabídce jsou také online služby, jako je zpravodajství ve formě SMS a MMS, zpravodajství na weby, služby pro informační panely či doručování dat (např. sportovní statistiky, výsledky utkání atd.). Od roku 1999 funguje placená služba PROTEXT pro zveřejnění plného znění tiskových zpráv jiných zadavatelů. Akademie ČTK pořádá již několik let workshopy pro veřejnost o psaní tiskových zpráv, textů na web,

²⁷ KŮTKOVÁ K. *Současná produkce ČTK a její využitelnost v českých médiích*. Praha, 2010. Bakalářská práce. UJAK. Vedoucí práce Mgr. Pavel Verner

²⁸ ČTK, *Rada ČTK* [online] [cit 2011-03-10] Dostupné z WWW: <http://www.ctk.cz/o_ctk/rada_ctk/>

²⁹ ČTK, *Služby* [online] [cit 2011-03-10] Dostupné z WWW: <<http://www.ctk.cz/sluzby/proprehled/>>

fotografování a žurnalistice. ČTK nabízí internetovou reklamu na webech Českých novin a mnohé další speciální produkty. Stěžejním servisem ČTK je však zpravodajství. Jeho největší podíl tvoří zpravodajství textové a obrazové.

Organizační struktura celého zpravodajství byla od roku 2009 rozdělena na slovní zpravodajství a multimediální zpravodajství. Od 1. 12. 2011 bylo veškeré zpravodajství zase spojeno pod společný Úsek zpravodajství, do kterého jsou sloučeny všechny zpravodajské redakce včetně foto a všech médií. Nový generální ředitel provedl tuto změnu proto, „aby mělo racionální strukturu a bylo řízeno z jednoho místa“.³⁰ Úsek zpravodajství, řízený šéfredaktorem PhDr. Petrem Holubcem, zahrnuje domácí, ekonomickou, sportovní, exportní, dokumentační a magazínovou redakci, dále regionální redakci a s ní spolupracující síť odboček v České republice. Sídli ve městech Brno, České Budějovice, Hradec Králové, Jihlava, Karlovy Vary, Kladno, Liberec, Mladá Boleslav, Olomouc, Ostrava, Pardubice, Plzeň, Ústí nad Labem a Zlín. Odbočky Litvínov a Vlašim byly zrušeny.

Poslední redakce, zahrnutá pod slovní zpravodajství, je redakce zahraniční a k ní patří síť zahraničních odboček. Ty byly poslední dva roky významně redukovány z úsporných důvodů. Zejména na Slovensku byla zavřena většina odboček, protože ČTK přestala vydávat zpravodajství ve slovenštině. Zůstala funkční slovenská odbočka v Bratislavě, kde tamní redaktoři píší slovenské zpravodajství v českém jazyce. Odbočky v Banské Bystrici, Košicích a Žilině byly roku 2010 zrušeny. Další zahraniční zpravodajové ČTK sídlí v odbočkách v Berlíně, Bruselu, Londýně, Moskvě, New Yorku a Varšavě. Odbočky v Paříži (v roce 2010) a ve Vídni (roku 2011) byly rovněž zrušeny, plánuje se zrušení varšavské odbočky a naopak posílení bruselské.

³⁰ Informace z e-mailové korespondence generálního ředitele Jiřího Majstra zaměstnancům ČTK ze dne 8.11.2011

Nově zahrnuté sekce do Úseku zpravodajství jsou multimediální zpravodajství – foto, video, audio a infografika. Redakce videa a audia pracují společně z důvodu úsporné redukce zaměstnanců. Zejména úsek redakce videa doznal změn z důvodu malému zájmu klientů o tento produkt.

K dalším úsekům ČTK patří úsek obchodní, ekonomický či úsek informačních technologií. Organizační struktura zahrnuje také oddělení Protext, PROpřehled a Akademie ČTK. Dříve dceřiná společnost Neris se v září 2010 po redukci zaměstnanců integrovala do ČTK jako samostatné oddělení ČTK Online. Toto oddělení má na starosti nadále především vydávání zpravodajských internetových novin <http://www.ceskenoviny.cz>, <http://www.sportovninoviny.cz> a <http://www.financninoviny.cz>.

5. Produkce ČTK

5.1 Slovní zpravodajství

Podle obsahu se dělí na všeobecné, ekonomické, sportovní, podle jazyka dále na zpravodajství v češtině a v angličtině. Dalšími typy jsou Deníky událostí, MIX a haedline servis.

„Informace z domova i ze světa. Spolehlivě, rychle, objektivně. Srozumitelně a v souvislostech. Široký tematický záběr. Významné události, přehledy, zajímavosti. Informace důležité pro rozhodování, informace vybrané pro vás na míru. Víme, co se právě stalo, co se děje, co se stane. Jsme vždy u toho.“³¹, to jsou informace o zpravodajství na webové stránce ČTK.

Všeobecné zpravodajství má nejširší tematický záběr ze všech zpravodajských servisů ČTK. Zprávy jsou zpracované ve věcných i historických souvislostech a média mají možnost vlastního výběru relevantních informací pomocí jednotných kódů a atributů agenturních zpráv – titulek, klíčová slova, servis, kategorie, priority. Zprávy jsou uspořádané do různých tematických souborů.

Denně ČTK vydává průměrně 300 aktuálních zpráv z politiky, kultury a ze společnosti. Jde o nejdůležitější domácí i zahraniční zprávy ovlivňující politický, kulturní a společenský život u nás, aktuální zprávy z významných jednání na celostátní i regionální úrovni, profilové materiály k aktuálním zprávám poskytující klientům komplexní informace o určitém vývoji události nebo jevu. Několikrát denně se vydávají souhrny nejdůležitějších zpráv.

³¹ ČTK, Slovní zpravodajství [online] [cit 2009-01-12] Dostupné z WWW: <http://www.ctk.cz/sluzby/slovni_zpravodajstvi/>

Informace, které lze ve všeobecném zpravodajství ČTK nalézt, jsou o politických stranách, volbách, regionální správě, diplomacii, válkách, armádách, terorismu, o činnosti hlav států, parlamentů a vlád, o právních normách, o zdraví, léčení chorob, zdravotnických systémech, o vzdělávání, náboženství, filmu, divadle, hudbě, literatuře, výtvarném umění a kultuře obecně. Dále jsou to informace o vědě, astronomii, vesmíru, o využívání volného času, o životním prostředí, ekologických haváriích, znečišťování půdy, vody nebo ovzduší, o ochráncích přírody a mnohé další oblasti, které jsou ve slovním zpravodajství zachyceny.

Ekonomické zpravodajství obsahuje informace o vývoji hospodářství, všechna důležitá domácí i zahraniční makroekonomická data, informace o rozvoji podnikání, očekávaných trendech dalšího vývoje ekonomiky, významných změnách ekonomických pravidel, o rozhodnutích vlády a jednotlivých ministerstev.

Ekonomické zpravodajství produkuje denně více než 150 aktuálních ekonomických zpráv, které skýtají rychlý přehled o aktuálním dění v české i zahraniční ekonomice, o vývoji ekonomiky a o dění v jednotlivých oborech podnikání.

V ekonomickém zpravodajství jsou zveřejňovány informace například o státních rozpočtech, dlužích, měnách, HDP, úrokových sazbách a o mezinárodních ekonomických institucích, informace z oboru bankovníctví, pojišťovnictví a dalších finančních službách, zprávy ze strojírenství, automobilového, leteckého, zbrojního a elektrotechnického průmyslu. V ekonomickém zpravodajství jsou aktuální informace o vnitřním i mezinárodním obchodu, cestování, hotelech, lázeňství, informace o tisku, rozhlasu, televizi, reklamě a PR agenturách, právních normách a podmínkách trhu práce, o zaměstnanosti, mzdách, stávkách a mnohé další.

Několikrát denně se vydávají souhrny nejdůležitějších ekonomických zpráv. Stejně jako u všeobecného zpravodajství lze vybírat informace pomocí jednotných kódů a atributů agenturních zpráv – titulek, klíčová slova, servis, kategorie, priorita.

Sportovní zpravodajství obsahuje zajímavosti z nejrůznějších sportovních odvětví (například výsledky utkání, turnajů a šampionátů, sestavy mužstev, pořadí v soutěžích apod.)

Zahrnuje také názory a dojmy sportovců a trenérů, sportovní politiku, zajímavosti ze života sportovců, ale i ekonomické aspekty sportovního dění, jako jsou přestupy nebo sponzorství.

Ve sportovním zpravodajství jsou i podrobné historické údaje o sportovních soutěžích, oborech a klubech. Tyto informace jsou dostupné v dokumentačních databázích Sporty, Fotbal-reprezentace a Fotbal-liga. Denně vydává sportovní redakce více než 120 aktuálních zpráv ze sportovních odvětví.

Zpravodajství v angličtině obsahuje vybrané stěžejní informace o politické a makroekonomické situaci, zprávy z justice, vědy, kultury a sportu v České republice a na Slovensku, aktuální hospodářské informace, názory renomovaných odborníků, statistické přehledy z různých odvětví českého a slovenského průmyslu a zemědělství.

Toto zpravodajství vydává denně přes 100 aktuálních zpráv, které se z češtiny přeložily do angličtiny v exportní redakci ČTK.

Součástí produkce je i monitoring českého a slovenského tisku. Jednotlivé zprávy jsou zasazeny do širších souvislostí, přičemž součástí servisu jsou rovněž profilové materiály, které podávají komplexní informaci o určité události nebo jevu.

Zpravodajství v angličtině je pro větší přehlednost rozděleno do dvou tematických souborů, a to Daily News, což je všeobecné

zpravodajství v angličtině, a Business News, které obsahuje ekonomické zpravodajství v angličtině.

Deníky událostí obsahují chystané události doma i v zahraničí v nadcházejících dnech. Očekávané události jsou uspořádány podle vybraných oborů nebo oblastí. Deníky jsou rozděleny na Centrální deníky, Ekonomické deníky, Kulturní deníky, Regionální deníky, Sportovní deníky a Zahraniční deníky.

„Práce s událostmi je poměrně revoluční koncept, který mění organizaci agenturní práce. ČTK je první tiskovou agenturou, která na něm postavila svůj produkční řetězec. Učinila ještě krok navíc, když zpřístupnila databázi událostí klientům a vytvořila z ní zpravodajský produkt.“³²

Přístup k informacím o budoucích událostech umožňuje médiím plánovat jejich aktivity, organizovat efektivně redakční práce a získávat tipy pro jejich práci. Pro nemediální sféru, která rovněž zpravodajství ČTK využívá, to znamená možnost najít zajímavé akce pro její sponzorské aktivity a ověřit si, zda se v termínu připravované akce nekoná nějaká konkurenční událost, tisková konference apod.

Magazínový výběr plus produkuje denně až 40 aktuálních zpráv ze světa zábavy a životního stylu od domácích i zahraničních zpravodajů ČTK. Hlavním obsahem této části slovního zpravodajství jsou zajímavosti ze společenského života, kuriozity, zprávy ze života známých osobností, móda a životní styl, sportovní zajímavosti, zprávy o svérázných koníčcích. Jde o autorské materiály domácích i zahraničních reportérů ČTK.

³² ŠMÍD M., TRUNEČKOVÁ L. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*.

Praha : Nakladatelství Karolinum, 2009. s. 163 ISBN 978-80-246-1661-2

Většina materiálů Magazínového výběru plus je doprovázena fotografiemi, zvukovými nahrávkami, někdy videopříspěvky. Produkt je určen především pro magazíny.

Headline servis, neboli „superkrátké“ zprávy, jsou texty do 144 znaků, tedy stručná, avšak srozumitelně formulovaná hlavní sdělení budoucí zprávy. Zahrnují domácí, zahraniční, ekonomická a sportovní témata.

ČTK jich denně vydává přibližně pět set. Je možné nechávat si je posílat do e-mailu nebo jako SMS do mobilu. Objevují se v běžném servisu ČTK a jsou opatřeny kompletními metadaty.

Headline servis nabízejí mnohé významné agentury jako AP, Belga, APA či SDA.

PROpřehled je jeden z nejnovějších produktů ČTK, jde o „denní souhrn nejdůležitějších událostí, který slouží pro stručný a rychlý přehled o významném dění uplynulých hodin“.³³ Přináší dvakrát denně hlavní zprávy z domova, ze světa, z ekonomiky i sportu, zahrnuje i přehled očekávaných událostí.

5.1.1 Databáze se slovním zpravodajstvím

Dokumentační databáze obsahují podstatné a soustavně aktualizované informace o ČR a dalších zemích světa, jejich hlavní politické, ekonomické, historické a geografické údaje.

Součástí dokumentační produkce je i databáze biografii z ČR a ze světa i přehledy významných událostí a údaje o významných

³³ ČTK, *Zkrátka to podstatné přináší souhrn zpráv ČTK PROpřehled* [online] [cit 2011-19-12] Dostupné z WWW: <<http://www.protext.cz/zprava.php?id=13618>>

výročích. Patří sem i rozsáhlá sportovní databáze s přehledem zápasů fotbalových reprezentací z ČR i ze zahraničí.

„Digitalizace zpřístupnila agenturní dokumentační databáze a archiv slovního zpravodajství dovnitř i vně agentury. V elektronické verzi je v Infobance ČTK archivována textová produkce od roku 1988, každý kalendářní rok reprezentuje jeden fond.“³⁴

Souborná databáze Evropská unie spojuje aktuální zprávy z dění EU s faktografickým a historickým základem daných událostí. Databáze slučuje slovní, infografickou a fotografickou produkci s řadou důležitých externích zdrojů zabývajících se problematikou EU.

Prodata jsou ekonomickou databází základních informací o firmách, včetně kontaktních údajů, finančních výkazů, důležitých vztahů a historických událostí. Databáze je doplněna aktuálním firemním zpravodajstvím ČTK a dokumenty o profilech a vývoji vybraných firem. Specifickým produktem je tematický přehled hospodářských informací z médií zaměřený na významné ekonomické subjekty a obchodní věstník v elektronické podobě.

Archiv slovního zpravodajství zahrnuje veškeré slovní zpravodajství ČTK v českém jazyce od roku 1988. Archiv obsahuje také zpravodajství v angličtině a od roku 2008 do roku 2010 i zpravodajství ve slovenštině. Archivy jsou tříděny podle jednotlivých ročníků produkce.

Databanka médií obsahuje kompletní články z celostátních deníků a dalších vybraných tištěných periodik. Součástí databáze je i monitoring zpravodajských a publicistických rozhlasových a televizních pořadů.

³⁴ ŠMÍD M., TRUNEČKOVÁ L. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*.

Praha : Nakladatelství Karolinum, 2009. s. 173 ISBN 978-80-246-1661-2

5.2 Obrazové zpravodajství

Obrazové zpravodajství, pro které se používá i pojem fotozpravodajství, je druhý nejvýznamnější a nejstarší typ produkce ČTK. Agentura v jejím rámci nabízí „komplexní zpravodajský fotografický servis z domova i ze světa“.³⁵

Fotoredakce vznikala v průběhu dvacátých let minulého století a od svého založení nikdy nebyla její činnost přerušena. Rozvíjela mezinárodní styky, aby byla po celou dobu schopná nabízet svým odběratelům produkci domácí i zahraniční. V jejím týmu vždy pracovali špičkoví fotoreportéři, což zaručovalo vysokou úroveň fotografií. Za 93 let existence agentury vznikl unikátní fotoarchiv, který čítá více než pět milionů fotografií. V současné době je značná část fotoarchivu převedena do digitální podoby a uložena ve Fotobance ČTK.

V roce 2009 spustila fotoredakce její novou podobu, která je dostupná přes internet na <http://multimedia.ctk.cz/cs/foto/> celé veřejnosti. Kromě archivních fotografií se do ní zařazuje celá aktuální produkce. Obrazové zpravodajství ČTK patří k frekventovaným zdrojům fotozpravodajství především díky tradici a kvalitě. Aktuální produkce se největším médiím zasílá přes satelit. Ostatní produkce (včetně té aktuální) je dostupná ve Fotobance ČTK.

Fotoaktuality ČTK jsou základní produkcí redakce obrazového zpravodajství. Jsou denním servisem důležitým pro hlavní česká, ale i zahraniční média, který zahrnuje průměrně 300 aktuálních fotografií z domova i ze světa s tematickým zaměřením od politiky, ekonomiky a sportu po kulturu a showbiznys. ČTK zasílá tuto produkci přes satelit v reálném čase, nepřetržitě 24 hodin denně. Kromě satelitního vysílání

³⁵ ČTK, *Fotozpravodajství ČTK* [online] [cit 2009-01-12] Dostupné z WWW: <http://www.ctk.cz/sluzby/fotozpravodajstvi/>

jsou všechny aktuální fotografie okamžitě dostupné i ve Fotobance ČTK prostřednictvím internetu.

Začátkem osmdesátých let 20. století, před nástupem digitálních technologií, byl rozsah fotoaktualit ČTK charakterizován tak, že „denně obsahuje v průměru 40 snímků určených pro denní listy a televizi, z nichž zhruba třetina je z Československa a dvě třetiny ze zahraničí“.³⁶

Fotoaktuality ze zahraničních zdrojů přináší ČTK díky partnerství s mezinárodní zpravodajskou agenturou Associated Press (AP). Spolupráce umožňuje zprostředkování fotoservisu agentury AP a zároveň možnost stahování obsahu Fotobanky AP. Produkce fotografií AP čítá až 2000 aktualit denně. Jsou do ČTK dodávány v reálném čase, průběžně, 24 hodin denně. Rozsah pokrytí je celosvětový.

Zahraniční zpravodajský fotografický servis je tvořen i dalšími partnerskými agenturami, jako jsou například německá DPA, rakouská APA, finská Lehtikuva, ruský ITAR-TASS nebo švýcarský Keystone. Pravidelně se zveřejňují také příspěvky zahraničních zpravodajů ČTK ve světě.

Fotobanka ČTK je dostupná veřejnosti přes internet na adrese <http://multimedia.ctk.cz/cs/foto/>.

Jde o rozsáhlou databázi fotografií v digitální podobě. Má široký tematický záběr, umožňuje snadnou orientaci a přehledné dělení. Jsou v ní dostupné fotografie nejrůznějších typů a žánrů, které slouží nejen médiím, ale i nakladatelstvím, komerčním firmám a soukromým osobám.

Například v rubrice Kaleidoskop je možné denně najít 150 novinek z kultury a showbyznysu, vědy a techniky, přírody, života zvířat, pikantností ze života slavných a populárních osobností z ČR i ze zahraničí. Zdrojem tohoto servisu jsou i jiné agentury ze zahraničí.

³⁶ HAŠKOVEC, S. *Přehled základních údajů o ČTK*. Praha : SNP, 1982 s. 28

Rubrika Móda obsahuje reportáže z ateliérů nejprestižnějších módních návrhářů – nejnovější trendy v dámské i pánské módě a doplňcích, módní styly populárních osobností.

Další částí Fotobanky orientované na magazíny je Český showbizz. V této sekci je nejen český, ale i slovenský výběr událostí ze světa šoubyznysu – celebrity, populární hudba, natáčení filmů a televizních pořadů, divadlo, večírky, premiéry a další společenské akce.

Ilustrační fotografie jsou v samostatné rubrice, která zahrnuje nadčasové zpravodajské snímky z ekonomiky, zdravotnictví, dopravy, životního stylu, médií a dalších oblastí života společnosti. Ilustrační fotografie jsou žádaným produktem, ale Fotobanka ČTK má v tomto směru konkurenty u jiných fotobank, které vlastní firmy Profimédia, Isifa a další.

Fotobanka ČTK obsahuje přes pět milionů fotografií, které umožňují získat obraz české historie od začátku 20. století po současnost. Z rozsáhlého archivu jsou ve Fotobance dostupné přes dva miliony archivních fotografií převedených do digitální podoby, mezi nimiž jsou snímky z druhé světové války, vzniku první republiky, československé exilové vlády v Londýně, fotodokumentace politických procesů padesátých let, z událostí ze srpna 1968 a listopadu 1989, portréty historických osobností a další fotografické záběry.

„Několik dalších milionů negativů, skleněných desek nebo diapozitivů je dostupných v rozsáhlých archivních databázích. Na průběžné digitalizaci archivu se stále pracuje.“³⁷ Archivní snímky jsou do Fotobanky přidávány nikoliv podle časových období jejich vzniku, ale účelněji podle nejzajímavějších tematických sekcí.

Redakce získávala také fotografické materiály z vnějšího prostředí, proto je možné ve Fotobance nalézt i díla významných

³⁷ ČTK, *Fotobanka* [online] [cit 2011-19-12] Dostupné z WWW: <<http://www.ctk.cz/sluzby/fotobanka/>>

autorů. Jsou jimi např. Jaroslav Kučera, Liba Taylorová, Jan Halaška, Jaromír Čejka, Karel Kestner a mnozí další. V agenturním zastoupení je také rozsáhlá kolekce portrétů z dílny Františka Drtikola.

Fotobanka ČTK slouží i zahraničním klientům, jim slouží nabídka databáze zvaná English Offer. Člení se do podskupin – News, Sports, Features, History, Art & Entertainment, Economics a Travel. Jsou zde výběry fotografií z uvedených oblastí, které se neustále doplňují.

5.3 Zvukové zpravodajství

„Během prvního roku obdrželi odběratelé 6192 zvukových záznamů.“³⁸ Už v počátcích projektu Zvukové zpravodajství (nebo audio či audiozpravodajství) od roku 2001 začala ČTK svým odběratelům nabízet především „autentické výroky osobností, zbývající část tvoří telefonické depeše zpravodajů z terénu nebo studiové příspěvky“³⁹.

