

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

**Kateřina Bernardyová**

**Formy vlastnictví zpravodajských agentur ve  
vybraných zemích EU**

*Diplomová práce*

Praha 2013

Autor práce: **Kateřina Bernardyová**

Vedoucí práce: **PhDr. Ludmila Trunečková**

Rok obhajoby: **2013**

## **Bibliografický záznam**

BERNARDYOVÁ, Kateřina. *Formy vlastnictví zpravodajských agentur ve vybraných zemích EU*. Praha, 2013. 88 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Ludmila Trunečková.

## **Abstrakt**

Diplomová práce „*Formy vlastnictví zpravodajských agentur ve vybraných zemích EU*“ si klade za cíl analyzovat vlastnické formy a další charakteristiky třech národních zpravodajských agentur: britské agentury Press Association, švédské Tidningarnas Telegrambyrå a španělské EFE. V kontextu tří mediálních systémů (severoatlantického, severo/středoevropského a středomořského), jak je ve své knize *Systémy médií v postmoderním světě* popsali Hallin a Mancini, jsou hledány spojitosti tiskových agentur a příslušných mediálních krajín (britské, resp. švédské, resp. španělské) s těmito modely. Korelace je posuzována na základě čtyř parametrů: vývoj mediálních trhů, politický paralelismus, profesionalismus a role státu, které také vychází ze zmínění komparatistiky. Práce zkoumá agentury ze všech možných úhlů. Nejdříve nabízí obecné informace o definování, historii, třídění a výzkumu zpravodajských agentur, dále se věnuje komplexnímu přehledu charakteristik, kterými se vybrané agentury vyznačují. Detailně jsou popsána statutární uspořádání, kontrolní mechanismy, financování, relevantní zákony, samoregulační dokumenty, apod. V závěru jsou shrnuty nejdůležitější poznatky a zhodnoceny přínosy komparace forem vlastnictví zpravodajských agentur a jejich porovnání s mediálními systémy.

## **Abstract**

The thesis "*Ownership Forms of News Agencies in Selected EU Countries*" aims to analyze the forms of ownership and other characteristics of the three national news agencies: British agency Press Association, Swedish agency Tidningarnas Telegrambyrå and Spanish agency EFE. Differences and similarities of the news agencies and the three media landscapes of UK, Sweden and Spain are explored within the context of the three media systems (North Atlantic, North/Central European and Mediterranean), described by Hallin and Mancini in their book *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. The comparison is assessed on the basis of four parameters: development of media markets, political parallelism, professionalization and role of the state in media system. The thesis examines agencies from all possible angles. The conclusion summarizes the most important findings and evaluates the comparative analysis of the news agencies' ownership forms and media systems.

## **Klíčová slova**

Tisková agentura, vlastnická forma, mediální systém, EFE, Press Association, Tidningarnas Telegrambyrå

## **Keywords**

News agency, ownership form, media system, EFE, Press Association, Tidningarnas Telegrambyrå

**Rozsah práce:** 147 499 znaků s mezerami

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 20.5.2013

Kateřina Bernardyová

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda, aby si každý přečetl, že si mé díky za pomoc a/nebo trpělivost zaslouží především Ludmila Trunečková, dále Sean Ottley, Ana Vaca de Osma, Daniel Kjellberg, Albin Nordin, Carl Olsson, Rodrigo Villarino Romero, Jitka Bernardyová, Kateřina Bernardyová st., Jan Bernardy, Alžběta Bernardyová a moji kolegové ze Sociologického ústavu Akademie věd ČR.

**Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV**  
**Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce**

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:**

**Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:**

**Kateřina Bernardyová**

**Razítko podatelny:**

**Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:**

**2010**

**E-mail diplomantky/diplomanta:**

**katerina.bernardyova@centrum.cz**

**Studijní obor/typ studia:**

**Mediální a komunikační studia/navazující  
magisterské - prezenční**

**Předpokládaný název práce v češtině:**

**Formy vlastnictví zpravodajských agentur ve vybraných zemích EU**

**Předpokládaný název práce v angličtině:**

**Ownership Forms of News Agencies in Selected EU Countries**

**Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: ZS 2012)**

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012): **LS 2012**

**Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):**

Zpravodajské agentury dnes patří k mocným hráčům v oblasti masových médií a informačních zdrojů. Tyto „noviny novin“ mají zásadní vliv na to, co se dozvídáme. Zkoumat jejich formy vlastnictví nám umožňuje nahlédnout do nosných prvků jejich fungování. Tiskové agentury Beneluxu a Skandinávie u nás dosud zpracovány nebyly. Tuto oblast jsem si zvolila také proto, že kopíruje mediální systém severo/středoevropského modelu (Hallin, Mancini, 2008). Toto téma bylo navrženo PhDr. Ludmilou Trunečkovou. Po diskusi s pedagožkou jsem teze rozvedla do následující schematické podoby.

**Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):**

Cílem mé diplomové práce je analyzovat zpravodajské agentury vybraných evropských zemí z hlediska jejich forem vlastnictví. Zaměřím se na statutární uspořádání (jednotlivé orgány a jejich členy), účel zřízení, předmět činnosti, financování, kontrolní mechanismy a další smlouvy, stanovy, statuty či zákony pojící se k existenci tiskových agentur. Pokusím se též celkově charakterizovat tyto mediální trhy, pozici tiskových agentur, jejich mediální a nemediální klientelu a také zjistit, zda kopírují navržené koncepty a modely pro tuto geograficky a politicky spřízněnou část Evropy.

**Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):**

**ÚVOD**

**Teoretická část**

**1. Tiskové agentury (definice zpravodajských agentur, kritéria členění, formy vlastnictví)**

**2. Mediální trhy vybraných zemí EU se zaměřením na tiskové agentury (Skandinávie, Benelux)**

**3. Modely médií (tři modely mediálních systému podle Hallina a Manciniho: středomořský, severo/středoevropský, severoatlantický)**

**-severo/středoevropský model a tiskové agentury**

**Výzkumná část**

- 1. Přehled forem vlastnictví a dalších charakteristik (viz cíl práce) tiskových agentur podle jednotlivých zemí**
- 2. Hledání podobností, odlišností a zvláštností – srovnání vybraných zemí, porovnání s jinými**
- 3. Vyhodnocení výhod a nevýhod různých forem vlastnictví zpravodajských agentur**

**ZÁVĚR**

**Vymezení podkladového materiálu** (např. tituly a období, za které budou analyzovány):  
**Jako informační zdroj mi poslouží především internetové stránky jednotlivých tiskových agentur. Podkladový materiál budu čerpat také ze stránek Evropské aliance tiskových agentur, portálu All Newspapers (News and Media Sources) či Press List. Data budu také získávat kontaktováním samotných zpravodajských agentur pro kontrolu správnosti a dosažení úplnosti informací.**

**Metody (techniky) zpracování materiálu:**

**Kvalitativní analytické šetření vlastnických forem tiskových agentur.**

**Základní literatura** (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

-HALLIN, Daniel C.; MANCINI, Paolo. *Systémy médií v postmoderní době*. Praha : Portál, 2008. 368 s.

Kniha se zabývá mediálními systémy v postmoderním euroamerickém světě. Srovnává politické a mediální systémy a rozděluje je do tří modelů. Text nejdříve seznamuje s teoretickým rámcem pro srovnávání mediálních systémů, poté je rozděluje do tří skupin (model středomořský, severostředoevropský, a severoatlantický) a detailně popisuje důvody této diferenciaci.

-TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Tiskové agentury*. Praha : Karolinum, 1997. 109 s.

Skriptum popisuje tiskové agentury (především evropské), jejich zaměření, rozsah působnosti, poskytované služby, ale i statutární uspořádání. Definovány jsou zpravodajské agentury jak na obecné úrovni (jejich poslání v mezinárodních a národních právních dokumentech), tak z hlediska typologie dle formy vlastnictví a dalších aspektů. Zařazen je i přehled evropských tiskových agentur.

-ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha : Karolinum, 2009. 205 s.

Učební text je rozdělen na dvě části. První se věnuje tiskovým agenturám jako tradičnímu poskytovateli zpráv pro novináře a média. Druhá část se zabývá novými technologiemi a produkty v oblasti mediální komunikace a vlivem, který měl jejich vývoj v posledních letech na metody žurnalistické práce, zejména na poli shromažďování informací.

-GROSSBERG, Lawrence, et al. *MediaMaking: Mass Media in a Popular Culture*. London : Sage Publications, 1998. 495 s.

Publikace se zabývá vztahem mezi médií, kulturou a společností. Věnuje zvláštní kapitoly lidem a organizacím v médiích z ekonomického pohledu. Užitečné jsou zejména pasáže o zdrojích podpory médií, výnosu v mediálním průmyslu, konkurenci, globalizaci médií nebo sekce věnovaná závislosti geografické polohy a mediální konzumace.

-TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha : Portál, 2006. 192 s.

