ZPRAVODAJSTVÍ V TIŠTĚNÝCH A ONLINE MÉDIÍCH

VÝBĚR RELEVANTNÍCH TÉMAT

PRÁCE SE ZDROJI

PRVKY ZVYŠUJÍCÍ ČTENOST

ZPRAVODAJSKÉ ŽÁNRY A JEJICH FORMY

ZPRAVODAJSKÉ ŽÁNRY V TIŠTĚNÝCH A ONLINE MÉDIÍCH

JAROSLAV ČUŘÍK

Masarykova univerzita

Masarykova univerzita
Fakulta sociálních studií

ZPRAVODAJSKÉ ŽÁNRY V TIŠTĚNÝCH A ONLINE MÉDIÍCH

Jaroslav Čuřík

Brno 2014

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tato publikace vznikla v rámci projektu OP VK s názvem
„Inovací bakalářských studijních programů k lepší zaměstnatelnosti “
s registračním číslem CZ.1.07/2.2.00/28.0238

Připravila:
Katedra mediálních studií a žurnalistiky
Fakulta sociálních studií, Masarykova univerzita
Joštova 10, 602 00 Brno

medzur.fss.muni.cz fss.muni.cz facebook.com/kmszfss

Text publikace (mimo obrazový materiál) podléhá licenci Creative Commons:
CC-BY-NC-ND 4.0, Uveďte autora – Neužívejte komerčně – Nezpracovávejte.
Licenční podmínky navštivte na adrese www.creativecommons.cz.

Plný text publikace včetně obrazového doprovodu v interaktivním formátu pdf a ve formátu pro čtečky najdete také na stránkách www.munimedia.cz/book.

Zpravodajské žánry v tištěných médiích
Mgr. Jaroslav Čuřík

Odborně posoudil: prof. PhDr. Andrej Tušer, CSc.

Návrh obálky, grafika a sazba: Petr Barták
Jazyková korektura: Jana Gajdošová
Vydala Masarykova univerzita v roce 2014
1. vydání
Náklad 200 výtisků
Tisk: KNOPP, Nové Město nad Metují, Černčice 24, 549 01

© 2014 Jaroslav Čuřík
© 2014 Masarykova univerzita
ISBN 978-80-210-7589-4
ISBN 978-80-210-7590-0 (online : pdf)
ISBN 978-80-210-7591-7 (online : ePub)

OBSAH

PŘEDMLUVA 5

1 ZPRAVODAJSTVÍ V TIŠTĚNÝCH A ONLINE MÉDIÍCH 7
1.1 Právní a etické aspekty zpravodajství 11
1.2 Požadavky na seriózní zpravodajství 12
1.3 Prolínání žánrů 15
1.4 Emoce ve zpravodajství 17
1.5 Jazyk zpravodajství 18
1.6 Odlišnost printového a online zpravodajství 23
Doporučená literatura 27

2 VÝBĚR RELEVANTNÍCH TÉMAT 29
2.1 Oblasti zpravodajství, rubriky 30
2.2 Posuzování relevance témat 31
Doporučená literatura 34

3 PRÁCE SE ZDROJI 35
3.1 Důvěryhodné a nedůvěryhodné zdroje 36
3.2 Způsob citace zdrojů 37
3.2.1 Přístup k autorizaci 39
3.3 „Klasické“ zdroje 40
3.3.1 Tiskové zprávy 42
3.3.2 Tiskové konference 43
3.4 Internet a sociální sítě 45
3.5 Mediální databáze 47
3.6 Agenturní zpravodajství 51
Doporučená literatura 58

4 PRVKY ZVYŠUJÍCÍ ČTENOST 59
4.1 Vizuální prvky 59
4.1.1 Video a audio 59
4.1.2 Infografika, datová žurnalistika 60
4.1.3 Fotografie 61
4.2 Práce s titulky 63
4.3 Zahájení zpráv 64
Doporučená literatura 68

5 ZPRAVODAJSKÉ ŽÁNRY A JEJICH FORMY ... 69
5.1 Formální náležitosti zpravodajských textů ... 69
5.1.1 Titulek ... 69
5.1.2 Domicil ... 70
5.1.3 Značka (zkratka) autora, podpis autora ... 71
5.1.4 Perex ... 72
5.1.5 Lead ... 73
5.1.6 Background ... 73
5.2 Krátká zpráva ... 73
5.3 Zpráva ... 76
5.4 Agenturní zpráva ... 81
5.5 Zpráva z tiskové konference ... 84
5.6 News feature ... 86
5.7 Zpravodajská reportáž ... 90
5.8 Zpravodajská anketa ... 96
5.9 Zpravodajský rozhovor ... 97
5.10 Zpravodajské žánry specifické pro online média ... 102
5.10.1 Online rozhovor ... 103
5.10.2 Online reportáž ... 103
Doporučená literatura ... 105

ABSTRAKT ... 106

ABSTRACT ... 107

LITERATURA ... 108
Internetové zdroje ... 109
Výzkumné rozhovory ... 111
Tiskové zprávy, svodky ... 112
Redakční příručky ... 112

REJSTŘÍK ... 113

PŘÍLOHY ... 116
Příloha č. 1: Práce s vizuálními prvky v tisku ... 116
Příloha č. 2: Využití videa v online zpravodajství ... 126
Příloha č. 3: Využití audia v online zpravodajství ... 129
Příloha č. 4: Ukázky Infografiky ... 132
Příloha č. 5: Příklady problematických titulků ... 137
Příloha č. 6: Ukázky žánru anketa ... 140
Příloha č. 7: Ukázky žánru online rozhovor ... 144
Příloha č. 8: Ukázky žánru online reportáž ... 147
Příloha č. 9: Cvičení – psaní krátké zprávy ... 150
Příloha č. 10: Test znalostí ze zpravodajství ... 153

PŘEDMLUVA

Stejně jako v každé profesi i v žurnalistice platí pravidla, která umožňují různým pracovníkům v různých organizacích odvádět srovnatelnou práci na srovnatelné úrovni a která také práci a učení se této práci usnadňují.

Při dodržování těchto pravidel v žurnalistice vznikají takzvané mediální rutiny, zažité výrobní postupy, které v každé mediální organizaci ovlivňují konečný produkt, vedou k jeho ekonomicky přijatelné výrobě. (srov. Jirák – Köpplová 2007: 75–78). Rutiny usnadňují a také urychlují žurnalistické zpracování nečekaných i plánovaných událostí a témat. Týkají se vyhledávání témat, práce s informacemi a zdroji i konečné úpravy materiálů. (Trampota 2006: 57).

Různé akademické výzkumy a teoretická díla týkající se žurnalistiky nastavují či mění pravidla používaná v praxi jen velmi málo. Vliv je spíše opačný – akademická sféra reaguje a zaznamenává, co se děje v praxi.

I tato publikace do jisté míry zaznamenává, ale také se pokouší teoretické, výzkumné i praktické poznatky skloubit.

Vychází přitom ze tří pilířů:

1. Z vybrané aktuální odborné žurnalistické a mediální literatury české, slovenské i jiné zahraniční. Zde uváděné informace také podrobněji rozvádějí některá témata z publikace *Nové trendy v médiích I: online a tištěná média* (Čuřík a kol 2012).
2. Z výzkumných rozhovorů se šéfredaktory, editory a redaktory významných českých a slovenských deníků[1] (MF Dnes, Hospodářské noviny, SME, Hospodárske noviny) a z vybraných interních redakčních příruček pro tvorbu žurnalistických materiálů (MF Dnes, Brněnský deník Rovnost, Hospodárske noviny[2]).
3. Z dlouholeté vlastní redaktorské a editorské (a z jihomoravských Deníků i šéfredaktorské) zkušenosti autora zejména z MF Dnes, jihomoravských Deníků Rovnost a také z jeho pedagogické činnosti, v tomto případě zejména vedení povinných žurnalistických praxí studentů Katedry mediálních studií FSS MU v Brně (užitečné v tomto případě byly a jsou obzvláště pracovní návštěvy a konzultace přímo v redakcích mnoha médií a semináře, na nichž si studenti

1 MF Dnes a její slovenský protějšek SME jsou ve výběru, protože mají z dlouhodobého hlediska z celostátních deníků považovaných za seriózní nejvyšší čtenost a prodaný náklad. České a slovenské Hospodářské noviny jsou zase v kritériích serióznosti stavěny v obou zemích nejvýše a české regionální Deníky jsou specifické tím, že vycházejí prakticky ve všech bývalých českých okresech a v součtu všech regionálních vydání bojují o vedoucí postavení s MF Dnes – protějšek na Slovensku nemají.

2 V případě MF Dnes jde o dříve používanou příručku, která nebyla dosud nahrazena jinými psanými pravidly. České Hospodářské noviny svá nová ucelená pravidla dosud zpracovávají, nemohla tedy být v této publikaci využita. Slovenský deník SME svou redakční příručku má, ale považuje ji za svůj ryze interní materiál, využití v publikaci redakce neumožnila.

vyměňují zkušenosti ze své povinné tříměsíční praxe v redakcích). Některé části textu mají svůj prapůvod také v různých příručkách a redakčních manuálech, které autor v minulosti zpracoval se svými kolegy ať už v redakcích nebo při své práci na katedře.

Předkládaný text se zabývá seriózní žurnalistikou (nikoliv bulvárem) a zpravodajstvím (nikoliv publicistikou). Zaměřuje se tedy na oblast žurnalistiky, která je různými pravidly svázána nejvíce.

Publikace nabízí tu nejširší, maximalistickou, verzi různých pravidel, která (jak už bylo naznačeno výše) vycházejí ze současné praxe především v českých, ale i slovenských seriózních tištěných nebo online médiích, z odborné žurnalistické literatury a také z dlouholetých žurnalistických zkušeností autora v několika redakcích.

Profesní pravidla se mohou v praxi jednotlivých redakcí lišit a také se skutečně liší – někde kladou větší důraz na to, jinde na ono, jinak to je v konkrétní redakci dnes a jinak to bude například za měsíc, kdy se možná změní její personální obsazení.

Neexistuje žádná všeobecně platná ostrá hranice, která by jasně odlišovala, co je v pořádku a co už je naprosto nepřípustné – spíše jde o jakési pásmo přípustnosti s neostrou přechodovou zónou k nepřijatelnosti.

S různými pravidly se v praxi každý žurnalista určitě setká – více se jimi bude nucen pravděpodobně zabývat v kvalitním seriózním médiu, méně nebo vůbec v médiu nepříliš kvalitním či přímo špatném.

Podstatné zejména pro začínajícího novináře pak je uvědomit si a se znalostí věci kriticky posuzovat, že ne vše, co v praktickém chodu redakcí novináři dělají, je z profesního hlediska opravdu dobré a kvalitní.

Publikace *Zpravodajské žánry v tištěných a online médiích* může zájemcům o žurnalistiku, ať už (především začínajícím) novinářům z praxe nebo studentům žurnalistiky či laikům, sloužit jako základní přehled o vybraných zpravodajských žánrech a jejich formách používaných v moderní seriózní tištěné a online žurnalistice.[3]

V *Přílohách* na konci publikace i přímo v jednotlivých kapitolách je k dispozici bohatý obrazový i textový doprovod například s ukázkami popisovaných žánrů či vizuálních prvků z vybraných (výše uvedených) českých a slovenských médií. Některé ukázky jsou opatřeny komentáři autora této publikace. Zájemci najdou v *Přílohách* také *Cvičení – psaní krátké zprávy* a *Test znalostí ze zpravodajství.*

3 Publikace se věnuje obecnému zpravodajství v seriózních, zejména nespecializovaných médiích (a jejich sesterských zpravodajských serverech) typu MF Dnes, regionální Deníky, SME a také české a slovenské Hospodářské noviny. Rozsah publikace nedovoluje věnovat se hlouběji specializovaným typům žurnalistiky – například investigativní žurnalistice či odvětvovému zpravodajství (ekonomickému, zahraničnímu, krimizpravodajství a zpravodajství v dalších tematických oblastech, na něž se novináři v redakcích zaměřují).

1 ZPRAVODAJSTVÍ V TIŠTĚNÝCH A ONLINE MÉDIÍCH

Zpravodajství je jedna ze základních novinářských činností. Zároveň je to ale také produkt této činnosti.

Zpravodajství nemá na rozdíl od publicistiky[4] obsahovat názor autora/žurnalisty, má pouze tlumočit fakta. Novináři je vyhledávají, shromažďují, třídí, vybírají, do určité míry interpretují a zveřejňují v médiích. Zpravodajství přitom vychází z několika na sobě nezávislých zdrojů – mimo jednoznačná oznámení a krátké zprávy.

Při zpracovávání informací do podoby žurnalistických produktů využívají média publicistický jazykový styl, který v sobě zahrnuje nejen styl publicistiky, ale i styl zpravodajství, jenž je předmětem této publikace.

Při žurnalistické tvorbě je důležité uvědomovat si, že média se neobracejí na jednotlivce, ale na publikum. Každé médium tedy má svou cílovou skupinu lidí, kteří mohou mít různé vzdělání, zaměstnání, věk a podobně. Média pak své cílové skupině přizpůsobují uveřejňované materiály. Vzhledem ke své cílové skupině vybírají nejen relevantní obsah, ale přizpůsobují jí také styl tvorby svých materiálů.

Má-li tedy médium ve své cílové skupině, zjednodušeně řečeno, část lidí s vysokoškolským vzděláním, ale také část se základním vzděláním, musí svůj styl přizpůsobit „nejnižšímu společnému jmenovateli“, tedy lidem se základním vzděláním. Novináři v každém médiu prostě musí své články psát (hovoříme-li o psané žurnalistice; ovšem princip je stejný pro jakoukoliv formu žurnalistiky) tak, aby jim rozuměl každý člen cílové skupiny. Oblíbené žurnalistické rčení zní: *Piš tak, aby tomu rozuměla i babička z Kopanic.*

Zpravodajství, stejně jako celá žurnalistika se ovšem mění, v minulosti bylo jiné než je dnes. Obrovský vliv na tuto proměnu má zejména ekonomika mediálních organizací a v nemenší míře vývoj technologií, zejména internet a vše, co s ním souvisí. Někdy se v této souvislosti mluví o soumraku žurnalismu.

4 Termín publicistika označuje žurnalistickou tvorbu obecně, ale i část žurnalistické produkce. Je to činnost spojená se stanoviskem, objasněním události, myšlenky a podobně. Publicistika tedy na rozdíl od zpravodajství obsahuje nejen informace, ale rovněž názor, hodnocení, využívá subjektivní přístup.

Například šéfredaktor slovenského deníku SME Matúš Kostolný však na rozdíl od mnohých jiných nehovoří o soumraku, ale o zlaté éře:

> *„Žurnalistika je rychlejší, asi zkratkovitější, ale jsem přesvědčen, že kvalitnější, než před [...] patnácti lety. Ale přiznávám, [...] vymizely žánry[5], které kdysi v novinách byly. [...] Změnilo se to, ale nemám pocit, že by média přežívala. Souhlasím s tezí, že žurnalistika prožívá zlatou éru, protože má největší možnost vyprávět příběh, jaká kdy v historii existovala. Příběh lze předat pohyblivými obrázky, mluveným slovem, psaným textem i fotografiemi. A když jste šikovný a schopný to udělat, máte mnohem větší možnosti než v minulosti." (Kostolný 2013)*

Šéfredaktor speciálních projektů, B2B a sdíleného obsahu vydavatelství Economia (vydává mimo jiné deník Hospodářské noviny a zpravodajské servery Ihned.cz a Aktuálně.cz) Petr Orálek upozornil, že při nastavování a dodržování novinářských standardů (i podle jejich dodržování lze usuzovat, zda je dnešek soumrakem či zlatou érou žurnalistiky) záleží zejména na konkrétních lidech:

> *„Máme nějaké základní manuály, ale to je samozřejmě spíše pro lidi, kteří sem přijdou, ne že by každý den člověk vytáhl příručku a porovnal si to s článkem, jestli je to dobře napsané. Máme jen nějaká základní pravidla, podobná jako v jiných vydavatelstvích – jak psát, jak vypadá skládaná zpráva. A jak říkám, je to spíše jen když přijdou studenti nebo někdo nový, aby pochopil standardy Economie." (Orálek 2014)*

Obecně lze říci, že nejvíce je novinářskými pravidly svázáno právě zpravodajství. Čím více se žurnalistický materiál blíží publicistice, tím je pravidly svázán méně. Nejméně jsou pravidly svázány novinářské materiály blížící se beletrii.

A jak už bylo naznačeno v úvodu publikace, více jsou pravidly svázány také žurnalistické materiály v médiích, která si zakládají na své kvalitě a serióznosti. Mnohem méně (či vůbec ne) platí nějaká pravidla v médiích, kde kvalitu neřeší, a v bulvárních médiích.

Dodržování profesních pravidel napomáhá jejich jednoznačná písemná forma (různé manuály a směrnice). V médiích, v nichž jde jen o ústně předávaný úzus, se profesní pravidla dodržují obvykle méně a ústním podáním bývají zkreslena (ať už v čase nebo tím, že každý novinář si je vykládá jinak).

Při dodržování pravidel záleží i na konkrétním personálním obsazení redakcí. Pokud se personál mění častěji nebo jde o změnu týkající se více pracovníků, je předpoklad, že po takové změně budou pravidla dodržována mnohem méně než před ní.

Na druhé straně si novináři (včetně šéfredaktorů či editorů) přecházející do jiného média odnášejí spoustu pravidel a návyků s sebou, zvláště na malém českém či

5 Kostolný zmiňuje ústup reportáže a téměř vymizení fejetonu, který byl podle něj nahrazen sloupkem nebo spíše glosou.

slovenském mediálním trhu jsou pak pravidla v mnoha médiích velmi podobná či stejná. Je to z velké části samozřejmě i tím, že jde o pravidla z hlediska profese logická, vycházející mnohdy z dlouholeté redakční praxe.

Pravidla se mění také v závislosti na organizačních změnách, vývoji techniky a technologií nebo například v závislosti na změnách týkajících se jazyka (například úprava pravopisných norem apod.)[6]

Zásadnější změny profesních pravidel jsou spíše pomalé než rychlé. Srovnáme-li žurnalistické texty z doby před dvaceti lety a z dneška, budou se sice lišit, ale jejich základ bude podobný. Žurnalistický text z doby před sto lety se už ovšem od dnešního bude lišit podstatně.

Pokusíme-li se na profesní pravidla podívat s nadsázkou, můžeme ta zcela základní formulovat například takto (jako „pravidla o pravidlech“):

1. **Vždy existuje nějaké pravidlo.**
2. **Všechna pravidla je třeba se nejen naučit, ale také je dodržovat.**
3. **Až se všechna pravidla naučíme a budeme je umět dodržovat, můžeme je někdy se znalostí věci a odůvodněně modifikovat či porušovat.**

Důležité je přitom nepřeskočit pravidlo číslo 2 – nakonec vždyť porušování pravidel, která ani neznáme a nikdy jsme je nedodržovali, by nám ani nepůsobilo žádnou radost. Tu nám může způsobit jen porušování pravidel, která známe...

Takové porušování si ale může dovolit (bez toho, že to negativně ovlivní kvalitu výsledného žurnalistického textu) až zkušený žurnalista, mistr své profese – protože ví, co dělá a proč to dělá. U nezkušeného žurnalisty bude výsledek pravděpodobně velmi tristní.

Je to podobné jako v jiných profesích – například zkušený řidič si může dovolit jezdit jiným způsobem než řidič začátečník. Ale ani zkušený řidič by neměl riskovat, i on může havarovat. Stejně tak i zkušený žurnalista může napsat špatný článek. Hrozí to však mnohem méně než u toho začínajícího.

Potíž mnohdy je, že značná část redakčních pracovníků, zejména začínajících (a často přicházejících z úplně jiných profesí, jež nemají se žurnalistikou nic společného), žádná pravidla nedodržuje (někteří bohužel ani neumějí pořádně jazyk, v němž tvoří), a pokud nastupují do redakcí méně kvalitních či vyloženě nekvalitních médií, nikdo jim ani žádná profesní pravidla nesdělí, protože je nezná...

6 Nepominutelný a velmi výrazný je jistě i vliv celospolečenských změn (například média a jejich obsahy před rokem 1989 a po roce 1989 v České republice a na Slovensku vypadají úplně jinak). To už je ale oblast, kterou se tato publikace nezabývá.

Mimo výše uvedená „pravidla o pravidlech“ je dobré být si při vlastní tvorbě vědom dalších užitečných receptů. Co například dělat, když se při tvorbě textu novinář „zasekne“, neví jak dál, chybí mu výraz, neví, jak navázat další text, a navíc je třeba i v časovém stresu?

V tom případě přijde na řadu velmi užitečné pravidlo osvědčené praxí:
Když nevíš, vymaž!

Opravdu to funguje. V mnoha případech skutečně stačí vymazat slovo, více slov nebo větu a článku to v naprosté většině případů vůbec neuškodí (někdy mu to dokonce dost pomůže).

Jiné pravidlo bychom mohli s nadsázkou nazvat **Pravidlem šéfa** a je je jím odpověď na otázku: **Kdo je nejvyšším šéfem novináře, kdo rozhoduje o tom, co má nebo nemá novinář psát?**

Není to šéfredaktor ani vydavatel. Odpověď zní: **Nejvyšším šéfem novináře je čtenář. Jeho zájem rozhoduje, zda má cenu, aby redaktor začal článek vůbec psát.**

Poslední z těchto základních, byť s nadázkou pojatých pravidel se týká sběru informací a zní: **Méně je někdy více.**

Ano, někdy je z praktického hlediska lepší, když toho novinář ví o popisované problematice málo. Ovšem pozor, nejde o naprosté diletantství. Novinář (a zvláště ne ten, který píše zpravodajství) jenom není vědec, který musí téma prostudovat do hloubky a pak o něm napsat článek do odborného vědeckého časopisu nebo dokonce celou monografii. Novinář musí v určitém krátkém čase napsat článek o nějakém problému, o kterém toho třeba skutečně ani moc neví.

Novinařina je z podstaty věci povrchní – nemá prostor ani čas věnovat se problémům do hloubky. Novinář v každém případě musí problém do určité míry prostudovat (jedním ze základů dobrého článku je důkladná rešerše), získat o něm informace z několika na sobě nezávislých zdrojů (které mu například úzce specializovaný problém vysvětlí), ale v určitém okamžiku před uzávěrkou si musí říct: Dost!

Pokud by si to neřekl, článek by prostě nevyšel... A další souvislost – čím více novinář o problematice, o níž píše, ví, tím hůře se mu většinou článek píše, tím hůře se mu vybírají fakta, která v textu použije...

1.1 Právní a etické aspekty zpravodajství

Zpravodajství, stejně jako celá žurnalistika, se pohybuje ve společenském rámci ohraničeném právem a etikou. Právní regulace žurnalistiky je českém či slovenském prostředí v zásadě jednoduchá – obecně je akceptován standard svobody projevu.[7]

> *„Není obvyklé dosáhnout limitů, které právo klade na výkon novinářské profese. Drtivá většina sdělovaného obsahu, stejně jako drtivá většina novinářské práce se zcela bez problémů pohybuje v právně vymezeném rámci. Nemají žádnou tendenci ohrozit tyto limity a být předmětem právního sporu. Proto lze konstatovat, že pro zvládnutí novinářské práce v praxi, a to v právních mezích, plně postačí chovat se obezřetně a slušně. To je celé. Jakákoli omezení, kterých se lze dotknout, totiž přicházejí v úvahu až po porušení těchto mezí slušnosti a standardu obvyklého v jakékoli mezilidské komunikaci." (Čuřík a kol. 2012: 185)*

Základním zákonem[8] regulujícím práci žurnalistů je tiskový zákon – *Zákon č. 46/2000 Sb. o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon)*.[9] Tiskový zákon upravuje povinnosti týkající se tisku. Pokud jde o internetová media, jejich opravdu ucelená regulace zatím není k dispozici.

Důležitý je také takzvaný Náhubkový zákon, novelizace trestního řádu z roku 2009[10], která zakazuje zveřejňovat některé údaje. Jeho hlavním cílem je ochrana obětí před nežádoucí medializací, původně zakazoval také zveřejňování odposlechů.

V roce 2011 ale senátoři schválili změnu, díky níž nyní lze zveřejňovat informace z odposlechů, pokud to bude ve veřejném zájmu (například v případě odposlechů týkajících se korupce politiků nebo úředníků; pozor, norma upravuje pouze odposlechy nařízené podle ustanovení trestního řádu, netýká se odposlechů uskutečňovaných podle jiných předpisů nebo odposlechů pořizovaných nezákonně).

7 Jde o standard žurnalistiky uznávaný v prostředí západní civilizace a novináři jsou na něj velmi citliví. Viz například odchod některých významných žurnalistů z českého vydavatelství Mafra (mj. MF Dnes, Lidové noviny) z obavy o nezávislost poté, co firmu v roce 2013 koupil miliardář a politik Andrej Babiš, nebo protest redaktorů slovenského deníku SME proti případné účasti finanční skupiny Penta na koupi podílu ve společnosti Petit Press, jež tento deník vydává. Penta je podle otevřeného dopisu, který redakce zveřejnila na svém webu, přímou součástí slovenské politiky, symbolem korupce a redaktoři se obávají, že by deník zneužívala ve svůj prospěch. Viz Sme.sk. Ekonomika. Redaktori SME: Nedáme sa opentať [cit. 2014-10-12].
Dostupné na internetu: <http://ekonomika.sme.sk/c/7431543/redaktori-sme-nedame-sa-opentat.html>.

8 Pokud jde o různé zákony, etické normy, internetové zdroje žurnalistů, jazyková pravidla a podobně, pak, co se týče konkrétních odkazů, uvádíme v celé publikaci české zdroje a informace. Slovenský kontext je zde pojímán spíše obecněji.

9 Viz Portál veřejné správy. Informace pro občany České republiky. 46/2000 Sb. o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon) [cit. 2014-10-05].
Dostupné na internetu:
<http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?page=0&idBiblio=49066&fulltext=tiskov~C3~BD~20z~C3~A1kon&nr=&part=&name=&rpp=15#local-content>.

10 Zákon 52/2009 Sb., kterým se mění zákon č. 141/1961 Sb., o trestním řízení soudním (trestní řád), ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony. Viz Portál veřejné správy. Informace pro občany České republiky. 52/2009 Sb., kterým se mění zákon č. 141/1961 Sb., o trestním řízení soudním (trestní řád), ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu:
<http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=68104&fulltext=&nr=52~2F2009&part=&name=&rpp=15#local-content>.

Právní regulaci žurnalistiky doplňuje samoregulace novinářské praxe na základě etických kodexů. Jde o pravidla (obvykle stanoví v zásadě to, že novinář nesmí přijímat úplatky a překrucovat informace), jejichž dodržování není právně vymahatelné, ale dobrovolné (například Etický kodex novináře[11] je závazný pro členy Syndikátu novinářů České republiky, právně vymahatelný však není; navíc většina aktivních novinářů není členem syndikátu).

V případě kodexů vytvářených vydavateli[12] je vymahatelnost větší, tyto kodexy mají kvaziprávní povahu, jejich porušení znamená porušení pravidel stanovených zaměstnavatelem. Zaměstnavatel/vydavatel se tak sice nezbavuje své odpovědnosti, ale při porušení takového kodexu může vyvodit odpovědnost vůči svému zaměstnanci/novináři. (srov. Čuřík a kol. 2012: 197)

Bližší rozbor právní a etické regulace žurnalistiky není předmětem této publikace věnující se zejména žánrům. Mediálním právem se podrobně zabývá například publikace Aleše Rozehnala *Mediální právo* (2007) nebo stejnojmenná publikace Jiřího Kroupy a kolektivu autorů (2009).

1.2 Požadavky na seriózní zpravodajství

Moderní seriózní zpravodajství dnes už pouze nesděluje základní informace o tom, co se stalo, ale události, fenomény nebo trendy zasazuje do souvislostí, interpretuje (což není totéž, co komentuje!) a také analyzuje. Vše na základě ověřených věrohodných informací, bez vkládání vlastních názorů a nepodložených spekulací autora.

Kvalitní zpravodajství obsahuje také pozadí události, kontext (background). Autor totiž nemůže počítat s tím, že čtenáři jsou s popisovaným tématem seznámeni.

Podle hlavního editora Hospodářských novin Vladimíra Dubského, který má za sebou také zkušenosti z Lidových novin[13], je současné zpravodajství jiné, než tomu bylo před lety.

> *„Dřív bylo v novinách hodně denního dění, tedy to, co se stalo včera, respektive v horším případě co kdo včera řekl. To se postupně mění v to, co se chystá dopředu nebo co vyplývá z toho, co se včera stalo [...]. Ale hlavně se píše o tom, co se děje a není to na první pohled vidět, ale je to důležité, což je jediná možná záchrana nebo prodloužení života papíru, ať už samotného nebo v nějaké integraci. Když jsem přestupoval z Lidových do Hospodářských novin, po pár týdnech jsem měl pocit, že hlavní rozdíl je v tom, že v Lidových novinách se hodně psalo o tom, co kdo řekl a tady se píše o tom, co se*

11 Viz Syndikát novinářů ČR. Etika. Kodex [cit. 2014-10-05].
Dostupné na internetu: <http://www.syndikat-novinaru.cz/etika/kodex/>.

12 Viz například Etický kodex novinářů mediální skupiny MAFRA (Blog iDnes.cz. Etický kodex novinářů mediální skupiny MAFRA [cit. 2014-10-05].
Dostupné na internetu: <http://redakcni.blog.idnes.cz/c/346756/Eticky-kodex-redakci-iDNEScz-a-MF-DNES.html>.

13 Dubský pracuje v médiích 17 let, hlavním editorem Hospodářských novin je pět let, zhruba stejnou dobu pracoval v obdobné funkci v Lidových novinách.

děje. [...] Uvědomil jsem si, že to je zároveň obecný trend, že nástupem internetu není možné noviny stavět jenom na tom, co se včera stalo." (Dubský 2014)

Podobný přístup preferují rovněž ve slovenských Hospodárskych novinách. V jejich aktuální interní příručce P*rincípy vytvárania obsahu pre HN a tituly Ecopressu* se například píše o tom, co musí obsahovat aktuální zpravodajství:

- *„Vlastní interpretaci faktů (co to znamená, jaké to má důsledky, co z toho vyplývá...).*
- *Nápad, jak informaci posunout – aby v ní čtenář našel více než v agenturní informaci na webu.*
- *Kritiku (při konfrontačních zprávách – kdo má pravdu, kdo uvádí zavádějící informace).*
- *Pointu pro čtenáře (proč o tom píšeme, jaké to má dopady na čtenáře HN, proč ho to má zajímat)."*

Přes všechny změny v žurnalistice stále platí, že opravdu seriózní zpravodajství by mělo být vyvážené a objektivní, nemělo by nikomu stranit.

Nestrannost ovšem lze těžko aplikovat například na investigativní zprávy, zprávy, které jsou na něčí straně z důvodu veřejného zájmu (například kvůli ochraně menšin nebo v případě zpráv o činnosti různých hnutí, jež ohrožují základní lidské svobody).

Zcela jiná pravidla než v klasickém zpravodajství pak platí v takzvané angažované žurnalistice, která je s principem nestrannosti v přímém rozporu. Angažovaná žurnalistika se naopak zasazuje za řešení nějakého problému, jejím cílem je aktivně zasahovat do dění. (srov. Reifová a kol. 2004: 164)

Nestrannost bývá potlačena také u událostí s velmi silným emotivním nábojem (což může být například teroristický útok, ale také třeba utkání v hokeji na mistrovství světa; sportovní zpravodajství vůbec je s nestranností mnohdy na štíru).

Skutečné objektivity ovšem stejně nelze dosáhnout, ovlivňuje ji například už osoba autora – i když nebude ve zpravodajství prezentovat své názory, musí vybrat téma i fakta, která ve zpravodajském materiálu uvede.

Například Bednář (2011) píše, že objektivní a vyvážené zpravodajství je nedostižným etalonem novinářské práce, protože by bylo nudné, publikum by nebavilo. V ideálním případě by to podle něho znamenalo, že:

- *„Publikum dostane objektivní informace o událostech, které jsou pro něj důležité.*
- *Tyto informace budou obsahovat všechny relevantní názory a rovnoprávná vyjádření všech stran.*
- *Tyto informace nebudou obsahovat názor samotných novinářů, případně médií.*
- *Informace budou podány neutrálními jazykovými prostředky.*

› *Informace budou očištěny od jakýchkoliv snah o manipulaci s názorem publika.“ (Bednář 2011: 22)*

Určité „praktické“ objektivity a vyváženosti lze ale dosáhnout právě při dodržování profesních pravidel, kritérií objektivity a vyváženosti. (srov. Čuřík a kol. 2012: 37–38)

K těm základním patří, že informace použité v článku lze ověřit a že jsou ověřené z více na sobě nezávislých zdrojů (za základ se považují dva, lépe tři zdroje). V praxi je však vždy třeba uvažovat, co má smysl ověřovat a co nemá. Pokud půjde například o informaci, že zítra bude v místním divadle premiéra muzikálu, a novinářům to sdělil ředitel divadla, nemá smysl hledat další zdroje, které informaci potvrdí.

K dalším kritériím objektivity a vyváženosti se řadí citace – článek by tedy měl obsahovat přímou řeč konkrétního člověka (případně lze citovat z konkrétního dokumentu). Nejmenované zdroje důvěryhodnost, vyváženost a objektivitu článku snižují.[14]

V článku by měly být citace několika různých a na sobě nezávislých zdrojů, zastánců opačných názorů. Prostor k vyjádření by měly dostat všechny relevantní strany konfliktu. Článek by tedy měl být vícezdrojový.

Vyvážený zpravodajský text také nemůže obsahovat autorské komentáře a hodnocení, a naopak musí obsahovat všechna dostupná (tedy ta, která se autorovi podařilo zjistit) relevantní fakta a stanoviska. Autor nemůže čtenáři informace zamlčovat (přesto musí vybírat ty, které použije).

Vždy je třeba posoudit a zvážit, zda je nutné kritéria objektivity a vyváženosti použít na jednotlivé materiály, anebo až na celé vydání (či například stránku v novinách, kde může být několik jednostranných nevyvážených článků, kupříkladu rozhovorů; jednostranné články posuzované dohromady pak mohou být ve svém celku vyvážené).

Úskalím mohou být při tvorbě zpravodajství také mediální stereotypy, tedy neplatná zjednodušená tvrzení, která deformují skutečnost.

> *„Stereotypy samy jsou nevyhnutelnou součástí sociální konstrukce skutečnosti a nejsou svou podstatou zavrženíhodné (pomáhají např. orientaci ve světě, mohou mezigeneračně přenášet některé typy poznání). Jsou ovšem také zdrojem utváření předsudků a odsudků a hlavně reprezentují mocenské vztahy, napětí a konflikty, které jsou za nimi skryty (v českém prostředí např. o „nepřizpůsobivých“ Romech, „neotesaných“ Rusech, „přihlouplých“ blondýnách, „nudných“ účetních, „omezených“ učitelkách).“ (Jirák – Köpplová 2009: 299)*

14 Zvýšit důvěryhodnost nejmenovaných zdrojů lze ale tím, že je autor v textu alespoň nějak přiblíží, například vysvětlí, proč není zdroj jmenovaný a proč je kompetentní.

Kvalitní zpravodajství může vzniknout jedině tak, že k němu autor/novinář přistupuje seriózně už od začátku, od přípravy tématu.

Novinář si tedy musí nejprve téma ujasnit, musí přesně vědět, o čem má článek být. Teprve pak může shromáždit, vybrat a poskládat všechny relevantní informace a vymyslet kompozici.

Základem při stavbě článku je vždy úvod (lead) a titulek. Vše, co je podstatné, aktuální, nové, objevné či zajímavé, je třeba uvést a zdůraznit hned na začátku, nesmí to být skryté až uvnitř článku. Jde o klasickou stavbu zpravodajství jako obrácené pyramidy – to nejdůležitější na začátku, pak se významnost informací snižuje, na konci mají být ty nejméně podstatné.

Začátek textu by tedy měl podle této koncepce nejprve odpovídat na zpravodajskou otázku **co**, protože to je nejpodstatnější. Není nejdůležitější, **kdy** a **kde** se událost stala a **koho** se týká, ale **co** se vlastně stalo.

Zahájení článku (stejně jako titulek) přitom musí být přitažlivé, jinak si text málokdo přečte. Proto se v dnešním zpravodajství velmi často předřazuje odpovědi na otázku **co** úvodní jednovětý či několikavětý minipříběh (i ten je ovšem součástí zpravodajství, musí tedy být skutečný, nesmí to být fabulace autora).[15]

Kromě odpovědi na otázku **co** musí zpráva obsahovat odpovědi i na další základní zpravodajské otázky (**kdo, kde, kdy, jak, proč**).

Autor moderního zpravodajství by se však měl vyvarovat stereotypního psaní a nepoužívat osvědčenou, v podstatě neměnnou šablonu, naopak by měl článku vtisknout vlastní styl. Na druhé straně je fakt, že v některých případech se lze stereotypnímu psaní jen těžko vyhnout.

> *„Pro zpravodajské texty je příznačná ustálenost a modelovost přispívající k rychlosti a pohotovosti v komunikaci. Některé útvary zpravodajské stylové sféry, například opakující se krátké zprávy o počasí, o dopravní situaci, jsou natolik stabilizované, že nejen syntaktické schéma, ale i výstavba textu, zvláště koheze, zůstávají stejné a mění se jen fakta. (Minářová 2011: 244)*

1.3 Prolínání žánrů

Novináři dodržují při tvorbě zpravodajských i publicistických materiálů určitou formu, žánr. Žánry ovšem nejsou neměnné a v různých médiích jsou různě modifikovány, materiály v dnešních médiích jen málokdy splňují všechna kritéria jednotlivých

15 Někdy se na úvod dává také to nejzajímavější.

žánrů. V jednom materiálu se jich mnohdy prolíná více[16]. Typický je například dále popisovaný žánr news feature, v němž se prolíná zpráva a feature (tedy do jisté míry také zpravodajství a publicistika).

Přestože se názory různých autorů liší, v českém prostředí řadíme news feature do zpravodajství, nikoliv do publicistiky. Zpravodajská složka ovšem musí v konečném materiálu převažovat.

Obecně je z pohledu žánrů nejpodstatnější právě to, zda výsledný text patří do publicistiky, anebo do zpravodajství (tedy zda obsahuje i názor, hodnocení a využívá subjektivní přístup jako publicistika, nebo pracuje pouze s fakty jako zpravodajství). V kvalitním médiu musí být zpravodajství a publicistika jasně rozlišeno, čtenář musí mít vždy jasno.

Pokud čtenář jasno nemá, není schopen žánr rozeznat, zařadit, může článek špatně vyhodnotit, být z toho zmatený, nebo dokonce může vyvodit jiné důsledky, než by měl. *„Vnímá-li něco jako reportáž coby očité svědectví, viděné tzv. na vlastní oči a není schopen odlišit fikci od reality, je maten a může i odlišně jednat, než kdyby tušil, že vidí komponovaný neautentický druh/formát." (Osvaldová – Tejkalová 2009: 110)*

Žánr je tedy především dohoda se čtenářem. A čtenář by měl rozeznat, zda jde o zpravodajství či publicistiku minimálně podle způsobu, jakým je text napsaný, podle jeho grafického zpracování a podle jeho umístění a označení v médiu.

Na základě toho pak může čtenář očekávat buď především fakta (ve zpravodajství), nebo pohled a názor autora materiálu (v publicistice) – postavený ovšem také na nějakých základních faktech. Pokud fakta chybí, nepohybujeme se už v oblasti žurnalistiky, ale fikce (například beletristické fikce).

Pro čtenáře je tedy dobré, když otevře noviny či zpravodajský server a na první pohled vidí – ano, tohle je zpráva, tam najdu fakta, ale ne názory autora zprávy, ano, tohle je komentář, to je názor toho, kdo jej napsal.

Šéfredaktor speciálních projektů, B2B a sdíleného obsahu vydavatelství Economia Petr Orálek je přesvědčen, že ani do obsahu zpravodajství v současných médiích by v žádném případě neměly pronikat názory zpracovatelů zpráv. Interpretace skutečnosti, vysvětlení autora, co dané informace znamenají, je součástí dnešního zpravodajství, názor autora ne:

> *„Je to ale samozřejmě docela těžká disciplína, rozlišit interpretaci skutečnosti od názoru. A pokud vyjde názor na zpravodajských stránkách, má být jasně označen.*

16 Někteří novináři dokonce už žánry v podstatě ani nerozlišují, ale hovoří o článku. Ovšem i takový „žánr" by měl splňovat alespoň základní žurnalistická kritéria. Mimo jiné by měl dodržovat tematickou čistotu, měl by mít jasné téma, text by měl být stylisticky jednotný a celkově obsahově uzavřený. (srov. Kasarda 2012: 87–98)

Protože to může být doplněk k nějakému zpravodajskému textu. [...] Něco jiného je interpretace a popis, co to znamená. [...] Člověk není závislý jenom na citátech nebo na zpravodajských zdrojích, ale musí do toho přinést svoje vědomosti, svoji vzdělanost a odbornost a vysvětlit to. Ale to neznamená, že tam říká svoje názory – já si myslím, že by se mělo stát to a to...“ (Orálek 2014)

Přestože by názory autorů do zpravodajství pronikat neměly, shodují se na tom mnozí teoretici i novináři z praxe, ve skutečnosti je tomu v některých případech a u některých žánrů jinak. Hovoří o tom například hlavní editor Hospodářských novin Vladimír Dubský:

„Pokud se to někdy stane, je to chyba, ale nestává se to podle mě často. Myslím, že editoři i autoři jsou poměrně vytrénovaní na to, aby si na to dávali pozor. [...] Na webu se to děje v případě online reportáží z různých akcí. [...] Tam bych to ještě bral na milost, protože někdo je tam na místě a sype tam jednak svoje dojmy, jednak opravdu popisuje, co se děje, a někdy je to opravdu proložené tím, že se napíše „a tady máme k tomu, co se tam děje, glosu našeho komentátora“. Takže online přenosy, to je takový zvláštní žánr, a je to vlastně zpravodajský žánr, ale tam názory asi místo mají. Pokud jde o print, mělo by to být oddělené, buď píšeme zprávu, nebo analýzu, nebo fokus, nebo reportáž, nebo komentář.“ (Dubský 2014)

Připomeňme si a pro potřeby žánru upřesněme už dříve popsaná žurnalistická pravidla:

1. Každý žurnalistický žánr má svá pravidla.
2. Pravidla žánru se je třeba nejprve naučit a dodržovat.
3. Teprve v další fázi lze některá pravidla žánrů (se znalostí věci) porušovat.

Jak už bylo uvedeno, v praxi používané žánry jsou dnes málokdy ryzí. Bohužel ne vždy je to k dobru věci, protože mnozí praktici přeskočili fázi jedna…

1.4 Emoce ve zpravodajství

V minulosti platilo pravidlo, že emoce a zpravodajství k sobě nepatří. Zpravodajství bylo tvrdé (hard news), nabité pouze fakty, tedy suché – a nudné.

Moderní doba je ovšem rychlá, klipovitá a pozornost čtenářů velmi těkavá. Pokud je článek nezaujme okamžitě, svým titulkem a zahájením, ale také například výraznou grafickou úpravou, nebudou ho číst. Nebudou-li ho číst, nebudou si do takového „nečteného“ média zadávat inzerenti reklamu. A pokud inzerenti nebudou vydavateli platit za reklamu, nebude mít vydavatel na platy novinářů. A když nebude mít vydavatel na platy novinářů, nebude existovat ani takové médium, ani jeho redaktoři... Diktát trhu je neúprosný.[17]

17 Hovoříme o komerčních médiích, média veřejnoprávní či komunitní mají jiný zdroj příjmů.

Takže hard news se změnilo v soft news – dnešní zpravodajství je především měkké a vládne mu (stejně jako celé žurnalistice) příběh. A příběh, to jsou emoce.

Emoce mohou udělat zpravodajství konkurenceschopné, protože umějí přitáhnout pozornost čtenáře (posluchače, diváka).

Novináři tedy dnes i u zpravodajství velmi často volí příběhový (narativní) styl psaný z pohledu těch, jichž se problém týká. Rovněž zpráva tak často začíná zcela konkrétním emotivním minipříběhem, teprve pak následují tvrdá fakta a obecnější informace.

Někteří autoři srovnávají takový styl s televizí či biografem – i zprávy jsou psané tak, aby vytvořily v hlavách čtenářů pohyblivé obrázky, používají postupy kinematografie. Novinář si prosto musí při psaní představit dramatickou linku, najít příběh, akci a vše postavit na zajímavém „hlavním hrdinovi".

1.5 Jazyk zpravodajství

Jazyk je pro novináře základním pracovním nástrojem, podobně jako jsou například pro kopáče kanálů základními pracovními nástroji krumpáč a lopata. Pokud kopáč neumí s krumpáčem pracovat, nevykope dobrý kanál, pokud novinář neumí dobře jazyk, v němž tvoří, je výsledkem rovněž zmetek, který po něm musí někdo opravit.

Mělo by být ctí každého novináře odevzdat (editorovi) k dalšímu zpracování co nejlepší výrobek/produkt, co nejlepší článek. Bohužel ne každý to dokáže[18]. Stejně jako existují výborní a špatní lékaři, je to v každé profesi – i v novinařině.

Publicistický jazykový styl[19] využívaný v médiích je velmi dynamický, neustále se vyvíjí a je velmi úzce spjatý s dobou.

Pokud jde o zpravodajské texty, musí být srozumitelné, jednoduché, přesně formulované a s názornými příklady, s příběhem. (Ruß-Mohl – Bakičová 2005: 70) Úřednický, policejní či jiný slang je zapovězený. Odborné výrazy se nepoužívají. Není-li možné se jim vyhnout, je nutné je vysvětlit.

Velmi důležité je, aby byl text logický, bez významových rozporů, věcně správný, nesmí vyvolávat pochybnosti ani otázky. Texty v seriózních médiích musí být seriózní, nikoliv však nudné, nikoliv šablonovité, ale originální.

Například ve slovenských Hospodárskych novinách si ve své redakční příručce *Princípy vytvárania obsahu pre HN a tituly Ecopressu* stanovili tyto zásady pro používání jazyka:

18 Pomoci v tom (pokud jde o jazyk) může například Internetová jazyková příručka Ústavu pro jazyk český Akademie věd České republiky. Viz I*nternetová jazyková příručka*, Ústav pro jazyk český Akademie věd ČR, v. v. i. 2008–2014 [cit. 2014-09-26]. Dostupné na internetu: <http://prirucka.ujc.cas.cz/>.

19 Pozor – neslučovat pouze s publicistikou, publicistický je v tomto případě myšleno (zjednodušeně) jako novinářský, žurnalistický. Publicistický styl v sobě zahrnuje i styl zpravodajský.

- *„Vlastnosti jazyka HN: vysoká úroveň a jednoduchost (přehlednost).*
- *Krátké věty.*
- *Kratší odstavce.*
- *Kratší a jasnější citáty při zdrojování.*
- *Při rozhovorech krátké otázky, krátké odpovědi.*
- *Minimum suchých úředních výrazů a formulací.*
- *U odborných výrazů vysvětlení.“*

Obecně lze říct, že reportéři by měli psát názorně, aby si čtenáři dokázali vše představit, například obrovskou částku daňového úniku lze přiblížit přirovnáním typu – „**za tuto částku by šlo postavit menší sídliště, jako je například...**“.

Začínajícím novinářům se často doporučuje, aby si usnadnili tvorbu tím, že si pro sebe alespoň v duchu popisované téma převypráví – například jako by vyprávěli příběh v kavárně či v hospodě. Výsledný článek pak bývá pro příjemce srozumitelnější z hlediska jednoduchosti jazyka a má i jasnější strukturu (která se liší podle použitého žánru).

To naprosto nejzákladnější, na co musí každý redaktor dávat při tvorbě pozor, jsou fakta. Zkreslit informace přitom lze někdy i poměrně jednoduše, stačí, když někdo například zamění **policisty** a **strážníky** (policisté jsou příslušníci Policie České republiky, zatímco strážníci jsou příslušníci konkrétní městské či obecní policie, jde tedy o dvě zcela odlišné instituce; podobně **podezřelý**, **obviněný** a **obžalovaný** nejsou synonyma, každý výraz znamená něco jiného).

Stranická příslušnost se v žurnalistických textech uvádí jen v případě, že to má smysl, zejména v politických kauzách (viz také kapitola *2 Výběr relevantních témat*).

Podobně také národnost se v textech používá jen v opodstatněných případech. Zejména v případě krimi zpráv se zpravidla národnost ani například příslušnost k etnické skupině neuvádí.

Redaktor musí ve zpravodajství (i v publicistice) rovněž znát přesné názvy čehokoli, o čem píše, a musí znát pravopis těchto názvů. Přestože se i mnozí univerzitní studenti domnívají (zřejmě pod vlivem angličtiny), že kupříkladu název **Česká republika** se píše nejen s velkým písmenem ***Č***, ale i ***R***, není tomu tak (zatím?).

Názvy institucí, firem, míst, funkcí a jména lidí musí být v žurnalistickém textu uvedeny jednoznačně. Neznamená to ovšem, že se používají názvy oficiální – používají se názvy obecně známé (nepíše se oficiálně ***Policie České republiky***, ale jen **policie**, podobně se nepíše ***primátor statutárního města Brna***, ale **brněnský primátor** atd.).

Dobrý článek musí čtenář číst lehce, plynule, bez jakéhokoliv zadrhávání. Je lépe používat krátké a jednoduché věty, kondenzaci, sevřenost výrazů. Pozor také na balastní slova a nicneříkající fráze, důležitá je věcnost.

Mnohé redakce kvalitních seriózních médií mají jasně daný jazykový úzus, k němuž patří například i takzvaná zakázaná slova, tedy ta, kterých by se měli redaktoři ve svých textech vyvarovat.

Důvody pro zařazení slov mezi „zakázaná" jsou různé, většinou jde o to, že některé výrazy nejsou jednoznačné – a zpravodajství by mělo být zcela jednoznačné (mezi taková slova bychom mohli řadit například nesprávné použití výrazu **šetřit** ve významu **vyšetřovat** nějaký kriminální případ – šetřit lze také peníze).

Dalším důvodem může být malá konkrétnost výrazů nebo jejich „úřednické" vyznění, případně přílišná odbornost (zakázaným výrazem jsou ***finance***, nahrazují se jednodušším termínem **peníze**, nemělo by se psát ***došlo k realizaci stavby***, ale třeba **dělníci postavili dům**, neměl by se používat oficiózní pojem ***občan*** ve smyslu **obyvatel města** či vesnice a podobně).

Důležitým důvodem je také významové zabarvení některých výrazů. Například agentura Reuters, která si zakládá na přísné neutralitě, nepoužívá slovo ***terorista***, protože ten, kdo je pro jeden národ teroristou, může být pro druhý národ hrdinou.[20]

Pozor je třeba dávat i na jiné hodnotící výrazy, autor zpravodajství by neměl hodnotit (něco jiného je citace zdroje) – a hodnocením je i výraz ***naštěstí, samozřejmě, pochopitelně, bohužel*** apod.

V některých redakcích jsou uvedená pravidla nepsaná (a jejich existence a míra dodržování záleží na znalostech, profesních zkušenostech a přístupu jednotlivých šéfredaktorů, editorů a redaktorů), v jiných médiích ovšem jde o šéfy redakcí poměrně striktně vyžadované psané směrnice[21].

K dalším častým pravidlům v žurnalistických textech, zejména zpravodajských, patří to, že se zpravidla žádná celá slova nepíšou verzálkami (což je například velmi oblíbené v propagačních firemních textech, kdy takto firmy zvýrazňují například svůj název).

20 Viz Strnad 2011: Agentuře Reuters je 160 let, Rádio Česko 2011, [cit. 2014-09-25]. Dostupné na internetu: < http://www.rozhlas.cz/radio_cesko/tydenvmediich/_zprava/agenture-reuters-je-160-let--962082>.

21 Písemný seznam zakázaných slov a dalších pravidel má například redakce Brněnského deníku Rovnost (jejich úplné znění z února 2012 obsahuje publikace *Nové trendy v médiích I: online a tištěná média* – viz Čuřík a kol. 2012). Tato pravidla přitom platí pro všechny okresní deníky vydavatelství Vltava-Labe-Press na jižní Moravě. Podobně tomu je v olomoucké redakci regionálních Deníků, kam spadají deníky vydávané na střední a východní Moravě. Naopak v mnoha jiných okresních redakcích (v dalších regionech) Deníků stejného vydavatelství žádná taková pravidla nemají a často nic takového ani nedodržují. Může to být tím, že se tam osazenstvo redakcí velmi často mění a většina redaktorů ani okresních šéfredaktorů mnohdy nemá ani předchozí žurnalistickou praxi, ani žurnalistické vzdělání.

Zkratky se zpravidla nepoužívají, pokud ano, píšou se verzálkami, a když nejsou notoricky známé, musí být při prvním použití výrazu uvedený celý název a za ním v závorce zkratka. Až při dalším použití lze uvádět pouze zkratku.

Základním pravidlem ale zejména kvůli srozumitelnosti a plynulosti textu je zkratky neuvádět raději vůbec (nepíše se tedy ***např.***, ale **například**, nepíše se také ***tzv.***, ale **takzvaný**, nepíše se ***VŠ***, ale **vysoká škola**, ne ***MěÚ***, ale **radnice, úřad, městský úřad**; zkratky všeobecně známé, například **ODS**, **ČSSD**, lze používat, dokonce je není třeba ani vysvětlovat, ovšem i jich se lze jednoduše vyvarovat – stačí napsat **občanští demokraté**, **sociální demokraté** apod. Celými slovy se píšou i jednotky typu **kilometr, kilogram, procento** či měny, například **koruna, dolar** apod.).

Podobně jako se zkratkami je tomu i se závorkami. Je lépe je nepoužívat, vše vysvětlit v plynulém textu. Závorky narušují jeho plynulost.

Obecně pro současný novinářský jazyk ve všeobecných médiích (něco jiného jsou média odborná či zájmová) platí, že vychází vstříc většinovému čtenáři. Na druhé straně by alespoň kvalitní média měla do jisté míry čtenáře (i) používaným jazykem kultivovat.

Uveďme si zde některá další často využívaná pravidla související s jazykem žurnalistiky, zejména zpravodajství (výběr na základě praxe ve více redakcích):

- používat jednoduchý jazyk, ne úřednický či profesní slang, archaismy, klišé, nespisovné výrazy (špatně: ***nepřizpůsobil rychlost jízdy stavu vozovky***; správně: **jel příliš rychle**; špatně: ***ve většině případů***; správně: **většinou**; špatně: ***přistoupili ke koupi***; správně: **koupili**),
- psát co nejvíce konkrétně, čtenář si pak dokáže vše lépe představit (špatně: ***veřejný prostor***; správně **park, náměstí** apod.; špatně: ***zranění v oblasti horní končetiny***; správně: **zranění ruky**; špatně: ***oblast zdravotnictví***; správně: **zdravotnictví**),
- nepoužívat odborné termíny (a když už je to nezbytné, pak je třeba je jasně vysvětlit),
- nepoužívat cizí slova, pokud v češtině existuje náhrada, je třeba ji použít (špatně: ***legislativní proces***; správně: **přijímání zákonů**),
- co nejméně používat trpný rod a nevyjádřený podmět (špatně: ***volební kampaň byla zahájena***; správně: **kandidáti do zastupitelstva zahájili volební kampaň**),
- v žurnalistických textech zpravidla neoslovovat čtenáře (špatně: ***Nevíte, koho volit? Kalkulačka vám může napovědět***; správně: **Pokud lidé nevědí, koho volit, může jim napovědět volební kalkulačka**),
- nepersonifikovat neživotné věci, například různé instituce (špatně: ***magistrát rozhodl***; správně: **úředníci magistrátu rozhodli**),
- nepoužívat ve zpravodajství ich formu (s výjimkou reportáží typu na vlastní kůži, což už je ovšem minimálně na hranici zpravodajství a publicistiky),
- ve zpravodajství by nemělo být znát v textu médium, proto se zpravidla nepoužívají výrazy ***řekl nám*** nebo ***zeptali jsme se*** a podobně; někdy se ale v případě

exkluzivních informací používá spojení **řekl Mladé frontě Dnes, řekl Deníku, řekl Právu** – v tom případě by se ale mělo jednat o skutečně exkluzivní informace, jinak (u informací, které mají všechna média) působí využití takového spojení spíše směšně, médium se čtenářům chlubí něčím, co má k dispozici každý,

- nepoužívá se ani spojení typu ***řekl na tiskové konferenci***, ale jenom **řekl**, není podstatné, že to bylo zrovna na tiskové konferenci,
- nepsat ***zde***, ale **tam**; je totiž třeba psát z pohledu čtenáře – a většina z nich není z pohledu popisované události na místě, tedy ***zde***, ale událost je pro ně **tam**,
- k poměrně častým chybám patří i užívání pojmu ***víc jak*** místo správného **více než**, nebo záměna slov díky a kvůli (špatně: ***díky povodním***; správně: **kvůli povodním** – za povodně a podobné události se neděkuje),
- má-li novinář v českém médiu na mysli Českou republiku, neměl by psát ***u nás***, ale **v České republice, v tuzemsku** apod., podobně se nepíše ***naše***, ale **české**,
- pozor na různá nadbytečná, balastní slova, není třeba psát například ***tiskový mluvčí***, stačí jen **mluvčí** (nemluví jen do tisku, ale třeba i do rozhlasu nebo do televize...), podobně není třeba zpravidla používat výrazy ***totiž, doslova,*** případně i ***já***,
- věk je lépe psát jako součást věty, ale jako u všech pravidel nakonec bude vždy záležet na zvyklostech v konkrétní redakci konkrétního média (obecně je ale vhodnější nepsat věk takto ***(60)***, ale ve větě slovy: **šedesát**; podobně je lépe nepsat ***20letá***, ale **dvacetiletá**; nepíše se také ***padesátičtyřletý***, ale **čtyřiapadesátiletý**),
- čísla od nuly do devíti se píšou slovy (výjimkou jsou data, například **3. října**), podobně čísla s více nulami (špatně: ***13 000 Kč***; správně: **třináct tisíc korun**; méně se využívá i varianta **13 tisíc korun**), čísla se zpravidla zaokrouhlují, pokud není přesný údaj důležitý pro podstatu sdělení (špatně: ***25 837 Kč***; správně: **téměř šestadvacet tisíc korun**, případně lze napsat i **téměř 26 tisíc korun**),
- u jmen (podobně je tomu u víceslovných názvů) má vždy přednost uvedení celého jména a příjmení (jen výjimečně a zdůvodněně lze použít pouze iniciály jména a příjmení, případně iniciálu a příjmení nebo jméno a iniciálu příjmení),
- právní forma firem (***a. s.***, ***s. r. o.***) se v žurnalistických textech neuvádí zpravidla ani celými slovy, ani zkratkou (výjimkou by mohl být text, v němž by uvedení právní formy bylo důležité z hlediska obsahu sdělení),
- nepoužívají se akademické tituly ani vojenské, policejní či hasičské hodnosti (pozor – je rozdíl mezi hodností a funkcí), a to ani jako zkratka, ani jako celý název,
- podobně se (zejména ve zpravodajství) nepoužívají výrazy pan, paní,
- některá další „zakázaná“ slova: ***došlo*** (nepíše se, že k ***došlo k zastřelení***, ale **někdo někoho zastřelil**, podobně se nepíše ***došlo k utržení*** apod.), ***během, probíhat*** (proběhnout kolem může spíše běžec než událost), ***provádět*** (pokud ovšem průvodce například neprovádí turisty, nesprávné ***provádět stavbu*** lze jednoduše nahradit slovem stavět apod.), ***subjekt, komodita*** (lépe je napsat, o co konkrétně jde), ***v rámci***,
- nepíše se také ***prý, údajně***, lépe je napsat **podle toho a toho je to tak a tak**; podobně se nepíše ***měl*** zavraždit (což je i logický nesmysl), ale například **podle obžaloby zavraždil**.

Při úpravě textů se v žurnalistice obecně preferují spíše kratší texty (delší se rozdělují mezititulky). Každý redaktor musí umět krátit, rozlišovat podstatné od nepodstatného.

Krátké musí být rovněž odstavce (do cca 10 řádků v novinovém sloupci) a věty (obvykle by věta neměla mít více než 25 slov), čtenář se nesmí ztratit v dlouhých souvětích. Stejně tak by měly být krátké přímé citace. V uvozovkách je třeba citovat jen to opravdu podstatné, zbytek se parafrázuje.

> *„Nepřímá řeč dovoluje stručnější shrnutí než doslovná citace. Měla by být použita pro vyjádření, která nejsou tak zaznamenáníhodná, aby musela být dále předávána doslovně. Delší zpráva podávaná za pomoci citátů se uvolní, jestliže se promíchá přímá a nepřímá řeč." (Ruß-Mohl – Bakičová 2005: 54)*

Přímá řeč začíná uvozovkami a končí sdělením, kdo větu pronesl (**„Získali jsme dotaci ve výši padesáti milionů korun," řekl primátor.**).

Opačný způsob (s dvojtečkou – ***Primátor řekl: „Získali jsme dotaci ve výši padesáti milionů korun."***) se ve zpravodajství zpravidla nepoužívá.

Ve zpravodajství se zvláště v uvozování citací (**řekl, uvedl** apod.) používá minulý čas (v publicistice přítomný), nestřídá se minulý a přítomný, pokud to nemá důvod (například **tvrdí** se píše v přítomném čase, protože ***tvrdil*** má jiný význam, odkazuje k minulosti a evokuje, že nyní už to netvrdí).

1.6 Odlišnost printového a online zpravodajství

Zpravodajství v tištěných a online médiích je velmi podobné, přesto v některých aspektech odlišné.

> *„Základem online žurnalistiky je dodržovat pravidla žurnalistiky tradiční. Jde především o: ověřování informací, dostatečný počet zdrojů, vyváženost, schopnost strukturovat, napsat a pointovat text či natočit příspěvek (vyprávění příběhu je stále podstatou žurnalistiky), dodržování zákonů a etických principů." (Čuřík a kol. 2012: 24)*

K hlavním odlišnostem patří zejména možnost využívání multimediálních prvků a hypertextových odkazů v online zpravodajství. Hojně se využívají fotogalerie, videa a různé formy infografiky[22]. Klasickou možností u online materiálů je také možnost čtenářských diskuzí, i když jejich úroveň bývá i na seriózních serverech velmi tristní.