V současné době ČTK denně zveřejňuje okolo 35 nahrávek ve formátu MP3 v délce přibližně 30 sekund. Obsahují autentické záznamy výroků důležitých osob, kulturních i sportovních hvězd z veřejných vystoupení i telefonáty redaktorů ČTK s nimi, zvukové nahrávky zpracované domácími i zahraničními zpravodaji ČTK. V průběhu dne ČTK vydává např. zajímavé výroky politiků, ekonomů, sportovců, pěveckých i hereckých hvězd.

Audiozpravodajství v digitální kvalitě zaznamenává, ve zvukovém studiu zpracovává a elektronickou cestou distribuuje nahrávky svým odběratelům. Záznamy doplňují textové ohlášky. Zpracované zvuky se elektronickou poštou odesílají zákazníkům a

³⁸ Výroční zpráva o činnosti a hospodaření České tiskové kanceláře v roce 2001, s. 5

³⁹ Výroční zpráva o činnosti a hospodaření České tiskové kanceláře v roce 2002, s. 6

ukládají do Infobanky ČTK, odkud se dají zvuky také stahovat. V archivu je již více než 100 tisíc zvukových záznamů.

Záznamy zvuku pořizují píšící redaktoři jako vedlejší produkt své práce a jedním z problémů tohoto servisu je proto rychlost. Pro redaktory je text zprávy prioritou, takže audio zpracovávají až druhořadě. Některá rádia, která pořídí danou událost s pomocí vlastních kapacit, odvysílají někdy téma dřív, než jej zveřejní ČTK. Kvalita záznamu se však dostala na nejvyšší úroveň za dobu fungování tohoto servisu. Redakce audia stále usiluje o to, aby dostala od redaktorů více odlehčených témat. Daří se jí to jen částečně díky tomu, že v ČTK funguje tzv. MIX, zmíněný v kapitole o slovním zpravodajství.

5.4 Infografika

Infografické zpravodajství ČTK vydává denně přibližně deset infografických materiálů znázorňujících nejdůležitější události dne. „Jakoukoliv statistiku učiní graf srozumitelnější a jako žádný jiný formát textové zprávy vyjádří graf ve stejném okamžiku jak dílčí aktuální informaci, tak i trend.“⁴⁰ Nejčastějšími formami ztvárnění vybraných faktů, dat a situací bývají vývojové grafy, mapky a schémata. Současná infografická škála sahá od politických událostí doma a ve světě přes ekonomickou agendu až po dění ve sportu či kultuře a showbiznysu. Havárie tankeru, přehled popularity politiků, aktuální ceny benzínu, vývoj inflace, bilance zahraničního obchodu, trať pro formuli 1, srovnání oscarových nominací – to jsou některá z témat grafické produkce ČTK.

Grafy vycházejí v černobílém i barevném provedení, část infografiky je ve slovenské mutaci. Každý infografický materiál je

⁴⁰ ŠMÍD, M., TRUNEČKOVÁ, L. Novinář a jeho zdroje v digitální éře. Praha : Nakladatelství Karolinum, 2009. s. 174 ISBN 978-80-246-1661-2

označen titulkem a klíčovými slovy, což umožňuje vyhledávání. Společně s grafem dostávají odběratelé také kód k plnému přístupu a přetvoření grafu podle vlastních představ (možnost graf obarvovat, doplňovat nebo měnit texty). V Infobance ČTK je uložena veškerá grafická produkce od roku 1998.

Do vývoje Infografiky ČTK vstoupil výrazně internet. Infografická produkce začala nacházet své místo na webových zpravodajských stránkách zákazníků a rozšířila proto produkci o dvojrozměrné a trojrozměrné animace.

Flashové animace umožňují procházet jednotlivými fázemi ilustrace. Do animace lze vměstnat více informací, než je tomu u běžných grafů. Flash je grafický vektorový program. Používá se především k tvorbě interaktivních animací, prezentací a her. Rozšíření fleshe na internetu pomohla malá velikost výsledných souborů, protože se uchovávají ve vektorovém formátu. Flashové animace ČTK jsou přístupné v Infobance ČTK nebo jsou zasílány e-mailem.

5.5 Videozpravodajství

Zpravodajské video bylo v ČTK zavedeno roku 2006 a doplnilo tak další typ média do zpravodajské nabídky.

ČTK vydává měsíčně kolem 200 aktuálních reportáží z domova, regionů i ze světa od vlastních zpravodajů nebo agentur AP, AFP, Minds a Xinhua. Videozpravodajství obsahuje rovněž zajímavosti z kultury i stylu, politiku a ekonomiku. V nabídce jsou hotové reportáže i hrubé materiály připravené k dalšímu zpracování, a to ve formátu pro televizní kvalitu, ve formátu pro internet, PDA i mobilní telefony. Reportáže je možné získat přímým výběrem a stažením z Videobanky ČTK.

Videobanka je v současné době dostupná pro veřejnost prostřednictvím internetu na adrese <http://multimedia.ctk.cz/cs/video/>, kde může kdokoliv vyhledávat z kategorií: Politika, Celebrity & lifestyle, Lidé, Sport, Umění a architektura, Věda a vesmír a Zábava a volný čas či TV animace. Uživatel si může video stáhnout objednááním přes web, případně uhradí ČTK paušál a stahuje si libovolné množství videí.

Kromě tohoto širokospektrálního servisu je ve Videobance sekce Protext TV, naplněná komerčními videi, zveřejněnými ve spolupráci se službou ČTK Protext. Vedle této komerční aktivity je také možné najmout štáb ČTK pro natáčení videopříspěvků. ČTK na zakázku provádí i postprodukční zpracování natočených videomateriálů.

5.6 Další produkty a služby

Služba Protext patří mezi další služby, které ČTK nabízí. Tento komerční servis vznikl v roce 1999 a nahradil předcházející služby VIS a VISKOM.

Služba je určena pro distribuci plného znění tiskových sdělení a jiných textů od společností či jednotlivců. Umožňuje svým klientům zprostředkování přímého informačního kontaktu s novináři českých i zahraničních médií, s nezávislými novináři, ekonomickou sférou a státní správou nebo s odbornou veřejností. Ti všichni pracují se zprávami Protextu jako s jedním z informačních zdrojů a díky němu mají okamžitě k dispozici čerstvé a nezkrácené informace přímo ze zdroje jejich vzniku. Prostřednictvím služby Protext lze zveřejňovat nejen texty, ale i fotografie.

Protext spustil produkt Protext TV pro zveřejnění videa. Spolupracuje při tom s redakcí videozpravodajství, které klientské video uloží do Videobanky ČTK a Protext. Stejně jako šíří tiskové zprávy,

rozšíří informaci s proklikem na video. Tak k němu získají rychlý přístup všichni odběratelé zpravodajství ČTK.

Službu Protext nejčastěji využívají středně velké firmy, které nemají zastoupení PR agenturami. Zveřejňují přes Protext tiskové zprávy s informacemi o nových produktech či službách, reagují na dění v médiích, prezentují sdělení o různých akcích, tiskových konferencích a podobně.

Protext je placená služba. Ve zprávách zveřejněných přes tento servis nelze uvádět značku ČTK. Také není možné je pod touto značkou dále publikovat, protože nejsou součástí zpravodajského servisu ČTK, ale dílem jiných zadavatelů, kteří ručí za jejich obsah.

Akademie ČTK je projekt, který vznikl na začátku roku 2009. Jde o „mediální školicí centrum, které nabízí profesionální služby pestré škále zájemců od zaměstnanců firem, přes studenty po širokou veřejnost“⁴¹.

Akademie realizuje kurzy o způsobech vyhodnocování informací novináři, o psaní tiskových zpráv, češtině, sociálních sítích, psaní na web, kurzy žurnalistiky, pro začínající fotoreportéry a další. Nedílnou součástí většiny kurzů je i prohlídka zpravodajského sálu a multimediálních pracovišť.

Online služby jsou v nabídce především oddělení nazvaného ČTK Online, které vzniklo integrací bývalé dceřiné společnosti Neris do ČTK v roce 2010. ČTK Online je především vydavatelem Českých novin (www.ceskenoviny.cz), Sportovních novin (www.sportovninoviny.cz) a Finančních novin (www.financninoviny.cz), na kterých veřejně publikuje výběr ze zpravodajství ČTK. Nabízí také

⁴¹ ČTK, *Akademie ČTK* [online] [cit 2011-20-12] Dostupné z WWW: <<http://www.ctlk.cz/akademie-ctlk/>>

zpravodajství na weby, SMS a MMS zpravodajství, wapové stránky a internetovou reklamu.

Mobilní aplikace pro iPhone, iPad, smartphony a tablety s operačním systémem Android začala ČTK nabízet v prosinci 2010. Aplikace nabízejí přístup k výběru aktuálního zpravodajství ČTK. „Zprávy obsahují fotografie, je možné je sdílet prostřednictvím e-mailu, Facebooku a Twitteru nebo ukládat pro offline čtení. Součástí aplikací je také vyhledávání.“⁴² Aplikace jsou zdarma, zaplatí je zobrazovaná bannerová reklama.

⁴² ČTK, *Mobilní aplikace ČTK* [online] [cit 2011-20-12] Dostupné z WWW: <<http://www.ctl.cz/sluzby/mobilni-aplikace/>>

6. Zprávy ČTK

6.1 Typy zpráv

V různých historických obdobích vývoje agenturního zpravodajství se různým způsobem členily a vyvíjely typy zpráv. Základy dělené transmise zpravodajských sdělení položil již Paul Reuter v polovině 19. století.

„Zpráva, coby základní kámen zpravodajství, je definována jako žurnalisticky zpracovaná informace o něčem, co se stalo nebo nestalo, stane nebo nestane, nebo o změně nějakého stavu. Fakta, děje nebo myšlenky při tom pouze zaznamenává, sumarizuje a konstatuje.“⁴³

Podoba agenturní zprávy, která je běžným současným produktem ČTK, nemá jen standardní podobu tzv. „obrácené pyramidy“. Hlavními ustálenými podobami agenturního informačního sdělení jsou následující žánry:

Fleš – krátké, někdy pouze jednověťé zprávy o důležité události. Po fleši následuje v krátkém intervalu zpráva, která základní informaci (kdo, co, kdy, kde, proč a jak) rozvádí.

Profil – chronologické přehledy zachycující vývoj nějaké události související s osobností, bývají zpracované faktograficky, případně se jedná o epické (nikoli strukturované) životopisy.

Dokument – původní texty bez redakčních zásahů (např. projev prezidenta, prohlášení premiéra či plné znění smlouvy), rovněž komuniké.

⁴³ OSVALDOVÁ B. [a kol.] *Zpravodajství v médiích*
Praha : Universita Karlova, s. 24 ISBN 80-246-0248-2

Avízo – oznámení o chystané akci s dlouhodobým předstihem (tisková konference, valná hromada, vernisáž atd.)

Deník – přehled očekávaných událostí na nejbližší časové období (den, týden), který umožňuje redakcím samostatně se orientovat v mediálně zajímavém dění a případně pokrýt události vlastními zpravodaji.

Plán – přehledy událostí, o kterých bude agentura informovat

Souhrn – pětkrát denně (ve 4.00, 8.00, 12.00, 16.00 a 20.00) se vydávají stručné souhrny zpráv, v zasílaných přehledech je formulováno stručně vše podstatné, co se za poslední hodiny stalo. Tyto sumarizace jsou dobrými vodítky pro organizaci práce zejména v redakcích deníků.

Tabulka – zprávy, které se tvoří jen s pomocí srovnávacích přehledů a porovnatelných dat, neboli tabulky (např. kurzovní lístky bank, sportovní výsledky apod.).

6.2 Struktura zpráv

Zprávy vydané v ČTK mají své povinné náležitosti. Slouží kromě jiného k rychlé orientaci, archivaci nebo jsou také prostředkem vyhledávání, možností nastavování profilů při distribuci do redakčních systémů médií atd. Pojmy, které souvisejí se strukturou agenturní zprávy, jsou následující.

Titulek stručně vystihuje obsah zprávy a prošel nástupem digitálních technologií velkým vývojem. Začátkem 80. let se používal klidně jednoslovný. Učebnice vysoké školy žurnalistiky Slavoje Haškovce uvádí, že „titulek bývá velmi často krajně stručný,

jednoslovný, obecněji řečeno heslovitý“⁴⁴. „Dnes odběratel vybírá především podle titulku, neosloví-li ho, nemusí zprávu ani otevřít.“⁴⁵

Domicil je určení místa, kde se událost stala, a „může to ale být i náhradní označení místa, kde byla zpráva o události zpracována, případně odkud byla odeslána“⁴⁶. Domicil obsahuje i datum vydání zprávy a zkratku agentury.

Nejdůležitější informace **zprávy** je uvedena v prvním odstavci, v dalším textu jsou podrobnosti. Každá zpráva má hlavičku s údaji, sloužícími pro snadné vyhledávání. ČTK jim říká metadata. Jde o klíčová slova, kódy servisu (zařazení do regionu), tematické kategorie, datum a čas vydání zprávy.

Klíčová slova vystihují obsah zprávy. Každá zpráva musí mít minimálně dvě klíčová slova. Zpravidla je uváděno více klíčových slov, která vystihují obsah textu a umožňují rychlou orientaci mezi ostatními zprávami. Pořadí slov je pevně dáno – např. na prvním místě je název státu, v němž se událost stala, ve sportovním zpravodajství je to název sportu. Na dalších místech jsou klíčová slova od obecnějších ke konkrétnějším, více upřesňujícím. Redakce nemůže použít libovolná klíčová slova, existuje konkrétní databáze klíčových slov agentury.

Ve zprávě je vždy uvedeno **datum a hodina** – informace o přesném termínu vydání.

Zprávy jsou zařazeny do jedné či více tematických **kategorií**, zadaných podle obsahu zprávy.

⁴⁴ HAŠKOVEC, S. *Základy teorie agenturního zpravodajství*. Praha : Novinář, 1983 s. 155

⁴⁵ ŠMÍD, M., TRUNEČKOVÁ, L. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha : Nakladatelství Karolinum, 2009. s. 144 ISBN 978-80-246-1661-2

⁴⁶ OSVALDOVÁ, B., HALADA, J. a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha : Libri, 2007. s. 263 ISBN 978-80-7277-266-7

Každá zpráva obsahuje třímístný kód, složený z kódu **regionu a servisu**. První písmeno určuje, do kterého servisu zpráva patří (např. d = všeobecný domácí, e = ekonomický, m = všeobecný zahraniční, s = sportovní atd.).

6.3 Způsoby distribuce a příjmu zpravodajství

Každoročně investuje ČTK značnou část finančních prostředků do svého IT úseku, aby udržela krok s technologickým vývojem a uměla vyřešit individuální požadavky odběratelů. Svým největším klientům (především z řad médií) dodává zpravodajství **satelitním přenosem**.

Probíhá nezávisle na pozemních linkách prostřednictvím satelitu. Umožňuje distribuci všech forem aktuálního zpravodajství a jde o „maximálně spolehlivý a rychlý přenos informací spolu s možností adresného šíření výběrů zpráv, fotografií a grafů na jednotlivá pracoviště“⁴⁷.

Všechny druhy zpravodajství lze na server odběratelů přenášet **protokolem ftp** přes internet. Textové, zvukové a obrazové zpravodajství včetně mnoha databází je dostupné v **Infobance ČTK**, k níž je přístup z homepage www.ctk.cz. V této databázi je možnost fulltextového vyhledávání nebo zadávání různých kritérií výběru.

Fotobanka je databáze aktuálních i archivních fotografií a je dostupná celé veřejnosti z webové stránky <http://www.ctk.cz/sluzby/fotobanka/>. Umožňuje stejně jako Infobanka různé způsoby vyhledávání a odsud si odběratelé mohou stahovat fotografie.

⁴⁷ ČTK, *Distribuční cesty* [online] [cit 2009-01-12] Dostupné z WWW: http://www.ctk.cz/sluzby/vyhody_zprav_ctk/distribucni_cesty/

Videobanka je databáze aktuálního i archivního videozpravodajství. Užívá podobné prostředí a ovládací prvky jako Fotobanka (byly vyvíjeny společně). Přístup do Videobanky má celá veřejnost prostřednictvím internetu na adrese: <http://multimedia.ctk.cz/cs/video/>. Odsud si zájemci o videozpravodajství mohou reportáže stahovat.

E-mail servis umožňuje zasílání vybraných informací z aktuálního zpravodajství ČTK elektronickou poštou. Na základě požadavku se v ČTK v Infobance připraví rešeršní dotaz, který automaticky vyhledává nejnovější zprávy odpovídající požadavkům odběratele. Vybrané informace jsou odesílány ve stanovených pravidelných intervalech, např. každou hodinu, jedenkrát denně atp.

Dalším způsobem je využití softwarového systému **Lotus Notes**, který umožňuje značnou nezávislost na telekomunikačním připojení – po načtení nových informací do vlastního počítače se lze odpojit od telefonní linky nebo internetu a s daty pracovat offline. Vybrané zkrácené zprávy ČTK mohou odběratelé získat ve formě **SMS a MMS** na mobilní telefon v souladu s podmínkami jednotlivých operátorů.

V současnosti již poněkud okrajovou variantou je přenos **prostřednictvím pronajatých linek** – po pevných datových okruzích. Tento způsob, ze kterého se postupně ustupuje, vyhovuje v případě, že odběratel přijímá jeden typ zpravodajství.

Nejnovější možnost přenosu zpravodajství, dostupná všem uživatelům mobilních telefonů se systémem Android, iPhone a iPad, je cesta prostřednictvím **mobilní aplikace**, kterou ČTK sama vyvinula. Uživatelům nabízí zdarma výběr zpravodajství různých kategorií i některé zpoplatněné služby, jako je ProPřehled.

7. Využívání zpravodajství ČTK médií v ČR

Zpravodajství ČTK slouží mediálním, ale i nemediálním institucím. „Mezi nejvýznamnější odběratele zpravodajství ČTK patří hlavní česká, ale i zahraniční média – tisk, televize, rádia a vydavatelé na internetu. Média tvoří hlavní klientelu pro zpravodajství ČTK. Pro ně především je produkce agentury připravována a podle jejich potřeb uzpůsobována. Uživatelé jsou však také instituce nemediální sféry, např. banky, spořitelny, pojišťovny, investiční společnosti, výrobní podniky, PR agentury, firmy nebo ministerstva, Úřad vlády, poslanci, senátoři, instituce místní samosprávy a další.“⁴⁸

Předchozí kapitoly popisují veškerou produkci ČTK. Dlouhodobě však platí, že klienti nejvíce využívají slovní a obrazové zpravodajství. Jsou to proto stěžejní a nejrozsáhlejší produkty ČTK, kterým je věnována největší pozornost a pracuje na nich nejvíce redaktorů a editorů, ale i IT pracovníků a potažmo při jejich prodeji obchodních zástupců. Praktická část bude sledovat právě tyto hlavní zpravodajské produkty.

V roce 2008 proběhl rozsáhlý průzkum o využití zpravodajství ČTK nejvýznamnějšími českými a slovenskými médii. Od té doby se výzkum takového formátu neprováděl. Důvodem, proč se podobný průzkum od té doby neopakoval, je skutečnost, že o setkání tohoto rozsahu nemají klienti zájem z časových důvodů. Obtěžuje je, nemají motivaci k takovému setkání. Příležitostmi k osobním schůzkám bývají stále častěji pouze jednání o cenách, vyvíjení tlaku na snížení výdajů ze strany klientů na ČTK. Důvody však nesouvisejí s kvalitou či nevyužitím zpravodajství, ale s potřebou ušetřit náklady na vlastní výrobu.

⁴⁸ KÚTKOVÁ K. *Současná produkce ČTK a její využitelnost v českých médiích*. Praha, 2010. Bakalářská práce. UJAK. Vedoucí práce Mgr. Pavel Verner

Cílem průzkumu bylo zjistit, jaké jsou potřeby klíčových zákazníků agentury, v čem je pro ně ČTK nepostradatelná, co by naopak měla zdokonalit. Rozhovory byly v českých i slovenských médiích vedeny s lidmi, kteří mají rozhodovací pravomoc a agenturní servis dobře znají.

V rámci průzkumu o využitelnosti několikrát zaznělo, že bez ČTK se média neobejdou, protože agentura slouží především jako komplexní zdroj informací. Od ČTK se očekává spolehlivost ve všech ohledech. Tu považují média, která se v průzkumu vyjádřila, za samozřejmý atribut agenturního servisu. Všechny typy médií využívají plánovací materiály ČTK, tedy Deníky, Plány, Avíza ad., které slouží k rozvržení redakční práce v médiích (odběratelé vědí, které téma ČTK pokryje, kam tedy nemusejí média posílat vlastní redaktory). Klienti potřebují zpravodajství také v období, kdy je nedostatek událostí, což je sobota i neděle. Agentura i tehdy nahrazuje práci redaktorů, kterých o víkendu pracuje v médiích méně (bohužel i událostí je méně).

Výhodou pro odběratele je, že k jedné události vydává ČTK více typů zpráv – k textu zveřejní i fotografii (často také zvuk, video i graf). ***Provázanost textů a fotografií umožňuje redakcím kompletně nahradit v rámci konkrétní události práci redaktora i fotoreportéra.*** Fotoplány ČTK slouží médiím obdobně jako plány vydávání textových zpráv. Redakce díky nim mohou korigovat práci vlastních fotoreportérů. ***Fotoredakce ČTK často funguje jako další fotograf médií***, zejména pokryje-li agentura víkendové sporty, regionální foto apod. Rychlost je pro média stejně důležitá jako tisková kvalita a spolehlivost a důvěryhodnost. Média jsou si vědoma, že rychlost fotoreportérů ČTK je vyšší než fotoreportérů z redakcí (je to dáno lepší technickou vybaveností ČTK), přesto je na rychlost agentury ze strany médií kladen stále větší důraz. Fotoaktuality jsou žádaný produkt ČTK. Každá aktuální fotografie se ukládá do fotobanky k ostatním fotografiím různých typů a žánrů.