Kniha poskytuje orientaci v pohledu na zpravodajství jako na sociální fenomén. Seznamuje nejenom s teoriemi kolem tvorby a transformace zpráv, respektive událostí do zpráv, ale také podrobněji probírá zprávy jako ekonomický produkt, vliv vlastníků a investorů na obchodování se zprávami, prolínání politiky a ekonomiky, ekonomickou motivaci jako formu kontroly. Kniha přináší také mnoho užitečných příkladů a ukázek výzkumů.



**Diplomové a disertační práce k tématu** (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

FRANCOVÁ, Pavla. *Východoněmecká tisková agentura ADN*. Praha, 2011. 118 s.

Diplomová práce. FSV UK.

ŠTORKÁNOVÁ, Anna. *Soukromé tiskové agentury na českém mediálním trhu po roce 1989 se zaměřením na Mediafax*. Praha, 2010. 147 s. Diplomová práce. FSV UK.

PECKOVÁ, Stanislava. *Tiskové agentury v islámských zemích*. Praha, 2007. 54 s.

Bakalářská práce. FSV UK.

**Datum / Podpis studenta/ky**

**7.6.2011**

.....

## Obsah

Úvod .....	3
1. Tiskové agentury .....	5
1.1 Definice .....	5
1.2 Historie tiskových agentur .....	6
1.3 Možnosti třídění tiskových agentur .....	7
1.3.1 Tiskové agentury vlastněné médii .....	8
1.3.2 Tiskové agentury soukromé .....	11
1.3.3 Tiskové agentury státní .....	11
1.3.4 Tiskové agentury veřejnoprávní (se zvláštním právním statutem) .....	12
1.4 Výzkum tiskových agentur .....	12
2. Politicko-ekonomický přístup ke zkoumání médií .....	17
2.1 Metody výzkumu .....	19
3 Tři modely, tři země, tři agentury .....	21
3.1 Politické systémy vs. mediální systémy .....	22
3.2 Čtyři proměnné ve třech modelech, resp. zemích .....	24
3.2.1 Vývoj mediálních trhů .....	24
3.2.2 Politický paralelismus .....	26
3.2.3 Profesionalismus .....	28
3.2.4 Role státu .....	32
4. Kvalitativní analýza tiskových agentur .....	35
4.1 Press Association .....	35
4.1.1 Mediální krajina .....	35

4.1.2 Tiskové agentury.....	35
4.1.3 Regulace vlastnictví médií.....	36
4.1.4 Press Association.....	36
4.2 EFE.....	48
4.2.1 Španělská mediální krajina.....	48
4.2.2 Tiskové agentury.....	48
4.2.3 Regulace vlastnictví médií.....	49
4.2.4 EFE.....	50
4.3 Tidningarnas Telegrambyrå.....	61
4.3.1 Švédská mediální krajina.....	61
4.3.2 Regulace vlastnictví médií.....	61
4.3.3 Tidningarnas Telegrambyrå.....	62
Závěr.....	70
Summary.....	73
Použitá literatura.....	75
Seznam tabulek, diagramů a grafů.....	83
Seznam příloh.....	84
Přílohy.....	84

*„Media do not explain everything, but understanding media is indispensable to grasping the way power works in contemporary societies“*

(Robert W. McChesney)

## Úvod

Tiskové agentury dnes patří k významným hráčům mediálního světa. Ve zpravodajském sektoru mají výsadní postavení. Jejich role je důležitá v národním i globálním měřítku. Říkáme jim „noviny novin“, „agenti globalizace“, jejich vznik považujeme za mezník v historii informačních toků. Evropa je kolébkou těchto mediálních organizací. Evropské tiskové agentury provázely od počátku zajímavé příběhy, ale ať už existují stopadesát, sto nebo padesát let, nemůžeme na ně nahlížet pouze z pohledu národní perspektivy. Proto jsem si vybrala tři různé agentury, které reprezentují jiné části Evropy, a můžeme tak sledovat různé trendy, které se v evropském mediálním prostoru odehrávají. Jak říká McChesney ve svém citátu (viz výše): „médiá nemohou vysvětlit všechno, ale jejich poznávání je nezbytné k porozumění způsobu, jakým funguje moc v dnešním světě“ (McChesney, 2008, s. 12). Jedním z impulsů pro výběr tématu práce byla tedy zvědavost, kdo vlastní, kdo ovlivňuje a kontroluje hlavní zpravodajské zdroje. Konkrétní téma diplomové práce jsem si zvolila na základě svého zájmu o tiskové agentury a také na základě námětu vypsaneho PhDr. Ludmilou Trunečkovou, který byl obecně pojat jako vlastnické struktury tiskových agentur v Evropě. Zkoumaný vzorek jsme po společné diskusi zúžily na tři tiskové agentury EFE, Press Association (PA), Tidningarnas Telegrambyrå (TT).

Na tomto místě bych ráda vysvětlila věcný odklon od schválených tezí. Předně upozorňuji, že cíl, ani struktura, nebo výzkumné otázky nebyly pozměněny. Předpokládané zaměření na země Beneluxu a Skandinávie bylo dohodnuto z důvodu plánované studijní stáže v Nizozemsku. Nicméně pobyt v zahraničí se nakonec nekonal, a proto byl vzorek, po dohodě s vedoucí práce, částečně obměněn na Španělské království (dále jen Španělsko), Švédské království (dále jen Švédsko) a Spojené království Velké Británie a Severního Irsku (dále jen Británie). Vzhledem k tomu, že mým záměrem bylo a je zkoumat tiskové agentury, jejich vlastnické struktury v návaznosti na koncept tří mediálních modelů podle Hallina a

Manciniho (2008), kopíruje tato práce původní plán bez problémů. Příklady agentur se navíc změnilo pouze v případě Británie a Španělska. Pro tuto práci je nakonec, podle názoru vedoucí práce i mého názoru, zajímavější porovnávat tři národní agentury ze tří různých zemí, které korespondují se třemi rozlišnými mediálními systémy.

Diplomová práce se soustřeďuje na analýzu tří národních agentur v kontextu příslušných mediálních krajin. První kapitola se věnuje vymezení pojmu tisková agentura z definičního, historického, výzkumného a klasifikačního hlediska se zaměřením na formy vlastnictví agentur. Druhá kapitola vysvětluje metody použitého výzkumu a objasňuje vybraný přístup ke zkoumání médií. Podkladem pro kvalitativní výzkumnou expertizu tří agentur bylo dotazníkové šetření. Dotazník, který byl přeložen do angličtiny, španělštiny a švédštiny a zaslán vedoucím příslušných oddělení tiskových agentur, je zařazen do příloh (pouze v české variantě). Komunikace s agenturami probíhala velmi různě. Britská PA odpovídala velice rychle, ale poskytovala jen obecné odpovědi. Konkrétní data jsem musela dohledat v elektronicky přístupných dokumentech, ke kterým mi zčásti umožnila přístup. Švédská TT a španělská EFE zaostávaly v rychlosti i kvalitě odpovědí. Nicméně mě oba respondenti alespoň odkázali na přístupné zdroje, kde jsem informace dohledala. Analýza těchto dokumentů a oficiální internetové stránky agentur (náhledy předních stran jsou k dispozici v přílohách) jsou tedy základem pro výzkumnou část práce. Třetí kapitola představuje nejdůležitější rysy tří modelů, jak je definovali Hallin a Mancini (2008), se zaměřením na politické a mediální systémy Británie, Španělska a Švédska. Podle čtyř nejdůležitějších proměnných (vývoj mediálních trhů, politický paralelismus, profesionalismus a role státu) jsou charakterizovány jednotlivé oblasti a do nich zasazené národní tiskové agentury.

Kvalitativní analýza agentur se nejdříve zabývá britskou PA, poté španělskou EFE a nakonec švédskou TT. Detailně jsou popsány jejich rozličné charakteristiky. Největší důraz je kladen na formy vlastnictví agentur, na jejich financování, kontrolní mechanismy a jejich vztah k různým aktérům, kteří mají na fungování těchto tiskových agentur vliv. Zmíněna je také historie a aktuální stav trhů s tiskovými agenturami v daných zemích, jejich regulace, apod.

V závěru jsou shrnuty nejdůležitější poznatky a zhodnoceny přínosy komparace forem vlastnictví zpravodajských agentur v těchto vybraných zemích EU.