S multimedialitou online zpravodajství souvisí také změny ve způsobu práce žurnalistů, kteří nyní (i pokud původně pracovali jen pro tištěné noviny) mnohdy začínají vytvářet články také pro sesterský zpravodajský web. Z výzkumu autora této

22 Někteří reportéři se tak například specializují na datovou žurnalistiku. Vlastní „datový tým" donedávna mělo například české vydavatelství Economia (Hospodářské noviny, server Ihned.cz a další média), má ho i redakce slovenského deníku SME. *„Zpracovávají informace do nějaké vizuální podoby. [...] Zpracování dat do podoby rozhýbaných grafů a tabulek na webu je výborná věc."*(Kostolný 2013)

publikace v redakcích českého deníku Mladá Fronta Dnes a slovenského deníku SME ale vyplývá, že takový tlak na změny zatím není v praxi (alespoň ve zkoumaných médiích) příliš velký:

> *„Jednotliví novináři sice musejí v případě zejména neočekávané aktuální události například natočit pomocí služebních smartphonů také video a odeslat ho na web, ale v ostatních případech vedení obou redakcí preferuje novináře specialisty. [...] Přesto propojování platforem postupně mění novináře píšícího na novináře multimediálního, který by měl umět nejenom psát, ale i fotografovat a pracovat se zvukem a videem. [...] Je to právě kvůli tomu, že se propojení tištěných platforem s portály stále prohlubuje ....“ (Čuřík 2014: 43)*

Multimedialita dnes proniká i do tištěných médií. Příkladem může být využití prvků takzvané rozšířené (augmentované) reality – i do vytištěné stránky novin lze přidat například mikročip, třeba i s malým displejem, který umožní rozšířit článek o video. Přidá-li se k čipu i sim karta, lze se přímo z novinové stránky připojit na internet a tím udělat například ze zprávy v dnešních novinách, kde jsou informace ze včerejška, nepřetržitě aktualizovanou online zprávu.

K základním prvkům augmentované reality lze zařadit i QR kódy, na které, jsou-li u článků v tisku umístěny, stačí zamířit chytrý mobilní telefon a vytištěný článek rozšířit o jakoukoliv dimezi v prostředí internetu.

V online a tištěných médiích se liší také délka článků. Obecně sice není délka na zpravodajských serverech ničím omezená, kdežto v novinách je velikost stránek daná (stejně jako jejich počet), ale čtenářské zvyklosti novinových a online čtenářů jsou rozdílné. Proto bývají články na internetu většinou kratší než v tištěných médiích. Internetový čtenář nemívá tolik trpělivosti jako čtenář novinový – kdyby byl článek příliš dlouhý, riziko překliknutí jinam by bylo velmi vysoké.

Další odlišností jsou titulky. Jejich délka je více omezena v tištěných médiích, protože šířka novinové strany je nepřekročitelná.

Obsah a jazyk titulků v online zpravodajství bývá uvolněnější a více směřující k bulváru, a to i na seriózních zpravodajských serverech. Opět je za tím snaha přitáhnout pozornost čtenáře a nepřijít o ni.

Podobně je to také se zahájením článků a jejich celkovým obsahem, i ten na zpravodajských serverech sklouzává k bulváru mnohem více než v seriózních tištěných médiích.

Při zpracovávání je hlavní odlišností printového a online zpravodajství uzávěrka – v případě printu je jasně definovaná, v případě online zpravodajství uzávěrka

neexistuje, respektive je průběžná[23], článek, zvláště pokud jde o aktualitu, se zveřejňuje ihned po zpracování, které by mělo být zejména vzhledem ke konkurenci rychlé.

Podstatná je rovněž možnost neustálé aktualizace informací, což v printu není možné.

Pro novinářskou práci z toho plyne, že redaktor by měl být schopen napsat článek rychle, ve velmi omezeném čase. A také, že zveřejněním na webu kvůli možné aktualizaci informací práce redaktora nekončí.

Rychlost je ovšem do jisté míry nutná i v tištěných médiích. I tam je někdy třeba pracovat velmi rychle, zvláště při tvorbě aktualit, které se stanou v době blížící se uzávěrky.

Například podle Örnebringa (2010: 66) se stává rychlost v souvislosti s novými technologiemi základním kritériem pro posuzování práce žurnalistů. Tvrdí, že právě rychlost je hlavním měřítkem úspěchu.

Online a printové zpravodajství se stále více liší také výběrem témat. Aktuální rychlé zpravodajství se postupně přesouvá do online médií a tištěná média se začínají zaměřovat na zpravodajství analytické, zpravodajství v souvislostech. Takové zpravodajství už nesděluje pouze základní informace o tom, co se stalo, ale události, fenomény či trendy analyzuje a interpretuje.

I zpravodajství analytické má ovšem být stále zpravodajstvím, nejde o názorovou publicistiku, o komentování. Musí tedy pracovat pouze s věrohodnými informacemi, autor nesmí do textu vkládat vlastní názory a spekulace.

Na některé zpravodajské aktuality tedy tištěné noviny na rozdíl od webu, kde je lze zveřejnit okamžitě, rezignují. Rychlé zprávy jdou rychle na web, kde je silná konkurence a jde o čas, analýzy, rozhovory a komentáře (které už ovšem patří do publicistiky) patří spíše do printu. Upozornil na to například šéfredaktor slovenského deníku SME Matúš Kostolný (2013). Dnešní tištěné noviny podle něho musí být mnohem méně než dříve informačním zdrojem a mnohem více mají přinášet nová témata a analýzy. Redaktor domácího zpravodajství stejného deníku Miroslav Kern (2013) pak upřesnil denní redakční praxi SME:

> *„Snažíme se minimalizovat tiskové konference, to je věc webu. A denní informace bereme dost často z agentur. Například domácí zpravodajství má tři čtvrtiny, možná i více, vlastních témat.“ (Kern 2013)*

Podobně hovoří i další novináři z jiných médií, například hlavní editor Hospodářských novin Vladimír Dubský nebo redaktor domácího zpravodajství Hospodářských novin Vojtěch Blažek:

23 Píše o tom například Stovall (2004: 41), který upozorňuje, že čtenář se může na web podívat kdykoliv a čeká, že tam vždy najde něco nového. Pro online průběžnou uzávěrku užívá Stovall termín rolling deadline.

„Web nebo internet píše ‚děje se teď', ‚stalo se před deseti minutami', print by měl psát ‚stalo se a pro nás ostatní to do budoucna znamená tohle'. [...] Nejrychlejší zpravodajské médium je internet a jsou situace, kdy nemá smysl mu konkurovat v papíru, to znamená, že jdeme cestou větší přípravy nebo vlastních témat, která se pak píšou do novin. (Dubský 2014)

„Na webu uděláte dva telefonáty nebo jeden rychlý rozhovor a titulek může být jenom nový výrok někoho. Zbytek už je jenom krátká zpráva. Na webu to funguje, kdežto v novinách ne." (Blažek 2014)

V podstatě stejná praxe existuje například i v Mladé frontě Dnes a na zpravodajském serveru iDnes.cz. Zástupce vedoucího newsroomu Mladé fronty Dnes Bohumil Špaček (2013) uvedl, že v tištěném vydání novin je třeba téma analyzovat nebo alespoň graficky atraktivně zpracovat, aby to byl oproti zprávě na webu pro čtenáře přínos:

„Nebo vše doplnit o rozhovory a podobně, udělat z toho takový, říkáme tomu pracovně, balíček, kdy je téma zpracované z několika úhlů a v několika žánrech třeba jako analýza a rozhovor a k tomu infografika s čísly. [...] Ale má to své hranice. Není možné, aby na každé straně bylo jedno ohromné téma, to by čtenáři nechtěli, jak víme z průzkumů, které se ve šťastnějších bohatších dobách dělaly poměrně intenzivně. Čtenáři chtějí několik velkých témat, ale ne, aby to byl časopis, který vychází denně[24]. (Špaček 2013)

V struktuře online zpravodajství se uplatňuje klasická obrácená pyramida[25], lineární struktura, ale často se také při aktualizaci textu dávají nejnovější informace na začátek a nejstarší jsou na konci. Struktura je také mnohdy „rozbitá" rozdělením informací do více textů a multimédií spojených hypertextovými odkazy. (Čuřík a kol. 2012: 24–25)

Online zpravodajství využívá prakticky stejné žánry jako zpravodajství v tištěných médiích, jisté žánry jsou však pro online zpravodajství specifické, některé jsou odlišné více, jiné méně – jde o online zprávu, online rozhovor a online reportáž[26].

„V praxi ovšem platí, že konkrétní komunikát málokdy, respektive prakticky nikdy neodpovídá jednomu žánru. Proto si zde můžeme dovolit o komunikátech pro web hovořit jako o článcích – je to nejčastěji používané značení. Přes tuto volnost, která je v posledních desetiletích patrná i u tradičních tištěných médií a kterou příchod webové žurnalistiky podstatně zvýraznil, je správné, aby se jednotlivé články zhruba držely alespoň jednoho výchozího žánru." (Bednář 2011: 107)

24 V té souvislosti je zajímavé, že k něčemu podobnému, tedy časopisům, které vycházejí současně s novinami denně, přistoupilo vedení Mladé fronty Dnes v říjnu 2014, nedlouho po nástupu nového šéfredaktora Jaroslava Plesla.

25 Tedy to nejdůležitější na začátku článku, pak důležitost informací klesá. Výjimkou jsou specifické online žánry – online rozhovor, online reportáž nebo i aktualizovaná online zpráva.

26 Ve slovenském deníku SME například zpracovávají online reportáž ve formátu „minuta po minutě", kdy redaktor takto na webu uveřejňuje například z parlamentu aktuální krátké informace mapující vývoj situace. Z obyčejné parlamentní schůze tak lze napsat text, který mnohdy patří k nejčtenějším v měsíci.

Doporučená literatura

Právní a etické aspekty zpravodajství

- Blog iDnes.cz. Etický kodex novinářů mediální skupiny MAFRA [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://redakcni.blog.idnes.cz/c/346756/Eticky-kodex-redakci-iDNEScz-a-MF-DNES.html>.
- Kroupa, Jiří a kol. 2010. *Mediální právo.* Brno: Masarykova univerzita.
- Portál veřejné správy. Informace pro občany České republiky. 46/2000 Sb. o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon) [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?page=0&idBiblio=49066&fulltext=tiskov~C3~BD~20z~C3~A1kon&nr=&part=&name=&rpp=15#local-content>.
- Portál veřejné správy. Informace pro občany České republiky. 52/2009 Sb., kterým se mění zákon č. 141/1961 Sb., o trestním řízení soudním (trestní řád), ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=68104&fulltext=&nr=52~2F2009&part=&name=&rpp=15#local-content>.
- Rozehnal, Aleš. 2007. *Mediální právo*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk.
- Syndikát novinářů ČR. Etika. Kodex [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://www.syndikat-novinaru.cz/etika/kodex/>.

Požadavky na seriózní zpravodajství, prolínání žánrů, emoce

- Brečka, Samuel – Ondrášik, Branislav – Keklak, Richard. 2010. *Médiá a novinári na Slovensku 2010*. Bratislava: Eurokódex.
- Jirák, Jan – Köpplová, Barbara. 2009. *Masová média*. Praha: Portál.
- McQuail, Denis. 2009. *Úvod do teorie masové komunikace*. *Čtvrté, rozšířené a přepracované vydání.* Praha: Portál.
- Osvaldová, Barbora – Tejkalová, Alice (ed.). 2009. *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Praha: Karolinum.
- Osvaldová, Barbora a kol. 2011. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum.
- Trampota, Tomáš. 2006. *Zpravodajství*. Praha: Portál.

Jazyk zpravodajství

- Internetová jazyková příručka Ústavu pro jazyk český Akademie věd České republiky. 2008–2014 [cit. 2014-09-26]. Dostupné na internetu: <http://prirucka.ujc.cas.cz/>.
- Minářová, Eva. 2011. *Stylistika pro žurnalisty.* Praha: Grada.
- Ruß-Mohl, Stephan – Bakičová, Hana. 2005. *Žurnalistika. Komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada Publishing.

Odlišnost printového a online zpravodajství

- Bednář, Vojtěch. 2011. *Internetová publicistika*. Praha: Grada.
- Čuřík, Jaroslav a kol. 2012. *Nové trendy v médiích I: online a tištěná média*. Brno: Masarykova univerzita.
- Osvaldová, Barbora – Tejkalová, Alice (ed.). 2009. *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Praha: Karolinum.
- Stovall, James, Glen. 2004. *Web journalism: practice and promise of a new medium*. Boston: Pearson Education.

2 VÝBĚR RELEVANTNÍCH TÉMAT

Výběr témat a zdrojů patří k tomu nejtěžšímu, co musí každý žurnalista zvládnout, chce-li být dobrým žurnalistou v dobrém médiu.

Redaktor kvalitního média nemůže být jenom přepisovačem tiskových zpráv a policejních či hasičských svodek. V kvalitních médiích nestačí, aby novinář spoléhal jenom na zdroje a na témata, která za ním sama přijdou – to jsou v podstatě vždy informace public relations[27] (tedy už zmíněné tiskové zprávy, policejní a hasičské svodky, informace z tiskových konferencí a podobně).

Trendem je, že každý redaktor by měl přicházet hlavně s vlastními tématy a zejména na těch pracovat. Zmiňuje to například redaktorka slovenských Hospodárskych novín Petra Jamrichová:

> *„Na tiskové konference téměř nechodím, naposledy jsem byla asi před rokem. Všechno jsou naše vlastní témata. […] Podle mě je to trend ve všech médiích, nejenom na Slovensku. Pokud máte vlastní témata, dostáváte se do popředí, lidé o tom diskutují, dostanete se možná i do jiných médií.“ (Jamrichová 2013)*

Právě vyhledávání témat, správná interpretace informací, jejich výběr a zapracování do textu článku je základem pro vznik kvalitního, vyváženého a věrohodného žurnalistického textu.

Dobrý novinář tedy musí mít zejména své zdroje a svá témata. Exkluzivní, taková, která nemá nikdo jiný, o nichž nepíše konkurence.

A pokud takový novinář pracuje v deníku nebo na online zpravodajském serveru, nemá to rozhodně jednoduché. S novými vlastními náměty musí přicházet denně – dnes, zítra, pozítří, za tři dny, za týden, za měsíc, za rok, za dva roky...

To, že práce s tématy a zdroji není jednoduchá a že někdy nemůže novinář (nejen) věřit ani tomu, co vidí na vlastní oči, si lze ověřit například pomocí jednoduchého videotestu[28] psychologů Daniela Simonse z University of Illinois a Christophera

27 Public relations přitom je nejúčinnější metodou používanou pro ovlivnění zpravodajství – pro novináře to jsou informace, které lze velmi snadno získat, respektive jim samy přicházejí, jsou pro ně bezpracné a zdarma a po takovém „zboží“ někteří rádi sáhnou. V kvalitních seriózních médiích však stále přísně rozlišují, co patří do redakční části novin, co je zpravodajství či publicistika (byť někdy tvořená zčásti pomocí informací pocházejících z public relations) a co už je opravdu skrytá reklama nebo inzerce. Například oznámení o tom, že majitel hledá ztraceného psa, do zpravodajství nepatří, ovšem když je ztráta psa něčím zajímavá, lze o tom zprávu napsat.

28 Viz Simons a Chabris 1999: Selective Attention Test, You Tube 2010, [cit. 2014-09-27]. Dostupné na internetu: <http://www.youtube.com/watch?v=vJG698U2Mvo>.

Chabrise z Harvardu, kteří v 90. letech uskutečnili pokusy s fenoménem takzvané slepoty z nepozornosti (inattentional blindness).

I z tohoto testu lze ve vztahu k novinářské práci vyvodit, že žurnalisté by měli být lidé dobří v souběžném zpracování různých úloh (multitaskingu), kteří dokážou pružně měnit zacílení své mysli, vidí toho více než mnoho jiných lidí. Pokud takoví nejsou, může jim spousta důležitých informací uniknout.

Když novinář „vidí a slyší více než ostatní lidé“, může témata nacházet všude kolem sebe. Někdy třeba zaslechne, jak si o něčem povídají lidé u vedlejšího stolu v hospodě, kde je na obědě, a po rozpracování z toho je vynikající téma, jindy zase něco spatří na ulici nebo mu dají tip jeho blízcí z okruhu přátel, známých, rodiny.

Pro dobrého novináře leží témata všude kolem. V reálném světě, ale i na webu (ale pozor, nejen na webu, internet a sociální sítě nejsou a nemohou být pro kvalitního novináře jediným a samospasitelným zdrojem informací a témat).

Na druhé straně například podle šéfredaktora slovenského deníku SME Matúša Kostolného budou na novinářském trhu nejžádanější takoví lidé, kteří mají analytické schopnosti a orientují se na webu, umí na internetu dobře vyhledávat informace a pracovat s nimi:

> *„Na Slovensku musíme například mít na webu zveřejněné všechny smlouvy, většinou jde o smlouvy státu s třetími stranami. A lidé, kteří jsou schopni se v nich hrabat, rozumět jim a technologicky je umět správně použít [...] budou podle mne nejžádanější, minimálně několik let určitě. [...] Ideální novinář pro mne by zítra byl takový, který výborně píše, má analytické myšlení a netvrdí, že zprávou dne je něco, co slyšel v televizi nebo viděl na tiskové konferenci, ale je schopen každý týden vygenerovat samostatný text, protože se výborně orientuje, například v těch smlouvách, které jsou uveřejnené na webu, a dokáže je odevzdat v podobě, která je atraktivní, srozumitelná a ještě k tomu i webově „friendly“ zpracovaná. (Kostolný 2013)*

Podobný názor má editor zpravodajství deníku SME Juraj Koník (2013). Nejdůležitější jsou podle něho stále novináři, kteří umí vyhledávat velké kauzy a jsou schopní je samostatně zpracovávat. A důležitost takových novinářů by nebyla nižší, ani kdyby noviny existovaly pouze na webu, tito žurnalisté budou mnohem důležitější než takoví, kteří například jen povrchně zpracují agenturní zprávu, již navíc neumí zasadit do kontextu, nepoznají, proč je ta která informace důležitá.

2.1 Oblasti zpravodajství, rubriky

Zpravodajství se dělí na jednotlivé obsahově zaměřené oblasti (či rubriky, například části novin; podobné, většinou ale podrobněji strukturované rubriky, mají také zpravodajské servery).

Klasické je rozdělení na:

- Domácí zpravodajství,[29]
- zahraniční zpravodajství,
- ekonomické zpravodajství,
- kulturu,
- sport,
- publicistiku (tam patří i komentářová rubrika někdy označovaná jako Názory).

Redaktoři v mnoha redakcích mají rozděleny zpravodajské oblasti, někdo píše kriminalitu, jiný se věnuje zdravotnictví a podobně. Někdy bývá rozdělení i geografické, například v okresních redakcích regionálních deníků mívá každý redaktor na starosti část okresu.

Taková specializace napomáhá větší kvalitě výsledných článků, na druhé straně se po nějaké době může stát práce redaktora stereotypní. Pak je možnost po domluvě v redakci své zaměření změnit.

Složitější to je přitom v redakcích, kde je méně pracovníků. Tam pak mívá jeden redaktor na starosti i více oblastí.

V současné době se počet takových univerzálních novinářů spíše zvyšuje. Vyplývá to například ze slovenského výzkumu z roku 2010.

> *„Současný trend racionalizace práce v novinářském zaměstnání vede ke kombinaci a kumulaci činnosti novinářů, což se projevuje i v postupném odbourávání pracovní specializace a nárůstu počtu univerzálních novinářů. Trend k univerzálnosti se prosazuje také v tematické orientaci novinářů.“ (Brečka – Ondrášik – Keklak 2010: 214)*

2.2 Posuzování relevance témat

Každá zpráva musí být aktuální nebo musí čtenářům sdělovat něco nového. Každá zpráva musí být pro čtenáře něčím relevantní.

> *„Události zmíněné ve zpravodajství by měly být neobvyklé nebo alespoň nečekané, což jsou kvality ceněné více než ‚skutečná důležitost‘. Vedle nečekanosti jsou události ve zpravodajství charakterizovány dalšími ‚zpravodajskými hodnotami‘, které jsou vždy relativní a zahrnují subjektivní úsudek o zájmech publika.“ (Park in McQuail 1999: 300)*

Relevanci témat, jejich vhodnost pro konkrétní médium, je tedy třeba posuzovat zejména vzhledem k cílovému publiku příslušného média. Pokud téma nebude zajímat čtenáře, nemá smysl ho (zejména v komerčním médiu) zpracovávat.

29 Někdy se do domácího zpravodajství zahrnuje politika, jindy se uvádí jako zvláštní kategorie. (srov. Jirák – Köpplová 2009: 303–305)

Jiné téma tedy bude logicky vhodné pro médium celostátní, jiné pro médium regionální, jiné pro lokální nebo dokonce hyperlokální.[30]

Relevance témat bude záležet také na zaměření média – u odborného nebo zájmového média budou vhodná témata jiná než u média všeobecně zaměřeného. Stejně tak se budou lišit témata v seriózním médiu a v médiu bulvárním.

Téma či událost vhodnou k žurnalistickému zpracování ve zpravodajství vybíráme na základě těchto kritérií[31]:

- **Velikosti skupiny čtenářů, které má šanci oslovit (čím více, tím lépe),**
- **posouzení toho, zda se informace čtenáře dotýkají, zda ovlivní jeho život,**
- **blízkosti děje z hlediska čtenáře,**
- **exkluzivity tématu (unikátní téma má přednost před tím, které mají i jiná média),**
- **aktuálnosti (aktualita má přednost před „nadčasovým“ tématem),**
- **objevnosti, novosti, překvapivosti, neobvyklosti, originality, zajímavosti tématu,**
- **konfliktnosti tématu (kontroverzní téma má přednost před nekonfliktním).**[32]

Pro čtenáře je podstatné zejména něco, k čemu má nějaký vztah, co může nějakým způsobem ovlivnit jeho život nebo už ho ovlivňuje nyní.

Důležitý je ovšem i způsob podání informací, tedy zda je článek čtivě, srozumitelně a jednoduše napsaný a pochopitelný.

Na základě posouzení témat výše uvedenými kritérii se pak určuje, zda je potřebné je zpracovávat a pokud ano, v jaké formě (žánru) a rozsahu.

O kritériích relevance se píše například v interní redakční příručce *Co to vlastně děláme? A proč? A jak?*[33] zavedené v Mladé frontě Dnes po roce 2000 tehdejším šéfredaktorem Pavlem Šafrem: *„Relevantní je v novinách to, co čtenář ve shodě s naším*

30 Výklad pojmu celostátní je jednoznačný. Za regionální lze zjednodušeně považovat média krajská a okresní, lokální pak jsou média vycházející v jenom místě – ve městě nebo vesnici. Hyperlokální (sublokální) média pokrývají část města nebo vesnice, tedy například ulici, více ulic, čtvrť. (srov. Tušer 2010: 47–51)

31 Kritéria vycházejí z takzvaných zpravodajských hodnot, které v 60. letech 20. století stanovili badatelé Johann Galtung a Mari Ruge, další badatelé pak zpravodajské hodnoty modifikovali. Zpravodajské hodnoty lze dělit na obecné, tedy vlastnosti zpracovávané události, a zpracovatelské, tedy možnosti zpravodajského ztvárnění. Například Burton a Jirák uvádějí čtrnáct obecných zpravodajských hodnot: výskyt, blízkost, jasnost, jednoduchost, smysluplnost, novost, průběžnost, možnost dalšího vývoje, vztah k elitním národům či státům a vztah k elitním osobám či celebritám, personalizace, negativita, souznění, překvapení, předvídatelnost a variace. (Burton, Jirák, 2001: 242–246)

32 Mnozí čtenáři (diváci, posluchači) sice tvrdí, že v médiích je zbytečně mnoho negativních zpráv a že by mělo být více „dobrých“ zpráv. Výsledky čtenosti, poslechovosti a sledovanosti však stále naznačují něco jiného – „špatné“ zprávy se prodávají lépe než ty „dobré“.

33 Zhruba ve stejné době existovala v MF Dnes také příručka *Dobré noviny: Jak a co děláme v MF DNES*, ve které bylo například takzvané *Desatero inteligentně dělaných novin* – redaktoři podle něj měli posuzovat témata, zda jsou vhodná ke zveřejnění, jsou-li dostatečně přitažlivá. V současné době v MF Dnes žádné psané příručky podobného typu redaktoři k dispozici nemají, nicméně řada zásad z těch uvedených je v menší či větší míře dodržovaná dosud. (Manuál nazvaný *Dobré noviny*, v němž byly uvedeny velmi podobné zásady, existoval zhruba kolem roku 2005 také v centrální redakci vydavatelství Vltava-Labe-Press, které vydává regionální Deníky).

záměrem posoudí jako důležité a (či) zajímavé. […] Jestliže je něco důležité, musíme o tom umět přesvědčit i čtenáře. Jinak to důležité není, anebo jsme my špatnými novináři. Stručně: Irelevantní je to, co nikdo nečte.“

Na základě relevance tématu se volí rovněž jeho umístění v novinách – zda to bude hlavní zpráva na straně jedna, nebo krátká zpráva na straně tři a podobně. Správné řazení je přitom důležité nejenom pro celé noviny, ale i pro rubriky a strany (podobně je tomu u zpravodajství na internetu).

Hierarchie článků[34] se přitom určuje opět z hlediska potřeb čtenáře:

- **Pro čtenáře významnému tématu patří významné umístění v novinách (na webu),**
- **velká událost by měla mít přednost před plánovaným či zjištěným tématem,**
- **čtenáři musí být vždy na první pohled jasné, které téma na stránce je hlavní.**

Z pohledu redakce si pak každý materiál musí obhájit své zařazení v novinách i na stránce. Žurnalistické materiály netvoří novináři pro sebe, pro kamarády ani pro zdroje či informátory. Tvoří je pro čtenáře.

Podstatné není jenom řazení témat, ale také využívání žánrů při jejich zpracování. Z hlediska pestrosti novin pro čtenáře je třeba využívat více žánrů. Přitom i jedno téma, pokud to jeho význam zasluhuje, lze zpracovat více žánry (a na stránce lze kombinovat i zpravodajství s publicistikou, ale čtenáři by vždy mělo být z grafické podoby a označení materiálu jasné, co čte, zda má v článku očekávat informace, fakta, anebo názory autora textu). Psané materiály pak na stránkách doplňují fotografie, infografika, tabulky, případně grafy.

Práci s tématy v redakci velmi usnadní dvě základní a průběžně doplňované databáze přístupné všem členům redakce:

- **Centrální přehled událostí** (každý redaktor by do něj měl zapisovat všechny události, akce, pozvánky i avíza z agenturního servisu),
- **databáze námětů a témat** (každý redaktor by do něj měl zapisovat všechny náměty; z databáze pak lze vycházet, když se nic aktuálního neděje). (Čuřík a kol. 2012: 182)

34 Velmi podobně se hierarchizací zabývá také příručka *Dobré noviny: Jak a co děláme v MF DNES*.

Doporučená literatura

- Brečka, Samuel – Ondrášik, Branislav – Keklak, Richard. 2010. *Médiá a novinári na Slovensku 2010.* Bratislava: Eurokódex.
- Burton, Graeme – Jirák, Jan. 2001. *Úvod do studia médií.* Brno: Barrister & Principal.
- Jirák, Jan – Köpplová, Barbara. 2009. *Masová média.* Praha: Portál.
- McQuail, Denis. 2009. *Úvod do teorie masové komunikace*. *Čtvrté, rozšířené a přepracované vydání.* Praha: Portál.
- Tomandl, Jan. 2011. *Jak účinně oslovit média. Media relations v podnikání, správě, kultuře i neziskovém sektoru*. Brno: Computer Press.
- Tomandl, Jan. 2013. *Public relations a zpravodajství. Vliv hluboké proměny žurnalistiky na teorii a praxi vztahů s médii.* Zlín: Verbum.
- Tušer, Andrej. 2010. *Ako sa robia noviny*. 4., preprac. vydání. Bratislava: Eurokódex.

3 PRÁCE SE ZDROJI

Z každého žurnalistického textu musí být jasně patrné, odkud informace pocházejí.[35] Zdroje[36] je tedy třeba v textu článku jednoznačně explicitně uvádět a přímo citovat nebo parafrázovat (výjimkou v praxi bývají některé krátké zprávy, kde zdroje nebývají explicitně uváděny, většinou je však z textu patrné, kdo byl zdrojem informace – policie, hasiči, organizátoři popisované akce apod.).

Zdroje využívané v žurnalistice musí být pro dané téma či událost relevantní. Například na plánované změny ve zdravotnictví se novinář jistě nebude ptát údržbáře na ministerstvu zdravotnictví, ale přímo ministra zdravotnictví nebo mluvčího ministerstva.

Při využívání zdrojů by se ovšem žurnalisté neměli omezovat pouze na oficiální představitele institucí či organizací, v článcích by měli citovat zejména ty, kterých se popisovaný problém týká nejvíce, což jsou v mnoha případech „obyčejní lidé“.

Citace „obyčejných lidí“ by přitom neměly být v žurnalistických textech jen jakýmsi přívažkem někde na konci článku, zpravidla (záleží ovšem na tématu) by měly být zdroje, kterých se problém opravdu dotýká, citovány na prvním místě. Bude-li tedy novinář psát například o tom, že se zvýší věk odchodu do důchodu, měl by v článku nejprve po úvodu do problému v prvním odstavci citovat hned ve druhém odstavci ty lidi, kterých se zvýšení věku odchodu do důchodu bude týkat, a teprve potom například poslance, kteří příslušný zákon schválili či členy vlády, kteří zákon navrhli.

Obecně k základním zdrojům informací patří:

- Vlastní zjištění redaktora, například osobní účast či pozorování,
- rozhovor se svědky události, informátory nebo oficiálními představiteli,
- oficiální dokumenty všeho druhu,
- tisková sdělení, tedy tiskové zprávy či sdělení mluvčích,
- tiskové agentury,
- různé internetové stránky,
- jiná média,
- archivy a databáze.

35 Vyplývá to z podstaty žurnalistiky, ale pro jistotu: Zdroje a informace musí být vždy reálné a ověřitelné. Použití neexistujícího zdroje nebo vymyšlené informace je nejenom bezprecedentním porušením profesních žurnalistických pravidel, ale také etiky a práva. Platí to bez výjimky pro jakoukoliv informaci, pro jakýkoliv zdroj. V tomto případě nic nelze označit za maličkost.

36 Viz také oddíl *Práce se zdroji* v publikaci *Nové trendy v médiích I: online a tištěná média* (Čuřík a kol. 2012: 38–40).

V žurnalistice je také třeba rozlišovat primární a sekundární zdroje:

- **Primární zdroje** jsou ty, které novinář sám osloví (osobně, telefonicky, e-mailem, prostřednictvím Skype apod.). Jsou to také tiskové zprávy nebo dokumenty (tedy informace přímo určené pro novináře nebo různé oficiální dokumenty typu výroční zprávy konkrétní firmy). Materiály, které z takových zdrojů vycházejí, jsou považovány za autorské.
- **Sekundární zdroje** jsou například tiskové agentury, jiná média a mediální i ostatní servery a podobně. Když dá novinář materiál dohromady pouze na základě sekundárních zdrojů, tedy na základě informací, které z primárních zdrojů získal už někdo jiný, jde o kompilát (není to autorský text, novinář v podstatě vše jenom edituje, nepřidává vlastní informace z primárních zdrojů). Takové materiály by novinář neměl podepisovat svým jménem nebo zkratkou, měl by zůstat podpis toho, kdo materiál původně zpracoval, jinak jde v podstatě o krádež, přisvojení si cizích informací.

3.1 Důvěryhodné a nedůvěryhodné zdroje

Ve zpravodajství lze použít pouze důvěryhodné informace, nikoliv spekulace (pozor, informace ale lze interpretovat). Je třeba informace ověřovat z několika na sobě nezávislých zdrojů a při tvorbě zpravodajství pak vycházet z minimálně dvou, lépe tří různých zdrojů informací (výjimkou jsou krátké texty informativního, servisního charakteru).

Pokud se tedy k novináři dostane kupříkladu informace, že konkrétní úředník vzal úplatek za ovlivnění veřejné zakázky, musí pak novinář získat dostatek doložitelných důkazů z několika na sobě nezávislých důvěryhodných zdrojů, o které může zprávu opřít, a obhájit jakékoli zpochybňování, třeba i před soudem.

Ve zpravodajství musí dostat prostor k vyjádření vždy všechny podstatné strany konfliktu. Výjimečně lze informace uveřejnit bez vyjádření oponentní strany, ale pak je třeba čtenářům pravdivě a věrohodně vysvětlit, proč v článku vyjádření chybí.

Důvěryhodná informace je například ta, kterou novinář sám zjistí (je to potvrzený fakt, vidí něco na vlastní oči apod.) nebo ji má od vlastního spolehlivého zdroje.

Za důvěryhodné se považují také zprávy tiskových agentur, což znamená, že je novináři zpravidla neověřují. Neznamená to ovšem, že by i vůči těmto zprávám neměli být kritičtí a opatrní. I agenturní novináři jsou lidé, kteří mohou chybovat, a tak je lépe v případě nejistoty ověřit i agenturní zprávu.

Důvěryhodné jsou rovněž informace z oficiálních zdrojů, tedy tiskové zprávy, sdělení mluvčích, oficiální dokumenty a stanoviska, sdělení odborníků. Pozor ovšem na to, že mluvčí nebo odborníci hájí především zájmy svých institucí.

Naopak nedůvěryhodné je vše, co nelze doložit, je to spekulace, pomluva, nařčení, anonymní informace. I s takovými informacemi ovšem lze pracovat – ale s velkou opatrností a je potřeba je vždy důkladně ověřovat, potvrzovat z více na sobě nezávislých zdrojů. V mnoha případech se takové informace nepotvrdí, někdy ale mohou být základem důležité kauzy.

3.2 Způsob citace zdrojů

Zdroje je třeba v článcích citovat s úplným uvedením příslušných údajů. Nejprve se zpravidla uvádí funkce (a příslušná instituce), pak jméno a příjmení.

Funkce se uvádí jako první, protože je to pro čtenáře důležitější informace než jméno zdroje. Při dalším opakování lze uvést už jen příjmení nebo funkci, ale ne samostatně křestní jméno.

Stranická příslušnost zdroje se uvádí jen tehdy, když to má opodstatnění, zejména v politických kauzách. Příslušnost je lépe uvádět jako součást věty a stranu vypsat slovy. Méně vhodnou variantou je uvést do závorky za funkci, jméno a příjmení zdroje všeobecně známou zkratku – například ČSSD, ODS apod.

Celé oficiální názvy funkcí a institucí se většinou neuvádějí, zjednodušují se (ovšem nesmí být zkresleny!). Akademické tituly a vojenské, policejní či hasičské hodnosti se v žurnalistických textech rovněž neuvádějí (pokud to nemá přímý význam pro téma článku – když bude tématem článku případ doktora práv, který užívá titul neoprávněně, pak do textu článku titul patří, nepíše se však zkratkou, ale celými slovy).

Příklad špatného uvedení zdroje:
plk. Ing. Jiří Pelikán, ředitel Hasičského záchranného sboru Jihomoravského kraje

Příklad správného uvedení zdroje:
ředitel jihomoravských hasičů Jiří Pelikán

U citací zdrojů lze použít i dřívější vyjádření, ale je nutné to v článku uvést (protože co řekl zdroj dříve, už nyní nemusí platit, což je častý případ zvláště u některých politiků). Pokud taková citace pochází z jiného média než z toho, v němž novinář článek publikuje, je třeba uvést i odkud citace pochází (například novinář píše článek pro MF Dnes, ale dřívější citace pochází z deníku Právo – pak je třeba napsat: **... řekl už dříve deníku Právo**).

Nejmenované zdroje lze využívat jen v případě, pokud autor článku v textu čtenářům vysvětlí, proč je zdroj pro čtenáře anonymní (například že má obavy ze ztráty zaměstnání). U nejmenovaných zdrojů je také nutné popsat jejich kompetentnost (například, že jde o zdroj, který **je s příslušným spisem dobře obeznámený** nebo se **zúčastnil příslušného jednání**).

Novinář by však měl totožnost zdroje znát (existují výjimky, například u investigativní žurnalistiky[37], ale pak musí informace tím více ověřovat), i když ji pak v článku nemusí odhalit. Zachování anonymity může žurnalista zdroji slíbit, jestliže existuje reálná hrozba újmy a informace poskytnuté zdrojem jsou pro článek nezbytné. Samozřejmě, že slib je pak třeba dodržet.

Zdroj není nutné jmenovat také v případech, kdy novinář použije informace například pro dokreslení nákupní horečky v hypermarketu, demonstrace a podobně. Pak lze parafrázovat i přímo citovat odposlechnuté informace, různé výkřiky, skandování a jiné (lze uvést například: **„Bijte je!“ zakřičel jeden ze skupiny holohlavých mužů**). I v takovýchto případech ovšem musí jít o reálné citace reálně existujících lidí, novinář si nesmí v žádném případě nic vymyslet.

Při záznamu informací zdrojů novinářem je ideální pořizovat si nejenom písemné poznámky, ale i audio. Jen tak mohou být použité informace přesné a v případě potřeby doložitelné.

Na druhé straně je ovšem zpracování zvukového záznamu časově náročnější než zpracování písemných poznámek. Kompromisem může být pořizování zvukového záznamu jen u delších a podstatnějších informací.

Se zaznamenáváním informací od zdrojů souvisí také jejich srozumitelnost, nejen co se týká technické kvality záznamu. Když novinář tomu, co mu zdroj sděluje, nerozumí, měl by se zeptat znovu. A je přitom jedno, zda se přeslechl nebo nerozumí odbornému výrazu – podstatné je, aby novinář sdělovaným informacím porozuměl, jinak nemůže napsat pro čtenáře srozumitelný text.

Novinář by měl vždy zdroj, s nímž hovoří proto, aby získané informace využil v článku, seznámit se svou identitou a účelem využití informací. Neplatí to pro informace zaslechnuté na veřejnosti a na různých veřejně přístupných jednáních, fórech.

Při zjišťování informací investigativním způsobem lze odůvodněně, zvláště pokud jde o informace ve veřejném zájmu, identitu novináře zamlčet nebo ji prozradit až po získání informací.

Může jít například o test jazykových znalostí policistů – novinář se v tomto případě může vydávat za cizince, který neumí česky a potřebuje poradit, a pak může získané informace popsat v článku, aniž by předtím policistovi prozradil svou identitu.

37 Při aféře Watergate (1972), která je považována za největší investigativní kauzu v dějinách žurnalistiky, novináři deníku The Washington Post Carl Bernstein a Bob Woodward také identitu svého zdroje (vystupoval pod přezdívkou Hluboké hrdlo, podle pornografického filmu, který v 70. letech minulého století v USA vysílali) neznali.

3.2.1 Přístup k autorizaci

Autorizace je z pohledu zákona nenároková. Přístup k ní se v jednotlivých redakcích liší. Při tvorbě zpravodajství ji však novinář zpravidla nenabízí ani neposkytuje (jiné to může být například v případě lifestylových časopisů, kdy se autorizace třeba při rozhovorech s různými celebritami využívá). Pokud si ovšem není redaktor svou prací jistý, je lépe autorizaci nabídnout i v případě zpravodajství.

Při žádosti zdroje o autorizaci je vždy nutné posoudit, o jak závažnou a potřebnou informaci pro novináře jde a jak je pro ně do budoucna zdroj důležitý (zda a jak by se změnil jeho přístup při odmítnutí či naopak poskytnutí autorizace).

Pokud už se novinář se zdrojem na autorizaci domluví (což by mělo být ještě předtím, než spolu začnou „pracovně“ hovořit), musí domluvu dodržet.

Zdroj by však měl autorizovat jen ty pasáže výsledného článku, které se ho přímo týkají (tedy jeho přímé citace a faktická správnost textu, který z jeho informací vychází). Poskytuje-li novinář zdroji k autorizaci materiál ještě před konečnou editorskou úpravou, je třeba ho upozornit, že editor má právo do textu ještě zasáhnout, například ho stylisticky upravit nebo zkrátit (aniž by ale pozměnil jeho smysl). Zdroj nemůže zasahovat do skladby, obsahu a kontextu článku – je to autorské dílo, podobně jako je obraz autorským dílem malíře, který si do svého díla také nenechá zasahovat člověkem, kterého zrovna maluje.

Zdrojům má autorizace sloužit k tomu, aby se ujistily, že byly správně pochopeny, nikoliv aby vše změnily. Právě to ale bývá častým problémem – zdroj najednou bere svá slova zpět, chce do článku radikálně zasahovat, výrazně měnit jeho text.

Pak je každá rada drahá. Nejlepší je se dohodnout, ovšem ne vždy je to možné. Záleží potom na rozhodnutí redaktora, který může problém konzultovat se svým nadřízeným nebo právníkem.

Zvláště pokud jde o zpravodajství, lze informace v původní podobě zveřejnit i po odvolání informací či změně prvotního vyjádření zdroje.

Konečné rozhodnutí o tom, zda to bylo, či nebylo správné z pohledu práva, je ale až na soudu, k němuž se může zdroj odvolat.

Pokud ovšem novinář před získáváním informací zdroji jasně sdělil svou profesi (a pro jaké médium pracuje) a vyjádření zdroje nijak nezkreslil, má velmi silné postavení i v případě soudní dohry.

Při dokazování případného zkreslení či nezkreslení informací od zdroje může hrát svou roli i zvuková nahrávka pořízená novinářem.

Z pohledu práva by měl novinář před pořizováním takové nahrávky zdroj jasně upozornit, že hodlá rozhovor (například telefonický; v případě, když spolu hovoří tváří v tvář a novinář vytáhne a zapne diktafon, je to jasné i beze slov) nahrávat. Pokud zdroj odmítne, měl by mu vyhovět.

Z pohledu žurnalistické praxe už vše tak jednoznačné není. Když totiž novinář vytáhne diktafon nebo do telefonu zdroji sdělí, že hodlá vše nahrávat, v mnoha případech se začne zdroj chovat a hovořit jinak – většinou velmi strojeně a méně srozumitelně, takže vyřčená slova lze v psaném článku jen stěží použít.

Mnozí novináři proto například telefonické rozhovory nahrávají bez toho, že by na to zdroj upozornili. Jejich argument, že nahrávka jim slouží pouze jako podklad pro zpracování výsledného článku, stejně jako by si dělali poznámky z rozhovoru na papír, a že díky nahrávce mohou být použité citace daleko přesnější než v případě psaných poznámek, je z praktického žurnalistického hlediska silný argument.

Takovou nahrávku však nelze v žádném případě zveřejnit jako audio, musí opravdu sloužit jen jako novinářův „poznámkový blok“.

Na druhé straně může i takto pořízená nahrávka novináři významně pomoci v případě, že zdroj při autorizaci nebo až po zveřejnění článku nepravdivě tvrdí (což se poměrně často stává), že to, co novinář napsal, je zkreslené, že vše bylo řečeno jinak. Pak v mnoha případech stačí, aby novinář upozornil, že má rozhovor nahraný, a zdroji tedy může záznam pustit, aby oba mohli porovnat, co je na zvukovém záznamu s tím, co je v článku. Zdroj pak často ze své neoprávněné (je-li opravdu neoprávněná, udělal-li tedy novinář svou práci kvalitně) kritiky ustoupí.

V případě využívání investigativních zdrojů (utajovaného nahrávání, skryté kamery) je vše z praktického, a zejména právního pohledu ještě složitější. Takový rozbor ale přesahuje daný rozsah a zaměření této publikace.

3.3 „Klasické“ zdroje

K takzvaným základním „klasickým“ zdrojům lze řadit vlastní zjištění redaktora, tedy například osobní účast či pozorování, rozhovor se svědky události, informátory nebo oficiálními představiteli, oficiální dokumenty všeho druhu, ale také například tisková sdělení, tiskové zprávy či informace mluvčích různých institucí a organizací.

K nejvýznamnějším zdrojům by mimo vlastních zjištění redaktora měli u dobrých novinářů patřit informátoři. Takové zdroje ovšem není snadné objevit a získat a žurnalisté si je budují postupně s přibývající praxí.

Mezi těmito zdroji jsou i ty, které lze využít pro investigativní práci. Často jsou to insideři pracující v různých institucích a organizacích, kteří si nepřejí v médiích vystupovat svým jménem. Zvláště u nich musí být novinář velmi opatrný a vždy důkladně

analyzovat důvody, proč zdroj například určitou neveřejnou informaci chce prozradit a zda jde o skutečně důvěryhodnou informaci.

Oblíbené jsou i takzvané expertní zdroje – novináři často potřebují do článku doplnit stanovisko právníka, lékaře, psychologa, politologa, sociologa a podobně. Je dobré, když si žurnalista (redakce) vybuduje síť takových expertních zdrojů, které jsou schopny rychle reagovat na položené otázky. Právě rychlost totiž bývá mnohdy pro doplnění expertních vyjádření rozhodující – například novinář v deníku dnes dopoledne začne zpracovávat zprávu, k níž získá základní zdroje, a pak odpoledne potřebuje doplnit expertní zdroj, aby mohl večer předat kompletní článek editorovi a editor do tiskárny.

Mnozí experti však rychle reagovat neumějí, a tak odborník, který to dokáže, má někdy pro novináře cenu zlata. V tom se ale skrývá určité nebezpečí, že toho experta, který je ochotný, mluví s novináři a dokáže rychle reagovat, začnou využívat téměř všichni novináři ze širokého okolí a čtenáři (posluchači, diváci) se pak ve všech médiích setkávají se stejnými odborníky...

V dnešní žurnalistice se čím dál více využívá zdrojů „neosobní“ formou, prostřednictvím telefonů, Skype, sociálních sítí, e-mailů a podobně, což je ke škodě věci. Takto může novinář o hodně informací přijít, nemůže využívat (nebo využívá jen omezeně) neverbální komunikaci, nevidí některé události na vlastní oči.

Důvody pro větší využívání „neosobní“ formy získávání informací jsou ekonomické. Osobní účast novináře při událostech, akcích, jeho výjezdy za zdroji, to všechno je dražší (a zabere to mnohem více času) než například telefonát nebo e-mail a média potřebují v době, kdy jejich náklad, čtenost a tím i ekonomický výkon klesá, šetřit.

Zejména ekonomické důvody stojí rovněž za větším pronikáním informací public relations do zpravodajství. Novináři tak poměrně často (záleží ovšem na kvalitě média, kvalitnější média se snaží takovým informacím vyhýbat) využívají tiskové zprávy a informace různých mluvčích. Zcela běžně se pak (bez doplnění dalších informací z jiných zdrojů) v novinářské praxi využívají takzvané svodky hasičů a policistů, což jsou ovšem také PR informace.[38]

Ostatně bezplatné poskytování informací (což je příklad PR informací) je skutečně nejúčinnější metodou, jak ovlivnit zpravodajství. Ovšem žurnalistika a PR mají zcela rozdílná pravidla (žurnalistika, respektive zpravodajství, ctí nezávislost a vyváženost, public relations naopak jedná pouze v zájmu příslušné organizace či instituce) a tyto oblasti by se tedy neměly prolínat, žurnalisté by měli k informacím pocházejícím z PR přistupovat velmi kriticky a když už je využívají snažit se je doplnit o nezávislý pohled jiných zdrojů.

38 Zdroje pocházející z public relations lze označit za aktivní, protože samy nabízejí informace ke zveřejnění. Naopak pasivními zdroji jsou ty, které musí novináři sami oslovit. (Verner 2007: 24)

Když se ale žurnalistika a PR prolínají, redakce (a redaktoři) se stávají nástrojem politického nebo komerčního vlivu. Takový vliv může uplatňovat firma, politici, politické skupiny, ale také například zadavatel reklamy, případně i vlastník média.

Aby taková situace nenastala, musí být redakce autonomní; a předpokladem pro vysokou redakční autonomii je finanční nezávislost a ekonomická prosperita média. Ekonomicky silné médium si může dovolit například tlakům inzerce do značné míry odolávat, ekonomicky slabé nikoliv. V praxi se pak proti autonomii redakce nejvíce prohřešují zejména úžeji zaměřené zájmové a odborné časopisy (magazíny o cestování, motorismu, životním stylu, ženské časopisy a farmaceutické a lékařské časopisy).

Nezávislost redakce ohrožuje zejména spojování informací v redakční a inzertní části média – obchody, při kterých se reklamní zakázka pojí se slibem, že v redakční části bude článek o příslušném produktu, jsou neseriózní.

Zpravodajskou nezávislost ohrožuje i mediální partnerství. Kdo je spoluorganizátor či sponzor akce, stává se závislým, ztrácí odstup.

3.3.1 Tiskové zprávy

Tiskové zprávy jsou z hlediska PR jedním z nejdůležitějších prostředků práce s médii. Svůj význam pro pracovníky public relations přitom má i tisková zpráva, z níž nevzejde žádný článek – minimálně upozorní na jejich záměry novináře.

Tisková zpráva, která má pro novináře smysl, by měla vypadat podobně jako žurnalistická zpráva – měla by odpovídat na otázky **kdo, co, kdy** a **kde** atd.; na začátku by mělo být to nejdůležitější, nejzajímavější.

Nejpodstatnější ovšem je vždy téma tiskové zprávy. Jde-li o téma pro publikum média nezajímavé, nepodstatné, nemá smysl, aby s ní novinář nějak pracoval.

Tiskové zprávy jsou ovšem mnohdy nesrozumitelné, obsahují příliš mnoho odborných výrazů, jsou dlouhé, nekonkrétní, chybí v nich citace. Občas se dokonce objeví i tisková zpráva, která má informace v těle e-mailu bez diakritiky, chybí v ní kontakt nebo čas a místo konání akce.

Chybou je také to, když jsou přílohy e-mailu datově objemné nebo je jich mnoho, případně jsou přílohy v nevhodném formátu, který příjemce nemůže otevřít (text je dobré posílat jako .doc, .docx nebo .rtf, fotografie jako .jpg v dobré kvalitě, případně lze e-mailem poslat odkaz na tiskovou zprávu i s přílohami umístěnou na webu příslušné instituce).

3.3.2 Tiskové konference

Tiskové konference jsou typickou pseudoudálostí, která je inscenovaná za účelem mediace. Jedním z důvodů velkého využívání pseudoudálostí je tlak času na novináře, ale také snaha vydavatelů o snižování finančních nákladů. Výhodou je připravený informační servis pro novináře ze strany organizátorů, jenž v sobě ovšem také skrývá velký manipulační potenciál – organizátoři mají zpravidla jinou motivaci než poskytnout žurnalistům objektivní informace. (srov. Trampota 2006: 34–35)

Tiskové konference se obvykle konají dopoledne mezi 10 a 12 hodinou, zpravidla ve všední dny mimo pondělí a pátky, ovšem jsou možné i výjimky.

Organizátoři by měli novinářům poskytnout soubor tiskových materiálů, někdy jej zasílají i elektronicky a materiály lze najít i na jejich webu. Představitelé pořádající organizace by měli mít při tiskové konferenci před sebou jmenovky s uvedením funkcí, ale novináři na to nemohou spoléhat.

V oficiální části konference mohou novináři klást otázky. Pro své materiály mohou využít i odpovědi na otázky jiných novinářů bez toho, že uvedou, kdo se ptal.

Žurnalisté se mohou na tiskové konferenci ptát i na jiné věci, než které jsou tématem jednání – záleží pak na přítomných organizátorech a představitelích organizace, zda na takové dotazy skutečně odpoví.

K získávání informací využívají novináři také čas po oficiální části tiskové konference, kdy mohou jednotlivě oslovit ty, s nimiž chtějí hovořit.

Vše, co zazní na konferenci, smí novinář použít.

Dobrá tisková konference by měla trvat půlhodinu, maximálně hodinu. Existuje rovněž takzvané press foyer, které trvá cca 10 minut.

Některé tiskové konference jsou i s občerstvením. Pro dobré novináře to ale nesmí být hlavní bod programu. Pro takzvanou Holubí letku[39], která dělá ostudu všem skutečným novinářům, ovšem právě občerstvení na tiskových konferencích hlavním bodem je.

> *„Členové Holubovy letky mají čich na akce s rautem, případně alespoň s chlebíčkem a kávou. Naopak na zpravodajsky náročných akcích a v okamžicích, kdy se za pochodu píšou dějiny, je většinou nepotkáte.“ (Tomandl 2011: 150)*

Členy neformální Holubí letky jsou mnohdy bývalí novináři, kteří už nikde nepublikují, případně i jejich rodinní příslušníci. V posledních letech se však mezi Holubí letkou objevují i lidé, kteří novinářskou profesi ani nikdy nevykonávali. Letka si různými

39 Někdy se uvádí také název Holubova letka, což více odkazuje na jejího zakladatele Miroslava Holuba.

Na webu zoo je tisková zpráva ve formátu pdf, což je z hlediska žurnalistů nevhodný formát, z něhož se pro účely dalšího zpracování textu hůře kopíruje než z formátů .doc nebo .docx.

TISKOVÁ ZPRÁVA

ZOO BRNO

www.zoobrno.cz zoo@zoobrno.cz 2.10. 2014

Nevhodný titulek. Zpravodajsky relevantní informace je ta, že zoo má nyní nově plameňáky.

Proč jsou plameňáci růžoví

Od minulého týdne jsou novými obyvateli Zoo Brno plameňáci růžoví. První návštěvníci je uvidí při slavnostním otevření Africké vesnice v sobotu 4. října ve 14.00. Zatím probíhá jejich aklimatizace v novém prostředí a v nejbližších měsících plánujeme rozšíření hejna z osmi až na dvacet pět zvířat.

Nepřehledný text bez odstavců.

Plameňáci patří k velmi křehkým druhům a jejich převoz bývá vždy rizikový. Proto jsme rádi, že transporty pěti jedinců ze Švédska a tří ze Zoo Liberec proběhly bez problémů. „Po prvních čtyřech dnech v nové expozici začali ptáci přijímat standardní krmnou dávku a v dalších dnech po otevření si budou pomalu zvykat na větší pohyb návštěvníků kolem jejich expozice. Plameňáci jsou ptáci tvořící velké kolonie, u kterých s velikostí hejna roste i jejich reprodukční úspěšnost. Optimální pro začátek je mít alespoň 20 jedinců, proto se budeme snažit hejno postupně rozšiřovat.“, řekl kurátor ptáků Zoo Brno Petr Suvorov. I přesto, že žijí v koloniích, jsou monogamním druhem a v péči člověka se mohou dožít i padesáti let. Plameňáci získávají svoji neobvyklou barvu z potravy. Díky mohutnému, dolů zahnutému zobáku dokáží filtrovat vodu v poloze hlavou dolů a získávat z ní potravu, tedy především řasy a drobné živočichy, které zachycují na jazyku. Plameňáci takto nabírají a filtrují vodu až dvacetkrát za minutu, takže přijmou velké množství řas a korýšů, obsahujících pigmenty zvané karotenoidy. Ty pak zbarvují peří plameňáků do růžova. Karotenoidy, nacházející se především v sinicích a v tělech korýšů (například žábronožek), se působením jaterních enzymů rozloží na růžové a oranžové pigmentové molekuly. Účinek karotenoidů na zbarvení je dobře patrný na mladých jedincích, kteří jsou zprvu šedí a teprve postupně zrůžoví.

Chybné ukončení citace.

Monika Brindzáková
tisková mluvčí
Zoo Brno a stanice zájmových činností
725 505 376
brindzakova@zoobrno.cz
www.zoobrno.cz

Kontaktní informace.

Backgroundové informace o zoo.

Zoo Brno, která má za sebou více jak půlstoletí existence, nabízí návštěvníkům na ploše 38 hektarů jedinečnou příležitost setkat se s cca patnácti stovkami zvířat přibližně 300 druhů. V současné době představuje ideální místo pro odpočinek, relaxaci a poznání v hektickém prostředí velkoměsta - a přesto uprostřed nádherné přírody lesoparku Mniší hory v Brně-Bystrci. Brněnská zoologická zahrada je však nejenom centrem oddechu a poznání, je také odborným pracovištěm a součástí Národní sítě záchranných stanic. V jejím rámci pečuje o zraněná zvířata z okolní přírody, která po vyléčení a rekonvalescenci vrací opět na místo nálezu. Zoo Brno rovněž provozuje záchytné CITES-centrum, které přijímá zvířata zadržená celníky nelegálním obchodníkům. Spolu se Stanicí mladých přírodovědců brněnská zoo již dlouhá desetiletí pěstuje v dětech a mladých lidech vztah a úctu k přírodě, životu i sobě navzájem. Množství odborných i laických přednášek, kulturních akcí, výstav i programů pro handicapované děti – to vše dotváří činnost organizace, která je od roku 1953 nedílnou součástí jihomoravské metropole.

Ukázka 1 Tisková zpráva brněnské zoo z 2. 10. 2014. Zdroj: www.zoobrno.cz [cit. 2014-10-11]. Dostupné na internetu: <http://www.zoobrno.cz/o-zoo-brno/tiskove-zpravy>.

způsoby (například ze servisu ČTK) dokáže zjistit termíny konání tiskových konferencí, na něž se pak chodí najíst.

Název Holubí letka odkazuje na zakladatele této skupiny, která vznikla v Praze zhruba v roce 1990 kolem bývalého, nyní už zesnulého, novináře Miroslava Holuba. V současné době existují podobné stejnojmenné (někdy se jim říká také chlebíčkáři, protože rádi konzumují obložené chlebíčky) neformální skupiny prakticky ve všech velkých městech.

Problematikou Holubí letky se dokonce několikrát zabýval i Syndikát novinářů České republiky, když například zakladatele letky v roce 1999 vyloučil ze svých řad.[40]

3.4 Internet a sociální sítě

Internet obecně a také různé sociální sítě umožňují novinářům rychle nacházet velké množství informací, které dříve nebyly tak snadno přístupné nebo nebyly přístupné vůbec. Žurnalistům usnadňuje internet práci, někteří odborníci dokonce s nadsázkou říkají či píšou, že internet je pro novináře při jejich cestě za informacemi darem z nebes. (Craig 2005: 43)

Internetové zdroje však mohou znamenat také komplikaci, protože internet je otevřený jakémukoliv obsahu. Novináři by tedy měli internetové zdroje prověřovat a ověřovat nejméně stejně důkladně jako zdroje neinternetové. Je nutné například rozlišovat konkrétní internetové stránky – informace uvedená třeba na oficiálním webu ministerstva bude zpravidla mnohem důvěryhodnější než informace na webu neznámého vlastníka či autora.

Novináři rádi využívají jako zdroj také Facebook či Twitter – i zde platí, že nejde o zdroje samospasitelné, informace je třeba důkladně ověřovat (což ovšem nebývá jednoduché a roli zde při novinářské práci hraje i nedostatek času) a pokud možno používat takové zdroje pouze jako doplňující.

Ověřování informací z Facebooku nebo Twitteru nejenomže nebývá jednoduché, v mnoha případech je i nemožné. Viz například mnohé informace z míst bojů v případě různých arabských revolucí, které začaly koncem roku 2010, nebo z doby ukrajinské krize v roce 2013 a 2014. Navíc je zřejmé, že prakticky každá ze stran mnoha dnešních konfliktů využívá sociální sítě jako jednu z platforem pro šíření nejen svých „PR informací“, ale také vyloženě dezinformací.

> *„Mikroblogy jsou kvůli svému důrazu na rychlost často zdrojem dezinformací, omylů a novinářských kachen. Blogy či tradiční média mohou k jejich šíření přispět, když bez ověření využijí zprávu, kterou najdou na Twitteru. Při zemětřesení v Kalifornii*

40 Viz Syndikát novinářů ČR, z. s., Úvod, Dokumenty, kauzy, 35. Vyloučení M. Holuba a J. Krupky ze SN (tzv.“holubí letka“ – reakce J. Krupky) a 54. AV ČR vs. tzv. Holubí letka (1999) [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.syndikat-novinaru.cz/dokumenty/kauzy/>.

v červenci 2008 se šířil odkaz na video ze zasaženého místa. Na video odkázaly i některé vlivné blogy jako třeba VentureBeat.com. Ukázalo se, že video bylo falešné. Kdosi si z lidí vystřelil a pohazováním si s kamerou nasimuloval záběry zemětřesení. (Osvaldová – Tejkalová 2009: 183)

Článek postavený pouze na informacích z Facebooku nebo Twitteru prostě nebývá dobrý článek, přestože formálně novinář použije několik facebookových či twitterových zdrojů.[41] Podobně internetová encyklopedie Wikipedie by neměla novinářům sloužit jako přímý zdroj, ale maximálně jako jeden z podkladů pro základní rešerši.

Šmíd a Trunečková v publikaci *Novinář a jeho zdroje v digitální éře* (2009: 22) upozorňují, že novinář, který neopustí redakční místnost a se zdroji komunikuje pouze pomocí technologií, je ochuzen o bezprostřední styk s realitou, o neverbální součást komunikace a o možnost být autentickým prostředím inspirován k dalšímu odhalování nových faktů. Závažným důsledkem současného vývoje pak je přílišné spoléhání na možnosti komunikační a digitální techniky:

„Jednak se to projevuje v bezprostředním styku se živými zdroji, tak snadno dosažitelnými prostřednictvím mobilních telefonů. Tento způsob získávání zpráv může vyústit v přílišnou závislost na faktech a interpretacích, které dodávají vzdálení svědci, aniž si novinář může tato fakta a interpretace ověřit přímo na místě. Ale také a především při pátrání po dokumentech, z nichž ne všechny jsou digitalizované a přístupné online, a ne všechny se ocitly v zorném poli internetových vyhledávačů. [...] nemělo by se zapomínat na to, že existují také knihovny, studovny, odborné publikace, písemné archivy a evidence, které zvláště při investigativním pátrání do minulosti jsou i nadále nepostradatelným zdrojem.“ (Šmíd – Trunečková 2009: 22)

Nejjednodušší hledání na internetu je právě prostřednictvím vyhledávačů (například *Google*, v českém prostředí také kupříkladu *Seznam*). Vyhledávače však opravdu neumějí vyhledat vše a výsledky jsou navíc ovlivněny jejich provozovateli a reklamou.

Sofistikovanější hledání přímo v různých databázích je pro novináře mnohem vhodnější a informačně bohatší. Při takovém vyhledávání je však třeba mít více informací (webovou adresu databáze) než při triviálním použití vyhledávače.

