

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Katedra žurnalistiky



Stanislav Jakeš

**Získávání žurnalistických informací v krizových
situacích**

Bakalářská diplomová práce

Vedoucí práce: Mgr. Alexander Mencl

Olomouc 2016

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou práci vypracoval samostatně a uvedl jsem všechny použité zdroje a literaturu.

V Olomouci dne 21. dubna 2016

.....
Stanislav Jakeš

1. Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá získáváním žurnalistických informací v krizových situacích. Popisuje, jaké krizové situace mohou v České republice nastat, kdo je odstraňuje a koho o informace požádat. Součástí práce je i poučení o zákonech, které upravují přístup informací a chrání jejich zdroje. Práce dělí zdroje informací do několika skupin. V její druhé části je pojednáno o tiskových agenturách jako důležitém zdroji informací. Z několika pohledů ukazuje druhy tiskových agentur a zabývá se i Českou tiskovou kancelář, její historií a současným stavem.

2. Abstract

This bachelor thesis deals with methods of getting journalistic information in crisis situations. Shows, which crisis situations may happen in Czech republic, who settle them down and who can we ask for information. Thesis also inform about laws, which relate to accessing information and protect their sources. Bachelor thesis separates sources of information into groups. In its second part are described press agency as a good information source. From more points of view this thesis shows species of press agencies and describes Czech press agency, its history and present state.

Klíčová slova

Získávání informací, získávání žurnalistických informací, krizová situace, zákon o svobodném přístupu k informacím, mediální zákony, tisková agentura, Česká tisková kancelář

Key words

Getting information, getting journalistic information, crisis situation, freedom of information legislation, media laws, press agency, Czech press agency

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucímu práce panu Mgr. Alexanderu Menclovi za veškerou odbornou pomoc, kterou mi poskytl, také podnětné konzultace i připomínky. Také chci poděkovat rodičům za materiální podporu při studiu.

Obsah

1. Abstrakt	3
2. Abstract.....	3
3. Klíčová slova	4
4. Key words.....	4
3. Úvod	8
5. Typologie krizových situací	9
Orgány, které odstraňují následky krizových situací	11
Komunikace zasahujících orgánů	12
6. Zákon o svobodném přístupu k informacím.....	13
7. Zákon o ochraně zdrojů informací	17
8. Zdroje žurnalistických informací	19
Vlastní zdroje informací.....	20
Rešeršování	21
Zprostředkované zdroje informací	23
9. Zpravodajské agentury jako zdroj informací.....	25
Vývoj a historie tiskových agentur	26
Členění zpravodajských agentur	27
Tiskové agentury univerzální	28
Tiskové agentury specializované.....	29
Agentury specializované tematicky.....	29
Agentury specializované dle rozsahu působnosti a objemu služeb.....	30
Tiskové agentury světové	30
Mezinárodní tiskové agentury	31
Tiskové agentury regionální	33
Národní tiskové agentury	33
Tiskové agentury ve vlastnictví odběratelů médií.....	34

Tiskové agentury soukromé	35
Státní tiskové agentury	37
Veřejnoprávní tiskové agentury	38
10. Česká tisková kancelář.....	38
ČTK před rokem 1989	39
ČTK nyní.....	40
11. Závěr	41
12. Seznam použitých internetových zdrojů a literatury	42
Literatura	42
Internetové zdroje.....	43

1. Úvod

Tato bakalářská práce se zabývá získáváním žurnalistických informací v krizových situacích. V úvodu budou popsány krizové situace, bude uvedena jejich typologie a jaké instituce se podílejí na jejich likvidaci. Tím bude určeno, kdo může informace poskytovat a na koho je tedy možné se obrátit. V další fázi bude zpracována problematika z hlediska právní úpravy v České republice. Pomocí typologie zdrojů informací budou tyto jasně rozřazeny.

V další části zpracujeme informace o zpravodajských agenturách, jejich typologii a také se zaměříme na Českou tiskovou kancelář, její historické souvislosti a aktuální stav.

3. Typologie krizových situací

Pro zaměření této práce, tj. získávání informací v krizových situacích, je důležité definovat si, co všechno jsou vlastně krizové situace. Dle Procházkové, která analyzovala odborné prameny uložené v archivech a knihovnách České republiky (např. GEOFOND, ČHMÚ, Národní knihovna aj.), výsledků studií provedených v okolních státech a v Evropské unii následně definovala tyto pohromy:

- přírodní (živelní) pohroma
- lavina
- horký vlhký letní den
- horký suchý letní den
- sucho
- protržení hráze
- povodeň
- zemětřesení
- tsunami
- sopečná erupce
- sesuv svahu
- ztekucení podloží
- řícení skal
- lesní požár
- vichřice
- hurikán
- tornádo (smršť)
- nadměrné srážky dešťové nebo sněhové
- výstup plynu na zemský povrch
- technologická (indukovaná) pohroma
- průmyslová havárie
- indukované zemětřesení
- prodložení stability podloží vlivem vibrací
- havárie při přepravě či skladování nebezpečných látek
- havárie při dopravě
- radiační havárie

- velká znečištění životního prostředí
- pohromy narušující rovnováhu životního prostředí a lidské společnosti
- porucha flóry (epifytie)
- porucha fauny (epizootie)
- epidemie
- pandemie
- pohroma v oblasti kritické infastruktury
- pohroma v ekonomice
- pohroma v územní infrastruktuře
- pohroma v kybernetické infrastruktuře
- pohroma v infrastruktuře služeb, zásobování a spojení
- porucha stability lidské společnosti
- kriminalita
- útok
- teroristický útok
- útok za použití chemických, jaderných, radiologických a biologických látek
- ozbrojený konflikt
- válka¹

Procházková dále uvádí, že jen některé z těchto pohrom mají dopady na území České republiky a že jen některé mohou vyvolat kritickou situaci, při které bude potřeba vyhlásit krizovou situaci pro zvládnutí dopadů pohromy.²

¹ Procházková 2006, s. 53-57

² Procházková 2006, s. 57

2. Orgány, které odstraňují následky krizových situací

Dle ústavního zákona č. 110/1998 Sb., o bezpečnosti České republiky bezpečnost České republiky zajišťují ozbrojené síly, ozbrojené bezpečnostní sbory, záchranné sbory a havarijní služby a státní orgány, orgány územních samosprávných celků a právnické a fyzické osoby jsou povinny se podílet na zajišťování bezpečnosti České republiky. Rozsah povinností a další podrobnosti stanovují zákony.³

Následující výčet necht' je informací pro každého novináře, který chce získat informace o krizové situaci. Jsou zde uvedeny orgány, které při krizové situaci zasahují a jsou v mezích zákona i povinny sdělovat informace. Jak bude ale vysvětleno v dalších kapitolách, často jde o dobré vztahy buď samotného novináře s člověkem, který má informace poskytnout, nebo o dobré jméno média, které novinář zastupuje. Existují ze zákona výjimky, za kterých některý člen prvků bezpečnostních systémů nemá povinnost informaci sdělit. Zde je tedy výčet prvků bezpečnostního systému České republiky:

- Policie ČR a obecní policie
- Hasičský záchranný sbor České republiky (HZS)
- Integrovaný záchranný systém – tím se rozumí koordinovaný postup jeho složek při přípravě na mimořádné události a při provádění záchranných a likvidačních prací. Základními složkami IS jsou HZS, jednotky požární ochrany, ZZS a Policie České republiky
- Zdravotnická záchranná služba (ZZS)
- armáda
- veřejná správa
- občané, dobrovolníci a nevládní organizace⁴

Obecně poskytují informace tiskoví mluvčí zasahujících institucí, mohou to být ale i například velitelé zásahu či jiní čelní představitelé.