Fotobank je dnes již dostupných mnoho a disponují také typem fotografií, kterým někdy ČTK nemůže konkurovat (např. ilustrační fotografie, fotografie z oblasti šoubyznysu). Mnohé fotobanky jsou navíc levnější. Na trhu jsou např. společnosti Isifa a Profimédia, které nabízejí kromě fotografií i videa. „Podle Petra Mlcha, šéfredaktora fotobanky ČTK, poptávka po fotografiích ze strany mediálních klientů kvůli klesajícím nákladům tištěných médií stagnuje, vydavatelé si velmi pečlivě hlídají náklady a množství publikovaných fotografií.“⁴⁹

Výhodou ČTK, potažmo její fotobanky, je její unikátní fotoarchiv. Tvoří jakousi obrazovou kroniku republiky od jejích počátků až do současnosti. Redakce mohou využít systematicky zpracovávané sekce fotografií z různých událostí českých i zahraničních. Historické fotografie ČTK se za nemalých finančních nákladů průběžně digitalizují a některé klíčové události jsou v takovém rozsahu k nalezení jen ve Fotobance ČTK.

Televize využívají agenturní zpravodajství především při tvorbě zpravodajských, publicistických či diskusních pořadů. Vyhledávají jak plánovací materiály, tak dokumentační databáze pro zjišťování souhrnných informací a souvislostí k událostem či významným osobnostem. Používají i fotografie (aktuální i archivní) nebo grafy (např. volební preference, vývoj ekonomické situace apod.). Grafy jsou poskytovány odběratelům tak, aby data mohla být využívána podle potřeb klienta (tisk si např. graf uzpůsobí své grafické úpravě). Produkty ČTK využívají jen ty televize, které vysílají nějaké zpravodajství. Pokud jsou jinak zaměřené, servis ČTK nenakupují.

⁴⁹ KRÍŽOVÁ K., *Poptávka po fotkách z ČTK do tisku kvůli nižším PN stagnuje* [online] [cit 2011-21-03] Dostupné z WWW: <<http://www.ceskamedia.cz/media/374937/media-kristyna-krizova-poptavka-po-fotkach-z-ctk-do-tisku-kvuli-nizsim-pn-stagnuje>>

Určité ulehčení práce pro rádia je audiozpravodajství ČTK. Především pro ně je tento typ zpráv v ČTK vyráběn, i když jej využívají i internetové portály. Pro regionální rádia jsou přínosem audia z důležitých pražských událostí, pražská rádia mají naopak zájem o zpravodajství z regionů. Všechna ocení zajímavosti ze zahraničí, ke kterým by se dostávala složitě. Zvuky pořizují píšící redaktoři na profesionální záznamníky a po zpracování se posílají rádiím e-mailem nebo přes Infobanku. Rádia prezentují agenturní audio jako svoji vlastní tvorbu, nemusejí uvádět zdroj ČTK (smluvně ujednáno). Mohou si zvuky upravovat, stříhat. Více však než zvuky využívají rádia textové zprávy, především Plány, Deníky, Avíza, domácí, regionální, sportovní i zahraniční témata. I s nimi pracují, upravují je. Jazyk textového agenturního zpravodajství není přizpůsoben rozhlasovému jazyku. ***Textové zprávy ve znění, jak je vydává ČTK, jsou nejlépe využitelné pro tisk (případně pro zpravodajské internetové portály). Plánovací materiály pak téměř pro všechny typy médií.***

Videozpravodajství využívají významné zpravodajské weby, i když zdaleka nepublikují všechna videa, pouze si mezi nimi vybírají. Videoreportáže jsou díky veřejné videobance dostupné každému uživateli internetu. Koupit je možné jak sestříhaný, tak hrubý materiál pro další zpracování. Zájemci o videozpravodajství ČTK využívají obvykle tzv. flexi model, kdy platí jen za stažená videa.

Pro velké televize bude videozpravodajství ČTK vždy jen doplňkový servis, např. v případě, že by ČTK byla u něčeho, kam televize neposlaly svůj štáb. Významné události pokryjí televize samy a regionálních videí, o které by měly zájem, má redakce ČTK nedostatek. Výjimkou je televize Barrandov, která vysílá videa ČTK pravidelně. Redakci videozpravodajství musela ČTK v roce 2011 zredukovat, protože byl její produkt ztrátový.

Nepostradatelné jsou pro některá média další tiskové agentury, jako jsou Reuters, AP, AFP, DPA, TASR, MPI ad. Od června 2008

začala fungovat další česká tisková agentura Mediafax, která se snažila konkurovat cenou. Od samého počátku jejího působení ji však média nepovažovala za alternativu plnohodnotného agenturního zpravodajství. ***Přednost bude mít u odběratelů vždy ta agentura, která bude skutečně nepostradatelnou pomocí.*** Mediafax nakonec na trhu neuspěla a integrovala se do zpravodajské sekce TV Nova.

Ačkoliv média pracují s mnoha zdroji informací, servis ČTK je pro mnohé velkou pomocí při redakční práci. Dřívější nepostradatelnost ČTK však klesá, protože jsou médiím k dispozici stovky různých zdrojů ze sociálních sítí (z Facebooku, Twitteru), z jiných agentur, z internetu atp.

Na téma, jak moc ovlivnil nástup nových médií a sociálních sítí činnost ČTK, odpovídal generální ředitel Jiří Majstr v rozhovoru pro portál Digizone: „Myslím si, že hodně, a netýká se to jenom ČTK, ale všech národních agentur. Jde o nové informační zdroje a nebo – v případě Twitteru – současně o zdroj i jakousi výstřížkovou službu, přes kterou si člověk poměrně hodně věcí ohlídá. Samozřejmě že i sociální sítě mají určité nedostatky, u agentur je klíčová přednost kromě rychlosti, v níž se jim řada sociálních sítí vyrovná, ověřenost a spolehlivost zpráv. Vydáváme zprávy tak, aby je naši klienti už nemuseli ověřovat, protože si za náš servis platí.“⁵⁰

V říjnu 2011 se konal Seminář ČTK o roli ČTK na mediálním poli a na trhu informací. Zazněly zde názory hned několika mediálních odborníků. Kromě generálního ředitele ČTK Jiřího Majstra vystoupil generální tajemník Evropské aliance tiskových agentur Erik Nylén, který charakterizoval image ČTK v Evropě jako unikátní úspěšné agentury.

⁵⁰ POTUČEK J., *Mediafax nás ani s pomocí Novy neohrozil, říká nový ředitel agentury ČTK* [online] [cit 2011-14-06] Dostupné z WWW: <http://www.digizone.cz/clanky/mediafax-nas-neohrozil-rika-novy-reditel-ctk/>

Dalším přednášejícím byl publicista Daniel Dočekal. Hovořil o proměnách mediálního světa v důsledku technologického vývoje. Podmínkou úspěšnosti agenturní činnosti je podle Dočekala „spolupráce se sociálními médii jako zdroji aktuálních informací“⁵¹. Jaroslav Kábele, šéf iDNES.cz, na semináři uvedl, že „agentura ČTK byla kdysi jediným agregátem zpráv a byla nepostradatelným subjektem výroby novin. Mezičase došlo k rozrůznění zdrojů a přechodu na interaktivní zpravodajství a ČTK se mezičase stala pro iDNES.cz jakýmsi doplňkovým zdrojem informací, pomocníkem při plánování, službou při monitoringu a záchrannou sítí, které redakce nepokryla“⁵².

⁵¹ ČESKÁ MÉDIA, *Nedělní videozáznam: Seminář o ČTK naznačil směřování agenturního zpravodajství* [online] [cit 2011-14-06] Dostupné z WWW: <http://www.ceskamedia.cz/media/409189/nedelni-videozaznam-seminar-o-ctk-naznacil-smerovani-agenturniho-zpravodajstvi dne>

⁵² Tamtéž

8. Zneužívání zpravodajství ČTK

Předchozí kapitola se věnuje tématu využívání zpravodajství, tato se zaměří na jeho zneužívání. Na téma lze pohlédnout ze dvou úhlů. Z hlediska nedodržování smluv o publikování zpravodajství klienty ČTK a z hlediska vydavatelů, kteří s ČTK žádnou smlouvu nemají, a přesto její zprávy neoprávněně zveřejňují.

K této problematice o využívání informací ČTK je vhodné vysvětlit několik pojmů:

Za **původní zprávu ČTK** se považuje taková zpráva, která obsahuje alespoň 50 procent textu původní zprávy vydané ČTK. Pokud tedy některá média zprávu převezmou a publikují z ní méně než polovinu, tato zpráva se v případě nějakého omezení o počtu zveřejňovaných zpráv nezapočítává.

Citace ze zpráv ČTK s označením autora jsou v odůvodněné míře povoleny. Odůvodněná míra představuje pouze takový rozsah převzatého textu zprávy ČTK, který je nutný pro podporu vlastního informačního záměru toho, kdo ze zprávy ČTK ve svém díle cituje. Citace tedy může mít pouze doplňující, nikoliv převažující úlohu v díle, do kterého je citováno. Za citaci je považován pouze výňatek ze zprávy, označený jako citace (např. formou uvozovek a uvedením autora, resp. značky ČTK).

Nahodilá publikace několika málo vybraných titulků zpráv ČTK s odkazy na webové stránky ČTK či stránky jejích klientů je povolena. Přináší ČTK či jejím klientům návštěvnost a tedy vyšší výnosy. Je to forma kompenzace za porušování autorství. Pokud jsou však publikovány titulky bez prokliku, zveřejňovat je není povoleno.

Parafrázování (převyprávění vlastními slovy) zpráv ČTK není zakázáno. Musí však být uveden zdroj ČTK.

Klienti ČTK mají obvykle smluvně zakotveno, jaké množství zpráv mohou měsíčně využít, zda zprávy musejí či nemusejí zdrojovat, co zahrnují výše uvedené pojmy. Každý typ média má zpravidla jiné podmínky.

Tištěná média mají vždy povinnost uvádět zdroj. Pokud jde o velkého odběratele, který využívá kompletní zpravodajský servis a platí za něj nemalé peníze, nemá žádná omezení v počtu publikovaných zpráv. Střední a menší odběratelé (obsah periodika zpravidla není zaměřen pouze zpravodajsky, využívá proto jen segment zpravodajství) mají nastavené limity počtu zpráv, publikovaných v původním znění (viz pojem původní zpráva výše). Počet se určí při obchodním jednání po zjištění potřeb klienta a zakotví se do smlouvy. Překračování nastavených limitů, potažmo uvádění zdroje, však ČTK téměř nekontroluje nebo to dělá jen namátkově. ***Na zjištění využívání textových zpráv ČTK hlavními tištěnými médii je zaměřen jeden z průzkumů v praktické části této diplomové práce. Porovnání výstupů průzkumu s obsahem smluv vybraných periodik by ČTK mohlo sloužit ke kontrole dodržování sjednaných parametrů využívání zpravodajství.*** Toto porovnání však práce neobsahuje, protože obsah smluv s klienty ČTK je výhradně interní záležitostí.

Rádia nemají omezení v počtu zveřejněných zpráv (zvukových i textových zpráv ČTK) ani nemají povinnost uvádět zdroj. Jak již bylo v předchozích kapitolách uvedeno, rádia mohou využívat audio tak, aby na posluchače působilo jako původní příspěvek tohoto média. S texty musejí rádia pracovat, upravovat je pro rozhlasové čtení, je tedy nepravděpodobné, že by v rozhlase zazněla plná zpráva ČTK v originálním znění. Kdyby však zazněla, nemusí být uveden její zdroj.

Televize s texty také následně pracují, stejně jako rádia. Původní zprávy, tedy úplné texty, by měly povinnost uvést se zdrojem, zveřejněné fotografie také. Video jsou opatřena logem ČTK přímo při výrobě produktu. Televize bývají odběrateli celého servisu ČTK, nemají tedy téměř žádná omezení v počtu využitých produktů zpravodajství a opět se využívání zpravodajství u těchto odběratelů nekontroluje. Pokud televizní stanice nakupuje především videozpravodajství ČTK, má sjednán počet příspěvků za paušální cenu nebo nakupuje příspěvky jednotlivě podle potřeby.

Z předchozích informací této kapitoly vyplývá, že se ČTK příliš nezaměřuje na kontrolu porušování pravidel využívání zpráv klienty ČTK. Provádí to však u těch uživatelů, kteří klienty nejsou, a přesto zprávy ČTK publikují.

Při průzkumech mezi těmito uživateli si ČTK ověřovala, co je k nedovolenému publikování zpráv vede. Důvody plynou zpravidla z neznalosti autorského zákona. Porušování této právní normy jsou si vědomi častěji vydavatelé zpravodajského obsahu než ti, jejichž webové stránky se zaměřují na nějakou specifickou oblast.

Jediné médium, které ČTK z důvodů nedovoleného publikování svých zpráv záměrně monitoruje, je internet. Vede ji k tomu také zmapování internetového trhu, průzkum zveřejňování agenturních zpráv na této informační platformě a hledání nových obchodních příležitostí u vydavatelů, kteří zpravodajství ČTK publikují, aniž by za servis platili.

Protože vykrádání zpravodajského obsahu na internetu netrápí jen ČTK, ale i další média, nabídla agentura spolupráci svým obchodním partnerům.

V roce 2008 byl zahájeno jednání se společností Attributor Corporation (USA), od které byl zakoupen její produkt, platforma pro sledování publikace textů na webu. V průběhu roku 2009 probíhaly

testovací výstupy a následně byl projekt Attributor spuštěn, aby vyhledával neoprávněné využívání textů na internetu. Bylo nalezeno 1356 webů, které nedovoleně zveřejnily zprávy ČTK. Účelem projektu však bylo zaměřit se jen na takové internetové stránky, které publikovaly více než 5 původních zpráv ČTK. Attributor vyhledal 146 takových webů s téměř 6000 neoprávněně publikovanými zprávami ČTK. Vydavatelé vyhledaných serverů byli kontaktováni za účelem úhrady užitých zpráv nebo jejich odstranění. Větším finančním přínosem pro ČTK však byla v rámci tohoto projektu spolupráce s jinými médii. „V srpnu a září 2011 vedla ČTK pilotní projekt sledování zneužívání zpráv na internetu pro společnosti Mafra, a. s., Ringier Axel Springer CZ, a. s., Economia, a. s., a Centrum Holdings. Na základě výsledků sledování a dohody s vydavateli o pravidlech využívání obsahu třetími stranami plánuje ČTK spolu s partnery přijmout a uskutečnit konkrétní společná opatření proti vykrádání zpráv na internetu.“⁵³

Monitorování zneužívání obsahu v jiných médiích – tisk, rozhlas a televize – ČTK neprovádí (z kapacitních důvodů, z důvodu náročnosti, efektivity atp.) ***Jedno z možných řešení by mohlo být nalezení instituce, která by takový monitoring prováděla za ČTK.***

Monitoring obsahu rádií a televizních stanic provádí Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Celá metodika a systém monitoringu vysílání, tzn. namátková kontrola vysílání, cílený monitoring zaměřený na konkrétní zadání (předvolební vysílání, ochrana dětí před nebezpečnými obsahy v odpoledních hodinách apod.) a monitoring motivovaný podněty diváků, jsou popsány ve výročních zprávách RRTV. Účelem monitoringu je primárně kontrola vysílání podle zákona č. 231/2001 Sb. a 40/1995 Sb., ale s výstupy monitoringu

⁵³ ČTK, *Newsletter 13 podzim 2011* [online] [cit 2012-14-01] Dostupné z WWW: <http://www.ctk.cz/novinky/newsletter-2011/?utm_source=ctk.cz&utm_medium=ctk-novinky&utm_campaign=newsletter%2B2011>

lze pracovat i v širších kontextech. Na dotaz, zda by výstupy z tohoto monitoringu mohly být využity pro sledování porušování autorství zpráv ČTK, odpověděla Vilma Hušková, vedoucí oddělení analýz televizního vysílání. *„Povinnosti a kompetence Rady jsou striktně vymezeny zákonem. Rada těžko může své kapacity využívat k dalším, zákonem nespécifikovaným, činnostem. Dovedu si ovšem představit, že by sledování porušování autorství ČTK mohla na komerční bázi vykonávat některá z agentur, která se na monitoring médií specializuje. Například Newton Media. Tato společnost pořizuje přepisy všech zpravodajských pořadů a zpracovává jejich komplexní analýzu.“*⁵⁴

Společnost Newton Media, a. s., vznikla z Newton I.T., která byla do roku 2006 dceřinou společností ČTK. Ani v té době však ČTK nevyužívala služeb této monitorovací služby pro sledování porušování autorství svých zpráv.

⁵⁴ Informace z e-mailové korespondence s Vilmou Huškovou, vedoucí oddělení analýz televizního vysílání z Rady pro rozhlasové a televizní vysílání

PRAKTICKÁ ČÁST

9. Průzkum uveřejňování zpráv a fotografií ČTK ve vybraných českých tištěných periodikách

9.1 Cíl a průběh průzkumu, ověřování hypotéz

Cílem tohoto průzkumu bylo zjistit, do jaké míry jsou stěžejní produkty ČTK, tedy texty a fotografie, využívány vybranými médii a jaké má toto užívání vývoj. To znamená, v jakém rozsahu (vyjádřeno v procentech) jsou texty a fotografie publikovány a zda má využívání obou produktů médii stoupající či klesající tendenci.

Výzkum byl proveden na vzorku tištěných médií, která jsou významnými klienty ČTK. Podobná šetření proběhla již v roce 2009 a poskytla tak možnost data ze dvou po sobě následujících období (roky 2009 a 2010) porovnat.

Vyhodnocení tisku probíhalo během týdne od pondělí 1. listopadu do neděle 7. listopadu 2010 a zahrnovalo následující (abecedně seřazené) tituly: **Aha!**, **Blesk**, **Mladá fronta E15**, **Hospodářské noviny**, **Lidové noviny**, **Metro a Sport**. Období i tituly byly vybrány záměrně. Zpravodajství v uvedeném podzimním týdnu nebylo ovlivněno nějakými zpravodajsky výraznými tématy, jako např. volbami, olympiádou, mistrovstvím, případně sezonními tématy Vánoc, dovolené apod. Výstup za jiná období by mohl být odlišný.

K získávání dat byly zvoleny celostátní deníky distribuované v Praze, které významně využívají zpravodajství ČTK (texty i fotografie) a jsou různých typů (bulvár, seriózní tituly, placené, zdarma apod.).

Během průzkumu docházelo ke kontrole zdrojů všech textů i fotografií a u textů bylo navíc prováděno porovnání rozsahu zveřejněného v tisku s původní zprávou ČTK (texty z tisku byly porovnávány se zprávami uloženými v Infobance ČTK). Každý den byly všechny deníky podrobně sledovány a veškeré údaje zapisovány do tabulek sloužících jako podklad pro zpracování grafů. Grafy jsou zařazeny do přílohy diplomové práce, kde jsou rovněž výstupy z průzkumu práce bakalářské.

Průzkum je zaměřen na vývoj využívání textů a fotografií v tisku ve dvou po sobě jdoucích letech. Následující hypotézy se proto týkají zhodnocení meziročního vývoje.

Hypotézy, které má průzkum ve vybraných denících potvrdit či vyvrátit, jsou následující:

Hypotéza č. 1 – Počet převzatých zpráv uveřejněných ze zdroje ČTK se meziročně snižuje.

Hypotéza č. 2 – Publikování zpráv ČTK vydaných v plném znění ve srovnání s předchozím obdobím stoupl a publikování pouze prvních odstavců převzatých zpráv ČTK klesl.

Hypotéza č. 3 – Podíl zveřejněných fotografií ČTK má meziročně sestupnou tendenci.

Analýzy, které následují, popisují charakter daného periodika, výsledek průzkumu využívání zpráv a fotografií v roce 2010 a následně zhodnocení vývoje po srovnání s daty roku 2009.

Údaje se týkají vždy podílu zpráv, jejichž autorem je dané médium nebo ČTK, poté rozboru zpráv pouze ze zdroje ČTK, přičemž je u nich sledováno, jaké procento z publikovaných zpráv ČTK jsou zprávy v původním úplném znění nebo pouze první odstavce. Třetí sledované jsou fotografie ČTK. U obrázků bylo v tiskovinách zjišťováno,

kolik procent snímků pořídili vlastní fotoreportéři daného média, kolik snímků bylo z dílny ČTK, případně od agentury AP, kterou ČTK zprostředkovává, a počet procent fotografií z jiných zdrojů.

Při meziročním srovnání, které je vždy v závěru analýzy každého periodika, bylo vycházeno z původních hodnot počtu zveřejněných zpráv a fotografií (nikoliv s procentuálními podíly znázorněnými v grafech), aby výsledky nebyly zkresleny. Celkový počet zpráv a fotografií v každém periodiku se samozřejmě v roce 2009 a 2010 lišil.

9.1.1 Analýza dat z deníku Aha! a zhodnocení meziročního vývoje využívání textů a fotografií ČTK

Deník Aha! vychází denně od pondělí do neděle. Vydavatelem je Ringier Axel Springer CZ, nová společnost, založená 1. 11. 2010, vznikla spojením Ringier ČR a vydavatelství Axel Springer. Aha! je bulvární titul, který serióznímu zpravodajství nedává hlavní prioritu. Zcela logicky v něm má proto zpravodajství ČTK omezený prostor. Při průzkumu bylo zjištěno, že zprávy ČTK tvořily během sledovaného týdne roku 2010 pouze pět procent, přičemž naprostá většina z nich (osmdesát dvě procenta) byly pouze krátké zprávičky – první odstavce z vydaných zpráv ČTK. Nejčastější témata, které Aha! ze zpráv ČTK využívá, jsou aktuální sportovní, politické a ekonomické informace. Fotografie si Aha! pořizuje nejvíce z vlastních zdrojů. Obrázků ze zdroje ČTK byla zveřejněna pouze čtyři procenta a z agentury AP, kterou ČTK zprostředkovává, pět procent. Aha! hojně využívá i jiné zdroje (35 procent zveřejněných fotografií bylo z cizích zdrojů), kterými jsou především Profimedia, Isifa, EPA, TV Nova či TV Prima (dnešní Prima family myslím se tak oni sami píšou), Muzeum hlavního města Prahy a další.