# 1. Tiskové agentury

## 1.1 Definice

Tiskové, nebo zpravodajské, agentury jsou často označovány za noviny novin, velkoobchod s informacemi (Trunečková, 1997) nebo také za nejvýznamnější vynález počátku 19. století spolu s rotačkou (Watson a Hill, 2000)<sup>1</sup>. Tiskové agentury jsou mediální organizace, jejichž náplní je shromažďování, zpracovávání, distribuování a, dle mého názoru, také vytváření zpráv. Tiskové agentury zprávy nejenom produkují, dále také dle *Slovníku mediální komunikace* tiskové agentury „získávají, zpracovávají, ukládají a šíří textové, obrazové, zvukové či audiovizuální informace“ (Reifová, 2004, s. 17), ale zastávají také roli prvotního gatekeepera, který řídí proces výběru událostí. To, jak událost agentura zpracuje, jaká volí slova a jejich pořadí, má významný vliv na celý proces další distribuce zpráv do ostatních odběratelských médií. Tiskové agentury představují významný zdroj informací pro sdělovací prostředky. Zaměřují se na šíření psaného textu, fotografií, infografiky, audií, videí a dalších multimediálních produktů skrz velkokapacitní komunikační sítě. Tiskové agentury se tak podílejí na procesu vytváření informační společnosti, kde objem a rychlost šíření těchto informací překonávají prostor a čas. Díky vzniku mezinárodních zpravodajských agentur došlo ke globalizaci zpravodajství (Boyd-Barrett, Rantanen, 1998). Globální a lokální dění se propojilo. Někteří ale poukazují na to, že nadnárodní tok a výměna mediálních obsahů není spravedlivá a vyvážená (Denis McQuail, 2007). Malý počet mezinárodních agentur obchoduje s informacemi z celého světa. „Globální informační sítě jsou v současnosti ovládány zpravodajskými agenturami reprezentujícími angloamerickou kulturu, které mají moc do velké míry tvarovat zpravodajský obraz jednotlivých oblastí světa“ (Trampota, 2006, s. 183). Malý počet aktérů ovládá mezinárodní informační toky a určuje světovou agendu. Ovlivňuje, jaké informace budou považovány za důležité a jaké nikoliv. Tato agenda setting se odehrává v tzv. globálním newsroomu (Ibid.). V souvislosti s propojením informačních toků zahraničního zpravodajství mluvíme o globálním newsroomu. Jev globálního newsroomu

---

<sup>1</sup> Uvedeno ve shrnutí pojmu „news agency“ ve slovníku Dictionary of Media & Communication Studies

provázejí tři trendy (Ibid.). Zaprvé se jedná o již zmíněné nastolování agendy zahraničního zpravodajství, dále o zvyšující se stejnorodost evropského zahraničního zpravodajství a také o podobnost tematické agendy evropských televizních kanálů. Aby si agentury udržely toto výsadní postavení na globálním trhu informací, musí se velmi rychle přizpůsobovat době a zavádět nové technologie. Samy jsou hnacími motory pokroku v této oblasti, jsou aktivní při implementování nových telekomunikačních služeb nebo při výzkumu a vývoji technologií (Boyd-Barrett, Rantanen, 2001). S internetem se komunikace odehrává v přímém přínosu. Zprávy jsou zbožím, které se vyrábí jako na běžícím pásu. Tiskové agentury jsou zajímavými a velmi významnými hráči v oblasti zpravodajství již od svého počátku. Pojďme se ve zkratce podívat, jak tiskové agentury vznikaly a jak se vyvíjely.

## 1.2 Historie tiskových agentur

*„S příchodem zpravodajských agentur se svět stal menším místem a semínka globalizace byla zaseta.“*

(Jane Chapman)

### Čtyři období

Historii tiskových agentur můžeme rozdělit do čtyř období. (Bunzlová, 1980) V prvním období vznikly významné tiskové kanceláře Havas, Reuter a Wolff, které v roce 1869 uzavírají dohodu a rozdělují si světové sféry vlivu. Podobně, jako si imperiální mocnosti rozdělily země třetího světa, si tito tři giganti rozdělují pole působnosti: Reuter má v kompetenci Britské impérium a Dálný Východ, francouzský Havas pokrývá Španělsko, Francii, Itálii a portugalské kolonie a v Německu sídlící agentura Wolff přebírá Rakousko-Uhersko, Skandinávii a Rusko. Amerika je rozdělena mezi Havas a Reuter, přidává se k nim také New York Associated Press. Druhé období těchto tzv. velkých dohod funguje až do první světové války. Postupně však vznikají konkurenční agentury, které nabourávají monopolistické tendence těchto gigantů. Třetí období, od první světové války do druhé světové války, je charakterizováno vstupem nových hráčů ze Sovětského svazu. V ostatních zemích Evropy a v podstatě po celém světě vznikají národní agentury, které konkurují těm světovým nebo s nimi spolupracují. Po druhé světové válce zažívají tiskové agentury velký

rozmach a jenom mezi lety 1945 a 1949 vzniklo 24 tiskových agentur (Ibid.). Technologický pokrok umožnil zrod nových agentur i v rozvojových částech světa. Tyto agentury však podléhají tlaku západních médií a kritikové argumentují, že mezinárodní agentury vytvořily legitimitu zpravodajství a zpravodajských hodnot, které pak musí ostatní agentury přebírat a kopírovat; snaží se dokázat, že jejich zprávy jsou ty správné, neutrální a zásadní. Dokonce se hovoří o tom, že utvářejí mezinárodní politickou agendu a ideologický rámec argumentů (Tunstall, 1994).

Existence národních agentur je experty považovaná za nezbytný nástroj pro vznikající národní státy, který pomáhá zvýšit sebe prezentaci a povědomí o dané zemi (Chapman, 2005). Tiskový historik Michael Emery a jeho kolegové nabízí jako příklad vzestup amerických zpravodajských agentur, který vedl k epochálnímu rozvoji v historii amerického žurnalistu. „Právo lidí vědět“ bylo posunuto kupředu právě díky agenturám, které měly své vlastní korespondenty po významných zpravodajských centrech světa, na rozdíl od novin (Emery et al. 2000, s. 242, 246). O vztahu tiskových agentur, národní identity a globalizace se více věnuje kapitola o historii výzkumu a teoretizování agentur.

### 1.3 Možnosti třídění tiskových agentur

V domácí i zahraniční literatuře se nejčastěji uvádí níže uvedená diferenciací členění tiskových agentur (např. Trunečková, 1997). Hranice těchto formálně-právních klasifikací jsou však ve skutečnosti stírány a různé kategorie se propojují a málokdy existují v čisté podobě (Boyd-Barrett, Rantanen, 2000).

#### **Tradiční členění tiskových agentur:**

- 1) Podle forem vlastnictví na agentury (podrobněji viz níže):
  - ve vlastnictví médií
  - soukromé, komerční
  - státní
  - veřejnoprávní



2) Podle obsahu na agentury:

- univerzální (zaměřují se na co nejširší záběr, informují o všech možných oblastech, mají komplexní škálu rubrik)
- specializované (typickým příkladem jsou agentury sportovní, ekonomické či církevní, zaměřující se na jednu oblast zájmu; mohou to být také agentury prezentující speciální formou, například pouze obrazem, tzv. fotoagentury)

3) Podle objemu a rozsahu působnosti na agentury:

- světové (nadnárodní agentury s působností po celém světě)
- mezinárodní (mají stejně jako světové agentury vlastní původní zpravodajství, ale rozsah zahraniční sítě a počet odběratelů v zahraničí je menší)
- regionální (působení je omezené na určitou oblast například geograficky, jazykově či kulturně ohraničenou)
- národní (orientují se především na působení v dané zemi, mají málo nebo žádné zahraniční pobočky)

Institucionální charakter agentur můžeme podrobně definovat takto:

### **1.3.1 Tiskové agentury vlastněné médii**

Agentury vlastněné odběrateli zpráv (médii) jsou ve formách družstevních, akciových a společností s ručením omezeným. Média kontrolují činnost a provoz agentury skrze volené orgány. Agentury nejsou zřízené na základě žádného zákona. Pracovníci se drží norem dané země, případně vlastními etickými kodexy, apod. Podniky s podílníky z řad odběratelů jsou financovány z prodeje a fungují podle obchodního zákoníku, popřípadě mohou být ve stanovách označeny jako neziskové organizace.

#### *Družstva*

Nejznámějším příkladem družstevního uspořádání je americká agentura Associated Press (AP). AP je nezisková agentura, která není ani soukromá, ani vládou financovaná. Mezi členy družstva patří, dle internetových stránek AP, 1400

amerických deníků a tisíce televizních a rádiových stanic<sup>2</sup>. Tito členové volí představenstvo, které družstvo řídí.

„Družstvo má své nesporné výhody...Na rozdíl od kapitálové společnosti je družstvo otevřenou institucí. Počet jeho členů se může měnit, stejně jako výše jeho kapitálu. To umožňuje vstup nově vzniklým novinám a naopak omezuje problémy v případě zániku dosavadních členů. Družstevně organizované tiskové kanceláře jsou servisním místem pro své členy v pravém smyslu slova „servis“. Poskytují samozřejmě služby i nečlenům, kteří ovšem nemají právo mluvit do činnosti agentury a pochopitelně musejí za dané informace více platit.“ (Kühnl cit. in Trunečková, 1997, s. 37). Trunečková dále připomíná, že družstva vznikla přirozeným způsobem a ne za pomoci státu, naopak některá vznikla právě jako důsledek špatných zkušeností se státními tiskovými agenturami.