³ Procházková 2006, s. 218

⁴ Procházková 2006, s. 218-233

3. Komunikace zasahujících orgánů

Poučné poznatky pro pochopení toho, jaké pokyny dostávají (nebo by měly dostávat) osoby, které v případě krizových situací komunikují s médii, lze nalézt u Richtera, který v jeho Komunikaci s obyvatelstvem při krizových situacích popisuje, jak informace novinářům sdělovat. Pro tiskové mluvčí a ostatní zaměstnance stanovuje základní pravidla krizové komunikace:

- musíme znát všechna potřebná fakta o naší instituci, o daném tématu či problému, o možných bezpečnostních souvislostech
- musíme znát komunikační cíl a klíčová sdělení, kterými chceme oslovit veřejnost
- budme k dispozici, neskrývejme se před novináři
- mluvme pravdu
- držme se faktů – žádné spekulace a dohady
- držme se podstaty věci. Mluvme stručně a výstižně, abychom omezili riziko špatné interpretace
- neříkejme „bez komentáře“. Pokud nemůžeme na otázku odpovědět okamžitě, poznamenejme si ji a slibme, že odpovíme v co nejkratší době. Slib dodržme
- přednostně hovořme o pozitivních stránkách věci
- budme sebevědomí (nikoli však arogantní)
- nekritizujme své lidi, partnery, konkurenty a další
- ukažte vhodné emoce (lítost, sebejistotu)
- respektujte termíny médií⁵

Je zajímavé číst tyto pokyny z pohledu novináře. Jsou ale dobře sepsané a bylo by dobře, kdyby se jimi jejich adresáti řídili. Při získávání informací v novinářské praxi tyto postupy usnadní naši práci.

⁵ Richter 2009, s. 44

Zákon o svobodném přístupu k informacím

Právo na informace je zakotveno v Listině základních práv a svobod⁶ a toto právo provádí zákon č. 106/1999 sb. o svobodném přístupu k informacím. V paragrafu dvě, odstavci jedna tohoto zákona se doslovně uvádí, že povinnými subjekty, které mají podle tohoto zákona povinnost poskytovat informace vztahující se k jejich působnosti, jsou státní orgány, územní samosprávné celky a jejich orgány a veřejné instituce. V komentáři k tomu Rothanzl uvádí, že státními orgány je třeba rozumět nejenom orgány moci výkonné, resp. Orgány veřejné správy, ale u veškeré další orgány zbývajících složek státní moci (zákonodárství a moci soudní). Povinnými subjekty jsou zde nepochybně bezpečnostní sbory (Policie, Armáda, Hasičský záchranný sbor apod.) a státní zastupitelství. Další kategorii vymezuje zákona jako územní samosprávné celky a jejich orgány. Zde je dle Rothanzla chápán územní samosprávný celek jako takový a nikoli současně jeho jednotlivé orgány, přičemž určení konkrétního orgánu, který žádost bude vyřizovat, je závislé na tom, zda jde o informace z působnosti samostatné nebo přenesené.⁷ Pro naši práci je důležitý výpis orgánů, které dle zákona o svobodném přístupu k informacím mají povinnost informace sdělovat. Toto zpracoval Korbel ve svém komentáři k zákonu a my uvedeme jeho výčet. Mezi státní orgány zařazuje:

- ústavní orgány zřízené Ústavou – prezident, vláda, obě komory Parlamentu, soudy včetně Ústavního soudu, státní zastupitelství, Nejvyšší kontrolní úřad a Česká národní banka
- ústřední orgány státní správy zřízené zákonem č. 2/1969 Sb. – všechna ministerstva, Český statistický úřad, Český úřad zeměměřičský a katastrální, Český báňský úřad, Úřad pro ochranu hosp. soutěže, Úřad prům. vlastnictví, Správa státních hmotných rezerv, Státní úřad pro jadernou bezpečnost, Komise pro cenné papíry, Národní bezpečnostní úřad, Energetický regulační úřad a Úřad vlády České republiky.

⁶ Hlava II, čl. 17

⁷ Rothanzl 2010. s. 25-30

- různé relativně samostatné specializované orgány při ústředních orgánech státní správy – např. Česká školní inspekce, Inspektorát omamných a psychotropních látek, Probační a mediační služba, Česká energetická inspekce, Česká obchodní inspekce, Česká zemědělská a potravinářská inspekce, Licenční úřad, Puncovní úřad, Česká inspekce životního prostředí, Český hydrometeorologický ústav.
- jiné specializované státní orgány s celostátní působností zřízené zvláštními zákony nespádající do soustavy ústředních orgánů státní správy – např. Úřad pro ochranu osobních údajů, Český telekomunikační úřad, Veřejný ochránce práv.
- specializované územní orgány státní správy zřízené množstvím zvláštních zákonů upravujících jejich vznik, působnost a pravomoc v nejrůznějších oblastech státní správy (územní finanční orgány, pracovní, katastrální, stavební, báňské, školské, matriční, živnostenské, celní a další úřady), těmito orgány jsou i orgány obcí a krajů při výkonu přenesené působnosti státní správy.
- veřejné ozbrojené a neozbrojené sbory – Armáda České republiky, Policie České republiky a její územní útvary, Správy sboru požární ochrany, zpravodajské služby, Vězeňská služba České republiky.⁸

⁸ Korběl 2005, s. 59-63

V odstavci 2 paragrafu 2 zákona o svobodném přístupu k informacím se doslovně uvádí, že povinnými subjekty jsou nadále ty subjekty, kterým zákon svěřil rozhodování o právech, právem chráněných zájmech nebo povinnostech fyzických nebo právnických osob v oblasti veřejné správy, a to pouze v rozsahu této jejich rozhodovací činnosti. Rothanzl uvádí, že na základě tohoto ustanovení se tedy povinným subjektem stane takový subjekt, který není státním orgánem, územním samosprávným celkem (ani jeho orgánem) ani veřejnou institucí, pokud vykonává rozhodovací činnost dle citovaného ustanovení. Jde tedy o subjekty, nadané vrchnostenským oprávněním rozhodovat o právech, právem chráněných zájmech nebo povinnostech fyzických a právnických osob. Jsou to například fyzické osoby, kterým byl na základě zákona svěřen výkon veřejné moci v rámci vybraných odvětví veřejné správy – např. lesní stráž – v zákoně přesně stanovená jako fyzická osoba zajišťující ochrannou službu v lesích při obecném užívání lesů občany.⁹

V odstavci 3 paragrafu 2 zákona o svobodném přístupu k informacím se doslovně píše, že zákon se nevztahuje na poskytování informací, které jsou předmětem průmyslového vlastnictví a dalších informací, pokud zvláštní zákon upravuje jejich poskytování, zejména vyřízení žádosti včetně náležitostí a způsobu podání žádosti, lhůt, opravných prostředků a způsobu poskytnutí informací. Rothanzl v komentáři k zákonu uvádí, že toto ustanovení představuje negativní vymezení působnosti zákona o svobodném přístupu k informacím stanovením případů, na něž se nevztahuje. Lze dovodit, že průmyslovým vlastnictvím jsou vynálezy, průmyslové vzory, topografie polovodičových výrobků, ochranné známky a označení původu výrobků.¹⁰