V průzkumu z roku 2009 bylo zjištěno, že jen osm procent všech publikovaných zpráv bylo ze zdroje ČTK. Pokud jsme zkoumali pouze tyto zprávy ČTK, jen šestnáct procent z nich bylo zveřejněno v plném znění, zatímco celých osmdesát čtyři procent byly zprávy krácené – publikován pouze jejich první odstavec. Fotografie ČTK tvořily v tomto periodiku devět procent ze všech publikovaných snímků.

Ze získaných dat můžeme zhodnotit meziroční vývoj. Počet zpráv uveřejněných ze zdroje ČTK meziročně klesl o 40 procent. Publikování plných zpráv ČTK ve srovnání s předchozím obdobím vzrostlo o pětinu a využívání pouze prvních odstavců meziročně pokleslo o dvě procenta. Publikování fotografií ČTK pokleslo o 53 procent.

9.1.2 Analýza dat z deníku Blesk a zhodnocení meziročního vývoje využívání textů a fotografií ČTK

Deník Blesk je obdobně zaměřený titul jako Aha! s tím rozdílem, že má daleko vyšší počet čtenářů. Vydavatelem je rovněž společnost Ringier Axel Springer CZ. Titul vychází denně včetně neděle. Také v něm převažuje tvorba vlastních zpráv, které tvoří celých 78 procent. Podíl ČTK na textech je pouze 16 procent. U naprosté většiny zveřejněných sdělení ze zdroje ČTK šlo pouze o první odstavce (85 procent), nejčastěji z kategorie sportu, politiky a regionů. Plné zprávy vytvořily 15 procent. Fotografie Blesk pořídil ze 48 procent vlastními fotoreportéry. ČTK má prostor pouze v osmi procentech. Celých 44 procent fotografií bylo zveřejněno z jiných zdrojů, např. Reuters, EPA, Profimedia, idemedia.cz a dalších.

V průzkumu z roku 2009 bylo zjištěno, že jen 17 procent publikovaných zpráv bylo převzatých od ČTK. Pokud jsme zkoumali pouze je, pak jen dvě procenta z nich byla zveřejněna v plném znění,

zatímco v 98 procentech šlo o zprávy v rozsahu prvního odstavce(?). Fotografie ČTK tvořily v tomto periodiku šest procent ze všech publikovaných snímků.

Ze získaných údajů můžeme zhodnotit meziroční vývoj. Počet zpráv uveřejněných ze zdroje ČTK meziročně poklesl o šest procent. Publikování plných zpráv ČTK ve srovnání s předchozím období vrostlo o výrazných 650 procent, protože v roce 2009 byla pouhá dvě procenta ze zpráv ČTK zveřejněna v plném znění. Využívání pouze prvních odstavců pokleslo o 13 procent. Prezentace fotografií ČTK meziročně vrostla o 33 procent.

9.1.3 Analýza dat z deníku Mladá fronta E15 a zhodnocení meziročního vývoje využívání textů a fotografií ČTK

Ekonomický deník Mladá fronta E15 (přejmenován z původního E15) obsahuje zprávy z domácí a světové ekonomiky, politiky, byznysu a financí. Jednou měsíčně vychází společně s lifestyleovým magazínem ZEN. Deník je distribuován bezplatně ve vybraných místech Prahy, Brna, Ostravy a Olomouce. Od podzimu 2010 je i ve volném prodeji ve městech Plzeň, Benešov, Beroun, Brandýs nad Labem, Kladno, Kolín, Kutná Hora, Mělník, Mladá Boleslav, Nymburk, Příbram, Rakovník, Slaný, Vlašim, Liberec, Ústí nad Labem, Hradec Králové, Pardubice, Karlovy Vary, Praha, Brno, České Budějovice, Jihlava. Kombinuje tedy náklad zdarma s volným prodejem. U tohoto titulu byl vysoký předpoklad využívání zpravodajství ČTK, což se potvrdilo – polovina ze všech zveřejněných zpráv je převzata od ČTK, a to nejčastěji zprávy ekonomické. Sdělení ČTK v plném znění tvořila 21 procent, zbývajících 79 procent tvořily krácené texty do rozsahu prvního odstavce. Fotografie v deníku Mladá fronta E15 jsou z 21 procent ze zdroje ČTK, ale 65 procent je z dalších zdrojů, např. Profimedia, Reuters nebo Mediafax.

V průzkumu z roku 2009 bylo zjištěno, že polovina všech publikovaných zpráv je původem z ČTK. Pokud jsme podrobně zkoumali prezentaci materiálů ČTK, lze konstatovat, že 25 procent z nich bylo zveřejněno v plném znění, zatímco celých 75 procent tvořily zprávy krácené – pouze jejich první odstavec. Fotografie ČTK tvořily v tomto periodiku 28 procent ze všech publikovaných snímků.

Ze získaných dat můžeme zhodnotit meziroční vývoj. Počet zpráv uveřejněných z databází ČTK zůstal meziročně stejný. Publikování plnohodnotných textů ČTK ve srovnání s předchozím obdobím pokleslo o 16 procent a využívání pouze prvních odstavců vzrostlo o pět procent. Publikování fotografií ČTK meziročně pokleslo o čtvrtinu.

9.1.4 Analýza dat z deníku Hospodářské noviny a zhodnocení meziročního vývoje využívání textů a fotografií ČTK

Vydavatelem Hospodářských novin je společnost Economia, a. s., která je vydavatelstvím ekonomických a odborných periodik v ČR. Hospodářské noviny vycházejí od pondělí do pátku a přinášejí zpravodajství s analytickými prvky a komentáři. Redakce Hospodářských novin využívá nejvíce ekonomické zpravodajství ČTK, dále zahraniční, domácí a sportovní agenturní zprávy. Zveřejněné zprávy ČTK tvořily 19 procent, z nichž celých 45 procent vyšlo v nezkráceném znění. Ekonomický charakter publikovaných zpráv vyžaduje častěji než u jiných typů zpráv nezkrácené znění. Snímky ČTK zaujímají v Hospodářských novinách 13 procent. Fotografie z vlastní produkce redakce tvoří 50 procent, ale využívány jsou hojně i zdroje cizí, např. Reuters, Profimedia, Bloomberg a další.

V průzkumu z roku 2009 bylo zjištěno, že 29 procent všech publikovaných zpráv bylo ze zdroje ČTK. Pokud jsme zkoumali

procenta využití textů ČTK, dokonce 49 procent jich bylo zveřejněno v plném znění a 51 procent byly zprávy krácené – pouze otištění jejich prvních odstavců. Fotografie ČTK tvořily v tomto periodiku 18 procent ze všech publikovaných snímků.

Po zhodnocení získaných dat můžeme posoudit meziroční vývoj. Počet zpráv uveřejněných ze zdroje ČTK meziročně poklesl o 34 procenta. Publikování nekráceného agenturního zpravodajství ČTK ve srovnání s předchozím obdobím bylo o osm procent nižší. Využívání pouze prvních odstavců vzrostlo také o osm procent. Publikování fotografií ČTK se meziročně snížilo o 28 procent.

9.1.5 Analýza dat z deníku Lidové noviny a zhodnocení meziročního vývoje využívání textů a fotografií ČTK

Lidové noviny vycházejí denně od pondělí do soboty a vydává je mediální skupina Mafra. Zprávy ČTK, které Lidové noviny využívají, jsou zařazeny nejčastěji v kategoriích obchod, domácí, svět a sport. V rámci průzkumu však tyto zprávy zaujímaly jedno jediné procento, protože většinu zpráv vytvořili redaktoři Lidových novin nebo byly z jiných zdrojů. Plné zprávy ČTK byly publikovány v 48 procentech, zbytek byly jen první odstavce zpráv. Fotografie publikované v Lidových novinách jsou ze 16 procent snímky ČTK, ale většinou redakce čerpá z cizích zdrojů, jako např. od Profimedia, Bloomberg, Reuters a dalších.

V průzkumu z roku 2009 bylo zjištěno, že jen třetina všech publikovaných zpráv byla původem z agentury ČTK. Pokud jsme zkoumali tyto zprávy ČTK, pak 55 procent jich bylo zveřejněno v plném znění, u 45 procent se jednalo pouze o krácené texty – s využitím prvních odstavců. Fotografie ČTK tvořily v tomto periodiku 12 procent ze všech publikovaných snímků.

Ze získaných dat můžeme zhodnotit meziroční vývoj. Počet zpráv ČTK meziročně poklesl o výrazných 97 procent. Publikování plných textů agenturní produkce ve srovnání s předchozím obdobím pokleslo o třináct procent a využívání pouze prvních odstavců vzrostlo o šestnáct procent. Zveřejňování fotografií ČTK meziročně stoupl o třetinu.

9.1.6 Analýza dat z deníku Metro a zhodnocení meziročního vývoje využívání textů a fotografií ČTK

Deník Metro vydává METRO Česká republika, a. s. Tato společnost rovněž patří do mediální skupiny Mafra. Deník je distribuován zdarma v Praze a dalších 50 městech. Vychází denně od pondělí do pátku. Zpravodajství ČTK má pro Metro velký význam. Průzkum prokázal, že zprávy ČTK tvořily 44 procent, přičemž plných zpráv byla publikováno 31 procent a krácených zpráv do prvních odstavců 69 procent. Fotografie ČTK tvořily 21 procent ze všech fotografií. Vlastní fotografie publikuje Metro v omezené míře, jde pouze o 15 procent. Více než polovina byly fotografie z cizích zdrojů, např. z Reuters, Profimedia a další.

V průzkumu z roku 2009 bylo zjištěno, že jen 35 procent všech publikovaných zpráv bylo ze zdroje ČTK. Pokud byla zkoumána podrobněji míra jejich využití, bylo zjištěno, že pouze 34 procenta z nich byla zveřejněna v plném znění, zatímco celých 66 procent tvořily zprávy krácené – u nich byl zveřejněn pouze jejich první odstavec. Fotografie ČTK tvořily v tomto periodiku čtvrtinu ze všech publikovaných snímků.

Ze získaných dat lze zhodnotit meziroční vývoj využívání tuzemské agenturní produkce. Počet zveřejněných zpráv ČTK meziročně vzrostl o třináct procent. Publikování plných textů ve srovnání s předchozím obdobím pokleslo o devět procent a

využívání pouze prvních odstavců vzrostlo o pět procent. Zveřejňování fotografií ČTK se meziročně snížilo o 16 procent.

9.1.7 Analýza dat z deníku Sport a zhodnocení meziročního vývoje využívání textů a fotografií ČTK

Deník Sport vydává společnost Ringier Axel Springer CZ každý den od pondělí do neděle. Obsahuje zprávy, statistiky z hokeje, fotbalu, tenisu, motorismu, lyžování, atletiky, basketbalu a mnoha dalších sportovních disciplín. Redakce Sportu samozřejmě nejvíce využívá sportovní zpravodajství ČTK. Zprávy ČTK tvořily pouze devět procent vydaných zpráv, zbytek napsala redakce Sportu sama. První odstavce zpráv ČTK se objevily v 42 procentech případů, zatímco plné zprávy v 58 procentech. Fotografií ze zdroje ČTK vydala redakce Sportu v období průzkumu 11 procent. Ostatními zdroji byly nejčastěji Reuters či Profimedia.

V průzkumu z roku 2009 bylo zjištěno, že jen 21 procent všech publikovaných zpráv pocházelo ze zdroje ČTK. Podle výsledků jich pouze 38 procent bylo zveřejněno v plném znění, zatímco zbývajících 62 procent tvořily zprávy krácené – pouze s využitím prvních odstavců. Fotografie ČTK prezentované v tomto periodiku činily šest procent všech publikovaných snímků.

Ze získaných nových dat je možné zhodnotit meziroční vývoj. Počet prezentovaných zpráv ČTK meziročně poklesl o 57 procent. Publikování nekrácených textů ze zpravodajské produkce ČTK ve srovnání s předchozím obdobím vzrostlo o 53 procent a využívání pouze prvních odstavců naopak pokleslo o 32 procent. Pozoruhodný je nárůst objemu využívaných fotografií z nabídky ČTK: počet zveřejněných fotografií se meziročně zvýšil o 83 procent.

9.2 Dílčí závěry průzkumu využívání textů a fotografií

Hypotéza č. 1 – Počet převzatých zpráv uveřejněných ze zdroje ČTK meziročně klesl.

Tato hypotéza platí u těchto titulů:

Aha!, Blesk, Hospodářské noviny, Lidové noviny a Sport.

U titulu Mladá fronta E15 nedošlo k žádné změně a u Metra procento zveřejněných zpráv ČTK vzrostlo.

Výsledkem meziročních změn u počtu zpráv zveřejněných ze zdroje ČTK ve všech vybraných médiích je v průměru pokles o 12 procent. Hypotéza se tedy potvrdila.

Hypotéza č. 2 – Publikování zpráv ČTK vydaných v plném znění ve srovnání s předchozím obdobím stoupl a publikování pouze prvních odstavců převzatých zpráv ČTK kleslo.

Tato hypotéza se potvrdila u titulu Aha!, Blesk a Sport.

U zbývajících titulů Mladá fronta E15, Hospodářské noviny, Lidové noviny a Metro je tomu naopak, to znamená že publikování prvních odstavců narostlo, zatímco plné zprávy ČTK se oproti předchozímu roku zveřejňovaly méně.

Rozhodující pro platnost dané hypotézy je však nárůst publikování plných zpráv a pokles publikování prvních odstavců v rámci celkového počtu zpráv ČTK zveřejněných ve všech vybraných médiích.

V rámci všech zpráv ČTK zveřejněných v roce 2010 se ve srovnání s rokem předchozím procento zpráv v plném znění

nezměnilo a rovněž i procento zpráv zveřejněných v rozsahu jen prvního odstavce (zprávy ČTK v plném znění činily jak v roce 2010, tak v roce předchozím 34 procent a první odstavce za oba roky 66 procent ze všech zpráv ČTK zveřejněných v těchto letech). Vzhledem k tomu, že se situace meziročně nezměnila, nedošlo tedy k odhadovaným změnám a hypotéza se nepotvrdila.

Hypotéza č. 3 – Podíl zveřejněných fotografií ČTK má meziročně klesající tendenci.

Tato hypotéza platí konkrétně u těchto titulů: Aha!, Mladá fronta E15, Hospodářské noviny a Metro. U jmenovaných periodik má využívání fotografií klesající tendenci.

Tato hypotéza u titulů Blesk, Lidové noviny a Sport, u kterých využívání fotografií ČTK naopak vzrostlo, neplatí.

Pokud zhodnotíme tendenci využívání fotografií ČTK u všech vybraných periodik v rámci daného období, zjistíme, že došlo k poklesu o devět procent. Třetí hypotéza se potvrdila.

Průzkum neproказuje, jaký počet agenturních zpráv ČTK dlouhodobě využívala, protože zkoumaný vzorek byl pouze omezený rozsahem i časovým obdobím. Bylo potřeba spoléhat na to, že média označovala zprávy ČTK značkou agentury. Odběratelé jsou smluvně vázáni zprávy označovat zdrojem. Pokud je v tisku ze zprávy publikováno méně než 50 procent původní zprávy, není periodikum povinno uvádět zdroj ČTK. V tisku se však značka zpravidla důsledně uvádí proto, aby případnou zodpovědnost za text nenesl vydavatel, ale ČTK. Noviny se vyhnou zodpovědnosti při případných nepřesnostech

nebo sporných informacích z agenturního zdroje. K tomu by však nemělo docházet, protože ČTK zprávy ověřuje.

Zdroj zpráv je uveden nejčastěji v domicilu či pod zprávou, případně je zdroj jmenován rovněž v tiráži novin. Deník Sport neuvádí zdroj u žádné ze zpráv převzatých z ČTK, zmiňuje ho pouze v tiráži. Důvodem je grafické zpracování listu.

Tento průzkum byl jeden z možných pohledů na využitelnost textového a obrazového zpravodajství. Celkové využití zpráv ČTK má však i jiné aspekty. Do něj by bylo potřeba zahrnout i takové zprávy, které redakce využily jen jako tip pro zprávu, kterou sami zpracovaly, nebo využily některé plánovací materiály, jako jsou informace o konání tiskových konferencí, zasedání vlády, ekonomických událostech atp. Nutno přiznat, že takový průzkum nemůže zcela prokázat, které další zprávy, byť nepublikované, dále jejich odběratelé využili. Co však jednoznačně z průzkumu vyplývá, je fakt, že zprávy i fotografie ČTK mají ve většině zkoumaných médií své místo. A to především tam, kde má prostor zpravodajství z domova i zahraničí, události z politiky, ekonomiky, sportu či kultury. Pro publicistiku je ČTK rovněž výborným zdrojem, protože nabízí souhrnné databáze sloužící k získání rozsáhlejších dat, souborných faktů o událostech, osobnostech, zemích atd. Nejmenší prostor mají zprávy a fotografie ČTK prokazatelně v bulvárních denících.

Z průzkumu vyplývá například doporučení, že by ČTK měla zavést nový produkt textového zpravodajství (dosud takový nemá), kterým jsou „první odstavce zpráv“. Je to podle výsledku nejžádanější látka k publikování médií. Přineslo by to snadný výtěžek za předpokladu, že ČTK nabídne plné zprávy i první odstavce samostatně. Výroba takového produktu by byla otázkou pouze technického řešení v multimediálním redakčním systému agentury, který programovalo oddělení informačních technologií ČTK samo a je schopno bezproblémových změn. Dalším důvodem, proč nabízet

takový produkt, je, že by tím odpadla diskuse, zda médium publikovalo původní zprávu, či ne. O původní zprávě se hovoří tehdy, pokud médium publikuje více než 50 procent zprávy ČTK. Při existenci produktu „první odstavce zpráv“ by média publikovala původní zprávu vždy, protože nepředpokládáme, že by publikovala jinou část než první odstavec. Každý, kdo by publikoval první odstavec, by měl povinnost uvádět zdroj ČTK. Snadno by se tak dokazovalo případné porušování autorství. Bylo by zcela jednoznačné, kdy k němu došlo. Ten, kdo publikuje plné zprávy ČTK, je povinen za ně platit. Další předností produktu by bylo rychlejší vydání základní informace od ČTK (celou verzi zprávy by pak ČTK vydala později) a klientská redakce by měla méně práce s krácením textu.

Fotografie ČTK jsou významným zdrojem pro zkoumaná tištěná média a kvalita fotografií dosahuje nepochybně vysoké kvality. Většina redakcí však z úsilí o originalitu, odlišnost a exkluzivitu publikuje fotografie přednostně od vlastních fotoreportérů a zbývající vybírá z více zdrojů. Fotobank jsou na trhu desítky. A takové, jako Profimedia či Isifa, jsou Fotobance ČTK velkými konkurenty. ***Doporučením pro ČTK by v tomto směru mohlo být neustále sledovat konkurenci, mít minimálně stejně široké portfolio fotografií, nespoléhat pouze na prodej zpravodajských fotoaktualit a na archiv a především být v úzkém kontaktu se zákazníky a vědět, proč se obrací na konkurenci.*** ČTK bude zákazníkům skutečnou službou, pokud bude nabízet široký výběr fotografií v dostatečné kvalitě a především v – dnes tolik preferované – rychlosti.

10. Krátkodobá budoucnost ČTK

10.1 Cíl a průběh rozhovorů, ověření hypotézy

Na ekonomickou situaci ČTK mají vliv změny v informačním trhu. Na produkci většiny tiskových agentur mají vliv sociální sítě a internetové zdroje informací obecně. I v ČTK se projevil dopad finanční krize a patrně nedostatečná reakce na ni ze strany managementu. Agentura se dostává do stále horší finanční situace a zatím nic nenasvědčuje tomu, že by se to v krátké budoucnosti mělo změnit. Mezi mediálními odborníky se také vedou diskuse o možné privatizaci agentury a potřebě změny legislativy, která řeší statut, v němž ČTK působí. Je sporné, zda má mít agentura ČTK veřejnoprávní podobu, či ne. Tyto a jiné otázky mohou být spojeny s odhady budoucnosti významné české agentury. Proto se autorka práce rozhodla provést rozhovory s několika osobnostmi, které rozumějí médiím a dovedou se vyjádřit k budoucímu dění v ČTK.

Cílem bylo získat od oslovených odborníků názor na krátkodobou budoucnost ČTK a potvrzení či vyvrácení v pořadí čtvrté hypotézy této diplomové práce.

Hypotéza č. 4 – Většina respondentů odhaduje, že v průběhu dvou let se bude ČTK potýkat s problémy způsobenými rychlým vývojem informačního trhu.

O rozhovory byly požádány osobnosti z mediální sféry, které by se uměly vyjádřit k budoucnosti ČTK. Patří mezi ně např. generální ředitel ČTK, člen top managementu ČTK, klienti či kandidáti na pozici

generálního ředitele. Všichni mají k ČTK určitý vztah, ať přímý (zaměstnanec, klient), či nepřímý (např. kandidáti na GŘ).