Dalším příkladem družstevního uspořádání byla též švédská Tidningarnas Telegrambyrå (TT) před reorganizací na akciovou společnost v 90. letech.

#### *Akciové společnosti*

Kapitál je rozdělen na akcie a majitelé těchto akcií jsou vlastníky společnosti. Akcie představuje vlastnické právo – právo spolurozhodovat ve firmě a podílet se na jejím zisku. Každá akcie dává akcionáři právo na dividendy a právo hlasovat na valné hromadě (vrcholném orgánu společnosti).

„Každá akcie představuje alikvotní část kapitálu společnosti, propůjčuje jejímu zákonnému držiteli statut člena a uděluje mu právo podílet se na ziscích společnosti a na zbytkovém majetku při likvidaci, přednostní právo nákupu nově upsaných akcií nebo v akcie změněných obligací, účast na valných hromadách a ostatní zákonem stanovená práva.“ (Stanovy EFE, 1994).

Příkladem akciové společnosti je švýcarská národní agentura Schweizerische Depeschagentur (SDA), známá také pod francouzským názvem L'Agence Télégraphique Suisse a pod italským názvem Agenzia telegrafica svizzera (ATS).

---

<sup>2</sup> Viz webové stránky agentury <http://www.ap.org/company/FAQs>

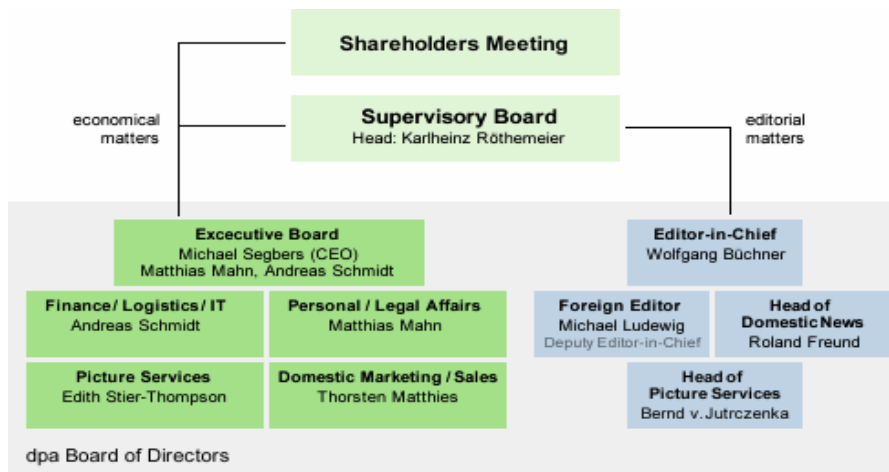
SDA/ATS je nezisková soukromá společnost vydavatelů švýcarských novin a rozhlasových a televizních společností.

Agentura EFE byla založena jako akciová společnost, jejímiž podílňky byli podnikatelé, bankéři a vydavatelské společnosti. Dnes je jediným akcionářem stát.

### *Společnosti s ručením omezeným*

Německá agentura Deutsche Presse-Agentur (DPA) je příkladem soukromé společnosti s ručením omezeným. 188 podílňků tvoří němečtí novinoví a časopisoví nakladatelé, nakladatelské firmy, vysílatelé a mediální skupiny<sup>3</sup>. Oficiální internetové zdroje dále uvádí, že žádný společník nesmí vlastnit více než 1,5 % celkového kapitálu. Celkový podíl rozhlasových a televizních vysílatelů nesmí překročit 25 %. Tato pravidla zajišťují, že nikdo nemůže uplatňovat nebo zneužívat dominantního postavení. Šéfredaktor (Editor-in-Chief) a představenstvo (Executive Board) jsou přímo odpovědňní dozorčí radě (Supervisory Board). Provoz podniku je určován podílňky na valných hromadách (Shareholders Meeting). Dozorčí rada, volená na těchto setkáních společníků, dohlíží na vedení agentury a má právo zkontrolovat veškeré podklady, i redakční. Grafické znázornění orgánů společnosti s ručením omezeným můžeme sledovat na příkladu agentury DPA (viz diagram 1).

**Diagram 1: Struktura agentury DPA, společnosti s ručením omezeným**



Zdroj: <http://www.dpa.de/Corporate-Structure.370.0.html>

<sup>3</sup> Viz webové stránky agentury <http://www.dpa.de/Corporate-Structure.370.0.html>

### 1.3.2 Tiskové agentury soukromé

Pokud nevlastní tiskovou agenturu jiní majitelé mediálních společností a je organizována jako samostatný ekonomický subjekt nezávislý na státu, můžeme ji označit za agenturu soukromou. Účelem zřízení agentury je generování zisku.

„Za jediné skutečně soukromé kapitálové společnosti bývají považovány takové tiskové agentury, jejichž vlastníky nejsou vydavatelé novin nebo majitelé dalších sdělovacích prostředků, rozhlasových a televizních stanic a které jsou organizovány podle běžných zásad fungování komerčních podniků“ (Trunečková, 1997, s. 40). Dnes již je takto čistá forma vzácná a většinou jsou agentury propojeny s jinými mediálními odběrateli.

### 1.3.3 Tiskové agentury státní

U nás je tato forma historicky vcelku tradiční. Za Rakouska, respektive Rakouska-Uherska<sup>4</sup>, za první republiky i po roce 1948 dodávala informace právě státní tisková agentura (dnes u nás funguje národní tisková agentura jako médium veřejné služby – viz níže). Trunečková (Ibid., s. 41–42) shrnuje základní znaky státních tiskových agentur do těchto bodů:

- agentura je obvykle zřízena zákonem, v němž je přímo definována jako zpravodajský orgán státu, tedy jako oficiální zdroj informací
- rozpočet je závislý na státním rozpočtu (je jeho součástí)
- vláda schvaluje vedení i vnitřní organizaci agentury
- zákon určuje také vztah k jiným institucím a může vytvořit podmínky pro monopolní postavení agentury

Státní agenturou je například Ruská informační agentura Novosti a ITAR-TASS, dále také čínská Xinhua, kterou kontroluje Komunistická strana Číny.

---

<sup>4</sup> Rakouská agentura k.k. Telegraphen-Korrespondenz-Bureau byla jako první státní agentura na světě založena na základě dekretu podepsaném samotným Františkem Josefem I. v roce 1859. Od roku 1867 měla filiálku v Praze.

### 1.3.4 Tiskové agentury veřejnoprávní (se zvláštním právním statutem)

Do této kategorie řadíme agentury, které plní funkci veřejné služby a nejsou ani soukromé, ani státní, i když vliv státu zde většinou najít můžeme, ani ve vlastnictví odběratelů médií. Tyto agentury mohou být zřízeny na základě zákona jako například francouzská Agence France-Presse (AFP). Česká tisková kancelář (ČTK) také vznikla speciálním zákonem (č.517/1992 Sb.). Financování si zajišťuje výnosy z prodeje zpravodajství, ale zákon dovoluje, aby ČTK byla podpořena ze státního rozpočtu ČR. Tato účelová dotace však nemůže být poskytnuta na krytí ztráty z hospodaření. Kontrolní orgán, Rada ČTK, je volen Poslaneckou sněmovnou Parlamentu České republiky.

## 1.4 Výzkum tiskových agentur

O tiskových agenturách se mluvilo už od jejich vzniku. Diskuse o vlivu, moci a postavení tiskových agentur se v průběhu dějin měnily a leckdy kopírovaly nahlížení na vliv médií obecně. Přestože jsou ve výzkumu tiskové agentury často opomíjeny, existuje řada studií, která jim pozornost věnuje. Pojďme se podívat na přehled těch nejvýznamnějších pokusů o studium tiskových agentur.

Boyd-Barrett a Rantanen hovoří ve své studii *The Globalization of News* (1998) o tiskových agenturách jako o extrémní formě „žurnalismu informací“ a srovnávají ji s „žurnalismem názoru“. Říkají, že „přestože anglosaský vynález „žurnalismu informací“ zaznamenal za poslední století vzrůst celosvětového vlivu navzdory svému diskurzu, literárnosti a evropskému zastínění, noviny zůstávají médií zjevného stranicství, politických komentářů, satir a analýz. Poměr rozsahu zpráv a názorů se různí, ale hranice mezi oběma koncepty zůstávají nejasné pořád. Mají více co do činění s konstrukcí vzhledové důvěryhodnosti, než se skutečným a nemožným vyloučením ideologie ze zpravodajských a publicistických textů“ (Ibid., s. 6). Jako příklad autoři uvádí zvláštní zpravodaje a zahraniční zpravodaje, kteří musí svoji kreativní činnost podpořit interpretací z různých zdrojů, které zahrnují, více či méně viditelně, také tiskové agentury. Tiskové agentury potřebují co největší počet odběratelů,

proto se snaží být jednoduché a nestranné a vyhovět tak lidem z celého politického i společenského spektra. Boyd-Barrett a Rantanen tvrdí, že forma naprosto nezávislého profesionalismu se více daří u nejvýznamnějších agentur, jako je Associated Press nebo Reuters, než u veřejnoprávních nebo státních agentur (Ibid.).