Informace takzvaného neviditelného webu, k nimž mohou patřit i různé databáze, jsou dostupné jenom tomu, kdo ví, jak se k nim dostat. *„Ani sebelepší vyhledávač nenahradí novináři znalost, která by měla být součástí jeho profese – tj. znalost a obecnou povědomost o tom, kde se jaké zdroje nacházejí.“* (Šmíd – Trunečková 2009: 22)

41 Jiným druhem žurnalistiky je pak takzvaná občanská žurnalistika, kam patří například nejen klasické blogy, ale také využívání Facebooku a jiných sociálních sítí. Informací občanských žurnalistů (svědků různých událostí) mnohdy využívají i klasická média, protože jde o informace dodané prakticky okamžitě (díky přenosu fotografií i textu mobilními telefony apod.) z míst, kam se klasičtí žurnalisté tak rychle nedostanou. Občanská žurnalistika ovšem může těžko zcela nahradit klasickou žurnalistiku, mimo jiné proto, že nedodržuje obvyklá žurnalistická pravidla týkající se zejména ověřování a podobně. Takové informace pak jsou principiálně nedůvěryhodné, a jak už bylo uvedeno, může to být jedna z cest využívaných i pro záměrné šíření dezinformací.

I při využívání databází je nutné brát v úvahu jejich konkrétní zdroj. Novináři by měli využívat zdroje primární. Pokud tedy například chtějí získat údaje z Obchodního rejstříku, relevantní data získají přes Veřejný rejstřík a Sbírku listin na oficiálních stránkách českého soudnictví www.justice.cz, nikoliv kupříkladu přes adresu www.kurzy.cz (web provozuje soukromá firma), která je sekundárním zdrojem, protože přebírá informace právě z oficiálního webu českého soudnictví. Tyto informace ovšem nemusí být vždy aktuální.

K základním databázím, jež lze pro novinářskou práci využít, patří (uvedeny jsou konkrétní příklady a webové adresy z českého prostředí):

- Obchodní a živnostenský rejstřík,[42]
- katastr nemovitostí,[43]
- telefonní seznamy,[44]
- internetové mapy,[45]
- Portál veřejné správy,[46]
- web Českého statistického úřadu.[47]

3.5 Mediální databáze

Užitečným, byť sekundárním, zdrojem jsou (nejen) pro novináře mediální databáze. Poskytují přehled o tom, co média už publikovala. Novináři nebo jiní zájemci si tak mohou například udělat komplexní přehled o tom, co média zahrnutá v databázi publikovala v nějakém vybraném období o určité kauze či tématu.

V českém (databáze zahrnují i slovenská a polská média) prostředí existují dvě zásadní mediální databáze: Newton a Anopress. Byť jsou stále dvě, patří jednomu vlastníkovi – v roce 2011 získala ve firmě Anopress IT stoprocentní podíl společnost Newton Media. Newton působí na trhu od roku 1995, Anopress od roku 1997.

Newton Media poskytuje klasický monitoring médií, mediální analýzy, ale monitoruje také inzerci, reklamu a sociální sítě.

---

42 Viz Veřejný rejstřík a Sbírka listin 2012–2014 [cit. 2014-10-04].
Dostupné na internetu: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik/>.

43 Viz ÚZK nahlížení do katastru nemovitostí 2004–2014 [cit. 2014-10-04].
Dostupné na internetu: <http://nahlizenidokn.cuzk.cz/>.

44 Viz například 1188 Telefonní seznam osob a firem 2014 [cit. 2014-10-04].
Dostupné na internetu: <http://www.1188.cz/>
nebo Zlaté stránky.cz 2014 [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.zlatestranky.cz/>.
Pro novinářskou práci je dobré vědět, že zatímco seznam Zlaté stránky.cz neumí po zadání města a ulice vyhledat všechny v seznamu uvedené soukromé telefonní linky, seznam 1188 Telefonní seznam osob a firem to umí – v případě, že novinář potřebuje například rychle po telefonu oslovit třeba svědky požáru v konkrétní ulici, je takové vyhledávání velmi užitečné.

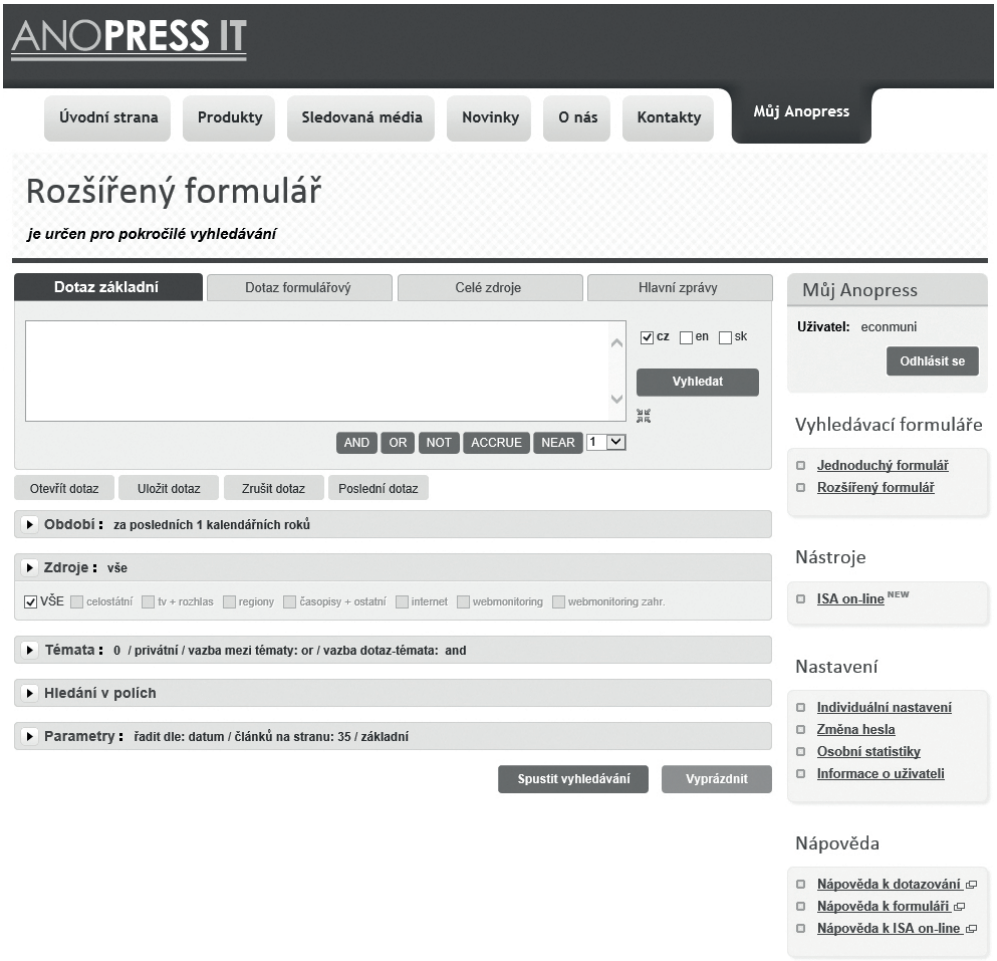
45 Viz například Mapy.cz [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.mapy.cz/> nebo Mapy Google [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <https://www.google.cz/maps/preview>.

46 Viz Portál veřejné správy [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <https://portal.gov.cz/portal/obcan/>.
Lze tam najít mimo jiné úplné znění veškerých platných českých zákonů.

47 Viz Český statistický úřad 2014 [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.czso.cz/>.

Informace lze v mediálních databázích vyhledávat pomocí fulltextu a výsledky ukládat do některého z volitelných formátů pro snadnější další zpracování dat.

Newton nabízí informace (plné znění článků) z více než 900 tištěných zdrojů. Jde především o celostátní i regionální periodika, společenské a odborné časopisy, ale i obchodní věstník a firemní newslettery. Archiv zahrnuje rovněž zpravodajství z více než tří stovek internetových serverů a přepisy (či video a audionahrávky) pořadů téměř 30 televizních a rozhlasových stanic z Česka, Slovenska a Polska. Denně v databázi přibývají desítky tisíc zpráv a měsíčně také přepisy více než 500 hodin televizních a rozhlasových pořadů.[48]



Ukázka 2 Vyhledávání zpráv v databázi Anopress. Zdroj: Anopress IT [cit. 2014-10-11]. Dostupné na internetu (placený přístup): <http://muj.anopress.cz/Search/PagesAuth/My_Search.aspx?f=3>.

48 Viz Newton media, Monitoring médií, Mediální archiv [cit. 2014-09-12]. Dostupné na internetu: <http://www.newtonmedia.cz/medialni-archiv>.

Newton nabízí mimo zprávy z České a Slovenské republiky a Polska také zajištění monitoringu z více než 10 tisíc světových, hlavně západoevropských a amerických titulů. Součástí databáze je i agenturní zpravodajství – jde o více než tisíc zpráv denně.[49]

Vzhledem k tomu, že 30. září 2014 získala společnost Newton Media většinový podíl ve stejně zaměřené slovinské společnosti MCA Grupa, rozšiřuje svůj záběr také o jihovýchodní Evropu – Slovinsko, Chorvatsko, Bosnu a Hercegovinu, Srbsko, Makedonii, Albánii, Kosovo a Černou Horu. [50]

Název: Paralyzér z tržnic může zabíjet, varuje inspekce
Zdroj: Mladá fronta Dnes
Autor: Petr Ježek
Datum: 09.10.2014
Číslo: 237
Str.: 1
Jazyk: cz
Odkaz: http://zpravy.idnes.cz/ mfdnes.asp

Klíčová slova: policie (2)

Paralyzér z tržnic může zabíjet, varuje inspekce
Ta věc vypadá na první pohled jako iPhone, ale tímhle mobilem z tržnice se určitě nikam nedovoláte. Je to nebezpečný paralyzér, který v poslední době zaplavil tržnice v příhraničí. Lidi s nemocným srdcem může jediné použití tohoto přístroje i zabít.
PLZEŇ Paralyzéry v podobě iPhonů zabavovali - jako životu nebezpečné, letos na jaře australští celníci. Teď stejné přístroje zaplavily tržnice u hranic s Německem.
Specialisté z České obchodní inspekce jich před pár dny zabavili desítky na tržnicích ve Folmavě na Domažlicku, ve Svaté Kateřině na Tachovsku i v Dragounu v Chebu.
Inspektoři zjistili, že elektrický výboj v řádu stovek tisíc voltů nic netušící uživatel spustí, když se pokusí zvýšit u falešného telefonu hlasitost hovoru.
„Zkusili jsme jen výboj, nikoli paralyzování člověka. Rána, která výboj doprovázela, byla doslova pekelná. Nebezpečí přístroje spočívá už jen v tom, že uživatel vůbec netuší, co má v ruce. O skutečné funkci výrobku se spotřebitel nedozví z návodu ani z údajů na obalu. Je tam pouze maličká etiketa s informací, že se

49 Viz Newton media, Monitorovaná média, Struktura médií [cit. 2014-09-12]. Dostupné na internetu: <http://www.newtonmedia.cz/struktura-medii>.

50 Viz Aust. O. 2014. Newton Media expanduje na Balkán. In Médiář.cz [cit. 2014-10-09]. Dostupné na internetu: <http://www.mediar.cz/newton-media-expanduje-na-balkan/>.

jedná o LED baterku," popisuje Jan Řezáč, šéf inspektorů ČOI pro Plzeňský a Karlovarský kraj.
Všechny paralyzéry v podobě mobilních telefonů, které inspektoři našli při kontrolách, okamžitě zabavili jako padělky a napodobeniny mobilních telefonů. Experti teď budou zkoumat, zda stejně jako přístroje v Austrálii mohou být i ty z českého pohraničí zdraví nebo životu nebezpečné.
Elektrický paralyzér je konstruovaný jako obranný nástroj, jehož cílem je elektrickým výbojem ochromit útočníka.
Jenže pro člověka s nemocným srdcem by stisknutí tlačítka hlasitosti na přístroji z tržnice mohlo být tím posledním, co v životě udělá. „Výboj v řádu tisíců voltů může významně poškodit zdraví. Hrozí i závažná srdeční arytmie, která v krajním případě může skončit smrtí," varuje přednosta první interní kliniky v plzeňské fakultní nemocnici Jan Filipovský i před v uvozovkách vtípky, ke kterým může někoho paralyzér v podobě mobilního telefonu svádět.
Na první pohled je skutečný iPhone od paralyzéru z tržnice nerozpoznatelný. Paralyzér má na své spodní straně jedno malé tlačítko navíc a na rozdíl od mobilního telefonu, se kterým ho pracovníci ČOI vizuálně porovnávali, nemá stříbrný rámeček po obvodu.
Kromě paralyzérů zabavovali inspektoři na tržnicích i dřevěné hračky pro nejmenší děti. Vláček i stavebnice totiž obsahovaly tak drobné díly, že by šlo dětem i o život, kdyby je spolkly.
Opakované a stále častější společné kontroly hasičů, inspektorů a příslušníků cizinecké policie na tržnicích začínají hodně znervózňovat některé tamní prodejce.
„Dokazuje to i konflikt mezi prodejcem a inspektorkou, který se stal na tržnici Dragoun. Případ si už převzala kriminální policie," naznačil šéf inspektorů Jan Řezáč. Konkrétnější ale kvůli policejnímu vyšetřování být nechtěl.
Nervozita trhovců je na místě. V průběhu pouhých tří dnů se kontroloři objevili na některých tržnicích hned dvakrát. Zkontrolovali dohromady 55 prodejních míst, v 37 inspektoři zabavovali padělky značkového oblečení, bot, opasků, luxusních hodinek, MP3 přehrávačů, radií a dalších věcí. „Za tři dny jsme zajistili 2 753 kusů výrobků porušujících práva duševního vlastnictví. V hodnotě originálů se jedná o zboží za téměř 19,5 milionu korun," dodal Jan Řezáč.
»Výboj v řádu tisíců voltů může významně poškodit zdraví. Hrozí i závažná srdeční arytmie, která v krajním případě může skončit smrtí.

Foto: Dvojčata Vlevo je nebezpečný paralyzér, vpravo skutečný telefon.
Foto: ČOI
Mutace - Mladá fronta DNES - plzeňský kraj

Ukázka 3 Text zprávy vyhledané v databázi Anopress. Zdroj: Anopress IT [cit. 2014-10-11]. Dostupné na internetu (placený přístup): <http://muj.anopress.cz/Search/PagesAuth/My_Search.aspx?f=3>.

3.6 Agenturní zpravodajství

Zatímco média připravují informace pro čtenáře, posluchače nebo diváky, tiskové agentury se zabývají poskytováním (za úplatu) informací (ve formě textu, fotografií, infografiky, audia, videa) zejména médiím, tedy novinářům, kteří je dále zpracovávají a upravené či doplněné teprve potom předkládají svému cílovému publiku.

Ve větší míře využívají média zahraničního agenturního zpravodajství, protože je jednodušeji, rychleji a díky svému velkému rozsahu zpravidla i levněji dostupné než vlastní zahraniční zpravodaj[51].

Domácí (případně ekonomické, sportovní apod.) agenturní zpravodajství využívají média jako doplněk ke zpravodajství zpracovávanému vlastními redaktory. Domácí agenturní zpravodajství přitom více využívají zejména zdarma poskytovaná tištěná média typu deníku Metro.

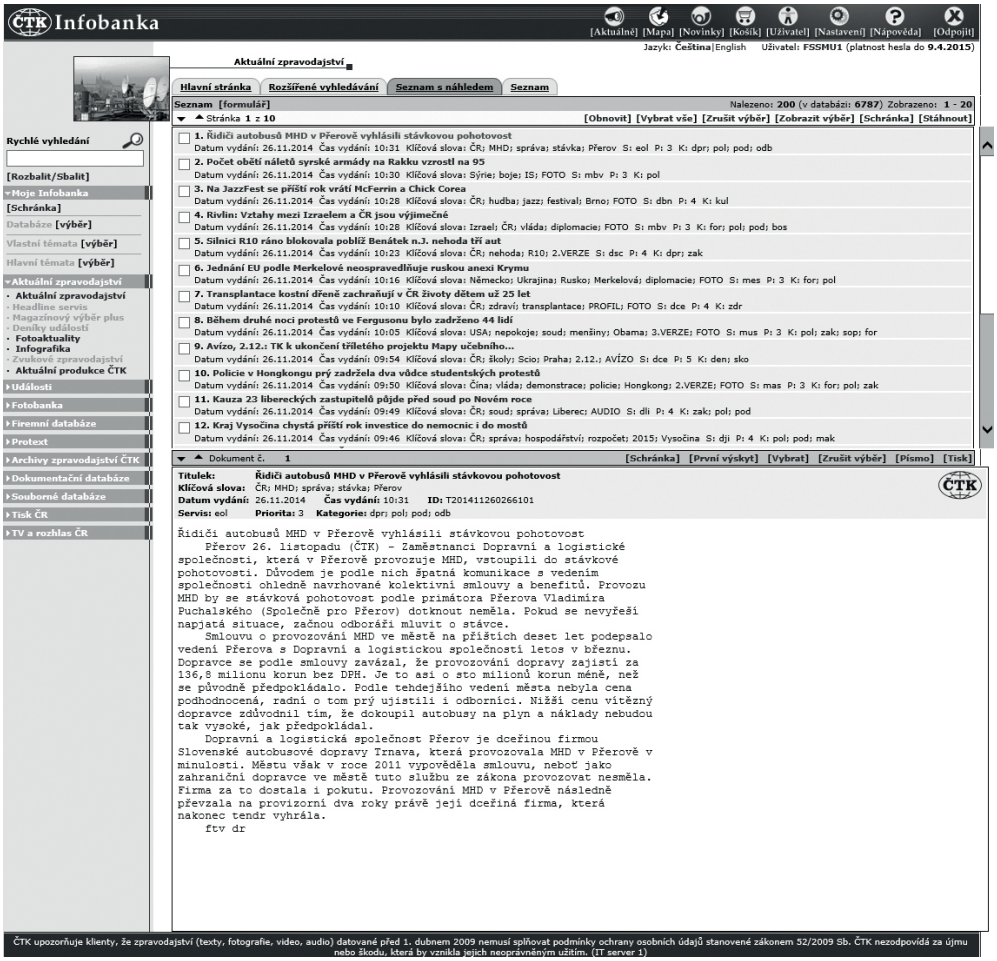
Kvalitní online a tištěná média se většinou snaží zabezpečit vlastní exkluzivní domácí zpravodajství a agentury využívají především v případech, kdy by bylo zbytečné a drahé vysílat na nějakou obecně známou akci (typicky tiskovou konferenci) svého redaktora, protože je jasné, že vše pokryje redaktor tiskové agentury a vlastní redaktor by k tomu neměl co dodat a dělal by práci, kterou redakce už stejně zaplatila agentuře (protože odebírá její zpravodajství).

Média využívají rovněž různé agenturní databáze včetně fotobank a také plány připravovaných akcí všeho druhu.

Jak už bylo uvedeno v kapitole *3 Práce se zdroji*, agenturní zpravodajství je považováno novináři za důvěryhodné, proto se zpravidla dále neověřuje. Je ovšem třeba mít na paměti, že i v tiskových agenturách pracují lidé a ti jsou někdy omylní, takže je dobré i k agenturnímu zpravodajství přistupovat kriticky a konkrétní informace alespoň zběžně vyhodnocovat (v případě podezření na chybu pak vše prověřit důkladně).

51 Na druhé straně však může být zahraniční zpravodaj konkurenční výhodou. Jak už ale bylo uvedeno, je to nákladné. Ze Zprávy pro Radu ČT o činnosti zahraničních zpravodajů v roce 2008 (ve zprávách z následujících let finanční údaje nejsou; příklad ČT uvádíme, protože údaje z komerčních médií nejsou veřejně k dispozici a pokud jde o tištěná a online média, ta pozice stálých zahraničních zpravodajů zpravidla nevyužívají, vysílají v případě potřeby na krátkou dobu své zvláštní zpravodaje) vyplývá, že jen roční mzdové náklady na jednoho redaktora činily kupříkladu ve Varšavě (podobně např. v Pekingu) zhruba dva miliony korun. K tomu je potřeba připočítat další výdaje za nájmy prostor, telefony, pohonné hmoty a podobně, což jsou další řádově miliony. Viz Fridrich 2008, [cit. 2014-09-09]. Dostupné na internetu: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocni_zpravy/prilohy_08/52.pdf>.

V České republice existuje v současné době jediná veřejnoprávní tisková agentura – Česká tisková kancelář (ČTK)[52], která zpracovává a nabízí i zprávy několika zahraničních agentur. Vznikla 28. října 1918, ve stejný den jako Československá republika, pod názvem Československá tisková kancelář.



Ukázka 4 Vyhledávání zpráv v Infobance ČTK. Zdroj: Infobanka ČTK [cit. 2014-10-11].

Dostupné na internetu (placený přístup): <https://ib.ctk.cz/Infobanka/>.

V minulosti na českém trhu působily i soukromé agentury, například zaniklá Česká tisková agentura nebo agentura Mediafax, která se nakonec změnila jen ve zpravodajský portál.

Pokusem o klasickou tiskovou agenturu byla také koncem roku 2007 (servis fungoval od září 2007) založená agentura Rebel. Vlastník, vydavatelství regionálních Deníků Vltava-Labe-Press, měl původně ambiciózní představu, že vlastní agenturou nejen nahradí do té doby odebíraný zpravodajský servis ČTK, ale že bude zprávy agentury

52 Podrobněji než tento oddíl se agenturnímu zpravodajství ČTK věnuje například publikace *Novinář a jeho zdroje v digitální éře* (Šmíd – Trunečková 2009).

Rebel nabízet i jiným médiím a dalším zájemcům (prvním odběratelem byl portál Atlas.cz). Plán se ovšem nezdařil a nyní je agentura Rebel přejmenovaná na Agenturu VLP, která funguje jen pro vnitřní potřebu vydavatelství.

Na Slovensku existuje veřejnoprávní Tisková agentura Slovenské republiky (TASR) a Slovenská tisková agentura (SITA) založená v roce 1997 a provozovaná akciovou společností.

K zahraničním agenturám hojně využívaným v Česku a na Slovensku patří Reuters, světová agentura založená v Londýně v roce 1851 a nyní sídlící v New Yorku, americká agentura Associated Press (AP) nebo mezinárodní Francouzská tisková agentura – Agence France-Presse (AFP).

Česká tisková kancelář produkuje denně více než 300 zpráv z domova i ze světa. Většina je doprovázena multimediálním zpravodajstvím, tedy fotografiemi, zvukovými nahrávkami, videem nebo infografikou. Ekonomické zpravodajství pak denně zahrnuje přes 150 zpráv o české a zahraniční ekonomice, sportovních zpráv je více než 120 denně.

Mimo klasické zprávy produkuje ČTK také takzvaný Headline servis ČTK, jejž nazývá nejrychlejším zpravodajstvím na trhu. Jde o krátké zprávy přímo od reportérů ČTK v terénu o délce maximálně 144 znaků. Denně jich vychází asi 500. Přes 100 zpráv z České republiky a ze Slovenska denně nabízí agentura rovněž v angličtině.[53]

Struktura agenturních zpráv je jednotná (obecně v podstatě stejná jako u běžných „tvrdých“ zpráv) a doprovázejí je bohatá metadata. Média, která agenturní zpravodajský servis odebírají, s agenturními zprávami dále pracují, přizpůsobují je svým požadavkům (jazyku, stylu, délce), případně i doplňují dalšími informacemi.

Základní struktura agenturní zprávy:

- **Titulek** (stručně vystihuje obsah zprávy),
- **domicil** (určení místa, kde se událost stala, obsahuje datum vydání zprávy a zkratku agentury),
- **zpráva** (v prvním odstavci je to nejdůležitější a nejnovější, v dalším textu pak podrobnosti).[54]

Každá agenturní zpráva má hlavičku s údaji, které slouží pro snadné vyhledávání, a s dalšími metadaty.

53 Viz Česká tisková kancelář, Služby, Zpravodajství [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.ctk.cz/sluzby/zpravodajstvi/>.

54 Viz Česká tisková kancelář, Služby, Výhody agenturních zpráv, Struktura agenturní zprávy [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.ctk.cz/sluzby/vyhody_zprav_ctk/struktura/>.

Údaje v hlavičce agenturní zprávy:

- **Titulek zprávy,**
- **datum, hodina** (čas vydání zprávy),
- **klíčová slova** (Všechny zprávy mají pro rychlou orientaci při vyhledávání nejméně dvě, ale zpravidla více klíčových slov vystihujících obsah zprávy. Prvním klíčovým slovem je název státu, v němž se událost stala, ve sportovním servisu název sportu. Na druhém místě jsou upřesňující slova – např. sněmovna, vláda. Na dalších pozicích pak jsou výrazy, které událost popisují ještě konkrétněji – např. nedůvěra. Zpráva o hlasování o nedůvěře vládě má tedy klíčová slova – ČR; sněmovna; vláda; nedůvěra.),
- **ID** (vnitřní řazení zprávy v redakčním systému agentury),
- **servis, region** (Třímístný kód servis má dvě složky – kód regionu a kód servisu. První písmeno určuje, do kterého základního servisu zpráva patří: d = všeobecný domácí, e = ekonomický, m = všeobecný zahraniční, s = sportovní a c = anglický. Kódu lze využít při vyhledávání informací.),
- **priorita** (kód 2 až 5 označuje důležitost zprávy),
- **kategorie** (zpráva může být v jedné nebo více tematických kategoriích, například Školství {SKO}, Věta a technika {VAT}, Zdravotnictví {ZDR}, Životní prostředí {EKL} a podobně),
- u obrazového zpravodajství, grafiky a zvuků agentura uvádí rovněž tyto údaje: **autor, lokace, audiotyp, mluví, širší tematická návaznost**.[55]

Skupina: Aktuální zpravodajství
Titulek: Po sečtení 50 procent hlasů v Praze stále vede ANO před TOP 09
Datum vydání: 11.10.2014
Čas vydání: 20:58
Klíčová slova: ČR; volby; obce; Praha; 3.VERZE
ID: T201410110567203
Servis: dce
Priorita: 3
Kategorie: pol; pod; prg

Po sečtení 50 procent hlasů v Praze stále vede ANO před TOP 09
Zprávu jsme aktualizovali po sečtení poloviny všech okrsků.

Praha 11. října (ČTK) - V Praze je po sečtení poloviny okrsků na prvním místě v klání o magistrát stále hnutí ANO s 22,62 procenta. Na druhém místě je dosud vládnoucí TOP 09 s 19,30 procenta. Podle průběžných výsledků na www.volby.cz by se v současnou chvíli dostaly do zastupitelstva také ČSSD (11,06

55 Viz Česká tisková kancelář, Služby, Výhody agenturních zpráv, Forma agenturních informací [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.ctk.cz/sluzby/vyhody_zprav_ctk/forma/>.

pct.), Trojkoalice Strany zelených, KDU-ČSL a STAN (11,01 pct.), ODS (10,54 pct.), KSČM (6,45 pct.) a Česká pirátská strana (5,31 pct.). Pořadí stran se od hranice deseti procent sečtených okrsků v podstatě nemění. Volební komisaři musí sečíst hlasy v 1104 okrscích v celkem 57 městských částech. Volební účast je zatím zhruba 35 procent.

Hnutí ANO vede i v dalších osmi krajských městech. Největším soupeřem mu jsou v Praze podle jedničky kandidátky Adriany Krnáčové lidé, kteří ovládají magistrát a jeho zákulisí. „To jsou největší nepřátelé. To jsou lidi, o kterých nevíme a kteří mohou ovládat politiku, aniž bychom o nich věděli," řekla. Případné koaliční partnery nejmenovala. Dodala, že v pražském zastupitelstvu zůstane i v případě, že se hnutí ANO nepodaří sestavit koalici a obsadit post primátorky.

„Zatím se k tomu dá jen říct to, že jsme druzí. Uvidíme, jestli se to někam posune," řekl současný primátor Tomáš Hudeček, který vede kandidátku TOP 09. Ten se v uplynulých týdnech několikrát vyjádřil, že TOP nechce spolupracovat s hnutím ANO. Stejně tak vyloučil spolupráci s KSČM.

Lídr ODS a bývalý primátor Bohuslav Svoboda i jednička kandidátky KSČM poslankyně Marta Semelová k průběžným výsledkům uvedli, že je očekávali. „Cokoliv nad deset procent budu považovat za přijatelný výsledek," řekl Svoboda.

V hlavním městě se letos do boje o magistrát přihlásil rekordní počet politických subjektů. Své kandidátky podalo celkem 31 politických stran a sdružení a Pražané volili 65 zastupitelů v jednom obvodu. Jako nové strany by se po sečtení 50 procent okrsků dostaly do zastupitelstva ANO ministra financí Andreje Babiše, Trojkoalice a Česká pirátská strana. Podle lídra pirátů Jakuba Michálka jde o „historický úspěch v komunálních volbách". „Jsme rádi, že část voličů odolala silné billboardové kampani, která byla obsahově vyprázdněná," uvedl. Lídr Trojkoalice Petr Štěpánek (SZ) uvedl, že v tuto chvíli je ve hře o sestavení koalice až pět stran. „Z hlediska výsledku je z naší strany spokojenost," řekl.

V roce 2010 bylo v Praze sedm obvodů a strany si rozdělovaly 63 mandátů. Nejvíce hlasů získala TOP 09, která měla zhruba 30 procent hlasů a měla v zastupitelstvu 26 zástupců. Druhá ODS získala 20 zastupitelů, ČSSD 14 a komunisté tři.

Jen 12 stran ze současných 31 kandidovalo před čtyřmi lety. Tehdy se dostaly do zastupitelstva čtyři strany - TOP 09, ODS, ČSSD a KSČM. Voliči z nich v sedmi obvodech vybrali 63 zastupitelů. Vítězem se stala TOP 09, která měla 26 křesel a získala přes 30 procent hlasů. Druhá ODS získala 20 mandátů, ČSSD 14

a komunisté tři. Volební lídr vítězné TOP 09 Zdeněk Tůma se ale primátorem nestal, na koalici se tehdy dohodly ODS a ČSSD.
brn jhr fln sdv mtw van mkv

Ukázka 5 Text agenturní zprávy ČTK z 11. 10. 2014. Zdroj: Infobanka ČTK [cit. 2014-10-11]. Dostupné na internetu (placený přístup): <https://ib.ctk.cz/Infobanka/>.

Agenturní zprávy se rozdělují na tyto typy:

- **Fleše** (krátké, i jednověté zprávy o překvapivé, převratné nebo očekávané, ale důležité události; po fleši brzy následuje zpráva, která původní informaci rozvádí),
- **headliny** (nejrychlejší zprávy ČTK, vycházejí ještě dříve než fleše; rozsah je 144 znaků, všechny zprávy ČTK mají svou headlinovou verzi, agentura je rozesílá i jako SMS na mobilní telefony),
- **profily** (chronologický přehled zachycující vývoj události, faktografické zpracování nebo životopisy osobností),
- **dokumenty** (původní texty bez redakčních zásahů, např. novoroční projev prezidenta, plné znění smlouvy),
- **deníky** (přehledy očekávaných událostí na nejbližší časové období 10 dnů),
- **plány** (přehledy událostí, o kterých bude ČTK informovat),
- **avíza** (oznámení o chystaných akcích),
- **souhrny** (stručné souhrny zpráv, které zaznamenávají ve zkrácené podobě vše podstatné, co se za poslední hodiny stalo; vycházejí pětkrát denně – ve 4:00, 8:00, 12:00, 16:00 a 20:00),
- **tabulky** (kurzovní lístky bank, sportovní výsledky apod.).[56]

Mimo zprávy poskytuje ČTK i databáze:

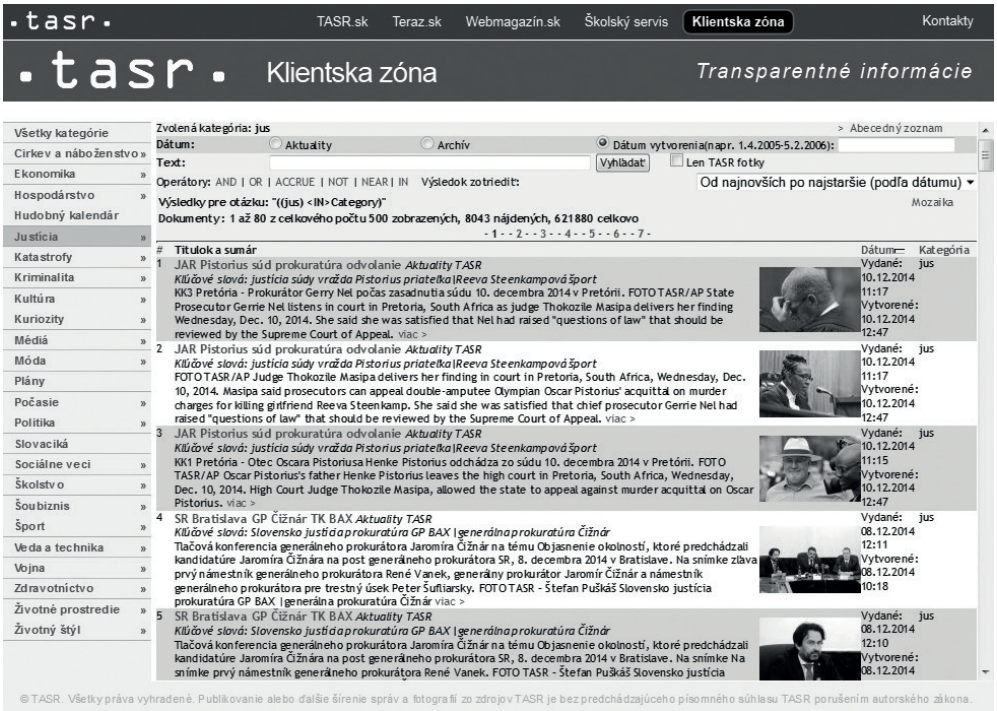
- **Archiv slovního zpravodajství v češtině a angličtině** (od roku 1988),
- **dokumentační databáze** (politické, ekonomické, historické a geografické údaje, životopisy významných osobností, významná výročí, sport),
- **fotoarchiv** (obrazová dokumentace české, slovenské i světové historie, kultury a společenského dění od začátku 20. století po současnost; více než pět milionů fotografií, z toho dva miliony digitálních),
- **prodata** (informace o tuzemských i zahraničních podnicích).[57]

PR informace pak lze najít ve službě Protext, kam mohou za poplatek vkládat své tiskové zprávy a další údaje různé firmy a instituce.[58]

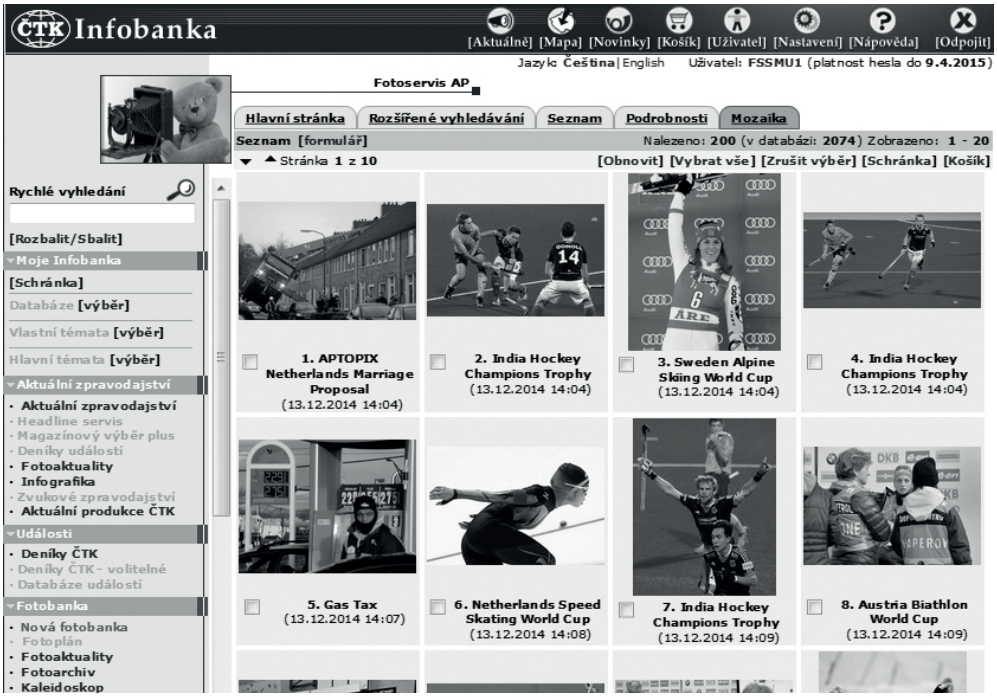
56 Viz Česká tisková kancelář, Služby, Výhody agenturních zpráv, Typy agenturních zpráv [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.ctk.cz/sluzby/vyhody_zprav_ctk/typy/>.

57 Viz Česká tisková kancelář, Služby, Databáze [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.ctk.cz/sluzby/databaze/>.

58 Viz Česká tisková kancelář, Služby, PR služby [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.ctk.cz/sluzby/protext/>.



Ukázka 6 Vyhledávání ve fotoservisu slovenské agentury TASR. Agentura má i tzv. Zónu veřejného zájmu, kde může vyhledávat kdokoliv bez zadání hesla a bez placení. Zdroj: Tasr.sk, Zóna verejného záujmu [cit. 2014-12-14]. Dostupné na internetu: <http://195.46.72.16/free/jsp3/search/FSearch3.jsp?QueryText=&SortOrder=3&date=tdx&datex=&categ=jus&pc=6>.



Ukázka 7 Vyhledávání v Infobance ČTK – Fotoservisu AP. Zdroj: Infobanka ČTK [cit. 2014-12-14]. Dostupné na internetu (placený přístup): <https://ib.ctk.cz/Infobanka/>.

Doporučená literatura

- Craig, Richard. 2005. *Online Journalism. Reporting, Writing and Editing for New Media*. Boston: ThomsonWadsworth.
- Čuřík, Jaroslav a kol. 2012. *Nové trendy v médiích I: online a tištěná média*. Brno: Masarykova univerzita.
- Osvaldová, Barbora – Tejkalová, Alice (ed.). 2009. *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Praha: Karolinum.
- Šmíd, Milan – Trunečková, Ludmila. 2009. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum.
- Tomandl, Jan. 2011. *Jak účinně oslovit média. Media relations v podnikání, správě, kultuře i neziskovém sektoru*. Brno: Computer Press.
- Tomandl, Jan. 2013. *Public relations a zpravodajství. Vliv hluboké proměny žurnalistiky na teorii a praxi vztahů s médii.* Zlín: Verbum.
- Trampota, Tomáš. 2006. *Zpravodajství*. Praha: Portál.

4 PRVKY ZVYŠUJÍCÍ ČTENOST

Prakticky každé komerční médium se snaží využívat co nejvíce možností, jak získat pozornost čtenářů (posluchačů, diváků), protože je na nich závislé. Zjednodušeně lze říci, že nebudou-li noviny čtenáři číst, nebudou mít inzerenti zájem v nich inzerovat a vydavateli budou klesat příjmy. A budou-li klesat příjmy, bude vydavatel nucen propouštět redaktory, což znamená, že bude klesat úroveň média a čtenáři nebudou mít důvod ho číst... kruh se uzavírá.

Výše uvedené platí v každém případě pro komerční média, média veřejnoprávní či státní mají jiný typ příjmů, takže nejsou na prodeji, čtenosti, sledovanosti či poslechovosti přímo závislá. Podobně je tomu u zvláštních typů médií, například u radničních novin nebo u propagačních médií.

Obecně lze získat pozornost čtenářů především obsahem, který ovšem musí být orientovaný na konkrétní cílovou skupinu. Jiným obsahem tedy přiláká pozornost bulvární médium, jiným seriózní médium.

K prvkům, které rozhodují o tom, zda si čtenář článek přečte, nebo ne, patří zejména různé vizuální prvky, titulky a zahájení textu článku.

V té souvislosti je zajímavé, že obecně příliš neovlivňuje čtenost článku jeho délka. Například při jednom z výzkumů, které si před lety nechala pomocí oční kamery dělat MF Dnes, byla mezi nedočtenými články i několikařádková krátká zpráva. Naopak na internetových zpravodajských serverech, kde se doporučuje dávat kratší texty, protože pozornost internetových čtenářů je delší dobu velmi těžké udržet, bývají hodně čtené i velmi dlouhé články – pokud jsou skutečně zajímavé, propracované a nechybí v nich příběh.

4.1 Vizuální prvky

K vizuálním prvkům využívaným v tištěných a online médiích patří zejména fotografie a infografika, především v případě online médií také video či audio.

4.1.1 Video a audio

Video a audio se využívá na zpravodajských serverech zejména jako multimediální doplněk psaného zpravodajství. Někdy se k článku připojuje pouze vybraná sekvence zvukového záznamu nebo videozáznamu, například rozhovoru, jindy bývá příspěvek ucelený, jako třeba videoreportáž. V některých případech se využívá také videopřenos v reálném čase přímo z místa události.

> *„Online editoři dobře vědí, co může s návštěvností textu udělat ikonka, že příspěvek obsahuje i video. Návštěvnost je takřka vždy značně vyšší, než kdyby byl text bez videa.“ (Tušer a kol. 2010: 315)*

Videa (s audii tedy rovněž není problém) ovšem dnes začínají pronikat i do tištěných médií. Na stránku novin či magazínu lze implementovat mikročip i s malým displejem. Zatím se taková forma využívá hlavně pro potřeby reklamy. Například do stránky v tištěném vydání magazínu *Entertainment Weekly*[59] z října 2012 byl „vlepený“ dokonce smartphone, na kterém se přehrávalo video a živé tweety. Využití videa v tisku názorně ukazuje například video *Americhip's NEW digital media: Video-in-Print na YouTube*.[60]

Pro videa a audia využívaná ve zpravodajství platí zejména dvě základní pravidla – příspěvky musí být velmi krátké, v řádu maximálně několika minut a z technického hlediska kvalitní, ne datově náročné a spustitelné ve všech běžně používaných prohlížečích.

Příklady využití videa a audia v online médiích jsou v *Příloze č. 2: Využití videa v online zpravodajství* a v *Příloze č. 3: Využití audia v online zpravodajství.*

4.1.2 Infografika, datová žurnalistika

Infografika[61] je grafika zahrnující více různých prvků s textovými doplňujícími údaji k článku. Musí být především názorná, srozumitelná a dobře vybavená textovou legendou. Neměla by být banální a nikdy ne větší, než si téma zaslouží.[62]

Infografika může být statická, používaná v tištěných médiích, ale v online médiích také pohyblivá, animovaná, s dalšími odkazy (srov. Tušer a kol. 2010: 314). Zejména v případě online infografiky je však nutné brát zřetel na to, aby nebyl výsledek příliš překombinovaný a pro čtenáře složitý a nesrozumitelný.

Podobně jako video a audio by měla být také infografika na webu z technického hlediska kvalitní, ne datově náročná a spustitelná ve všech běžně používaných prohlížečích.

S infografikou úzce souvisí pojem datová žurnalistika, která se oproti dnešní klasické „příběhové“ žurnalistice soustředí zejména na tvrdá data. Hlavním výrazovým prostředkem datové novinařiny je grafika, výsledné materiály mohou mít například podobu interaktivní mapy s popisky a krátkým textem.

59 Viz Entertainment Weekly [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://www.ew.com/ew/>.

60 Viz Americhip's NEW digital media: Video-in-Print, You Tube 2009 [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://www.youtube.com/watch?v=UaMdYrNVLG0>.

61 Něco jiného je tazvaný infobox – zvláštní text s doplňujícími údaji graficky oddělený od článku.

62 Viz *Redakčný manuál pre HN, Kritériá kvality Alebo Ako poznáme kvalitnú novinársku prácu.*

Jak začít s datovou žurnalistikou, jak data vizualizovat, poradí například datablog deníku *Guardian*[63], publikace *Data Journalism Handbook*[64] nebo z této publikace vycházející česká *Příručka datové žurnalistiky*[65].

Prvním krokem ale vždy musí být porozumění datům. *Příručka datové žurnalistiky* uvádí příklad titulku: Mezi každými 15 Evropany je průměrně jeden negramotný.

> *„Výše uvedený titulek vypadá hrozivě. A je naprosto pravdivý. Mezi půl miliardou Evropanů je 36 miliónů těch, kteří neumí číst. A podle Eurostatu také 36 miliónů těch, kterým ještě nebylo sedm let." (Příručka datové žurnalistiky 2013: 20)*

Základní vizuální podobou dat v datové žurnalistice jsou grafy všeho druhu, od sloupcových a čárových po histogramy a další typy diagramů (horizontové, sparkline nebo proudové), jež mají společný základ a specializují se na různé situace – podle množství dat, jejich zdroje nebo vzájemného vztahu mezi textem a grafikou. Často se využívají také různé mapy. (Příručka datové žurnalistiky 2013: 49)

Příklady využití infografiky jsou v *Příloze č. 4: Ukázky infografiky* a také v *Příloze č. 1: Práce s vizuálními prvky v tisku*.

4.1.3 Fotografie

K základním a nejvíce využívaným vizuálním prvkům ovšem stále patří fotografie. Obraz dokáže zprostředkovat informace mnohem jednodušeji a rychleji než text. Fotografie je vlastně vizuálně zprostředkovaná informace. (Osvaldová a kol 2011: 90)

Informaci by měla přinášet každá fotografie ve zpravodajství. Ilustrační fotografie by se měly využívat jen ojediněle, jejich výskyt však zejména na zpravodajských serverech stoupá (je to levnější, není nutné na místo vysílat fotoreportéra).

> *„Fotografie mají stejně plnohodnotnou funkci jako text. Proto klademe důraz na jejich kvalitu. Od kvality fotografií a jejich zalomení na straně se na první pohled často odvíjí hodnocení celých novin."*[66]

Brečka a kolektiv (2009: 188–189) používá v publikaci *Od tamtamov po internet* základní dělení novinářských fotografií na zpravodajské a reportážní[67]. Zpravodajské

63 Viz The Guardian, datablog, How to be a data journalist 2010 [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://www.theguardian.com/news/datablog/2010/oct/01/data-journalism-how-to-guide>. Existuje i česká platforma zájemců o datovou žurnalistiku, datablog.cz (viz Datablog.cz, Prostor pro kreativní práci s informacemi [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: http://www.datablog.cz/).

64 Viz *Data Journalism Handbook* [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://datajournalismhandbook.org/1.0/en/>.

65 Viz Fond Otakara Motejla, *Příručka datové žurnalistiky* 2013 [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://motejl.cz/#/obcansky-radce/publikace>.

66 Viz *Redakčný manuál pre HN, Kritériá kvality Alebo Ako poznáme kvalitnú novinársku prácu.*

67 Jinak řečeno tedy publicistické. Reportážní fotografie podobně jako psaná publicistika fakta jen neoznamuje, ale také zkoumá, hledá podstatu, interpretuje, je více autorská. (srov. Brečka a kol. 2009: 188)

fotografické žánry jsou přitom velmi podobné psanému zpravodajství. Ve srovnání s ním je ale fotozpravodajství omezené, protože fotografie může vzhledem ke svým výrazovým možnostem informovat pouze o některých skutečnostech. Fotografie lze ve zpravodajství využívat buď jako doplněk textového zpravodajství, nebo samostatně (jen s popiskem, případně i s titulkem).

Zpravodajské fotografické žánry:

- **Fotografická zpráva** (oproti psané zprávě dokáže odpovědět pouze na zpravodajskou otázku **co**, někdy i **kdo**, musí ji tedy doprovázet text, popisek, který odpovídá na zbývající zpravodajské otázky),
- **agenturní fotozpráva** – aktualita (z původně oficiální a protokolární fotografie se v současnosti stala fotografie živá, zaměřená na reakce aktérů, zejména politiků),
- **fotoreferát** (**rozšířená obrazová zpráva**) (soubor více fotografií, které obsáhleji popisují konkrétní událost a zachovávají přitom chronologii),
- **ilustrovaná zpráva** (v tomto případě se text stává důležitějším než obraz, fotografie text ilustruje, doplňuje, obohacuje),
- **věcná ilustrace** (podobná ilustrované zprávě, ale je méně vázaná na aktuálnost, přibližuje obsah nebo téma textového materiálu, obvykle jde o snímek účastníka rozhovoru nebo předmětu, který je úzce spjatý s příslušným tématem).
  (Brečka a kol. 2009: 189–190)

Při pořizování zpravodajských snímků (ale platí to i pro reportážní, publicistické snímky) je vždy třeba využít situace – pokud už fotoreportér na místě události je, musí pořídit více fotografií – celek, polocelek, polodetail, detail, obrázky na výšku, na šířku, z různých úhlů a podobně.

Každá fotografie by měla být technicky kvalitní, ostrá, s jasnou kompozicí, neměla by mít „rozbité“ pozadí. K obecným pravidlům zpravodajské fotografie patří to, že na každé by měl být vždy čtenáři jasný hlavní objekt zájmu, snímek by měl být akční (musí se na něm něco dít nebo se zachycený člověk musí nějak tvářit, gestikulovat apod.), nikoliv statický a měl by zachycovat emoce (ve tváři, v pohybu).

Na zpravodajské fotografii by měl být zachycen člověk (fotografovat členy redakce a rodinné příslušníky je ze žurnalistického pohledu nepřípustné, i když v některých redakcích se tak děje), jiný živý tvor nebo by měly alespoň být zabrány z neobvyklých úhlů. Lidé by na obrázcích neměli být zády, není-li to autorský záměr. U každé zpravodajské fotografie by měl být popisek, jehož součástí je jméno a příjmení fotografa, případně i název agentury či média, pro které pracuje. (srov. Čuřík a kol. 2012: 52–53)

V popisku[68] (měla by to být celá věta v přítomném čase) se zpravidla uvádí popis a místo děje na snímku (neměly by se ale opakovat informace, které lze z fotografie

68 Popisky v některých médiích obsahují i takzvaný vykopávák – název, titulek fotografie vysázený většími písmeny než zbytek popisku.

vyčíst), funkce, jméno a příjmení zobrazených lidí, jejich role a další informace potřebné pro jasnou orientaci čtenářů. Například v redakčním manuálu slovenských Hospodárskych novín se píše: *„Každá fotografie má text. Je to železné pravidlo profesionálních novin. Fotografie vždy koresponduje s textem, jako v televizi obraz se zvukem.“*[69]

Zpravodajská fotografie nemá být aranžovaná, fotograf by neměl do situace vůbec zasahovat, jen zaznamenávat. I tak je každá situace ovlivněna už jen přítomností fotoreportéra.

V současné době digitálních fotografií ovšem při nedodržování profesních žurnalistických zásad hrozí, že fotografie může být i úplně lživá. Například bývalý libanonský fotograf agentury Reuters Adnan Hajj na svém snímku z roku 2006 ve Photoshopu „naklonoval“ izraelské rakety a označil je za útočné, i když byly obranné. (srov. Lábová – Láb 2009: 52–53, 62).

Podle výzkumu Rochester Institut of Technology bylo v jen roce 2003 pořízeno ve Spojených státech amerických pro média 38 milionů fotografií – a z nich asi čtyři miliony byly pozměněny (Láb – Turek 2009: 49).

Při využívání všech vizuálních prvků je nutné (podobně jako u zpracování textových informací z různých zdrojů) klást důraz na dodržování všech autorských práv – ať už při používání převzatých fotografií či videí, různého softwaru nebo například při využívání podkresové hudby.

Příklady práce fotografiemi jsou v *Příloze č. 1: Práce s vizuálními prvky v tisku.*

4.2 Práce s titulky

Novináři často říkají, že titulek (a zahájení textu) je výkladní skříň článku. A pokud výkladní skříň čtenáře na první pohled neupoutá, jde dál a článek si nepřečte.

Titulek by měl krátce a jasně vystihovat podstatu textu, poskytovat srozumitelnou informaci, měl by být konkrétní a dynamický (se slovesem v určitém tvaru). Titulek by měl být větou s vyjádřeným podmětem a přísudkem.

Příklad špatného titulku: ***Havárie na dálnici, mnoho mrtvých***
Příklad dobrého titulku: **Při havárii na dálnici zemřelo sedm lidí**

Titulek by neměl obsahovat nic, čemu nerozumí běžný člověk, měl by být přesný, nenafukovat realitu, ale zároveň by měl využít potenciál zajímavosti, který článek obsahuje, měl by být také atraktivní novostí informace nebo i vtipem.[70]

69 Viz *Redakčný manuál pre HN, Kritériá kvality Alebo Ako poznáme kvalitnú novinársku prácu.*

70 Viz *Redakčný manuál pre HN, Kritériá kvality Alebo Ako poznáme kvalitnú novinársku prácu.*

Při snaze o atraktivnost však někdy autoři nebo editoři vytvářejí bulvární, zavádějící nebo dokonce fakticky špatné titulky. Několik příkladů významově chybných titulků je v *Příloze č. 5: Příklady problematických titulků*.

Tvorba titulků zejména v tištěných médiích má také určitá technická omezení – například počet znaků musí odpovídat šabloně v redakčním systému. Značně to omezuje výběr slov a titulky mnohdy sklouzávají například k modelovosti.[71]

4.3 Zahájení zpráv

Lead, zahájení zpráv, jejich první věty, jsou podobně jako titulek výkladní skříní článku. Proto musí být poutavé, úderné, musí čtenáře přitáhnout.

Začátek textu (ale ani zbytek) by tedy neměl být statický, autor by neměl využívat pasiva, ale ani abstraktní, nekonkrétní výrazy a spojení. Informace by měly být jasně personifikované – ne tedy například ***policie pátrá***, ale **policisté pátrají** apod.

Text by neměl začínat přímou citací, uvozovkami, ale rychlým uvedením do problému, které ovšem může mít různou formu. Přímá řeč by však měla následovat hned za prvním krátkým odstavcem.

Na začátku zprávy může být přirovnání, vtip, lze využívat metafory a podobně. Tázací věty lze užít jen s rozvahou, aby nepůsobily jako „oslí můstky“ značící bezradnost autora nad textem a návazností jednotlivých informací.

Dobrý text nemůže začínat tím, že někdo něco slavnostně otevřel, začínat je třeba podstatou, hlavním sdělením. Nelze také začínat slovy, že se něco děje už po šestnácté, že se nic nestalo, že se nic nezměnilo. Pak o tom nemá smysl psát. Zpráva také nemá začínat datem, číslem.

Žádná kvalitní zpráva nesmí začínat slovy: ***Jak jsme už informovali.*** Proč by to pak měl čtenář číst? Dobrou zprávu také nelze uvést slovy: **V některých médiích se objevila informace, že...** a podobně. Na druhé straně je ovšem nutné vždy původní zdroj informací v textu zprávy jasně a konkrétně přiznat (např. ***jako první o tom informovala MF Dnes***).

Hned na začátku zprávy by měli být lidé, autor by měl vysvětlit, co popisovaná situace znamená pro obyčejné lidi, pro čtenáře, jak je to zasáhne, ovlivní.

Špatně: ***Obec opravuje chodníky, práce skončí příští týden.***
Dobře: **Lidé budou už od příštího týdne chodit po opravených chodnících.**

Na začátku zprávy autor zpravidla cituje nejprve obyčejné lidi, až potom problém komentuje oficiální představitel.

71 Další informace k titulkům jsou v následující kapitole.

Takto se věnuje zahájení článků například interní příručka Brněnského deníku Rovnost *10 x 10 aneb 100 základních pravidel Deníku Rovnost*:

> *„Články začínáme od lidí, nikoliv od oficiálních institucí. Píšeme pro lidi. Proto texty začínáme důsledky pro naše čtenáře, pro Brňany, pro lidi.* ***2 Příklady:***
>
> *A:*
> *Firma, která šest let řešila parkování v Brně, změnila ředitele. – špatný začátek.*
> *X*
> *Ani jeden parkovací dům za šest let a mnoho planých slibů. To je zřejmě hlavní důvod, proč město vyměnilo vedení firmy Brno Parking – dobrý začátek.*
>
> *B:*
> *Krajští radní včera přijeli na Blanensko a řešili spoustu jeho problémů. Rychlostní silnici R43,... – špatný začátek – ještě horší v případě, když (a je to velice často) píšeme to, co jsme psali den předtím v pozvánce, jen změníme čas. Tak to si opravu nepřečtu...*
> *X*
> *Rychlostní silnice R43 bude stát nejdříve v roce XY. Pro mnohé obce na Blanensku v čele s Letovicemi tuto špatnou zprávu včera oznámil při své návštěvě regionu hejtman Michal Hašek. – dobrý začátek.“*[72]

Zde je několik příkladů zahájení zpráv z médií:

Klasické zahájení tvrdé zprávy odpovědí na otázku **co**, první citace je pak hned na začátku druhého odstavce:

> Začíná třetí zahraniční mise českých letců s gripeny. Po dvou působeních v Pobaltí teď budou do prosince střežit vzdušný prostor Islandu. Tam se mohou v nynější napjaté atmosféře kvůli ukrajinské krizi setkat i ruskými strategickými bombardéry na jejich dálkových cvičných letech.
> „Všichni piloti, kteří budou působit na Islandu, jsou plně vycvičeni a připraveni na úkoly spojené s létáním nad Islandem a tedy i k případnému letu na identifikaci strojů vzdušných sil Ruska,“ konstatoval jeden ze zkušených českých pilotů a velitel jednoho z rojů elitní 211. tygří letky Milan Nykodym.

Ukázka 8 Zahájení zprávy Na ruské bombardéry jsme připravení, hlásí čeští stíhači ze serveru iDnes.cz z 9. 10. 2014. Zdroj: iDnes.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://zpravy.idnes.cz/mise-ceskych-letcu-na-islandu-zacina-d7z-/zpr_nato.aspx?c=A141008_195145_zpr_nato_inc>.

72 Doslovná citace včetně několika drobných chyb či překlepů. Převzato z úplného znění příručky zveřejněné v příloze bakalářské práce Jana Němce (Němec 2013: 98–110).

Opět klasické zahájení odpovědí na otázku **co**. Pokud by autoři dali na první místo třetí větu (Čtyř set nových bytů poblíž centra města se Brňané jen tak nedočkají.), zahájení by mohlo být z pohledu čtenářů vnímáno ještě lépe – odpovídalo by totiž na otázku: *Co to znamená pro obyčejné lidi?*

> Brno – Stavba velkého komplexu mezi ulicemi Veveří a Kounicovou je opět odložená. Investor s architekty nyní přemýšlí o dalších krocích. Čtyř set nových bytů poblíž centra města se Brňané jen tak nedočkají. Stejně jako obchodů, ateliérů a restaurací, které navrhla světoznámá architekta ze Zlína Eva Jiřičná.

Ukázka 9 Zahájení zprávy Stavbu komplexu od Evy Jiřičné opět zabrzdili úředníci ze serveru Brněnský deník.cz z 8. 10. 2014. Zdroj: brnensky.denik.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://brnensky.denik.cz/zpravy_region/stavbu-komplexu-od-evy-jiricne-opet-zabrzdili-urednici-20141007.html>.

Následující zahájení už na otázku: *Co to znamená pro obyčejné lidi?* odpovídá. Autor tedy správně myslel při psaní zahájení na čtenáře:

> Brno – Pohodlně zaparkovat nedaleko magistrátu nebo třeba centra Velký Špalíček. Toho by se měli dočkat Brňané po dokončení stavby nového parkovacího domu v Panenské ulici v centru Brna.

Ukázka 10 Zahájení zprávy Parkovací dům v Panenské? Do dvou let ze serveru Brněnský deník.cz z 8. 10. 2014. Zdroj: brnensky.denik.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://brnensky.denik.cz/zpravy_region/parkovaci-dum-v-panenske-do-dvou-let-20141007.html>.

Příběhové zahájení – odpovědi na otázku **co** je předřazen alespoň náznak příběhu. Pro čtenáře velmi poutavý způsob zahájení, v současnosti velmi využívaný:

> Jižní Morava – Moudrý a rozumný člověk oproštěný od osobních záležitostí a sporů. Tak si Dalibor Dvořák z Hodonic na Znojemsku představuje ideálního starostu. Stejně jako další Jihomoravané teď řeší otázku koho volit a jak se vlastně rozhodovat.
> Jedna z věcí, která mu může pomoci najít odpověď, jsou volební kampaně.

Ukázka 11 Zahájení zprávy Lidé volí hlavně podle zkušeností a sympatií ze serveru Brněnský deník.cz z 8. 10. 2014. Zdroj: brnensky.denik.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://brnensky.denik.cz/zpravy_region/lide-voli-hlavne-podle-zkusenosti-a-sympatii-20141008.html>.

Špatné nemusí být ani zahájení otázkou (někdy však působí poněkud násilně), zde v podstatě jde rovněž o příběhové zahájení:

> Brno – Mít v dnešní době jistotu, že člověk najde práci? Stačí mít například svářečský průkaz. Uvědomuje si to i Martin Jindra, který vystudoval ekonomicky zaměřenou střední školu a nyní má problém najít místo. Rozhodl se proto pro svářečský kurz. „Neměl jsem nikdy vysokoškolské ambice, ale zároveň jsem chtěl sehnat příjemné místo v kanceláři. Na konkurzech ale mají šanci na místo jen vysokoškoláci s praxí, rozhodl jsem se proto živit rukama," řekl mladý muž.

Ukázka 12 Zahájení zprávy Jistota práce v Brně? Firmy shání svářeče ze serveru Brněnský deník.cz z 27. 9. 2014. Zdroj: brnensky.denik.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://brnensky.denik.cz/zpravy_region/jistota-prace-v-brne-firmy-shani-svarece-20140927.html>.

V současné době nejpoužívanější způsoby zahájení zpráv (srov. také různé způsoby zahájení zpráv Tušer a kol. 2010: 94–96, Verner 2007: 24, 26):

- **Akcentující** (jako první zdůrazňuje nejdůležitější bod informace, nedodržuje časovou nebo faktickou posloupnost; někdy se nezdůrazňuje to nejdůležitější, ale to nejzajímavější),
- **příběhový** (na začátku je velmi krátký mini příběh; u zprávy se na rozdíl od news feature příběh neprolíná celým textem).

Méně používané způsoby zahájení zpráv:

- **Přirovnáním, vtipem** (výborný, ovšem nelehký způsob, ne vždy autor najde skutečně vhodné přirovnání či vtip),
- **chronologicky** (v médiích nejdéle používaný způsob, popisuje událost postupně, v časovém sledu; dnešní čtenáři ovšem často nemají na takto psané texty trpělivost – než se autor dostane k podstatě sdělení, čtenář dávno přestal číst...),
- **logicky** (nejdříve odpovídá na otázku, proč se události stala, a potom teprve popisuje a shrnuje další podrobnosti, hledá příčinný vztah).[73]

73 Další informace k zahájení zpráv jsou v následující kapitole u jednotlivých žánrů.

Doporučená literatura

- Brečka, Samuel a kol. 2009. *Od tamtamov po internet*. Bratislava: Eurokódex.
- Bull, Andy. 2010. *Multimedia Journalism. A Practical Guide*. London – New York: Routledge.
- Čuřík, Jaroslav a kol. 2012. *Nové trendy v médiích I: online a tištěná média.* Brno: Masarykova univerzita.
- Data Journalism Handbook [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://datajournalismhandbook.org/1.0/en/>.
- Datablog.cz. Prostor pro kreativní práci s informacemi [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://www.datablog.cz/>.
- Láb, Filip – Turek, Pavel. 2009. *Fotografie po fotografii*. Praha: Karolinum.
- Lábová, Alena – Láb, Filip. 2009. *Soumrak fotožurnalismu? Manipulace fotografií v digitální éře.* Praha: Karolinum.
- Osvaldová, Barbora a kol. 2011. *Zpravodajství v médiích.* Praha: Karolinum.
- Příručka datové žurnalistiky. Fond Otakara Motejla 2013 [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://motejl.cz/#/obcansky-radce/publikace>.
- The Guardian. Datablog. How to be a data journalist 2010 [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://www.theguardian.com/news/datablog/2010/oct/01/data-journalism-how-to-guide>.
- Tušer, Andrej a kol. 2010. *Praktikum mediálnej tvorby.* Bratislava: Eurokódex.