⁹ Rothanzl 2010, s. 44-45

¹⁰ Rothanzl 2010, s. 45-46

V odstavci 4 paragrafu 2 zákona o svobodném přístupu k informacím je doslovně uvedeno, že povinnost poskytovat informace se netýká dotazů na názory, budoucí rozhodnutí a vytváření nových informací. Zde je vcelku jasná formulace všech slov, až na vytváření nové informace. Z právního hlediska ji Rothanzl ve svém komentáři považuje za pojem dvojího druhu – může se jednat o vyhotovení zcela nového údaje „na zelené louce“ a v takovém případě jde nepochybně o činnost nad rámec povinností povinného subjektu (typicky zpracování právní analýzy k určitému problému, který se může týkat působnosti povinného subjektu).¹¹ Pro žurnalisty je ale důležitější druhý způsob výkladu pojmu, ve kterém Rothanzl vytvoření nové informace pokládá za určitý kvalifikovaný způsob zpracování informací, které již povinný subjekt má (např. zpracování komparace různých dat, s nimiž při své činnosti povinný subjekt nakládá. Praktickým důsledkem tohoto odstavce paragrafu 2 zákona o svobodném přístupu k informacím je i to, že žadatel se nemůže domáhat poskytování informací „do budoucna“, tj. informací, které teprve v budoucnu vzniknout. Nelze se např. domáhat pravidelného zasílání kopií zápisů ze zasedání zastupitelstva obce. Povinnému subjektu samozřejmě nic nebrání, aby takové informace poskytoval.¹² V zaměření naší práce je tato informace užitečná v tom smyslu, že si žurnalista může na základě dobrých vztahů například se státní institucí vytvořit systém obesílání důležitými a čerstvými informacemi. Takovéto informační kanály mohou být exkluzivní a v novinářské praxi velmi ceněné. Pomůže nejen osobnost novináře, ale i všeobecné dobré jméno mediální instituce, kterou žurnalista zastupuje.

¹¹ Rothanzl 2010, s. 60

¹² Rothanzl 2010, s. 61-62

4. Zákon o ochraně zdrojů informací

Zákonem jsou chráněny i zdroje informací. Zákon č. 46/2000 Sb. v odstavci jedna doslovně uvádí, že fyzická nebo právnická osoba, která se podílela na získávání nebo zpracování informací pro uveřejnění nebo uveřejněných v periodickém tisku, má právo odepřít soudu, jinému státnímu orgánu nebo orgánu veřejné správy poskytnutí informace o původu či obsahu těchto informací. Toto je doplněno tvrzením, že fyzická osoba nebo právnická osoba, která se podílela na získávání nebo zpracování informací pro uveřejnění nebo uveřejněných v periodickém tisku, má právo soudu, jinému státnímu orgánu nebo orgánu veřejné správy odepřít předložení nebo vydání věcí, z nichž by mohl být zjištěn původ či obsah těchto informací.¹³ Ochrana zdroje ale není úplná a platná za všech okolností. Toto právo nenarušuje povinnost danou předpisy v oblasti trestního práva nenadržovat pachateli trestného činu a překazit nebo oznámit trestný čin. Institut ochrany zdroje informací se vztahuje pouze na osoby podílející se na získávání a zpracování informací. Jde tedy nejen o redaktory zaměstnané v pracovním poměru, ale i o novináře „na volné noze“, kteří do tisku přispívají na základě jiného než pracovněprávního poměru. Aby nemohla být ochrana zdroje informací v praxi obcházena, mohou osoby podílející se na získávání a zpracování informací odepřít též vydání věcí, ze kterých by se původ informací dal určit. Institut zdroje informací je právem odepřít poskytnutí informace, s jejíž pomocí by mohla být zjištěna totožnost osoby, která uveřejněné informace poskytla.¹⁴ Ačkoliv se zdá, že „tajné zdroje informací“ jsou užívány spíše v publicistice, například u investigativní žurnalistiky, považujeme za důležité připojit tuto kapitolu i ke zdrojům užívaným k získávání informací v krizových situacích. Z hlediska zaměření na zpravodajství je vždy důležité uvést zdroj přímo ve výsledném komunikátu, původci sdělení ale mohou použít i jinou než oficiální cestu, jak se dostat k informacím. Tento zákon tedy dává žurnalistovi možnost získávat kontakty například mezi zaměstnanci integrovaných systémů na základě oboustranné důvěry. V některých případech jde o způsob, jak se dostat k informátorovi, který je přítomen u aktuálního dění. Někteří jednotlivci poskytují tajné nebo citlivé informace, spoléhající na žurnalisty, že je poskytnou národnímu

¹³ § 16 zákona č. 46/2000 Sb., odstavec 2

¹⁴ Rozehnal 2007, s. 23-24

nebo mezinárodnímu publiku, aby dosáhli publicity a podnítli tím veřejnou diskusi. V mnoha případech je anonymita zdroje předběžnou podmínkou, na základě níž je informace poskytována od zdroje k novináři, to bývá motivováno např. strachem z prozrazení, uvádí se, že toto může ohrožovat fyzickou bezpečnost (spíše právě u investigativních kauz), v případě krizových situací jde o strach ze ztráty zaměstnání.¹⁵ Je na místě uvést, že neověřený zdroj informace může podat zkreslenou či úplně lživou informaci a poškodit tak nejen profesionální čest žurnalisty, ale ve vážných případech se i dopustit šíření poplašné informace. Právo na ochranu zdroje a obsahu informací se neuplatňuje v případě, že se osoba, která se podílela na získávání nebo zpracování informací pro uveřejnění nebo uveřejněných v periodickém tisku hodnověrným způsobem dozví, že jiný připravuje nebo páchá trestný čin a spáchání nebo dokončení takového trestného činu nepřekazí. V takovém případě může být tato osoba potrestána odnětím svobody až na tři léta. Povinnost žurnalisty je i takové jednání oznámit. Vyvinut se lze pouze v případech, kdy nejde oznámení učinit, aniž by sebe nebo osobu blízkou uvedl v nebezpečí smrti, ublížení na zdraví či jiné vážné újmy, nebo trestního stíhání. Uvedení osoby blízké v nebezpečí trestního stíhání ovšem nezabavuje pachatele trestnosti, pokud se jedná o neoznámení trestného činu vlastizrady, rozvracení republiky, teroru, teroristického útoku, záškodnictví, sabotáže, vyzvědačství, ohrožení utajované informace, účasti na zločinném spolčení nebo genocidy.¹⁶

¹⁵ Rozehnal 2007, s. 27

¹⁶ Rozehnal 2007, s. 26

5. Zdroje žurnalistických informací

O zdrojích žurnalistických informací pojednáme primárně obecně, následně budou poznatky začleněny do kontextu získávání podkladů ke sběru zpráv v krizových situacích. Prací žurnalistů je sledovat události a následně je zpracovávat do nejrůznějších typů sdělení, které následně rozšiřují pro potřeby a zájmy nejširší veřejnosti. Je to z toho důvodu, že většina lidí nemá čas ani možnosti získávat a hodnotit informace o světě přímo. Ani původci těchto sdělení ale nemají dost času a v některých případech i sil a prostředků, aby si všechny závažné a pro veřejnost zajímavé informace opatřovali sami. Proto hojně užívají informace dodané z jiných zdrojů, které se stávají stále významnějším zbožím. Jejich získávání, třídění a následný prodej je prosperujícím podnikatelským odvětvím.¹⁷ Toto je jasným odkazem na tiskové agentury, kterých je po světě mnoho, a jsou v různých formách vlastnictví. V žurnalistické práci platí tiskové agentury za věrohodný zdroj informací a v novinářské praxi nebývají jejich informace již nadále ověřovány. Je důležitou pro každou tiskovou agenturu, aby její data byla pravdivá a nedocházelo k vydání falešné či zavádějící informace. Toto lze dokladovat na příkladu z praxe, kde se uvádí, že světové agentury drží chybovost pod jedním procentem, u České tiskové kanceláře (ČTK) se jedná o 0,6%. Navíc veškeré opravy lze vidět přímo v tzv. servisu ČTK pro její odběratele a následně může přijít oprávněná kritika.¹⁸ Odběrateli servisu jsou klienti tiskových agentur, kteří za její produkty platí a jsou tedy životně důležitým zdrojem peněz. Pokud budou nespokojeni s prací a nebudou moci důvěřovat tomuto zdroji informací, odběratelství odhlásí a agentura se může dostat do finančních potíží.