Z teoretického hlediska se tiskovým agenturám věnoval již v roce 1840 například francouzský spisovatel Honoré de Balzac (Ibid.). S odkazem na Havas, mluvil o agenturách jako o silných, ale nenápadných aktérech tehdejšího informačního světa. Balzac zde také upozorňoval na fakt, že existuje velké množství zpravodajských kanálů a lidé si mohou vybrat z širokého spektra novin na stáncích, ale za tím vším existuje pouze omezené množství zdrojů těchto informací (Ibid.).

Rané teorie nahlížely na tiskové agentury jako na vlivné a mocné organizace a také jako na nástroje propagandy. To bylo běžné během první světové války, kdy byly služby a zdroje agentur využívány v rámci vládních propagandistických kampaní. Hovořilo se o nebezpečí monopolního postavení agentur Reuter a Havas, které byly oficiálními, a proto zaujatými, zdroji informací zodpovědnými za válečné propagandistické aktivity (Hardt cit. in Boyd-Barrett a Rantanen, 1998). Tento pohled během světových válek ale není ničím novým. Už v druhé polovině 19. století bylo na mezinárodní i národní tiskové agentury nahlíženo jako na zdroje nepřátelské propagandy, která povzbuzovala identitu vlastní země a mohla působit i na další státy. V Británii měla agentura Reuters zvlášť důležitou roli a její propagandistický potenciál byl využíván nejen z politických, ale i ekonomických důvodů. Reuters byl tam, kde ho vláda potřebovala. Tato místa kopírovala také zájmy obchodníků. Villard (1930) dokonce tvrdí, že Associated Press (AP) byla součástí promyšleného nástroje k třídnímu útisku. Boyd-Barrett a Rantanen shrnují nahlížení na tiskové agentury v období před druhou světovou válkou do tří převažujících diskurzů: média mocná a vlivná, média jako prostředek nacionální nebo třídní propagandy, média jako příklad moderního technologicky sofistikovaného profesionalismu.

V USA byl propagován spíše model soukromých a médií vlastněných agentur a tvrdilo se, že to je jediná cesta k nezávislému a objektivnímu zpravodajství. Neviditelnou ruku v mediálním

trhu podporovala i americká vláda a přispěla tím k doktríně „volného toku informací“, kterou později převzalo OSN (Schiller, 1976).

„V praxi tato doktrína podpořila práva západních médií, především těch severoamerických, britských a francouzských, v pokračování distribuce jejich mediálních produktů po světě, zatímco většina ostatních zemí postrádala jakoukoliv snahu nastolit oboustranné ovlivňování. Dokonce i národní agentury komunistického bloku, které byly založené za účelem zabránění pronikání západních myšlenek, si stále musely předplácet služby hlavních západních agentur.“ (Boyd-Barrett a Rantanen, 1998, s. 8)

Tiskové agentury sehrály svoji roli také při procesu modernizace a demokratizace, kdy na ně bylo nahlíženo jako na nezbytnou a pozitivní součást utváření národů. Především v Africe v šedesátých letech vznikaly národní agentury, které sloužily jako užitečný zdroj informací pro zahraniční investory a také jako partneři pro západní mezinárodní agentury. Tento progresivní modernistický diskurz vnímal agentury jako instituce veřejné služby, které spojují komunity, regiony, národy i světadíly v tomto pluralistickém světě. Jak připomíná Boyd-Barrett a Rantanen, v tomto diskurzu však bylo opomíjeno mnoho otázek, týkajících se například kontroly médií, jejich financování nebo skutečnému přispívání k rozvoji a nezávislosti (Ibid.). Ve skutečnosti vznikaly národní agentury v rámci globálního komunikačního systému bipolárně rozděleného světa. Důležitými hráči byla jednak „velká čtyřka“ západních agentur (AFP, AP, Reuters a UPI), na druhé straně státní agentury komunistického bloku (čínská Xinhua a sovětská TASS), dále také jugoslávská, resp. srbská Tanjug nebo mezinárodní Inter Press Service (IPS). Vybrané informace o těchto nejvýznamnějších agenturách na konci 70. let uvádí tabulka 1. Významnou roli sehrálo také UNESCO (viz níže) nebo Hnutí nezúčastněných (Non-Aligned Movement, NAM).

**Tabulka 1: Vybrané ukazatele mezinárodně aktivních agentur na konci 70. let**

Agentura	Počet odběratelských zemí	Počet předplatitelů	Počet poboček
AP	108	1 320 novin 3 400 vysílacích stanic v USA 1 000 soukromníků	62 zahraničních kanceláří
UPI	92	7079 2 246 klientů mimo USA 36 národních agentur	81 zahraničních kanceláří
AFP	152	12 000 novin 69 národních agentur	167 zemí 108 zahraničních kanceláří
Reuters	147	6 500 novin 400 vysílacích stanic	153 zemí
TASS	80	13 000 předplatitelů 200 předplatitelů fotografií 325 zahraničních předplatitelů	110 zemí 40 kanceláří
DPA	78	144 zahraničních předplatitelů 55 filmových služeb	80 zemí 37 filmových služeb
ANSA	69	1 600 (cca)	69 kanceláří
EFE	32	1734	52
KYODO	37	33 národních agentur 40 zahraničních zprav. ag. 64 japonských novin 59 komerčních vysílacích stanic 14 dalších odběratelů	37 kanceláří
Tanjug	103		46
IPS	36	19 národních agentur 400 novin a týdeníků	50

Zdroj: UNESCO, *The World of News Agencies, International commission for the study of communication problems*, No. 11.

Po teorii modernizace přichází deziluze a teorie závislosti, která vysvětluje postavení zemí Latinské Ameriky a Karibiku a potažmo zemí třetího světa jako zemí závislých na západních mocnostech. Teorie závislosti byla použita i v souvislosti s kritikou postavení nejdůležitějších tiskových agentur a jejich vlivu na národní agentury v Jižní Americe, které kvůli nim nemají možnost svobodně reprezentovat vlastní národní image a zájem v západně orientovaném mediálním systému. Kritikové, zabývající se debatami kolem tzv. *Nového světového*



*informačního a komunikačního řádu* (NWICO)<sup>5</sup>, odsuzovali globální agentury za vytváření politické a ekonomické závislosti ze strany národních institucí. „Hlavní agentury jako Reuters a Associated Press vytvořily mezinárodní zpravodajskou síť a distribuovaly zprávy mediálním i nemediálním klientům po celém světě. Mezi klienty patřily také národní agentury: ty prodávaly, v rámci nerovné výměny, své národní zprávy pro mezinárodní zpravodajství globálních agentur....V liberálních demokraciích je role velkých agentur problematická: podkopávají povrchní zdání rozmanitosti mediálních zdrojů“ (Boyd-Barrett, 2002). *McBrideova zpráva*<sup>6</sup> shrnuje potřeby a trendy ve výzkumu médií a říká, že je nutné na komunikaci nahlížet jako na sociální proces a studovat média ne v izolaci, ale ve vztahu s dalšími institucemi v kontextu mezinárodním i národním. Konkrétně hovoří o potřebě zkoumat média z pohledu strukturace, vlastnických forem, organizace, socializace, participace atd. Zpráva upozorňuje na jednosměrný („one way“) tok informací a snaží se najít východiska pro produkci dostupnější a rovné („free flow“) komunikace ve světě. Komise se snažila podpořit demokratizaci médií a posílit postavení národních mediálních organizací (včetně tiskových agentur) a zamezit jejich marginalizaci.<sup>7</sup>

V tomto závislostním diskurzu je politická hegemonie podmíněná globálnímu systému médií. V rámci tohoto směru byly zkoumány faktory politické ekonomie mediálních agentur a jejich obsahů.

Po pádu komunistického bloku v osmdesátých letech přichází výzkum ovlivněný kulturními studiemi. Média byla zkoumána z pohledu sémiotických dekonstrukcí textů, publikum je nezávislé a vytváří individuální významy polysémických obsahů. Kulturní studia se však nezajímala o tiskové agentury, protože původní obsahy byly jen těžko dostupné a scházely

---

<sup>5</sup> NWICO (*New World Information and Communication Order*) shrnoval podobou globálního komunikačního systému a poukazoval na jeho nedostatky zejména v oblasti nerovných toků na mezinárodní úrovni, více informací viz: <http://unesdoc.unesco.org/images/0003/000340/034010eb.pdf>,

<sup>6</sup> V roce 1980 vydalo UNESCO publikaci *One World Many Voices*, kterou sepsala Mezinárodní komise pro studia komunikačních problémů (International Commission for the Study of Communication Problems), jíž předsedal významný irský politik Sean McBride. Do komise byli vybráni reprezentanti z 15 různých zemí (USA, Francie, Kolumbie, Sovětský svaz, Indonésie, Tunisko, Japonsko, Nigérie, Jugoslávie, Egypt, Nizozemí, Chile, Indie a Kanady). Mimo jiné se měl jednat také Marshall McLuhan, ten ale nakonec onemocněl a byl zastoupen.