5 ZPRAVODAJSKÉ ŽÁNRY A JEJICH FORMY

V této kapitole se věnujeme vybraným základním zpravodajským žánrům a jejich formám používaným v současných moderních médiích. (Popis jednotlivých žánrů srov. Čuřík a kol. 2012: 40–52.)

Věnujeme se žánrům a pravidlům používaným v tištěných a online médiích. Pro jiný typ médií sice ta zcela základní pravidla také platí, ale z jejich formy (audio a video, nikoliv text) plynou i zásadní odlišnosti.

Základní rada při psaní žurnalistických textů
Myslete na čtenáře: volte téma, které má čtenáři co říct, pište tak, aby se zpráva čtenáři dobře četla, odpovězte čtenáři na všechny otázky.

5.1 Formální náležitosti zpravodajských textů

5.1.1 Titulek

V žurnalistice se používá pojem titulek, nikoliv název.

Z titulku (zvláště zpravodajského) má být čtenáři jasné, o čem žurnalistický text pojednává.

Titulek by měl být aktivní, měl by obsahovat sloveso (editoři však někdy při změnách a zejména při krácení titulku, aby se vešel do layoutu stránky, sloveso vypouštějí).

Má být poutavý, je to spolu se zahájením článku výkladní skříň, která rozhoduje, zda čtenář bude článek číst, nebo „půjde“ dál. Titulek by měl pokud možno obsahovat sepětí s místem.

V současné době existuje i v médiích považovaných za seriózní trend psát titulky co nejpoutavěji, což mnohdy sklouzává až k jejich bulvarizaci a zkreslování významu (kdy titulek čtenáři něco slibuje, ale ve skutečnosti je obsah článku jiný). Bulvárnější než v tištěných médiích jsou přitom titulky (i celé články) v online médiích.

Titulek může mít jednu i několik vět. Na konci poslední věty titulku (i v případě, kdy je titulek jednovětý) se nepíše tečka.

V seriózních médiích by titulek neměl obsahovat vykřičník nebo otazník (což často využívá bulvár). Vykřičník titulek příliš zdůrazňuje, „křičí“, otazník zase

zpochybňuje – a proč předkládat čtenáři něco, co sám novinář neví jistě? Zpráva má na otázky odpovídat, ne je pokládat.

Otazník v titulku lze připustit v případě, když je titulek dvouvětý a první věta je otázkou, druhá pak odpovědí na ni.

Pokud titulek obsahuje přímou citaci, zpravidla se nepíše do uvozovek (v některých médiích ale uvozovky používají). Uvozovky se používají v titulku zpravidla pouze tehdy, když je celý pouze citací, neobsahuje tedy uvození, není v něm uvedeno, kdo je citován. Nepoužívají se neustálené zkratky a čísla se zpravidla vypisují slovy.

Ve zpravodajství se nepíše titulek kurzívou, ta by měly být vyhrazena pro publicistické texty.

Některé články mohou mít i nadtitulek či podtitulek. V tom případě by mělo zpravidla jít o samostatné texty, které jsou stejně jako titulek pochopitelné i samy o sobě, bez titulku. Druhá možnost je, že titulek rozvíjí to, co je v nadtitulku (například v nadtitulku je uvedeno ředitel nemocnice té a té říká, dvojtečka a titulek je pak jeho citací).

Z formálního hlediska je zvláště pro tištěná média důležitá délka titulku, která záleží na zvoleném layoutu článku a stránky. Obecně tak bývají titulky v tištěných médiích kratší než v online médiích, kde žádné striktní omezení délky „šířkou novin“ není.

5.1.2 Domicil

Domicil se používá ve zpravodajství, v publicistických textech se zpravidla nepoužívá (v některých médiích však používají domicil i u některých publicistických žánrů, například u story nebo u publicistického rozhovoru či reportáže[74], nikdy ale u žánrů názorových typu komentář, poznámka, glosa, sloupek, fejeton apod.). Jsou však i média, která domicil nepoužívají ani u zpravodajství – například deník Právo a Hospodářské noviny.

Domicil označuje místo, kde se událost stala, případně kde novinář získal informace. Vtěšinou je to název města nebo obce, v případě, že se téma týká nějaké konkrétní oblasti, pak se píše název regionu (ve formě **Jižní Morava, Střední Čechy, Novojičínsko, Břeclavsko** apod.; protože domicil je na začátku textu, píše se první písmeno vždy velké).

Lze uvádět i vícečetný domicil, v tom případě jde zpravidla o maximálně tři názvy (například **Brno, Olomouc, Ostrava**).

Zvláště v lokálních médiích se používají i domicily městských a místních částí nebo obecně známé názvy (**Brno-Komín, Praha-Řepy** a podobně).

74 Viz například Deník.cz.

V případě, že se text týká celé České republiky, píše se zpravidla domicil **Praha**, protože jde o hlavní město, méně často se používá domicil **Česká republika**.

U zahraničních zpráv by se mělo uvádět město a za ním do závorky stát. Pokud jde o notoricky známé město, stát se někdy neuvádí.

Pokud redaktor píše zprávu o události/tématu v zahraničí, ale píše ji v domovské redakci, nikoliv v cizině, uvádí se nejprve domácí domicil a pak zahraniční, například – **Praha, New York** nebo se někdy místo zahraničního města uvádí stát, například **Nový Jičín, USA**.

Způsob psaní domicilu záleží na konkrétním médiu – většinou je domicil zvýrazněný, například tučně, někdy se celý píše verzálkami, jindy jsou verzálky zapovězeny.

Po domicilu, který se zpravidla píše na další samostatný řádek pod titulek (výjimkou bývají některá krátce, kde se domicil píše na samostatný řádek nad titulek), následuje většinou buď mezera, nebo pomlčka s mezerami na obou stranách a pak zkratka autora v závorce (pokud není zkratka až na konci textu nebo není článek podepsaný celým jménem a příjmením).

Pozor – i když má článek domicil, musí být zmíněno místo děje na počátku textu.

5.1.3 Značka (zkratka) autora, podpis autora

Každý žurnalistický text by měl mít svého autora. Autor se označuje buď zkratkou, nebo celým jménem a příjmením.

Rozlišení, kdy se podepsat zkratkou a kdy celým jménem a příjmením (vždy nejprve jméno, teprve pak příjmení; nepoužívají se zdrobněliny ani domácké podoby jmen) není jednoznačné.

Lze říci, že zpravodajské texty se zpravidla podepsiují zkratkou, publicistické by pak měly být vždy podepsané celým jménem a příjmením.

Ovšem i některé zpravodajské texty lze podepsat celým jménem. Bývají to především ty obsahově důležitější, což v podstatě znamená, že i delší. Rozhodně tak nebude podepsané celým jménem a příjmením krátce, lze ale podepsat například čtyřicetiřádkovou hlavní zprávu nebo zpravodajský rozhovor. Spíše celým jménem a příjmením by se měly podepisovat také texty, které sice patří do zpravodajství, ale blíží se publicistice, například news feature.

I když autor podepíše text celým jménem a příjmením, může se editor nakonec rozhodnout (například z prostorových důvodů, když při grafické úpravě stránky nezbude na celý podpis v layoutu místo), že využije pouze autorovu zkratku. Platí to i naopak, když autor podepíše svůj text zkratkou, může to editor změnit.

Značka autora se skládá ze dvou až tří zpravidla malých písmen. Vybírá si ji každý autor sám a většinou k němu má zkratka nějaký jasný vztah, mohou to být například začáteční písmena příjmení, iniciály, část autorovy přeezdívky apod. (například Ivana Karásková – zkratka **kar**, Jaroslav Čuřík – zkratka **jč**, novinář s přezdívkou z mládí Sandokan – **san**).

Při výběru zkratky je důležité, aby ve stejném médiu už stejná zkratka neexistovala. Pokud má stejnou zkratku novinář v jiném médiu, problém to nebývá. Potíž může nastat, až novinář změní působiště – při „střetu zájmů" pak musí jeden z nich zkratku změnit.

Značka autora se uvádí buď za domicilem v závorce, nebo na konci textu na samostatném řádku, případě zarovnaná vpravo. Na konci textu může, ale nemusí být v závorce, někdy se před a za zkratku dává místo závorky spojovník.

Pokud má text více autorů, ten, který se na zpracování textu podílel větší měrou, se uvádí jako první. Pokud je autorů více než tři, zpravidla se už neuvádějí jmenovitě, ale například zkratkou oddělení nebo redakce (**red** znamená redakce, **rep** znamená reportérské oddělení, **eko** znamená ekonomické oddělení a podobně, záleží na úzu v jednotlivých redakcích).

U zpráv, které redaktor či editor pouze upravoval, kompiloval z několika agenturních zpráv (využívat agentury novinář může jen v případě, když si je médium, pro něž pracuje, platí), se uvádí pouze zkratka nebo celý název příslušné agentury (například **ČTK, AP, Reuters**), protože k agenturním informacím nijak nepřispěl informacemi, které by získal on sám ze stejných nebo dalších primárních zdrojů. Pokud by v takovém případě redaktor nebo autor svou zkratku či celé jméno a příjmení ke zprávě přidal, jde v podstatě o krádež informací (novinář by si přisvojil cizí práci).

Když ale redaktor nebo editor k upravované agenturní zprávě nebo zprávám přidá byť jedinou informaci, kterou on sám získal z primárního zdroje, přidává ke značce agentury i svou značku nebo podpis.

Další možností je (zvláště pokud redaktor má svých informací v článku více a z agentury využije jen jednu či dvě), že celý článek podepíše zkratkou nebo celým jménem a příjmení redaktor a informace z agentur odzrojuje přímo v textu zprávy (například napíše – „podle ČTK je to tak a tak" nebo „řekl agentuře ČTK ten a ten").

5.1.4 Perex

Různí autoři definují perex a lead různě. Zde za perex v souladu s praxí v mnoha seriózních médiích považujeme text obsahující obvykle shrnutí obsahu článku nebo jeho samostatný úvod umístěný pod titulkem. Perex je samostatný text, následuje

po titulku, není však jeho přímým pokračováním.[75] Začátek vlastního textu zprávy (lead) pak není pokračováním perexu, zpráva začíná, jakoby perex neexistoval.

Od ostatního textu článku je perex odlišený jiným písmem. Teprve po perexu se píše domicil a začíná vlastní čelo (lead) zprávy. V praxi mají perex pouze některé, zvláště delší, články, nejenom zprávy. Někdy bývá potíž rozlišit perex od delšího podtitulku. Z praktického hlediska je slabinou perexu to, že článek pak musí mít vlastně dva začátky, dvě otevření. (srov. Čuřík a kol. 2012: 43)

5.1.5 Lead

Lead je úvod článku, jeho čelo, v podstatě jeho první odstavec.[76] Lead není totéž co perex. Je třeba dávat pozor i na to, že začátek zprávy nemůže být přímým pokračováním titulku a stejně tak perex je samostatný text. (srov. Čuřík a kol. 2012: 43)

5.1.6 Background

Background zasazuje zprávu do širších souvislostí (např. předchozí vývoj, historické a místní souvislosti apod.). Řadí se na konec, někdy ale také na začátek zprávy (např. v případě pokračujících kauz, kdy je třeba čtenáře uvést do děje, protože nečetl předchozí články).

I když autor píše o stejné věci už poněkolikáté, vždy musí článek psát tak, aby mu rozuměl i člověk, který předchozí články nečetl.

5.2 Krátká zpráva

Zpráva je základním novinářským žánrem. Osvadlová – Halada a kolektiv v *Encyklopedii praktické žurnalistiky* uvádějí, že novinová zpráva je *„informace z události nebo jevu, který se stal nebo nestal, stane nebo nestane, odpovídá na základní otázky kdo, co, kde, kdy, rozšířená zpráva na jak a proč. Zpráva zachovává věcnou přesnost, úplnost, spolehlivost, včasnost a citovou neutrálnost.“ (Osvaldová – Halada a kol. 1999: 213)*

Krátká zpráva (někdy nazývaná také krátce, kulička, noticka) je v podstatě nejjednodušší formou zpravodajského textu.

Tušer (2010: 131) píše, že *„krátká zpráva je základní novinářská informace o společensky významné nebo zajímavé události, která přináší jeden základní, dosud neznámý fakt, příp. známý, ale vystupující v nových souvislostech. Může však informovat i o méně významných událostech s obsahem místního, lokálního významu.“*

Formální náležitosti

Jak je patrné už z názvu, jde o zprávu, která je krátká – zpravidla jde jen o několik vět. V tištěných novinách bývá zalomena na jeden nebo na dva sloupce.

75 Chybně to bývá v online článcích, kdy editor často například kvůli úspoře času vytvoří „perex“ jednoduše tím, že zvýrazní první odstavec textu, aniž by nějak řešil nenávaznost textu.

76 Podrobněji jsou způsoby zahájení zpráv popsány v předchozí kapitole.

Formální podoba se může v různých médiích lišit, ale většinou obsahuje krátká zpráva všechny náležitosti kompletního žurnalistického zpravodajského textu, tedy titulek, domicil, značku autora a vlastní text obsahu krátké zprávy.

Titulek a zahájení krátkých zpráv

Titulek krátké zprávy musí být svou délkou úměrný délce textu, bývá tedy poměrně stručný, mohou to být i jen dvě nebo tři slova (v tištěném médiu pak záleží na zalomení zprávy, pokud je zalomena na jeden sloupec, je titulek kratší, i když může být víceřádkový, většinou maximálně do tří řádků, pokud je zalomena na dva sloupce, může být o něco delší, maximálně však dvouřádkový). Někdy tak bývá obtížné zahrnout do titulku i sloveso, což by mělo být obecně pro titulky v žurnalistice a ve zpravodajství zvlášť jinak vždy pravidlem.

Typická krátká zpráva (tvrdá, hard news) v seriózním tištěném nebo online médiu začíná odpovědí na otázku **co**, protože to je ta nejpodstatnější informace, kterou má čtenář dostat – co se stalo. Pokud je na to v krátce místo, může i krátká zpráva začínat náznakem (skutečného, ne vymyšleného) příběhu, přirovnáním a podobně. Pak už se takové krátce blíží pojetí měkké zprávy (soft news), podobně jako když novinář použije nadsázku.

Obsah krátkých zpráv

Krátká zpráva by jako všechny formy zpráv měla odpovídat na základní zpravodajské otázky – **co, kdy, kde, kdo** (na odpovědi na otázky **jak** a **proč** většinou už není v krátké zprávě prostor).

Zdroje informací

V mnohých krátce není zdroj informací explicitně uveden (což není ze zpravodajského pohledu ideální), bývá však patrný z obsahu textu.

Typicky jsou krátce zpracovaná na základě policejních či hasičských informací, takzvaných svodek. Taková krátce informují například o drobné kriminalitě, dopravních nehodách nebo požárech.

Jiný typ krátce představují pozvánky na různé akce (v nich nesmí chybět informace o tom, o jakou akci jde, kdy a kde se koná, případně kde na ni lze koupit vstupenky a kolik stojí). Tento typ krátce se sice ve zpravodajství běžně využívá, ale pojetím jde v podstatě o informace public relations. Při zpracování takovýchto krátce bývají zdrojem informace od pořadatelů.

Protože jde o krátkou zprávu, bývá krátce pouze jednozdrojové a málokdy obsahuje přímou citaci (protože jen uvedení funkce, jména a příjmení citovaného zdroje by mohlo „zbytečně“ zabrat třeba jeden i více řádků v novinovém sloupci).

Přestože základní žurnalistické pravidlo zní ověřovat informace ze dvou, ještě lépe ze tří na sobě nezávislých zdrojů, u krátkých zpráv je to v praxi zbytečné, protože jde o holé, v podstatě nekontroverzní informace pocházející z relevantních zdrojů – když hasiči informují o tom, že někde hořelo a oni požár uhasili, není potřeba to pro účely krátce ověřovat, stejně tak když policisté informují, že chytili zloděje, který ukradl jízdní kolo. Podobně tomu je u krátce – pozvánky, když například představitelé divadla informují, že za týden bude premiéra konkrétního kusu.

Zdroje ovšem musí být v každém případě relevantní. O premiéře v divadle může informovat například ředitel nebo někdo z vedení divadla, případně mluvčí, pracovník propagace a podobně. Ale už těžko lze za relevantní zdroj považovat například divadelní uklízečku.

Vyzkoušet psaní krátce si lze například podle zadání v *Příloze č. 9: Cvičení – psaní krátké zprávy.*

Domicil – zde umístěný netypicky, spíše bývá až po titulku, před první větou článku.

Krátce

JIHLAVA

Zájem o kolej vysoké školy převyšuje nabídku

Vysoká škola polytechnická v Jihlavě nabízí pro nadcházející akademický rok svým studentům k ubytování na koleji v Brtnické ulici celkem 112 míst. Je to stejný počet jako loni. Zájem studentů o koleje v současnosti převyšuje nabídku, neuspokojených požadavků je kolem 15 procent. „Ceny bydlení na kolejích jsou srovnatelné s nájmy v privátech," řekla Hana Pospíchalová z kanceláře rektora. Druhá vysoká škola na Vysočině – soukromá Západomoravská vysoká škola v Třebíči – koleje nemá. (ČTK)

VYSOČINA

Dražší benzin je jen v Praze a na jihu Moravy

Ceny pohonných hmot u čerpacích stanic na Vysočině v posledním týdnu mírně vzrostly. Nejprodávanější benzin Natural 95 stojí průměrně 37,12 koruny za litr, o šest haléřů více než minulý čtvrtek. Průměrná cena za litr nafty se zvýšila o dva haléře na 36,50 Kč. Podle aktuálních údajů společnosti CCS, která ceny pohonných hmot sleduje, jsou v Česku dražší jen čerpací stanice v Praze a na jihu Moravy. Na Vysočině jsou pohonné hmoty dlouhodobě nejdražší na Havlíčkobrodsku. Nejvýhodnější ceny jsou naopak v okrese Třebíč. (ČTK)

Zkratky je lépe nepoužívat, lépe než Kč je měnu vypsat celým slovem.

JIHLAVA, ČESKÝ KRUMLOV

Havířci v Krumlově zaujali japonské turisty

Jihlavští zástupci se o víkendu zúčastnili osmnáctého setkání havířských měst v Českém Krumlově. Jihlava se už tradičně představila početnou skupinou. „V historických ulicích krásného města to jihlavským havířkům, konšelům a městské gardě opravdu slušelo. Průvod prošel zcela zaplněným městem, setkal se s velkým zájmem turistů, kteří dostávali od zástupců města drobné propagační materiály," uvedl mluvčí magistrátu Radek Tulis. Zejména havířci, ale i jihlavské měšťanky a garda byli podle Tulise těmi, s kým se především japonští turisté fotili nejvíce. Příští rok bude havířský průvod v Jihlavě pravděpodobně od devatenáctého června. (rl)

Zahájení – zde a u první krátké zprávy odpovědí na otázku kdo, lépe je hned v úvodu odpovídat na otázku co (jako u zprávy prostřední).

Ukázka 13 Krátké zprávy z titulní strany jihlavské přílohy MF Dnes z 29. 9. 2014. Zdroj: MF Dnes

Náhrada domicilu – určení oblasti, které se zpráva týká.

■ STATISTIKA

Americká ekonomika sílí, ukázala data o spotřebě

Spotřebitelské výdaje Američanů se v srpnu výrazně zvýšily a zrychlil se i nárůst jejich příjmů. Včerejší údaje ministerstva obchodu USA potvrzují trend zesilování růstu největší světové ekonomiky. Výdaje proti předešlému měsíci stouply o 0,5 procenta, a po červencové stagnaci tak zopakovaly červnové tempo růstu. Příjmy díky růstu mezd a platů vzrostly o 0,3 procenta, mírně rychleji než v předcházejícím měsíci.

■ KOMODITY

Ceny ropy klesly. Tentokrát i kvůli Číně

Světové ceny ropy včera obnovily pokles a severomořská ropa Brent se znovu přiblížila svému dvouletému minimu z minulého týdne. Ropný trh podkopaly slabé údaje z čínské ekonomiky spolu se silným kurzem dolaru a nadále jej sráží vysoká nabídka suroviny ve světě. Cena Brentu klesla o 20 centů na 96,80 dolaru za barel. Stejně jako ropa WTI míří ke třetí měsíční ztrátě za sebou.

■ AUTA

Auto ESA otevře pobočku v Ostravě

Druhý největší tuzemský autobazar Auto ESA otevře od října novou pobočku v Ostravě. Náklady na vybudování třetí mimopražské prodejny přesáhly sedm milionů korun. Firma to uvedla v tiskové zprávě. Firma očekává, že v prvních šesti měsících prodá v Moravskoslezském kraji prostřednictvím této pobočky nejméně 100 vozidel měsíčně.

Netypicky chybí značka autora – HN krátké zprávy nepodepisují.

Ukázka 14 Krátké zprávy z Hospodářských novin z 30. 9. 2014, s. 12. Zdroj: HN

5.3 Zpráva

Zpráva (rozšířená) je základním žurnalistickým žánrem, který čtenáři odpovídá na otázky co, kdo, kdy, kde a jak, případně i proč. Přináší ucelenější informace než krátká zpráva, rozšiřuje ji, uvádí další podrobnosti, skutečnosti a citace.

Někteří odborníci používají pro jeden z druhů rozšířené zprávy také termín komentující rozšířená zpráva. Například Tušer a kol. (2010: 104) píše, že taková zpráva může obsahovat i autorův komentář k popisované události či tématu, tento komentář by ovšem neměl být obsáhlý.

Z hlediska principů zpravodajství je vložení názoru autora do zprávy porušením jednoho ze základních pravidel. Vkládáním vlastního autorského názoru do zprávy ovšem není, když novinář ve zprávě fakta také analyzuje a interpretuje.

> *„Moderní zpráva využívá nejenom základní popis situace, ale i metody analýzy a příběhu. Díky tomu směřuje k podstatě a autenticky reflektuje skutečný život. Zároveň však nepodsouvá čtenáři subjektivní hlediska a nikdy nemanipuluje realitou ve prospěch nějakého, i když možná dobře míněného, zájmu.“*[77]

Formální náležitosti

Každá zpráva musí obsahovat všechny náležitosti kompletního zpravodajského textu, tedy titulek, domicil, značku (nebo úplný podpis) autora a vlastní text obsahu.

Formální podoba zpráv se může v různých médiích lišit, například deník Právo téměř nepoužívá domicily a místo podpisu je u některých zpráv uvedeno Vlastní zpráva.

Titulek a zahájení

Titulek rozhoduje, zda čtenář bude číst dál. Proto nejenom informuje o obsahu sdělení, ale už na první pohled musí čtenáře upoutat.

77 Redakčný manuál pre HN, Kritériá kvality Alebo Ako poznáme kvalitnú novinársku prácu.

Zpráva by neměla začínat přímo citací, uvozovkami, protože pak chybí čtenáři uvedení do tématu. Pozor také na to, že začátek zprávy nemůže být pokračováním titulku; stejně tak perex, pokud je ve zprávě použitý (viz vysvětlení pojmu perex výše), je samostatný text.

V klasické podobě zprávy patří to nejdůležitější (tedy odpověď na otázku **co**) na začátek, aby šla zpráva krátit od konce.

Dnes se odpovědi na otázku **co** často předřazuje příběh – jedna či několik vět na začátku článku s naznačením konkrétního (samozřejmě ne vymyšleného) příběhu konkrétního člověka.

Zpráva tedy nemusí začínat „tvrdou" podstatou, ale na začátku může být i přirovnání, vtip (například: **Dřevorubec v Kanadě a na Šumavě je na tom stejně – za jeden den si vydělá na cestu do Prahy...**) nebo už zmíněný příběh. Začátek však musí být poutavý a úderný, aby čtenáře povzbudil k dalšímu čtení (zpráva může například začínat slovy naznačujícími spor, konflikt, což povzbuzuje čtenářský zájem – **přestože, ačkoliv, i když,** ...).

Obsah

Základní otázkou, kterou by si měl novinář položit ještě předtím, než začne na tématu pracovat, je: *Co to znamená pro čtenáře?* Pokud si odpoví, že nic, nebo téměř nic, nemá smysl, aby na tématu začal pracovat. Pokud si odpoví, že to konkrétně něco znamená, že téma ovlivní čtenářům život, že se jich nějak dotkne, teprve pak má smysl z něj zpracovat zprávu.

Zpráva by měla být postavena právě na tom, co daná fakta znamenají pro čtenáře – takže dobrá zpráva není, že zastupitelé změnili územní plán města a co o tom říká starosta, ale že obyvatelé města přijdou o park, kam byli zvyklí chodit, protože ho zastupitelé zařadili mezi plochy využitelné k zastavění obchodními budovami.

Zároveň v každé zprávě musí hovořit hlavně ti, kterých se problém přímo týká, tedy ne pouze kupříkladu starosta, ale hlavně obyvatelé obce, nejen poslanci, ale hlavně voliči a podobně.

Hlavní zásadou každého zpravodajství je, že do něj nepatří názor autora. Něco jiného ovšem je, když autor některá fakta analyzuje a interpretuje. A právě to ukazuje výše uvedený příklad – ne tedy prvoplánově město má nový územní plán, ale lidé přijdou kvůli tomu, že zastupitelé schválili nový územní plán, o kus zeleně (a dalším krokem by mělo být pátrání, proč takovou změnu zastupitelé udělali, jestli za tím náhodou nemohou být nějaké nekalé vazby na developery a podobně).

Klasickou strukturou zprávy je obrácená pyramida (protože pak se dá zpráva jednoduše krátit od konce, kde jsou ty nejméně podstatné informace):

1. odstavec: podstata a nejdůležitější informace.
2. odstavec: citace člověka, který má k události vztah.
3. a další odstavec: rozvíjení informace a reakce dalších aktérů nebo téhož člověka.
4. background, pozadí události, souvislosti.

Grafické znázornění obrácené pyramidy:

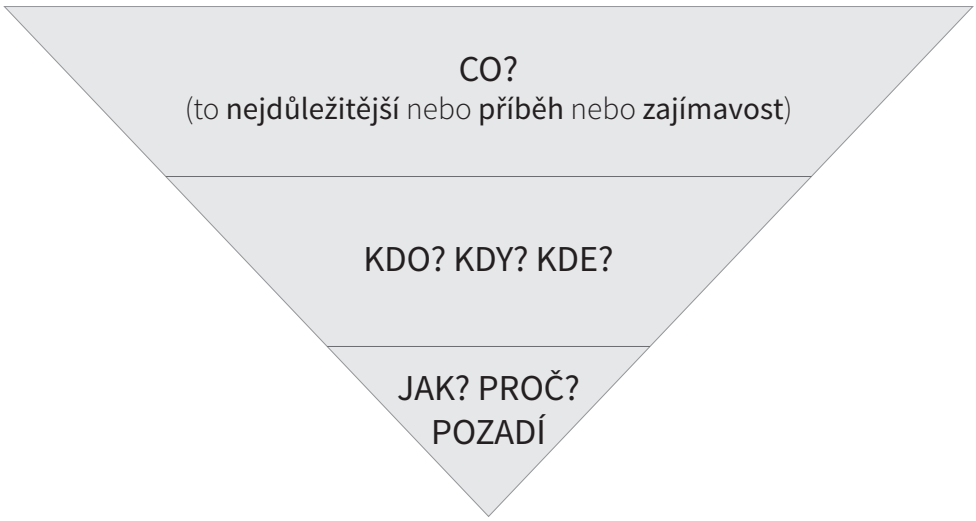


Schéma 1: Obrácená pyramida – podoba zpravodajských textů. Zdroj: vlastní schéma

Zpráva se píše v minulém čase, musí být vícezdrojová a musí odpovídat na už výše uvedené základní zpravodajské otázky: **co, kdy, kde, kdo, jak, proč** (případně s **kým, pro koho** a **za co**).

Zpráva by měla být napsaná srozumitelně, nesmí vzbuzovat pochybnosti. Čtenář musí dostat odpověď na všechny otázky. Pokud si čtenář zprávu přečte a má spoustu otázek nezodpovězených, odvedl novinář špatnou práci.

Jazyk zprávy musí být srozumitelný, jednoduchý, bez slangu, cizích slov a zkratek. Je také třeba vyhýbat se klišé. Dynamiku textu pak zabezpečí používání zejména krátkých vět a odstavců.

Zdroje informací

Každá zpráva by měla vycházet ze dvou nebo více různých zdrojů. Důraz je na různých, znamená to, že jde o zdroje, které zastávají různá stanoviska, mají na téma nebo událost rozdílné názory (za dva různé zdroje tedy zpravidla nelze považovat například ředitele firmy a jeho náměstka, pokud ovšem nevedou o něco spor).

Zdrojem ve zpravodajství by měli být lidé, kteří jsou kompetentní poskytnout k danému tématu relevantní informace. Znovu zdůrazňujeme, že v textu nemohou mluvit jen politici, úředníci či odborníci, novináři by měli dát prostor především oby-

čejným lidem, jichž se problémy týkají nejvíc (obyčejní lidé by měli být citováni nejlépe jako první, nikoliv až nakonec jako přívažek).

Prvním a hlavním zdrojem v tématu o opravě kanalizace v ulici by tak neměl být například starosta, který se bude chlubit, že na akci získal prostředky z Evropské unie, ale třeba maminka, která ulicí už několik měsíců tahá kočárek v bahně jenom proto, že sjednananá firma pracuje příliš pomalu).

Pozor na možnost ovlivňování ze strany zdrojů – o tom, co je důležité, rozhoduje zájem čtenáře, nikoliv zdroje.

Stavbu komplexu od Evy Jiřičné opět zabrzdili úředníci
8.10.2014
Brno – Stavba velkého komplexu mezi ulicemi Veveří a Kounicovou je opět odložená. Investor s architekty nyní přemýšlí o dalších krocích. Čtyř set nových bytů poblíž centra města se Brňané jen tak nedočkají. Stejně jako obchodů, ateliérů a restaurací, které navrhla světoznámá architekta ze Zlína Eva Jiřičná.
Více než pět let odkládanou stavbu velkého komplexu mezi ulicemi Veveří, Kounicovou, Pekárenskou a Závodní zdrželo další rozhodnutí magistrátu. Konkrétně odbor územního a stavebního řízení opětovně zrušil územní rozhodnutí z prosince minulého roku.
Proti rozhodnutí se totiž odvolalo dvanáct obyvatel bydlících v blízkosti plánovaného centra. Vadilo jim například, že sedmipatrové budovy budou mít špatný vliv na oslunění okolí nebo že nesouhlasí s územním plánem města.
Investorská společnost Veveří Centre, která pozemek vlastní, nyní přemýšlí, jak bude pokračovat dál. „Zatím nevíme, jaká bude budoucnost projektu. S návrhem jsme seznámení teprve krátce a snažíme se v něm zorientovat," uvedl projektový manažer společnosti Ivo Adamčík.
Potvrzuje to i architekt Petr Vágner z ateliéru Evy Jiřičné AI Design. „Je možné, že projekt budeme muset upravit. V tuto chvíli o tom jednáme s investorem. Myslím, že budeme mít více jasno asi za čtrnáct dní," řekl Vágner.
Další odložení stavby mrzí například Alenu Stárkovou, která bydlí nedaleko. „Na to, že je to oblast skoro v centru, mi přijde hrozně zanedbaná a ošklivá. Hezký nový dům by určitě pozvedl úroveň celého okolí," mínila Stárková.
Analytik a ekonom Michal Kozub věří, že byty potenciální nájemníky najdou. „Je jich sice nezvykle mnoho, ale bydlení v centru je pro lidi zajímavé. Obzvlášť pro lidi na manažerských postech a generaci singles bez rodiny a dětí. Rodiny naopak více hledají

byty na okrajích města blízko přírody, kde se také podobným projektům daří," vysvětlil Kozub.
Bytový komplex Veveří ležící na místě bývalých vojenských skladů navíc není jediný návrh architekty Jiřičné či jejího ateliéru, který v Brně neuspěl. Například rekonstrukce funkcionalistického hotelu Avion v České ulici je zatím v nedohlednu a ze slibovaného 117 metrů vysokého mrakodrapu s názvem Heršpický palác nestojí ještě ani metr.
Podle jednatele investorské společnosti HS-Investment Michala Vrbky tomu tak ještě dlouho bude. „Projekt nyní stojí a nachází se ve fázi studie, práce na něm zatím nepokračují," uvedl Vrbka.
Neúspěch návrhů Jiřičné komentoval i Vágner. „Je pravda, že našim velkým projektům se v Brně jaksi nedaří," podotkl Vágner.
Historie komplexu na Veveří se začala psát v roce 2007, kdy si společnost zažádala o územní rozhodnutí. Stavět chtěla začít o tři roky později. Avšak už v roce 2009 úředníci magistrátu územní rozhodnutí zrušili a poslali ho investorovi na přepracování.
Projekt nabral druhý dech v roce 2013, kdy si investor podal další žádost o územní rozhodnutí. Ani s tou ale neuspěl.
TOMÁŠ KREMR
PETR JEŘÁBEK

Ukázka 15 Text zprávy (rozšířené) ze serveru Brněnský deník.cz z 8. 10. 2014. Zdroj: brnensky.denik.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://brnensky.denik.cz/zpravy_region/stavbu-komplexu-od-evy-jiricne-opet-zabrzdili-urednici-20141007.html>.

Lead – čelo, zahájení článku, úvodní odstavec, text pod perexem (nebo pod titulkem, nemá-li článek perex), nenavazuje na perex ani na titulek.

Perex – samostatný text pod titulkem odlišený jiným typem písma, nenavazuje na titulek.

Domy od Jiřičné zbrzdil úřad

Stavba **velkého komplexu** mezi ulicemi Veveří a Kounicovou je opět odložená. Investor s architekty nyní přemýšlí o dalších krocích.

TOMÁŠ KREMR
PETR JEŘÁBEK

Brno – Čtyř set nových bytů poblíž centra města se Brňané jen tak nedočkají. Stejně jako obchodů, ateliérů a restaurací, které navrhla světoznámá architektka Eva Jiřičná. Víc než pět let odkládanou stavbu velkého komplexu mezi Veveří, Kounicovou, Pekárenskou a Závodní ulicí zdrželo další rozhodnutí magistrátu. Odbor územního a stavebního řízení opětovně zrušil územní rozhodnutí z prosince minulého roku. Odvolalo se totiž dvanáct obyvatel bydlících v blízkosti plánovaného centra. Vadilo jim, že sedmipatrové budovy budou mít špatný vliv na oslunění okolí nebo že nejsou v souladu s územním plánem města.

Investorská společnost Veveří Centre, která pozemek vlastní, nyní přemýšlí, jak bude pokračovat dál. „Zatím nevíme, jaká bude budoucnost projektu. Rozhodnutí známe teprve krátce a snažíme se v něm zorientovat," uvedl projektový manažer společnosti Ivo Adamčík.

Potvrzuje to i architekt Petr Vágner z ateliéru Evy Jiřičné AI Design. „Je možné, že projekt budeme muset upravit. V tuto chvíli o tom jednáme s investorem. Víc jasno bude asi za čtrnáct dní," řekl Vágner.

Další odložení stavby mrzí například Alenu Stárkovou, která bydlí nedaleko. „Na to, že je to oblast skoro v centru, mi přijde hrozně zanedbaná a ošklivá. Hezký nový dům by určitě pozvedl úroveň okolí," minila Stárková.

Analytik a ekonom Michal Kozub věří, že byty potenciální nájemníky najdou. „Je jich sice nezvykle mnoho, ale bydlení v centru je pro lidi zajímavé. Obzvlášť pro lidi na manažerských postech a generaci singles bez rodiny a dětí. Rodiny naopak častěji hledají byty na okrajích města blízko přírody," vysvětlil Kozub.

Bytový komplex Veveří ležící na místě bývalých vojenských skladů navíc není jediný návrh architektky Jiřičné či jejího ateliéru, který v Brně neuspěl. Například rekonstrukce funkcionalistického hotelu Avion v České ulici je zatím v nedohlednu a ani ze slibovaného 117 metrů vysokého mrakodrapu s názvem Heršpický palác nestojí ještě ani metr.

komplex veveří

Čtyři sta nových bytů, restaurace, ateliéry a obchody mají vyrůst mezi ulicemi Veveří, Kounicovou, Pekárenskou a Závodní **na místě bývalých vojenských skladů.**

Podle jednatele investorské společnosti HS-Investment Michala Vrbky tomu tak ještě dlouho bude. „Projekt nyní stojí a je ve fázi studie, práce na něm zatím nepokračují," uvedl Vrbka.

Neúspěch návrhů Jiřičné komentoval i Vágner. „Je pravda, že našim velkým projektům se v Brně jaksi nedaří," podotkl Vágner.

Historie komplexu na Veveří se začala psát v roce 2007, kdy si společnost zažádala o územní rozhodnutí. Stavět chtěla začít o tři roky později. Avšak už v roce 2009 úředníci magistrátu územní rozhodnutí zrušili a poslali ho investorovi na přepracování.

Projekt nabral druhý dech v roce 2013, kdy si investor podal další žádost o územní rozhodnutí. Ani s tou ale neuspěl.

Vizualizace na www.rovnost.cz

FOTO

Ukázka 16 Stejná zpráva jako v ukázce výše, tentokrát z tištěného vydání Brněnského deníku Rovnost z 8. 10. 2014, s. 1. Zdroj: Deník

5.4 Agenturní zpráva

Agenturní zprávy se většinou v tištěných a online médiích neuveřejňují ve stejné podobě, v níž je tiskové agentury vydávají. Redakce s těmito zprávami pracují jako s podkladem, který editují (upravují délku, jazyk, styl, zprávy různě kompilují, z více agenturních zpráv tvoří jednu apod.) případně i doplňují dalšími informacemi.

Na druhou stranu není vždy nutné agenturní zprávu celou přepisovat do jiné podoby, stačí změnit některé základní parametry a přizpůsobit její délku momentální potřebě média.

Formální náležitosti

Každá agenturní zpráva upravená pro konkrétní médium se přizpůsobuje podobě, která je v tomto médiu obvyklá pro zprávy obecně. I upravená agenturní zpráva tedy musí mít titulek, domicil, značku autora a vlastní text obsahu.

Pozor na podepisování pouze editovaných agenturních zpráv – pokud editor či redaktor nepřidává informaci, kterou on sám získal z primárních zdrojů, podepisuje se zpráva pouze značkou agentury.[78]

Titulek a zahájení

Pro titulek a zahájení upravené agenturní zprávy platí stejná pravidla jako pro jakoukoliv jinou zprávu. Agenturní titulky bývají mnohdy těžkopádné, „tvrdě“ zpravodajské (*hard news*), média si je tedy přizpůsobují svému obrazu a stylu spíše lehčího (*soft news*) zpravodajství.

Obsah

K obsahu agenturní zprávy se při úpravách přistupuje stejně jako k obsahu každé jiné zprávy. Obsah agenturních zpráv se zpravidla neověřuje, jsou pokládány za důvěryhodné.[79]

Při úpravách je třeba dávat pozor na časové určení – agentura píše, že se něco stalo ***dnes***, pokud ale redaktor zprávu upravuje pro zítřejší vydání novin, musí údaj změnit z pohledu čtenáře na ***včera***.

Tiskové agentury vydávají k mnoha vyvíjejícím se událostem zprávy ve více aktualizovaných verzích. Při jejich zpracování pro tištěná nebo online média pak mnohdy stačí využít tu nejnovější verzi, zvláště v případě nedostatku času není potřeba nastudovat všechny verze (navíc agentura vždy na začátku zprávy uvádí, co vše oproti předchozí verzi změnila, doplnila).

78 Více k podepisování agenturních i jiných zpráv viz část *Značka (zkratka) autora, podpis autora* na začátku této kapitoly.

79 Více viz oddíl *3.6 Agenturní zpravodajství*.

Agentury také často ve svých zprávách zdůrazňují, že danou informaci řekl zdroj právě jim, například – ***řekl ČTK***. V takovém případě se tato část textu maže a značka agentury zůstává pouze jako podpis celého článku. Výjimkou bývá, když redaktor použije do svého článku například jedinou větu z agentury. Pak u této věty uvádí vysvětlení, že jde o informaci agentury, a celý článek podepisuje svou značkou nebo celým jménem.[80]

Zdroje informací

Zdroje informací u zpráv převzatých z agentur jsou dané, v případě potřeby je nutné doplnit i další zdroje.

Lead – čelo, zahájení článku, úvodní odstavec, text pod titulkem, nenavazuje na titulek. Tato zpráva **nemá** perex, má pouze **lead**.

Jaroměřice budou mít letos už jedenáct kamer

Jaroměřice nad Rokytnou – Na pořádek v Jaroměřicích nad Rokytnou by do konce letošního roku mělo dohlížet celkem jedenáct bezpečnostních kamer. Rozšíření městského kamerového systému o sedm digitálních kamer letos umožní maximální využití dotace Kraje Vysočina na prevenci kriminality.

„Instalace nových přístrojů by měla začít v nejbližších dnech," řekl starosta Jaroslav Soukup.

Náklady dosáhnou přibližně 440 tisíc korun. Krajská dotace uhradí téměř polovinu, zbytek město zaplatí z vlastního rozpočtu. Tři z kamer budou na budově základní školy, další tři na autobusovém nádraží, poslední kamera bude na dětském hřišti poblíž sokolského areálu. Loni byly dvě z kamer umístěny na náměstí Míru před zámkem, další dvě v Komenského ulici.

Podle schválené koncepce by mělo být v Jaroměřicích celkem šestnáct bezpečnostních kamer. Zbývající by měly být rozmístěny v příštím roce u sběrného dvora, městského koupaliště a na nově zbudovaném parkovišti ve směru na Moravské Budějovice.

Kamerový bezpečnostní systém funguje v Jaroměřicích od loňského listopadu. Na položení optických kabelů, vybudování monitorovacího pracoviště a osazení kamer město vynaložilo kolem 400 tisíc korun. Zhruba polovinu nákladů uhradila dotace Kraje Vysočina. Vedle bezpečnostních kamer radnice ještě letos rozmístí v ulicích města několik takzvaných fotopastí, které jsou levnější než kamerové body. Snímky se z nich budou přenášet na pracoviště státní policie. „Do provozu by měly být uvedeny do konce října," uvedl starosta Soukup.

Jaroměřice nad Rokytnou jsou už sedmnáctým městem na Vysočině s vybudovaným kamerovým dohlížecím systémem. Podle mluvčí kraje Jitky Svatošové celkový počet kamer už výrazně přesáhl stovku. Obce si je pořídily s přispěním státních a krajských dotací a z vlastních peněz. **(čtk)**

Při srovnání s následující ukázkou, původní zprávou ČTK, je patrné, že Jihlavský deník převzal agenturní zprávu o dva dny později jen s opravdu minimálními úpravami (viz tmavě zvýrazněný text v původní agenturní zprávě). Agenturní zprávy není potřeba pro potřeby online nebo tištěných médií zgruntu předělávat za každou cenu, někdy stačí i takovéto minimální úpravy.

Ukázka 17 Upravená agenturní zpráva z ČTK – Jihlavský deník z 9. 10. 2014, s. 4. Zdroj: Deník

80 Více k podepisování agenturních i jiných zpráv viz část *Značka (zkratka) autora, podpis autora* na začátku této kapitoly.

Skupina: Aktuální zpravodajství
Titulek: V Jaroměřicích n. R. bude letos už 11 bezpečnostních kamer
Datum vydání: 7.10.2014
Čas vydání: 11:21
Klíčová slova: ČR; policie; správa; kamery; Jaroměřice n.R.; AUDIO
ID: T201410070206601
Servis: dji
Priorita: 4
Kategorie: zak; pol; pod

V Jaroměřicích n. R. bude letos už 11 bezpečnostních kamer

Ke zpravodajství: AUDIO

Jaroměřice nad Rokytnou (Třebíčsko) 7. října (ČTK) - Na pořádek v Jaroměřicích nad Rokytnou by do konce letošního roku mělo dohlížet celkem 11 bezpečnostních kamer. Rozšíření městského kamerového systému o sedm digitálních kamer letos umožní maximální využití dotace Kraje Vysočina na prevenci kriminality. Instalace nových přístrojů by měla začít v nejbližších dnech. ČTK to řekl starosta Jaroslav Soukup.

Náklady dosáhnou přibližně 440.000 korun. Krajská dotace uhradí téměř polovinu, zbytek město zaplatí z vlastního rozpočtu. Tři z kamer budou na budově základní školy, další tři na autobusovém nádraží, poslední kamera bude na dětském hřišti poblíž sokolského areálu. Loni byly dvě z kamer umístěny na náměstí Míru před zámkem, další dvě v Komenského ulici.

Podle schválené koncepce by mělo být v Jaroměřicích celkem 16 bezpečnostních kamer. Zbývající by měly být rozmístěny v příštím roce u sběrného dvora, městského koupaliště a na nově zbudovaném parkovišti ve směru na Moravské Budějovice.

Kamerový bezpečnostní systém funguje v Jaroměřicích od loňského listopadu. Na položení optických kabelů, vybudování monitorovacího pracoviště a osazení kamer město vynaložilo kolem 400.000 korun. Zhruba polovinu nákladů uhradila dotace Kraje Vysočina. Vedle bezpečnostních kamer radnice ještě letos rozmístí v ulicích města několik takzvaných fotopastí, které jsou levnější než kamerové body. Snímky se z nich budou přenášet na pracoviště státní policie. „Do provozu by měly být uvedeny do konce října," řekl Soukup.

Jaroměřice nad Rokytnou jsou už sedmnáctým městem na Vysočině s vybudovaným kamerovým dohlížecím systémem. Podle

mluvčí kraje Jitky Svatošové celkový počet kamer už výrazně přesáhl stovku. Obce si je pořídily s přispěním státních a krajských dotací a z vlastních peněz.
bjr dvd

Ukázka 18 Text agenturní zprávy ČTK ze 7. 10. 2014, kterou 9. 10. vydal Jihlavský deník – viz předchozí ukázka. Zdroj: Infobanka ČTK [cit. 2014-10-11]. Dostupné na internetu (placený přístup): <https://ib.ctk.cz/Infobanka/>.

5.5 Zpráva z tiskové konference

Jako podklad pro zpracování žurnalistických zpráv do různých médií mohou sloužit také tiskové zprávy a informace získané na tiskových konferencích.

Zásadní je v tomto případě, že primárně jde o informace public relations a jako s takovými s nimi musí novináři pracovat. Je tedy třeba uvažovat o tom, zda dané téma vůbec odpovídá žurnalistickým požadavkům na zprávu, a k použitým zdrojům informací přistupovat velmi kriticky.

Formální náležitosti

Formální náležitosti žurnalistické zprávy zpracované na základě informací z tiskové konference nebo z tiskové zprávy jsou stejné jako v případě kterékoliv jiné zprávy.

Titulek a zahájení

Pro titulek a zahájení žurnalistické zprávy zpracované na základě informací z tiskové konference nebo z tiskové zprávy platí stejná pravidla jako pro jakoukoliv jinou zprávu. V praxi je nutné titulek i zahájení z tiskové zprávy prakticky vždy přepracovat do žurnalistické podoby, případně zcela změnit.

Obsah

K obsahu tiskové zprávy nebo k informacím z tiskové konference se přistupuje jako k informacím public relations. Obecně jsou to ale informace považované za důvěryhodné, i když jednostranné, od informací PR nelze čekat vyváženost či objektivitu.[81]

Zdroje informací

Při zpracovávání informací z tiskové konference nebo z tiskové zprávy je nutno prakticky vždy doplnit zdroje, získat další relevantní vyjádření k problematice od zdrojů nezávislých na organizátorech tiskové konference nebo na autorech tiskové zprávy.

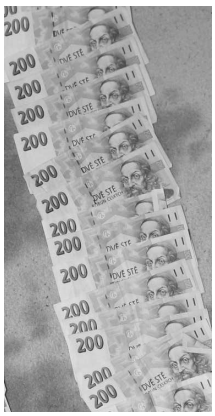
Výjimkou bývají informace zejména z policejních či hasičských svodek, tedy v podstatě také tiskových zpráv. V těchto případech se zvláště při zpracování formou krátkých zpráv zdroje v praxi nedoplňují.

81 Viz kapitola *2 Výběr relevantních témat* a oddíl *3.3 „Klasické“ zdroje*.

Lépe než zadrželi je napsat chytili.

Kriminalisté zadrželi dva hlavní dodavatele pervitinu

Pachatelé mohli za dobu své činnosti do krajského města přivézt stovky gramů drogy



DROGA A PENÍZE. Kriminalisté dopadli dva muže, kteří se podíleli na dovozu pervitinu do Jihlavy. Včera to oznámil komisař oddělení obecné kriminality Radim Novák (vpravo). Policisté zajistili desítky gramů drogy, finanční hotovost a další věci. Foto: Policie ČR (2x) a Deník/Aneta Hrdličková

Lépe než finanční hotovost je napsat jednoduše peníze.

ANETA HRDLIČKOVÁ

Jihlava – Kriminalisté včera oznámili, že s pomocí pořádkové policie dopadli dva muže, kteří se podíleli na dovozu pervitinu do Jihlavy. Šestatřicetiletý distributor a devětadvacetiletý kurýr, muž cizí státní příslušnosti, měli přesně rozdělené role. Oba byli policií zadrženi a skončili ve vazbě.

„Organizátor domlouval nakupování drog za peníze, cennosti, elektroniku a další věci, které získával distribucí pervitinu, dalším osobám, sjednával cenu, místo předání a poté pervitin distribuoval," popsal komisař oddělení obecné kriminality Radim Novák.

Kurýr a distributor

Kurýrem je mladší muž, který pochází z ciziny, ale bydlí v Jihlavě. Toho policie dopadla při výjezdu z dálničního přivaděče. Pro staršího muže, distributora a organizátora, si přišla policie do jihlavského bytu.

Jak uvedl komisař Novák, jejich role byly jasně rozdělené: „Kurýr odjel na smluvené místo, drogu převzal, zaplatil za ni, přivezl zpět do Jihlavy a předal organizátorovi, poté si převzal odměnu ve formě peněz nebo drog."

Na včerejší tiskové konferenci, kterou kvůli případu pořádalo krajské ředitelství policie, se Radim Novák vyjádřil, že akce byla předem naplánována tak, aby bezprostřední okolí místa dopadení nebylo v ohrožení.

Dále se kriminalisté zaměřili na další dva jihlavské byty, jednu garáž a vozidlo. „Při prohlídkách policisté zajistili desítky gramů bílé krystalické látky, pravděpodobně se jedná o pervitin, dále finanční hotovost a věci, jako například zahradní nářadí a jízdní kola, u kterých vzniklo podezření, že pocházejí z trestné činnosti. Zajištěná krystalická látka bude zaslána na odborné policejní pracoviště k provedení expertizy," sdělil komisař Novák a doplnil, že některé z nalezených věcí byly ukradené, tedy je po zjištění majitelů policie vrátila poškozeným. Původ zbylých nálezů se teprve zjišťuje.

Při akci byl rovněž nalezen jeden nebezpečný předmět: „Při prohlídce vozidla kriminalisté nalezli a zajistili zbraň, kterou měl jeden z pachatelů uloženou v přihrádce dveří u řidiče, takže připravenou k okamžitému použití. Při prohlídce zbraně policisté zjistili, že se jedná o plynovou pistoli," dodal Novák.

Stovky gramů, nebo až kila pervitinu

Pachatelé mohli za dobu své činnosti takto do krajského města přivézt stovky gramů až několik kil pervitinu. Ten nakupovali po městech v celé České republice. Kurýra včera chytili po cestě z Prahy. Oba muži byli už v minulosti stíháni, převážně za majetkové trestné činy. Starší z nich dokonce opakovaně. Proto byl policisty zadržen.

U mladšího muže vznikla obava, že bude v trestné činnosti nadále pokračovat nebo že se bude vyhýbat trestu vzhledem k tomu, že jde o cizince. Proto na návrh komisaře soud rozhodl i o jeho zadržení.

„Starší muž byl obviněn ze spáchání zvlášť závažného zločinu nedovolené výroby a jiného nakládání s omamnými a psychotropními látkami a s jedy, kterého se dopustil jako pachatel, a dále jako účastník ve formě organizátorství. Mladší muž byl obviněn ze spáchání zvlášť závažného zločinu nedovolené výroby a jiného nakládání s omamnými a psychotropními látkami a s jedy," řekl Pavel Krčál, zástupce vedoucího oddělení obecné kriminality.

Nepoužívat pasivní tvary, viz byli policií zadrženi.

To, že informace pocházejí z tiskové konference, se obvykle v textu článku neuvádí.

Nejprve se uvádí funkce, až potom jméno a příjmení.

Ukázka 19 Zpráva napsaná na základě tiskové konference – Jihlavský deník z 9. 10. 2014, s. 4. Zdroj: Deník

5.6 News feature

News feature patří ke stále více využívaným žánrům, protože svým zpracováním dokáže čtenáře zaujmout více než klasická tvrdá zpráva (hard news).

News feature řadíme do zpravodajství (někteří autoři na pomezí zpravodajství a publicistiky) – nabízí především důležité informace od několika zdrojů, ale na rozdíl od zprávy je založený na konkrétním příběhu, který se prolíná celým textem od začátku až do konce.

News feature je žánr, který se v tištěných a online médiích poměrně běžně používá, nicméně v praxi nemá ustálená pravidla.

Kupříkladu podle Sharon Wheeler patří news feature mezi feature, což považuje za zastřešující termín. Podle Wheeler je někdy těžké odlišit news feature od zprávy – news feature ale poskytuje hlubší pohled (rozšiřuje základní informace, uvádí více zdrojů) na příběh nebo téma popsané zpravodajstvím. (Wheeler 2009: 4–5, 94)

Podobně Sally Adams (1999: 49) uvádí, že news feature je něco mezi mezi přímočarou zprávou a feature.

Žánr news feature lze tedy definovat takto:

- *„Je to zpráva napsaná publicistickým stylem (stylem feature), která k tvrdému zpravodajskému jádru zprostředkovává čtenáři také příběh,*
- *prostřednictvím příběhu jednoho člověka nebo skupiny lidí popisuje téma, problém, trend či fenomén, ideálně ze zajímavého či netradičního úhlu pohledu, příběh se přitom prolíná celým textem od začátku až do konce,*
- *news feature poskytuje hlubší pohled na příslušné téma než zpráva, naplňuje ale zpravodajské hodnoty, klade důraz na informace a splňuje pravidla, která platí pro zprávu, včetně přímých citací více zdrojů,*
- *jazyk news feature je volnější než jazyk zprávy, ale střídmější než jazyk feature, v news feature lze používat přítomný čas,*
- *role autora nemá být v news feature podobně jako ve zprávě znát, autorské komentáře jsou nežádoucí.“*
  (Čuřík a kol. 2012: 50–51)

Formální náležitosti

News feature je delší text, který obsahuje všechny náležitosti kompletního žurnalistického zpravodajského textu, tedy titulek, domicil a vlastní text. Autor news feature se podepisuje zpravidla celým jménem a příjmením.

Titulek a zahájení

Titulek news feature by měl být zpravodajský, má tedy odkazovat na popisované téma, nikoliv na popisovaný příběh nebo člověka.

Typický news feature začíná příběhem konkrétního člověka (nebo skupiny lidí, což je ale na zpracování těžší).

Obsah

Příběh, kterým typický news feature také začíná, se prolíná celým textem až do konce. Zejména když v příběhové části vystupuje více zdrojů, je třeba důsledně dbát na to, aby byla příběhová linka jasná a srozumitelná pro všechny potenciální čtenáře.

News feature není ale jen příběh (to by byl žánr story v českém pojetí), hlavní je stále zpravodajská část, tedy vlastní téma. (viz *Ukázka 19*, news feature *Lidé nakupují stále méně. Došly jim peníze, říká majitelka koloniálu*).

Pozor: news feature není zpráva, která má pouze příběhový začátek.

Stejně jako zpráva by ale i news feature měl odpovídat na základní zpravodajské otázky – **co, kdy, kde, kdo, jak** a **proč** (případně i **s kým, pro koho** a **za co**).

Struktura news feature je tedy velmi podobná zprávě, postupuje se od důležitého k méně důležitému bez ohledu na chronologii – ovšem s tím, že důraz je také na už zmíněný příběh.

Velmi důležité je pro news feature využívání přímých citací ve „zpravodajské“ i „příběhové“ části článku.

Jazyk news feature není zcela odosobněný jako u klasické tvrdé zprávy, blíží se publicistickému pojetí.

Na rozdíl od zprávy se běžně používá i přítomný čas, především v uvozování citací (říká, konstatuje, ...). Přítomný čas lze v textu podle potřeby smysluplně střídat s minulým.

Zdroje informací

Zdroje informací u news feature jsou podobné jako u zprávy, to znamená, že musí zastupovat všechny relevantní strany popisovaného tématu. Navíc je pak využit zdroj (případně zdroje) poskytující příběh.

News feature popisuje tento trend – lidé nakupují méně, protože ...

Tmavě zvýrazněný text ukazuje prolínání příběhu majitelky koloniálu celým news feature.

Lidé nakupují stále méně. Došly jim peníze, říká majitelka koloniálu
5. dubna 2012 8:02, aktualizováno 13:10

Květoslava Němcová prodává v Praze smíšené zboží dvacet let. Nejlepší období měla, když začínala v tržnici na Pankráci. Po přesunu do kamenného obchodu jí tržby klesly, protože se vzdálila od metra. Citelnější propad pak pocítila znovu před rokem. „Lidé do té doby vybírali úspory, ty jim ale najednou došly," říká majitelka koloniálu.

Její zkušenosti tak dokládají to, čeho si analytici všimli při zkoumání vývoje tržeb u potravin. „Meziročně klesají od poloviny loňského roku," říká analytik Raiffeisenbank Michal Brožka (více o vývoji maloobchodních tržeb čtěte zde).

Svačiny se tenčí. Z šedesátikorunové útraty až na třetinu

Konkrétně se to podle Němcové projevuje tak, že lidé kupují sice stále stejné věci, ale v menším množství, a tedy za méně peněz. Za svačinu tak ve výsledku neutrácejí 60 korun jako dříve, ale jen třicet či čtyřicet, někteří jen dvacet.

„Uživit se je stále těžší, i když se snažím držet ceny co nejníž a marže držím kolem dvaceti procent, abych lidi neodradila. Cena je pro ně totiž klíčová," říká padesátiletá majitelka dejvického obchodu s tím, že většinu jejích zákazníků tvoří důchodci a lidé staršího věku, kteří peníze nazbyt nemají.

To dokládá svým nákupem i Alena Julišová, která si v obchodě koupila jednu housku. „Bydlím daleko a nakupuji zde jen tehdy, když vyrazím pro levnější zeleninu k Vietnamcům. Mají zde dobré uzeniny, sýry a právě housky," popisuje dvaaosmdesátiletá důchodkyně to, kvůli čemu obchod navštěvuje.

„Já sem chodím už řadu let, i když mám nyní vedle domu Tesco. To mě ale zklamalo kvůli svému neosobnímu přístupu a horší kvalitě. Tady je to perfektní. Je zde vše, co si člověk přeje. Když má přijet návštěva, tak si řeknu o nějakou specialitu, třeba úhoře, a dodají mi ho. Funguje to zde dokonale a to je taková přednost, že mě nižší ceny v supermarketech nezlákají," vychvaluje obchod pětapadesátiletý Stanislav Hunger.

Supermarkety nejsou vždy levnější než malé obchody

Přesvědčení lidí o tom, že v supermarketech jsou ceny vždy nižší, však u všech položek zdaleka neplatí. Němcová prodává napří-

klad základní balení piškotů za 12 Kč. Billa prodává stejné balení o padesátník dráž. Téměř o 4 Kč dráž pak supermarket prodává i trvanlivé polotučné jihočeské mléko. Lidem ho nabízí za 19,90 Kč, kdežto v koloniále je za 16 Kč.

Zkratky je lépe nepoužívat, viz Kč, čísla od 0 do 9 a s více nulami je lépe psát slovy.

Právě dobré potraviny, široká nabídka a systém objednávek jsou podle Němcové to, čím se snaží svůj obchod odlišit od konkurence. „Na každé zboží mám několik dodavatelů. Jsou to většinou malé firmy, jejichž výrobky nejdříve sama vyzkouším, a když mi chutnají, nabídnu je lidem a pozoruji, zda se jim také zamlouvají. Vyhlášeni jsme uzeným bůčkem, na který se lidé sjíždějí z celé Prahy, ale i z Mělníka," chlubí se Němcová.

Občas se však majitelka koloniálu s některým dodavatelem rozloučí. Před dvěma lety to byly například jedna pražská pekárna. „Její kvalita šla najednou dolů, možná to nyní už neplatí, ale máme mezitím jiné dodavatele, se kterými jsou zákazníci spokojeni, tak nemám důvod je měnit," říká žena, která se původně vyučila na prodavačku textilu.

Její systém pečlivého výběru zboží se líbí i dodavatelům. „My zásobujeme česnekem restaurace Ambiente a Potrefená husa, dodáváme i do Teska a asi šesti krámků v Praze. Víc nezvládáme. Zde se nám líbí, že tu prodávají zboží, které nikde jinde neseženete. Je sice dražší než v supermarketech, ale to proto, že je kvalitní," hodnotí krámek pěstitel českého česneku Filip Janda.

I přes tento osobní přístup je však podle Němcové těžké se na trhu udržet. „Na Pankráci jsme se měli královsky. Dnešní tržby jsou ve srovnání s tím zhruba jen poloviční, i když větší, než když se zde stavěl tunel Blanka a byli jsme odříznuti od světa. Stálí zákazníci však ubývají, protože nemají na nájem a musí se stěhovat. Místo nich přicházejí často Rusové, kteří mají ale své vlastní obchody a do českých moc nechodí," líčí svou situaci Němcová.