Zdroje informací lze dělit podle více pohledů, existuje například dělení podle druhu poskytovatele, tedy od jednotlivců či institucí, dále na aktivní a pasivní. Aktivní informace je taková, na jejímž zveřejnění má zájem jednotlivce či instituce, kterých se sdělení týká. Takové informace poskytují zdarma, stává se, že za zveřejnění v médiu i zaplatí.¹⁹ Příkladem vydávaných zpráv zdarma jsou tiskové zprávy o věcech v obecném zájmu, lehkou nepřímou úplatou mohou být propagační předměty, rozdávané při tiskových konferencích přítomným

¹⁷ Bartošek 2001, s. 78

¹⁸ Polách 2012, s. 82

¹⁹ Bartošek 2001, s. 78

novinářům či i samotný raut, který se s událostí pojí. Placené zprávy se používají v marketingových kampaních, jejich příkladem může být i reklama. Naproti tomu pasivní informace poskytují jejich majitelé na požádání, buď zdarma, v některých případech za úplatu, novinář si je také může získat sám.²⁰ Řadí se sem třeba reportáž založená na přímé účasti žurnalisty na jedinečné události. Nejznámějším a nejprehlednějším rozdělením dle Bartoška je ale diverzifikace na vlastní zdroje, rešeršování a zprostředkované informace.²¹

4. Vlastní zdroje informací

- produkty vlastní žurnalistovy zkušenosti
- produkty získané na tiskových setkáních a akcích
- produkty získané žurnalistou na základě delegované účasti na důležitých nebo zajímavých událostech či setkáních. Žurnalisté k nim bývají zváni a akreditují se na ně
- produkty získané vlastním pozorováním veřejných i soukromých akcí (shromáždění, demonstrace a nepokoje, přírodní jevy a ekologické havárie, nehody apod.)
- produkty získané pátrací (investigativní) činností²²

²⁰ Bartošek 2001, s. 78

²¹ Bartošek 2001, s. 78

²² Bartošek 2001, s. 78

5. Rešeršování

Bartošek uvádí, že rešeršování je stále důležitější způsob získávání, třídění a uplatňování informací vlastní invencí žurnalistů ze zdrojů, které lze k připravovanému sdělení použít. Záleží přitom na žurnalistovi i vydavateli, kolik a jak kvalitních zdrojů využije. Zde Bartošek cituje Hallera, který uvádí, že rešerše se provádějí z knih, novin, databází, ročenek, bulletinů, rejstříků, encyklopedií nebo ze specializovaných rešeršních bulletinů UNESCO, knihoven, akademií a speciálních informačních center. Pro odbornou žurnalistiku lze využívat živnostenské, podnikové, obchodní, katastrální a finanční rejstříky, databáze průmyslových, obchodníků a profesních ústavů a mezinárodních institucí, jako jsou například OSN, UNICEF, Evropská unie, WHO, NATO. Roli univerzálního a nejužívanějšího zdroje informací hraje internet.²³ V tomto případě ale musíme upozornit, že internet je nebezpečným zdrojem informací, co se týče jejich pravdivosti. Přístup na něj má téměř každý a původ informace může být nejasný. Jak dále v této práci Pur v kapitole o internetových zdrojích pro ČTK, až 90% informací ze zdrojů jako například Twitter, je falešných.²⁴ V případě internetu platí tedy nutnost ověřování informací minimálně ze dvou zdrojů. Bartošek dále uvádí, že rešerše automaticky nezajišťují pravdivost, objektivitu či reprezentativnost. Je vždy na žurnalistově kompetenci určit, jak věrohodná rešeršní informace je. Rešeršování ovšem umožňuje klást vedle sebe i protikladné informace a vytvářet z nich vyvážené sdělení komparací. Cenné je i to, že rešeršování může poskytovat podklady pro pozadí (background) připravovaných sdělení.²⁵

²³ Bartošek 2001, s. 78-79

²⁴ Polách 2012, s. 83

²⁵ Bartošek 2001, s. 79

Samy redakce si vytvářejí vlastní databáze, v tomto případě lze například jmenovat rozsáhlý archiv ČTK. V něm jsou nejen dříve vydaná sdělení, která lze v budoucnu použít například pro doplnění informací pro background, ale i státnické informace a jiné historické kontexty. Sportovní redakce sbírá výsledky minulých utkání či soutěží v různých disciplínách. Redaktor tedy může rychle a z pohodlí redakce například ověřit, kolikátý dojel Ondřej Bank ve sjezdu Světového poháru v alpském lyžování v Beaver Creeku v roce 2014, čímž zasadí do kontextu výsledek rok před jeho pádem na tomto americkém kopci.²⁶ Někteří žurnalisté vedou i své vlastní databáze, z prostředí sportovní žurnalistiky je tímto obecně známý Robert Záruba, který sám zpracovává výsledky pro svou novinářskou praxi.

²⁶ Skončil na 22. místě a získal první body v sezóně 2014/2015

6. Zprostředkované zdroje informací

Bartošek uvádí, že tyto jsou pro novinářskou práci nejdůležitější a nejčetnější.

Dají se dále řadit na:

- informace od veřejnosti, tedy řadových občanů, mezi konzumenty médií čtenářů, posluchačů a diváků, kteří reagují na zveřejněná sdělení nebo usilují o publicitu vlastních zkušeností či představ. Tato sdělení bývají zajímavá a čtivá, ale ve většině případů jednostranná a subjektivní. Přijímána jsou ve formě dopisů, telefonátů a připomínek, média je ale zveřejňují ostražitě a vyváženě, anebo jich používají na podporu vlastních programových redakčních stanovisek. Lidově a bulvárně orientované RTV stanice vyzývají občany, aby jim rychle poskytovali informace o zajímavých, choulostivých a nepříliš důležitých a mravných událostech. Ty využívají v zábavných pořadech i zpravodajství.²⁷ Toto souvisí s rozmachem bulvarizace zpravodajství zejména u soukromých stanic v České republice. Například Divácké zprávy na FTV Prima mají již vlastní oddělený čas v hlavní zpravodajské relaci každého dne a uvádí je moderátor, který se specializuje pouze na tento pořad. Opět zde jde o působení na osobu diváka, který, jak již uvedl dříve Bartošek, usiluje o vlastní publicitu. Divák zašle video, neudobně natočené a často i neudobně a citově okomentované a televize jej i s vlastním komentářem a uvedením dalších informací pouští ve večerním backgroundu. V tomto případě se často jedná právě o zdroje informací z krizových situací, které jsou ale značně nevěrohodné. Pokud budeme pomýšlet například na dnešní technickou vyspělost v oblasti upravování videí, je jasné, jak jednoduše lze vyrobit video falešné, dnes již nejen v slangu uživatelů počítačů, ale i v obecném povědomí o českém jazyce, označované jako „fake“. Proto je v tomto případě opravdu na pečlivém zvážení autora pořadu, které sdělení použít přímo ve vysílání. Pořad Divácké zprávy na Primě²⁸ nemá obecně náročné publikum, není tedy jisté, o kolik by se propadla sledovanost, pokud by byla zveřejněna nějaká chyba. Naproti tomu stojí sdělení Pura

²⁷ Bartošek 2001, s. 79

²⁸ Na oficiálních internetových stránkách Prima FTV označovaný familiárním názvem „Divošky“

uveřejněné v Poláchovi (2012) o chybovosti ve zpravodajském servisu ČTK.