<sup>7</sup> Spojené státy a Británie odsoudily zprávu jako útok na svobodu tisku a na protest vystoupily z UNESCO v roce 1984, resp. 1985 (znovu se připojily v roce 2003, resp. 1997)

jim přímí příjemci. V této době docházelo k transformaci vlastnictví médií ve východní Evropě, vedle státních začaly vznikat soukromé agentury a do těchto trhů pronikaly také hlavní západní agentury. V souvislosti s rozvojem globální televize vznikly také videoagentury, které byly opět navázány na nejdůležitější hráče (např. Reuters Television a AP Television). Rychlost jejich rozvoje pak byla zkoumána z pohledu politicko-ekonomického. Demonstrovat důležitost zkoumání agentur se ve své práci pokusili například Michael Palmer, Chris Paterson, Terhi Ratanen nebo již zmiňovaný Boyd-Barrett. Někteří z těchto autorů hledají most mezi kulturními studií a politickou ekonomikou a snaží se o komplexní pohled na média skrz globalizační teorii. Monografie *The Globalization of News*, kterou napsali již zmiňovaní Boyd-Barrett a Ratanen v roce 1998, je postavená na zdůraznění důležitosti propojení tiskových agentur, národních uskupení a globalizačních procesů. Autoři příkládají také značnou důležitost faktu, že tiskové agentury byly prvními mezinárodními nebo dokonce i globálními mediálními organizacemi na světě a také patří k prvním světovým transnacionálním nebo multinacionálním korporacím.

V poslední době se odborné práce věnují spíše různým případovým studiím. Například L. Camaj analyzoval v roce 2010 mediální zarámování konfliktu v Kosovu. Práce B. Horvita z roku 2003 je věnována výstupům agentur a válce v Iráku. Letos vyšel kritický článek autorů C. Barrery a J. Apezarena s názvem *V demokracii jako v diktatuře: vláda tlačí na soukromou španělskou tiskovou agenturu Europa Press*<sup>8</sup>, který kritizuje výsadní postavení agentury EFE a nerovnou soutěž na španělském trhu tiskových agentur.

## 2. Politicko-ekonomický přístup ke zkoumání médií

Studium masové komunikace můžeme rozdělit na model dominantního paradigmatu a alternativního paradigmatu.

Dominantní paradigma je konsenzuální pohled na společnost jako na správnou a fungující společnost, která by měla být demokratická, liberální, pluralistická a spořádaná (McQuail,

---

<sup>8</sup> Původní název *In Democracy As in Dictatorship: Government Pressures on the Spanish Private News Agency Europa Press*

2007). Teorie a výzkum v rámci alternativního paradigmatu nesouhlasí s liberálně-kapitalistickým uspořádáním jako jediným možným. Zastánci tohoto pohledu dávají prostor kritice a odmítají hodnotovou neutralitu.

McQuail (2007) shrnuje hlavní znaky alternativního paradigmatu do následujících bodů:

- Kritický pohled na společnost a odmítání hodnotové neutrality
- Odmítání (lineárního) modelu komunikačního procesu
- Nedeterministický přístup k mediální technologii a mediováným sdělením
- Kulturální a kvalitativní metody zkoumání
- Preference kulturních nebo politicko-ekonomických teorií
- Širší zájem o nerovnosti a zdroje opozice ve společnosti

Politická ekonomie komunikace (PEK) vychází z alternativního paradigmatu, což je kritický a aktivistický přístup ke zkoumání médií. PEK se zabývá mimo jiné tím, do jaké míry vlastnictví médií ovlivňuje podobu komunikace v celé společnosti, jak je vyvážen celý systém v kontextu globálním, národním i regionálním.

Vlastnictví rozhodujícím způsobem podmiňuje povahu médií. Tato idea byla už základem marxistické teorie, ale prakticky i axiomem „obecného myšlení“, který shrnul Altschull (1984) ve svém druhém zákonu žurnalistiky: „Obsah médií vždy odráží zájmy těch, kdo tato média financují.“ Podle forem vlastnictví jsou distribuovány zájmy a moc vlastníků. Vliv na mediální produkt je však mnohem více komplexní. Zasahují do něj inzerenti, investoři, publikum, stát, sponzoři apod. Vliv vlastnictví lze podle liberální teorie oddělit od redakčního vlivu, proto je důležité zkoumat úroveň profesionality novinářů, etické kodexy a další interní normy, kterými by se zaměstnanci měli řídit. Sama o sobě tedy forma vlastnictví nemusí mít nutně negativní dopady. Ty mohou přijít až při nadměrné koncentraci či dokonce monopolizaci mediálního trhu.

V politicko-ekonomickém přístupu je pozornost většinou soustředěna na koncentraci mediálního vlastnictví, jako například v případě Ruperta Murdocha a Silvia Berlusconiho. Hlavní příčinou je obava, že přebujelá koncentrace vlastnictví média (ať už na úrovni vertikální, horizontální, multimediální nebo transnacionální) může vést k nerovné reprezentaci

některých politických názorů, hodnot nebo určitých forem kulturních produktů podle toho, co je favorizováno majoritním vlastníkem médií. Politická ekonomie komunikace je vnímána jako strukturalistický přístup. Média hledají univerzální zákonitosti, struktury, jako je vlastnictví, třída, gender, věk, apod. Vincent Mosco se snaží tento rigidní pohled proměnit a argumentuje, že tyto struktury jsou dané, ale mohou je narušovat například novináři svojí činností (Mosco, 2009). Vedle strukturace Mosco upozorňuje na komodifikaci obsahu (z informace se stává zboží, jde o střet s ideálem veřejného komunikačního prostoru) a na „spatialization“, tedy mizení časoprostorových hranic, svět se scvrkává, sblíží, globalizuje a koncentruje.

Gillian Doyle (2002) zaměřuje svůj výzkum na vlastnictví médií a říká, že tendence směrem k expanzi a konglomeraci mediálních firem přináší dvě různá pole zájmů, která by nás měla zajímat. Prvně jsou to sociálně politické a kulturní implikace budování mediálních impérií, které ohrožují pluralismus koncentrací mediálního vlastnictví. Druhý okruh problémů se soustřeďuje na ekonomické důsledky ponechání prostoru k mediální koncentraci. Rozmanitost médií je potřebná pro přítomnost různých a nezávislých hlasů a také pro rozdílné politické názory a reprezentaci kultury v médiích. Doyle argumentuje, že může existovat mnoho nezávislých dodavatelů, kteří ale všichni přebírají své příběhy ze společného zdroje. Potom můžeme mít své pochyby o žurnalistické diverzitě a nezávislosti nastolování agendy ze strany tiskových agentur. Jako příklad uvádí britský mediální trh, kde všechny noviny získávají část svého zpravodajství z externích zdrojů a konkurenční vydavatelé nakonec používají stejné agentury jako PA, AFP nebo Reuters (Ibid.).

## **2.1 Metody výzkumu**

Dříve byl výzkum mediálních organizací zaměřen spíše na výzkum pracovníků jako novinářů-individuů a jejich charakteristiky (McQuail, 2007). Postupně se tento pohled ukázal jako nedostačující a zájem se přenesl také na ostatní zaměstnance médií, především tedy na vlastníky, management a vedení. Trampota a Vojtěchovská (2010, s. 61) nabízí dva hlavní přístupy v analýze mediálních organizací:

- 1) Instrumentální (hlavním ovlivňujícím determinantem jsou vlastníci a jejich zájmy; provoz a jednání médií vysvětlují vlastnické intervence; vlastníci tedy kontrolují chování a stanovují politiku společnosti)
- 2) Strukturálně-deterministický (jiné vlivy – politické, ekonomické, technologické).

Ve svém zkoumání se zaměřím spíše na první přístup, ale v rámci možností se pokusím zohlednit i strukturální kontext. Spojení obou přístupů (Ibid.) je výhodné pro prozkoumání spletnosti vztahů a oddělení záměrného jednání od strukturálního omezení.

V empirické části diplomové práce budu kombinovat kvalitativní výzkumnou expertizu na základě dotazníkového šetření tří vybraných tiskových agentur s analýzou dokumentů. Obecněji se též budu věnovat zkoumání tiskových agentur v rámci mediálních systémů a porovnání s modelem tří systémů Hallina a Manciniho. Analýza mediálních organizací bude provedena jako vícepřípadová studie tří agentur ze tří různých mediálních systémů.