Ukázka 20 Text news feature z iDnes.cz z 5. 4. 2012. Zdroj: iDnes.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://ekonomika.idnes.cz/lide-nakupuji-stale-mene-rika-majitelka-kolonialu-fv1-/ekonomika.aspx?c=A120404_150457_ekonomika_spi>.

Lidé nakupují stále méně. Došly jim peníze, říká majitelka koloniálu

5. dubna 2012 8:02, aktualizováno 13:10

Květoslava Němcová prodává v Praze smíšené zboží dvacet let. Nejlepší období měla, když začínala v tržnici na Pankráci. Po přesunu do kamenného obchodu jí tržby klesly, protože se vzdálila od metra. Citelnější propad pak pocítila znovu před rokem. "Lidé do té doby vybírali úspory, ty jim ale najednou došly," říká majitelka koloniálu.

"Žena za pultem". Paní Květoslava Němcová prodává potraviny už 20 let. V dejvickém obchodě je osm let. (2. dubna 2012, Praha) | foto: Petr Topič, MAFRA

Její zkušenosti tak dokládají to, čeho si analytici všimli při zkoumání vývoje tržeb u potravin. "Meziročně klesají od poloviny loňského roku," říká analytik Raiffeisenbank Michal Brožka (více o vývoji maloobchodních tržeb čtěte zde).

Svačiny se tenčí. Z šedesátikorunové útraty až na třetinu

Konkrétně se to podle Němcové projevuje tak, že lidé kupují sice stále stejné věci, ale v menším množství, a tedy za méně peněz. Za svačinu tak ve výsledku neutrácejí 60 korun jako dříve, ale jen třicet či čtyřicet, někteří jen dvacet.

Ukázka 21 Část stejného news feature jako v ukázce výše – ukázka grafické podoby z iDnes.cz z 5. 4. 2012. Zdroj: iDnes.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://ekonomika.idnes.cz/lide-nakupuji-stale-mene-rika-majitelka-kolonialu-fv1-/ekonomika.aspx?c=A120404_150457_ekonomika_spi>.

5.7 Zpravodajská reportáž

Zpravodajská reportáž rozšiřuje informace, které jinak poskytuje zpráva. Poskytuje tedy přesné, nové a spolehlivé informace, ale také je svědectvím autora o zážitku. Redaktor v ní popisuje to, co viděl, a využívá přitom informací a citací z několika zdrojů.

Někteří autoři používají pro zpravodajskou reportáž termín beletrizovaná zpráva, malá reportáž nebo riport (srov. Tušer a kol. 2010: 108):

> *„Zpráva z místa činu, krátká aktuální reportáž – to je riport. [...] Riport je další typický zpravodajský žánr, který zachycuje průběh určité události právě teď, v aktuálním zpravodajském času. Riport má relativně blízko k reportáži, ale s tím, že riport je žánr denní, rychlé zpravodajské práce, kdežto reportáž je publicistický žánr, který zachycuje událost, její průběh, okolnosti, které jí předcházely, následky, které má, život lidí, kterých se týká, anebo je tato událost ovlivnila.“(Kasarda 2012: 77)*

Klasickými tématy zpravodajských reportáží jsou různé kulturní či sportovní akce a například víkendové události/akce v regionech.

Formální náležitosti

Zpravodajská reportáž má stejné náležitosti jako kterýkoliv jiný zpravodajský text, tedy titulek, domicil, značku autora a vlastní obsah.

Titulek a zahájení

Titulek zpravodajské reportáže má vypovídat o jejím obsahu, jazyk titulku i úvodu reportáže by ale měl být volnější než u tvrdé zprávy. Zahájení textu by mělo vtáhnout čtenáře do děje detailem, popisem konkrétní epizody bez ohledu na chronologii – vše nejdůležitější nemusí být hned na začátku, ale úvod musí být atraktivní.

Obsah

Hlavní obsah zpravodajské reportáže tvoří děj (reportáž bez děje neexistuje) s informacemi a detaily. V závěru by měla být pointa, lze také využít návrat smyčkou k úvodu.

V reportáži by se měl střídat rytmus. Využívá se zpravidla přítomný čas, který pomáhá navodit atmosféru.

Text zpravodajské reportáže bývá v er-formě, výjimečně v ich-formě – pokud autor prožil výjimečnou, emočně vypjatou událost. Rozjímání autora nad sebou samým však není čtenářsky zajímavé, má popisovat co viděl, co zažil.

Autor využívá ve zpravodajské reportáži k vykreslení atmosféry barvitější jazyk a expresivní výrazy (což by v jiných zpravodajských žánrech neměl), čímž se zpravodajská reportáž blíží reportáži publicistické.

Zdroje informací

Zdrojem informací jsou vlastní poznatky autora z místa události a lidé, které autor na místě vyzpovídá. Lze použít i jiné doplňující zdroje (například policejní mluvčí může poskytnout rozšiřující a backgroundové informace k hromadné nehodě na dálnici, jíž byl novinář svědkem). Autor by si měl nastudovat související podklady, dávat věci do souvislostí. Zdrojů je vždy více.

AZ Tower cvičně hořel. Hasičům komplikovalo práci málo univerzálních klíčů
8.10.2014

Brno – Ohlušující siréna se rozléhá brněnským mrakodrapem AZ Tower. Lidé zmateně vystrkují hlavy z kanceláří a bytů. „To vážně musíme pryč," ptají se. Odpovídá jim pracovník ostrahy. „Urychleně opusťte budovu. Ve dvaadvacátém patře hoří," informuje. Ve středu po čtvrté hodině odpoledne začalo v nejvyšší budově v České republice požární cvičení.

Tato chyba (sto metrová), která je v onlinové zprávě, se v tištěném vydání už neobjevuje. Viz i další chyby.

K Pražákové ulici, kde více než sto metrová budova stojí, se sjíždí asi sedm hasičských aut. Velitel zásahu se informuje u recepční, co se stalo. „Hlásič nám ohlásil kouř ve dvaadvacátém poschodí. Ochranka ověřila, že tam skutečně nejspíš hoří, proto jsem volali na tísňovou linku," popisuje recepční se jménem Petra na vizitce.

Mělo by být uvedeno i příjmení recepční.

Mezitím z budovy proudí desítky lidí. „Pracuji tady ve fitness centru. Alarm jsme neslyšeli. Kolega odcházel domů a přišel nám říct, ať raději jdeme s ním, že se něco děje, že houkají sirény," říká o evakuaci Lenka Procházková.

Nepoužívat neobratné slovní spojení říká o něčem...

O cvičení jim dopředu nikdo neřekl. „Chceme tak ověřit, jak umí pracovníci reagovat. Zda bylo dostatečné jejich proškolení pro tyto situace," vysvětluje mluvčí jihomoravských hasičů Pavla Pražáková.

Do mrakodrapu vstupuje přibližně čtyřicítka hasičů. Od recepční přebírají univerzální klíč. „Do patra, kde je hlášený požár, jedeme evakuačním výtahem. Ten slouží jen pro tyto vyjímečné situace. Jedna jednotka míří k ohnisku. Další musí projít všechna patra, zda se požár nešíří," popisuje velitel zásahu Stanislav Racek.

Díky výtahu se do patra ve výšce kolem sedmdesáti metrů dostanou za několik vteřin. „Pěšky by nám to s veškerou technikou a hadicemi trvalo tak dvacet minut," myslí si jeden ze zasahujících hasičů.

Pro případ, že v budově bude někdo zraněný, je připraveno také auto s vysouvacím žebříkem. „Z žebříků můžeme hasit požár. Je ale také možné pomocí něho svézt na zem raněné, je to nejrychlejší možnost," vysvětluje Pražáková.

V brněnském mrakodrapu ale nikdo zraněný není. Největším problémem je nedostatek univerzálních klíčů, které otevírají dveře do jednotlivých místností. Hasiči mají k dispozici pouze jedny. Přenášejí si je z podlaží do podlaží a ztrácejí tak čas. „Nemůžeme čekat, hlásím veliteli, že k otevření použijeme násilí," krčí rameny hasič s plynovou maskou na tváři.

V tu chvíli přichází kolega s klíčem. „Do zámku nesedí," konstatuje hasič. Při skutečném zásahu by dveře vyrazil.

Zatímco hasiči bojují s pomyslným požárem. Lidé nervózně postávají na parkovišti. „Chtěl jsem jít dovnitř, ale recepční mi řekla, že nemůžu. Důvod mi nikdo neřekl," rozčiloval se Roman Böhm.

Hasičům se požár daří uhasit přibližně po hodině. „Závěry ze cvičení teď musíme zpracovat. Výsledek poté probereme s provozovatelem AZ Toweru. Nějaké chyby jsme našli, ale lidé mohou být klidní, v případě požáru jim dokážeme pomoci," shrnuje velitel hasičů Racek.

Správce budovy Martin Svoboda je s průběhem cvičení spokojený. „Není ale určitě poslední," dodává.

Hasiči musí zásah trénovat pravidelně. „Tak vysoká budova má totiž svá specifika. Musíme zkoušet, zda dojde voda i do nejvyšších pater a další věci. Čas od času se mění také zaměstnanci AZ Toweru, musíme proto zkoušet i je," uzavírá mluvčí.

Autor: Michaela Římanová

Lépe je používat v uvození citací v reportáži přítomný čas, čtenáře více vtahuje do děje.

Výraz probíhat je v některých redakcích zařazen mezi zakázaná slova.

Ukázka 22 Text zpravodajské reportáže v Brněnském deníku.cz z 9. 10. 2014. Zdroj: brnensky.denik.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://brnensky.denik.cz/pozary/az-tower-cvicne-horel-hasicum-komplikovalo-praci-malo-univerzalnich-klicu-201410.html>.

Mrakodrap zachvátily plameny. Pouze cvičně

Desítky lidí včera musely opustit své byty a pracoviště v brněnském AZ Toweru. Zaměstnance na cvičení hasičů dopředu nikdo neupozornil

HOŘÍ MRAKODRAP. Přibližně čtyřicítka hasičů si včera vyzkoušela, jaké to je hasit požár ve víc než stometrové budově. Při cvičení zasahovali v brněnském AZ Toweru. Foto: Deník/Attila Racek

reportáž

MICHAELA ŘÍMANOVÁ

Brno – Ohlušující siréna se rozléhá brněnským mrakodrapem AZ Tower. Lidé zmateně vystrkují hlavy z kanceláří a bytů. „To vážně musíme pryč?" ptají se. V mžiku jim odpovídá pracovník ostrahy. „Urychleně opusťte budovu. Ve dvaadvacátém patře hoří," naléhá. Včera po čtvrté hodině odpoledne začalo v nejvyšší budově v České republice požární cvičení.

K Pražákově ulici, kde víc než stometrová budova stojí, se sjíždí sedm hasičských aut. Velitel zásahu se informuje u recepční. „Hlásič kouře ukazuje na dvaadvacáté poschodí. Ochranka ověřila, že tam skutečně hoří, proto jsme volali na tísňovou linku," popisuje recepční se jménem Petra na vizitce.

Bez upozornění

Mezitím z budovy proudí desítky lidí. „Pracuji tady ve fitness centru. Alarm jsme ale neslyšeli. Kolega odcházel domů, tak se vrátil s tím, ať raději jdeme s ním, že se něco děje," říká o evakuaci Lenka Procházková.

O cvičení jim dopředu nikdo neřekl. „Chceme tak ověřit, jak umí zaměstnanci reagovat. A také jestli bylo školení dostatečné," vysvětluje mluvčí jihomoravských hasičů Pavla Pražáková.

Do mrakodrapu vstupuje přibližně čtyřicítka hasičů. Od recepční přebírají univerzální klíč. „Do patra, kde je hlášený požár, jedeme evakuačním výtahem. Ten slouží jen pro výjimečné situace. Jedna jednotka míří k ohnisku. Další musí projít všechna patra, zda se požár nešíří," popisuje velitel zásahu Stanislav Racek.

Díky výtahu se do patra ve výšce kolem sedmdesáti metrů dostanou za několik vteřin. „Pěšky by nám to s veškerou technikou a hadicemi trvalo tak dvacet minut," tvrdí jeden ze zasahujících hasičů.

Pokud v budově najdou zraněné, je připravené také auto s vysouvacím žebříkem. „Z něj můžeme hasit i požár. V případě nutnosti je to ale nejrychlejší možnost evakuace," vysvětluje Pražáková.

V brněnském mrakodrapu ale nikdo zraněný není. Největší problém je nedostatek univerzálních klíčů pro otevření místností. Hasiči mají k dispozici pouze jedny. Přenášejí si je z podlaží do podlaží a ztrácejí tak čas. „Nemůžeme čekat. Hlásím veliteli, že k otevření použijeme násilí," krčí rameny hasič s plynovou maskou na tváři.

V tu chvíli přichází kolega s klíčem. „Do zámku nesedí," vzdychne. Při skutečném zásahu by dveře vyrazil.

Vstup zakázán

Zatímco hasiči bojují s pomyslným požárem, lidé nervózně postávají na parkovišti. „Chtěl jsem jít dovnitř, ale recepční mi to zakázala," rozčiluje se Roman Böhm.

Hasičům se požár daří uhasit přibližně za hodinu. „Závěry ze cvičení teď musíme zpracovat. Výsledek poté probereme s provozovatelem AZ Toweru. Nějaké chyby jsme našli, ale lidé můžou být klidní, v případě požáru jim dokážeme pomoct," shrnuje velitel hasičů Racek.

Správce budovy Martin Svoboda je s cvičením spokojený. „Rozhodně není poslední," dodává. Hasiči musí zásah trénovat pravidelně. „Tak vysoká budova má svá specifika. Musíme třeba zkoušet, jestli voda dosáhne i do nejvyšších pater," uzavírá mluvčí.

Víc fotografií na www.rovnost.cz

FOTO

Ukázka 23 Stejná zpravodajská reportáž jako v ukázce výše, v grafické podobě v Brněnském deníku Rovnost z 9. 10. 2014, s. 4. Zdroj: Deník

Jeden ze způsobů provázání tištěných novin se sesterským zpravodajským serverem – odkaz na adresu webu a upozornění na fotogalerii.

AZ Tower cvičně hořel. Hasičům komplikovalo práci málo univerzálních klíčů

Zde nejde o perex, je to pouze jiným typem písma zvýrazněný první odstavec textu, lead.

Požární cvičení v brněnském AZ Toweru. Autor:

8.10.2014

Brno – Ohlušující siréna se rozléhá brněnským mrakodrapem AZ Tower. Lidé zmateně vystrkují hlavy z kanceláří a bytů. „To vážně musíme pryč," ptají se. Odpovídá jim pracovník ostrahy. „Urychleně opusťte budovu. Ve dvaadvacátém patře hoří," informuje. Ve středu po čtvrté hodině odpoledne začalo v nejvyšší budově v České republice požární cvičení.

FOTOGALERIE

Dalších 18 fotografií

K Pražákové ulici, kde více než sto metrová budova stojí, se sjíždí asi sedm hasičských aut. Velitel zásahu se informuje u recepční, co se stalo. „Hlásič nám ohlásil kouř ve dvaadvacátém poschodí. Ochranka ověřila, že tam skutečně nejspíš hoří, proto jsem volali na tísňovou linku," popisuje recepční se jménem Petra na vizitce.

Mezitím z budovy proudí desítky lidí. „Pracuji tady ve fitness centru. Alarm jsme neslyšeli. Kolega odcházel domů a přišel nám říct, ať raději jdeme s ním, že se něco děje, že houkají sirény," říká o evakuaci Lenka Procházková.

O cvičení jim dopředu nikdo neřekl. „Chceme tak ověřit, jak umí pracovníci reagovat. Zda bylo dostatečné jejich proškolení pro tyto situace," vysvětluje mluvčí jihomoravských hasičů Pavla Pražáková.

Do mrakodrapu vstupuje přibližně čtyřicítka hasičů. Od recepční přebírají univerzální klíč. „Do patra, kde je hlášený požár, jedeme evakuačním výtahem. Ten slouží jen pro tyto vyjímečné situace. Jedna jednotka míří k ohnisku. Další musí projít všechna patra, zda se požár nešíří," popisuje velitel zásahu Stanislav Racek.

Ukázka 24 Část textu stejné reportáže jako výše, grafická podoba ze serveru Brněnský deník.cz z 9. 10. 2014. Zdroj: brnensky.denik.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://brnensky.denik.cz/pozary/az-tower-cvicne-horel-hasicum-komplikovalo-praci-malo-univerzalnich-klicu-201410.html>.

5.8 Zpravodajská anketa

Zpravodajská anketa zjišťuje názory malé, většinou náhodně vybrané a různorodé skupinky lidí (někdy ale odpovídají například jen vybraní experti nebo zástupci jedné sociální skupiny, třeba důchodci, studenti apod.). Obvykle odpovídají na stejnou anketní otázku, někdy i na více otázek. Dotazovaní nemají možnost seznámit se s názory ostatních účastníků ankety a reagovat na ně. (srov. Osvaldová – Halada a kol. 1999: 20–21)

Výsledky nelze zobecňovat, jde jen o názory oslovených lidí (nelze tedy například pouze na základě názorů pěti oslovených Brňanů udělat a napsat platný závěr, že jít v noci po brněnském Cejlu, ulici, která patří do takzvaného brněnského Bronxu, je velmi nebezpečné).

Formální náležitosti

Nejucelenější forma ankety má titulek, domicil a úvodní odstavec, v němž je do textu zahrnuta otázka, která může být i parafrázovaná. Pak následují údaje o jednotlivých respondentech a jejich odpovědi. Tato forma ankety se však v posledních letech v médiích příliš nepoužívá, často chybí úvodní odstavec, který zčásti nahrazuje titulek uvádějící anketní otázku.

V tištěných nebo online médiích anketu většinou doprovází fotografie respondentů. V online médiích se používá také anketa ve formě grafu, kdy se čtenáři mohou rozhodovat pro jednu z nabízených variant a výsledek (počet hlasů pro jednotlivé varianty) se pak automaticky zahrnuje do grafu. (srov. Čuřík a kol. 2012: 48)

Titulek a zahájení

Titulek nesmí informace uváděné v odpovědích respondentů zevšeobecňovat. V některých případech je právě proto součástí titulku slovo anketa (například titulek začíná slovem anketa, za ním je dvojtečka a pak například věta z citace některého z respondentů). U anket, které nemají úvodní odstavec, je titulek anketní otázkou.

Do úvodního odstavce, je-li součástí ankety, se mimo otázku (často jen parafrázovanou v plynulém textu) zpravidla zahrnuje i přímá citace buď jednoho z dále uváděných respondentů (pak už se citace v textu ankety neopakuje), nebo respondenta jiného, jehož vyjádření už není v dalších textu použito.

Obsah

Anketa má v různých médiích odlišnou formální podobu, prakticky jediným obsahem jsou ale vždy odpovědi vybrané skupiny respondentů. Zvláště v online médiích pak mohou mít odpovědi pouze formu výsledného grafu, nikoliv textu.

Zdroje informací

Anketa má zpravidla lichý počet respondentů různého věku, pohlaví a povolání. Výjimkou jsou tematicky zaměřené ankety, například na studenty, seniory, různé experty a podobně. U respondentů novináři zjišťují jméno a příjmení, věk, povolání

a bydliště (město). Jen výjimečně lze použít odpověď bez uvedení celého jména, pak to ale autor musí zdůvodnit. (srov. Čuřík a kol. 2012: 48)

Mimo dvě následující ukázky ankety jsou další příklady v *Příloze č. 6: Ukázky žánru anketa.*

Není příliš vhodné používat takovéto dvojotázky. Položíme-li je někomu najednou, většinou stejně odpoví jen na jednu. Je proto lépe je pokládat i uvádět zvlášť, ne spojovat.

ANKETA

Aké novinky ste si pripravili pre tohtoročnú lyžovačku? Dvíhali ste ceny skipasov?

Tomáš Gazdarica,
marketingový manažér Malinô Brdo

Žiaľ, vzhľadom na extrémne slabú predchádzajúcu zimnú sezónu sme si nemohli dovoliť pripraviť nejaké výraznejšie novinky, pracujeme však na tom, aby stredisko bolo plnohodnotne pripravené na lyžiarsku sezónu 2014/2015. Oproti minulej sezóne nedošlo k žiadnym zmenám v cenách skipasov a tie zostali na rovnakej úrovni ako predchádzajúci rok.

Juraj Balucha,
predseda Predstavenstva Pro Ski, ktorá prevádzkuje stredisko Martinky

Počas leta sme sa zamerali na prípravu rozvoja strediska. Pracovali sme na povoleniach pre rozširovanie technického zasnežovania. Cenník nie je uzavretý, ale zmeny sa týkali viacdňových skipasov, ktoré sme sa snažili zatraktívniť. Jednodňové skipasy by sa nemali meniť.

Milan Ház,
predseda Predstavenstva SKI Plejsy

Minuloročná sezóna nedávala veľmi priestor na skvalitňovanie služieb. Na túto sezónu plánujeme len lepšie označenie tratí. Oproti vlaňajšku bude mierna úprava, najmä vzhľadom na vyššie ceny elektriny a vody, konečné ceny ešte nemáme.

Ukázka 25 Zpravodajská anketa ve slovenských Hospodárskych novinách z 29. 9. 2014, s. 2. Zdroj: HN

ANKETA: Nechali byste se pojistit od doručovatelky?

Karel Chromý
53 let, důchodce, Žďár nad Sázavou
Myslím si, že pošta by se měla soustředit na to, co je už dlouhé roky její prací. Je nesmysl nabízet různé finanční produkty a pošťačky lituji. Tyto věci jim přidávají práci.

Filip Novák
29 let, Kaliště, mistr svařování kolejnic
Co se týče prodeje cigaret, tak to už jsou jak podomní prodejci, to neuznávám. Také pochybuji o tom, že pošťačka je tak dobře vyškolená, aby mohla nabízet finanční produkty.

Jaroslav Opic
47 let, Čížkov, řidič z povolání
Asi bych se takovýmto způsobem pojistit nenechal. Všechno si vyřizuji spíše bezplatně přes banku, neřeším to na poště. A ani kdyby toto pojištění bylo nějak výhodné, nepůsobilo by na mě důvěryhodně.

Vladimír Březina
66 let, důchodce, Třebíč
Podmínky doručování se stále zhoršují. Noviny mi chodívaly ráno, dnes je dostávám až odpoledne. Je to asi tím, že doručovatelky mají čím dál tím víc práce. Bohužel asi státní instituce řídí neschopní lidé.

David Kočka
39 let, předseda občanského sdružení, Jihlava
S tímto jsem se ještě nesetkal. Velmi mě to překvapilo a přijde mi to velmi divné. Podomním prodejcům nevěřím a myslím, že by u mě neuspěla ani pošťačka.

Ukázka 26 Zpravodajská anketa v Jihlavském deníku z 15. 2. 2014, s. 2. Zdroj: Deník

5.9 Zpravodajský rozhovor

Zpravodajský rozhovor (interview) je v podstatě zpráva ve formě dialogu, který vede žurnalista s člověkem, jenž je relevantním zdrojem ke konkrétnímu zpravodajskému tématu. V redakčním manuálu slovenských Hospodárskych novín se k tomu například uvádí: „*Tzv. zpravodajské rozhovory nejsou v pravém slova smyslu rozhovory, ale prezentace názorů či zpráv.*“[82] Zpravodajský rozhovor má jediný cíl: získání a zprostředkování aktuálních a věcně správných informací.

Někteří autoři uvádějí, že psaný rozhovor může být i bez explicitně uváděných otázek, pak jde v podstatě o jednozdrojovou zprávu. (srov. Kasarda 2012: 83–85)

82 *Redakčný manuál pre HN, Kritériá kvality Alebo Ako poznáme kvalitnú novinársku prácu.*

Každé interview má tři základní fáze: přípravu (zahrnující důkladnou rešerši), vlastní rozhovor, zpracování. Pozor – je třeba rozlišovat rozhovor jako způsob získávání informací a rozhovor jako žurnalistický žánr. To, co si novinář ze setkání se zpovídaným člověkem odnáší zaznamenané na diktafonu, není v žádném případě definitivní text rozhovoru v novinách.

Jak se dělá rozhovor (získávání informací):

- Není taktické začít rozhovor konfliktním tématem, protože komunikace pak bude váznout,
- je dobré na začátku navodit dobrou atmosféru, která komunikaci uvolní,
- pokud novinář nedostane odpověď, nesmí se bát zeptat se na stejnou věc i několikrát, na jednu věc je přitom možné se ptát různými způsoby,
- v otázkách je nutné zaměřit se na podstatu problému,
- nestačí se ptát, je nutné pozorně poslouchat a když se objeví nové informace, improvizovat.

Jak se dělá rozhovor (zpracování žánru):

- Z výsledného textu nesmí být cítit obdiv, neznalost, nepřipravenost či nadřazenost,
- výroky, které k sobě patří, ačkoli zazněly v různé chvíli, lze přesunovat i spojovat,
- neobratné formulace lze nahrazovat přesnějšími,
- lze spojovat více odpovědí v jednu i rozdělovat dlouhé odpovědi další otázkou.

Formální náležitosti

Součástí zpravodajského rozhovoru jsou všechny náležitosti kompletního žurnalistického zpravodajského textu, tedy titulek, domicil, značka autora (v případě delších rozhovorů podpis celým jménem a příjmením) a vlastní text obsahu.

Zpravodajský rozhovor obsahuje zpravidla úvodní odstavec se jménem dotazovaného a nejméně tři otázky a odpovědi na ně.

Někdy bývá součástí zpravodajského rozhovoru (zvláště delšího) také fotografie dotazovaného člověka, není to však pravidlem. U kratších rozhovorů jde v takovém případě o malou fotografii typu „poštovní známka“, která může být i bez popisku (protože v tištěném médiu na něj v takovém případě nebývá prostor). Obecně by ovšem každá žurnalistická fotografie měla mít popisek a měl by u ní být uveden i autor.[83]

Titulek a zahájení

Z titulku by mělo být čtenáři jasné, s kým a o čem rozhovor je. Typická forma je – citace, říká ten a ten (například Kdo má peníze, má i moc, říká filozof Jan Sokol), častá je i forma s dvojtečkou (například Filozof Jan Sokol: Kdo má peníze, má i moc).

83 U zpravodajských rozhovorů zpravidla nebývá medailon (v podstatě životopisné údaje) dotazovaného člověka, u publicistických ano.

V úvodním odstavci by měl autor krátce popsat téma rozhovoru a ideální je, když odstavec obsahuje také jednu přímou citaci dotazovaného člověka, která je uvozena jeho funkcí, jménem a příjmením. Tím je zdroj také blíže představen čtenáři.

V některých médiích se používá i rozhovor bez úvodního odstavce.

Obsah

Zpravodajský rozhovor má čtenářům přinášet nová důležitá fakta.

Klasickou strukturou je otázka – odpověď. Kladené otázky mají být otevřené, aby se na ně nedalo odpovídat pouze ano/ne.

Zdrojům ve zpravodajském rozhovoru se vždy vyká, i když je novinář osobně zná, ve slově vy se nikdy nepíše velké písmeno.

Používá se spisovný jazyk, spontánní hovorové výrazy novinář upravuje do spisovné podoby, jen výjimečně a zdůvodněně je ponechává.

Pokládané otázky by měly být i jazykově kreativní, nikoliv stereotypní. Celý rozhovor by měl být napsaný tak, aby měl logickou strukturu, dobře se četl, aby na sebe otázky a odpovědi plynule navazovaly[84] a text plynul bez zadrhávání od začátku až do konce.

Čtenář by měl v rozhovoru dostat odpověď na všechny podstatné otázky. Délka rozhovoru by přitom měla být úměrná jeho zajímavosti a důležitosti.

V odpovědích rozhovoru se nedělají odstavce. Odpovědi však nesmí být příliš dlouhé.

Zdroje informací

Zdrojem pro zpravodajský rozhovor je vždy člověk, který je relevantní (kompetentní) poskytnout podstatné informace ke konkrétnímu zpravodajskému tématu. Bude-li tedy redaktor chtít napsat rozhovor na téma bezpečnosti v nočních ulicích Brna, relevantním zdrojem pro zpravodajský rozhovor je kupříkladu ředitel brněnských policistů nebo strážníků. Rozhovor by vždy měl být se zajímavým člověkem o zajímavém tématu (z pohledu čtenářů).

Zdrojem tak může být veřejný činitel, někdo významný nebo obecně k tématu kompetentní zdroj. Může to tedy být i neznámý člověk, který ale vykonal něco významného, stal se svědkem důležité události, případně je třeba ho představit v nové funkci. (Tušer 2010: 142)

84 V delších rozhovorech lze při změně tématu použít mezititulky.

Lesní školky bez záchodů? Stačí i lopatka, říká šéfka německé asociace

29. září 2014 1:01

Lesním školkám hrozí v Česku zánik kvůli hygienickým pravidlům. V Německu, odkud nápad lesních školek přišel, však žádné takové normy neexistují a přitom mají lesních školek stovky. U nás stačí lopatka, říká v rozhovoru předsedkyně Německé asociace lesních a přírodních mateřských škol Ute Schulte Ostermannová.

Odkdy u vás fungují lesní školky?

První byla založena v roce 1968. Tehdy ještě nebyla oficiální, ale byla trpěná, protože všichni rodiče byli spokojení. Paní, která ji provozovala, neměla žádný výjimečný koncept, měla jen vhodné prostředí a chtěla, aby děti byly venku. Hnutí lesních školek začalo později, v roce 1993.

Od té doby jsou ve školském systému začleněné oficiálně?

V Německu máme jiný systém, než je tady v Česku. Stačí mít koncept, donést ho na zemský úřad pro mládež a nechat si ho různými úřady schválit. Nedělá se to na celostátní úrovni, ale na komunální. Lesní školky začaly provozovat dvě paní učitelky úplně na severu Německa, ve Flensburgu. Samy je viděly v Dánsku, v Kodani. A byly tak nadšené, že jim stačily dva roky, aby dokončily koncept a všechno vyjednaly s úřady. Měly obrovský úspěch, v té školce byli pořád novináři, a tak se lesní školky rozšířily po celém Německu. Byla to řetězová reakce. Dnes u nás funguje minimálně 1 500 lesních školek, přírodních školek a skupin. Zemské úřady pro mládež mají zájem na tom, aby předškolní péče byla různorodá.

S hygienickými požadavky jste nikdy problémy neměli? V Česku je to jediný důvod, který brání oficiální existenci lesních školek.

Lesní školky nejsou v uzavřeném prostoru. Jsou venku, takže pro ně hygienické normy neplatí. Při posuzování nové žádosti se vychází ze zkušeností, jak to funguje v jiných lesních školkách.

Žádná inspekce u vás neexistuje?

Ne. Všechno se kontroluje a schvaluje ještě předtím, než školka zahájí provoz. Takže například, když jsou v maringotce kamna, která kolem sebe nemají ochranu, a děti by si mohly spálit ruce, tak povolení nedostanou. A pokud jde například o záchody, máme všechny varianty. Od kompostovacích záchodků až po lesní školky, které mají třeba jenom lopatku. Existují však i takové, které mají doopravdickou budovu a v ní splachovací záchod. Z pohledu hygienických pravidel je výhoda také to, že jídlo se do školek většinou dováží. Někde se rodiče domluví, a každý den

vaří jedna rodina pro všechny. Kdybychom v lesních školkách jídlo připravovali, normy bychom dodržovat museli.

V Česku teď lesním školkám hrozí zánik, a to kvůli zákonu o dětských skupinách. Vnímáte, v čem je problém?

Vím o tom. S Německem to nejde srovnávat, máme jinou tradici lesních školek. Třeba ta věc s metry čtverečními vyhrazenými na každé dítě. Tak to přece u lesních školek nehraje roli, prostoru mají dost - celý les! Maringotku používáme jen v případě, že je opravdu špatné počasí. Děti tam nejsou rády moc dlouho.

Měla byste nějakou radu, jak v Česku lesní školky zakotvit?

Je nutné vést dialog s těmi zodpovědnými, poukázat na to, jak jsou dnes lesní školky rozšířeny v Německu a jak se tenhle systém uplatňuje všude ve světě - v Japonsku, v Koreji. A Češi jsou od nás rovnou za rohem.

Autor: Markéta Březinová

Ukázka 27 Text zpravodajského rozhovoru z iDnes.cz z 29. 9. 2014. Zdroj: iDnes.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://zpravy.idnes.cz/lesni-skolky-nemecko-lopatka-diw-/domaci.aspx?c=A140928_195741_domaci_aba>.

Obecně v titulku nemá být otazník. Je-li ovšem součástí titulku také odpověď, pak to lze.

Že nemají lesní školky záchody? V Německu stačí lopatka

PRAHA V Česku hrozí lesním školkám zánik. Nesplňují totiž hygienická pravidla pro takzvané dětské skupiny, za které je zákon nově považuje. V Německu, odkud se tento způsob vzdělávání rozšířil do celého světa, přitom taková pravidla neexistují. A lesních školek jsou tam stovky.

Podle předsedkyně Německé asociace lesních a přírodních mateřských škol Ute Schulte Ostermannové úřady nepředpisují ani to, jak mají vypadat umývárny či záchody. „U nás stačí lopatka," říká Ostermannová, která přijela do Prahy na konferenci o předškolním vzdělávání.

Odkdy u vás fungují lesní školky?

První byla založena v roce 1968. Tehdy ještě nebyla oficiální, ale byla trpěná, protože všichni rodiče byli spokojení. Paní, která ji provozovala, neměla žádný výjimečný koncept, měla jen vhodné prostředí a chtěla, aby děti byly venku. Hnutí lesních školek začalo později, v roce 1993.

Od té doby jsou ve školském systému začleněné oficiálně?

V Německu máme jiný systém, než je tady v Česku. Stačí mít koncept, donést ho na zemský úřad pro mládež a nechat si ho různými úřady schválit. Neděla se to na celostátní úrovni, ale na komunální. Lesní školky začaly provozovat dvě paní učitelky úplně na severu Německa, ve Flensburgu. Samy je viděly v Dánsku, v Kodani. A byly tak nadšené, že jim stačily dva roky, aby dokončily koncept a všechno vyjednaly s úřady. Měly obrovský úspěch, v té školce byli pořád noviná ři, a tak se lesní školky rozšířily po celém Německu. Byla to řetězová reakce. Dnes u nás funguje minimálně 1 500 lesních školek, přírodních školek a skupin. Zemské úřady pro mládež mají zájem na tom, aby předškolní péče byla různorodá.

S hygienickými požadavky jste nikdy problémy neměli? V Česku je to jediný důvod, který brání oficiální existenci lesních školek.

Lesní školky nejsou v uzavřeném prostoru. Jsou venku, takže pro ně hygienické normy neplatí. Při posuzování nové žádosti se vychází ze zkušeností, jak to funguje v jiných lesních školkách.

„Lesní školky nejsou v uzavřeném prostoru, takže pro ně hygienické normy neplatí."
Ute Ostermannová, asociace lesních školek

Žádná inspekce u vás neexistuje?

Ne. Všechno se kontroluje a schvaluje ještě předtím, než školka zahájí provoz. Takže například, když jsou v maringotce kamna, která kolem sebe nemají ochranu, a děti by si mohly spálit ruce, tak povolení nedostanou. A pokud jde například o záchody, máme všechny varianty. Od kompostovacích záchodků až po lesní školky, které mají třeba jenom lopatku. Existují však i takové, které mají doopravdickou budovu a v ní splachovací záchod. Z pohledu hygienických pravidel je výhoda také to, že jídlo se do školek většinou dovází. Někde se rodiče domluví a každý den vaří jedna rodina pro všechny. Kdybychom v lesních školkách jídlo připravovali, normy bychom dodržovat museli.

V Česku teď lesním školkám hrozí zánik, a to kvůli zákonu o dětských skupinách. Vnímáte, v čem je problém?

Vím o tom. S Německem to nejde srovnávat, máme jinou tradici lesních školek. Třeba ta věc s metry čtverečními vyhrazenými na každé dítě. Tak to přece u lesních školek nehraje roli, prostoru mají dost – celý les! Maringotku používáme jen v případě, že je opravdu špatné počasí. Děti tam nejsou rády moc dlouho.

Měla byste nějakou radu, jak v Česku lesní školky zakotvit?

Je nutné vést dialog s těmi zodpovědnými, poukázat na to, jak jsou dnes lesní školky rozšířeny v Německu a jak se tenhle systém uplatňuje všude ve světě – v Japonsku, v Koreji. A Češi jsou od nás rovnou za rohem.

Markéta Březinová

Ukázka 28 Stejný zpravodajský rozhovor jako v ukázce výše, v grafické podobě z MF Dnes z 29. 9. 2014, s. 2. Zdroj: MF Dnes

Lesní školky bez záchodů? Stačí i lopatka, říká šéfka německé asociace

29. září 2014 1:01

Lesním školkám hrozí v Česku zánik kvůli hygienickým pravidlům. V Německu, odkud nápad lesních školek přišel, však žádné takové normy neexistují a přitom mají lesních školek stovky. U nás stačí lopatka, říká v rozhovoru předsedkyně Německé asociace lesních a přírodních mateřských škol Ute Schulte Ostermannová.

Voda se ohřívá v rychlovarné konvici (3. 9. 2014). | foto: Tomáš Krist, MAFRA

Odkdy u vás fungují lesní školky?
První byla založena v roce 1968. Tehdy ještě nebyla oficiální, ale byla trpěná, protože všichni rodiče byli spokojení. Paní, která ji provozovala, neměla žádný výjimečný koncept, měla jen vhodné prostředí a chtěla, aby děti byly venku. Hnutí lesních školek začalo později, v roce 1993.

Od té doby jsou ve školském systému začleněné oficiálně?
V Německu máme jiný systém, než je tady v Česku. Stačí mít koncept, donést ho na zemský úřad pro mládež a nechat si ho různými úřady schválit. Nedělá se to na celostátní úrovni, ale na komunální. Lesní školky začaly provozovat dvě paní učitelky úplně na severu Německa, ve Flensburgu. Samy je viděly v Dánsku, v Kodani. A byly tak nadšené, že jim stačily dva roky, aby dokončily koncept a všechno vyjednaly s úřady. Měly obrovský úspěch, v té školce byli

Ukázka 29 Stejný zpravodajský rozhovor jako výše, v grafické podobě z iDnes.cz z 29. 9. 2014. Zdroj: iDnes.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://zpravy.idnes.cz/lesni-skolky-nemecko-lopatka-diw-/domaci.aspx?c=A140928_195741_domaci_aba>.

5.10 Zpravodajské žánry specifické pro online média

Většina zpravodajských žánrů je prakticky stejná, ať už jsou uveřejněny v tištěných nebo v online médiích. Hlavní rozdíl je zapojení multimédií v případě online zpravodajství. Například zpráva na online zpravodajském serveru bude v zásadě stejná jako v tisku, jen bude využívat hypertextové odkazy (přímo v textu článku i pod ním) na další související články či informace, bude možné ji aktualizovat a pravděpodobně u ní bude možnost diskuze čtenářů (pokud ji provozovatel serveru umožňuje).[85]

Z formálních náležitostí zpravodajského textu se na některých zpravodajských serverech neužívá domicil (například iDnes.cz domicil neužívá, deník.cz naopak

85 Více viz oddíl *1.6 Odlišnost printového a online zpravodajství.*

užívá), v záhlaví zprávy je oproti tištěným médiím navíc datum a čas[86], označení, zda a kdy byla zpráva aktualizovaná[87], a ikonky umožňující článek sdílet na různých sociálních sítích.

Některé žánry jsou však pro online zpravodajství specifické, v tištěných médiích se nepoužívají, respektive nelze je používat z podstaty věci.

Jde o tyto žánry:

5.10.1 Online rozhovor

Interaktivní žánr odehrávající se v reálném čase. Čtenáři pokládají elektronickou formou otázky a zdroj na ně může okamžitě odpovídat (otázky lze většinou pokládat buď přímo ve stanovené době online rozhovoru, což bývá cca jedna hodina, anebo i předem). Online rozhovor mívá úvodní krátký odstavec nebo je odkaz na něj v předcházejícím článku k tématu.

Zveřejňované otázky a odpovědi neprocházejí editorskou úpravou ani korekturou, výsledný text tedy nedosahuje běžné úrovně jiných žurnalistických žánrům (obsahuje většinou poměrně hodně gramatických a stylistických chyb, někdy bývají zejména položené otázky i bez diakritiky).

5.10.2 Online reportáž

Téměř v reálném čase nebo jen se zpožděním v řádu minut poskytuje informace o vybrané události, jejím ději, atmosféře. Online reportáž mohou doplňovat i informace z více zdrojů, nejen těch přítomných dané události. Ve slovenském deníku SME nazývají tento žánr „minuta po minutě“, což do značené míry vystihuje podstatu online reportáže. Text bývá opravdu časově strukturovaný, k uvedenému času bývá vždy přiřazeno několik řádků textu, pak následuje další časový údaj s textem atd. Online reportáž může být zpracovaná také multimediálně a má chronologicky obrácenou strukturu – ty nejnovější informace jsou hned pod titulkem. (Čuřík a kol. 2012: 25–26 a Kasarda 2012: 164–169)

Ukázka online rozhovoru viz níže. Další ukázky uvedených online žánrů jsou v *Příloze č. 7: Ukázky žánru online rozhovor* a v *Příloze č. 8: Ukázky žánru online reportáž.*

86 Například na iDnes.cz se u poutacího perexu článku zobrazuje text: vydáno před 24 minutami, po rozkliknutí celého článku se pak pod titulkem objeví upřesněná informace ve stylu: 10. října 2014 11:30.

87 Opět příklad ze serveru iDnes.cz. U poutacího perexu: aktualizováno před hodinou. Po rozkliknutí: 10. října 2014 7:53, aktualizováno 10:56.

deník.cz

Miminka narozená na Brněnsku

EUR 27,59 | DNES 7 | TV Program | Volná místa | Napište nám | Horoskopy

Chci inzerovat v novinách nebo na webu
Chci předplatné novin
Chci napsat šéfredaktorovi
Chci poslat článek nebo fotku
Kontakt na redakci

Zprávy | Brno | Kuřim | Další města | Sport | Černá kronika | Kultura | Z regionu | Ekonomika

Seriály | Rozhovory | Miminka | Tipliga | Jak se žije v Ivančicích | Společenská rubrika | Česko zpívá koledy | Chováme se odpověd

SKÓRE ROVNOSTI: Jsou podle vás jídlo a potraviny na vánočních trzích dostatečně kv

Odpovídal útočník hokejové Komety Jakub Koreis

Brno – Před startem sezony odešel na tříměsíční hostování do rakouského Klagenfurtu. Bez statného centra Jakuba Koreise se však brněnským hokejistům nedařilo a vedení klubu jej povolalo zpět. I třicetiletý útočník nyní pomáhá Kometě k lepším výsledkům. Před jeho příchodem byla v tabulce třináctá, nyní je šestá.

Tento rozhovor byl ukončen dne 7.11.2014

DOTAZ: Ahoj, kolik procent z platu musis odvadet svemu agentovi? Jestli to neni tajne :) preji mnoho uspechu a mnoho vyhranych buly, tak jako doted :)

7.11.2014

ODPOVĚĎ: Ahoj, zdravím čtenáře Rovnosti.
Z platu dáváme agentům pět procent.

DOTAZ: V jake casti Brna bydlis? Jak se ti libi Brno a mas nejakou oblibenou restauraci (hospudku)?

7.11.2014

ODPOVĚĎ: Nejdřív jsem bydlel na Hybešce. Když jsem odcházel do Rakouska, byt jsem pustil. Teď bydlím nově na Veveří. Chodím do kavárny Flexaret.

DOTAZ: Ahoj, jake mas vzdelani nebo cim jsi vyucen? Co se honi hracum v hlave , kdyz se jim blizi konec kariery? Neni to asi lehke prejit po cca 20ti letech driny a poznani jen stadion,autobus,zapas, trenink . A najednou se preorientovat na "normalni" zivot. Ani se nedivim, ze nekdo spadne do depresi. At se dari...

7.11.2014

ODPOVĚĎ: Teď si dodělávám maturitu. Přechod po konci kariéry není jednoduchý. Sám z toho mám trochu obavy, proto si taky dodělávám aspoň střední školu. Snažím se připravit, abych do žádných depresí nepadal.

DOTAZ: Ahoj Kubo :) jseš (podle mě) nejbojovnější hráč na ledě :) a v Brně tě každý vítá s otevřenýma rukama. Na začátku jsem toto postřádali a s Vildou jste nám vrátili Kometu :) a co říkáš, že před 3 rokama v Kometě byli 3 Svobodové a teď ani jeden? podle mě je to velká škoda, ale chápu, že se holt nedařilo a byl přetlak, Ale i tak mě zajímá tvůj názor. A přeji hodně štěstí :)

reklama
Bakalářské
Nabídka Bc. studi
Přijímáme do všec

Hollan? Projde mu více než ostatním

NEJČTENĚJŠÍ | NEJDISKUTOVANĚJŠÍ

Hollan? Projde mu tisíckrát víc než ostatním, říká Šťástka
Náměstí Svobody zhaslo. Svítil jenom nazdobený vánoční strom
Dopravní podnik letos zavedl dvě nové zastávky. Ulehčil tak lidem cestu do práce
OBRAZEM: Královo Pole se proměnilo v Havaj. Lidé tam slaví Vánoce na pláži
Šťastné a veselé si Kometa užije díky dvěma dělovým ránám

reklama
Office 365
500 Kč Poukaz na nákup zboží
Microsoft Office 365 pro jednotlivce CZ
1024 GB online uloženého prostoru ZDARMA
1790,-
více na alza.cz

Ukázka 30 Část textu online rozhovoru ze serveru Brněnský deník.cz ze 7. 11. 2014. Zdroj: brnensky.denik.cz [cit. 2014-12-15]. Dostupné na internetu: <http://brnensky.denik.cz/online-rozhovor/ptejte-se-utocnika-hokejove-komety-jakuba-koreise-20141105.html>.

Doporučená literatura

- Caroll, Brian. 2010. *Writing for Digital Media*. New York: Routledge.
- Craig, Richard. 2005. *Online Journalism. Reporting, Writing and Editing for New Media.* Boston: ThomsonWadsworth.
- Čuřík, Jaroslav a kol. 2012. *Nové trendy v médiích I: online a tištěná média.* Brno: Masarykova univerzita.
- Kasarda, Martin. 2012. *Praktická príručka písania pre profesionálov.* Bratislava: Eurodódex.
- Osvaldová, Barbora – Halada, Jan a kol. 2007. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace.* Praha: Libri.
- Osvaldová, Barbora a kol. 2011. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum.
- Ruß-Mohl, Stephan – Bakičová, Hana. 2005*. Žurnalistika. Komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada Publishing.
- Tušer, Andrej a kol. 2010. *Praktikum mediálnej tvorby.* Bratislava: Eurokódex.
- Tušer, Andrej. 2010. *Ako sa robia noviny*. 4., preprac. vyd. Bratislava: Eurokódex.
- Wheeler, Sharon. 2009. Feature writing for journalists. New York: Routledge.

ABSTRAKT

Publikace *Zpravodajské žánry v tištěných a online médiích* se zabývá seriózní žurnalistikou a zpravodajstvím, oblastí žurnalistiky, která je nejvíce svázána různými pravidly.

Text s obrazovým doprovodem a ukázkami popisovaných žánrů či vizuálních prvků předkládá (při vědomí, že pravidla se v konkrétních redakcích liší a mění) maximalistickou verzi pravidel žurnalistické zpravodajské tvorby, která vycházejí ze současné praxe ve vybraných českých a slovenských seriózních tištěných médiích (v MF Dnes, v regionálních Denících, v deníku SME a v českých a slovenských Hospodářských novinách) a na jejich sesterských zpravodajských serverech, z odborné žurnalistické literatury a také z dlouholetých žurnalistických zkušeností autora v několika redakcích.

Publikace upozorňuje na názory některých profesionálních žurnalistů, kteří polemizují s přesvědčením, že dnešek je soumrakem žurnalistiky, protože klesá čtenost, prodané náklady a tím i ekonomická výkonnost médií. Podle těchto názorů je dnešek pro žurnalistiku naopak zlatou érou – má největší možnost v historii jak vyprávět příběh. Lze ho čtenářům předat pohyblivými obrázky, mluveným slovem, psaným textem i fotografiemi. Text se v té souvislosti věnuje multimedialitě a jejímu využívání v online médiích i přesahu do médií tištěných díky rozšířené realitě (od QR kódů až po skutečné displeje vlepené do časopiseckých stran a díky sim kartě online propojené s internetem).

Autor v souladu s jinými konstatuje, že dnešní zpravodajství je především měkké a vládne mu příběh, emoce, které mohou udělat zpravodajství konkurenceschopné, protože umějí přitáhnout pozornost čtenáře. Novináři proto i u zpravodajství velmi často volí příběhový styl psaný z pohledu těch, kterých se problém týká. I zpráva často začíná zcela konkrétním emotivním minipříbehem, teprve pak následují tvrdá fakta a obecnější informace.

Publikace nabízí pravidla pro tvorbu vybraných konkrétních zpravodajských žánrů a jejich forem pro tištěná a online média (krátká zpráva, zpráva, agenturní zpráva, zpráva z tiskové konference, news feature, zpravodajská reportáž, anketa, zpravodajský rozhovor a žánry specifické pro online média, tedy online rozhovor a online reportáž).

Popisuje také například práci s prvky zvyšujícími čtenost (videi, audii, infografikami, fotografiemi, ale i s titulky a zahájením článků), práci se zdroji informací (včetně přístupu ke zdrojům na sociálních sítích) a postup při výběru relevantních zpravodajských témat.

Publikace *Zpravodajské žánry v tištěných a online médiích* může zejména začínajícím novinářům, studentům žurnalistiky, ale i laikům, sloužit jako základní přehled o vybraných zpravodajských žánrech a jejich formách používaných v moderní seriózní tištěné a online žurnalistice.

Klíčová slova

agenturní zpráva, anketa, fotografie, infografika, krátká zpráva, news feature, online média, reportáž, rozhovor, tištěná média, zpráva, zpravodajství, žánry

ABSTRACT

The publication *Zpravodajské žánry v tištěných a online médiích* addresses the topic of quality journalism and news coverage, an area of journalism which is most bound by all kinds of various rules.

The text accompanied by images and samples of discussed genres or visual elements presents a maximalist version of journalist reporting rules (while the author is fully aware that rules vary across different editorial offices). These arise from the present practice in selected Czech and Slovak quality printed press (in the MF Dnes daily, regional Deníky, the SME daily and both Czech and Slovak versions of Hospodářské noviny) and their respective news servers as well as from specialized journalist literature and also from many years of journalist experience of the author in several editorial offices.

The publication highlights the opinions of some professional journalists who disagree with the idea that in the present day, we are witnessing the twilight of journalism since reading is in decline and so is the amount of sold copies and consequently the economic performance of the media, too. In their opinion, the current times are the golden era – journalism has now the largest potential in history to tell a story. The story can be passed to readers in the form of motion pictures, spoken word, written text as well as photographs. In connection with this, the text addresses multi-media and its use in online media as well as its overlap into printed media due to extended reality (from QR codes to real displays glued onto magazine pages and connected to the Internet via a SIM card).

In agreement with others, the author concludes that today's news coverage mainly constitutes of soft news and is ruled by stories and emotions which can make journalism able to compete, since these have the potential to attract readers' attention. Even in case of news reporting, journalists hence often choose a story-like style capturing events from the perspective of those affected by the problem in question. Even a news report often opens with a specific mini-story loaded with emotions, and only after that hard facts and general information are presented.

The publication offers rules for selected specific news genres and their forms for printed and online media (short report, report, news agency report, press conference report, news feature, news coverage, survey, interview and genres specific for online media: online interview or online news report).

It also describes work with elements which increase popularity of any given publication (video, audio, infographics, photographs, but also titles and article openings), work with information sources (including approaches to social networks as sources) and methods of selecting relevant journalist topics.

The publication *Zpravodajské žánry v tištěných a online médiích* can provide basic overview of selected journalist genres and their forms used in modern printed and online quality news reporting to emerging journalists, journalism students and also laymen.

Key words

news agency report, survey, photograph, infographics, short report, news feature, online media, news report, interview, printed media, report, news coverage, genres

LITERATURA

- Adams, Sally. 1999. „Writing features." Pp. 47–98 in *Writing for journalists.* Ed. Hicks, Wynford. London: Routledge.
- Bednář, Vojtěch. 2011. *Internetová publicistika*. Praha: Grada.
- Bednář, Vojtěch. 2011. *Mediální komunikace pro management*. Praha: Grada.
- Brečka, Samuel – Ondrášik, Branislav – Keklak, Richard. 2010. *Médiá a novinári na Slovensku 2010*. Bratislava: Eurokódex.
- Brečka, Samuel a kol. 2009. *Od tamtamov po internet.* Bratislava: Eurokódex.
- Burton, Graeme – Jirák, Jan. 2001. *Úvod do studia médií.* Brno: Barrister & Principal.
- Craig, Richard. 2005. *Online Journalism. Reporting, Writing and Editing for New Media.* Boston: ThomsonWadsworth.
- Čuřík, Jaroslav a kol. 2012. *Nové trendy v médiích I: online a tištěná média.* Brno: Masarykova univerzita.
- Čuřík, Jaroslav. 2014. „Multimediální novinář v redakcích SME a Mladé fronty Dnes." 2014. Pp. 28–46 in *Otázky žurnalistiky* 2014, r. 57, č. 1 –2.
- Jirák, Jan – Köpplová, Barbara. 2007. Média a společnost. Praha: Portál.
- Jirák, Jan – Köpplová, Barbara. 2009. Masová média. Praha: Portál.
- Kasarda, Martin. 2012. Praktická príručka písania pre profesionálov. Bratislava: Eurodódex.
- Kroupa, Jiří a kol. 2010. *Mediální právo*. Brno: Masarykova univerzita.
- Láb, Filip – Turek, Pavel. 2009. *Fotografie po fotografii*. Praha: Karolinum.
- Lábová, Alena – Láb, Filip. 2009. *Soumrak fotožurnalismu? Manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum.
- McQuail, Denis. 1999. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.
- Minářová, Eva. 2011. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada.
- Němec, Jan. 2013. *Hlavní kriminální zpravodajské články v Černé kronice Brněnského deníku Rovnost.* Brno: Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity. Bakalářská práce.
- Örnebring, Henrik. 2010. „Technology and Journalism as Labour: Historical Perspectives." Pp 57–74 in *Journalism* 2010, vol. 11, no. 1.
- Osvaldová, Barbora – Halada, Jan a kol. 1999. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri.
- Osvaldová, Barbora – Tejkalová, Alice (ed.). 2009. *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Praha: Karolinum.
- Osvaldová, Barbora a kol. 2011. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum.
- Reifová, Irena a kol. 2004. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál.
- Rozehnal, Aleš. 2007. *Mediální právo*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk.
- Ruß-Mohl, Stephan – Bakičová, Hana. 2005. *Žurnalistika. Komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada Publishing.

- Stovall, James, Glen. 2004. *Web journalism: practice and promise of a new medium.* Boston: Pearson Education.
- Šmíd, Milan – Trunečková, Ludmila. 2009. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře.* Praha: Karolinum.
- Tomandl, Jan. 2011. *Jak účinně oslovit média. Media relations v podnikání, správě, kultuře i neziskovém sektoru.* Brno: Computer Press.
- Trampota, Tomáš. 2006. *Zpravodajství*. Praha: Portál.
- Tušer, Andrej a kol. 2010. *Praktikum mediálnej tvorby*. Bratislava: Eurokódex.
- Tušer, Andrej. 2010. *Ako sa robia noviny.* 4., preprac. vyd. Bratislava: Eurokódex.
- Verner, Pavel. 2007. *Úvod do praktické žurnalistiky*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského.
- Wheeler, Sharon. 2009. *Feature writing for journalists*. New York: Routledge.

Internetové zdroje

- 1188 Telefonní seznam osob a firem 2014 [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.1188.cz/>.
- Americhip‘s NEW digital media: Video-in-Print, You Tube 2009 [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://www.youtube.com/watch?v=UaMdYrNVLG0>.
- Aust. O. 2014. Newton Media expanduje na Balkán. In *Médiář.cz* [cit. 2014-10-09]. Dostupné na internetu: <http://www.mediar.cz/newton-media-expanduje-na-balkan/>.
- Blog iDnes.cz. Etický kodex novinářů mediální skupiny MAFRA [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://redakcni.blog.idnes.cz/c/346756/Eticky-kodex-redakci-iDNEScz-a-MF-DNES.html>.
- Česká tisková kancelář, Služby. Výhody agenturních zpráv. Struktura agenturní zprávy [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.ctk.cz/sluzby/vyhody_zprav_ctk/struktura/>.
- Česká tisková kancelář. Služby. Databáze [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.ctk.cz/sluzby/databaze/>.
- Česká tisková kancelář. Služby. PR služby [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.ctk.cz/sluzby/protext/>.
- Česká tisková kancelář. Služby. Výhody agenturních zpráv. Forma agenturních informací [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.ctk.cz/sluzby/vyhody_zprav_ctk/forma/>.
- Česká tisková kancelář. Služby. Výhody agenturních zpráv. Typy agenturních zpráv [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.ctk.cz/sluzby/vyhody_zprav_ctk/typy/>.
- Česká tisková kancelář. Služby. Zpravodajství [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.ctk.cz/sluzby/zpravodajstvi/>.
- Data Journalism Handbook [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://datajournalismhandbook.org/1.0/en/>.

› Datablog.cz. Prostor pro kreativní práci s informacemi [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://www.datablog.cz/>.
› Entertainment Weekly [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://www.ew.com/ew/>.
› Fridrich, Milan. Zpráva pro Radu ČT o činnosti zahraničních zpravodajů v roce 2008. Česká televize. Rada ČT. Výroční zprávy. 2008. Výroční zpráva o činnosti České televize v roce 2008. Příloha 5.2. Zahraniční zpravodajové. Zpráva pro Radu ČT o činnosti zahraničních zpravodajů v roce 2008. 2008 [cit. 2014-09-09]. Dostupné na internetu: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocni_zpravy/prilohy_08/52.pdf>.
› Internetová jazyková příručka Ústavu pro jazyk český Akademie věd České republiky. 2008–2014 [cit. 2014-09-26]. Dostupné na internetu: <http://prirucka.ujc.cas.cz/>.
› Mapy Google [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <https://www.google.cz/maps/preview>.
› Mapy.cz [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.mapy.cz/>.
› Newton media. Monitoring médií. Mediální archiv [cit. 2014-09-12]. Dostupné na internetu: <http://www.newtonmedia.cz/medialni-archiv>.
› Newton media. Monitorovaná média. Struktura médií [cit. 2014-09-12]. Dostupné na internetu: <http://www.newtonmedia.cz/struktura-medii>.
› Portál veřejné správy [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <https://portal.gov.cz/portal/obcan/>.
› Portál veřejné správy. Informace pro občany České republiky. 46/2000 Sb. o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon) [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?page=0&idBiblio=49066&fulltext=tiskov~C3~BD~20z~C3~A1kon&nr=&part=&name=&rpp=15#local-content>.
› Portál veřejné správy. Informace pro občany České republiky. 52/2009 Sb., kterým se mění zákon č. 141/1961 Sb., o trestním řízení soudním (trestní řád), ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=68104&fulltext=&nr=52~2F2009&part=&name=&rpp=15#local-content>.
› Příručka datové žurnalistiky. Fond Otokara Motejla 2013 [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://motejl.cz/#/obcansky-radce/publikace>.
› Sme.sk. Ekonomika. Redaktori SME: Nedáme sa opentať [cit. 2014-10-12]. Dostupné na internetu: <http://ekonomika.sme.sk/c/7431543/redaktori-sme-nedame-sa-opentat.html>.

- Strnad, Zdeněk – Vojtek, Marián. Agentuře Reuters je 160 let. Český rozhlas. Rádio Česko. Týden v médiích. Zpráva. 2011 [cit. 2014-09-25]. Dostupné na internetu: <http://www.rozhlas.cz/radio_cesko/tydenvmediich/_zprava/agenture-reuters-je-160-let--962082 >.
- Syndikát novinářů ČR, z. s. Úvod. Dokumenty. Kauzy. 35. vyloučení M. Holuba a J. Krupky ze SN (tzv. "holubí letka" – reakce J. Krupky) a 54. AV ČR vs. tzv. Holubí letka (1999) [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.syndikat-novinaru.cz/dokumenty/kauzy/>.
- Syndikát novinářů ČR. Etika. Kodex [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://www.syndikat-novinaru.cz/etika/kodex/>.
- The Guardian. Datablog. How to be a data journalist 2010 [cit. 2014-10-05]. Dostupné na internetu: <http://www.theguardian.com/news/datablog/2010/oct/01/data-journalism-how-to-guide>.
- ÚZK nahlížení do katastru nemovitostí 2004–2014 [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://nahlizenidokn.cuzk.cz/>.
- Veřejný rejstřík a Sbírka listin 2012–2014 [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik/>.
- Zlaté stránky.cz 2014 [cit. 2014-10-04]. Dostupné na internetu: <http://www.zlatestranky.cz/>.

Výzkumné rozhovory

- Blažek, Vojtěch. Redaktor domácího zpravodajství. Hospodářské noviny, vydavatelství Economia. Praha. 29. 1. 2014.
- Dubský, Vladimír. Hlavní editor. Hospodářské noviny, vydavatelství Economia. Praha. 29. 1. 2014.
- Jamrichová, Petra. Redaktorka. Hospodárske noviny, vydavatelství Ecopress. Bratislava. 10. 10. 2013.
- Kern, Miroslav. Redaktor domácího zpravodajství. SME, vydavatelství Petit Press. Bratislava. 11. 10. 2013.
- Koník, Juraj. Editor zpravodajství. SME, vydavatelství Petit Press. Bratislava. 10. 10. 2013.
- Kostolný, Matúš. Šéfredaktor. SME, vydavatelství Petit Press. Bratislava. 10. 10. 2013.
- Orálek, Petr. Šéfredaktor speciálních projektů, B2B a sdíleného obsahu. Vydavatelství Economia. 29. 1. 2014.
- Špaček, Bohumil. Zástupce vedoucího newsroomu. MF Dnes, mediální skupina Mafra. Praha. 24. 10. 2013.

Tiskové zprávy, svodky

- Černohorský, René. *Vítkovští policisté šetří případ pokusu odcizení motocyklu z nezajištěné garáže ve Vítkově*. Policie České republiky. Úvodní strana. Útvary Policie ČR. Krajská ředitelství policie. Moravskoslezský kraj. Zpravodajství. Informace z Opavska – 12. září 2014 [cit. 2014-09-28].
  Dostupné na internetu: <http://www.policie.cz/clanek/informace-z-opavska-12-zari-2014.aspx>.
- Štrauchová, Zdenka. *Šedesát hasičů zasahovalo u požáru bytového domu v Tanvaldu*. HZS Libereckého kraje. Informační servis. Zpravodajství. 2014, září [cit. 2014-09-28].
  Dostupné na internetu:
  <http://www.hzscr.cz/clanek/sedesat-hasicu-zasahovalo-u-pozaru-bytoveho-domu-v-tanvaldu.aspx>.