Respondenti obdrželi pouze jednu hlavní otázku na téma, jak bude vypadat ČTK za dva roky. Odpovědi jsou prezentovány v následující kapitole. Autoři odpovědí jsou vždy v úvodu představeni a za jejich jmény, abecedně seřazenými, je uveden stručný výběr z jejich profesionální kariéry, která se nejvíce týká agentury ČTK a médií.

10.2 Názory respondentů

Na otázku „**Jak bude podle vás ČTK vypadat za dva roky?**“ oslovení respondenti, mediální odborníci, jejichž jména a současné i bývalé pozice jsou uvedeny vždy nad odpovědí, reagovali následovně:

Ing. Stanislav Holec, jednatel KIERO, s.,r.,o. a externí spolupracovník spol. Ringier, kromě jiného bývalý ředitel divize Multimedia spol. Mafra, klient ČTK, bývalý vedoucí domácí redakce ČTK, jeden z kandidátů na funkci generálního ředitele ČTK v r. 2011

„Myslím, že se příliš nezmění. Bude se muset trochu zeštíhlit, propustit ještě nějaké lidi. Bude se muset snažit udržet velké mediální domy a hledat příležitosti u malých klientů všelijakých webů apod. Asi se bude více prezentovat veřejně, aby působila na odběratele, že má význam. Zjevně bude více pracovat s PR zdroji a tím se snažit snížit náklady na vlastní tvorbu.“

V zásadě bude problém s její reformou, protože je to i věc politická. Myslím, že by jí prospěla privatizace a vstup na burzu, ale to je nereálné, i tak je to cesta na déle než dva roky.“

MgA. Miloslav Kučera, pedagog na katedře Sociální a mediální komunikace Univerzity J. A. Komenského, dříve kromě jiného vedoucí Úřadu Rady pro rozhlasové a televizní vysílání a člen mediální komise PSP ČR.

„ČTK prošla za posledních dvacet let pozvolným vývojem. Ze všech médií veřejné služby nejpomalejším a nejméně razantním. I když snahy předešlého i současného vedení vnímám, nejsem si jist, zda ČTK dostatečně pružně reaguje na vývoj okolo sebe – internet, YouToube apod. Vidíme, jak klesají náklady printům, jak se perou o sledovanost elektronická média. Je otázkou, kdo ještě během dalších let bude potřebovat zpravodajství ČTK. V písemné podobě bude zájemců zřejmě čím dál méně. Jakkoli se mi to před časem zdálo divné a téměř nereálné, čím dál více vnímám nutnost spolupráce mezi ČT, ČRo a ČTK s tím, že by si společně pokryly síť domácích i zahraničních zpravodajů, kteří budou umět zacházet s kamerou, mikrofonom i počítačem dohromady a budou schopni zmíněná média zásobovat potřebnými zprávami i komentáři dle potřeby. Prostě jakýsi univerzální zpravodaj - redaktor, nejen oboživelník, ale 'trojživelník'. Jako neoptimálnější bych viděl jejich postupné, ale zásadní splnutí v jeden celek. Jenže vůči tomu se zatím staví jak stávající vedení ČTK, tak i většina pravicových politiků. To by ovšem nejen ve vedení ČTK, ale především v Radě ČTK museli zasedat politici, kteří vědí, o co jde, a nejen věrní kývači na jakékoli návrhy a informace o vedení ČTK: Jenže 'ryba smrdí od hlavy' a buďme si upřímní, předešlí předsedové, respektive předsedkyně Rady ČTK nebyli právě nejschopnějšími manažery. Nejsem si ovšem jist, zda současná sněmovna v sobě najde dost odvahy uvědomit si, že zákon o ČTK je zoufale zastaralý a že je třeba urychleně připravit zákon nový. A pro ministerstvo kultury je ČTK v žebříčku důležitosti na hodně nízkém stupni.“

JUDr. Jiří Majstr, generální ředitel ČTK, v agentuře pracuje od r. 1980, působil kromě jiného jako zahraniční zpravodaj, šéf dceřiné společnosti Neris nebo jako náměstek generálního ředitele ČTK pro zpravodajství.

„Představuji si agenturu, která je současně hodně moderní a zároveň se drží tradičních věcí. Protože jakmile o píd' ustoupíme od spolehlivosti, tak končíme. Měli bychom přicházet s novou nabídkou pro trh v moderních řešeních a nových formátech. Brutálně průběžné zpravodajství v podobě Twitteru nebo internetového zpravodajství v současné době hraje svou roli. Přitom ale platí – a to je na tom fantastické –, že vždycky fungují současně oba protiklady. Jsou totiž lidé, kteří si večer vypnou televizi, vezmou si iPad a čtou si tam věci dlouhé dva až tři tisíce slov, které se dnes už tolik neprodukují. Takže se dívám i tam, kde by bylo něco zajímavého a sedělo to zároveň agentuře i jejím klientům.“⁵⁵

PhDr. Jan Štolba, předseda představenstva a výkonný ředitel Litmedia, a. s. – Literární noviny, dříve např. ředitel firemních časopisů společnosti Economia, klient ČTK, v minulosti pracoval v ČTK téměř 20 let a prošel vývojem od zpravodaje – eléva až po prvního zvoleného šéfredaktora.

„O tiskové agentuře se říká, že to jsou noviny novinářů. Nedovedu si představit dobré noviny bez agenturního servisu. Samozřejmě, že díky internetu jsou i další zdroje rychlého (v řadě případů i rychlejšího) zpravodajství, avšak bez záruky, kterou by agentura měla vždy garantovat. To je bod č. 1 pro ni. Bodem č. 2 je (měla by být) kvalita jeho zpracování, včetně uvedení zdrojů. Navíc,

⁵⁵ ŽELEZNÝ, T. *Jiří Majstr: Zdraví ČTK je závislé na zdraví médií* [online] [cit 2011-12-12] Dostupné z WWW: <<http://strategie.e15.cz/rozhovor/jiri-majstr-zdravi-ctk-je-zavisle-na-zdravi-medii-726356>>

citací agentury se příslušné médium zbavuje odpovědnosti za případnou chybu či nepřesnost. Bodem č. 3 pro ni je utřídění informací, jejich chronologická či logická posloupnost. Důležitým faktorem je samozřejmě právní postavení tiskové agentury: je státní – veřejnoprávní (dotovaná), nebo polostátní – akciovka s podílem státu a s jak velkým, nebo ryze soukromá. To samozřejmě, ať chceme, či nechceme, ovlivňuje určitým způsobem výběr i zpracování zpravodajských materiálů. Pokud vím, tak se Četka snaží od samého počátku o privatizaci, kterou jí postupně slíbil Klaus, Zeman, zatím k ní nedošlo. Otázkou je, bude-li to pro Četku výhoda, či nikoliv. Jako profesionální instituce by se však nikdy neměla nechat ovlivnit z té či oné strany. Problémem zůstávají finance. Medium je svobodné tehdy, jestliže je finančně nezávislé. Nevím, jak na tom Četka teď je, ale doslechl jsem se o dalším rušení zahraničních postů. Mimochodem, chápu to z ekonomického hlediska, ale odsuzuji z profesionálního. Vedl jsem na toto téma mnoho debat se svými kolegy hned na počátku 90. let, kdy byl názor vše zrušit a přebírat zahraniční zprávy zvenku. Tím však ztratila Četka (a ztrácí nadále) obrovskou výhodu proti ostatním mediím – exkluzivitu v bohemikách (zprávách týkajících se v různých souvislostech Česka), která žádná cizí agentura nedodá...

Přežije Četka rok 2015? Jsem přesvědčen, že ano. Bude-li dbát pravidla, že informace je zboží, které se nejrychleji kazí, bude-li to zboží vysoce kvalitní po všech stránkách, pak nemám strach. Bude však třeba co nejužší zpětná vazba s médii, pružně reagovat na jejich potřeby, ať už jde o zpravodajství slovní, obrazové, grafiku, uživatelsky příjemné prostředí. Příkladem může být soupeření Reuters a Bloomberg, kdy Bloomberg díky rychlé inovaci technické a širší nabídce služeb předčila v krátké době tradiční Reuters. A příklad za všechny: vydavatelství VLP zrušilo Četku s tím, že ji nahradí vlastní agentura. Nepodařilo se a jsou pokorně zpět mezi odběrateli četařského servisu... Proto věřím, že při dodržení všech profesionálních pravidel a vstřícnosti

k zákazníkům bude mít Četka i nadále nezastupitelné místo mezi médii.“

Mgr. Ladislav Vonz, šéfredaktor zpravodajství Rádia Impuls, dlouholetý klient ČTK, pedagog na katedře Sociální a masové komunikace Univerzity J. A. Komenského

„ČTK je pro Rádio Impuls hlavním vnějším zdrojem informací. Její role je ve zpravodajském procesu nezastupitelná, ačkoli jí tvrdě konkurují nová média, především zpravodajské servery, které v podstatě zdarma přinášejí rychlé a aktuální informace. Agenturní zpravodajství má několik výrazných předností: kromě očekávané rychlosti, aktuálnosti a přesnosti jde zejména o široké pokrytí tematických oblastí (od domácího zpravodajství, přes informace z různých konců světa až po lehce bulvární zpravodajství ze společnosti) a především o servisní charakter této služby. Právě v poskytování nadstandardního servisu, který je důležitý pro výběr témat a nastolování agendy, je budoucí role ČTK. Tuto roli zatím žádná jiná média než agentury nezvládají.

A co bude za dva roky? Určitě nedojde k žádnému dramatickému obratu, ČTK se ale bude posunovat směrem k další multimedializaci a digitalizaci svého servisu. Kromě textového zpravodajství Impuls už léta využívá a nadále v budoucnu určitě využívat bude audio servis, tedy zvukové zpravodajství. Největším konkurentem nemusejí být pro ČTK paradoxně zpravodajské portály (ty jsou koneckonců jejími klienty!) nebo jiné agentury, ale například sociální sítě, prostřednictvím kterých se nové informace (texty, obrázky, videa), byť neověřené a zkreslené, šíří rychlostí blesku a do jisté míry suplují aktuální zpravodajská média.“

Bc. David Vozdecký, rozhlasový a televizní novinář, bývalý vedoucí oddělení Audio ČTK a exredaktor Videoservisu ČTK. Dnes majitel televizního studia Leontynka, s. r. o.

„Trend: Počet zaměstnanců ČTK rok od roku klesá. Agentura se kvůli ekonomické krizi a odlivu klientů hluboce propadla do červených čísel, která saturuje prodejem svých firem/objektů, čímž si opticky vylepšuje hrubý zisk. Redakce ČTK opouštějí kvalitní novináři (odcházejí do tištěných médií, TV, PR), nahrazují je ve velké míře elévodové. Tento trend považuji za obzvláště nebezpečný. Investigativní zprávy tak nahrazují tisková prohlášení firem a politických stran.

Textový a zvukový servis ČTK vydávaný ve slovenštině agentura po velkých plánech zrušila – pro neuspokojivé finanční výsledky. Stejný osud čeká český zvukový servis i videoservis. Ohroženo je oddělení grafiky ČTK.

Videoservis ČTK přes počáteční slibný start v roce 2006 ztratil kvůli klesajícímu zájmu klientů šanci stát se poskytovatelem kvalitního videozpravodajství z regionů České republiky a Slovenska pro tuzemská televizní a internetová média. Původní myšlenka dodávat TV stanicím hotové zpravodajské reportáže a publicistické spoty ztroskotala na nepřilíš profesionálním přístupu redaktorů a vedení Videoservisu ČTK. TV stanice až na občasné výjimky nejeví o videomateriál ČTK žádný zájem. Redaktoři a kameramani ČTK byli ve velkém kvůli špatným ekonomickým výsledkům servisu v roce 2010 propuštěni. Z dvanácti zaměstnanců zůstali jen dva.

Stejný osud s klesajícím zájmem klientů potkal v posledních letech Audioservis ČTK. Projekt v dobách největšího rozmachu v letech 2004–2007 denně produkoval až pět desítek zvukových nahrávek pro české a slovenské rozhlasové stanice, často ale bohužel ve špatné technické kvalitě. Obsah tvořily a tvoří aktuální vyjádření mluvčích policie, nahrávky tiskových konferencí Vlády ČR, zvuky ze sněmovny

atd. Nyní mnohé rozhlasové stanice, zejména pod tíhou snižování nákladů, Audioservis ČTK odhlašují. Stříhači zvuku jsou méně vytíženi, a proto vypomáhají v agentuře při zpracování videa. Častokráte však videozpravodajství tvoří pouze hrubé záznamy natočené na amatérské kamery. Masivní použití pro TV vysílání je z hlediska technické i obsahové kvality problematické.

ČTK ruší kvůli šetření své zahraniční pobočky. Nyní má své zpravodaje v těchto městech mimo ČR: Bratislava, Košice, Zvolen, Moskva, Londýn, New York, Varšava, Brusel a Berlín (Vídeň je nyní obsluhována dojížděním z Bratislavy, Paříž byla bez náhrady kvůli úsporám zrušena). Očekávám další rušení zahraničních poboček.

Cílem Jiřího Majstra je ČTK ekonomicky i personálně stabilizovat, vrátit agentuře kladné ekonomické hospodaření i dříve silné renomé u mediálních klientů. Ti se, zejména u menších médií typu komerční rozhlasové stanice, začínají od ČTK stále více odvracet. Komerční soukromé klienty se ČTK nedaří (vyjma ProTextu) získávat. ČTK během dvou let z českého mediálního pole rozhodně nezmizí. Bude však z poloviny tvořena novinářskými (špatně zaplacenými) elévy, pověst agentury bude stále více pokulhávat, média budou její servis kvůli úsporám odhlašovat.“

Mgr. Petr Žantovský, PhD., prorektor Akademie managementu a komunikace Praha, kromě jiného bývalý šéf katedry Sociální a masové komunikace Univerzity J. A. Komenského a jeden z kandidátů na post GŘ ČTK v r. 2011

„ČTK má za sebou několik velice neblahých událostí. Zvolení Radima Hrehy do jejího čela a jeho následné, politicky motivované odvolání, které je právně velmi pochybné, ukázalo, že Rada ČTK, která rozhoduje o osudech agentury, je složena z lidí, kteří buď své práci

nerozumí, nebo jsou pod vlivem politických a ekonomických zájmů zvenčí, nebo obojí. Hreha sliboval transformaci agentury v moderní, ekonomicky úspornou a efektivní instituci a toho se zpomalené mechanismy uvnitř ČTK pochopitelně zalekly, protože čerstvý vítr by mohl odhalit, jak silně stojí agentura v minulosti. Rada ČTK pak vypsalala nový konkurs, který byl ale jen zastíracím manévrem, svého adepta měla dopředu vybraného, v osobně dnešního ředitele Jiřího Majstra je zajištěna kontinuita - v tom dobrém, ale i v tom špatném slova smyslu. Rozhodně se nedá čekat nějaký dramatický obrat k lepšímu.

Co mne ale trápí ještě mnohem víc, je podezření, že celý tanec kolem výměny hlavy ČTK je motivován snahou zašantročit agenturu do vybraných soukromých rukou. Ne snad kvůli agentuře samé, nýbrž proto, že v jejím držení jsou velice drahé nemovitosti v centru Prahy. A tak se může zdát, že "akce ČTK" je spíše akcí developerskou než aktivitou k oživení samotné ČTK. Umím si představit, že cíleným tlakem na politiky dosáhnou zájemci o tyto nemovitosti toho, že agentura půjde do privatizace, její funkční organismus se odstěhuje na okraj Prahy (kde ostatně ČTK už s částí svých činností sídlí) a v Opletalově ulici vznikne pěkný nový hotel s obchodní pasáží. Ani to samo o sobě by nemusela být katastrofa, kdyby ten prodej realizoval dnešní vlastník, tedy stát, ve snaze prodat tu nemovitost co nejvýhodněji. Může se ale stát, že dnešní vedení ČTK v souladu se zájmy budoucího vlastníka učiní vše pro to, aby se hodnota celé firmy snížila a nabyvatel přišel k objektu za dramaticky výhodnějších podmínek. Pokud jde o ČTK samotnou, myslím, že zdaleka nevyčerpává možnosti, které má, a naopak nepříliš pružně reaguje na zásadní proměny, které se díky internetu odehrávají v oblasti získávání a šíření informací. Může se vcelku snadno stát, že se jednoho dne zamyslíte a řeknete si: je vůbec něco takového, jako je dnešní ČTK, zapotřebí? A odpovíte si záporně.“

Jeden z členů top-managementu ČTK, který chce zůstat při prezentaci svých názorů v diplomové práci anonymní

„Za základní kámen dalšího fungování ČTK považuji serióznost a nestrannost zpravodajství. Za samozřejmost považuji profesionální novinářskou práci. Bez udržení těchto parametrů by byla další budoucnost agentury nemyslitelná. Nicméně i při udržení stávající kvality servisu nemá ČTK zaručený úspěch a ekonomickou stabilitu – ziskovost, která byť nepřímo podmiňuje politickou nezávislost. To, s čím se musí vypořádat, jsou dva klíčové vnější vlivy, které v posledních letech ovlivňují nejvíce:

Prvním jsou problémy mediální sféry. Dlouhodobě klesající prodeje deníků a pokles příjmů z reklamy pro tradiční média vedou k úsporným opatřením. Zprostředkovaně se tato situace promítá i do rostoucího tlaku na ceny za servis ČTK. Tento trend v posledních dvou letech navíc umocňuje ekonomická krize.

Druhým je pak vliv internetu. Zákazníci i veřejnost mají k dispozici stále širší nabídku informací, které jsou k dispozici rychle, ale především pocitově zdarma, výměnou za akceptování přítomnosti reklamy. V souvislosti s internetem musí agentura, ale i média vyřešit problém autorskoprávní ochrany vlastních zpráv a účinně omezovat nelicencovanou publikaci. V neposlední řadě musí agentura najít způsob, jakým bude koexistovat se sociálními sítěmi, které mají ambice stát se relevantním zdrojem zpráv.

Agentura tedy bude muset modifikovat svůj stávající business model a hledat další zdroje příjmů. Pokud by tak neučinila, bude donucena k úsporným opatřením, která by se ale současně promítla v nějaké podobě do kvality jejího servisu.

Prostor pro expanzi je v nových technologiích, ať už se jedná o nabídku servisu pro iPady, iPody, tablety a další, ale i v nabídce

technických řešení. Dalším místem je rozšíření služeb v oblasti sdílení know-how, dnešní Akademie ČTK. Možnosti růstu jsou také v rozšíření nabídky služeb distribuce původních informačních materiálů, dnešní Protext. Určitou mezeru na trhu, kterou dnes částečně vyplňují substituty, vidím i v nabídce zpravodajského servisu v dalších variantách obsahových, ale i formátových.

ČTK tedy bude v budoucnu společností, jejímž jádrem stále zůstane tvorba zpravodajství, ale bude nabízet svým zákazníkům i veřejnosti daleko širší paletu služeb. Agentura bude tedy zákazníkům nejen dodávat kvalitní zprávy, ale bude jim současně pomáhat komunikovat. ČTK by měla být vnímána jako přirozené centrum, kde se informace sbíhají a odkud je možno je v odpovídající podobě také čerpat.“

10.3 Dílčí závěry

Lze konstatovat, že **čtvrtá hypotéza byla potvrzena**. Většina respondentů odhadovala, že v průběhu dvou let se bude ČTK potýkat s určitými problémy. Každý respondent nabídl svůj pohled na budoucnost agentury, ale většina z nich jej spojovala s nutnými změnami, potřebnými pro vyrovnání se s rychlým vývojem informačního trhu.

Dotazované osoby odpovídaly na otevřenou otázku, nebylo proto jednoduché jejich odpovědi objektivně vyhodnotit. Více než zjištění konkrétních odpovědí na zadanou otázku o krátkodobé budoucnosti ČTK bylo záměrem získání nových témat k diskusi, námětů pro zlepšení situace agentury, podnětů ke změnám, pojmenování problémů, ale i předností, které agentura má. Vše tyto rozhovory bez výjimky přinesly.

Pozice klientů je poněkud optimističtější, protože patří mezi ty, kteří ČTK potřebují a využívají. Spatřují její výhody, a nebudou proto odhadovat její budoucnost dramaticky zle. Zejména klienti si však jsou vědomi konkurence na trhu informací, který je nyní zprávami doslova zahlcen. Proto cítí nutnost nezávislého objektivního zdroje, jakým pro ně ČTK dosud je.

Mediální odborníci, kteří nebyli zaměstnanci ani klienty, vnímali politické souvislosti ČTK, její veřejnoprávní statut a možné problémy s tím spojené. Například potřeby vytvoření nového zákona o ČTK či rizika z politických a obchodních vlivů na tuto instituci.

Management ČTK je spíše optimistický. Je to zcela logické, pokud ČTK řídí a za tuto instituci a její situaci odpovídá. Uvědomuje si však rizika, která firmě hrozí, a jaké dopady by měly případné chyby agentury v jejích zpravodajských produktech či v nedostatečné reakci vůči změnám na trhu. Mnoho jich pojmenoval zástupce top managementu, který si bohužel přál zůstat v anonymitě.

ZÁVĚR

Česká tisková kancelář (ČTK) je národní tiskovou a informační agenturou, jejímž posláním je poskytování objektivních a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů. Diplomová práce o ní je stručným popisem historie agentury ČTK, založené roku 1918, profilem její současnosti a pokusem o náhled do blízké budoucnosti.

Nejvíce prostoru bylo věnováno objasnění, čím se tato instituce zabývá, co produkuje, jaké formy zpravodajství nabízí a komu je agentura prodává, jakým způsobem je ke svým odběratelům vysílá, kdo ČTK konkuruje atd. Velká pozornost směřovala k tomu, jak klienti ČTK zpravodajství využívají.