Sběr dat bude uskutečněn pomocí většího počtu technik, tzv. triangulace (Ibid.). Ke zkoumání vlastnických struktur lze použít analýzu dokumentů, dotazníkové šetření a pozorování. Dokumentační analýza se zaměřuje na zdroje primární, originální, a na sekundární zdroje, odvozené od primárních. Písemné prameny budou tedy rozděleny na oficiální dokumenty, vydané samotnými agenturami a na písemné zdroje externí, které se o agenturách objevily v médiích (na internetu, v odborných časopisech, apod.)

Klíčovými termíny, jak uvádí také Trampota a Vojtěchovská (Ibid.), jsou vlastnictví a management organizace, cíle organizace a struktura. Vyhodnocení nashromážděných dokumentů bude uskutečněno formou explanace a revize původních propozic dle modelů Hallina a Manciniho.

Dotazník, který byl přeložen a adresován příslušným vedoucím oddělení tiskových agentur, je zařazen do příloh. Přehled zkoumaných dokumentů je uveden v bibliografii. Podrobně o všech materiálech pojednávají kapitoly výzkumné části.

### 3 Tři modely, tři země, tři agentury

Evropský mediální prostor je velice komplexní. Porovnání jednotlivých mediálních krajin, povšimnutí si podobností a odlišností by bylo velice obtížné bez teoretického ukotvení. Nejznámější srovnávací analýza mediálních systémů byla provedena autory Danielem C. Hallinem a Paolem Mancinim. Výsledky výzkumu byly publikovány v roce 2008 v monografii *Systémy médií v postmoderním světě*. Tato mediální komparatistika je dodnes nejuznávanější studií v této oblasti, nejenom díky rozsahu a pokrytí analýzy, ale i díky široké aplikovatelnosti.

Hallin a Mancini se pokusili odhalit a pojmenovat shodné a rozdílné znaky médií v 18 zemích západní Evropy a Severní Ameriky. Ve své knize porovnávají mediální a politické systémy ve třech geograficky a politicky spřízněných oblastech a rozlišují tři základní mediální modely – polarizovaně pluralitní, demokraticko-korporativistický a liberální. Do polarizovaně pluralitního, neboli středomořského, modelu patří kromě **Španělska** také Francie, Portugalsko, Itálie a Řecko. Demokraticko-korporativistický, neboli severo/středoevropský model převažuje ve skandinávských zemích Dánsku, Norsku, **Švédsku** a Finsku, v zemích Beneluxu, Německu, Rakousku a Švýcarsku. Model liberální, nebo také severoatlantický, se týká **Británie**, Irska, Spojených států amerických a Kanady. Za nespornou inspiraci pro svoji práci uvádějí Hallin a Mancini knihu *Čtyři teorie tisku* (1956) autorů Sieberta, Petersona a Schramma, kterou považují za oficiální vzor a podnět pro pokračování hledání specifík v politických a ekonomických strukturách daných zemí a jejich médií a rozšiřují je o historické souvislosti. Nicméně *Čtyři teorie tisku* autoři neshledávají jako dostatečnou a opravdovou srovnávací analýzu. Naopak se domnívají, že tato studie zabzdila výzkum mediálních systémů na mnoho dekad. Okamžitě po vydání *Systémů médií v postmoderním světě*, kde autoři rozdělují západní mediální světy dle čtyř hlavních kritérií (viz níže) do tří systémů, se mnozí začali ptát, kam mají zařadit své národní mediální systémy z východní Evropy, Jižní Ameriky, Afriky nebo Asie. Jako odpověď Hallin a Mancini vydali v roce 2012 studii *Comparing Media Systems Behind the Western World*, kde použili stejné proměnné při prozkoumávání jednotlivých případových studií – mediálních systémů v různých zemích<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Izrael, Polsko, pobaltské státy, Brazílie, Jihoafrická republika, Rusko, Čína

mimo západní svět. Zjistili, že identický komparatistický přístup je možný aplikovat na úplně odlišné systémy a vytvořit komplexní obraz mediálního systému na základě čtyř parametrů (viz níže). Ač se tedy může zdát tato komparace jako univerzální, je důležité zdůraznit, že zmíněné modely jsou ideálními vzory a v reálu jsou mediální systémy jednotlivých zemí mnohem více komplexní a v některých oblastech se modely prolínají.

Jak už bylo řečeno, zvolení britské, španělské a švédské tiskové agentury, které jsem si vybrala pro svoji analýzu, nebylo náhodné. Každá země je zástupcem jiného mediálního modelu. Pojďme se nyní jen stručně podívat na parametry členění těchto zemí do tří modelů. Hallin a Mancini vytvářejí teoretický rámec pro definování a rozdělení mediálních systémů dle čtyř hlavních proměnných:

- vývoj mediálních trhů
- politický paralelismus
- vývoj novinářského profesionalismu
- stupeň a způsob intervence státu do mediálního systému

Autoři pracují ve své studii s tzv. tradičními médii. Porovnávají data za tisk, televizi a rozhlas. Tiskové agentury však spadají do mediálních struktur svým zpravodajským charakterem stejně objektivně. Jak uvádí například Trunečková (1997, s. 10): „Tisková agentura si zasluhuje pozornost také proto, že vstupuje do žurnalistické tvorby tisku, rozhlasu a televize.“ Význam tiskových agentur v oblasti zpravodajství můžeme nazvat esenciálním. Nejenomže ovlivnily vývoj zpravodajství, ale jsou stále hlavním zdrojem informací pro sdělovací prostředky. Boyd-Barrett a Rantanen (1998) argumentují, že přestože jsou v teoretických studiích tiskové agentury často opomíjeny, nelze hovořit o jejich úplné absenci v historii komunikačního výzkumu, jak je zřejmé z minulé kapitoly.

### **3.1 Politické systémy vs. mediální systémy**

Podobu médií a mediálních systémů jednotlivých států formuje historický vývoj politiky a politických struktur. Hallin a Mancini (2008) vycházejí z několika předpokladů a porovnávají

mediální a politické systémy na různých úrovních. Jejich hypotézy jsou omezeny na pohled ekonomický a politický, neberou v úvahu média jako kulturní instituce.

Srovnávací faktory rozdělují autoři do pěti skupin:

- Vztah státu a společnosti (liberální demokracie vs. demokracie sociálního státu)
- Konsenzuální vláda vs. většinová vláda
- Pluralismus vs. korporativismus
- Vývoj racionálně-legální autority
- Umírněný vs. polarizovaný pluralismus

Podle jejich analýzy by Španělsko, Švédsko a Británie spadaly do následujícího dichotomického rozdělení (viz tabulka 2):

**Tabulka 2: Charakteristika politických systémů Španělska, Švédska a Británie jako zástupců tří modelů**

	<b>Španělsko</b>	<b>Švédsko</b>	<b>Británie</b>
<b>Politická historie; vzorce konfliktu a konsenzu</b>	Pozdní přechod k demokracii; polarizovaný pluralismus	Dřívější přechod k demokracii; umírněný pluralismus	Dřívější přechod k demokracii; umírněný pluralismus
<b>Vláda</b>	Většinová	Konsensus	Většinová
<b>Pluralismus</b>	Organizovaný pluralismus; silná role politických stran	Organizovaný pluralismus; demokratický korporativismus	Spíše organizovaný pluralismus
<b>Role státu</b>	Liberalismus	Sociální stát	Liberalismus
<b>Racionálně-legální autorita</b>	Slabý vývoj racionálně-legální autority	Silný vývoj racionálně-legální autority	Silný vývoj racionálně-legální autority

Zdroj: Hallin a Macini, 2008

Pojďme se nyní podívat na to, jak fungují tři mediální modely a tři tiskové agentury podle čtyřech základních parametrů. Podle každé proměnné budou charakterizovány vybrané země Británie, Španělsko a Švédsko a jejich národní agentury.