- veřejné mínění zjišťované agenturami, institucemi nebo redakcemi v podobě průzkumů, u nás např. IVVM, STEM, Media Tenor. Problematické ale bývají metody získávání názorů a jejich interpretace.²⁹
- informace od kolegů z vlastní redakce, z blízkých redakcí, nebo od zahraničních zpravodajů
- informace od autorit z oblasti veřejného mínění (opinion leaders), jimi bývají výřečné osobnosti jako politici, umělci, sportovci, spisovatelé, komentátoři a publicisté. Bartošek je uvádí jako lidi, kteří jsou schopni a ochotni kdykoliv a kdekoliv se vyjádřit o čemkoliv. Zde je ale problém v tom, že nemusí být tato osobnost odborníkem na téma, ke kterému se vyjadřuje, v takovém případě se stává pouze falešnou autoritou.³⁰
- informace od odborníků na dané téma (politologů, právníků, ekonomů, vědců a jiných expertů), pro zpravodajství a nosnost sdělení je žádoucí zvýšit podíl a význam jejich účasti v tisku i moderovaných pořadech RTV vysílání.
- informace od dopisovatelů, zpravodajů a spolupracovníků
- informace od útvarů a osob pověřených komunikací s veřejností, nejčastěji útvarů pro public relations a tiskových mluvčích, ti mají velmi blízko k žurnalistice a žurnalistům – fungují jako jejich pomocná složka. Pracovníci v PR poskytují redakcím tisková sdělení a organizují tisková setkání
- informace poskytnuté speciálními informačními centry s databázemi a knihovnami. Některé poskytují rešerše i silami vlastních pracovníků. Vedle textových informací disponují i fotografiemi a obrazovými sděleními.³¹ Zde se jedná jak o státní či univerzitní knihovny, tak i například soukromé databáze spravované soukromými společnostmi, příkladem může být i ČTK se svým již dříve zmiňovaným archivem a vlastní fotobankou.

²⁹ Bartošek 2001, s. 79

³⁰ Bartošek 2001, s. 80

³¹ Bartošek 2001, s. 80

- informace od institucí specializovaných na analýzu masmediálních obsahů na základě monitoringu. Přinášejí účelné závěry a souhrny, které mohou druhotně sloužit i jako informace nebo základ pro další informace.
- internetové zdroje – internet je nejobsáhlejší zdroj naší planety. Je mimořádně ceněn i odmítán, jeho zdroje je žádoucí přísně hodnotit z hlediska věrohodnosti i etiky a zákonnosti, protože vstup do jeho sítě je liberální. Pro novinářskou praxi je důležité, že na internetu jsou vystaveny elektronické mutace mnoha deníků, databází, rejstříků a tiskových agentur včetně ČTK.³²

6. Zpravodajské agentury jako zdroj informací

Bartošek uvádí zpravodajské agentury jako nejdůležitější zdroje zprostředkovaných informací. Tyto agentury popisuje jako organizace, které na komerční bázi vyhledávají a zpracovávají informace pro masmédia. Jejich informace jsou slovní a obrazové, obsahují ryzí fakta a jsou orientovány všeobecně. Jednotlivé redakce tyto informace upravují (doplňují, zkracují), podle vlastních potřeb.³³ Trunečková popisuje agentury jako továrny na zprávy či velkoobchody s informacemi. Také se jim říká noviny novin nebo noviny novinářů. Všechny tyto opisné názvy vznikly proto, že jsou to instituce (podniky), které se zaměřují na shromažďování informací, jejich zpracování a distribuci a představují tak pro sdělovací prostředky významný zdroj.³⁴

³² Bartošek 2001, s. 80

³³ Bartošek 2001, s. 80-81

³⁴ Trunečková 1997, s. 9-10

7. Vývoj a historie tiskových agentur

Historicky první zpravodajskou agenturu založil Charles Havas v Paříži v roce 1835, k její tradici se dodnes hrdě hlásí francouzská Agence France – Presse (AFP). Největší nárůst sítě agentur byl dle Trunečkové zaznamenán ve dvacátém století. Zatímco v padesátých letech devatenáctého století existovaly ve světě pouze čtyři zpravodajské agentury (jedna v Americe a tři v Evropě), o sto let později již dle záznamů UNESCO sídlilo ve 44 zemích světa 96 agentur. Následně dle publikace World Handbook Media, kterou vydala Organizace spojených národů, existovalo na konci dvacátého století už 200 tiskových agentur. Další vlnou, ve které vznikaly nové tiskové agentury, byla doba po rozpadu Sovětského svazu, po které vznikly nové státy, které potřebovaly také své nové národní zpravodajské agentury. Zde lze jmenovat státy jako Jugoslávii či Československo. Tyto rozmachy nových tiskových agentur jsou motivovány snahou o pluralitu v oblasti zdrojů agenturních informací.³⁵

Tiskové agentury jsou velmi cenným zdrojem informací pro novinářskou praxi. Neméně je tak tomu i při získávání informací v krizových situacích, o kterých tato práce pojednává. Proto považujeme za důležité provést přehled a diverzifikaci různých druhů tiskových agentur, aby v nich novinář měl přehled a dovedl si udělat ucelenou představu o celém trhu. To pomůže nejen začínajícím žurnalistům, ale i médiím, která se chtějí stát abonenty zpravodajských agentur. Na základě jasného rozčlenění si přesně vyberou tu pravou pro své pole působnosti a optimalizují tím náklady na provoz. Budou zpracovány příklady místních agentur, s ohledem na globalizaci a schopnosti novinářů přijímat i cizojazyčné informace, uvedeme i agentury zahraniční, které ovšem vydávají minimálně informace o důležitých událostech v jejich státě s dopadem na mezinárodní situaci i v jednom ze světových jazyků, většinou angličtině.

³⁵ Trunečková 1997, s. 9

8. Členění zpravodajských agentur

Trunečková uvádí, že jako konvenční popisná kritéria diferenciacie tiskových agentur se v odborné literatuře domácí i zahraniční proveniencie nejčastěji užívají:

- obsahové zaměření (věcný profil) činnosti, na jehož základě lze definovat typ agentury:
 - univerzální (komplexní)
 - specializované
- objem a rozsah působnosti, na jejichž základě lze zařadit tiskové agentury do kategorie:
 - světové
 - mezinárodní
 - regionální
 - národní
- formy vlastnictví
 - ve vlastnictví médií
 - soukromé komerční
 - státní
 - se zvláštním (veřejnoprávním) statutem³⁶

V následujících bodech popíšeme tedy praktické příklady výše zmíněných rozdělení tiskových agentur, to vše pro jasné popsání trhu s informacemi pro novináře.