Mezi odběratele patří téměř všechna česká, ale i významná zahraniční média. Informace, které jsou důležitou komoditou, poskytuje ČTK kromě médií i bankám, agenturám, firmám, institucím státní správy, vládě, Senátu, ministerstvům a dalším nemediálním odběratelům. Pro některé klienty je agentura důležitým pomocníkem, bez něhož se nedovedou obejít, jiní ji považují pouze za doplňkovou službu, která už je pro ně v době informačního boomu postradatelná.

Tisk využívá slovní i obrazové zpravodajství, občas i infografiku. Televize kupují tytéž typy, často i zvuky, výjimečně videozpravodajství. Rádia potřebují jak slovní, tak i zvuková sdělení. Není výjimkou, že tištěná média, televize i rádia provozují vedle své hlavní činnosti ještě internetové stránky. Pro ně jsou užitečné všechny typy zpravodajství ČTK – texty, obrázky, zvuky, grafy i videa. Multimedialita je důležitá pro většinu klientů. Přináší však vysoké technické nároky na pořizování, zpracování, distribuci a přijímání. Médii, která potřebují svou práci plánovat, organizovat, využívají agenturní plánovací

materiály – deníky, plány, avíza. Dokumentační databáze ČTK jsou jim užitečné pro hledání souhrnných informací v souvislostech.

Průzkum využití nejdůležitějších produktů ČTK, kterými jsou dlouhodobě slovní a obrazové zpravodajství, je dobrým ukazatelem kvality a především potřebnosti agenturního servisu. Proto je praktická část diplomové práce zaměřena na sledování publikování převzatých zpráv a fotografií ČTK vybranými českými tištěnými médii. Výzkum byl prováděn porovnáním produkce ČTK a obsahu deníků Aha!, Blesk, Mladá fronta E15, Hospodářské noviny, Lidové noviny, Metro a Sport v prvním listopadovém týdnu roků 2009 i 2010. Všechny tyto deníky jsou hlavními klienty ČTK z oblasti tištěných médií. Cílem bylo zjistit meziroční vývoj v publikování převzatých zpráv v původním plném znění, krácených zpráv na první odstavec a zveřejňování fotografií ČTK.

Uvedený průzkum potvrdil první hypotézu. Počet převzatých zpráv uveřejněných ze zdroje ČTK meziročně klesl, a to v průměru meziročně o 12 procent.

Druhá hypotéza – Publikování zpráv ČTK vydaných v plném znění ve srovnání s předchozím obdobím stoupl a publikování pouze prvních odstavců převzatých zpráv ČTK kleslo – se nepotvrdila. V rámci všech zpráv ČTK zveřejněných v roce 2010 se ve srovnání s rokem předchozím procento zpráv publikovaných v plném znění nezměnilo stejně jako procento zpráv zveřejněných v rozsahu jen prvního odstavce.

V pořadí třetí stanovená hypotéza zněla: Podíl zveřejněných fotografií ČTK má meziročně klesající tendenci. Tento předpoklad se potvrdil. Zhodnocením tendence využívání fotografií ČTK u všech vybraných periodik v rámci daného období se zjistilo, že došlo k poklesu o devět procent.

Tento průzkum byl jeden z možných pohledů na využitelnost textového a obrazového zpravodajství a potvrdil, že zájem o hlavní produkty ČTK má klesající tendenci. Celkové využití zpráv ČTK má však i jiné aspekty. Do nich by bylo potřeba zahrnout i takové zprávy, které redakce využily jen jako tip pro zprávu, kterou samy zpracovaly, nebo využily některé plánovací materiály, dokumentační či jiné databáze. Texty i fotografie ČTK mají své místo především tam, kde má prostor zpravodajství z domova i zahraničí, události z politiky, ekonomiky, sportu či kultury.

Na základě výsledků lze ČTK doporučit, aby zavedla nový produkt textového zpravodajství, a to „první odstavce zpráv“. Je to nejžádanější látka k publikování médií. Rychlost zveřejnění informace rozsahu jednoho odstavce by byla o poznání vyšší než při psaní celé zprávy. Tu může ČTK vydat až později. Médii, která využívají první odstavce zpráv ČTK, tento produkt usnadní práci s krácením a dokonce si mohou vytvořit nástroj pro automatické vkládání krátkých agenturních zpráv do vybraných rubrik. Dalším argumentem, proč nabízet takový produkt, je, že by tím odpadla diskuse, zda médium publikovalo původní zprávu, o které se hovoří tehdy, pokud médium zveřejní více než 50 procent zprávy ČTK. Při existenci produktu „první odstavce zpráv“ by média publikovala původní zprávu vždy. Vydavateli by vznikla povinnost striktně uvádět zdroj ČTK, agentura by mohla přebírání svých zpráv snadno monitorovat a řešit případné porušování autorství.

Fotografie ČTK jsou vysoce kvalitní, přesto je konkurence na trhu fotobank velká. ČTK by mohla spoléhat pouze na prodej zpravodajských fotoaktualit a na svůj bohatý archiv. Mohla by nabízet minimálně stejně široké portfolio fotografií jako konkurenti a především úzce spolupracovat s klienty a dobře komunikovat o jejich potřebách.

Diplomová práce také otevřela téma budoucnosti ČTK. Na zhoršující se ekonomickou situaci agentury mají vliv mnohé faktory. Média – hlavní klienti ČTK – se vlivem poklesu příjmů z reklamy ocitají

v nelehké finanční situaci a vyvíjejí tlak na snížení výdajů za zpravodajství ČTK. Tento trend je následkem ekonomické krize. Vedle ní se rychle rozvíjí internetová nabídka informací, značný vliv mají sociální sítě. Udržet si tedy ekonomickou stabilitu nebude pro agenturu lehké.

S otázkou o odhadu krátkodobé budoucnosti ČTK bylo osloveno několik osobností, které mají s agenturou spojitost. Jsou zaměstnanci či klienty, případně mají v médiích dlouhodobou praxi a o ČTK toho hodně vědí. Na základě odhadu jejich reakcí byla stanovena v pořadí čtvrtá hypotéza. Ta se potvrdila, protože většina respondentů odhadovala, že v průběhu dvou let se bude ČTK potýkat s problémy způsobenými rychlým vývojem informačního trhu.

Budoucnost ČTK je otevřená a bude bez pochyb nelehká. Pokud chce agentura uspět, nemůže pracovat jako doposud. Měla by lépe vnímat potřeby svých zákazníků, pružně reagovat na jejich potřeby, více komunikovat s nimi i s veřejností, která toho ví o ČTK nemnoho. Uvědomit si, že už dávno skončila etapa, kdy byla hlavním bezkonkurenčním informačním zdrojem médií a ta za něj byla ochotna platit vysokou cenu. Internet a sociální sítě poskytují tisíce informací denně, a to zdarma. Ne všichni jejich uživatelé staví na první místo nestrannost, nezávislost a serióznost. To jsou však vedle profesionality stále preference agentury ČTK. Při řešení ekonomických potíží, které ji ještě čekají, by se jich neměla vzdávat. Současný generální ředitel Jiří Majstr řekl, že „jakmile o píd' ustoupíme od spolehlivosti, tak končíme“.⁵⁶

⁵⁶ ŽELEZNÝ, T. *Jiří Majstr: Zdraví ČTK je závislé na zdraví médií* [online] [cit 2011-12-12] Dostupné z WWW: <<http://strategie.e15.cz/rozhovor/jiri-majstr-zdravi-ctk-je-zavisle-na-zdravi-medii-726356>>

SEZNAM LITERATURY A PRAMENŮ

Seznam použité literatury

- DeFLEUR M. L., BALLKOVÁ-ROKEACHOVÁ S. J., *Teorie masové komunikace* Praha : Karolinum, 1996. Univerzita Karlova.
ISBN 80-7184-420-9
- HAŠKOVEC S. *Základy teorie agenturního zpravodajství*.
Praha : Novinář, 1983
- HAŠKOVEC S. *Přehled základních údajů o ČTK*.
Praha : SNP, 1982
- KOLEKTIV AUTORŮ *Od mikrofonu k posluchačům*
Praha: Český rozhlas, 2003. ISBN 80-86762-00-9
- KOLEKTIV AUTORŮ *Zpravodajství v médiích*. Praha : Univerzita
Karlova v Praze Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0248-2
- KOLEKTIV AUTORŮ *10 let v českých médiích*.
Praha : Portál, 2005. ISBN 80-7178-925-9
- McQUAILL D. *Úvod do teorie masové komunikace*
Praha : Portál, 1999. ISBN 80-7178-200-9
- OSVALDOVÁ B., HALADA J. a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky
a marketingové komunikace*. Praha : Libri, 2007.
ISBN 978-80-7277-266-7
- ŠMÍD M., TRUNEČKOVÁ L. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*.
Praha : Nakladatelství Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1661-2
- RICHTER J., DOLEŽAL M. A KOL. *ČTK včera, dnes a zítra*.
Praha : Česká tisková kancelář, 1998
- ŘEHÁKOVÁ H., VESELÝ D. *Zakázané dějiny ve fotografiích ČTK*.
Praha : X-Egem, 1999. ISBN 80-7199-035-3
- STEJSKAL J., *Zprávy z českého století. Tiskové agentury a česká
společnost 1848-1948* : Trion, 2008. ISBN 978-80-170-3
- VERNER P. *Zpravodajství a publicistika*.

Praha : Univerzita Jana Amose Komenského, 2007.

ISBN 978-80-86723-37-2

Seznam použitého tisku

Aha!, 2009, (2. – 8. 11), 2010 (1. – 7. 11.). ISSN 1214-8997

Blesk, 2009, (2. – 8. 11), 2010 (1. – 7. 11.). ISSN 1210-5333

E15, 2009, (2. – 8. 11), 2010 (1. – 7. 11.). ISSN 1803-4543

Hospodářské noviny, 2009, (2. – 8. 11), 2010 (1. – 7. 11.).

ISSN 0862-9587

Lidové noviny, 2009, (2. – 8. 11), 2010 (1. – 7. 11.). ISSN 0862-5921

Metro, 2009 (2. – 8. 11), 2010 (1. – 7. 11.). ISSN 1210-0374

Sport, 2009 (2. – 8. 11), 2010 (1. – 7. 11.). ISSN 1210-8383

Strategie, 2011 (12/12). ISSN 1210-3756

Elektronické zdroje

Infobanka ČTK [databáze online]. Praha : ČTK, 2010. Dostupné na WWW: <<http://ib.ctk.cz/infobanka/>>

Česká tisková kancelář [online]. Praha : ČTK, 2010. Dostupné na WWW: <<http://www.ctk.cz/>>

Protext, PR servis ČTK [online]. Praha : ČTK, 2010. Dostupné na WWW: <<http://www.protext.cz/>>

ČIA NEWS.CZ [online]. Praha : ČIA, 2010. Dostupné na WWW: <<http://www.cianews.cz/>>

MEDIAFAX.CZ [online]. Praha : Mediafax, 2010. Dostupné na WWW: <<http://www.mediafax.cz/>>

MEDIAFAXbiz.CZ [online]. Praha : Mediafax, 2010. Dostupné na WWW: <<http://www.mediafaxbiz.cz/>>

MEDIAFAXfoto.CZ [online]. Praha : Mediafax, 2010. Dostupné na WWW: <<http://www.mediafaxfoto.cz>>

DIGIZONE.CZ [online]. Praha : Digizone, 2010. Dostupné na WWW: <www.digizone.cz>

Interní publikace, výroční zprávy a zákonné normy

Analýza spokojenosti a potřeb mediálních klientů ČTK 2002

FOTOBANKA ČTK - Svět v pěti milionech obrazů

Informace tak, jak je potřebujete

Newslettery ČTK

Propagační materiály o zpravodajských produktech

Průzkum médií 2008-2009

Přišel čas informací

Redakce obrazované zpravodajství ČTK. ČTK PHOTOS

STEJSKAL J. Četka slaví devadesátiny

Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2001

Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2002

Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2010

*Vyrozumění o zápisu provozovny do živnostenského rejstříku
dokument živnostenského odboru MČ Prahy 1*

Zákon č. 517/1992 Sb., o České tiskové kanceláři

Interní elektronické zdroje

Interní síť ČTK [online]. Praha : ČTK, 2010. Dostupné interně na WWW: <<http://intranet/>>

Interní obchodní systém ČTK [online]. Praha : ČTK, 2010. Dostupné interně na WWW: <<http://prase/>>

SEZNAM PŘÍLOH

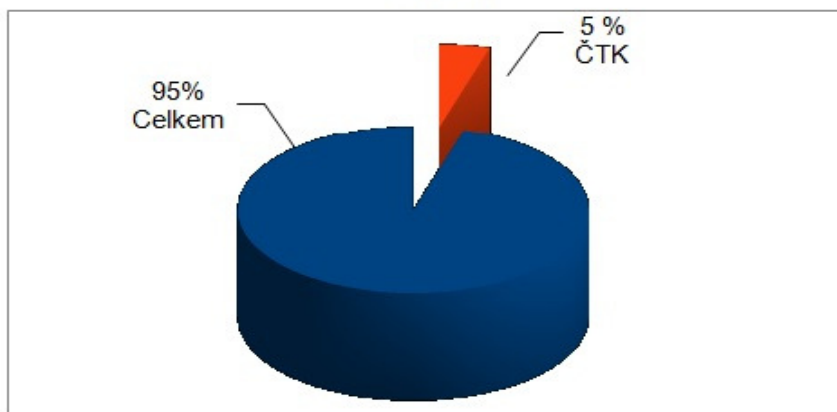
Příloha A – Grafy 1 – 21 (Výsledky průzkumu publikovaných zpráv a fotografií ve vybraných denících v roce 2010)

Příloha B – Grafy 22 – 42 (Výsledky průzkumu publikovaných zpráv a fotografií ve vybraných denících v roce 2009)

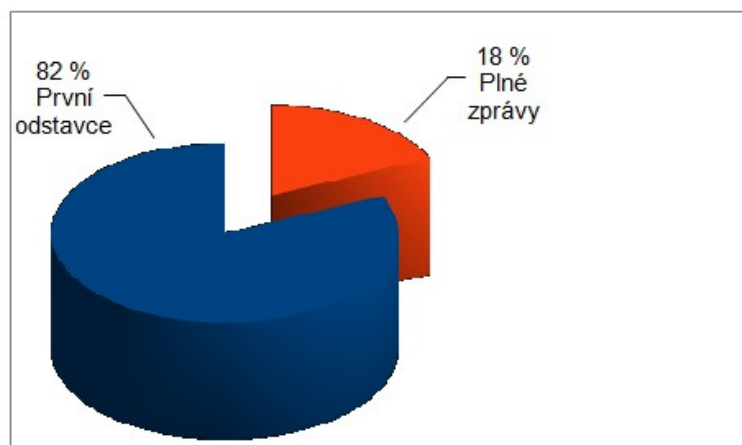
Příloha A

Graf 1 – 3: Výsledky průzkumu publikovaných zpráv a fotografií v deníku Aha! od 1. 11. 2010 do 7. 11. 2010

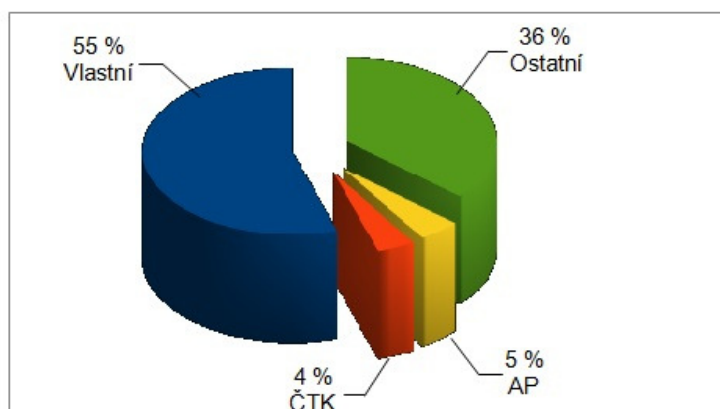
Zprávy



Zprávy ČTK

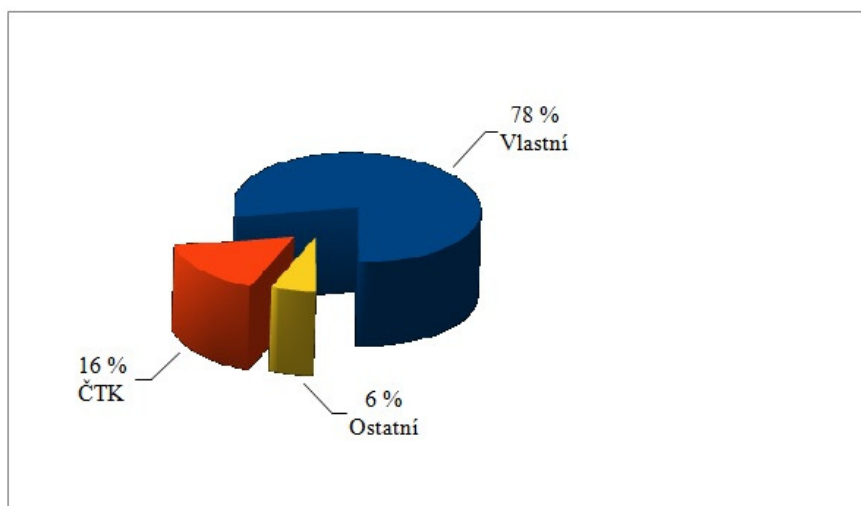


Fotografie

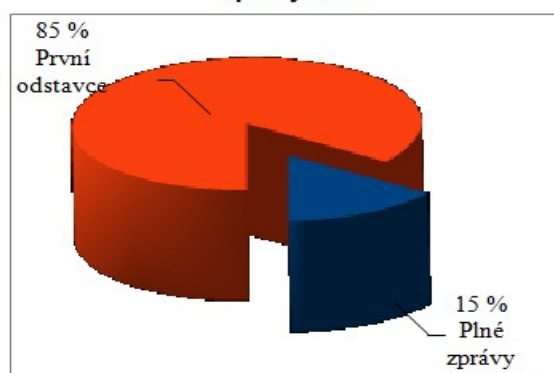


Graf 4 – 6: Výsledky průzkumu publikovaných zpráv a fotografií v deníku Blesk od 1. 11. 2010 do 7. 11. 2010

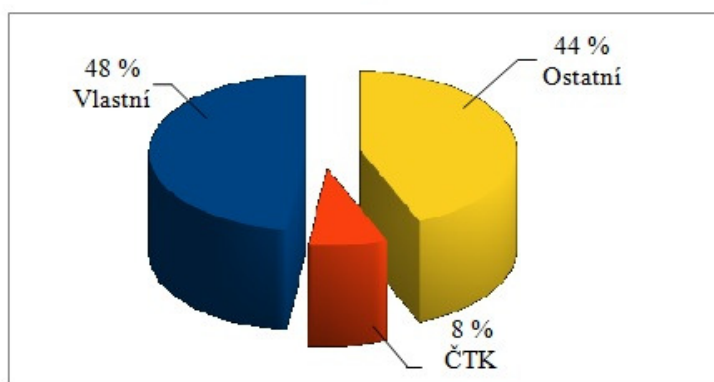
Zprávy



Zprávy ČTK

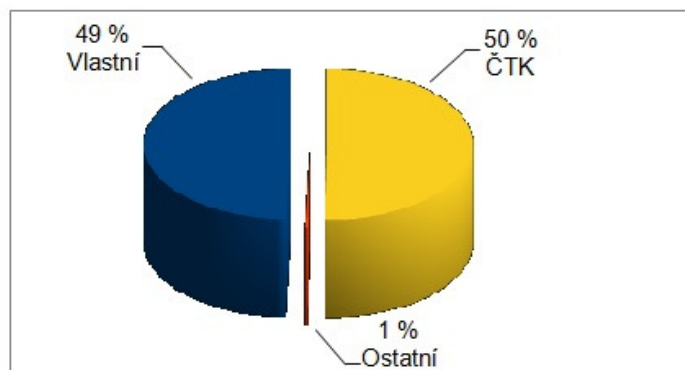


Fotografie

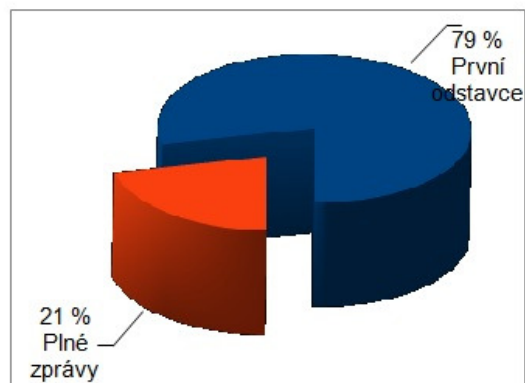


Graf 7 – 9: Výsledky průzkumu publikovaných zpráv a fotografií
v deníku Mladá fronta E15 od 1. 11. 2010 do 7. 11. 2010