Redakční příručky

- *10 x 10 aneb 100 základních pravidel Deníku Rovnost*. Říjen 2010–duben 2011. Interní příručka Brněnského deníku Rovnost.
- *Co to vlastně děláme? A proč? A jak?* (Nedatováno). Interní příručka MF Dnes.
- *Dobré noviny: Jak a co děláme v MF DNES.* (Nedatováno). Interní příručka MF Dnes.
- *Princípy vytvárania obsahu pre HN a tituly Ecopressu*. (Nedatováno). Interní manuál Hospodárskych novín.
- *Redakčný manuál pre HN, Kritériá kvality Alebo Ako poznáme kvalitnú novinársku prácu.* (Nedatováno). Interní manuál Hospodárskych novín.

Poznámka: Zdroje Ukázek, Obrázků a Schémat zde neuvádíme, jsou uvedeny přímo v textu jednotlivých popisků. V textu publikace jsou přílohy označeny jako číslované Ukázky nebo Schémata, v Přílohách jsou vizuální ukázky označeny jako číslované Obrázky.

REJSTŘÍK

A

agentura tisková *20, 25, 33, 35, 36, 49, 51, 52, 53, 54, 56, 63, 72, 81, 82, 84*
analýza *17, 25, 26, 47, 76*
anketa *96, 97, 140, 141, 142, 143*
archaismus *21*
audio *38, 40, 48, 54, 59, 60, 69, 83*
autonomie redakce *42*
autorizace *39, 40*
avízo *33, 56*

B

background, kontext *11, 12, 30, 39, 44, 73, 78, 91*
beletrie *8, 16, 91*
blog, mikroblog *12, 27, 45, 46, 61, 68*
bulvár *6, 8, 24, 32, 59, 64, 69*

C

citace *14, 20, 23, 35, 37, 38, 39, 40, 42, 44, 64, 65, 70, 74, 76, 77, 78, 86, 87, 90, 96, 98, 99*

D

databáze *33, 35, 46, 47, 48, 49, 51, 56, 109*
dezinformace *45, 46*
domicil *53, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 81, 86, 91, 96, 98, 102, 154*
důvěryhodnost *14, 36, 37, 41, 45, 46, 51*

E

editor *5, 8, 12, 17, 18, 20, 25, 30, 39, 41, 71, 72, 73, 81, 103, 111*
emoce *17, 18, 27, 62*
er-forma *91*
etika *11, 12, 23, 27*

F

fakta *7, 10, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 33, 36, 39, 46, 61, 64, 67, 73, 76, 77, 99*
feature *16, 67, 71, 86, 87, 89*
fejeton *8, 70*
fleš *56*
fokus *17*
fotoarchiv *56*
fotobanka *51*
fotogalerie *23, 94*
fotografie *8, 33, 42, 46, 51, 53, 56, 59, 61, 62, 63, 68, 96, 98*
fotoreferát *62*
fotozpráva, fotozpravodajství *62*
fulltext *48*

G

glosa *8, 17, 70*
grafika *54, 60, 61*

H

headline *53, 56*
hierarchie *33*
hodnoty zpravodajské *31, 32, 86*

Ch

chronologie *56, 62, 67, 87, 91, 103*

I

ich-forma *21, 91*
infobox *60*
infografika *23, 26, 33, 51, 53, 59, 60, 61, 132, 133, 134, 135, 136*
insider *40*
internet *7, 11, 13, 24, 26, 27, 28, 30, 33, 35, 45, 46, 47, 48, 58, 59, 61, 68, 109*
interpretace *7, 12, 13, 16, 17, 25, 29, 36, 46, 61, 76, 77*
inzerent *17, 59, 154*

J

jazyk *7, 9, 11, 13, 18, 19, 20, 21, 24, 27, 38, 49, 53, 78, 81, 86, 87, 91, 99*

K

klišé *21, 78*
kodex etický, norma etická *11, 12, 27*

komentář 6, 14, 16, 17, 25, 31, 70, 76, 86
konference tisková 22, 25, 29, 30, 43, 45, 51, 84, 85
konfliktnost, konflikt 14, 32, 36, 45, 77, 98

L

layout 69, 70, 71
lead, úvod (článku) 15, 64, 72, 73, 80, 82, 91, 95, 96, 98, 99, 103

M

manuál, směrnice (redakční) 6, 8, 20, 32, 60, 61, 63, 76, 97, 112
materiál (novinářský) 5, 7, 8, 13, 14, 15, 16, 23, 33, 36, 39, 43, 60, 62
medailon 98
médium celostátní, regionální, lokální, hyperlokální 32, 70
médium online 6, 7, 23, 24, 25, 26, 45, 51, 59, 60, 69, 70, 74, 81, 86, 96, 102, 103
médium seriózní, bulvární 6, 8, 18, 20, 29, 32, 59, 69, 72
médium (tištěné), noviny, print 6, 7, 12, 17, 23, 24, 25, 26, 28, 32, 33, 45, 46, 51, 59, 60, 61, 64, 69, 70, 74, 81, 86, 96, 98, 102, 103
médium veřejnoprávní, komerční 17, 31, 42, 51, 59
médium zpravodajské 12, 21, 24, 25, 26, 41, 53, 62, 69, 74, 81, 96, 98, 102
metadata 53
minuta po minutě 26, 103, 147
modelovost 15, 64
monitoring 47, 48, 49
multimedialita, multimédium 23, 24
multitasking 30

N

názor (autora, novináře) 7, 12, 13, 16, 17, 25, 31, 33, 70, 76, 77
news feature 16, 67, 71, 86, 87, 88, 89
news hard 17, 18, 74, 81, 86
news soft 18, 74, 81

O

objektivita 13, 14, 43, 84
odkaz hypertextový 23, 26, 102
odposlech 11, 38
organizace mediální 5, 7
otázka zpravodajská 15, 42, 43, 62, 65, 66, 67, 74, 76, 77, 78, 87, 96, 98, 99

P

partnerství mediální 42
pasivum 64, 85
perex 72, 73, 77, 80, 95, 103
poznámka (žánr) 70
pravidlo (žurnalistické) 5, 6, 8, 9, 10, 12, 17, 20, 21, 60, 62, 65, 75, 76, 81, 84, 86
pravopis 9, 19
prodata 56
produkt (novinářský) 5, 7, 18
profil 56
prvek vizuální 6, 59, 61, 63, 116
příběh 8, 15, 18, 19, 23, 59, 60, 66, 67, 74, 76, 77, 86, 87
publicistika 6, 7, 8, 15, 16, 18, 19, 21, 23, 25, 29, 31, 33, 61, 62, 70, 71, 86, 87, 91, 98
public relations 29, 34, 41, 42, 45, 56, 74, 84
publikum 7, 13, 31, 42, 51
pyramida obrácená 15, 26, 77, 78

Q

QR kód 24

R

realita augmentovaná, rozšířená 24
redakce 5, 6, 8, 9, 11, 20, 21, 22, 23, 24, 31, 32, 33, 39, 41, 42, 51, 62, 71, 72
reklama 17, 29, 42, 47, 60
relevance (témat) 29, 31, 32, 33, 84
reportáž online 17, 26, 103, 147, 148, 149
reportáž (videoreportáž) 59
reportáž zpravodajská 90, 91, 93, 94
rešerše 10, 46
rod trpný 21
rolling deadline 25
rozhovor online 26, 103, 144, 145, 146
rozhovor zpravodajský 71, 97, 98, 99, 101, 102
rubrika 30, 31, 33
rutina mediální 5

S

server zpravodajský *6, 8, 16, 23, 24*
síť sociální *30, 41, 45, 46, 47, 103*
skupina cílová *7, 59*
slang *18, 21, 78*
slepota z nepozornosti *30*
sloupek *8, 70*
slovo zakázané *20, 22*
stereotyp mediální *14*
svoboda projevu *11*
svodka policejní, hasičská *29, 41, 152*

Š

šéfredaktor *5, 8, 10, 20, 25, 26, 30, 32*

T

technologie *7, 9, 25, 46*
titulek, nadtitulek, podtitulek, mezititulek *15, 17, 23, 24, 26, 59, 61, 62, 63, 64, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 76, 77, 81, 84, 86, 91, 96, 98, 99, 103, 137*

U

ustálenost *15, 70, 86*
uzávěrka *10, 24, 25*
úzus *8, 20, 72*

V

verzálka *20, 21, 71*
video *23, 24, 46, 48, 51, 53, 59, 60, 63, 69, 126, 127*
vydání (novin, média) *5, 14, 26, 53, 54, 60, 80, 81*
vydavatel, vydavatelství *8, 10, 11, 12, 16, 17, 20, 23, 32, 43, 52, 53, 59*
vyhledávač *46*
vyváženost *14, 23, 41, 84*

Z

zájem veřejný *11, 13, 38*
zákon náhubkový *11*
zákon tiskový *11*
záznam zvukový *38, 40, 59*
zdroj primární, sekundární, expertní *36, 41, 47, 72, 81*
zkratka autora *36, 71, 72, 81, 82*
zpráva agenturní *30, 36, 52, 53, 54, 56, 72, 81, 82*
zpráva krátká, krátce, kulička, noticka *7, 15, 26, 35, 53, 59, 73, 74, 75*
zpráva online *24, 26, 102, 103*
zpráva tisková *29, 35, 36, 40, 41, 42, 56, 84*
zpráva z tiskové konference *84, 85*
zpravodajství agenturní *49, 51, 52, 53, 81*
zpravodajství domácí *31*
zpravodajství odvětvové *6, 31*
zpravodajství online *6, 8, 23, 24, 25, 26, 29, 33, 52, 59, 60, 94*
zpravodajství printové *6, 23, 24, 25, 26, 59, 94*

Ž

žurnalistika datová *23, 60, 61*
žurnalistika investigativní *6, 13, 38, 40, 46*
žurnalistika občanská *46*

PŘÍLOHA Č. 1: PRÁCE S VIZUÁLNÍMI PRVKY V TISKU

MLADÁ FRONTA

DNES

WWW.iDNES.CZ PONDĚLÍ 29. 9. 2014

19,- Kč XXV/228

Více na str. B9

DNES ČASOPIS K NOVINÁM KAŽDÝ DEN ZDARMA Už od 14. října

INZERCE

56. mezinárodní strojírenský veletrh MSV 2014 AUTOMATIZACE

9. mezinárodní veletrh obráběcích a tvářecích strojů IMT 2014

Zaregistrujte se před svou návštěvou veletrhu, ušetříte čas i peníze! www.bvv.cz/msv

WELDING PLASTEX EFFATECH

29. 9.–3. 10. 2014 Brno – Výstaviště

BVV Veletrhy Brno

NEJČTENĚJŠÍ ŽENSKÝ ČASOPIS V ČR

OnLineMes

TÉMATA: MUMA, JSEM TĚHOTNÁ; 9 MĚSÍCŮ PŘÍPRAVY; PLÁNOVÁNÍ PORODU

ROZHOVOR: KAMILA ZLATUŠKOVÁ

SPECIÁL: MIMINKO

Téma: Proč je čím dál těžší otěhotnět?

Plánování porodu • Největší mýty o nejmenších

TĚHOTENSKÉ CHUTĚ • DĚTSKÁ KOSMETIKA • OČKOVACÍ KALENDÁŘ

Hodně banální a drahé. Vaše srdce stojí miliony

Ministerstvo zdravotnictví bojuje o chybějící miliardy. MF DNES našla konkrétní případ, kde mu utíkají miliony. Na akci Den srdce, kde **z veřejných peněz dotuje utajené příjemce**.

PRAHA Nekuřte, omezte alkohol, sportujte a nerozčilujte se, vašemu srdci to udělá dobře. Možná jste to netušili…

Tyto „objevné" rady rozeslalo Ministerstvo zdravotnictví v tiskové zprávě o dnešní akci: Dni srdce. Příležitost, jak v šesti fakultních nemocnicích v zemi Čechům, kteří hojně umírají na nemoci srdce, trochu zkontrolovat zdraví a poučit je o zdravé životosprávě.

A pro někoho také příležitost na akci, na kterou ministerstvo dalo přes tři miliony, vydělat.

MF DNES se proto začala zajímat, proč celou akci pořádá Všeobecná fakultní nemocnice v Praze, proč jen v polovině z fakultních nemocnic, kolik a proč to celé stojí.

K dispozici totiž pacientům mají být dnes od rána až do pěti hodin ve vybraných nemocnicích (VFN Praha, Brno, Plzeň, Hradec Králové, Olomouc a Ostrava) zdravotníci ve stanech, kteří jim změří tlak, vypočítají hodnotu BMI – tedy zda nejsou obézní, a poradí, jak se nemocem srdce vyhnout.

Tlak však dokáže změřit prakticky každá lékárna a vypočítat BMI umí velmi snadno každý sám, stačí se jen změřit a zvážit, a o tom, že má člověk sportovat, nepřejídat se a nekouřit, ví také každý.

Ukázalo se, že celá akce přijde na 3,2 milionu korun, přičemž původně měla stát čtyři miliony. O ty požádala Ministerstvo zdravotnictví ředitelka Všeobecné fakultní nemocnice, exministryně Dana Jurásková. Její žádost na ministerstvu předložil a odůvodnil Norbert Schellong, poradce ministra, který mimo jiné pracoval ve firmě RGM Medical, jež vytvořila asi nejsporněji zdravotnickou analýzu posledních let. Kvůli ní se pohádala i sociální demokracie uvnitř strany a návrh propojit sedm nemocnic z Moravy do akciové společnosti a zrušit lůžka neprošel.

Nyní Schellong ministrovi doporučil poskytnout dotaci na Den srdce. Návrh byl schválen, nemocnice dotaci dostane.

Zarazí zejména položka 1,45 milionu korun za PR služby. Za jaké? Tiskovou zprávu o Dni srdce rozeslali zaměstnanci ministerstva, tisková konference bude také v režii úřadu a v jeho budově.

Jurásková na otázky neodpověděla. » Pokračování na str. A2

Do zdravotnictví dáme více peněz, slibuje Němeček

PRAHA (jvl) Chybějící peníze ve zdravotnictví hodlá ministr resortu Svatopluk Němeček (ČSSD) „zalepit" ze státního rozpočtu. Pro sektor, jímž každoročně z veřejných peněz proteče 240 miliard korun, hodlá od ministra financí Andreje Babiše získat další prostředky. Spoléhá na jeho slib, že vybere výrazně víc na daních. Zda se tak opravdu stane, však není jisté.

Prostor pro úspory v systému podle Němečka v současnosti není velký. „Představa, že budeme ve zdravotnictví šetřit desítky miliard, ta určitě není reálná. Budeme se spíš snažit, aby finance, které máme k dispozici, byly co nejlépe využity," říká.

Pomoci má rovněž oživení tuzemské ekonomiky. „V okamžiku, kdy se začnou zvedat platy, zvyšovat zaměstnanost, bude ubývat státních pojištěnců, tak systém je schopný být sám stabilní, aniž mu někdo pomáhá," soudí ministr zdravotnictví.

» Rozhovor čtěte na str. A6

Německý ministr: Soužití s Ruskem se nevyhneme

PRAHA (zah) Německý ministr zahraničí Frank-Walter Steinmeier přijíždí do Česka, aby připomněl 25. výročí událostí 30. září 1989. Tehdy se uprchlíkům z NDR, kteří přespávali na západoněmeckém velvyslanectví, otevřela cesta na Západ. Během několika týdnů tam odešlo na dvacet tisíc lidí. V ulicích Prahy po nich zůstaly stovky trabantů, kterými přijeli a odstavili je v centru, a také klíče od bytů, přibité na stromech na Malé Straně.

Steinmeier poskytl před svým příjezdem rozhovor, v němž mluví také o konfliktu na východní Ukrajině a roli Ruska. „S protiprávní anexí Krymu a postupem na Ukrajině zpochybnilo Rusko evropské mírové uspořádání. I když si nyní jen těžko dovedeme představit důvěryplnou spolupráci, Rusko je a zůstane největším sousedem Evropy, s nímž musíme najít co nejpříznivější sousedské soužití," říká na otázku, zda může Západ v budoucnosti s Moskvou vůbec ještě spolupracovat. » Více na str. A8

NEČEKANÁ ERUPCE Výbuch japonské sopky Ontake zabil přes třicet lidí

To není sníh Záchranáři na svazích sopky pokrytých popelem. » Více na str. A10 Foto: AP

Petr Skoumal, skladatel čtyř generací, zemřel

PRAHA (spa) Přesně 779 skladeb obsahuje databáze Ochranného svazu autorského pod jménem Petr Skoumal. Jiné už nepřibudou, muzikant známý svou jevištní spoluprací s textařem Janem Vodňanským, filmovou hudbou, rockovým hitem Kolej Yesterday i písničkami z večerníčků zemřel po těžké nemoci v Praze ve věku 76 let.

Noblesní, spolehlivý, jedinečný; tak na něj vzpomínají kolegové. První sólové album natočil Skoumal až po padesátce, letos si s Vodňanským zopakoval po 45 letech legendární představení S úsměvem idiota. „I když to nepobaví diváky, nás dva to bavit bude," řekl tehdy.

V dětství se Skoumal mihl v komedii Nezbedný bakalář, ale pak vystudoval hudbu a začal jí psát pro filmy, od Trháku po Indiánské léto. Do poslední chvíle pracoval na seriálu Pat a Mat.

» Více čtěte na str. A11

Z domova

Lesní školky a WC? Na to stačí lopatka

V Česku hrozí lesním školkám zánik. Podle nového zákona nespňují hygienická pravidla. V Německu, kde lesní školky vznikly, taková pravidla neexistují. Strana A2

PŘEDPLATNÉ: 225 555 566

Cena MF DNES v zahraničí: Německo, Rakousko - 1,90 €, Slovensko 1,10 €

Z domova

Rittig: 3x zatčen, 3x propuštěn

Lobbista Ivo Rittig letos strávil už dvě noci za mřížemi, zadržen byl třikrát, ale pokaždé ho zase pustili. Žalobci dosud nemají dost důkazů, aby ho dostali do vazby. Strana A3

Kultura

Bennett a Gaga tváří v tvář

Spojení elegána swingu Tonyho Bennetta se zpěvačkou a trochu provokatérkou Lady Gaga dopadlo na albu Cheek to Cheek nad očekávání dobře. Strana A12

Zítra v MF DNES

Mimořádná příloha: Povinné měřiče

Od 1. ledna musí mít každý povinně měřič spotřeby tepla. Statisíce lidí ho stále v bytech nemají. Co musíte udělat, abyste se vyhnuli velké pokutě? Čtěte už zítra

Sport

Spartě pomohli fanoušci Slavie

Fotbalové derby vyhrála Sparta i díky zkratu některých fanoušků Slavie. Když se sešívaní nadechovali k náporu, zamořili hřiště kouřem z pyrotechniky. Sešit B

Středeční DOMA DNES

Nové byty: konec krize

Čísla ukazují, že krize na trhu je zažehnána. Roste nabídka i poptávka, ceny se nemění, hypotéky jsou nejlevnější v historii. Čtěte ve středu

Obrázek 1 Titulní strana vydání MF Dnes z 29. 9. 2014. Zdroj: MF Dnes

Krátce

KAUZA

Policisté Kramného nebili, zjistila inspekce

Z Petra Kramného, který je obviněn z loňské vraždy své manželky a dcery během dovolené v Egyptě, policisté nevynucovali přiznání násilím. Zjistila to inspekce, která jeho výslechy prověřila. Kramného matka si na bití syna podle některých médií stěžovala v březnu. Nyní by mohlo hrozit stíhání právě Kramnému za křivé obvinění. (jog)

JUSTICE

Soudce Sváček míří na Vrchní soud v Praze

Místopředsedou Vrchního soudu v Praze se má stát soudce Jan Sváček. Zvítězil ve výběrovém řízení. Uvedl to server Česká justice. Sváček má ve funkci nahradit dosavadního místopředsedu Vladimíra Vočku, kterému končí mandát. Sváček byl v letech 1999 až 2013 předsedou Městského soudu v Praze, pak se stal soudcem vrchního soudu. Dvakrát byl nominován na ústavního soudce, ale Senát to zamítl. (ČTK)

POCTA

Jackson má pomník před dětským domovem

U Dětského domova Charlotty Masarykové v Praze-Zbraslavi byla o víkendu odhalena busta zpěváka Michaela Jacksona. Ten navštívil dětský domov v roce 1996, když pobýval v Praze během světového turné. Busta, jejíž autorkou je akademická sochařka Daniela Kartáková, měla stát původně v parku na Letné. Plán se však setkal s protesty části veřejnosti. Jackson patří k nejúspěšnějším hudebníkům historie, jeho pověst však značně pokazily procesy, v nichž byl podezřelý ze zneužívání dětí. Zemřel v roce 2009. (rep, ČTK)

Volební debakl. Na derby dorazilo pětkrát víc lidí

Může za rekordní **nezájem o doplňovací volby do Senátu** v Praze 10 výběr kandidátů, nebo nešťastné načasování? Vzkaz je to rozhodně velmi nepříjemný: i za dva týdny ke komunálním a řádným senátním volbám může přijít málo lidí.

PRAHA Pražské Vršovice v sobotu zažily dva debakly. Slavia prohrála fotbalové derby se Spartou a voliči tohoto obvodu, Prahy 10, překonali rekord v nezájmu o volby.

Pro vítězku ve druhém kole doplňovacích senátních voleb přišlo hlasovat jen 3 664 lidí, tedy zhruba pětkrát méně, než kolik diváků se tísnilo na slávistickém stadionu. Ještě nikdy v české historii nebyla tak nízká účast, a to ani při jiných doplňovacích volbách, které malý zájem provází už tradičně.

Z 83 tisíc obyvatel Prahy 10 využilo své právo vybrat zástupce v Senátu jen 8,75 procenta. Zarazilo to dokonce i zvolenou senátorku Ivanu Cabrnochovou ze Strany zelených. „Měli bychom se začít bavit o tom, jestli je tento systém volby ten pravý, jestli odráží životní styl soudobé společnosti," komentovala své neslavné vítězství.

Proč přišlo tak málo lidí?

Politolog Pavel Šaradín vidí důvod v kombinaci více faktorů: obecného nezájmu o doplňovací volby či špatného načasování – za dva týdny budou komunální volby, o kterých se mluví nepochybně víc.

Až dosud se však účast i v doplňovacích volbách pohybovala nad deseti procenty. Jen třikrát to bylo jinak – dvakrát v roce 2007 a pak tento víkend v Praze 10, kdy padl absolutní rekord v nezájmu.

Občané Prahy 10 vybírali mezi kandidátkami hnutí ANO a zelených. Cabrnochová vyhrála jen o 132 hlasů. „Možná hrálo roli i to, že tam zůstaly kandidátky právě těchto stran. Voliči, kteří nesouhlasí s politikou Andreje Babiše, měli jako alternativu zelené, kteří také často bývají považováni za nestandardní subjekt. Voliči nechtěli ani jednu stranu," míní Šaradín.

3664 hlasů stačilo Ivana Cabrnochová, nová senátorka.

Smutný rekord

8,75

procenta voličů přišlo o víkendu k doplňovacím senátním volbám v Praze 10. To je nejméně v historii. O vítěze nakonec rozhodl rozdíl 132 hlasů.

Podle něj se navíc voliči „vyřádili" už loni, kdy ve volbách do Sněmovny citelně oslabily velké strany.

Sociologa Jana Herzmanna překvapila už nízká volební účast v prvním kole před týdnem. „Praha 10 jsem pokládal za obvod s velkým zájmem o politiku. I v druhém kole jsem čekal nejméně dvanáctiprocentní účast," diví se.

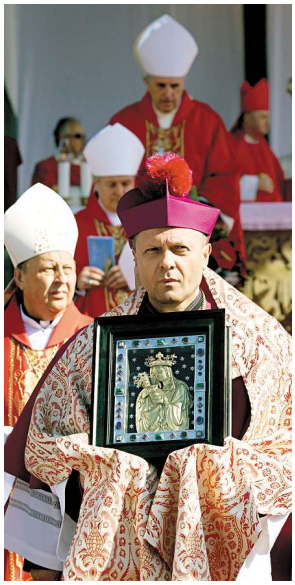
Za obecnou příčinu nedostatku voličů považuje malý zájem o Senát celkově. „Termín tomu dal korunu, doplňovací volby dva týdny před řádnými byly odsouzeny k roli popelky," dodal.

Chyba může být také v samotných politicích, kteří sami těmto volbám nepřikládali větší váhu. Například sociální demokracie ani nepředstavila vlastní kandidátku a podporovala Cabrnochovou za zelené. Místopředsedkyně Senátu Alena Gajdůšková (ČSSD) říká, že politici obecně málo uměji vysvětlovat, proč je Senát důležitý.

Co se stane za dva týdny

Co dobakl z Prahy 10 napovídá pro volby za dva týdny? Herzmann očekává, že výsledky budou velmi těsné a nebudou žádní jasní vítězové. Zadruhé bude pokračovat rozklad systému tradičních stran. A zatřetí: Senát i zastupitelstva ve velkých městech budou rozbité – těžko se budou skládat většiny.

Ještě horší než historicky nejnižší volební účast je podle Šaradína to, jak málo lidí v Praze 10 přišlo k souběžnému referendu. Rozhodovalo se o dostavbě radnice a o opravě vědátonu Dolíček. A výsledek neplatí – muselo by přijít aspoň 35 % voličů. Přišlo sedm procent. Tedy pětkrát méně. **Markéta Březinová**



Svatováclavská pouť

Palladium měl svatý Metoděj, Václav i StB

Kovový reliéf Madony s dítětem, zvaný palladium země české, podle legendy patřil svaté Ludmile a později i jejímu vnukovi, svatému Václavovi. Ludmila ho dostala od věrozvěsta Metoděje. Při včerejší svatováclavské pouti ve Staré Boleslavi Madonu korunoval apoštolský nuncius Giuseppe Leanza. Korunku přinesly politické vězeňkyně, originál reliéfu byl totiž do roku 1968 uschován Státní bezpečností. (ČTK, eb)

Palladium země české při včerejší svatováclavské pouti
Foto: Jan Zátorský, MAFRA

Že nemají lesní školky záchody? V Německu stačí lopatka

PRAHA V Česku hrozí lesním školkám zánik. Nesplňují totiž hygienická pravidla pro takzvané dětské skupiny, za které je zákon nově považuje. V Německu, odkud se tento způsob vzdělávání rozšířil do celého světa, přitom taková pravidla neexistují. A lesních školek jsou tam stovky.

Podle předsedkyně Německé asociace lesních a přírodních mateřských škol Ute Schulte Ostermannové úřady nepředpisují ani to, jak mají vypadat umývárny či záchody. „U nás stačí lopatka," říká Ostermannová, která přijela do Prahy na konferenci o předškolním vzdělávání.

Odkdy v vás fungují lesní školky?

První byla založena v roce 1968. Tehdy ještě nebyla oficiální, ale byla trpěná, protože všichni rodiče byli spokojení. Paní, která ji provozovala, neměla žádný výjimečný koncept, měla jen vhodné prostředí a chtěla, aby děti byly venku. Hnutí lesních školek začalo později, v roce 1993.

Od té doby jsou ve školském systému začleněné oficiálně?

V Německu máme jiný systém, než je tady v Česku. Stačí mít koncept, donést ho na zemský úřad pro mládež a nechat si ho různými úřady schválit. Neděláš se to na celostátní úrovni, ale na komunální. Lesní školky začaly provozovat dvě paní učitelky úplně na severu Německa, ve Flensburgu. Samy je viděly v Dánsku, v Kodani. A byly tak nadšené, že jim stačily dva roky, aby dokončily koncept a všechno vyjednaly s úřady. Měly obrovský úspěch, v té školce byli pořád novináři, a tak se lesní školky rozšířily po celém Německu. Byla to řetězová reakce. Dnes u nás funguje minimálně 1 500 lesních školek, přírodních školek a skupin. Zemské úřady pro mládež mají zájem na tom, aby předškolní péče byla různorodá.

S hygienickými požadavky jste nikdy problémy neměli? V Česku je to jediný důvod, který brání oficiální existenci lesních školek.

„Lesní školky nejsou v uzavřeném prostoru, takže pro ně hygienické normy neplatí."
Ute Ostermannová, asociace lesních školek

Lesní školky nejsou v uzavřeném prostoru. Jsou venku, takže pro ně hygienické normy neplatí. Při povolování nové žádosti se vychází ze zkušenosti, jak to funguje v jiných lesních školkách.

Žádná inspekce u vás neexistuje?

Ne. Všechno se kontroluje a schvaluje ještě předtím, než školka zahájí provoz. Takže například, když jsou v maringotce kamna, která kolem sebe nemají ochranu, a děti by si mohly spálit ruce, tak povolení nedostanou. A pokud jde například o záchody, máme všechny varianty. Od kompostovacích záchodků až po lesní školky, které mají třeba jenom lopatku. Existují však i takové, které mají doopravdickou budovu a v ní splachovací záchod. Z pohledu hygienických pravidel je výhoda také to, že jídlo se do školek většinou dovází. Někde se rodiče domluví a každý den vaří jedna rodina pro všechny. Kdybychom v lesních školkách jídlo připravovali, normy bychom dodržovat museli.

V Česku teď lesním školkám hrozí zánik, a to kvůli zákonu o dětských skupinách. Vnímáte, v čem je problém?

Vím o tom. S Německem to nejde srovnávat, máme jinou tradici lesních školek. Třeba ta věc s metry čtverečními vyhrazenými na každé dítě. Tak to přece u lesních školek nehraje roli, prostoru mají dost – celý les! Maringotku používáme jen v případě, že je opravdu špatné počasí. Děti tam nejsou rády moc dlouho.

Měla byste nějakou radu, jak v Česku lesní školky zakotvit?

Je nutné vést dialog s těmi zodpovědnými, poukázat na to, jak jsou dnes lesní školky rozšířeny v Německu a jak se tenhle systém uplatňuje všude ve světě – v Japonsku, v Koreji. A Češi jsou od nás rovnou za rohem. **Markéta Březinová**

Banální rady o srdci stojí miliony

Na akci Den srdce Ministerstvo zdravotnictví **dotuje z veřejných peněz** utajené příjemce

» Pokračování ze str. 1

Kromě výdajů za PR budí pozornost i další položky. „Stany: 750 tisíc korun, zdravotníci: 800 tisíc," píše se například v dokumentu, který má MF DNES k dispozici.

Redakce si přitom u několika různých dodavatelů ověřila, že pronájem jednoho venkovního stanu na podobnou akci stojí zhruba 25 tisíc korun, nikoli 125 tisíc, jak vychází z rozpočtu podepsaného Všeobecnou fakultní nemocnicí.

Zjišťování hodnot hladiny cukrů a tuků v krvi, na které mělo jít podle žádosti 700 tisíc korun, se uhradraje v samotných fakultních nemocnicích, nikoliv ve stanech.

MF DNES se proto s otázkami obrátila na ředitelku pořádající nemocnice Danu Juráskovou, ale marně. „Bohužel jsem mimo republiku, obraťte se na našeho tiskového mluvčího," napsala pouze.

Tiskový mluvčí Filip Brož řekl, že nemocnice se o tuto akci zajímá proto, že prevenci považuje za důležitou. Ohledně banálních rad pacientům slíbil, že odborníci ve stanech poradí lépe. „Na akci samotné se veřejnost dozví mnohé další," řekl Brož.

Propagaci akcí podle něj dělá nejen ministerstvo a nemocnice, ale třeba i Český rozhlas a regionální deníky. „Ostatní nemocnice byly osloveny, aby akci propagovaly vlastními silami," dodal. Což však nevysvětluje, kam jde bezmála jeden a půl milionu korun na propagaci akce z rozpočtu ministerstva, který nemocnice dostala.

Na otázku, zda částka přes tři miliony korun na tuto akci není vysoká, Brož odpověděl: „Z akce budou vytvořeny i audio- a videozáznamy, se kterými se počítá i pro budoucí využití," takže prý nic nekončí dneškem. O tom však v návrhu celého projektu není ani slovo. Naopak: propagace akce měla běžet týden před Dnem srdce, což se nestalo.

„Cena za takovou akci je skutečně ohromující," komentuje to profesor Michael Aschermann, dlouholetý předseda České kardiologické společnosti, která má s akcemi tohoto typu zkušenosti a v návrhu je zmíněna jako podílející se organizace. „Penězi se však myslím určitě nepodílíme, to bych se divil, kdybychom za tak drahocenné rady něco platili," říká lékař. **Lenka Petrášová**

Obrázek 2 Druhá strana vydání MF Dnes z 29. 9. 2014. Zdroj: MF Dnes

■ Šport Všetko o zápase Slovensko - Španielsko

VEDA

Dostali **nobelovku,** lebo prekonali optickú hranicu

strana 18

DENNÍK SME

ENERGETIKA

Treba sa báť zimy bez **ruského plynu?**

strany 19 - 21

Cena 0,80 € | predplatné 0,55 € | www.sme.sk | Štvrtok 9. 10. 2014 | Číslo 232 | Ročník 22

Podvod s PPP netrestajú

Vyšetrovanie potvrdilo sfalšovanie analýzy. Prokuratúra zastavila stíhanie

Exminister Ján Figeľ vyzval Vážneho, aby zvážil odchod. On mlčí.

BRATISLAVA. Na ministerstve dopravy pod vedením Ľubomíra Vážneho sfalšovali analýzu o výhodnosti stavby diaľničného úseku medzi Martinom a Prešovom formou PPP projektu. Potvrdilo to policajné vyšetrovanie a našiel sa aj pravdepodobný vinník. Bol ním bývalý šéf sekcie PPP na Vážneho ministerstve Peter Havrila. Špeciálna prokuratúra však stíhanie zastavila. Nešlo podľa nej o trestný čin.

„Ľubomír Vážny by mal prehodnotiť svoje zotrvanie vo funkcii podpredsedu vlády pre veľké investície," reagoval exminister Ján Figeľ z KDH, ktorý vo veci podával trestné oznámenie. Vážny sa k výsledkom vyšetrovania nevyjadruje.

„Skutok nie je trestným činom.
Jana Tökölyová, hovorkyňa Úradu špeciálnej prokuratúry

Pôvodná analýza od externej firmy hovorila o predražení o 546 miliónov eur. Po úprave na ministerstve to bolo už len 29 miliónov.

Matúš Burčík © SME

Viac na 3. strane

Nielen veľký, ale aj krvavý bol Mesiac uplynulú noc. Spôsobil to tieň, ktorý na Mesiac vrhala Zem. FOTO – TASR/AP

Fico pomohol straníkovi

Žilina nemusí platiť štátu za dedinu pre manažérov z Kie.

ŽILINA, BRATISLAVA. Žilina si za včerajšie uhostenie vlády vyslúžila odpustok – nemusí štátu do konca roka zaplatiť 17,5 milióna eur. Premiér Robert Fico vyhlásil, že to bolo možné, lebo s primátorom Igorom Chomom patria do rovnakej politickej štruktúry.

Podľa neho je nevyhnutné, aby primátor a predseda samosprávneho kraja mali napojenie na vládne alebo parlamentné štruktúry.

Kórejska dedina, ktorú mesto spravuje od roku 2006, stála 17 miliónov eur. Súčasná účtovná hodnota má byť 14 miliónov, za čo sa ju Žilina usilovala predať. Trhová hodnota je však ovela nižšia, preto ju nikto nekúpil. Návratnosť investícií je vyše 20-ročná. Dôvodom je predražená výstavba a nákup pozemkov.

Peter Kremský © SME

Pokračovanie na 7. strane

Fakty

Obytný súbor

- sedem bytoviek a desať rodinných domov,
- náklady 17 mil. eur,
- nájomné je 55-tisíc eur mesačne, bez energií.

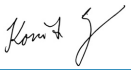
Stĺpček Konštantína Čikovského

Systém

Keď Robert Fico v druhom roku svojho prvého vládnutia povedal, že diaľnica do Košíc bude v roku 2010, bol to naozaj diabolský plán. Premiér veril, že model PPP vyrieši všetky prekážky, ktoré doteraz diaľnice brzdili.

Štát stavby cez PPP chápal ako vlastný projekt, a teda menil zákony tak, aby výkup pozemkov a projekty nič nebrzdilo. Nedostatok peňazí mal vyriešiť model, v ktorom sa štát fakticky zaručí za bankový úver, ale súkromní stavebníci ho budú čerpať.

Niečo také ako nevýhodnosť pre občanov nemohla byť pre Smer prekážkou, aby projekty PPP tlačil, koľko to dalo. Tento systém sa nutne musel skončiť falšovaním analýz. Ak chcete niečo rýchlo, schvaľuje to Smer a medzi dodávateľmi má byť aj Širokého firma, bude to z princípu predražené. © SME



Ukrajine posielame pomoc

Hodnota projektov na podporu kyjevskej vlády sa blíži k miliónu eur.

BRATISLAVA. Boje na východe Ukrajiny zaktivizovali slovenské úrady. Pomoc, ktorú Slovensko tento rok poslalo východným susedom, už presiahla 750-tisíc eur.

V tejto sume sú dodávky zdravotníckeho materiálu, projekty na rozvoj občianskej spoločnosti, ale i štipendiá pre tri desiatky ukrajinských študentov.

750-tis.

eur je hodnota pomoci Ukrajine v roku 2014

„Pomáhame v rámci našich možností," hovorí Roman Bužek, šéf sekcie rozvojovej a humanitárnej pomoci na ministerstve zahraničia. Ďalšie projekty sa pripravujú, ministerstvo obrany napríklad ponúklo ukrajinskej armáde pomoc s trénovaním odmínovačov. „Výcvik by prebiehal na slovenskom území v priestore našich centier v Novákoch a Trenčíne," spresňuje hovorkyňa ministerstva obrany Martina Balleková. Vladimír Šnídl © SME

Viac na strane 4

Peniaze poštou idú na účet tri dni

Rýchlosť prevodu peňazí v Poštovej banke závisí aj od toho, aký formulár si klient vypíše.

BRATISLAVA. Ak klient Poštovej banky vloží hotovosť na svoj účet na pošte, peniaze sa mu môžu pripísať až na tretí pracovný deň.

Kto si vkladá peniaze na účet v bankovej pobočke, pripíšu sa mu v podstate okamžite. Poštová banka ponúka svoje služby aj cez pošty, a keď si tam klient nevyberie správny formulár, na peniaze si počká.

„Zamestnanci Slovenskej pošty sú vyškolení a vedia zákazníkovi poradiť," hovorí Slovenská pošta. Naša skúsenosť ukazuje, že na menších poštách to nemusí platiť. (ofl)

Viac na 8. strane

Harabin to ešte skúša

BRATISLAVA. Štefan Harabin Súdnu radu označuje opovržlivo ako politický poradný orgán ministra spravodlivosti Tomáša Boreca, o voľné miesto bežného člena rady má napriek tomu záujem. Navrhli ho jeho kolegovia z trestného kolégia Najvyššieho súdu.

„Výzvy sudcov boli v tom smere, že jedine ja som schopný povedať pravdu a nebojím sa nikoho," vyhlásil Harabin, ktorý Súdnu radu viedol do tohtoročného leta.

Jeho protikandidátom je zatiaľ len Dušan Čimo, toho navrhlo združenie Za otvorenú justíciu. (vev)

Viac na 2. strane

9 771335 440045 41

Počasie

15 až 19 °C

Na väčšine územia polojasno až takmer jasno.

Kurzy ECB

9. 10. 2014, koľko dostanete za 1 euro

USD	GBP	CZK	HUF	PLN
1,2645	0,7870	27,480	307,92	4,1919

Predplatné

Predplaťte si denník SME 02 – 32 37 77 77

Cena v ČR 29 Kč

Obrázek 3 Titulní strana vydání deníku SME z 9. 10. 2014. Zdroj: SME

Štefan Harabin dnes pracuje na Najvyššom súde ako predseda trestného kolégia. Jeho kanceláriu zdobia ikony. FOTO SME – TOMÁŠ BENEDIKOVIČ

Harabin preverí vernosť svojich

Bývalý šéf Najvyššieho súdu sa rozhodol kandidovať za chýbajúceho člena Súdnej rady

Istým protikandidátom Štefana Harabina je zatiaľ trnavský krajský sudca Dušan Čimo.

BRATISLAVA. Voľba chýbajúceho člena Súdnej rady sa zmení na test, ako sudcovia vnímali dianie v justícii v posledných rokoch. Ako informovala Sita, prvým kandidátom sa stal Štefan Harabin. Proti nemu sa 25. novembra postaví Dušan Čimo.

Bude to verejná skúška

S prvým sa spája najmä negatívny obraz justície. Ten druhý si získal prívlastok reformný a Harabinov oponent. Čimo priznáva, že ak sa do pondelka neprihlási žiadny iný kandidát, tak voľba bude aj „testom národa sudcovského".

Čima navrhuje združenie Za otvorenú justíciu. „Som poctený, že mi kolegovia prejavili dôveru," reagoval. V prípade zvolenia by trnavský krajský sudca dostal šancu dokončiť to, čo pred dvoma rokmi v Súdnej rade začal. Bol nominantom parlamentu, ale poslanci Smeru ho pred mesiacom pred voľbou predsedu Najvyššieho súdu a Súdnej rady bez vysvetlenia odvolali.

Harabin hovorí, že kandidovať ho vyzvalo veľké množstvo sudcov z celého Slovenska. Jeho kandidatúru podpísalo desať sudcov trestného kolégia Najvyššieho súdu, ktorému šéfuje. Pôvodne hovoril, že o kandidatúre neuvažuje, pretože Súdnu radu považuje za politický poradný orgán ministra spravodlivosti Tomáša Boreca.

> „Výzvy sudcov boli, že jedine ja som schopný povedať pravdu a nebojím sa nikoho.
>
> **Štefan Harabin,** bývalý predseda Najvyššieho súdu

Opäť ide o previerky

O rade si myslí to isté aj dnes, ale kandidovať neodmieta. „Výzvy sudcov boli v tom smere, že jedine ja som schopný povedať pravdu a nebojím sa nikoho."

Medzi sudcami sa podľa neho šíri názor, že „keď sa urobí volebný podvod v súvislosti s voľbou predsedu Najvyššieho súdu, ktorý ani nemá záujem nikto vyšetriť, tak sa bojí, kde budú mať záruku, že sa takáto manipulácia neuskutoční pri policajných previerkach."

Previerky sudcov prítom Ústavný súd pozastavil. Voľbu predsedníčky Najvyššieho súdu Daniely Švecovej spochybňuje Harabin. Podozrivé podľa neho je, že hlasovacie lístky dostali všetci sedemnásti členovia, ale odovzdaných bolo pätnásť. Pýta sa, kde skončili tie dva. Volebná komisia mala vraj zapisovať, kto lístok hádže do urny.

Hlasovanie bolo tajné a nikto z kandidátov ani členov rady voľbu nespochybnil. Švecovú už vymenoval aj prezident. Námestník generálneho prokurátora Peter Šufliarsky sa stretol so šéfkou rady Janou Bajánkovou a skonštatoval, že nevidí zákonný dôvod voľbu preverovať.

Kandidáti môžu pribudnúť

Jedno miesto v Súdnej rade je voľné od septembra, odkedy platí novela ústavy. Smer a KDH ňou rozdelili právomoci šéfa Súdnej rady a Najvyššieho súdu. Sudcovia tak majú mať v rade deviatich zástupcov. Kandidátov na chýbajúceho člena môže navrhnúť skupina aspoň desiatich sudcov, sudcovská rada či stavovské združenia.

Združenie sudcov Slovenska o svojom kandidátovi ešte rokuje. Jeho predsedníčka Dana Bystrianska nevylúčila, že nakoniec postavia nielen jedného kandidáta. Nebude to zrejme žiadny zo súčasných predsedov súdov.

Veronika Prušová © SME

Fulmek: Penta ešte nič nemá

Finančná skupina prekvapila tlačovou správou, kde sľubuje SME nezávislosť.

BRATISLAVA. Agentúra Sita využila vlastný spravodajský okruh, aby uverejnila vyhlásenie k zamýšľanej kúpe polovičného podielu vo vydavateľstve Petit Press. V správe „Penta a Sita garantujú redakčnú slobodu novinárom Petit Pressu" okrem prísľubu nezasahovania vysvetľujú spolu s finančníkmi pozadie obchodu.

„Penta participuje na financovaní kúpnej ceny a je tak finančným partnerom," píšu v dokumente. „Penta nie je ani priamo a ani nepriamo možným nadobúdateľom akcionárskeho podielu vo vydavateľstve Petit Press."

Pred dvoma týždňami šéf Penty Jaroslav Haščák priznal v rozhovore pre novinára Toma Nicholsona, že za ponukou stoja. „Nikdy som necítil potrebu držať tieto veci v tajnosti, ale bol to väčšinový vlastník Sita Igor Grošaft, ktorý mal na starosti rokovania s predávajúcim, a teda bol viazaný dohodou o dôvernosti."

Šéf vydavateľstva Alexej Fulmek vraví, že dokument je predčasný. „Stanovisko Penty predbieha udalosti, rokovania o kúpe a spôsobe kúpy podielu v Petit Presse stále prebiehajú a nedá sa odhadnúť, aký budú mať záver. Penta rozhodne nie je v tejto chvíli akcionárom Petit Pressu."

Šéfredaktor SME Matúš Kostolný je skeptický, že skupina v prípade vstupu do vydavateľstva svoj sľub dodrží. „Jej doterajšie konanie je dôkazom, že nemôže garantovať novinársku slobodu a nezávislosť. Kritické texty sa už v minulosti pokúšala zastaviť dokonca aj pomocou súdov." (lf)

Procházkovu nahrávku už nestíhajú

BRATISLAVA. Len dva týždne trvalo trestné stíhanie v prípade nahrávky lídra Siete Radoslava Procházku a šéfa OĽaNO Igora Matoviča.

Portál Aktualne.sk napísal, že vyšetrovanie krátenia dane, ku ktorému malo prísť, keď si Procházka pýtal inzerciu bez bločku, zastavil prokurátor pre formálne pochybenia. O tom, čo bude ďalej, rozhodne vyšetrovateľ. Teoreticky je možné, že trestné stíhanie opäť obnoví.

„Verím, že príslušné orgány vec vyšetria," povedal v minulosti Procházka. (dm)

Paška: Nech rečnia v noci, nás čakajú ľudia

Predseda parlamentu dopredu hovorí, že návrhy opozičných poslancov neprerokujú. Richtera budú odvolávať v noci.

BRATISLAVA. Minulý mesiac nechali poslanci Smeru vedení palcom predsedníčky Jany Laššákovej vyškrtnúť návrhy opozície z programu parlamentnej schôdze.

Dnes je predseda Národnej rady Pavol Paška (tiež Smer) prekvapený, že sa tak nimi parlament teraz musí zaoberať. Na programe októbrového rokovania je 112 bodov, z toho 73 opozičných.

Paška za tým vidí obštrukciu pravicových strán, ktoré chcú zabrániť poslancom Smeru, aby si mohli v uliciach robiť kampaň pred komunálnymi voľbami.

Nesedia v kaviarňach

„Smer robí politiku medzi ľuďmi a pre ľudí," porovnával Paška jeho stranu s opozíciou. „Trojchlapové strany intrigujú v bratislavských kaviarňach a cez Facebook odkazujú, čo strašné sa deje."

Predseda parlamentu na tlačovej besede povedal, že sa mienia venovať v prvom rade vládnemu sociálnemu balíčku. „S vysokou pravdepodobnosťou neprerokujeme viaceré návrhy opozície," predvídal.

Európan. FOTO – TASR

Vládnych poslancov by nemal zdržiavať ani pokus o odvolanie ministra práce Jána Richtera. Paška totiž mimoriadnu schôdzu zvolá na nočné hodiny. „To je efektívny spôsob, môžu sa vyrozprávať."

Pravica Richterovi vyčíta, že ako sekretár Smeru za prvej Ficovej vlády východoslovenským starostom zo svojej strany odporúčal, aby si pre manažment eurofondov vybrali firmu Star EU. Tá potom vyhrala sedemdesiat zo 70 tendrov, na ktorých sa zúčastnila.

Poliačik: Je to mäsiar

Opozičné strany Paškove kroky kritizujú, no neprekvapili ich. „Pán predseda potvrdzuje svoju povesť parlamentného mäsiara," vraví Martin Poliačik (SaS). „Zareže rokovací poriadok, kedykoľvek je to potrebné."

Podľa poslanca Sulíkovej strany má Paška v ústach parlamentarizmus len vtedy, keď sa mu to hodí.

Podobný názor má aj predseda Mosta-Híd Béla Bugár. „Pavol Paška na začiatku svojho funkčného obdobia hovoril, že pozdvihne úroveň parlamentu," pripomína.

„Ukazuje sa, že toto jeho predsavzatie bolo od začiatku falošné, lebo sám prispieva k tomu, že to tak nie je." (dm)

Obrázek 4 Druhá strana vydání deníku SME z 9. 10. 2014. Zdroj: SME

ČTVRTEK 9. ŘÍJNA 2014 - ČÍSLO 237 CENA 15 KČ

BRNĚNSKÝ deník Rovnost

www.brnenskydenik.cz

Náročné cvičení

Hasiči včera vyklidili nejvyšší budovu v republice

Čtěte na str. 4

Kampaně politiků

Kandidáti využijí i chůdy, masky nebo třeba koblihy

Čtěte na str. 7

PLATÍ DO 12.10.

LIDL Správná volba

OD ČTVRTKA 9. ŘÍJNA

MANDARINKY 1 kg

-20%

19,90

24,90

Nabídka zboží platí do 12. 10. 2014 nebo do vyprodání zásob.

W-LIDL-REC-0

Brno: město slibů

ŽRALOCI V ZOO ČI FOTBAL ZA LUŽÁNKAMI? NA PLÁNY POLITIKŮM CHYBĚLY PENÍZE

Po návštěvě žraločí expozice v brněnské zoo vyrazit na nový fotbalový stadion za Lužánkami a večer vyjet lanovkou na Špilberk. Další den navštívit koncert v supermoderním sále v centru města. Na výlet odjíždět z luxusního nového nádraží v Jižním centru či Králově Poli. To vše by si užívali Brňané, kdyby tamní politici splnili své sliby z posledních deseti let. Brněnský deník Rovnost vybral nejzajímavější projekty. Některé stále žijí a politici je jen odkládají. Jiné jsou definitivně mrtvé.

1) Fotbalový stadion za Lužánkami

Kdy slíbili: 2008
Plánované dokončení: 2011
Cena: 2,2 miliardy, později 1,6 miliardy
O co jde: Nový stadion měl nahradit ruinu starého a nabídnout třicet tisíc míst ve stánku vhodném pro pořádání mezinárodních zápasů. Stále chybí stavební povolení a peníze.

2) Hokejový stadion v Bohunicích

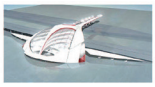
Kdy slíbili: 2007
Plánované dokončení: 2009
Cena: 2 miliardy
O co jde: Ve víceúčelové hale se mělo konat basketbalové mistrovství v roce 2009. Město na ni ale nenašlo peníze. Nepodařilo se to ani architektům, kteří se v roce 2010 plánu chopili. Brno se tak loni vrátilo k plánu z roku 2004 stavět za Lužánkami.

3) Nové hlavní nádraží

Kdy slíbili: 2004 a 2008
Plánované dokončení: 2014 a 2015
Cena: 28 miliard, později 20 miliard
O co jde: Projekt přesunu hlavního železničního nádraží se řeší už sto let. V roce 2004 určila podobu architektonická soutěž. Železničáři ji v roce 2008 doplnili o komerční zastřešení pojmenované Scarabeus s obchody i hotelem. Stavba později ale přišla o územní rozhodnutí a nemá jej dodnes.

4) Nádraží v Králově Poli – vážka

Kdy slíbili: 2010
Plánované dokončení: neřekli
Cena: 700 milionů korun
O co jde: Neutěšený stav královopolského nádraží chtěl starosta městské části Ivan Kopečný vyřešit stavbou futuristické nové haly. Pro projekt ale nezískal podporu města ani železničářů.



5) Akvapark Vinohrady

Kdy slíbili: 2010
Plánované dokončení: 2012
Cena: 1 miliarda korun
O co jde: Na místě bývalé usazovací nádrže měl vzniknout sportovní areál s akvaparkem. Starosta Jiří Čejka před volbami v roce 2010 představil investora. Později se umístění změnilo na oblast Růženina dvora. Investor se nedohodl s majiteli a odešel. Před letošními volbami se objevil nový.

6) Lanovka na Špilberk

Kdy slíbili: 2009
Plánované dokončení: přesně neřekli
Cena: 80 milionů
O co jde: Bývalý primátor Brna Richard Svoboda přišel s plánem na pohodlnější přístup na hrad Špilberk pomocí lanovky. Vedení města se nápadu chytilo. Jenže pak začalo s opravou parku. Protože je placená z evropských peněz, nelze do parku zasahovat do roku 2018.

7) Janáčkovo kulturní centrum ve Veselé

Kdy slíbili: 2004
Plánované dokončení: 2015
Cena: 1,2 miliardy korun
O co jde: Moderní koncertní sál plánuje město už skoro sto let. V roce 2004 byla architektonická soutěž, o pět let později se na jeho stavbě dohodly stát, město i kraj. Zatím se ale městu podařilo získat jen stavební povolení pro podzemní garáže.

8) Vstup do zoo s mořským akváriem

Kdy slíbili: 2008
Plánované dokončení: 2012
Cena: 200 milionů korun
O co jde: V roce 2008 přišlo město s nápadem postavit nový vstup do zoo s parkovištěm pro tři sta aut v Kníničkách. Součástí mělo být i mořské akvárium se žraloky. Později ho právě kvůli ceně město škrtlo a počítá jen s vchodem a parkovištěm. Nezískalo pro něj doposud potřebná povolení.

PŘIPRAVIL: DENÍK/PETR JEŘÁBEK

INFOGRAFIKA: DENÍK/MARKÉTA EVJÁKOVÁ

On-line rozhovor

Ptejte se lídra brněnské ODS v komunálních volbách

FRANTIŠKA VIZDY

dnes od 10.30 do 11.30 na

www.rovnost.cz

On-line rozhovor

Ptejte se senátorského kandidáta za KDU-ČSL

ROMANA CELÉHO

dnes od 13.00 do 14.00 na

www.rovnost.cz

dnes si přečtěte

V centru lidi trápí parkování a nádraží

Brno – Obyvatelé městské části Brno-střed si stěžují hlavně na oblast v okolí hlavního nádraží. Necítí se tam bezpečně. Potíže jsou také s parkováním. ...2

Problém Brna? Také špinavé ulice

Brno – Brněnský deník Rovnost vystavil vysvědčení brněnské koalici. Zatímco některé úkoly z programového prohlášení splnila, v případě jiných se to nepodařilo. Problém je třeba s propagací. ...3

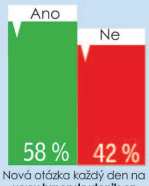
počasí

Ráno	13/9 °C
Den	17/21 °C
BIO	2

14237
9 771802 088015

Skóre Rovnosti

Byli jste letos v knihovně?



Nová otázka každý den na www.brnenskydenik.cz

Trh ožívá. Lidí bez práce ubylo

Jižní Morava – Lidí bez práce na jihu Moravy v září ubylo. Úřad práce jich eviduje 63,5 tisíce, což je o 850 uchazečů méně než v srpnu. Nejvíc nezaměstnaných je na Hodonínsku a Znojemsku, nejméně na Vyškovsku.

Podle analytika Michala Kozuba je nejnovější statistika velmi dobrá zpráva. „Září je obvykle měsíc, kdy nezaměstnanost mírně roste. Je to tím, že po prázdninách se na úřady práce hlásí zbytek absolventů. Letos se trend otočil a nezaměstnanost naopak klesla," poznamenal.

Čerstvá čísla o nezaměstnanosti v Jihomoravském kraji ukazují, že letošní špatné výsledky se začínají obracet k lepšímu. Bez práce je 7,9 procenta lidí, což je o dvě desetiny procenta méně než před rokem. „Po dvou letech v září nezaměstnanost nevzrostla, což svědčí o postupném oživení pracovního trhu," uvedl ředitel krajské pobočky úřadu Josef Bürger. **(pep)**

7,9

procenta lidí je na jihu Moravy bez práce. Je to páté nejvyšší číslo v České republice. Celostátní průměr dosahuje 7,2 procenta.

Vlaky pojedou Brnem rychleji. Až 115 kilometrů v hodině

Brno – Rychlejší průjezd Brnem vlakem přinese rekonstrukce dvou železničních úseků. První úpravy začnou v prosinci mezi nádražím v brněnských Židenicích a Maloměřicemi.

Správa železniční dopravní cesty počítá od jara i s rekonstrukcí úseku mezi Hornními Heršpicemi a Modřicemi. „První z oprav bude stát 622 milionů korun, druhá 192 milionů," vyčíslil včera mluvčí Správy železniční dopravní cesty Marek Illiaš.

Správa chce podle něj časem železniční uzel v Brně modernizovat celý. Zmíněné části předčasně vyčlenila, protože jsou nezávislé na budoucí poloze brněnského nádraží, o které není stále jasno. „Oba úseky mají být hotové příští rok v září," upřesnil Illiaš.

Rekonstrukce třikilometrového úseku ze Židenic do Maloměřic je součást jak trati na Českou Třebovou, tak na Havlíčkův Brod. „Zatímco na Třebovou budou po úpravách vlaky jezdit 115 kilometrů za hodinu, na Brod rychlostí 90 až 110 kilometrů za hodinu," uvedl Illiaš.

Protože jsou oba úseky vytížené, bude vyloučený provoz vždy jen na jedné koleji. **(čtk)**

HRAD:

Prezident Miloš Zeman oslavoval

Praha – Sedmdesáté narozeniny včera oslavil prezident České republiky Miloš Zeman. Od desítek gratulantů dostal různé dárky, mimo jiné smrček a křeslo. Gratulanty pohostil vínem, pivem a koláčky. „Kritériem pro mě nejsou žebříčky popularity, ale schopnost naslouchat jiným a radost, že ostatní doprávají sluchu mně," uvedl prezident České republiky v narážce na říjnový průzkum, podle něhož se největší důvěře těší právě on s 64 procenty příznivců. ...14

Plzeň 2015 Evropské hlavní město kultury

Manéž Francoise Delaroziera – poprvé v ČR!

PŘÍLOHY

Obrázek 5 Titulní strana vydání Brněnského deníku Rovnost z 9. 10. 2014. Zdroj: Deník

Bolest centra: parkování a oblast u nádraží

BRNO-STŘED: ZAJISTĚTE POŘÁDEK V ULICÍCH, ŽÁDAJÍ LIDÉ

JAK DOPADLY VOLBY

2006

ODS 37,47 % – 19 mandátů	**MANDÁTY**	ODS 25,84 % – 13 mandátů
ČSSD 20,03 % – 10 mandátů		ČSSD 25,27 % – 13 mandátů
SZ 17,45 % – 8 mandátů		TOP 09 16,83 % – 8 mandátů
KDU-ČSL 10,58 % – 5 mandátů		KDU-ČSL 9,44 % – 4 mandáty
KSČM 7,78 % – 3 mandáty		SZ 8,56 % – 4 mandáty
		KSČM 7,68 % – 3 mandáty
ODS+ČSSD	**KOALICE**	ODS+ČSSD

Michal Bortel (ČSSD) do prosince 2007 — **STAROSTA** — Libor Štástka (ODS)

Dagmar Hrubá (ODS) od února do července 2008

Libor Štástka (ODS) od července 2008

31,63 % 64 757 — **VOLEBNÍ ÚČAST** voličů celkem — 28,25 % 67 756

2010

KDO KANDIDUJE LETOS

A co Brno?, ANO 2011, ČSSD, KSČM, Konzervativní strana, KDU-ČSL, ODS, Starostové a nezávislí – Spolu pro Brno-střed, Svobodní, SZ, TOP 09, Žít Brno

VIZITKY LÍDRŮ STRAN, SDRUŽENÍ A HNUTÍ

ANO 2011
Martin Schwab, 33 let
- ekonom
- manažer

ČSSD
Pavel Sázavský, 51 let
- první místostarosta
- místopředseda ČSSD Brno-město

KSČM
Jiří Hráček, 28 let
- asistent prodeje

KDU-ČSL
Michaela Dumbrovská, 57 let
- právnička

ODS
Libor Štástka, 40 let
- starosta
- radní Brna
- předseda ODS Brno-střed

Starostové a nezávislí – Spolu pro Brno-střed
Ivo Martinec, 59 let
- vysokoškolský profesor

Svobodní
Jakub Ježek, 31 let
- právník

SZ
Martin Ander, 39 let
- učitel, matematik
- předseda SZ v Brně
- bývalý náměstek primátora

TOP 09
Bohumil Straka, 43 let
- vědec
- předseda výboru Mezinárodní asociace pro sokolnictví a ochranu dravých ptáků

Žít Brno
Matěj Hollan, 29 let
- občanský aktivista
- hudebník

VELIKOST ZASTUPITELSTVA

45

HLAVNÍ TÉMATA VOLEB

- ✔ parkování pořádek v ulicích
- ✔ bytová problematika
- ✔ hazard

Brno-střed

POČET OBYVATEL:

89 581
(podle údajů Českého statistického úřadu k 1. 1. 2014)

PETR JEŘÁBEK
ZPRAVODAJOVÉ ROVNOSTI

Brno-střed – Žije se tady dobře, ale spoustu věcí si dokážeme představit jinak. Tak shrnují lidé městskou část Brno-střed. Nelíbí se jim nedostatek parkovacích míst ani podoba prostranství před hlavním vlakovým nádražím. Naopak oceňují akce oživující centrální náměstí a oproti tomu klidné parky. Předvolební situaci v největší městské části mapuje poslední díl seriálu Inventura Deníku Rovnost.

INVENTURA Deníku Rovnost

Život v centru se líbí Marii Koláčkové. „Vadí mi jen, že je tady málo stojanů na kola. Postupně se to ale zlepšuje. To stejné s cyklostezkami. A je tady dost velkých parků, kam můžu zajít, takže můžu chvíli ignorovat, že je střed Brna tak rušný," prohlásila.

Noční opilci

Úplně jistá si není ohledně bezpečnosti. „Přes den v pořádku, ale v noci se bojím chodit domů, zvlášť v pátek a v sobotu kvůli opilcům. Ale to asi každá žena," podotkla Koláčková.

