

Příprava novináře

Délka tištěné zprávy obvykle nepřesahuje 40 normořádků a stopáž televizního zpravodajského příspěvku dvě minuty, jejich příprava ale obvykle předpokládá celodenní, mnohdy i vícedenní, redaktorskou práci. Než se může příspěvek napsat, popř. v konkrétní relaci odvysílat (tzv. odbavit), musí redaktor absolvovat následující kroky:

(u tištěné zprávy lze samozřejmě vynechat kroky související s povahou audiovizuálního média)

- najít téma
- ověřit relevanci informací
- nabídnout téma editorovi (editor téma schválí, rozhodne o způsobu jeho uchopení a délce, popř. stopáži příspěvku)
- vybrat a oslovit respondenty (domluvit termín natáčení – respondent musí vědět, že bude rozhovor zaznamenáván, to platí i pro případné telefonické rozhovory, a pro který pořad)
- objednat si natáčecí štáb u produkce (natáčíte-li pro TV)
- absolvovat rozhovory (natočit rozhovory a obrazový materiál)
- napsat článek dle stanoveného rozsahu (scénář reportáže – tzv. košilku - dle stanovené stopáže)
- předložit článek/košilku ke schválení editorovi
- spolu se střihačem zabezpečit finální střih reportáže (TV)
- podívat se na kontrolní projekci (kopr) příspěvku s editorem pořadu (TV)
- vyplnit podklady k reportáži do redakčního systému (TV)

Téma

Přednost mají vlastní nápady a témata, vyhnout se samozřejmě nelze zásadním událostem dne, pozornost se věnuje důležitým akcím a zprávám, které avizuje ČTK, oficiálním tiskovým konferencím, politickým brífinkům... Významným pojmem je v případě televizního zpravodajství aktuálnost – má větší hodnotu než pro píšící novináře, v televizním zpravodajství se totiž pracuje nejen v denních cyklech, ale s živým proudem zpravodajských informací, před hodinou získaná zpráva tak může být zastaralá, televizní zpravodajství pracuje neustále na aktualizaci zpráv.

Televizní příspěvek pracuje se zvukem a obrazem – redaktor tedy může vybírat jen z událostí, které je možné vidět nebo slyšet.



„Zábavné programy v televizi vytlačují skutečnou žurnalistiku. A čím více se v honbě za miliony diváků soukromé televize a televize veřejné služby navzájem přibližují, tím více je analytické zpravodajství nahrazováno ukřičenými senzacemi. Doba pozornosti publika je extrémně krátká. Tam, kde byly ze začátku možné pětiminutové příspěvky, dominují dnes ve zpravodajských relacích minuta a půl dlouhé nebo dokonce třicetisekundové útržky.“ (Ruß-Mohl, S. – Bakičová, H. Žurnalistika, komplexní průvodce praktickou žurnalistikou. s. 142)

Podle průzkumu společnosti Innovatio-Media Tenor, která se systematicky zabývá monitoringem médií na českém mediálním trhu, se ve veřejnoprávním zpravodajství klade důraz především na témata s obecně společenským významem (zatímco v komerčním zpravodajství jsou to emotivně laděná témata). Rozdíly mezi veřejnoprávním a komerčním zpravodajstvím jsou také v podílu domácích a zahraničních zpráv a také v množství a prezentaci ekonomického zpravodajství. Podle dlouhodobého průzkumu mají vyšší podíl na zpravodajství Událostí ČT témata jako mezinárodní události a EU, obrana a NATO, státní správa, školství a věda nebo umění a kultura (ve zpravodajství komerčních stanic pak vládnou bezpečnost, nehody, společnost a příroda).

Relevance informace

„Zpráva musí být založena na zjištěných a ověřených údajích. Česká televize je při získávání a zpracovávání informací plně podřízena imperativu zjistit a divákům zprostředkovat pravdivý obraz skutečnosti a v případech, kdy to pro nemožnost opatřit si všechny informace není beze zbytku uskutečnitelné, postupovat s cílem pravdě se maximálně přiblížit. Zamlčení důležité informace nebo potlačení jejího podstatného aspektu bude vždy hrubým porušením tohoto imperativu,“ definuje Kodex ČT. Každá informace musí být ověřena minimálně ze dvou na sobě nezávislých zdrojů. Odvolání na nejmenované zdroje a na materiály, jejichž původ a obsah nelze jednoznačně doložit, a informace stejného charakteru nelze použít. Toto

pravidlo lze porušit pouze ve výjimečných případech, které jsou objektivně ve veřejném zájmu, a to pouze po konzultaci s šéfredaktorem. „*Pouze v případě informací, které oficiálně zpřístupnily veřejné úřady a instituce, postačí jeden oficiální zdroj, není-li z okolností zřejmé, že jde o nepravdivé nebo nepřesné údaje. Pokud je v naléhavých případech pro nemožnost ověřit informaci u druhého zdroje a s ohledem na váhu veřejného zájmu, k němuž se zpráva vztahuje, výjimečně nezbytné odvíjet informaci pocházející pouze z jednoho zdroje, musí na to být divák upozorněn,*“ závazně stanovuje Kodex ČT.



Historie několikrát ukázala, že novináři nemusejí být jen „hlídači demokracie“, ale mohou se stát také nástrojem manipulace – stačí si vzpomenout na hitlerovské Německo nebo třeba totalitní Československo. Vždy záleží na tom, jak novinář či publicista se získanými informacemi naloží, jakým způsobem je zpracuje, které zmíní, které vynechá a také jaké respondenty si pro účel článku, reportáže, pořadu vybere.