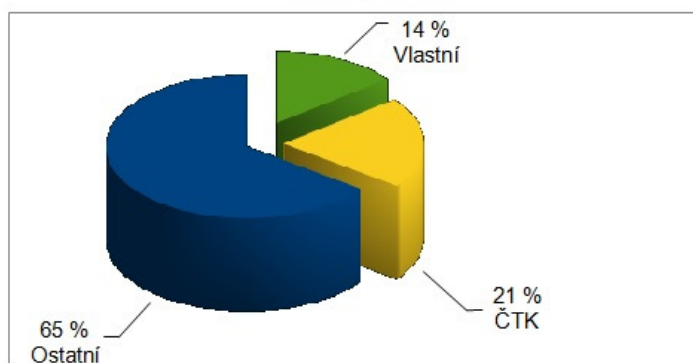
Zprávy



Zprávy ČTK

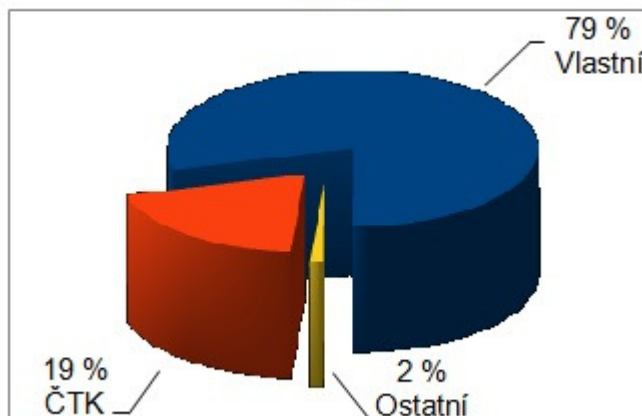


Fotografie

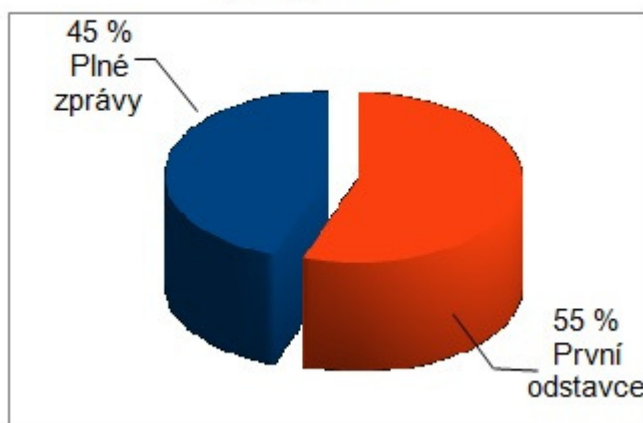


Graf 10 – 12: Výsledky průzkumu publikovaných zpráv a fotografií v deníku Hospodářské noviny od 1. 11. 2010 do 7. 11. 2010

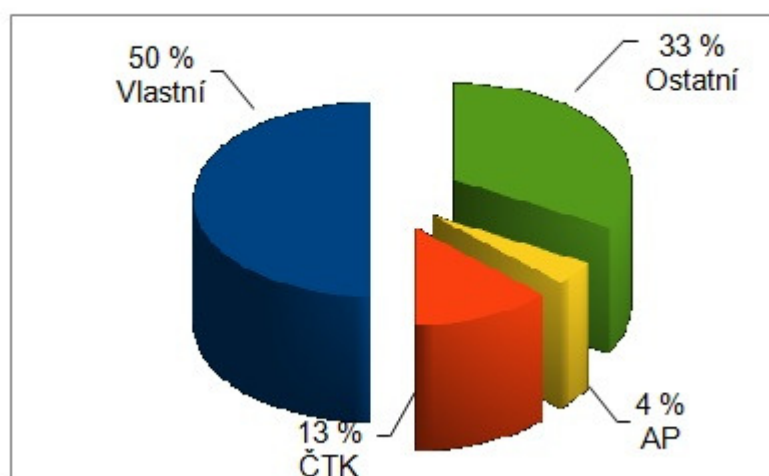
Zprávy



Zprávy ČTK

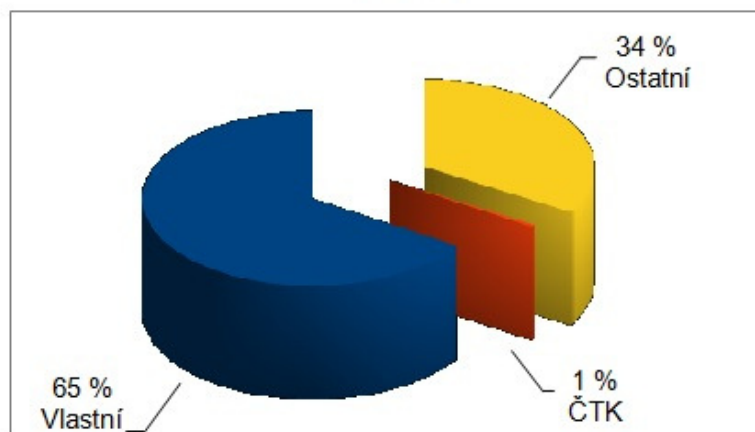


Fotografie

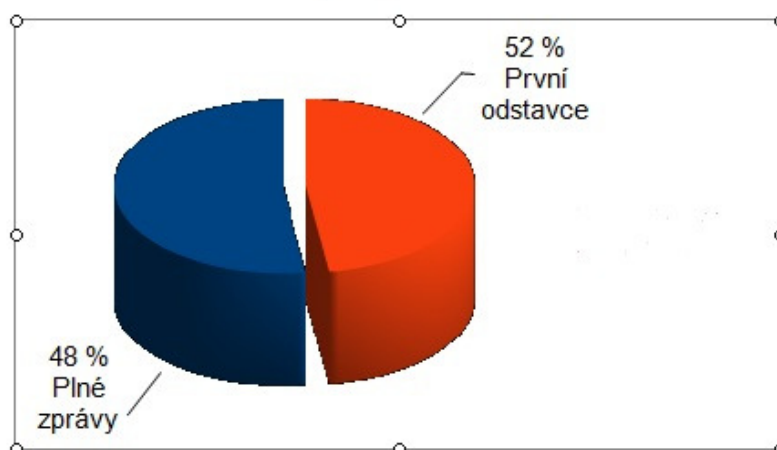


Graf 13 – 15: Výsledky průzkumu publikovaných zpráv a fotografií v deníku Lidové noviny od 1. 11. 2010 do 7. 11. 2010

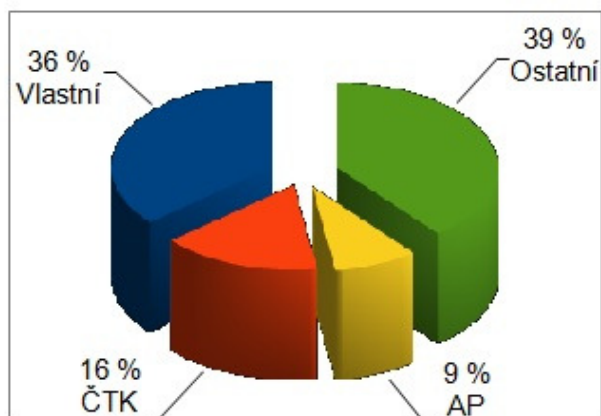
Zprávy



Zprávy ČTK

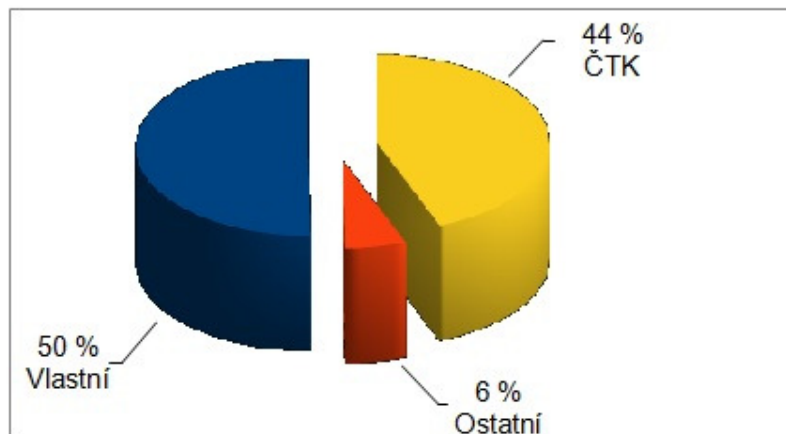


Fotografie

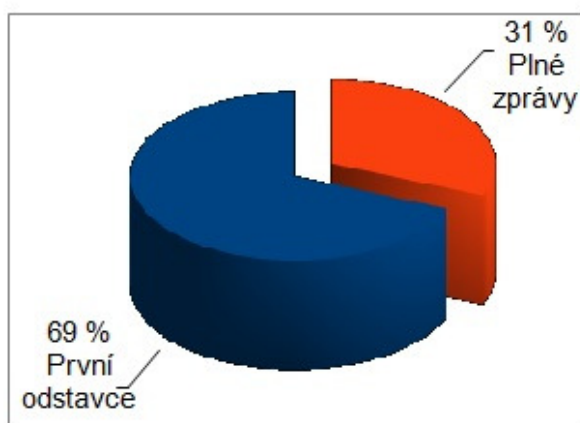


Graf 16 – 18: Výsledky průzkumu publikovaných zpráv a fotografií v deníku Metro od 1. 11. 2010 do 7. 11. 2010

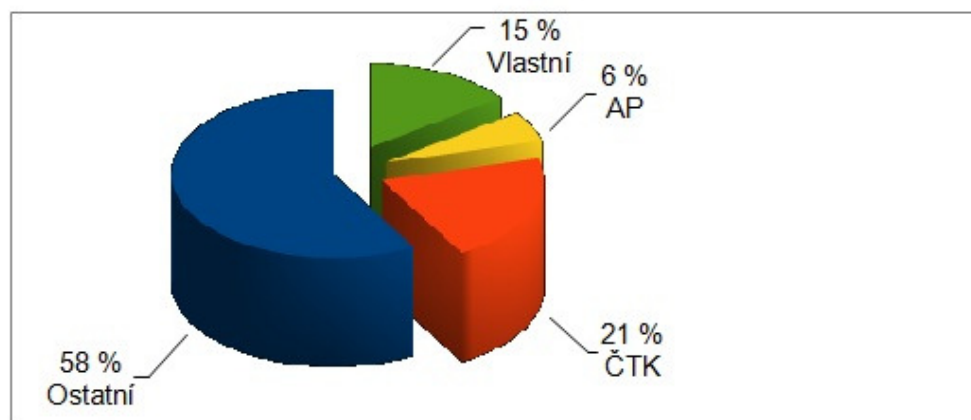
Zprávy



Zprávy ČTK

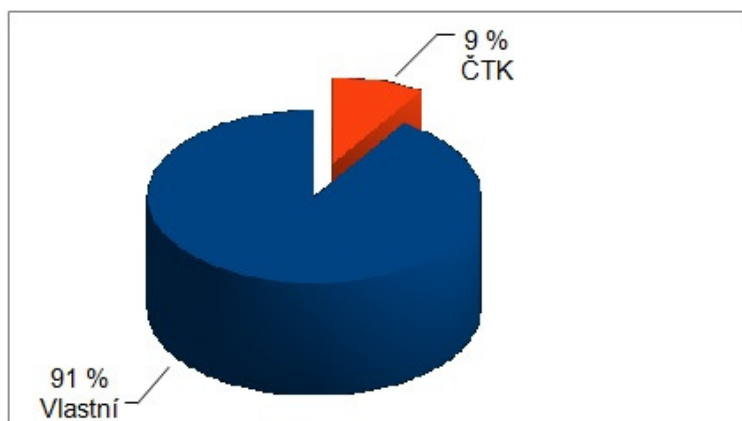


Fotografie

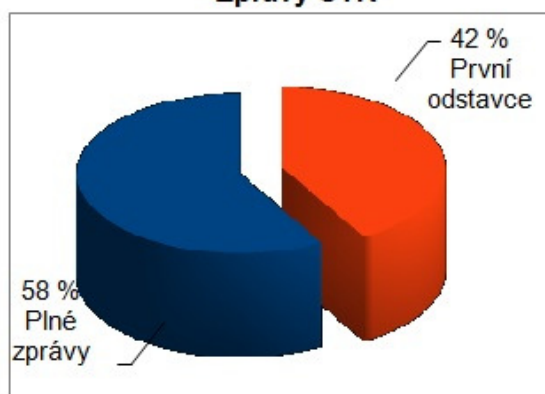


Graf 19 – 21: Výsledky průzkumu publikovaných zpráv a fotografií
v deníku Sport od 1. 11. 2010 do 7. 11. 2011

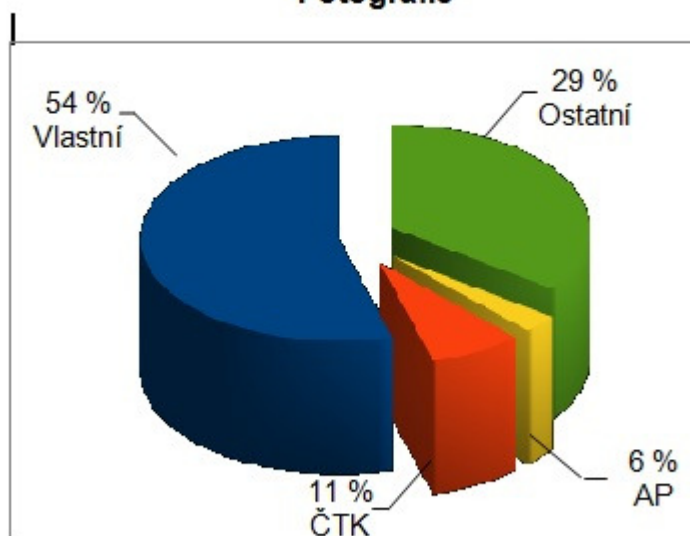
Zprávy



Zprávy ČTK

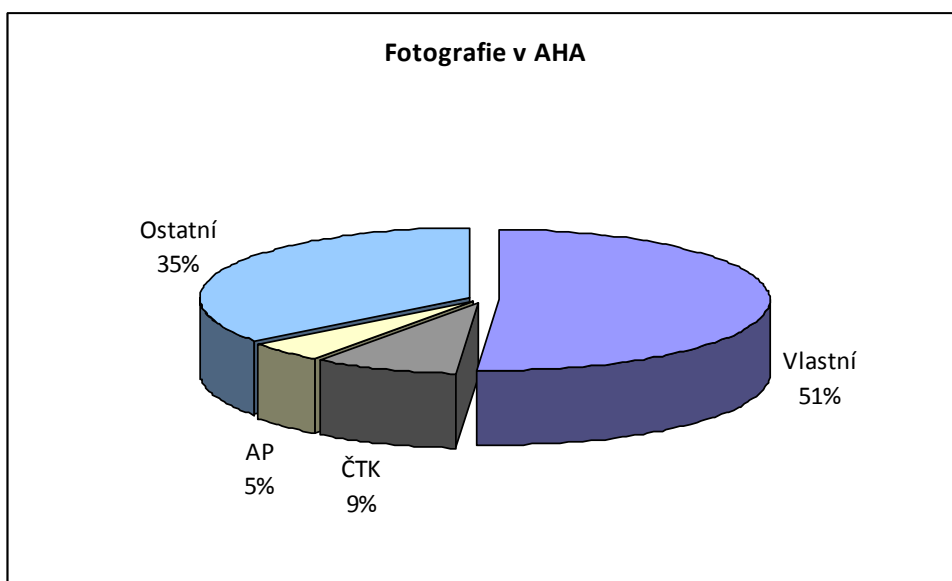
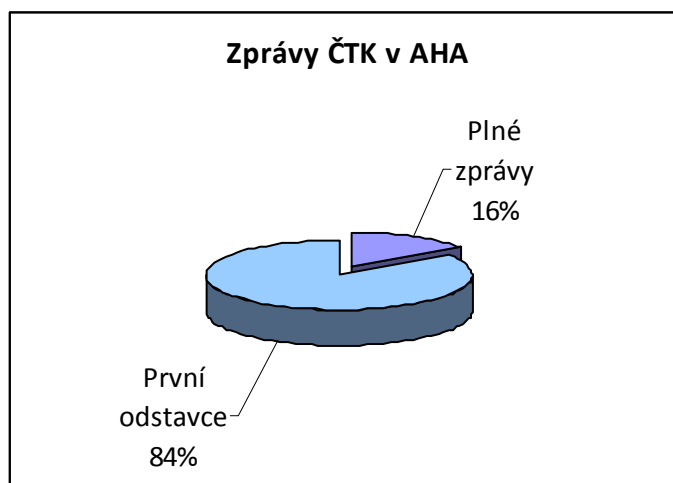
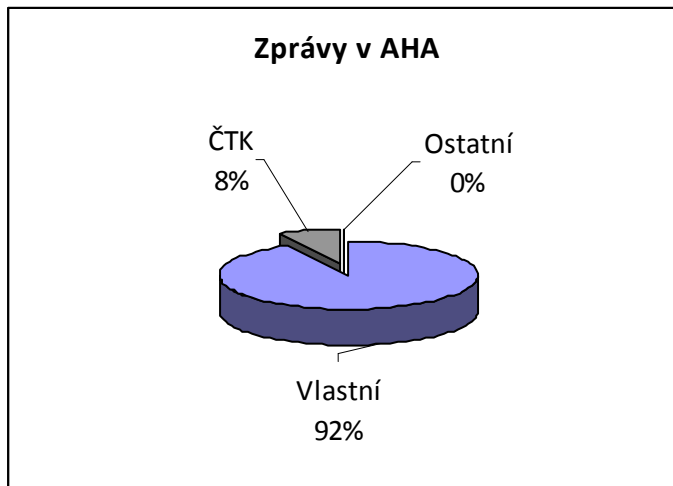


Fotografie

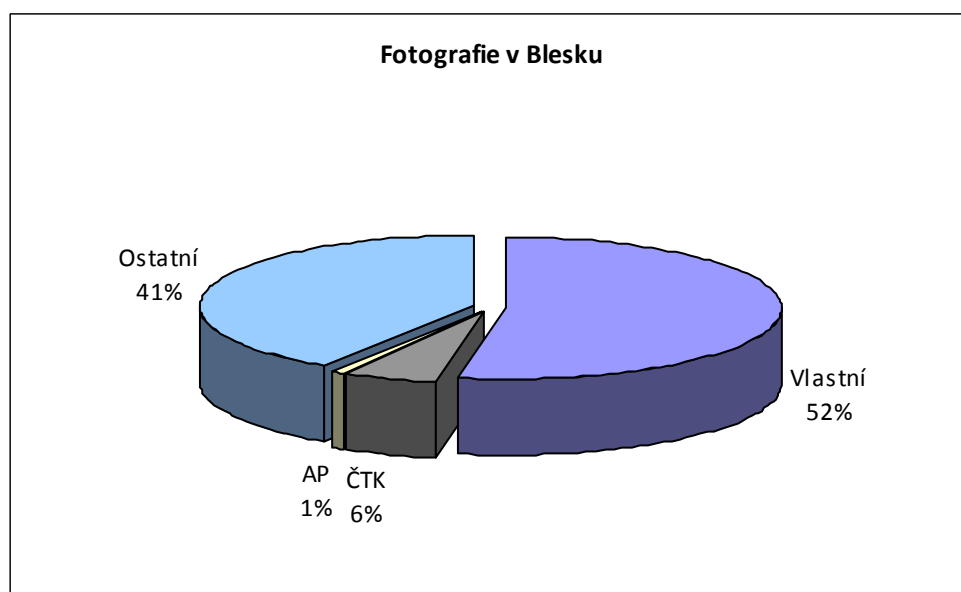
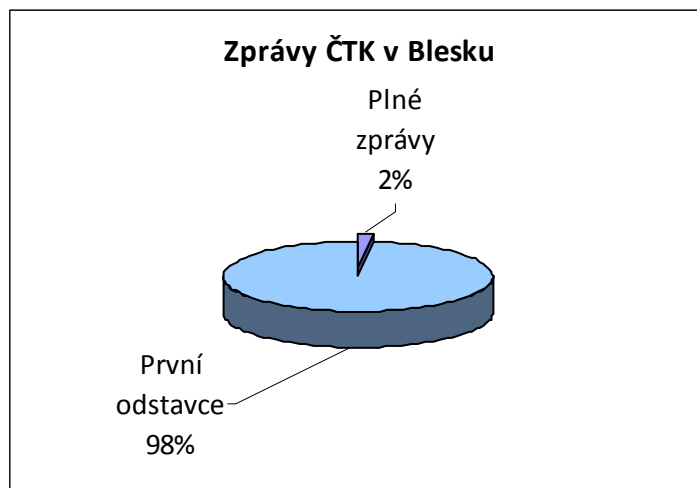
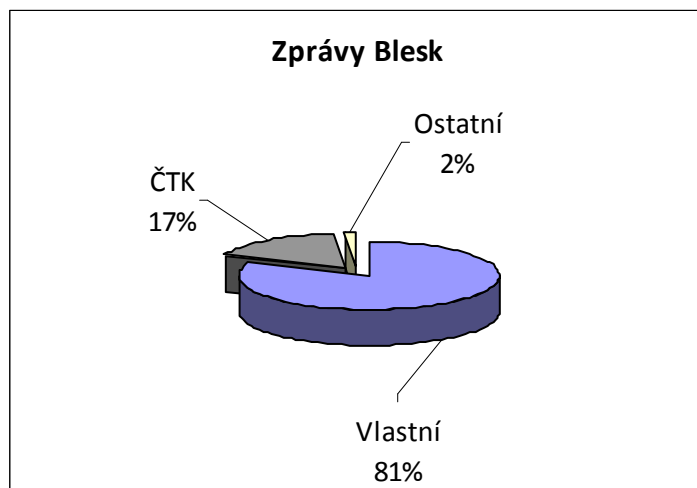