Jako výhodu a zároveň nevýhodu vidí třeba Petr Šíma dopravu. „Nejlepší na středu Brna je, že se hromadnou dopravou dostanu všude. Pokud ale chci jet autem, tak je to horší. Večer pak mám velký problém zastavit před domem," upozornil.

Problém s parkováním zmiňovali i další lidé. Podle starosty Brna-středu Libora Štástky jej radnice řeší. „Jeden parkovací dům už otevřel v Kopečné, další se začal stavět v Panenské. A patříme ke třem městským částem, které chtějí zřídit takzvané rezidenční zóny," ujistil starosta.

Na jeden ze zásadních problémů upozornil také Jaroslav Mikula. „Vadí mi hlavní nádraží. To je ostuda celého města, nejenom jeho středu," poznamenal. Štástka upozornil, že opravy a zvelebení místa chystá město na příští rok.

Dalšímu obyvateli centra se líbí, že v poslední době ožilo náměstí Svobody. „Mám rád akce spojené s trhy s rukodělnými výrobky a dobrotami. Taková tržnice v menším může fungovat klidně celý rok," podotkl Petr Musil.

Na rozdíl od menších městských částí není Brno-střed příliš provázané s místními spolky. Bez pomoci radnice se snaží obejít třeba fotbalisté SK Moravská Slavia. „Máme pět set členů, z toho 180 dětí a mládeže do osmnácti let. Na provoz jsme dostali deset tisíc korun na rok. Nejsme zvyklí na radnici spoléhat," uvedl předseda klubu Stanislav Šlégr.

V městské části působí i několik skautských středisek. Například Středisko Řehoře Mendla také peníze nedostává. „O podporu jsme žádali, ale už několik let jsme nic nedostali. Jde nám hlavně o příspěvek na tábory. Máme i děti z chudších rodin, které si nemohou dovolit poslat několik dětí na tři týdny pryč. Ale slyšela jsem, že jiná střediska podporu od radnice dostávají," podotkla vedoucí střediska Brigita Kolářová.

Přímo s lidmi?

Přímo napětí panuje mezi radnicí Brna-středu a Občanským sdružením Masarykova čtvrť. „Starosta nám alibisticky napsal, že raději než s námi chce jednat přímo s lidmi. Zcela zapomíná, že i my jsme místní obyvatelé. Nedorazil ani na naši besedu o Vaňkově náměstí," řekl předseda sdružení Michal Závodský.

Podle něj Štástka spoléhá jen na anonymní ankety připravené radnicí. „Třeba při rozhodování o podobě parku na Žlutém kopci jsme se chtěli vyjádřit k plánům, ale neměli jsme možnost. Řekli nám, že jim stačí výsledek obecné ankety. Podle té chtějí lidé víc zeleně, ale nic konkrétnějšího," poznamenal Závodský.

Ten kandiduje na Brně-středu jako nezávislý za Strany zelených. „Je to reakce na přístup radnice. Naše sdružení existuje třináct let a narážíme na to, že rozhodují jiní bez většího zapojení lidí. Se zastupitelem se už snad budou bavit jinak, než jak ukazují teď," doplnil Závodský.

Starosta má na spor opačný pohled. „Mám dobré vztahy se spoustou sdružení. A znám i lidi ze sdružení Masarykova čtvrť, kteří jsou v pohodě. Ale Závodský je dlouhodobě kandidát za zelené a zneužívá sdružení na podporu své kandidatury," řekl.

Kam s penězi? Na kanály i park

Brno-střed – Centrální městská část je nejvíce na očích a také v ní jsou největší projekty, které ovlivňují celé Brno. Výběr nejdůležitějších investic uplynulého volebního období přináší Deník Rovnost.

REKONSTRUKCE MILADY HORÁKOVÉ. V dopravně důležité ulici už bylo na pokraji havarijního stavu téměř všechno. Kanalizace, potrubí, silnice i koleje. „Tramvaje tam kvůli stavu kolejí projížděly sníženou rychlostí," poznamenala před časem mluvčí dopravního podniku Linda Hailichová. Opravy město odstartovalo letos v březnu a stát mají skoro 240 milionů. Skončí příští rok v létě.

VAŇKOVO NÁMĚSTÍ. O prázdninách začala přestavba náměstí v Masarykově čtvrti. Na místě křižovatky vznikne kruhový objezd. Projekt za padesát milionů doplní i park v sousedství.

ZELNÝ TRH. Dlouho odkládané opravy náměstí spustilo město na začátku letošního roku. Nakonec rekonstrukci nestihne ukončit v lednu, ale až v květnu. „Opravíme kašnu Parnas, přibudou stromy, fontány a lavičky," popsal mluvčí magistrátu Pavel Žára.

BJÖRNSONŮV SAD. V parku mezi poliklinikou Zahradníkova a právnickou fakultou právě začíná rekonstrukce. Za deset milionů městská část upraví cesty, zeleň, chystá také posilovnu pod širým nebem či klidovou zónu pro důchodce.

KONEČNÉHO NÁMĚSTÍ. Za šest milionů na náměstí vzniká malý park se sochou. „Architekti museli vycházet také z ankety, kterou jsme loni na konci roku pro Brňany vyhlásili," podotkl starosta městské části Libor Štástka.

VNITROBLOKY. Radnice upravila a zřídila hřiště v jedenadvaceti vnitroblocích. Investice se pohybovaly od půl do tří milionů korun. **(pj)**

Nádraží upravíme, slibují lídři

PETR JEŘÁBEK

Brno-střed – Nevábný prostor před hlavním vlakovým nádražím je jedna z bolestí centrální městské části. Lídři stran odpovídali na otázku: **Jak navrhnujete zlepšit stav tohoto místa?**

„Minulé zastupitelstvo jasně formulovalo, že se místo bude opravovat. Plán tedy existuje, začne se první etapou u Benešovy ulice, pak přijdou na řadu nástupní ostrůvky. Podle mě jde o zdařilý návrh."
Pavel Sázavský, ČSSD

„První etapa je daná a začne příští rok. Podchod pod nádražím dělníci už upravují. Ať už bude autorem nové podoby kdokoliv, je nutné opravit zelené pásy, nástupní ostrůvky a upravit režim dopravy.
Libor Štástka, ODS

„Jsem pro návrh, který se objevil v soutěži Městské zásahy. Ten stávající je nedostatečný. Je třeba odstranit zbytečná zábradlí a bariéry, vytvořit přímý přechod z nástupní haly k Letmu. A také zmenšit výstupní střechy podchodů, které znemožňují rozhled. Důležité je se zaměřit i na pravidelný a častý úklid."
Martin Ander, SZ

„V první části je nutné si posvítit na nečistotu. Tedy dohlížet na úklidové firmy, mít dostatek košů a doplnit veřejné záchody. Pro turisty pak udělat informační centrum."
Bohumil Straka, TOP 09

„Na základě otevřené urbanistické soutěže chceme navrhnout změny prostoru, aby se tolik nemotali dohromady lidi, auta a tramvaje. S úpravou se nesmí čekat na rozhodnutí o poloze nádraží, ale začít hned. Při soutěži Městské zásahy studenti a architekti navrhovali různá levná řešení, ale nestalo se nic."
Matěj Hollan, Žít Brno

anketa: Co je potřeba ve vaší městské části zlepšit?

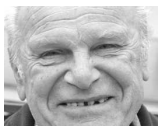
Marek Doležal, 37 let, svářeč, Brno-střed

Vadí mi, že radnice opravuje domy jenom zvenku, kde je to vidět. Vevnitř jsou pak škaredé špinavé dvory a nevyměněná okna. Všechny opravy si musím hradit ze svého. Cestují hodně po světě a mám dojem, že tady pořád převažuje komunistické myšlení.

Liliana Ghisi, 19 let, studentka, Brno-střed

Ve středu Brna není nouze o různé druhy kulturního vyžití, z toho mám velkou radost. Je tady plno divadel, kin, klubů a dalších podniků. Naopak mi vadí nedostatek zelené a parků. Třeba betonové náměstí Svobody, kde je jen několik květináčů.

František Klíč, 72 let, důchodce, Brno-střed



Bydlím na Kraví hoře, kde je pěkná příroda a klid skoro jako na vesnici. Problém mám s doktory, nejbližší ordinace jsou až na Vaňkově náměstí. Také mě mrzí, že už nefunguje autobusová linka 51, která jezdila ze zastávky Barvičova směrem na Mendlovo náměstí.

Ivana Džubinská, 22 let, studentka, Brno-střed

Největší výhodu bydlení ve středu města vidím v dobrém dopravním spojení. Tramvají se dostanu všude, kam potřebuji. Ale třeba autobus linky 80 by mohl jezdit častěji. Jinak si nemůžu na nic stěžovat. Je tady dost obchodů, lékařů i kulturních akcí.

Věra Popovičová, 63 let, důchodkyně, Brno-střed

Se středem Brna jsem spokojená. S vnoučaty chodím na Kraví horu, kterou moc hezky opravili. Poblíž je i výběh pro psy. Bydlím v Barvičově ulici a vadí mi, že musím dojíždět za doktory. Zato je tady ale klid. Chybí mi poblíž také nějaký menší obchod s jídlem.

Julie Šušniaková, 22 let, studentka, Brno-střed

V místě, kde bydlím, jsou rodinné domky, takže zároveň i příjemný klid. Nikdy jsem nezaznamenala žádné problémy nebo výtržnosti v okolí. Dokonce je tady čisto, což není ve velkém městě samozřejmost. Po ruce mám navíc všechny služby, které potřebuji. **(ap)**

Obrázek 6 Druhá strana vydání Brněnského deníku Rovnost z 9. 10. 2014. Zdroj: Deník

PÁTEK – NEDĚLE, 26. – 28. ZÁŘÍ 2014 ◆ ČÍSLO 189, CENA 25 KČ, PŘI PŘEDPLATNÉM 22,50 KČ, SK 1,30 €, DE 2,40 €

e.conomia

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY

CZK/EUR	CZK/USD	PX	DJI	FTSE	DAX
27,560 +0,22 %	21,680 +1,11 %	982,15 +0,48 %	16991,78 -1,27 %	6639,71 -0,99 %	9510,01 -1,57 %

JE ČAS INVESTOVAT

BEZ INVESTIC EVROPA NEPOROSTE, ŘÍKÁ ŠÉF UNICREDIT GROUP FEDERICO GHIZZONI

STRANA 12

BRIGITTE BARDOTOVÁ

EXKLUZIVNÍ ROZHOVOR SE SLAVNOU HEREČKOU, KTERÁ V NEDĚLI OSLAVÍ OSMDESÁTINY

MAGAZÍN Víkend

PROČ NENÁVIDÍ VELKOU PARDUBICKOU A PROČ PODLE NÍ FRANCII ŘÍDÍ MAŇÁSCI

ŠÉF ČEZ DANIEL BENEŠ POTVRDIL ZÁJEM O POLSKOU SPOLEČNOST ENERGA

ČEZ chce nakupovat i v Polsku

Petr Lukáš
petr.lukac@economia.cz

Zisky polostátní energetické společnosti ČEZ v posledních letech dramaticky padají a minimálně další dva roky se to nezmění. S propadem příjmů chce management firmy bojovat mimo jiné koupí jiného podniku. A v hledáčku má dva. Vedle již dříve ohlášeného zájmu o Slovenské elektrárny je to nově i polská Energa, potvrdil v rozhovoru pro HN šéf ČEZ Daniel Beneš.

Nákup nové firmy je hlavním pilířem připravované strategie, jak se vyrovnat s klesajícími zisky. „Firma potřebuje růst, aby zajistila stabilní dividendu, na kterou jsou akcionáři zvyklí," říká Beneš. Akcionářem je přitom především stát, který vlastní téměř 70 procent firmy. Příjmy z ČEZ do státní pokladny postupně klesají – před čtyřmi lety do ní společnost poslala okolo 19 miliard korun, zatímco za loňský rok „jen" 15 miliard.

Trh totiž energetickým firmám v poslední době nepřeje. Za uplynulých šest let ceny elektřiny klesly o více než 60 procent na současných 35 eur za megawatthodinu. „Základní příčina propadů stojí vně naší firmy. Je to obecně situace v Evropské unii, její energetické politice a přístupu členských států. Musím říct, že je to dost depresivní příběh," prohlašuje Beneš, podle kterého energetická politika EU naprosto selhala.

Nejjednodušším způsobem, jak uspokojit akcionáře, je proto potřebný provozní zisk „dokoupit", myslí si šéf ČEZ. Po neblahých zkušenostech s investicemi na Balkáně, kde firma jen v Albánii přišla o miliardy korun, se společnost chce nyní zaměřit jen na Česko a sousední země.

O podíl ve Slovenských elektrárnách, který nabízí italský Enel, projevil ČEZ zájem koncem srpna. Beneš o tom včera jednal se slovenským ministrem hospodářství. Problémem slovenské firmy ale jsou dva rozestavěné bloky jaderné elektrárny Mochovce. Neustále se totiž prodražují a není ani jasné, kdy začnou fungovat.

Oficiální hodnota dvoutřetinového podílu je okolo dvou miliard eur. Podle některých analytiků ale může být dokonce i záporná. „Když nepořešíte ta rizika, tak je to možné. Slovenské elektrárne nejsou v ideálním stavu," přiznává Beneš a dodává, že ČEZ firmu může koupit jen tehdy, když se dohodne se slovenskou vládou právě na rozdělení rizik spojených zejména s dostavbou Mochovců.

Druhou možnou kořistí je čtvrtá největší polská energetická firma Energa. „Pokud by nám chtěli prodat majoritu, bylo by to podobné velikosti jako Slovenské elektrárne. O většinovém podílu jsme s nimi ještě nejednali, ale asi by bylo dobře se s nimi o tom začít bavit," říká Beneš.

Analytikovi J&T Michalu Šnobrovi se ale plány ČEZ nakupovat na Slovensku a v Polsku příliš nelíbí. Mochovce bez státních záruk podle něj dělají ze Slovenských elektráren příliš rizikovou investici. A že se ČEZ podaří vstoupit na polský trh, považuje Šnobr za sci-fi. „Poláci nikdy nikomu nic neprodali, nevím, proč by to tak měli dělat nyní u Energy, kterou už neúspěšně privatizovali před několika lety," říká Šnobr, který je sám akcionářem ČEZ. Pokud se navíc někdy naplno rozjede klimatická politika Evropské unie, bude polský energetický trh, který je dnes tím nejšpinavějším, trpět nejvíc.

Kromě jednání o koupi nové společnosti se ČEZ ve snaze bojovat s propadem zisků více zaměří také na koncové zákazníky. Začne jim nabízet kompletní servis. „Za pár let bychom chtěli být firmou, která vám dodá solární panely i baterie, půjčí vám na to, poskytne pojištění i údržbu. Prodej produktů již nestačí," prohlašuje Beneš. Firmě podle něj nesmějí utéct nové trendy, jako se to stalo například výrobci mobilů Nokia.

ČEZ chce také maximálně využít současných zdrojů. V rámci šetření, jímž firma hodlá získat šest miliard ročně, pak dojde i k propouštění – naposledy ve středu oznámil podnik odchod 350 lidí ze Severočeských dolů.

S přispěním Nikity Poljakova

Rozhovor s Danielem Benešem čtěte v úterním vydání HN

> Za pár let bychom chtěli být firmou, která vám dodá solární panely i baterie, půjčí vám na to a poskytne pojištění i údržbu. To je ten trend.
>
> **Daniel Beneš**
> Generální ředitel ČEZ o tom, jak se firma hodlá zaměřit na koncové zákazníky.

Evropská unie v energetické politice selhala a je třeba čelit novým výzvám, prohlašuje šéf ČEZ Daniel Beneš. V rozsáhlém rozhovoru, který HN přinesou v úterním vydání, představil základní pilíře toho, jak se ČEZ chce pokusit čelit stále klesajícím ziskům a jak se firma musí změnit.
Foto: HN – Matej Slávik

DV TV

HOST VE STUDIU:

„Západní politici nevědí o Rusku a Ukrajině vůbec nic."

Jan Hamáček (ČSSD)
šéf Poslanecké sněmovny o ruské propagandě i postoji politiků k ukrajinské krizi

SLEDUJTE NA Aktuálně.cz

PODNIKY A TRHY

Trik s kartami Alze neprošel

E-shop chtěl šetřit na poplatcích: nákupy kartou vypořádával přes slovenskou Tatra banku. MasterCard a Visa mu to ale zatrhly.

strana 14

UDÁLOSTI

Vnitro nakoupí stovky aut, polovinu na plyn

Z více než 800 aut, která nakoupí ministerstvo vnitra, jich bude jezdit na stlačený zemní plyn 370. Úřad za ně zaplatí přibližně 200 milionů korun.

strana 3

V HLAVNÍ ROLI...

Primátor Tomáš Hudeček: poslední naděje TOP 09

strana 2

14189
9 770862 958320

Obrázek 7 Titulní strana vydání Hospodářských novin z 26. 9. 2014. Zdroj: HN (ČR)

PODNIKY A TRHY

■ STATISTIKA

Americká ekonomika sílí, ukázala data o spotřebě

Spotřebitelské výdaje Američanů se v srpnu výrazně zvýšily a zrychlil se i nárůst jejich příjmů. Včerejší údaje ministerstva obchodu USA potvrzují trend zesilování růstu největší světové ekonomiky. Výdaje proti předešlému měsíci stouply o 0,5 procenta, a po červencové stagnaci tak zopakovaly červnové tempo růstu. Příjmy díky růstu mezd a platů vzrostly o 0,3 procenta, mírně rychleji než v předcházejícím měsíci.

■ KOMODITY

Ceny ropy klesly. Tentokrát i kvůli Číně

Světové ceny ropy včera obnovily pokles a severomořská ropa Brent se znovu přiblížila svému dvouletému minimu z minulého týdne. Ropný trh podkopaly slabé údaje z čínské ekonomiky spolu se silným kurzem dolaru a nadále jej sráží vysoká nabídka suroviny ve světě. Cena Brentu klesla o 20 centů na 96,80 dolaru za barel. Stejně jako ropa WTI míří ke třetí měsíční ztrátě za sebou.

■ AUTA

Auto ESA otevře pobočku v Ostravě

Druhý největší tuzemský autobazar Auto ESA otevře od října novou pobočku v Ostravě. Náklady na vybudování třetí mimopražské prodejny přesáhly sedm milionů korun. Firma to uvedla v tiskové zprávě. Firma očekává, že v prvních šesti měsících prodá v Moravskoslezském kraji prostřednictvím této pobočky nejméně 100 vozidel měsíčně.

■ TĚŽBA ROPY

Kanadská Encana koupila texaského těžaře ropy

Největší kanadský producent zemního plynu Encana koupí texaskou ropnou společnost Athlon Energy. Celková hodnota transakce činí 7,1 miliardy dolarů. Obchod by měl Encaně pomoci zvýšit těžbu ropy. Athlon na západě Texasu v současnosti těží zhruba 30 tisíc barelů ropného ekvivalentu denně. Obchod zahrnuje i skoro 57 tisíc hektarů půdy v této oblasti bohaté na ropu.

Apple má problém s daněmi

EVROPSKÁ KOMISE JDE PO ŘADĚ FIREM, KTERÉ SE VYHÝBAJÍ PLACENÍ DANÍ. U AMERICKÉHO GIGANTU JÍ VADÍ ÚDAJNĚ NEZÁKONNÉ DOHODY S IRSKEM

Silvie Housková
silvie.houskova@economia.cz

Společnost Apple bude možná muset doplatit miliardy eur na daních. Evropská komise podezřívá Irsko, které Applu umožnilo odvádět jen velmi nízké daně, z nepovolené státní pomoci. Podrobnosti o tom, proč se rozhodla zahájit hloubkovou kontrolu daňových dohod mezi Applem a irskou vládou, zveřejnil komise dnes.

Irsko je známé velmi nízkou korporátní daní, která činí 12,5 procenta. Podle zprávy amerického Senátu z května 2013 ale reálné odvody Applu v Irsku nedosahují ani dvou procent. Možné proto je, že irská vláda poskytla Applu speciální daňové podmínky. „Analyzujeme, jestli nešlo podle evropských pravidel o selektivní výhodu poskytnutou konkrétní společnosti," vysvětlil mluvčí komise Antoine Colombani. Dodal ale, že spekulace o možném závěru vyšetřování nejsou na místě.

Apple: Žádná nezákonná dohoda

Apple, který v Irsku působí od roku 1980, ale odmítá, že by jeho dohoda s tamní vládou jakkoliv porušovala zákony. „Nikdy jsme neuzavřeli žádný speciální obchod, nic, co by se dalo považovat za státní pomoc," řekl listu Financial Times finanční ředitel Applu Luca Maestri. Ten také odmítl, že by mezi firmou a Irskem existovala dohoda na způsob „quid pro quo", tedy že by společnost za zvýšení počtu pracovních míst v zemi získala zvýhodněnou daňovou smlouvu pro její pobočky.

Jakékoliv pochybení odmítá také irská vláda. Ta si je podle jejího mluvčího „jistá, že nijak neporušila pravidla o státní podpoře". Deníku Wall Street Journal mluvčí řekl, že Irsko už komisi poslalo také formální odpověď, ve které uvádí na správnou míru možné pochybnosti a nedorozumění.

Komise se nejspíše zaměří na dvě dohody mezi společností a irskou vládou, a sice z roku 1991 a 2007. Do roku 1991 byly pobočky Applu v Irsku osvobozené od daně. Další změnu podmínek si pak vyžádalo rozšíření aktivit Applu v Irsku poté, co společnost v roce 2007 uvedla na trh chytrý telefon iPhone.

Evropská komise dnes zveřejní také detaily k šetření daňových dohod Fiatu v Lucembursku a později i společnosti Starbucks v Nizozemsku. Vyšetřování jsou součástí tažení eurokomisaře pro hospodářskou soutěž Joaquína Almunii proti nadnárodním společnostem, které se vyhýbají placení daní.

> Nikdy jsme neuzavřeli žádný speciální obchod, nic, co by se dalo považovat za státní pomoc.
>
> **Luca Maestri**
> finanční ředitel Applu

Evropě i USA utíkají miliardy

S daňovými úniky bojují státy i na úrovni Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD). Ta se snaží najít způsob, jak zabránit zemím, jako je Irsko, Nizozemsko nebo Lucembursko, aby nabízely firmám daňové úlevy.

Irsko například zahraničním společnostem umožňuje, aby u něj měly sídlo, ale daně platily v jiném státě. Toho využívají hlavně americké firmy, které si udělají z Irska zaprvé základnu pro obchod v rámci Evropské unie a za druhé prostředníka pro přeposílání zisků do daňových rájů. V Dublinu a dalších irských městech tak působí kromě technologických firem také devět z deseti největších farmaceutických společností.

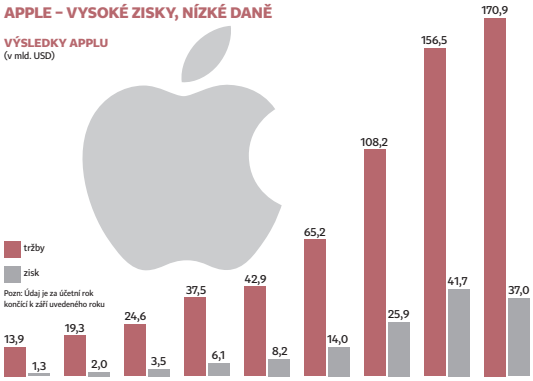
Americké firmy se chtějí tímto způsobem hlavně vyhnout vysokému zdanění ve Spojených státech. Daňový systém v USA má totiž dvě zásadní trhliny. Korporátní daň činí 35 procent, tedy nejvíce ze 34 členských států OECD, a navíc se vztahuje na veškerý příjem firem, nehledě na to, ve kterých státech byl vydělán, na rozdíl od zemí, jež požadují daně pouze za aktivity na jejich území.

Americké společnosti proto zakládají pobočky v zemích nabízejících daňové úlevy, nebo čím dál tím častěji využívají taktiku zvanou daňová inverze. Ta spočívá v tom, že americké podniky převezmou menší firmu v zemi, kde jsou nižší daně, nebo se s onou firmou sloučí, a do této země pak převedou daňově sídlo celé skupiny. Hlavní aktivity ale obvykle zůstávají v USA. Naposledy se tak například americký řetězec rychlého občerstvení Burger King dohodl na koupi kanadské sítě kaváren Tim Hortons, aby mohl odvádět daně v Kanadě.

Americký ministr financí Jack Lew proto minulý týden představil nová pravidla, která by měla společnosti od daňové inverze odradit. S okamžitou účinností tak ministerstvo zakázalo při přesunu sídla využít daňových výhod z převzetí nebo zpřísnilo požadavky na výši vlastnického podílu v koupené firmě. Podle expertů oslovených deníkem Financial Times ale nová pravidla nezabrání dalším dohodám. Pouze vytvoří krátkodobou nejistotu a možná některé společnosti přehodnotí podmínky a ceny při kupování firem.

APPLE – VYSOKÉ ZISKY, NÍZKÉ DANĚ

VÝSLEDKY APPLU
(v mld. USD)



2 PROCENTA

Přesto, že je v Irsku korporátní daň 12,5 procenta, podle zprávy amerického Senátu z května 2013 jsou reálné odvody Applu necelá dvě procenta. Evropská komise bude vyšetřovat, jestli irská vláda společnosti nenabídla speciální daňové podmínky. Daňové ráje a zvýhodnění pomáhají americkým společnostem uniknout ze Spojených států, kde by platily jednu z nejvyšších korporátních daní ze zemí OECD – 35 procent.

164,5 MILIARDY DOLARŮ

hotovosti měla k dispozici firma Apple na konci letošního června. Z toho 137,7 miliardy technicky drží zahraniční pobočky firmy – hlavně v Irsku.

JAKÉ DANĚ PLATÍ APPLE ZE SVÝCH ZAHRANIČNÍCH ZISKŮ (v milionech dolarů)

	Zisk před zdaněním	Daň	Skutečná úroveň zdanění
2002	284	33	11,8
2003	250	20	8
2004	384	30	7,8
2006	1500	84	5,6
2007	2200	87	3,9
2009	6600	310	4,7
2010	13000	161	1,2
2011	24000	602	2,5
2012	36800	713	1,9
2013	30500	1133	3,7

Pozn: Zdroj web Finfacts.ie, údaje za roky 2005 a 2008 neuvádí.

V IRSKU SI „POMÁHAJÍ" I DALŠÍ TECHNOLOGICKÉ FIRMY Z USA

Google
Využívá ke snížení daní jak Irsko, tak Nizozemsko. Zisky z těchto poboček posílá na Bermudy. „Ušetří" tak na daních až dvě miliardy dolarů ročně.

Yahoo!
V únoru přesunula své pobočky ze Švýcarska do Irska také společnost Yahoo!. Daňovým rezidentem je ale na Kajmanských ostrovech, kde je daň nulová.

Facebook
Provozovatel sociální sítě, která má miliony zákazníků po celém světě, má základnu pro své pobočky v Evropě v Irsku. Konečnou stanicí pro zisky společnosti jsou ale stejně jako pro Yahoo! Kajmanské ostrovy.

LinkedIn
Firma, která provozuje profesionální sociální síť (internetový networking), využívá své pobočky v Irsku, aby přes ně posílala peníze na ostrov Man.

Zdroj: Reuters, Finfacts.ie, HN

Obrázek 8 Dvanáctá strana vydání Hospodářských novin z 30. 9. 2014. Zdroj: HN (ČR)

HN HOSPODÁRSKE NOVINY
obsah rozhoduje
www.hnonline.sk
vydáva Ecopress, a. s.
utorok 30. septembra 2014, číslo 186, **

Prečo je SDKÚ pred kolapsom
Ako sa z niekdajšieho lídra pravice stala strana na hrane prežitia
ZAOSTRENÉ NA... | 9 a 10

Pradu vyšetrujú pre daňové úniky
Šéfovia módneho domu mali Taliansko ukrátiť na daniach
FIRMY A FINANCIE | 7

Kartelistov dá štát na exekúciu

STAVEBNÍCTVO | Protimonopolný úrad chce od trojice spoločností vymôcť 29 miliónov eur, ktoré doteraz nedostal.

Marek Poracký ©hn
marek.poracky@ecopress.sk

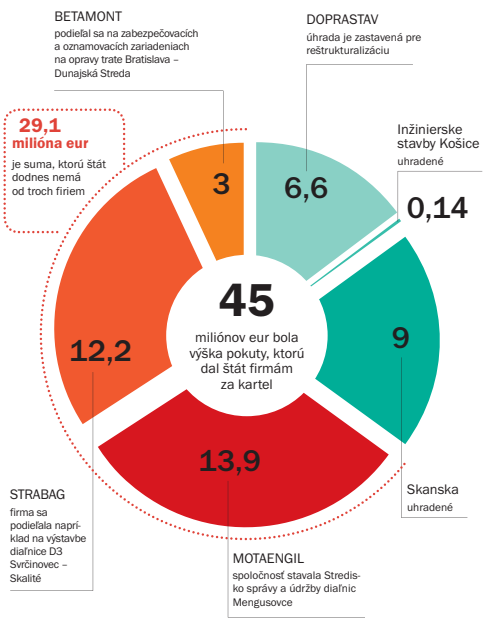
Bratislava – Išlo o jednu z najväčších kartelových káuz v stavebníctve za posledné roky. O kauzu, kvôli ktorej mal štát zinkasovať od šiestich stavebných firiem 45-miliónovú megapokutu, odobrenú Najvyšším súdom. Napriek tomu si teraz po viac ako polovicu tejto sumy musí ísť s exekútormi. Tri firmy totiž pokutu Protimonopolnému úradu neposlali ani päť mesiacov po dátume splatnosti. A to konkrétne stavbári – Betamont, MotaEngil a Strabag, ktoré mali spolu zaplatiť bezmála 30 miliónov eur. „Exekútor vykonáva úkony podľa Exekučného poriadku," potvrdila pre HN hovorkyňa Protimonopolného úradu Andrea Wilhelmová.

Celý problém má svoj začiatok ešte v roku 2004, keď sa spomínané firmy spolu s českou pobočkou Skanskej, Doprastavom a Inžinierskymi stavbami Košice zúčastnili na tendri na výstavbu diaľnice D1 po Tatrami. Pri predkladaní uzavreli kartel, a preto mali štátu zaplatiť miliónové pokuty. No a čas na ich uhradenie vypršal koncom tohto apríla. „Táto záležitosť zatiaľ nie je pre našu spoločnosť uzavretá. Podali sme sťažnosť na Ústavný súd a vec preto nebudeme bližšie komentovať," vysvetlila dôvody hovorkyňa Strabagu Edita Novotná.

Otázne však je, či sa štátu vôbec podarí napriek exekúcii k peniazom dostať. Narazíť môže na jeden problém – MotaEngil je portugalská a Strabag zas česká spoločnosť. Na Slovensku tak nemusia mať dostatočný majetok, na ktorý by mohol exekútor siahnuť. A neexistujú žiadne medzinárodné pravidlá, ktoré by to nášmu úradu povoľovali v ich materskej krajine – potvrdil pre HN partner advokátskej kancelárie TaylorWessing e/n/w/c Andrej Leontiev. „To mohlo motivovať niektoré spoločnosti pokutu dobrovoľne neuhradiť," konštatoval Leontiev.

Pokračovanie na strane 2

Vymáhanie pokút od kartelistov (v mil. eur)



JEDNOU VETOU

> **Chcem na tomto fóre vyzvať topmanažérov všetkých stavebných firiem na trhu – dnes sa už nemôžete sťažovať na externé prostredie.**

Ján Počiatek, minister dopravy

Viac na strane 12

OBSAH HN

Nemusíme mať plyn. Už v zime
Ruský gigant priznáva, že Slováci môžu byť odkázaní na plyn zo západnej Európy. strana 4

Pod pôrodnicou bude stavenisko
Trnavskí poslanci schválili zmenu územného plánu nemocnice. Postavia tam obchodné centrum. strana 5

Muž, ktorý odmietol raj
Stefan Petterson, šéf značky H&M, je zásadový aj v otázke dani. Ale i drog. strana 16

1 USD	1,270	-0,003
1 CZK	27,540	0,006
1 PLN	4,183	0,002
DOW JONES	17 041,000	-0,42 %
ROPA BRENT	96,750	-0,26 %

BOJ O FABRIKU

O oceliareň v Strážskom sa bijú Krúpa i Ukrajinci

Bratislava – Súboj o oceliareň Slovakia Steel Mills, ktorá zamestnáva 500 ľudí a kvôli dlhom ju chránia súdy, sa vyostruje. Po tom, čo podnik v Strážskom prestal vyrábať a čaká, ako dopadnú rokovania s bankou o 168-miliónovej pohľadávke, sa o slovo hlásia dvaja biznismeni – Ukrajinec Valerij Krištaľ a slovenský finančník Pavol Krúpa. Práve oni chcú od banky odkúpiť spomínanú pohľadávku. A podnik tým zachrániť. „Sme ideálny partner. Ovládame trh so šrotom v západnej Ukrajine a dokážeme dodať lacnú surovinu," hovorí pre HN Krištaľ, konateľ ukrajinskej firmy KVV Group. Práve on ponúkol v súťaži najvyššiu ponuku. Nebol však sám. Protiponuku dal aj Krúpa, ktorý ovláda Arca Capital. Ten súpera spochybnil. „Účasť KVV Group sme pripomienkovali. Nemala ani formálne, ani obsahové náležitosti," hovorí pre HN Krúpa.

Pokračovanie na strane 6

DANE

Kažimír má nový tromf

Bratislava – Pred rokmi otvorili reštaurácie spolu s apartmánmi v Rajeckých Tepliciach a polovicu nákladov na ich rozbeh už stihli za 10 rokov odpísať z daní. Od búdúceho roka to už tak ľahko nepôjde. Kým dnes môžu firmy budovy odpisovať 20 rokov, po novom až 40 rokov. Dosahy budú jednoznačné – základ, z ktorého firmy platia dane, si budú znižovať o nižšiu sumu, takže štátu na daniach zaplatia v najbližších rokoch viac. „Ide o skryté zvyšovanie daňovej záťaže podnikania," povedal konateľ prevádzkovateľa reštaurácie s apartmánmi Meritto Tomáš Husár. On tak spolu s ostatnými firmami pošle v budúcom roku štátu dokopy o 68 miliónov eur viac ako v dnes. Pôjde tak o druhé najziskovejšie opatrenie štátu po DPH. Ukázala to daňová prognóza. Vláda by si nemala zlepšovať rozpočet na úkor podnikateľov – tvrdí výkonný riaditeľ Klubu 500 Tibor Gregor. Faktom však je, že časti firiem sa môže aj uľaviť. Vďaka budovám si môžu dane znižovať dlhšie, takže časom môžu odviesť štátu menej.

Zmeny v odpisoch

Z predĺženia odpisov pri administratívnych budovách z 20 na 40 rokov – 68,4 milióna eur.

Strop na autá, pre ktorý môžu firmy skončiť v strate – 2,49 milióna eur.

Obmedzenie zrýchleného odpisovania – 29 miliónov eur.

Zrušenie zvýhodneného lízingového odpisovania – 17,67 milióna eur.

Pokračovanie na strane 4

cena 0,85 EUR / predplatné 0,79 EUR
9 588001 382261 14198
Predplatné
tel.: 02 48 238 238
email: predplatne@ecopress.sk
www.hnonline.sk/predplatne

JEDINÝ SLOVENSKÝ MESAČNÍK O MARKETINGU, REKLAME A MÉDIÁCH
Komu patria slovenské médiá?
Ivan Kmotrík, Ivan Jakabovič, Patrik Tkáč, Jaroslav Haščák, Jeff Bewkes, Andrej Babiš, Mark Dekan, CEO
PENTA OBSADZUJE MEDIÁLNY TRH
NOVÉ STRATÉGIE V PREDAJI
Stratégie

Obrázek 9 Titulní strana vydání Hospodárskych novín z 30. 9. 2014. Zdroj: HN (SR)

ČO DNES NÁJDETE NA HN online.sk

Farmafirmy ako investícia

Farmaceutický sektor dokázal za posledných pár rokov investorom zdvojnásobiť ich investície.

VIAC nájdete na **finweb.hnonline.sk**

S palivovými kartami lacnejšie

Pomáhajú sledovať spotrebu palív, poskytujú výhody v cenách i službách. Palivové karty dokážu ulahčiť biznis podnikateľom s veľkým vozovým parkom.

VIAC nájdete na **poradna.hnonline.sk**

Kamera do extrémnych podmienok

GoPro začína predávať aktualizovanú verziu svojej kamery Hero 4. Zvládne plynulé 4K video.

VIAC nájdete na **style.hnonline.sk**

KOHO NÁJDETE DNES V HN

ĽUDIA NA STRANÁCH

Rastislav Machunka	4	Jiří Šimara	7
Pavol Krúpa	6	Michal Král	8
Aslan Khabliev	6	Ján Baránek	10
Tomáš Menčík	6	Daniele Nouyová	12
Michal Kozub	6	Ján Počiatek	12
Petr Križan	6	Henny Senderová	13
Carlo Mazzi	7	Markus Breyer	13
Miuccia Prada	7	Tomáš Sedláček	13

FIRMY NA STRANÁCH

AZZZ	4	Polis	10
UMC	6	ECB	12
Sharp	6	Microsoft Slovensko	13
Foxconn	6	ČSOB	13
Sony	6	Slovenská obchodná a priemyselná komora Žilina	17
Prada	7	Kia Motors Slovakia	18
D&G	7	Belfein Slovakia	18
Bvlgari	7		
Pricemania.sk	8		

ZAJTRA V HN

ESÁ SLOVENSKÉHO BIZNISU

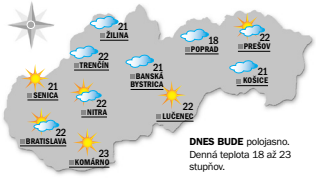
Aký dosah budú mať ruské sankcie na Sberbank a jej klientov

Rastislav Murgaš vedie slovenskú Sberbank k rastu – a v budúcnosti ju chce dostať do piatky najväčších slovenských bánk. V rozhovore pre HN prvýkrát otvorene prehovoril aj o obchodných sankciách medzi Európou a Ruskom a ich dosahu na banku a jej klientov.

PREDPOVEĎ POČASIA

SLNKO zajtra vyjde o 6.48 a zapadne o 18.33 hod.

Slabý premenlivý vietor.



DNES BUDE polojasno. Denná teplota 18 až 23 stupňov.

Stavebníctvo — Tri firmy z kartelu z roku 2004 nezaplatili pokutu

Kartelistov dá štát...

Dokončenie zo strany 1

Pokutu nezaplatil ani Doprastav. Ten je však aktuálne pod ochranou súdov. Dve firmy, česká Skanska a Inžinierske stavby Košice, svoje pokuty už uhradili. Tie celkovo mali zaplatiť štátu 9,1 milióna eur.

Stop ďalším sankciám

Okrem pokuty stavbárom hrozili aj ďalšie sankcie. Štát ich mal vyškrtnúť z uchádzania sa o štátne zákazky. Z niektorých diaľničných tendrov ich Národná diaľničná spoločnosť aj vylúčila. Napríklad Doprastav prišiel o výstavbu tunela Višňové, Skanska zas o úsek rýchlocesty pri Zvolene a na žilinskej diaľnici. Hrozila im pritom stopka aj v najbližších troch rokoch. Úrad pre verejné obstarávanie však rozhodol inak. Vo svojom verdikte skonštatoval, že stopku v tendroch mali od roku 2004, teda v čase vypísania kartelovej zákazky až po rok 2006. Zvyšok trestu sa skončil v auguste. „V tomto konkrétnom prípade Úrad pre verejné obstarávanie zvolil až príliš pragmatickú interpretáciu zákona," povedal Leoniev. Všetci stavbári sa budú môcť uchádzať aj o štátne zákazky, ktoré chystá napríklad Národná diaľničná spoločnosť. Na jeseň by mala dať na trh súťaže v hodnote vyššej ako 800 miliónov eur.

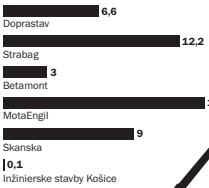
Neskoré rozhodnutie

Zákazku, kde sa stavbári dohodli na cenách, štát vypísal na jar v roku 2004. Šesť firiem sa dohodlo na cenových ponukách. Štát zákazku neskôr zrušil a vypísal nanovo. Protimonopolný úrad kartel potvrdil dva roky nato. Po sérii naťahovaní definitívne potvrdenie kartelu prišlo koncom minulého roka. Rozhodol o tom Najvyšší súd. „Keď rozhodnutie príde neskoro, je pravdepodobné, že aktéri, ktorí niečo urobili, už nemusia byť v dosahu subjektu," konštatoval prezident Zväzu stavebných podnikateľov Slovenska Zsolt Lukáč.

Minister dopravy Ján Počiatek môže s kartelistami počítať aj pri ďalších štátnych zákazkách. Tento rok majú byť tendre za viac ako 800 miliónov eur. SNÍMKA: SITA/G. KUCHTA

Kartelová dohoda stavbárov

Aké pokuty dostali firmy v karteli
(v miliónoch eur)

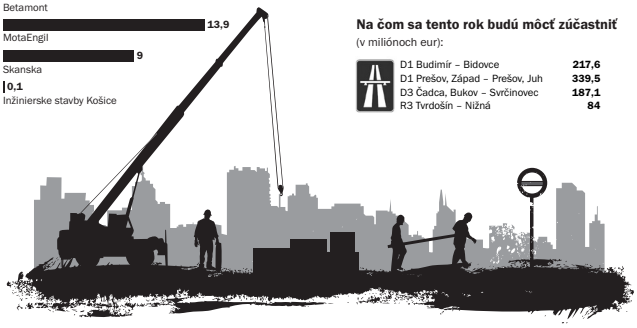


Čo firmám hrozilo

- Zaplatenie pokuty
- Stop účasti na štátnych zákazkách
- Doprastav prišiel kvôli kartelu o výstavbu tunela Višňové

Na čom sa tento rok budú môcť zúčastniť
(v miliónoch eur):

D1 Budimír – Bidovce	**217,6**
D1 Prešov, Západ – Prešov, Juh	**339,5**
D3 Čadca, Bukov – Svrčinovec	**187,1**
R3 Tvrdošín – Nižná	**84**



2004
Máj
Stavbárske spoločnosti spáchali kartel

2005
December
Protimonopolný úrad rozhodol, že stavbári MotaEngil, Skanska DS, Strabag, Betamont, Inžinierske stavby a Doprastav sa dohodli na jednotnej cene za stavbu na úseku diaľnice D1 Mengusovce – Jánovce.

2006
November
Úrad pre verejné obstarávanie oznámil, že šesť potrestaných staviebných firiem sa nemôže uchádzať päť rokov o štátne zákazky.

2007
Jún
Generálna prokuratúra podala protest proti verdiktu ÚVO. Aj nové rozhodnutie, ktoré úrad vydal, však spoločnostiam bránilo v účasti na zákazkách.

2008
December
Krajský súd v Bratislave zrušil rozhodnutie Protimonopolného úradu o rekordnej pokute vo výške 45 miliónov eur. Úrad sa odvolal.

2013
December
Najvyšší súd potvrdil pokutu pre stavbárov vo výške 45 miliónov eur.

2014
Apríl
Doprastav a Skanska prišli o zákazky. Podali sťažnosti na Ústavný súd.

Júl
ÚVO vyškrtáva firmy zo zoznamu podnikateľov, ktorí sa môžu zúčastňovať na štátnych zákazkách.

Júl
ÚVO oznamil, že väčšina trestu už uplynula.

September
Štát poslal exekútorov na tri stavebné firmy z kartelu.

Zdroj: HN, NDS
Infografika: HN/D. Prokopová

HOSPODÁRSKE NOVINY, denník pre moderné Slovensko. **Vydáva** ECOPRESS, a. s.
Adresa redakcie Nobelova 34, 831 02 Bratislava,
tel.: 02/48 23 81 11.
Šéfredaktor Hospodárskych novín Peter Vavro, tel.: 02/48 23 83 30.
Zástupcovia šéfredaktora Filip Obradović, tel.: 02/48 23 83 19,
Marta Kovačová, tel.: 02/48 23 83 05, František Kvarda, tel.: 02/48 23 83 52.
Hlavný komentátor HN – Dag Daniš, tel.: 02/48 23 83 02.
Šéfeditor príloh Investor, Poradca, Moja kariéra, IT pre biznis, Reality, Podnikanie a magazínu Prečo nie?! – František Kvarda, tel.: 02/48 23 83 52.
Šéfeditorka prílohy Vikend – Lucia Čížová, tel.: 02/48 23 83 64.
Šéfredaktorka webových projektov Andrea Sučcová, tel.: 02/48 23 83 41.
Šéfeditor HNonline.sk Peter Blaško, tel.: 02/48 23 83 06.
Vedúca výroby Danica Prokopová, tel.: 02/ 48 23 83 57.
Vedúci redaktori Ekonomika – Marcela Šimková, tel.: 02/48 23 83 62,
Názory a analýzy – Dag Daniš, tel.: 02/48 23 83 02,
Firmy & financie – Tomáš Valuta, tel.: 02/48 23 83 59,
Analytické oddelenie – Marta Kovačová, tel.: 02/48 238 305, 02/48 23 83 29,
Kultúra – tel.: 02/48 23 83 64.
Regionálny redaktor v Poprade – Marek Nemec, tel.: 0944 534 499.
Vedúca vydania – tel.: 02/48 23 83 66.
Vzor e-mailu na členov redakcie:
Meno.Priezvisko@ecopress.sk.
Vydavateľstvo ECOPRESS, a. s., **Sídlo spoločnosti** Nobelova 34, 831 02 Bratislava
Výkonný riaditeľ Vladimír Mužík, tel. č.: 02/48 23 81 00.
Manažérka pre eventové aktivity Mária Balážová Gyurásová, tel.: 02/48 23 81 10.
Sales Team Leader Ladislav Olšík, tel. č.: 02/48 23 81 06.
Príjem inzercie tel. č.: 02/48 23 81 32, 02/48 23 81 03, fax: 02/48 23 81 31,
e-mail: inzercia@ecopress.sk.
Predplatné tel. č.: 02/48 23 82 38, on-line http://predplatne.hnonline.sk,
fax: 02/48 23 81 40, predplatne@ecopress.sk.
Ďalšie tituly vydavateľstva ECOPRESS Stratégie, Diabetik, Obchod, Horeca magazine, Run, Zdravotnícke noviny, Sestra, Pacientske listy, Lekárske listy, Kompendium medicíny, Medical practice
Ročník XXI. **© Copyright ECOPRESS, a. s. Autorské práva sú vyhradené a vykonáva ich vydavateľ.**
Autori článkov zverejnených v tomto vydaní si v zastúpení vydavateľom vyhradzujú práva udeľovať súhlas na rozmnožovanie a na verejný prenos článkov označených ©Hn, ako aj na verejné rozširovanie rozmnoženiny týchto článkov v zmysle § 33 ods. 1 písm. a) a d) autorského zákona. Monitoring tlače poskytujú so súhlasom vydavateľa firmy Newton Media a SMA.
Internet http://www.hnonline.sk, **e-mail** redakcia@ecopress.sk.
Evidenčné číslo 385/08, **IČO:** 31 333 524
Tlač VERSUS, a.s., Moskovská 4, prevádzka Pribinova 21, 811 08 Bratislava 1.
Audit nákladu ABC SR. **ISSN** 1335-4701.

Obrázek 10 Druhá strana vydání Hospodárskych novín z 30. 9. 2014. Zdroj: HN (SR)

PŘÍLOHA Č. 2: VYUŽITÍ VIDEA V ONLINE ZPRAVODAJSTVÍ

VIDEO: Prognostik i aligátor. Jak šel čas s Milošem Zemanem

5. října 2014 16:59, aktualizováno 17:43

Miloš Zeman se před objektivy kamer pohybuje řadu let. Při příležitosti jeho sedmdesátin vybrala redakce iDNES.cz obrazové záznamy, na kterých se objevil ještě jako prognostik před listopadem 1989, ale i pozdějších let, kdy byl šéfem ČSSD nebo premiérem. Záběry, které ho zachytily jak při projevech, tak ve chvíli, kdy předváděl aligátora.

V den svých sedmdesátých narozeniny byl prezident Miloš Zeman na Rhodu na konferenci pořádané ruským oligarchou Vladimirem Jakuninem. Vyzval tam mimo jiné ke zrušení protiruských sankcí a věnoval se i hrozbě ze strany islamistů. (více o projevu Zemana na Rhodu zde)

Fotogalerie

Zobrazit fotogalerii

Narozeninovou večeři pro politiky uspořádal minulý čtvrtek. Pozval na ni osm lidí: svého předchůdce Václava Klause, premiéra Bohuslava Sobotku, ministra financí Andreje Babiše, šéfa lidovců Pavla Bělobrádka, šéfy obou komor parlamentu Jana Hamáčka a Milana Štěcha, bývalého premiéra Jiřího Rusnoka a šéfa Ústavního soudu Pavla Rychetského.

Podle účastníků Zeman vyprávěl

Obrázek 11 Ukázka využití videa ze zpravodajského serveru iDnes.cz z 5. 10. 2014. Zdroj: iDnes.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://zpravy.idnes.cz/jak-sel-cas-s-milosem-zemanem-dgs-/domaci.aspx?c=A141003_154206_domaci_cen>.

PŘÍMÝ PŘENOS: Tiskový brífink Ministerstva zdravotnictví k ebole

10. října 2014 10:32

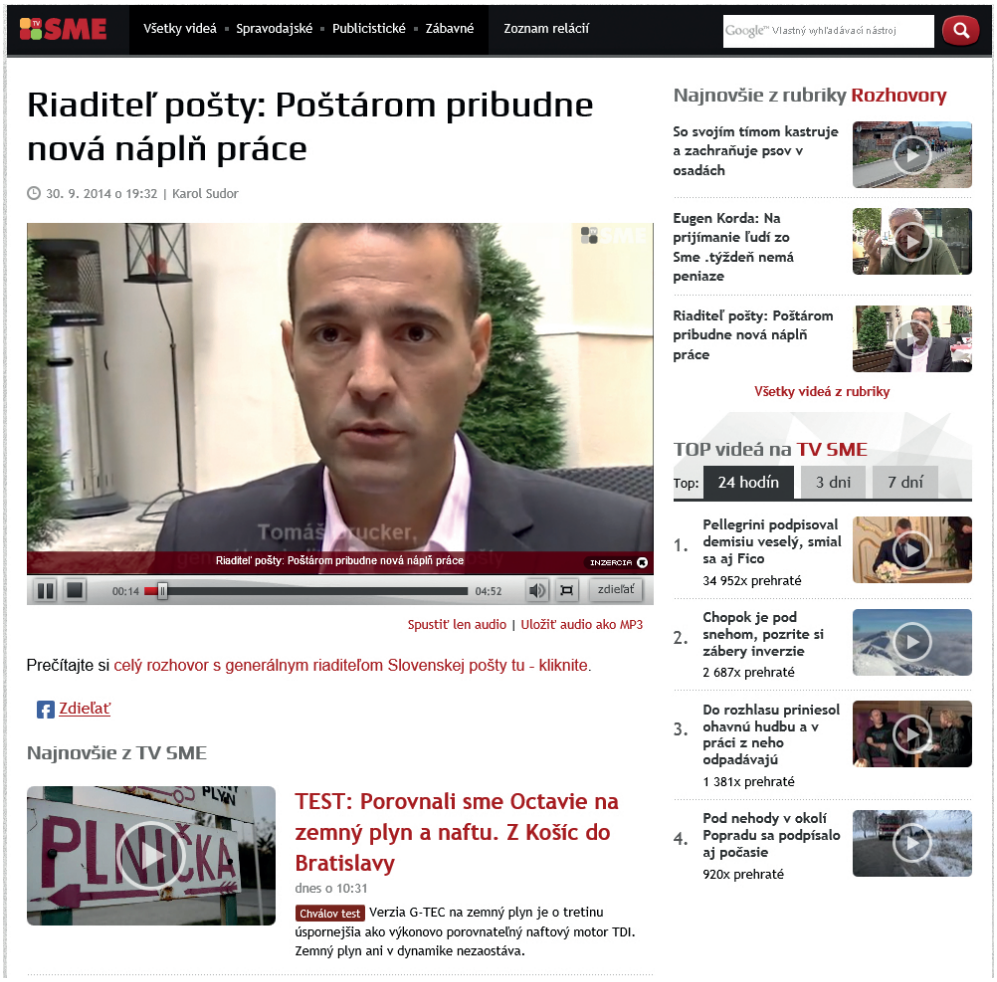
Ministerstvo zdravotnictví informuje o opatřeních, která Česko zavedlo kvůli šíření eboly. V pátek ráno se nepotvrdilo už druhé podezření na nákazu v zemi. Testy u podnikatele, který se vrátil z Afriky a nyní leží v pražské Nemocnici Na Bulovce, byly negativní.

Autor: jpl

Témata: ebola

Vstoupit do diskuse (11 příspěvků)

Obrázek 12 Ukázka využití videa (přímý přenos) ze zpravodajského serveru iDnes.cz z 10. 10. 2014. Zdroj: iDnes.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://zpravy.idnes.cz/primy-prenos-tiskovy-brifink-ministerstva-zdravotnictvi-k-ebole-1ca-/domaci.aspx?c=A141010_092231_domaci_jpl#utm_source=sph.idnes&utm_medium=richtext&utm_content=top6>.



Obrázek 13 Ukázka využití videa ze zpravodajského serveru Sme.sk z 30. 9. 2014. Zdroj: Sme.sk [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://tv.sme.sk/v/30742/riaditel-posty-postarom-pribudne-nova-napln-prace.html>.

PŘÍLOHA Č. 3: VYUŽITÍ AUDIA V ONLINE ZPRAVODAJSTVÍ

iDNES.cz / Pardubice a Pardubický kraj

Středa 26. listopadu 201

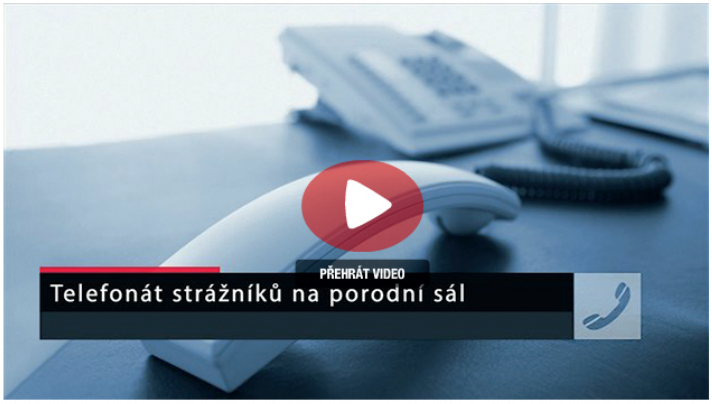
iDNES.cz 〉 Zprávy | Kraje | Sport | Kultura | Ekonomika | Bydlení | Technet | Ona | Revue | Auto | ≡ Další

Pardubický kraj ⌄ | Zprávy | Sport | Jízdní řády MHD | Práce | Reality

AUDIO: Máte otevřené auto, volali strážníci. Majitelka zrovna rodila

25. září 2014 10:57

Pardubičtí strážníci přijali na tísňovou linku 156 zprávu od jedné všímavé ženy, že na parkovišti u brány do nemocnice stojí osobní auto se staženým okénkem u řidiče. Začali proto pátrat, komu auto patří, a majitelku zastihli ve velmi intimní chvíli.



Hlídka strážníků po oznámení vyrazila k nemocnici a zjistila, že nezajištěné auto tam opravdu je. Díky spolupráci se státní policií pak strážník zjistil majitelku auta a zavolal jí.

„Chvilku mu trvalo, než se s ní zkontaktoval. Důvod časové prodlevy v jejich vzájemné komunikaci se posléze ukázal být vcelku jasný. Paní totiž přiváděla na svět své dítě. Operační důstojník se tak dovolal přímo na porodní sál," uvedla mluvčí pardubické Městské policie Lenka Uskobová.

Dialog mezi policistou a majitelkou vozu probíhal takto.

Obrázek 14 Ukázka využití audia ze zpravodajského serveru iDnes.cz z 25 9. 2014. Zdroj: iDnes.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://pardubice.idnes.cz/stazene-okenko-dovedlo-strazniky-do-porodniho-salu-fhw-/pardubice-zpravy.aspx?c=A140925_102649_pardubice-zpravy_jah>.

Kometa vyzve "bezejmenné" Kladno. Na jeho ledě

Ilustrační foto. Autor: DENÍK/Lubomír Stehlík

17.1.2013

Kladno, Brno /AUDIO/ – Brněnští hokejisté ve čtvrteční předehrávce v 18.10 vyjedou na led kladenských Rytířů. Ti po odchodu Jaromíra Jágra zatím drží páté místo v tabulce. Kometa je sedmá.

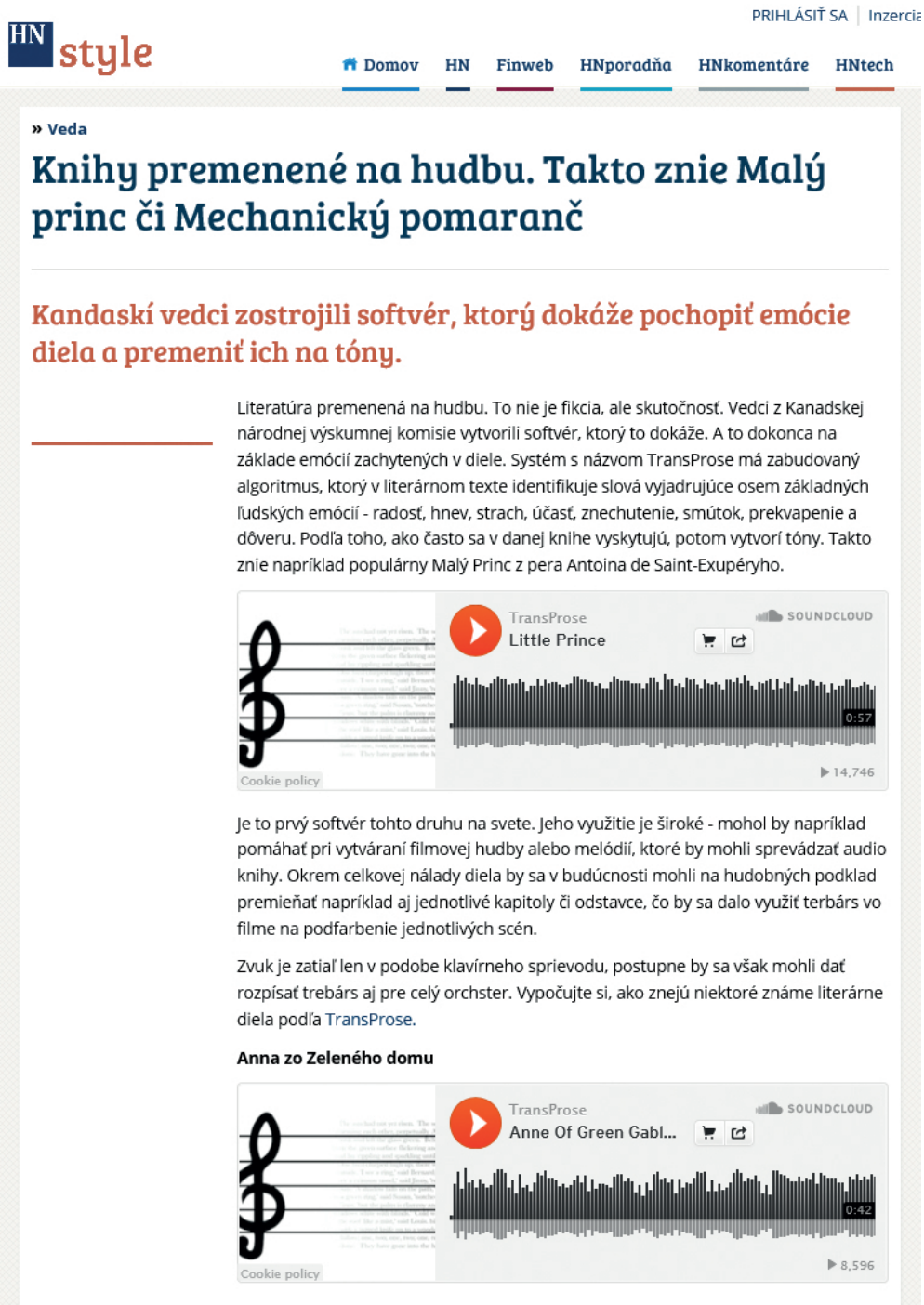
Na říjnový duel v pražské O2 Areně se vydaly tisíce Brňanů. Chtěli vidět svoji Kometu proti kladenským hvězdám v čele s Jaromírem Jágrem. Tehdy z toho byl návštěvnický rekord z extraligy. Ve čtvrtek na kladenském stadionu asi nebudou stát dlouhé fronty před vchodem. Zápas se odehraje bez borců z NHL. Bude však možná ještě důležitější, než ostře sledovaná pražský bitva.

AUDIO

Robert Petrovický před

Právě Rytíře totiž po odchodu jejich majitele a fenoménu „JJ" z extraligy do Dallasu mnozí pasují za adepta na vypadnutí minimálně z první šestky. Kometa o výhodnou pozici stojí. Navíc ztrácí jen dva body. „Vypadá to nelogicky, ale tento zápas pro nás bude těžší. Předtím jsme věděli, že si dát pozor na Jágra, Plekance a další. Teď budou protihráči spoléhat na sebe. Budou zodpovědnější v obraně. Zápas bude vypadat úplně jinak," tvrdí brněnský kouč Zdeněk Venera.

Obrázek 15 Ukázka využití audia ze zpravodajského serveru Brněnský deník.cz z 17 1. 2013. Zdroj: brnensky.denik.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://brnensky.denik.cz/hokej_region/kometa-vyzve-bezejmenne-kladno-na-jeho-lede-20130116.html>.



PRIHLÁSIŤ SA | Inzercia

HN style

Domov | HN | Finweb | HNporadňa | HNkomentáre | HNtech

» Veda

Knihy premenené na hudbu. Takto znie Malý princ či Mechanický pomaranč

Kandaskí vedci zostrojili softvér, ktorý dokáže pochopiť emócie diela a premeniť ich na tóny.

Literatúra premenená na hudbu. To nie je fikcia, ale skutočnosť. Vedci z Kanadskej národnej výskumnej komisie vytvorili softvér, ktorý to dokáže. A to dokonca na základe emócií zachytených v diele. Systém s názvom TransProse má zabudovaný algoritmus, ktorý v literárnom texte identifikuje slová vyjadrujúce osem základných ľudských emócií - radosť, hnev, strach, účasť, znechutenie, smútok, prekvapenie a dôveru. Podľa toho, ako často sa v danej knihe vyskytujú, potom vytvorí tóny. Takto znie napríklad populárny Malý Princ z pera Antoina de Saint-Exupéryho.