³⁶ Trunečková 1997, s. 21

Tiskové agentury univerzální

Jsou též označované jako komplexní, integrují soubor zpravodajských služeb (zpravodajství z domova, ze zahraničí, pro zahraničí, to vše slovem a většinou i obrazem) v nejširším tematickém záběru (všechny oblasti života společnosti – politika, ekonomika, kultura, sport, věda a technika, životní prostředí, výchova a zábava, vzdělání aj.). Dále Trunečková uvádí, že ve většině zemí zaujímá dominantní postavení na zpravodajském trhu zpravidla jediná univerzální tisková agentura. Její pozice může vyplývat jak přímo ze zákona, tak z tradic či dané přirozené faktické převahy na domácím zpravodajském trhu. Příkladem takové agentury je například:

- Associated Press se sídlem v New Yorku
- Reuters (Londýn)
- AFP (Paříž)
- Informacionnoje telegrafnoje agentstvo Rossiji (ITAR TASS, Moskva)
- Agenzia nazionale stampa Associata (Itálie)
- Austria presse agentur (Rakousko)
- Deutsche presse-agentur (Německo)
- Polska agencja prasowa (Polsko)
- Magyar távirati iroda (Maďarsko)
- Tlačová agentúra Slovenskej republiky (Slovensko)
- Česká tisková kancelář (Česká republika)³⁷

³⁷ Trunečková 1997, s. 22

Tiskové agentury specializované

Specializované agentury se na rozdíl od univerzálních (komplexních) agentur specializují na dva různé aspekty své produkce:

- na určitou tematicky (či obsahově) poměrně úzce a přesně vymezenou oblast (například ekonomika, náboženství, či sport)
- na určitou formu prezentace aktuálního dění (zde lze uvést například obrazové zpravodajství – tzv. fotoagentury)³⁸

Agentury specializované tematicky

Trunečková dále uvádí k tematicky či obsahově zaměřeným tiskovým agenturám, že ty, které se zaměřují na poměrně úzce a přesně vymezené oblasti, také nabízejí služby i analogicky zaměřeným odběratelům. To ale nevylučuje, aby si jejich servis odebíraly (abonovaly) i agentury univerzální, pro které představují kvalifikované zdrojové území.³⁹ Obecně překupování informací mezi zpravodajskými agenturami je obecně rozšířenou praxí. ČTK odebírá také servis zahraničních agentur. V jejím případě je uvedení zdroje vždy povinností, díky tomu se také může objevit informace například od Reuters v některém z deníků, které tuto zahraniční agenturu neodebírají, ale mají zaplacený infoservis ČTK, a na něm sdělení zachytili. Takto může novinář pracující pro masmédiu získat informaci o některé z krizových situací ze zahraničí v relevantní kvalitě. Prvotním původcem ale v tomto případě nebývají specializované zpravodajské agentury, nýbrž univerzální, uvedené v předchozí podkapitole. Jak ale uvádí Trunečková, agentury specializované na určitou oblast veřejného a společenského života shromažďují informace z dané oblasti doma i ve světě a mají kromě domácích zákazníků odběratele ze zahraničí.

Tiskové agentury se specializují například na sportovní zpravodajství, zde uvádí Trunečková švýcarskou Sportinformation nebo německou Sport-informations-dienst, jejíž zpravodajství abonují i sportovní redakce zahraničních univerzálních agentur, například naše ČTK či slovenská TASR. SID je dobře zásobována také

³⁸ Trunečková 1997, s. 25

³⁹ Trunečková 1997, s. 25

sportovním zpravodajstvím z Ameriky, odkud informace odebírá od Associated Press. Naproti tomu AP používá zprávy SID pro svůj vlastní mezinárodní servis.⁴⁰

Agentury specializované dle rozsahu působnosti a objemu služeb

Velikost agentury a rozsah její působnosti se dle Trunečkové poměřuje podle mnoha ukazatelů, nejčastěji se ale srovnávají:

- počtem zaměstnanců (zde se dále rozdělují na počty doma, ve světě, novinářské profese, technický a administrativní personál)
- rozsahem zahraniční sítě (počet zahraničních odboček – zpravodajských míst, počet zemí, v nichž má agentura zastoupení, personální obsazení filiálek, počet kmenových zpravodajů, počet spolupracovníků – stingrů)
- objem produkce (počet slov, zpráv, fotografií, počet hodin vysílání pro domácí i zahraniční odběratele)
- počet odběratelů v mateřské zemi i v zahraničí⁴¹

Dále pojednáme o rozsahu působnosti z hlediska teritoriality, tedy územního záběru té určité zpravodajské agentury. Každá agentura shromažďuje informace a distribuuje svůj zpravodajský servis ve vztahu k nějakému území (teritoriu), jeho rozloha se liší od celosvětového až po národní.

Tiskové agentury světové

Trunečková uvádí, že světové tiskové agentury mají zpravidla nadnárodní charakter a v rozhodující míře právě ony ovlivňují mezinárodní tok informací. Světová tisková agentura má celosvětovou působnost, v celém světě zpravodajství shromažďuje a do celého světa také toto zpravodajství šíří. Ke shromažďování využívá celou síť filiálek a v těchto pobočkách nepracují pouze jednotlivci, ale celé týmy agenturních novinářů. Odběratelů bývají řádově tisíce a to nejen v mateřské zemi, ale i v zahraničí. Exportní vysílání má kromě tzv. univerzálního světového servisu vícero podob s ohledem na cílové teritorium, což platí nejen pro výběr událostí, ale i výběr jazyka. K obecné charakteristice kategorie světových

⁴⁰ Trunečková 1997, s. 25

⁴¹ Trunečková 1997, s. 28

tiskových agentur patří nepřetržitá operativní činnost – 24 hodin denně – a technické a přenosové (transmisní) podmínky na nejvyšší úrovni.⁴²

Pro zařazení do světových agentur je mnoho různých kritérií, dle Hlavčákové⁴³ jsou to takové, které mají své pobočky i v rozvojových zemích, ve kterých vlastní národní agentury⁴⁴ nejsou schopné dostatečně rychle a vyčerpávajícím způsobem informovat o mezinárodních událostech. Sonderhüsken⁴⁵ popisuje tyto tiskové agentury jako zpravodajské agentury s celosvětovým uplatněním, zastoupením minimálně v 80 zemích a minimálně 1 000 zaměstnanců. Trunečková hovoří o historické proměnlivosti v této kategorii, zde lze ale podotknout, že takto se dá popisovat i situace v ostatních kategoriích. Příklady jsou tyto:

- Associated press
- Reuters
- Agence france-press⁴⁶

Mezinárodní tiskové agentury

Pro tyto agentury je typické, že sice mají také vlastní zdroje původních informací ze zahraničí, ale rozsah sítě zahraničních zpravodajů, jakož i zahraničních klientů, je zpravidla nesrovnatelný se světovými tiskovými agenturami. Největším z mezinárodních tiskových agentur se zpravidla daří více či méně držet krok se světovými agenturami a alespoň částečně jim konkurují. Pürer a Raabe⁴⁷ uvádějí, že taková agentura pracuje zpravidla s více než 40 zahraničními korespondenty a vysílá v několika jazycích i pro zahraničí.

Jako příklad uvádí Trunečková tyto zpravodajské agentury:

- Agenzia nazionale stampa associata
- Agencia efe
- Deutsche presse-agentur
- Kjódó (Japonsko)⁴⁸

⁴² Trunečková 1997, s. 29

⁴³ Hlavčáková 1994, s. 7

⁴⁴ viz. dále kapitola Národní tiskové agentury

⁴⁵ Sonderhüsken 1991, s. 59

⁴⁶ Trunečková 1997, s. 29-30

⁴⁷ Pürer a Raabe 1994, s. 45

⁴⁸ Trunečková 1997, s. 31

Tiskové agentury regionální

Trunečková tyto agentury popisuje ve shodě s většinou ostatních autorů tak, že jejich profil neumožňuje žádným způsobem (organizačním uspořádáním ani rozsahem působnosti) zařazení do dříve jmenovaných kategorií (světové, mezinárodní a národní. Uvádí se, že svůj zpravodajský servis rozšiřují do geograficky ohraničených oblastí. Jejich vznik, rozšíření či právě částečné omezení působnosti na velikost regionální agentury v některých případech zapříčinily v historii politické či geografické aspekty. Jedná se například o agentury v Jižní a Střední Americe, které se chtěly vymanit nadvládě zpravodajských monopolů agentur v USA. Jako příklad regionálních zpravodajských agentur lze uvést:

- Middle East news agency (Egypt)
- Prensa Latina (Latinská Amerika)
- Caribbean news agency (Karibik)
- Pan-African news agency (Senegal)⁴⁹

Národní tiskové agentury

Základní charakteristikou národní tiskové agentury je její působení v mateřské zemi a také ve vysílání pro zahraničí je její vnitropolitické zpravodajství dominantní. V oblasti zahraničního zpravodajství bývá zcela nebo z velké části odkázána na servis jedné nebo více světových tiskových agentur, přebírá však zpravodajství i z jiných národních, případně mezinárodních agentur. Tradičními zdroji informací jsou tiskové agentury sousedních států a Trunečková dále uvádí, že obecně národní tiskové agentury představují v mezinárodní výměně zpravodajských informací zdroj ceněný pro svoji autentičnost. Národní tisková agentura má zpravidla minimální zpravodajskou síť ve světě, resp. nemusí mít vlastní stálé zahraniční korespondenty žádné. I národní agentury zpravidla vykazují operativní činnost 24 hodin denně, ale intenzita jejich produkce kolísá v závislosti na rytmu společenského dění. Skutečně nepřetržitý provoz se týká většinou jen příjmu a zpracování zpráv ze světa. Těchto agentur je dle Trunečkové

⁴⁹ Trunečková 1997, s. 31-32

mezi všemi zpravodajskými agenturami většina, shromažďují a rozšiřují zpravodajský materiál zpravidla na území uvnitř vlastních státních hranic.⁵⁰

Někdy mohou mít tyto agentury dle Haškovce⁵¹ na území svého státu až monopolní právo na šíření určitých typů informací a tam, kde úkoly opatrování všeobecného zpravodajství vykonává několik tiskových agentur v jedné zemi, považuje se za národní ta agentura, která má buď oficiálně, tradičně nebo faktickou převahu postavení centrální tiskové agentury, což má praktický význam například z hlediska členství v některém z mezinárodním agenturním sdružení, které přijímá jen jednu agenturu z každé země.

Do národních agentur se řadí:

- Austria presse agentur
- Norsk telegrambyra (Norsko)
- Tidningarnas telegrambyra (Švédsko)
- Suomen tietotoimisto/finska notisbyran (Finsko)
- Česká tisková kancelář⁵²

Tiskové agentury ve vlastnictví odběratelů médií

Trunečková uvádí, že tento způsob vlastnictví je historicky ověřenou formou existence tiskových agentur. Vlastníky či podílníky jsou zde sami hlavní odběratelé, vydavatelé novin, případně další média – audiovizuální sdělovací prostředky – v podobě družstva, společnosti s ručením omezeným či akciové společnosti. Tyto instituce bývají zřizovány a financovány vlastníky podle obchodního práva, zdroje příjmů mají i z prodeje produkce ostatním klientům. Mohou být ale založeny i jako nevýdělečné podniky, kdy je případný zisk investován do modernizace provozu a zlepšení zpravodajských služeb. Z toho vyplývá, že postavení agentury ani rozsah poskytovaných služeb neupravuje v tomto případě žádný zákon o tiskové agentuře, jako je tomu u jiných agentur a pro novináře zaměstnaného v této instituci platí obecně závazné právní normy daní země. Ve stanovách, statutu či smlouvě je zakotven princip nezávislosti a

⁵⁰ Trunečková 1997, s. 32-33

⁵¹ Haškovec 1983, s. 105.106

⁵² Trunečková 1997, s. 32-33

neustrannosti tak, aby politicky maximálně univerzální produkt vyhovoval celému spektru odběratelů a byl prodejný.⁵³ Příkladem těchto agentur jsou:

- Associated press
- Kjódó
- Ritzaus bureau (Dánsko)
- Tidningarernas telegrafbyrå
- Suomen tietotoimisto/finska notisbyrå
- Deutsche presse-agentur
- Agenzia nazionale stampa associata⁵⁴

Tiskové agentury soukromé

Dle Trunečkové bývají za jediné skutečně soukromé kapitálové společnosti považovány takové tiskové agentury, jejichž vlastníky nejsou vydavatelé novin nebo majitelé dalších sdělovacích prostředků, rozhlasových a televizních stanic a které jsou organizovány podle běžných zásad fungování komerčních podniků. K základní charakteristice patří výdělečný účel zřízení a provozování agentury jako soukromého podniku.⁵⁵ Pro takovou společnost platí v jejím fungování jen a pouze interní pravidla a řídí se zákonem „nabídky a poptávky“, protože nemá žádnou povinnost ohledně sdělování obligátních informací v určitých druhích sdělení, například politických událostí dané země. Soukromé agentury se tedy snaží přizpůsobit svým klientům, protože sdělení vytvářejí pro abonenty a jsou na přísunu jejich poplatků existenčně závislé. V tomto se dá ovšem najít podobnost i s předchozím druhem tiskových agentur, tedy těch, které jsou sice v soukromých rukou, ale majitelé mají vždy něco společného s masmediálním trhem. V dnešní době je ale tato forma vlastnictví vzácná, jako příklad lze uvést švýcarskou fotoagenturu Keystone press, kde drží většinový podíl dvě fyzické osoby.⁵⁶ Takovou zpravodajskou agenturou byla u nás i Česká tisková kancelář, kde byla majoritním vlastníkem otrokovická společnost Toma. Tato agentura ale skončila 02.12.1999 v konkursu a 11.9.2000 byla společnost zrušena a vymazána z obchodního rejstříku.

⁵³ Trunečková 1997, s. 36

⁵⁴ Trunečková 1997, s. 36-39

⁵⁵ Trunečková 1997, s. 40

⁵⁶ Trunečková 1997, s. 40

Státní tiskové agentury

Trunečková uvádí několik druhů pevných vazeb mezi státní tiskovou agenturou a státem:

- agentura je zpravidla přímo v zákoně (samostatném zákoně o tiskové agentuře) definována jako zpravodajský orgán státu
- zákonná norma určuje agentuře i zásady vztahů k jiným institucím
- rozpočet agentury je součástí státního rozpočtu
- ředitele agentury jmenuje i odvolává vláda
- vláda zpravidla schvaluje i vnitřní režim, schválení podléhá například statut agentury
- agentura plní úkoly oficiálního informačního orgánu vlády, což znamená, že ve vztahu k ostatním masmédiím působí jako zdroj oficiálních informací. Zde zákon zpravidla rigorózně vymezuje i zpravodajské povinnosti tiskové agentury, například při šíření oficiálních textů v plném znění. Zákon tak zpravidla zakládá podmínky i pro monopolní postavení agentury na zpravodajském trhu (exkluzivní postavení při získávání zahraničního zpravodajství a částečně i domácího, například již zmíněného oficiálního). Agentura pak v systému sdělovacích prostředků může plnit určitou regulativní roli.⁵⁷

Příklady těchto agentur jsou známy hlavně v minulosti, byly to právě často ty v zemích bývalého východního bloku, tehdy pod komunistickou nadvládou Sovětského svazu:

- TASS (SSSR)
- PAP (Polsko)
- MTI (Maďarsko)
- ČTK (Československo)
- ADR (Německá demokratická republika)
- Agerpres (Rumunsko)

⁵⁷ Trunečková 1997, s. 41-42

U nás lze také jako příklad uvést tiskovou agenturu Rakousko-uherského mocnářství, tehdy K.K. Telegraphen-korrespondenz-bureau, která byla založena na základě iniciativy státního úředníka a o jejímž zřízení podepsal v roce 1859 dekret sám císař František Josef I.⁵⁸ Donedávna měla charakter státní tiskové agentury Tlačová agentúra slovenskej republiky, ta ale v roce 2008 prošla transformací a stala se z ní veřejnoprávní instituce.