Příloha B

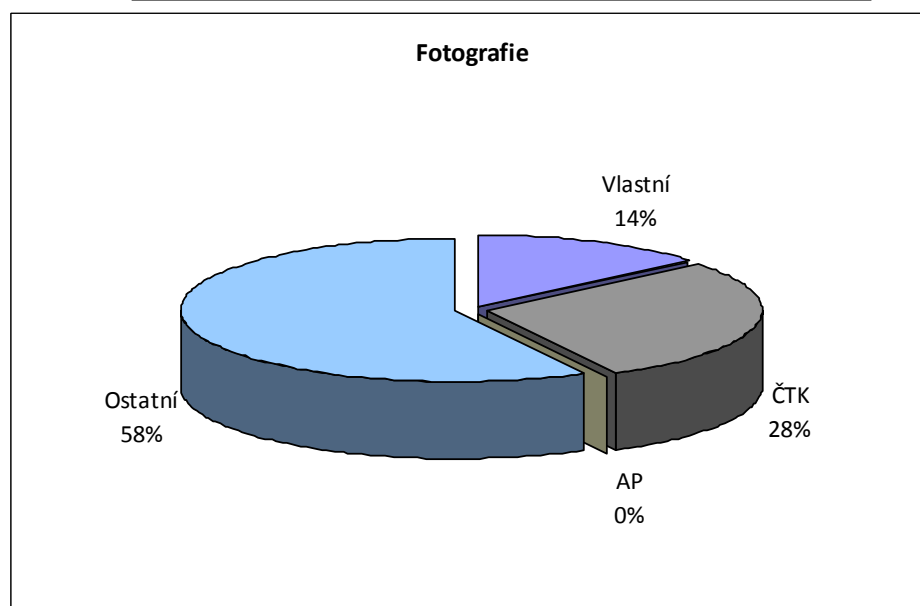
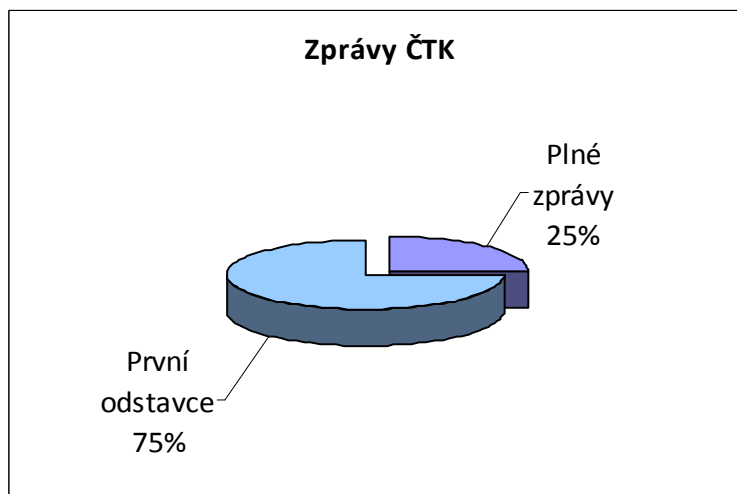
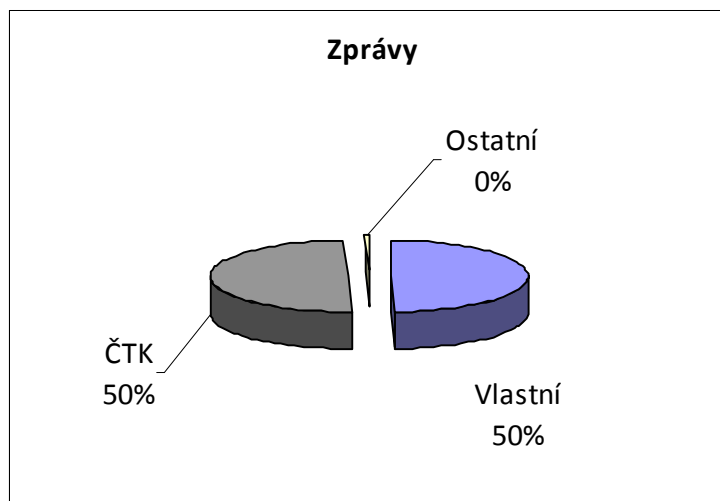
Graf 22 – 24: Výsledky průzkumu publikovaných zpráv a fotografií v deníku Aha! od 2. 11. 2009 do 8. 11. 2009



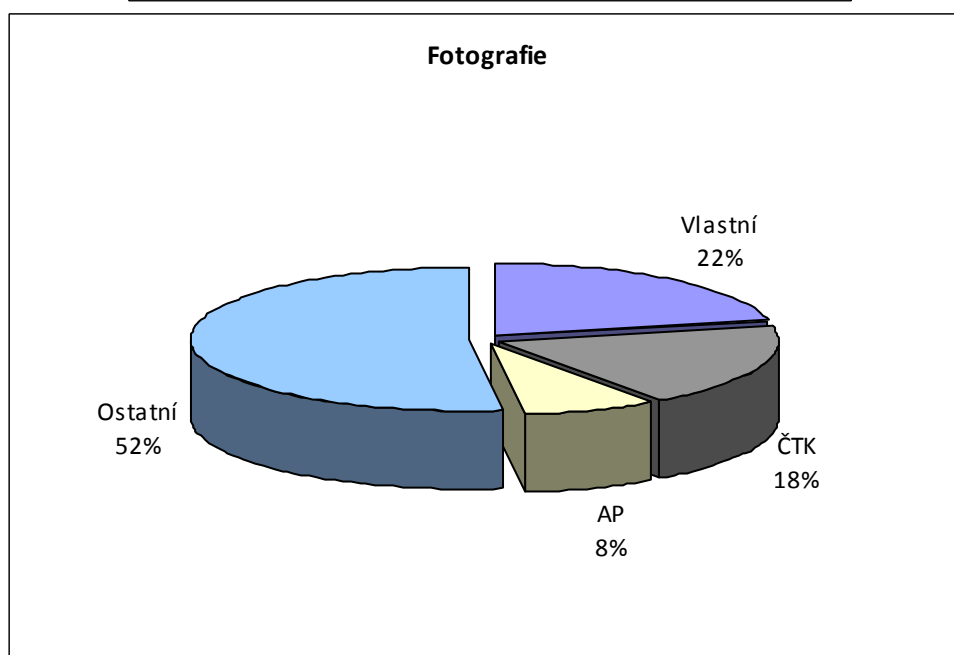
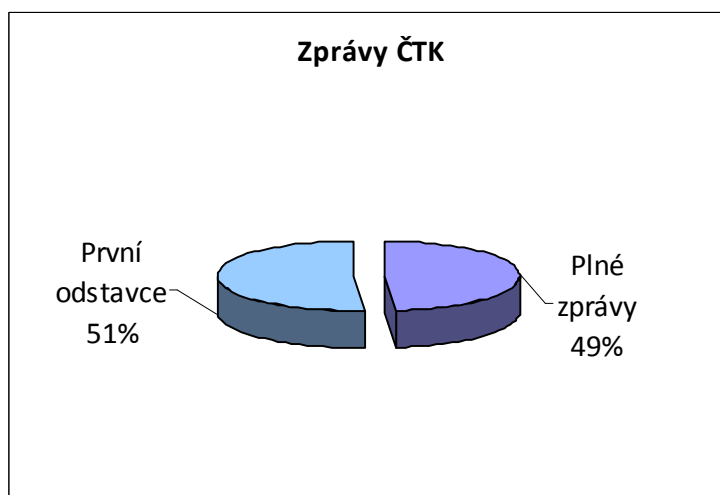
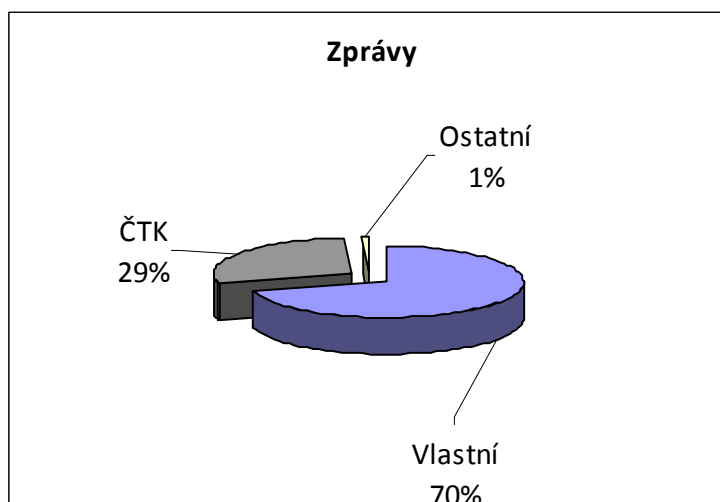
Graf 25 – 27: Výsledky průzkumu publikovaných zpráv a fotografií
v deníku Blesk od 2. 11. 2009 do 8. 11. 2009



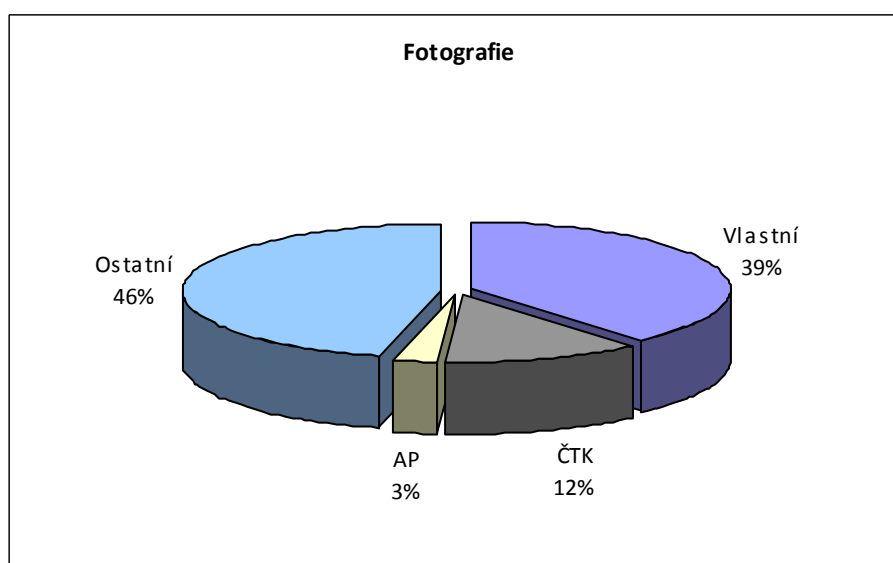
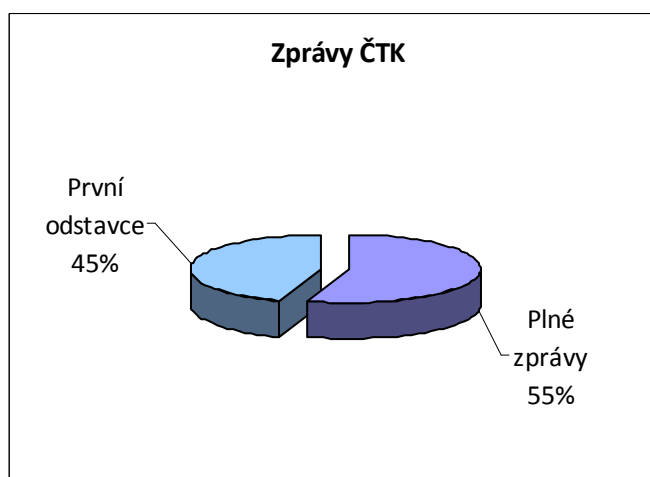
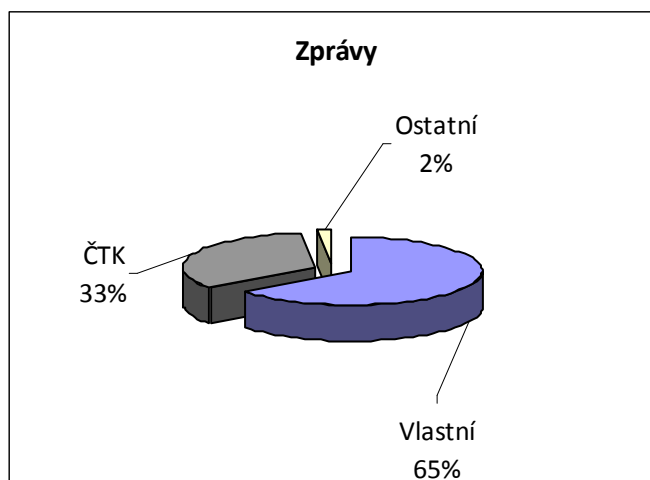
Graf 28 – 30: Výsledky průzkumu publikovaných zpráv a fotografií v deníku E 15 od 2. 11. 2009 do 8. 11.2009



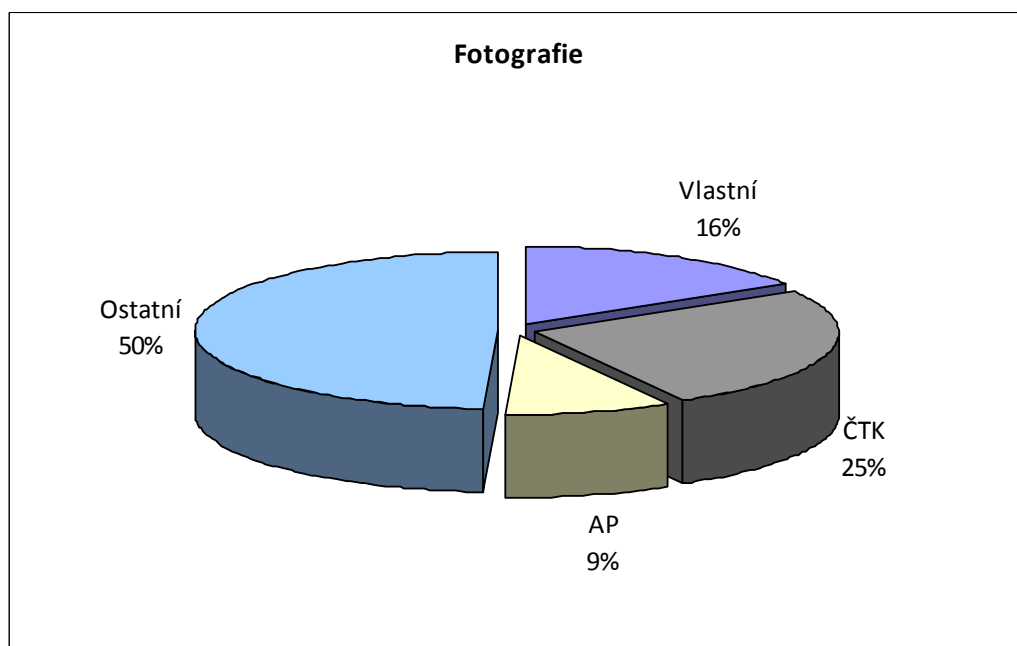
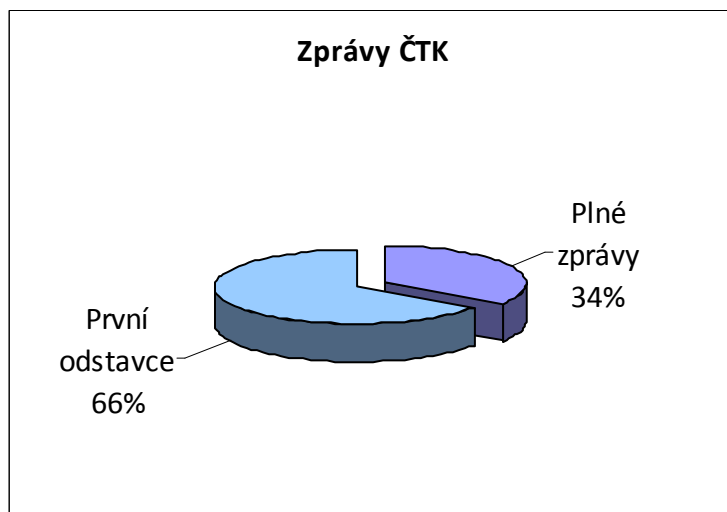
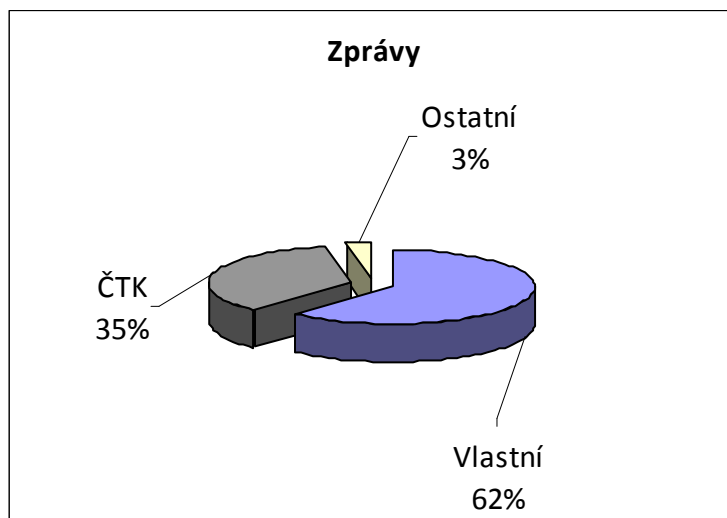
Graf 31 – 33: Výsledky průzkumu publikovaných zpráv a fotografií v deníku Hospodářské noviny od 2. 11. 2009 do 8. 11. 2009



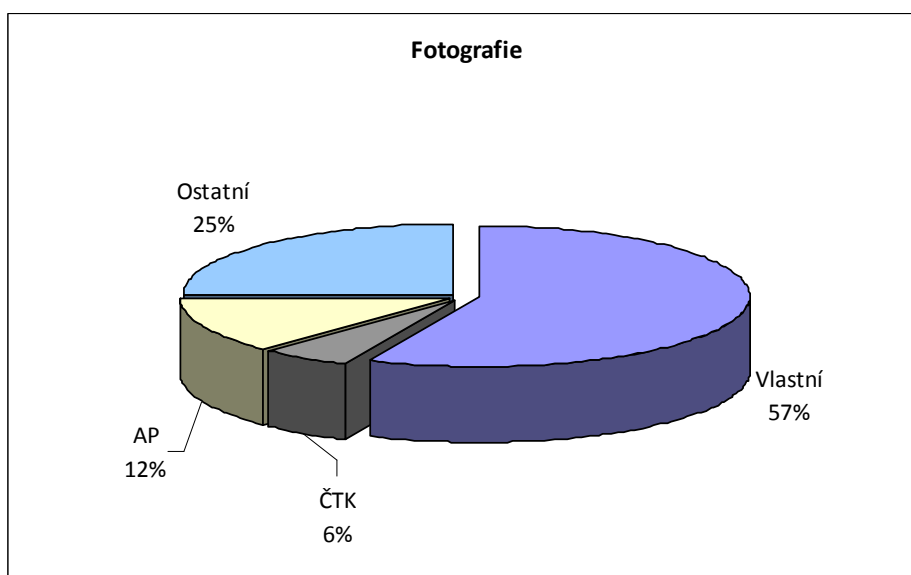
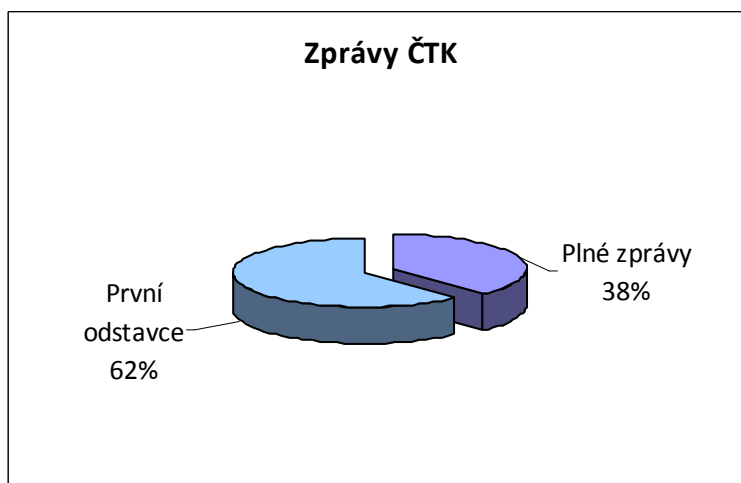
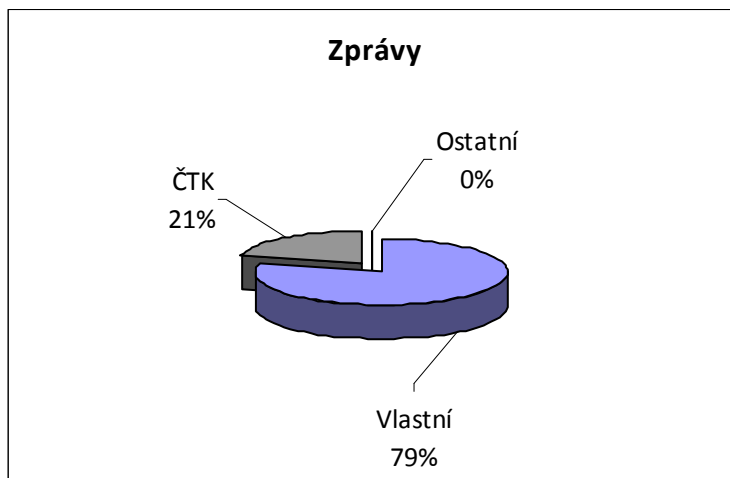
Graf 34 – 36: Výsledky průzkumu publikovaných zpráv a fotografií
v deníku Lidové noviny od 2. 11.2009 do 8. 11. 2009



Graf 37 – 39: Výsledky průzkumu publikovaných zpráv a fotografií v deníku Metro od 2. 11. 2009 do 8. 11. 2009



Graf 40 – 42: Výsledky průzkumu publikovaných zpráv a fotografií v deníku Sport od 2. 11. 2009 do 8. 11. 2009



BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Bc. Kateřina Kůtková

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: kombinovaná

Název práce: Agentura ČTK, typy zpravodajství a jejich uveřejňování v tisku a jiných médiích

Rok: 2012

Počet stran bez příloh: 108

Celkový počet stran příloh: 14

Počet titulů české literatury a pramenů: 35

Počet titulů zahraniční literatury a pramenů: 0

Počet internetových zdrojů: 10

Vedoucí práce: Mgr. Pavel Verner