TransProse
Little Prince
SOUNDCLOUD
0:57
14,746
Cookie policy

Je to prvý softvér tohto druhu na svete. Jeho využitie je široké - mohol by napríklad pomáhať pri vytváraní filmovej hudby alebo melódií, ktoré by mohli sprevádzať audio knihy. Okrem celkovej nálady diela by sa v budúcnosti mohli na hudobných podklad premieňať napríklad aj jednotlivé kapitoly či odstavce, čo by sa dalo využiť terbárs vo filme na podfarbenie jednotlivých scén.

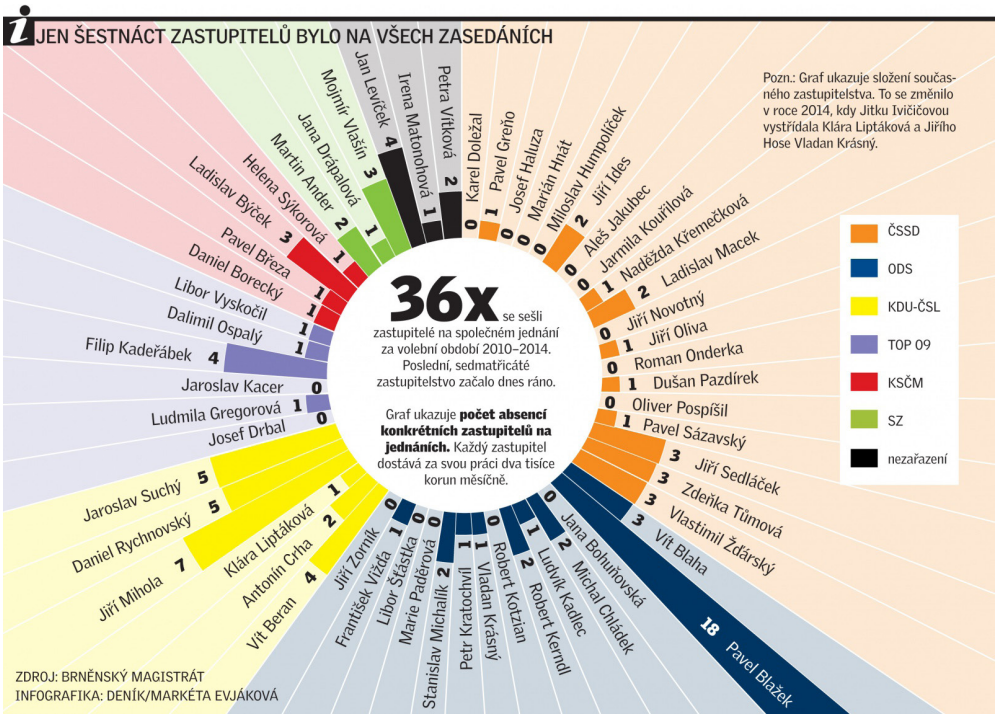
Zvuk je zatiaľ len v podobe klavírneho sprievodu, postupne by sa však mohli dať rozpísať trebárs aj pre celý orchster. Vypočujte si, ako znejú niektoré známe literárne diela podľa TransProse.

Anna zo Zeleného domu

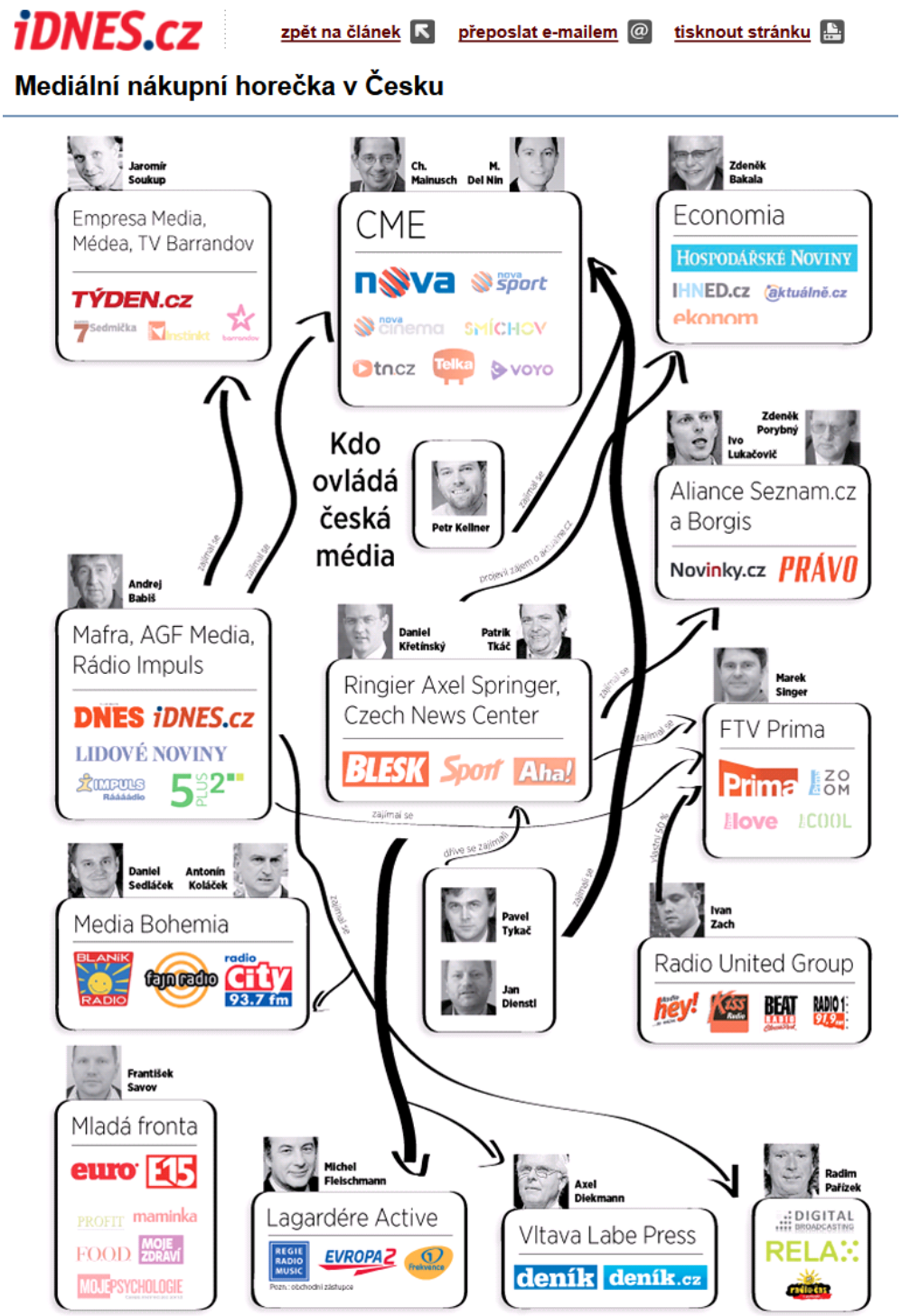
TransProse
Anne Of Green Gabl...
SOUNDCLOUD
0:42
8,596
Cookie policy

Obrázek 16 Ukázka využití audia ze zpravodajského serveru HNonline.sk z 15 5. 2014. Zdroj: HNonline.sk [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://style.hnonline.sk/veda-139/knihy-premenene-na-hudbu-takto-znie-maly-princ-ci-mechanicky-pomaranc-617876>.

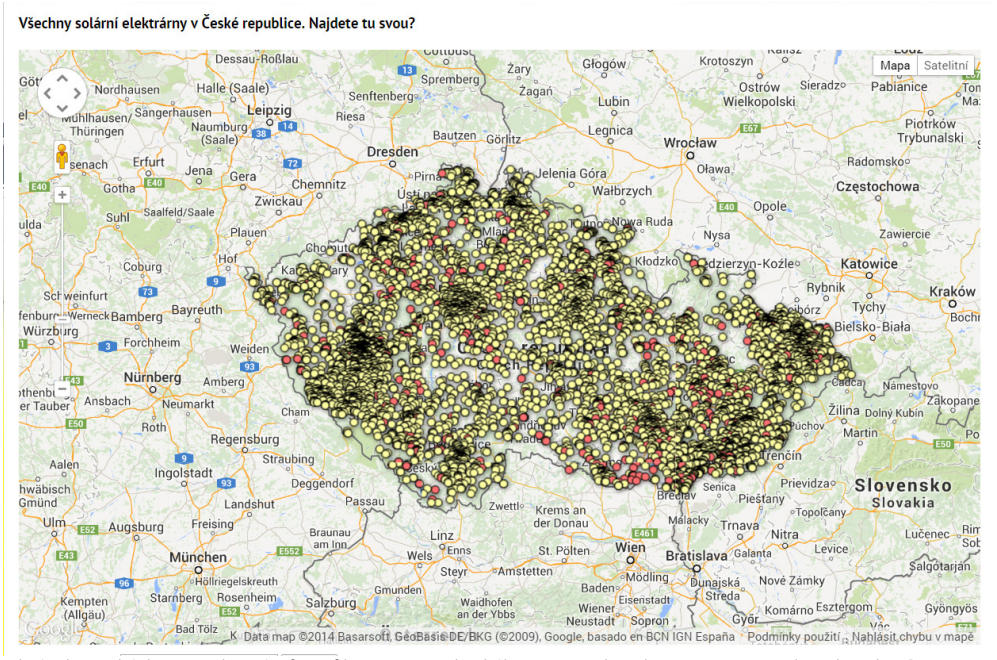
PŘÍLOHA Č. 4: UKÁZKY INFOGRAFIKY



Obrázek 17 Ukázka infografiky ze zpravodajského serveru Brněnský deník.cz ze 7. 10. 2014. Zdroj: brnensky.denik.cz [cit. 2014-10-09]. Dostupné na internetu: <http://brnensky.denik.cz/zpravy_region/dochazka-zastupitelu-sef-krajske-ods-blazek-chybel-na-polovine-jednani-20141007-xcgk.html>.

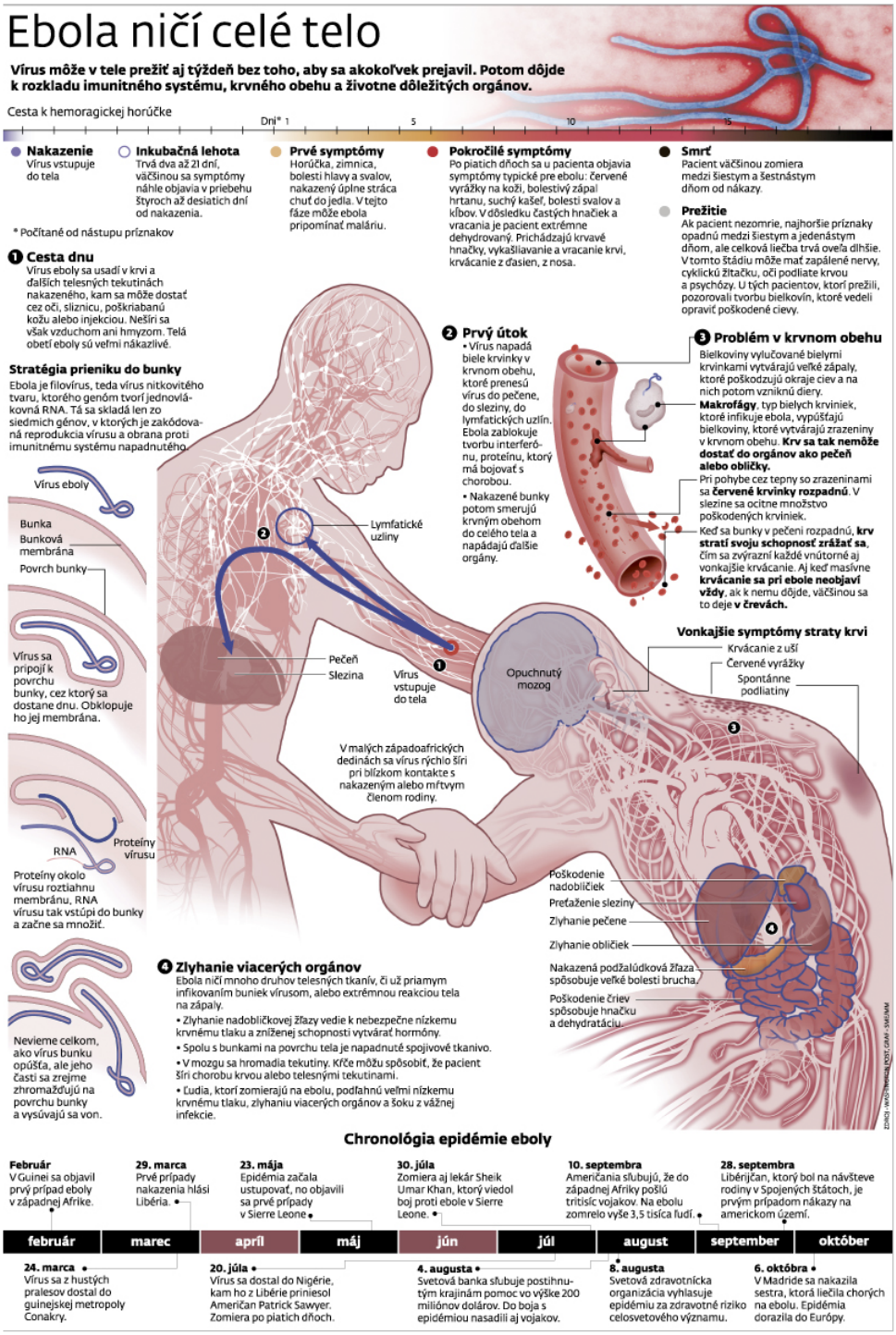


Obrázek 18 Ukázka infografiky ze zpravodajského serveru iDnes.cz ze 8. 5. 2014. Zdroj: iDnes.cz [cit. 2014-10-09]. Dostupné na internetu: <http://ekonomika.idnes.cz/medialni-trh-v-ceske-republice-a-akvizice-ff9-/ekonomika.aspx?c=A140505_2062099_ekonomika_spi>.



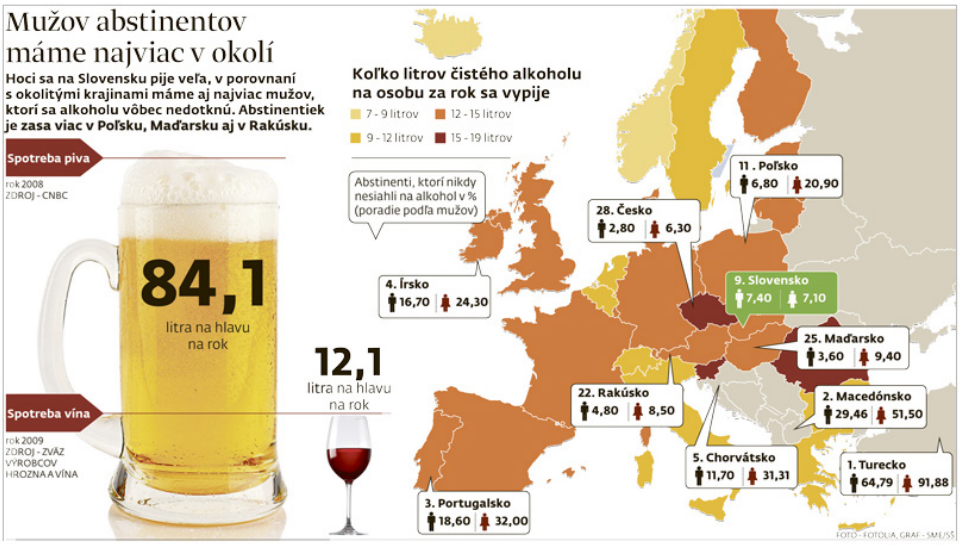
Obrázek 19 Ukázka interaktivní infografiky ze zpravodajského serveru Ihned.cz z 5. 2. 2013. Zdroj: ihned.cz [cit. 2014-10-09]. Dostupné na internetu: <http://byznys.ihned.cz/zpravodajstvi-cesko/c1-59253360-solarni-elektrarny-v-cechach>.

Čo s nami spraví ebola?



Obrázek 20 Ukázka infografiky ze zpravodajského serveru Sme.sk ze 7. 10. 2014. Zdroj: Sme.sk [cit. 2014-10-09]. Dostupné na internetu: <http://www.sme.sk/c/7426250/co-s-nami-spravi-ebola.html>.

Alkohol v Európe



Obrázek 21 Ukázka infografiky ze zpravodajského serveru Sme.sk ze 2. 4. 2012. Zdroj: sme.sk [cit. 2014-10-09]. Dostupné na internetu: <http://www.sme.sk/c/6322991/alkohol-v-europe.html>.

PŘÍLOHA Č. 5: PŘÍKLADY PROBLEMATICKÝCH TITULKŮ

Hluchoněmý mladík o svém útěku mlčí

07.12. 12:27 - Pátrání po hluchoněmém a tělesně postiženém mladíkovi na Pelhřimovsku skončilo. Třiadvacetiletý Ivo Starý z Ondřejova byl v Adamově na Blanensku. Zatím mlčí a tak nikdo neví, co dělal od čtvrtečního rána, kdy ho svědci viděli naposledy na autobusovém nádraží v Pelhřimově.

▪ více ▪ diskuse ▪

Obrázek 22 Původní titulek zprávy na iDnes.cz ze dne 7. 12. 2003. Zdroj: Přátelé kvazizpravodajství [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <https://www.facebook.com/kvazizpravodajstvi/photos/pb.128099533890733.-2207520000.1412956378./533579853342697/?type=3&theater>.

Hluchoněmý mladík už je doma

7. prosince 2003 12:27

Pátrání po hluchoněmém a tělesně postiženém mladíkovi na Pelhřimovsku skončilo. Třiadvacetiletý Ivo Starý z Ondřejova byl v Adamově na Blanensku. Nikdo neví, co dělal od čtvrtečního rána, kdy ho svědci viděli naposledy na autobusovém nádraží v Pelhřimově.

Obrázek 23 Titulek stejného článku (iDnes.cz, 7. 12. 2003) upravený do správné podoby. Zdroj: iDnes.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://zpravy.idnes.cz/hluchonemy-mladik-uz-je-doma-d1b-/krimi.aspx?c=A031206_163306_krimi_mad>.

Muž se oběsil a zapálil dům

19. června 2001 9:55

Čechovice - Půda a střecha rodinného domku v Čechovicích u Prostějova shořela poté, co se majitel domu na půdě polil ředidlem, oběsil se a zapálil. Plameny spálily provaz, na kterém muž visel, hořící tělo spadlo dolů a od něj chytlo sláma na půdě. Požár se během pár minut rozšířil na celou půdu. Škoda je kolem dvou set tisíc korun. Muž bojuje v nemocnici o život.

Obrázek 24 Titulek zprávy na iDnes.cz ze dne 19. 6. 2001. Zdroj: iDnes.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://zpravy.idnes.cz/muz-se-obesil-a-zapalil-dum-d0a-/krimi.aspx?c=A010619_095535_olom_cernakr_kot>.

Za pět dní začínají volby. Vážně nemocní si mohou zavolat pro urnu

Most – Volby do Evropského parlamentu budou už v tomto týdnu, konají se v pátek a sobotu 23. a 24. května. V Mostě se bude volit jako obvykle ve dvaadvaceti volebních objektech, zejména na školách. Volební místnost bude tradičně i v nemocnici. Informační centrum pro volby je v 1. patře budovy magistrátu. Ten na svém webu zveřejnil i přehled telefonních čísel volebních místností včetně těch, které jsou v okolních obcích. Volič může požádat ze závažných, zejména zdravotních důvodů, okrskovou volební komisi o to, aby mohl hlasovat mimo volební místnost. To je možné pouze v jeho volebního okrsku. **(vok)**

Obrázek 25 Titulek zprávy z Mosteckého deníku ze dne 19. 8. 2014, s. 3. Mostecko. Zdroj: Mostecký deník

Berill Mascheková v pozadí svého hejtmana. | Foto: Středočeský kraj

Obrázek 27 nevhodný popisek fotografie v deníku Aktuálně.cz ze dne 27. 1. 2014. Zdroj: Aktuálně.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://zpravy.aktualne.cz/domaci/vysetrovatele-obvinili-byvalou-mluvci-davida-ratha/r~f516a536876511e3a5c4002590604f2e/>.

Klausová se raduje, míří na hranici

Manželka exprezidenta se chystá na svou misi.

Jak jsem řekl, tak to bude. Jako by vzkázal prezident Miloš Zeman všem kritikům jmenování Livie Klausové velvyslankyní na Slovensku. Manželka exprezidenta už pracuje na ministerstvu zahraničí, kde se v odboru zemí střední Evropy připravuje na svou misi. Klausová čeká na povolení Bratislavy k výjezdu. V Česku ji prý drží bezpečnostní prověrka. Narozdíl od kosmonauta Vladimíra Remka, ten zaměstnancem ministerstva není a do Moskvy tak zatím nepoletí.

Spory o velvyslance

Válku vedl Zeman s tehdejším ministrem zahraničí Karlem Schwarzenbergem.

- Důvodem byla mimo jiné spekulace, že tento post byl Klausové přidělen za podporu Zemana v prezidentské kampani. Spor proběhl také o velvyslance v Rusku.

Už dřív se k působení Klausové na Slovensku kladně vyjádřili premiér Robert Fico i šéf slovenské diplomacie Miroslav Lajčák. Minulý týden v Praze předal pověřovací listiny nový slovenský velvyslanec Peter Weiss, který byl v minulosti šéfem postkomunistické Strany demokratické levice. ČTK

Obrázek 26 Titulek zprávy v pražském vydání deníku Metro ze dne 16. 10. 2013. Zdroj: Metro. s. 7 [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://www.floowie.com/cs/cti/metro-1610-13/#/strana/7/zvacseni/100/>.

PŘÍLOHA Č. 6: UKÁZKY ŽÁNRU ANKETA

Anketa

Kterou stavbu v Královéhradeckém kraji byste zvolili vy?

Vyberte mezi 12 projekty, které se utkají o titul Stavba roku Královéhradeckého kraje 2014.

celkem hlasů: 3493 více

HLASOVÁNÍ SKONČILO

Čtenáři hlasovali do 6:00 21. srpna 2014. Anketa je uzavřena.

hlasů 1424

Dětské hřiště v Zoo Dvůr Králové

Stylová dřevěná konstrukce z opracovaného odběleného akátového dřeva, doplněná o lanové prvky a moduly. Hřiště je vybudováno na celkové ploše 643,25 metrů čtverečních.

hlasů 1012

Dům obnovy tradic ekologie a kultury v Horním Maršově

DOTEK se nachází v areálu barokní fary v Horním Maršově a spolu se sousedním renesančním kostelem Nanebevzetí P. Marie a staletou lípou tvoří pozoruhodný celek. Rekonstrukce citlivě zachovala historický ráz barokního domu, zároveň však přinesla moderních technologie zateplení, vytápění a rekuperace vzduchu umožňující šetrný provoz vzdělávacího ekocentra. Nabízí informační centrum, interaktivní expozici Fara na Dotek, dílny pro tradiční řemesla, seminární místnosti, klubovnu, knihovnu, kuchyň s jídelnou, hostinské pokoje a zahradu s letním divadlem.

hlasů 372

Parkovací dům pro kola v Hradci Králové

Plně automatický a samoobslužný parkovací systém pro cyklisty nedaleko hradeckého nádraží. Úschova jízdních kol v bezpečném, suchém a pojištěném prostředí včetně všech cyklodoplňků a příslušenství.

hlasů 233

Víceúčelové centrum Církve bratrské v Bystrém

Centrum ELADA se stalo otevřenou, multifunkční a nepřetržitě využívanou budovou, která slouží nejen k duchovní činnosti, ale i veřejnosti. V objektu se nachází mateřská škola, konají se tam koncerty, výstavy, přednášky, akce pro děti, slouží jako společenské a vzdělávací centrum.

Obrázek 28 Ukázka žánru anketa (část článku) ze zpravodajského serveru iDnes.cz. Zdroj: iDnes.cz z 21. 8. 2014 [cit. 2014-10-09]. Dostupné na internetu: <http://hradec.idnes.cz/ankety.aspx?idanketa=A20140806_kvi_832>.

Anketa

Které z projektů, vzniklých v Jihlavě za uplynulé čtyři roky, považujete za nejlepší?

Přístavba zimáčku k zimnímu stadionu	267
Nový nemocniční pavilon urgentní péče	144
Rekonstrukce základní umělecké školy	60
Točna a chodníky před městským nádražím	12
Semafory na křižovatce Tři věžičky	37
Nové chodníky, bezbariérové zastávky a cyklostezky	29
Přestavba starého kina na multifunkční sál DIOD	80
Rekonstrukce mateřských školek a navýšení míst pro děti	27
Otevření nového Domova pro seniory	44
Rozšíření zoo o nové pavilony	149

Autor: Michal Kolařík

Témata: **Jihlava**, **Jihlava**, **Vysočina**, Cyklostezka, Vysočina, Zoo

Obrázek 29 Ukázka žánru anketa ze zpravodajského serveru iDnes.cz z 2. 10. 2014. Zdroj: iDnes.cz [cit. 2014-10-09]. Dostupné na internetu: <http://jihlava.idnes.cz/rozvoj-jihlavy-za-uplynule-ctyri-roky-dya-/jihlava-zpravy.aspx?c=A141001_125609_jihlava-zpravy_mkk>.

ANKETA

Má se odměna zastupitelů měnit podle jejich účasti na jednáních?

ANO	93 %
NE	7 %

Hlasovalo: 166 Odeslat

Autor: Redakce

Obrázek 30 Ukázka žánru anketa ze zpravodajského serveru Brněnský deník.cz ze 7. 10. 2014. Zdroj: brnensky.denik.cz [cit. 2014-10-09]. Dostupné na internetu: <http://brnensky.denik.cz/zpravy_region/dochazka-zastupitelu-sef-krajske-ods-blazek-chybel-na-polovine-jednani-20141007-xcgk.html>.

Aké dôležité sú osobné známosti pri získavaní práce? (anketa)

Práca po známosti | Práca a päťdesiatnici | Rozhovor s psychológom | 1. máj | Anketa | Stĺpček

Aké dôležité sú osobné známosti pri získavaní pracovného miesta, pýtali sme sa politikov a odborárov.

Miroslav Beblavý,
Sieť

Všade na svete sú pri získavaní práce dôležité aj osobné kontakty, siete a odporúčania. Problémom sú vtedy, ak nevedú k výberu najlepších, ale ku klientelizmu a klanom - ako to často vidíme (nielen) na Slovensku. Preto vo verejnej správe podporujem čo najväčšie využívanie skutočne otvorených súťaží pri zamestnávaní.

Rastislav Machunka,
prezident Asociácie zamestnávateľských zväzov

Pre serióznu firmu známosti nie sú takmer vôbec dôležité. Aj keď je referencia pozitívna, človek musí prejsť výberovým konaním bez toho, žeby ktokoľvek dopredu ovplyvnil výsledok. Zamestnávateľ by išiel sám proti sebe. Iná situácia je v štátnej a verejnej správe, kde je to podstatné a kde je to typickým príkladom politickej korupcie.

Eduard Vokál,
primátor Lipian, SDKÚ

Dosť dôležité. Trh práce znamená, že ponuka a dopyt sú vyvážené. To čo máme tu, nie je trh práce najmä tam, kde je nezamestnanosť 20 až 25 percent. Nie je vyvážený stav pracovných miest, ponuka je omnoho menšia ako dopyt.

Foto: SME - JÁN KROŠLÁK

Inzercia

J&T BANK
expert na investíc

4 hodiny | 24h | 3dni | 7dni

1. Orbán Merkelovej: Najskôr s postaráme o seba 8 824
2. Ceny v Rusku rýchlo rastú, š ich zmrazenie 4 709

Obrázek 31 Ukázka žánru anketa (část článku) ze zpravodajského serveru Sme.sk z 28. 4. 2014. Zdroj: sme.sk [cit. 2014-10-09]. Dostupné na internetu: <http://ekonomika.sme.sk/c/7185450/ake-dolezite-su-osobne-znamosti-pri-ziskavani-prace-anketa.html>.

Pijete? (prezidentská anketa)

Kandidátov na prezidenta sme sa tentokrát spýtali len jednoduchú otázku - pijete?

Gyula Bárdos (SMK) | **-**

Vysvetlenie:

Ak máte na mysli pitie alkoholu, tak príležitostne. Pitný režim treba dodržať, ale nie je jedno, čo pijeme, a v akom množstve.

Ján Čarnogurský (nezávislý) | **Nie**

Vysvetlenie:

Alkohol pijem symbolicky pri spoločenských príležitostiach.

Robert Fico (Smer) | **Odmietol odpovedať**

Vysvetlenie:

-

Pavol Hrušovský (KDH, Most, SDKÚ) | **Áno**

Vysvetlenie:

Bez vody sa žiť nedá.

Andrej Kiska (nezávislý) | **-**

Vysvetlenie:

Rád si niekedy po večeri dám pohár dobrého červeného vína.

Obrázek 32 Ukázka žánru anketa (část článku) ze zpravodajského serveru Sme.sk z 14. 2. 2014. Zdroj: sme.sk [cit. 2014-10-09]. Dostupné na internetu: <http://www.sme.sk/c/7103886/pijete-prezidentska-anketa.html>.

PŘÍLOHA Č. 7: UKÁZKY ŽÁNRU ONLINE ROZHOVOR

iDNES.cz / Zprávy

Návod, jak volit. Pozor, křížky fungují jinak, než si lidé myslí.

Čtvrtek 9. října 2014. Štefan, Sára | Přihlásit

iDNES.cz | Zprávy | Kraje | Sport | Kultura | Ekonomika | Bydlení | Technet | Ona | Revue | Auto | ≡ Další

Domácí | Zahraniční | Černá kronika | Očima čtenářů | Počasí | MF DNES | Komerční články | Volby

On-line rozhovor

Kardiochirurg Jan Pirk, který léčil muže bez srdce

vydáno 23.10.2012 14:00

V pátek měl pohřeb Jakub Halík, první pacient v Česku, který měl místo srdce dvě čerpadla. Proč svůj boj o život nakonec prohrál? A jaké poznatky z jeho léčby získala medicína? Odpovídal kardiochirurg Jan Pirk, který unikátní operaci v pražském IKEM v dubnu vedl.

zpět na článek

KONEC ROZHOVORU

Osobnost již neodpovídá. Čtenáři se ptali do 23. října 2012 do 14:19

počet položených otázek: 46 aktualizovat výpis

OTÁZKA: dobrý den, jak dlouho žijí pacienti s tím jedním čerpadlem (statistika)? lze po transplantaci srdce pracovat třeba jako správce sítě?

Ladislav Hadrava

ODPOVĚĎ: V Americe žijí pacienti déle než 7 let, u nás jeden nemocný čekal 2 a půl roku, než jsem mu provedli transplantaci. Pokud se týče zaměstnání jako správce sítě, neznám předpisy jednotlivých firem, ale nevidím důvod, proč ne. Jan Pirk. 23.10.2012 14:06

OTÁZKA: Dobrý den, pane profesore, co bylo na té operaci nejsložitější? A dal se čekat takový konec? Pokud to dobře chápu, tak nebyl problém s tím umělým srdcem ale následnými potížemi. Děkuji.

ODPOVĚĎ: Dobrý den, nejsložitější bylo na konci sladit činnost obou čerpadel. Nikdy bych nešel operovat pacienta s tím, že předpokládám, že umře. Příčinou úmrtí u pana Halíka bylo selhání jater, ale proč játra selhala budeme vědět až na základě mikroskopického vyšetření. Jan Pirk 23.10.2012 14:09

OTÁZKA: Plánujete u někoho podobnou operaci, jako u pana Havlíka?

Petr Zelený

ODPOVĚĎ: Pokud bude pacient, který ji bude potřebovat a bude s ní souhlasit, tak ji samozřejmě provedeme. Jan Pirk 23.10.2012 14:10

UPOZORNĚNÍ

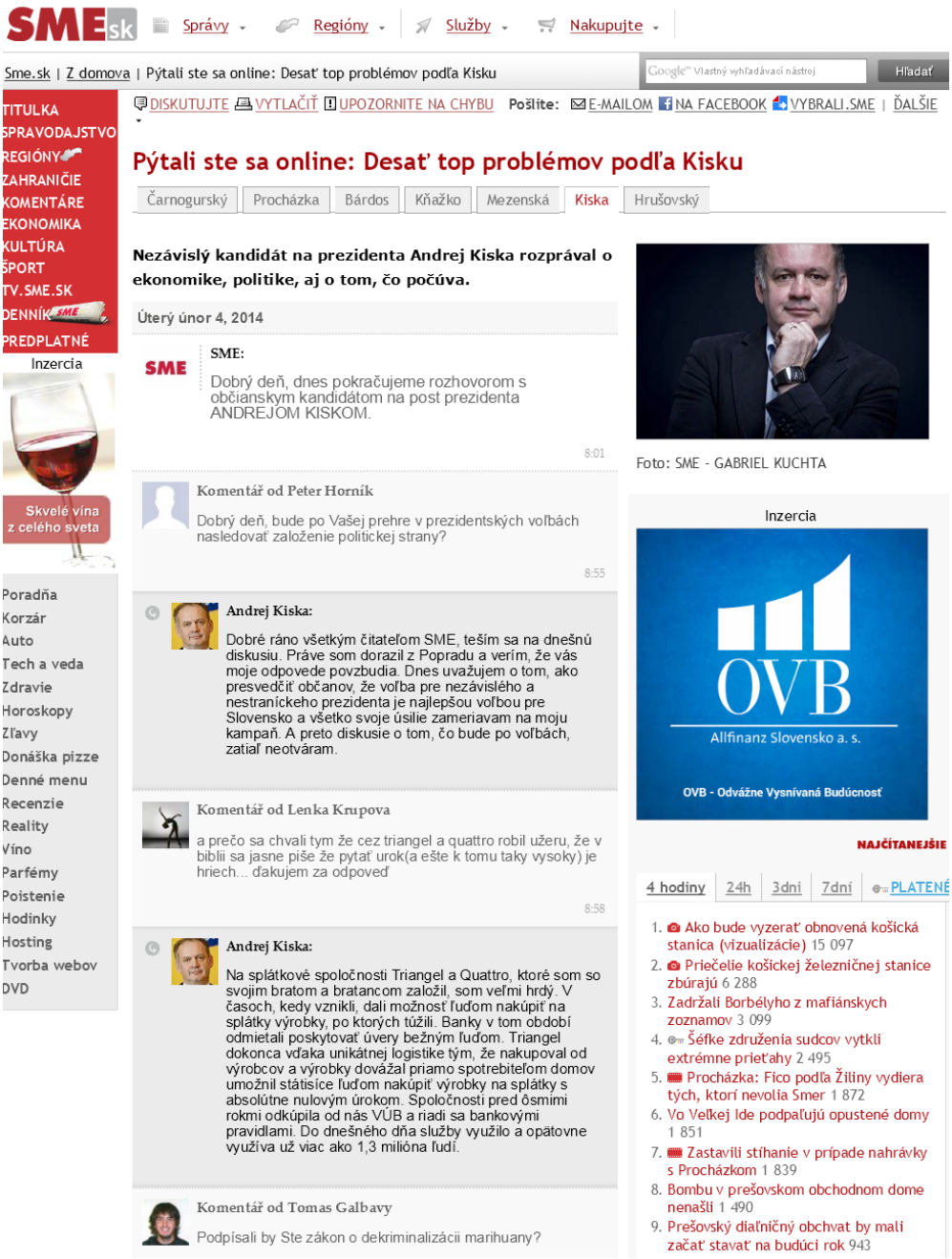
Redakce si vyhrazuje právo na odstranění otázek s vulgárním nebo urážlivým obsahem.

Při psaní otázek se prosím podívejte na již položené, vyvarujete se posílání stejných dotazů.

Reklama

Reklama

Obrázek 33 Ukázka části online rozhovoru ze zpravodajského serveru iDnes.cz z 23. 10. 2012. Zdroj: iDnes.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://zpravy.idnes.cz/ptejte-se-kardiochirurga-jana-pirka-ktery-lecil-muze-bez-srdce-pb2-/odpovedi.aspx?t=PIRK>.



Obrázek 34 Ukázka části online rozhovoru ze zpravodajského serveru Sme.sk ze 4. 2. 2014. Zdroj: sme.sk [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://www.sme.sk/c/7089660/pytali-ste-sa-online-desat-top-problemov-podla-kisku.html>.

HN online.sk Domov HN Finweb HNporadňa HNkomentáre HNtech HNs

Dzurinda bol online: Viackrát som Putinovi vravel, že USA nie sú pre Rusko hrozbou

Považuje Rusko za agresora? Čo si myslí o postoji Ficovej vlády? Na otázky čitateľov odpovedal expremiér Mikuláš Dzurinda.

Páči sa mi to 216
Tweet 1
g+1 0
Share 0
Pin it
Share 9

Otázky už nemožno pridávať. Rozhovor bol uzavretý.

Online rozhovor

Otázku položil: Buzinkai Richard, Mgr. 4.9.2014 08:49

Je devalvujúce Slovensko ako premiér dehonestuje našu krajinu ako spojenca NATO a člena EÚ svojimi vyjadreniami na tému Ukrajiny a agresie Ruska voči nej. Ako by sme my občania mohli reagovať na túto schizofréniu postojov premiéra a zábudlivosť na to čo sme tu mali v roku 1968.

Občianskou aktivitou. Napríklad tak, že sa zapájate do našej diskusie a prejavujete svoj názor. Tých možností, ako byť občiansky aktívny, je viac. V konečnom dôsledku máte skutočnú príležitosť v parlamentných voľbách. Parlamentné voľby v roku 1998 a 2002 rozhodli, že sme súčasťou EÚ a NATO.

Otázku položil: Samuel Rotter 4.9.2014 08:55

Aký politický a ekonomický význam má Ukrajina pre EU?Cena za Ukrajinu nieje príliš vysoká?

V prvom rade o smerovaní Ukrajiny by mala rozhodovať iba Ukrajina sama. My ju nenútime, aby vstúpila do EÚ. Problém nastáva vtedy, ak krajina (ktorá je naviac susedom EÚ) čelí vojenskej agresii. Z histórie vieme veľmi dobre, k čomu takéto kroky môžu viesť. Ja som rád, že si Ukrajina vybrala európsku voľbu. Navzdory súčasným ťažkostiam a

Obrázek 35 Ukázka části online rozhovoru ze zpravodajského serveru HNonline.sk ze 4. 9. 2014. Zdroj: HNonlinesk [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://hn.hnonline.sk/slovensko-119/dzurinda-bol-online-viackrat-som-putinovi-vravel-ze-usa-nie-su-pre-rusko-hrozbou-628972>.

PŘÍLOHA Č. 8: UKÁZKY ŽÁNRU ONLINE REPORTÁŽ

Minúta po minúte (utorok): Vláda padla, euroval neprešiel

Minúta po minúte (utorok) | Politici na Facebooku | Shooty | Reakcie zo sveta | Fotky roka vlá

Vláda skončila a poslanci neschválili ani euroval. Za hlasovalo len 55 poslancov. Po hlasovaní na Slovensku sa oslabilo aj euro.

Udalosti po páde vlády sledujeme minútu po minúte aj v stredu.

7:00 Slovensko drží eurozónu ako rukojemníka, píše Washington Post. Slováci šokovali Európu, tvrdí nemecký Bild. Tak reagujú svetové médiá na neschválenie eurovalu a pád slovenskej vlády.

6:30 Gašparovič ruší program v Ázii a vracia sa na Slovensko. Prezident SR Ivan Gašparovič tak reagoval na nočné hlasovanie poslancov Národnej rady SR, v ktorom padla vláda Ivety Radičovej a poslanci neschválili ani zvýšenie objemu slovenských záruk v eurovale.

VIDEO autor: Martina Pažitková

Vláda skončila, SaS má odstúpiť zo svojich postov

Spustiť video

Spustiť len audio | Ďalšie videá nájdete na tv.sme.sk.

00:39 O situácii na Slovensku písala na svojej stránke aj britská BBC. Tá poukázala na to, ako sa Slovensko dostalo na

Foto: SME - VLADIMÍR ŠIMÍČEK

Inzercia

dvaja.sme.

Seriózne zoznámen

Hľadáte partnerk

Využite šancu na zoznán

Natáli

Bratis

Zoznámiť

4 hodiny | 24h | 3dni | 7

1. Ako bude vyzerať obno stanica (vizualizácie) 16
2. Priečelie košickej želez stanice zbúrajú 4 450
3. Procházka: Fico podľa tých, ktorí nevolia Smer
4. Šéfke združenia sudcov extrémne prieťahy 2 640
5. Zadržali Borbélyho z mafi zoznamov 2 568

Obrázek 36 Ukázka formátu minuta po minutě (online reportáž) ze zpravodajského serveru Sme.sk z 11. 10. 2011 (článek končí 12. 10., na obrázku je pouze závěrečná část velmi dlouhého textu). Zdroj: sme.sk [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://www.sme.sk/c/6091870/minuta-po-minute-utorok-vlada-padla-euroval-nepresiel.html>.

iDNES.cz / Sport HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER ČESKÉHO OLYMPIJSKÉHO TÝMU OD ROKU 2001 czech team

Čtvrtek 9. října 2014. Štefan, Sára | Přihlásit

iDNES.cz | Zprávy | Kraje | Sport | Kultura | Ekonomika | Bydlení | Technet | Ona | Revue | Auto | ≡ Další

Fotbal | Hokej | Livescore | Tenis | Cyklo | Halové | Moto + F1 | Atletika | Lyže | Biatlon | OH | Ostatní | Výsledky

Wimbledon: Kvitová vs. Šafářová

Semifinále tenisového grandslamu komentuje Michal Miškovský

On-line reportáž

Zobraz jen:

GAME Kvitová GAME Šafářová vše

Petra Kvitová (6-ČR) vs. Lucie Šafářová (23-ČR) 7:6 (6), 6:1

Díky za sledování on-line reportáže, pěkný den.

„Byl to těžký zápas, hlavně psychicky, protože se s Luckou dobře známe. Věděla jsem, že hraje životní tenis, takže jsem za výhru moc ráda," řekla Kvitová v televizním rozhovoru.

Kvitová a Šafářová se u sítě přátelsky objaly, vzájemné zápasy pro ně letos nejsou ničím novým. Stejná je i vítězka, popáté v sezoně uspěla Kvitová.

Česká jednička v sobotním finále narazí na Rumunku Halepovou, nebo Kanaďanku Bouchardovou.

6:1	**Semifinálové derby patří Petře Kvitové.**
40-0	**Eso = tři mečboly.**
30-0	Další fiftýn pro Kvitovou.
15-0	Return Šafářové zastavila síť.
5:1	**Ne. Šafářová vstupovala do výměny přes druhý servis a gem nakonec ztratila. Kvitová jde podávat na vítězství.**
30-40	Šafářová si pomohla servisem. I podruhé?
15-40	**Dva brejkboly pro Kvitovou, která může prakticky rozhodnout semifinále.**
15-30	Diváci zatajili dech a viděli vítězný return Kvitové k čáře.
15-15	Kvitová hrála za základní čárou a trefila síť.

Související skrýt

Proč české tenistky válí? Jsou zvyklé na rychlé povrchy, tvrdí experti

S Luckou čekám těžkou bitvu, říká Kvitová před semifinále Wimbledonu

Jestli mám Petru někdy porazit, tak teď, říká Šafářová před derby

Diskuse skrýt

JMÉNO HESLO VSTUP

zaregistrovat se pravidla diskuse

Libor Jindráček 47697: Kdo to tady psal, že Halep Petru smete? (19:03)

Ladislav Hanzlík 63710: roku a v sobotu to snad vyhraje PEtra..a když ne.. tak co... za rok je wimledon znova :-) (15:36)

Ladislav Hanzlík 63710: Dobře holky obě dvě...doufám, že Lucka teď na dalších turnacjích potvrdí vzrůstající formu a dostane se třeba do top 10 až top 15 do konce r (15:36)

Standa Chvost 128: Stepec prohral prvni sadu v deblu, ve druhe hrajou TB (15:34)

zobrazit celou diskusi

Reklama
okna a dveře Slovaktual
Podzim pestrých slev
AKCE PLATÍ DO 15.10.2014
www.slovaktual.cz

Obrázek 37 Ukázka části online reportáže ze zpravodajského serveru iDnes.cz z 3. 7. 2014. Zdroj: iDnes.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://sport.idnes.cz/wimbledon-kvitova-vs-safarova-de2-/online.aspx?online=1005613>.

iDNES.cz / Zprávy

Návod, jak volit. Pozor, křížky fungují jinak, než si lidé myslí.

Čtvrtek 9. října 2014. Štefan, Sára | Přihlásit

iDNES.cz | Zprávy | Kraje | Sport | Kultura | Ekonomika | Bydlení | Technet | Ona | Revue | Auto | ≡ Další

Domácí | Zahraniční | Černá kronika | Očima čtenářů | Počasí | MF DNES | Komerční články | Volby

Razie proti vrcholným politikům a lobbistům

On-line reportáž

22:50 Vážení čtenáři, děkujeme za sledování a dnes se s vámi loučíme. Redakce iDNES.cz

22:10 Okresní soud v Ostravě obdržel návrhy na vzetí do vazby u všech sedmi obviněných v kauze premiéra Patra Nečase a šéfky jeho gabinetu Jany Nagyové. Rozhodovat o nich začne v sobotu ráno (více čtěte zde)

22:04 Vedení ODS podpořilo premiéra a předsedu strany Petra Nečase. Zároveň strana uvedla, že respektuje právo orgánů činných v trestním řízení na nezávislé vyšetřování. Dohody o obsazení míst ve státní správě prý nejsou trestné, uvedlo vedení ODS.

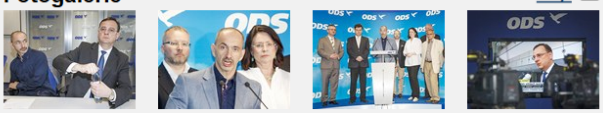
19:36 Vrchní státní zástupce v Olomouci Ivo Ištvan iDNES.cz řekl, že o přihlášení se Šnajdra na policii neví. "Nemám takovou informaci, ale mít ji nemusím," podotkl Ištván. Sám Šnajdr má vypnutý telefon.

19:28 Podle informací deníku Právo se v pátek večer na policii přihlásil Marek Šnajdr. Ten je jedním ze tří poslanců, kteří na konci minulého roku složili mandát a zabránili tak pádu vlády. Výměnou za to měli získat posty ve vedení státních firem.

19:18 Místopředseda ODS **Jiří Pospíšil** v ČT prohlásil, že se domnívá, že současnou kauza vládu neohrozí.

Fotogalerie

skrýt



prohlédni fotky

19:16 „Zatím jsem od Petra Nečase neslyšela nic (kromě útoků na policii), co by situaci nějak vysvětlilo nebo ospravedlňovalo, že Jana Nagyová zjevně používala Vojenské zpravodajství pro soukromé účely," uvedla předsedkyně Lidem Karolína Peake. Její důvěra v něj prý klesá pod bod mrazu, ale věc je zároveň "zamotaná".

Související

skrýt

POLICEJNÍ RAZIE: Detektivové zatkli Nagyovou, Fuksu i Tluchoře

PROFILY ZATČENÝCH: Pravá ruka Nečase či exrebelové z ODS

Je to vážné, říká Němcová k zásahu policie, Paroubek volá po pádu vlády

Policejní razie zasáhla i Janouškovu firmu, lobbista je v zahraničí

Diskuse

skrýt

JMÉNO HESLO VSTUP

zaregistrovat se pravidla diskuse

Zdeněk Blecha 66775: jedna žárlivá milenka je zatčena, ale velké ryby opět jaksi uplavaly (11:33)

Zdeněk Blecha 66775: mám pocit, že je to opět velké plácnutí do vody... (11:33)

Vojtěch Rozsíval 50354: a ta s vekem opravdu souvisi (17:45)

Vojtěch Rozsíval 50354: mam mozna tak akorat deravou pamet (17:45)

zobrazit celou diskusi

Reklama

Obrázek 38 Ukázka části online reportáže ze zpravodajského serveru iDnes.cz z 13. 6. 2013. Zdroj: iDnes.cz [cit. 2014-10-10]. Dostupné na internetu: <http://zpravy.idnes.cz/zatykani-na-uradu-vlady-0se-/online.aspx?online=1005269>.

PŘÍLOHA Č. 9: CVIČENÍ – PSANÍ KRÁTKÉ ZPRÁVY

Zadání:
Na základě níže uvedených podkladů (Krátce 1a, 1b) vyhledejte takzvané svodky hasičů a policie a napište krátké zprávy do novin do rubriky Černá kronika v rozsahu 420–480 znaků včetně mezer (nepočítá se titulek). Zprávu opatřete odpovídajícím titulkem, text musí naplňovat všechny formální náležitosti zprávy. Čas na napsání jednoho krátce: maximálně 20 minut.

Krátce 1a
Najděte oficiální internetové stránky HZS ČR, na nichž uveřejňuje informace HZS Libereckého kraje a vyhledejte na nich svodku ze dne 2. září. 2014 pojednávající o požáru bytového domu v Tanvaldu. Z informací pak zpracujte krátce podle zadání uvedeného výše. Předpokládejte, že krátce zpracováváte 2. září 2014 do regionálního deníku, který vychází den poté.

Krátce 1b
Najděte oficiální internetové stránky PČR, na nichž uveřejňuje informace KŘP Moravskoslezského kraje a vyhledejte na nich svodku vydanou dne 12. září 2014, v níž jsou popsány události na Opavsku. Z informací (jiné nemáte k dispozici) o odcizení motocyklu z nezajištěné garáže ve Vítkově pak zpracujte krátce podle zadání uvedeného výše. Předpokládejte, že krátce zpracováváte v pátek 12. září 2014 do regionálního deníku, který vychází den poté.

Úplné znění svodky HZS pro krátce 1a:

Šedesát hasičů zasahovalo u požáru bytového domu v Tanvaldu[88]
Devět jednotek hasičů bylo dnes po 17. hodině povoláno do Tanvaldu, kde v ulici Železnobrodská došlo k požáru čtyřpodlažního bytového domu.

Jakmile hasiči dorazili na místo, ihned začali s evakuací a záchranou osob. Požár vypukl v půdním prostoru a při záchraně obyvatel hasiči využili výškovou techniku. S její pomocí zachránili 6 osob. Celkem muselo bytový dům opustit 13 dospělých a 7 dětí. Požár nikomu nezpůsobil žádná zranění ani se nikdo nenadýchal kouře, 3 lidé byli preventivně ošetřeni zdravotníky v souvislosti se svým základním onemocněním.

88 Viz Štrauchová 2014: *Šedesát hasičů zasahovalo u požáru bytového domu v Tanvaldu*. HZS Libereckého kraje. Informační servis. Zpravodajství. 2014, září [cit. 2014-09-28]. Dostupné na internetu: <http://www.hzscr.cz/clanek/sedesat-hasicu-zasahovalo-u-pozaru-bytoveho-domu-v-tanvaldu.aspx>.

Zabránit dalšímu šíření požáru se hasičům podařilo po půl hodině od příjezdu, na likvidaci použili 2 proudy vnitřní částí budovy a dva z automobilového žebříku. Dále jednotky prováděly dohašování skrytých ohnisek. Pro rychlé odvětrání zakouřených prostor byly nasazeny přetlakové ventilátory. Kvůli poskytnutí náhradního ubytování zachráněným lidem hasiči kontaktovali vedení města. U požáru zasahovalo přes 60 hasičů. Příčinou byl otevřený plamen, další šetření je v kompetenci PČR. Škoda způsobená požárem byla vyčíslena na dva miliony korun, hasiči svým zásahem uchránili hodnotu čtyř milionů korun.

Zasahující jednotky: HZS LK PS Tanvald, HZS LK PS Jablonec nad Nisou, Desná, Tanvald – Horní Tanvald, Tanvald – Tanvald Šumburk, Kořenov – Příchovice, Smržovka – Smržovka město, Velké Hamry – Velké Hamry I, jednotka Jablonec n. N. – Paseky byla povolána kvůli záloze na stanici jabloneckých profesionálů.

por. Mgr. Zdenka Štrauchová
tisková mluvčí
Hasičský záchranný sbor Libereckého kraje
Tel.: + 420 950 470 039
Mobil: +420 775 994 933
E-mail: zdenka.strauchova@hzslk.cz

Výsledná krátká zpráva napsaná na základě hasičské svodky (příklad možné podoby, variant zpracování existuje vždy více):

Hasiči kvůli požáru evakuovali dvacet lidí
Tanvald (jč) – Dvacet lidí evakuovali včera večer hasiči z bytového čtyřpodlažního domu v Tanvaldu. U požáru v Železnobrodské ulici zasahovalo více než šedesát záchranářů, kteří dostali oheň pod kontrolu po půl hodině od svého příjezdu.
Požár způsobený otevřeným plamenem na půdě domu nikoho nezranil, zdravotníci pouze preventivně ošetřili tři lidi. Způsobená škoda činí dva miliony korun. Případ nyní vyšetřují policisté.

Úplné znění příslušné části policejní svodky pro krátce 1b:

Vítkovští policisté šetří případ pokusu odcizení motocyklu z nezajištěné garáže ve Vítkově[89]

Dne 11. září 2014 policisté z obvodního oddělení ve Vítkově zahájili úkony trestního řízení ve věci přečinu porušování domovní svobody a přečinu krádeže ve stádiu pokusu, kterých se dopustil dosud neznámý pachatel tím, že chvíli před půl sedmou večerní téhož dne neoprávněně vstoupil do nezajištěné garáže na ulici Klokočovské ve Vítkově, která je součástí rodinného domu, ze které vytlačil zde zaparkovaný motocykl v hodnotě 100 tisíc korun. Při své trestné činnosti majetkového charakteru však byl přistižen majitelkou, motocykl na místě zanechal a utekl neznámo kam.

Policisté Policie České republiky apelují na občany, aby si řádně uzamykali svá obydlí a dbali na svůj majetek. V případě, že kterákoli cizí osoba se bude podezřele pohybovat kolem rodinných domů, v panelových domech, činžovních a bytových domech, ve sklepích, v garážovištích, v chatovištích a v zahrádkářských osadách, okolo prodejen, restaurací a dalších obdobných objektů, nechť neprodleně volají na bezplatnou linku tísňového volání PČR čísla 158. Chrání tím nejen svůj hmotný majetek, ale i majetek sousedů, známých a kamarádů. Jakékoli oznámení policisté či strážníci městských policií rádi přijmou a co nejrychleji je ověří, na dané místo se dostaví a podezřelou osobu, osoby či motorová vozidla zkontrolují.

Opava 12. září 2014
por. Bc. René Černohorský
komisař
skupina tisku a prevence Opava

Výsledná krátká zpráva napsaná na základě policejní svodky (příklad možné podoby, variant zpracování existuje vždy více):

Krádež motocyklu se zloději nezdařila
Vítkov (jč) – Motocykl za sto tisíc korun chtěl ve čtvrtek večer ukrást dosud neznámý zloděj z garáže v Klokočovské ulici ve Vítkově. Pachatel stroj vytlačil z nezajištěné garáže, ale když ho přistihla majitelka, nechal motocykl na místě a utekl.
Policisté nyní případ vyšetřují jako pokus o krádež a porušování domovní svobody. Zároveň apelují na obyvatele, aby si řádně zamykali své byty a domy a v případě, že spatří někoho podezřelého, volali na tísňovou linku 158.

89 Viz Černohorský 2014: *Vítkovští policisté šetří případ pokusu odcizení motocyklu z nezajištěné garáže ve Vítkově.* Policie České republiky. Úvodní strana. Útvary Policie ČR. Krajská ředitelství policie. Moravskoslezský kraj. Zpravodajství. Informace z Opavska – 12. září 2014 [cit. 2014-09-28]. Dostupné na internetu: <http://www.policie.cz/clanek/informace-z-opavska-12-zari-2014.aspx>.

PŘÍLOHA Č. 10: TEST ZNALOSTÍ ZE ZPRAVODAJSTVÍ

1. Vyberte všechny výrazy, které považujete za „povolené“ v kvalitních žurnalistických textech:
a) Kriminalisté šetří benzín, musí chodit pěšky
b) Dle primátora statutárního města Brna má firma Amazon ještě šanci
c) Letos došlo k realizaci podzemních garáží
d) Doktor Kalvoda užívá titul neoprávněně
e) Pan David Rath byl obžalován
f) V rámci povodní zahynulo 134 osob

2. Který(é) z těchto žánrů vůbec nepatří do zpravodajství:
a) Rozhovor
b) Reportáž
c) Feature
d) Zpráva
e) News feature
f) Sloupek

3. Který(é) údaj(e) se zpravidla neuvádí u respondentů žurnalistické ankety:
a) Jméno
b) Titul
c) Bydliště
d) Povolání
e) Věk
f) Vojenská hodnost

4. Který(é) z těchto zdrojů pro žurnalisty patří k PR zdrojům:
a) Agenturní zpravodajství
b) Tiskové zprávy
c) Vlastní zjištění
d) Informace z Twitteru
e) Policejní a hasičské svodky
f) Rozhovor se svědkem události

5. **Jaká je nejúčinnější metoda ovlivnění zpravodajství?**
a) Změna zákonů
b) Zainteresování novináře (poskytnutím výhody)
c) Politický tlak
d) Public relations
e) Tlak ze strany inzerentů
f) Koupě inzertního prostoru

6. **Vyberte z následujících zahájení zprávy to, které je ze žurnalistického hlediska nejlepší.**
a) Po letech od vyřčení slibu, že budou Plzeňany vozit trolejbusy na lince číslo 11 nejen k Ústřednímu hřbitovu, ale až před hypermarket Tesco na Rokycanské třídě, se představitelé radnice odhodlali k prvním krokům, aby záměr uskutečnili a začali o této možnosti jednat s partnery.
b) Plzeňané marně čekají, až budou moci jet trolejbusem až k hypermarketu Tesco na Rokycanské třídě. Představitelé radnice to slíbili už před lety, ale teprve teď pro to začali něco dělat. Vyjednávají s partnery o tom, kdy bude možné linku číslo jedenáct prodloužit od Ústředního hřbitova až před nákupní centrum.
c) Po letech od vyřčení slibu, že budou občany Plzně vozit trolejbusy na lince číslo 11 nejen k Ústřednímu hřbitovu, ale až před hypermarket Tesco na Rokycanské třídě, se radnice konečně odhodlala k prvním krokům, aby záměr uskutečnila a začala o této možnosti jednat s partnery.
d) Plzeňští občané marně čekají, až budou moci jet trolejbusem až k hypermarketu Tesco na Rokycanské třídě. Radnice to slíbila už před lety, ale teprve teď pro to začala konečně něco dělat. Vyjednává s partnery o tom, kdy bude možné linku č. 11 prodloužit od Ústř. hřbitova až před hypermarket Tesco.

7. **U kterého(kterých) z následujících žánrů se zpravidla nepoužívá domicil:**
a) Feature
b) Zpravodajský rozhovor
c) Poznámka
d) News feature
e) Agenturní zpráva
f) Krátce

8. **Jak správně podepíšete zprávu ČTK, kterou zeditujete?**
a) Zkratkou ČTK a svou autorskou zkratkou
b) Pouze svou autorskou zkratkou
c) Pouze zkratkou ČTK
d) Nijak, nechám text bez podpisu
e) Zkratkou redakce (red)
f) Svým celým jménem a zkratkou ČTK

9. **Vyberte všechny příklady zpravodajských titulků, které neobsahují žurnalistické chyby:**

a) Po Mikuláši začne sněžit a silně foukat, na horách bude orkán
b) Dvojice kradla na hřbitově květiny
c) Amazon chce v ČR otevřít 2 distribuční centra
d) Vedoucí supermarketu měl znásilnit prodavačku
e) Hlavní hygienik tají, zda nakoupí chřipkové vakcíny pro všechny obyvatele
f) Při incidentu byl pobodán strážník Policie České republiky

10. **Který(é) údaj(e) se zpravidla neuvádí v seriózních médiích (zvláště ve zpravodajství) samostatně:**

a) Výraz student nebo studentka
b) Křestní jméno
c) Funkce
d) Označení pohlaví (muž, žena)
e) Příjmení
f) Akademický titul

Řešení testu: 1) povolené výrazy jsou a, d; 2) do zpravodajství nepatří c a f; 3) neuvádí se b, f; 4) k PR zdrojům patří b, e; 5) public relations – d; 6) nejlepší zahájení – b; 7) domácí se nepoužívá u a, c; 8) podepisuje se pouze zkratkou ČTK – c; 9) titulky bez chyb – a, b, e; 10) neuvádí se b, f.
Vyhodnocení: Pokud jste odpověděli na nejméně šest otázek správně, orientujete se v pravidlech zpravodajství v online a tištěných médiích dobře; pokud jste správně odpověděli na méně než šest otázek a zároveň jste studentem žurnalistiky nebo žurnalistou, měli byste se zamyslet nad tím, není-li vám bližší jiný obor či povolání.

Zpravodajské žánry v tištěných a online médiích
Jaroslav Čuřík

Návrh obálky, grafika a sazba: Petr Barták
Jazyková korektura: Jana Gajdošová
Vydala Masarykova univerzita v roce 2014
1. vydání
Náklad 200 výtisků
Tisk: KNOPP, Nové Město nad Metují, Černčice 24, 549 01

ISBN 978-80-210-7589-4

Mgr. Jaroslav Čuřík

Novinář a lektor Katedry mediálních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity. Učí zpravodajství, publicistiku, management a marketing médií a public relations. Zabezpečuje praxe studentů v médiích. Odborně se zabývá hlavně tištěnými a online médii a organizací novinářské práce v redakci.

Vystudoval žurnalistiku a marketingové a sociální komunikace. Jedenáct let byl redaktorem a editorem MF Dnes, kde publikoval přes šest tisíc článků. Rok byl jihomoravským krajským šéfredaktorem deníku Rovnost, v letech 2010 až 2012 řídil záchranářský česko – slovenský časopis Rescue report.

Vydal knižní rozhovor *Profesor v Antarktidě* (2009), je spoluautorem a editorem publikace *Nové trendy v médiích I* (2012) a spoluautorem série učebnic a pracovních sešitů *Český jazyk a komunikace pro střední školy* (2012–2014).

Plný text publikace včetně obrazového doprovodu v interaktivním formátu pdf a ve formátu pro čtečky najdete také na stránkách www.munimedia.cz/book.

evropský sociální fond v ČR
EVROPSKÁ UNIE
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY
OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ
muni PRESS
ISBN 978-80-210-7589-4
9 788021 075894