Veřejnoprávní tiskové agentury

Dle Trunečkové to této kategorie se zvláštním právním (veřejnoprávním) statutem bývají zařazovány takové instituce, které se v základních otázkách, tzn. ustavení, řízení a financování agentury vymykají výše popsaným standardním formám. Na zřízení agentury a financování jejího provozu se obvykle podílí i stát, který pak může kontrolovat provoz agentury (např. uplatnit vliv při výběru ředitele). Konkrétní podoba se ovšem liší podle konkrétních podmínek v dané zemi. Tato forma existence ovšem umožňuje poněkud zastřít vliv vládních orgánů na činnost agentury. Jakýkoliv náznak sepětí agentury se státní mocí diskredituje totiž pozici agentury jako nezávislého zdroje informací na zpravodajském trhu.

Příkladem těchto agentur jsou:

- AFP
- ČTK
- TASR

7. Česká tisková kancelář

Vzhledem k zaměření naší diplomové práce na získávání žurnalistických informací v krizových situacích s již úmyslným přihlédnutím k instituci České tiskové kanceláře bude nyní zpracována informace o jejím statutu. Mezi veřejnoprávními tiskovými agenturami má totiž zvláštní postavení. Je jen na úvaze každého, kdo si sesbírá veškeré dostupné informace, zda toto postavení dává agentuře oproti jiným jistou výhodu, či nevýhodu. Rozhodnout o tomto není cílem naší práce a ani se nebudeme snažit tuto situaci hodnotit.

⁵⁸ Trunečková 1997, s. 42

9. ČTK před rokem 1989

Před tzv. sametovou revolucí reprezentovala ČTK spolu s Československým rozhlasem a Československou televizí státní sdělovací prostředky Československé republiky. Ostatním tuzemským sdělovacím prostředkům za úplatu poskytovala operativní zpravodajské informace o dění na území státu a v zahraničí v podobě textového a obrazového (fotografického) servisu. Jako státní tisková agentura naplňovala všechny její znaky:

- byla zřízena zvláštním zákonem
- tento zákon definoval její základní pozici v mediálním systému, vztah ke státním orgánům a náplň činnosti
- kromě standardních zpravodajských úkolů figurovaly v zákoně navíc povinnosti typické pro oficiální informační orgán
- výkonná moc, zpravidla vláda, rozhodovala o nejdůležitějších z personálních otázek, obsazení funkce ředitele, tento ředitel byl vládě zodpovědný
- rozpočet agentury byl součástí státního rozpočtu⁵⁹

⁵⁹ Trunečková 2015, s. 13-14

10. ČTK nyní

ČTK je zřízena a funguje na základě zákona č. 517/1992 Sb., na jehož základě ztratila statut zpravodajského orgánu státu. V paragrafu 2, odstavci 1, 2, 3 jsou jasně definovány předměty činnosti a ČTK má být dle nich nestranným zprostředkovatelem informací.⁶⁰ Doslovné znění odstavců:

- posláním tiskové kanceláře je poskytovat objektivní a všestranné informace pro svobodné vytváření názorů
- tisková kancelář poskytuje službu veřejnosti šířením slovního a obrazového zpravodajství z České republiky a ze zahraničí
- stejnou službu poskytuje tisková kancelář i do zahraničí

ČTK nemusela být poprvé v historii zveřejňovat stanoviska státních a ústředních orgánů České republiky. Tisková agentura tedy nemá žádnou zpravodajskou povinnost vůči státním orgánům ani vůči ústavním činitelům.⁶¹

Hlasy o odtržení od státu v plném rozsahu se objevují v průběhu novodobé historie poměrně pravidelně. Vzpomeňme například Výroční zprávu o činnosti a hospodaření ČTK za rok 1993, kterou jako první zprávu o hospodaření a činnosti předkládala Rada ČTK a již v ní se zabývala otázkou, zda by si měla ČTK ponechat svůj veřejnoprávní status. Nakonec v této zprávě Rada ČTK seznala, že není momentálně jasné, zda by se ČTK měla stát družstvem či akciovou společností, proto bylo projednání tohoto rozhodnutí odloženo.⁶² Od té doby se ale fakticky nic nezměnilo, i když pro odtržení od státu hovoří i jiné aspekty. Například již od začátku novodobých dějin tiskové agentury byla snaha o ekonomickou soběstačnost. V roce 1995 byla ještě část nákladů na zahraniční zpravodajství pokryta ze státního rozpočtu (přesně 7%), již v roce 1996 ČTK hospodařila naprosto samostatně.⁶³

⁶⁰ Trunečková 2015, s. 72

⁶¹ Trunečková 2015, s. 75

⁶² Trunečková 2015, s. 122

⁶³ Trunečková 2015, s. 123-124

8. Závěr

Práce si kladla za cíl zjistit, jak získávají novináře informace pro výstavbu svých sdělení v krizových situacích. Bylo vyzkoumáno, že nejlepším zdrojem jsou buď rozhovory s přímými účastníky z řad integrovaného záchranného systému, nebo informace od tiskových agentur. Bakalářská práce popsala, jaké druhy tiskových agentur se ve světě vyskytují a jaké tedy budou optimální pro použití jako zdroj informací při krizových situacích.

9. Seznam použitých internetových zdrojů a literatury

11. Literatura

- BARTOŠEK, Jaroslav. *Úvod do studia žurnalistiky: studijní texty pro distanční studium*. 2. přeprac. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2001. ISBN 8024402351.
- TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Zákon o ČTK: transformace na půli cesty: vývoj vztahů mezi politickou a mediální sférou v 90. letech 20. století*. Vydání první. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2015. ISBN 978-80-246-3073-1
- TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Tiskové agentury*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1997. ISBN 80-7184-459-4
- KAPOUN, Pavel. *Média - obsahy, publika, účinky*. Vyd. 1. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2011. ISBN 978-80-7464-027-8
- ROZEHNAL, Aleš. *Mediální zákony: komentář*. Vyd. 1. Praha: ASPI, 2007. Komentáře nakladatelství ASPI. ISBN 978-80-7357-304-1
- ZELENÁ, Pavla a Vladimír POLÁCH. *Mediální teorie a praxe 2009-2011*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. Editoroom. ISBN 978-80-244-3271-7
- ŠIMEK, Dušan a Helena KUBÁTOVÁ. *Od abstraktu do závěrečné práce: jak psát (a možná i napsat) závěrečnou práci ve společenskovědních oborech*. 3. upr. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2002. ISBN 8024404354
- PROCHÁZKOVÁ, Dana. *Bezpečnost a krizové řízení*. Vyd. 1. Praha: Police History, 2006. ISBN 80-86477-35-5
- RICHTER, Rostislav. *Komunikace s obyvatelstvem při krizových situacích*. Vyd. 1. Praha: Ministerstvo vnitra, 2009. ISBN 978-80-86640-65-5
- BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister and Principal, 2001. ISBN 8085947676
- KORBEL, František, Martin PROKOP, Miloš TUHÁČEK a Pavel DOUCHA. *Právo na informace: zákon o svobodném přístupu k informacím : zákon o právu na informace o životním prostředí : komentář*.

2. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Linde, Právnické a ekonomické nakladatelství a knihkupectví, 2005. ISBN 807201532X

- FUREK, Adam a Lukáš ROTHANZL. *Zákon o svobodném přístupu k informacím: komentář*. Praha: Linde, 2010. ISBN 9788072017881

12. Internetové zdroje

- <http://mam.ihned.cz/media/c1-64259460-prima-spousti-novou-domenu-budunaprime-cz-pro-divacke-zpravy>