## 3.2 Čtyři proměnné ve třech modelech, resp. zemích

### 3.2.1 Vývoj mediálních trhů

Při vývoji prvních novin hrálo klíčovou roli rozšíření tržní ekonomiky a gramotnosti a legislativní ukotvení tiskové svobody. Zatímco v Británii se tisk zrodil velmi brzy díky komerčnímu podnikání, industriální revoluci a rychlému růstu vrstvy obchodní buržoazie, ve Španělsku mediální trh ovlivnil pozdní přechod k demokracii, provázanost novin a politiky a vysoká míra negramotnosti. Ve Švédsku se průmysl vyvinul později než na britských ostrovech, ale stejně jako Británie byla Skandinávie průkopníkem svobody tisku. Švédsko je dokonce první země na světě, kde byla zavedena svoboda tisku a princip publicity, které zaručovala ústava z roku 1776. „Švédsko se posunulo směrem k právnímu systému, který upřednostňoval právo občanů účastnit se politického života a oceňoval svobodný tok informací jako základní prvek demokracie – což byly příznivé podmínky pro vývoj tisku“ (Hallin, Mancini, 2008, s. 175). V Británii zpozdily rozvoj komerčního tisku různé restriktce, daně a kontroly (např. zákon o kolkovním Stamp Act z roku 1712 uvalil daň na tiskoviny a způsobil okamžitý pokles nákladů novin). Masový tisk započal až v 50. letech 19. století (v USA to bylo už ve 30. letech). Na rozdíl od většiny států severoatlantického modelu, kde je politický pluralismus slabý, existuje v Británii relativně silný stranický tisk. Časný rozvoj masové gramotnosti ve Švédsku souvisel s protestantskou revolucí, počátkem industrializace a rozvojem trhu. Již v roce 1830 byl založen ve Stockholmu Aftonbladet, který přinášel obchodní a politické informace pro tržní společnost, sympatizoval se střední třídou, liberální politikou a ekonomickými reformami (Hadenius, Weibull cit. in Ibid., s. 174). Aftonbladet je dodnes nejčtenějším deníkem a stál u zrodu agentury TT, již z jedné pětiny stále vlastní. Země severo/středoevropského modelu se vyznačují vysokými náklady novin a stranicky, resp. na organizované sociální skupiny zaměřeným tiskem. (Hallin, Mancini, 2008). Ve Španělsku bylo ještě v roce 1887 okolo 70 % negramotných a v roce 1940 to stále platilo pro asi jednu třetinu obyvatel (Ortiz cit. in Ibid., s. 121). Masový tisk se zde začal rozvíjet na přelomu 19. a 20. století, ale byl přerušen obdobím diktatury. Náklady tisku jsou v tomto mediteránním modelu relativně nízké a orientují se na elity (Hallin, Mancini, 2008).

Historie tiskových agentur vcelku koresponduje s vývojem masového tisku. Národní agentury se začaly objevovat ještě před velkou dohodou gigantů Havas, Reuter a Wolff v roce 1869. Ve Španělsku vznikla první tisková agentura Centrum korespondentů v roce 1965, Švédská telegrafní společnost byla založena v roce 1867 a britská PA zahájila činnost v roce 1868. Každá tato agentura pak patřila do sféry vlivu Havasu, respektive Wolffu, respektive Reuteru a musela s nimi uzavřít dohodu a spolupráci. Je zajímavé, že tato velká dohoda zpravodajských mocností do jisté míry kopíruje geografické oblasti tří modelů. První světová válka kontrolovanými oblastmi zamíchala. Například ve Švédsku začal Havas a Reuter sponzorovat konkurenční agenturu, protože Švédská telegrafní společnost byla pod vlivem německé agentury Wolff (Modig, 1963). Po skončení války rivalita vzala za své. Zástupci 130 provinčních novin se po mnoha vyjednáváních sjednotili a vytvořili agenturu TT. Britská PA byla založena také skupinou provinčních vydavatelů novin, kteří již dlouho usilovali o vytvoření levnější, spolehlivější a rychlejší distribuce zpráv. Tato možnost se jim naskytlá po uvolnění poměrů a odstranění monopolu telegrafních společností (viz výše). Španělská agentura EFE měla úplně odlišný původ. V roce 1938 vydala vláda dokument, který vysvětloval nutnost založení agentury, protože Španělsko bylo poraženo „ve válečné propagandě, přestože občanskou válku vyhrálo“ a je potřeba „vzbudit a dosáhnout benevolencí a sympatií z vnějšku“ proti „levičácké propagandistické síti“ (Kim Soon, 1989, s. 30). EFE tak vznikla jako politický nástroj Frankova režimu.

Mediální trh Británie a Švédska jsou si z hlediska historického vývoje jistě bližší. Na druhou stranu Británii spojuje se Španělskem třeba dominance celostátního nebo nadnárodního tisku, zatímco ve Švédsku převažují lokální tituly. Z Británie a ze Španělska také pocházejí 2 ze 4 největších mezinárodních agentur, Reuters<sup>10</sup> a EFE, což je do jisté míry dáno i jazykovými predispozicemi (španělština je druhým a angličtina třetím nejrozšířenějším jazykem na světě).

Z historického hlediska můžeme v rámci Evropy sledovat regionální trendy ve vývoji mediálních trhů. Vznik tiskových agentur byl tímto vývojem podmíněn a vytváří podobné vzorce.

Podrobněji jsou okolnosti vzniku a vývoje agentur rozebrány v empirické části práce.

---

<sup>10</sup> po akvizici Thomson Reuters se sídlem v USA

### 3.2.2 Politický paralelismus

Pro model polarizovaného pluralismu je typický důraz na komentáře. Novináři mají tendenci zastávat odlišné ideologické proudy, dokonce „hrají aktivní roli, mobilizují čtenáře, aby tak získali podporu v rámci politických sporů. Vysílání veřejné služby bývá částečně zpolitizováno. Jak novináři, tak vlastníci médií často mají vazby nebo napojení na politiku a novináři se vcelku běžně stávají politiky a naopak“ (Hallin, Mancini, 2008, s. 126). Přestože se národní tiskové agentury většinou odvolávají na charakteristiky jako „neutrální“, „nestranná“ či „nezávislá“, v jejich historii je možné nalézt odkazy na politický paralelismus.

Tradice pluralitního tisku byla ve Španělsku přerušena Frankovou diktaturou. V té době byla založena agentura EFE jako politický mluvčí režimu. Při pozvolném přechodu k demokracii „sloužila média jako informační kanály co do postupu politické změny zaváděné reformní vládou a zároveň jako platforma pro artikulaci politických požadavků nově se formujících politických a odborových organizací“ (Gunther, Montero, Wert cit in. Ibid., s. 131). V prvním období transformace (1975–1982) cítila většina novinářů povinnost propagovat demokratické uspořádání a opozici vůči frankismu (Ibid.). Vláda se rozhodla pro ponechání EFE jako státní agentury a její chod dotovala z veřejných fondů (Barrera, Apezarena, 2013). EFE pečovala o image „nového“ Španělska a snažila se zvýšit jeho mezinárodní uznání. Vlastně se její patriotické cíle podobaly těm z roku 1939, ale její politické zájmy byly nyní uváděny v kontextu demokratických změn (Ibid.). Dodnes je EFE napojena na nejvyšší politiky. V roce 2010 informovala španělská média<sup>11</sup> o tom, že do čela agentury byl dosazen bratranec premiéra José Luise Rodrígueza. Zapatera José Miguel Vidal Zapatero, jenž byl zároveň jedním z jeho nejbližších poradců<sup>12</sup>. Přestože je politický paralelismus ve většině zemí Evropy na ústupu, u španělských médií naopak sílí a rozděluje je na dva soupeřící tábory (Hallin, Mancini, 2008). Zvláštních práv se také dožadují některé autonomní oblasti Španělska, což se odráží i v regionálním tisku a například agentura EFE zavedla zpravodajství v menšinových jazycích katalánštině a galicijštině. Vznikly také regionální agentury. Ideologické implikace

---

<sup>11</sup> Např. <http://www.libertaddigital.com/sociedad/zapatero-coloca-a-su-primo-favorito-en-el-consejo-de-administracion-de-efe-1276392923/> [cit. 2013-05-05]

<sup>12</sup> Oficiální dokumenty, které by tuto informaci potvrdily nebo vyvrátily, jsou bohužel nedostupné. Přímý dotaz položený emailem agentuře byl ignorován.

vyšly najevo i z výzkumu španělských novinářů, který ukázal, že více než 85 % z nich věří, že hranice mezi informacemi a názory nejsou ostré (Ibid.).

Severoatlantický model se naopak snaží klást větší důraz na informační a narativní styl psaní. Silný komerční tisk předpokládá politickou neutralitu a nízkou míru politického paralelismu, ale, jak upozorňují Hallin a Mancini, v liberálním modelu najdeme velké rozdíly. „Není náhodou, že se koncept *paralelismu stran a tisku* rozvinul právě v Británii, kde tisk i přes komerční charakter a přes důležité postavení diskurzu zaměřeného na fakta vždy odrážel rozdělení stranické politiky“, avšak „stranická pouta britských novin se podobně jako u jiných zemí v poválečném období oslabila“, ale dodnes je britské zpravodajství popisováno jako „rozsáhlejší, různorodější, více zaměřené na strany, s méně jednostrannými komentáři a ohleduplnější než americké zpravodajství“, i když existují důkazy, že „se tento postoj proměnil ve prospěch američtějšího stylu informování, který vyvolala tržní orientace novinářů při rozhodování, co považovat za zajímavý příběh“ (Ibid., s. 233–240).

Agentura PA byla na konci 60. let kritizována za tendenci interpretovat fakta (Moncrieff, 2001). Problém byl viděn také v upozorňování na určité aspekty událostí a zvýrazňování vybraných titulků. Dvě významné instituce (Confederation of British Industry a National Union of Journalists) naznačovaly, že tyto tendence „vedou ke snížení úrovně žurnalistu a představují potencionální nebezpečí pro zavádění stereotypů a jednotného souboru zpravodajských hodnot“ (Ibid., s. 153). Tato kritika byla vznesena v době, kdy se PA nacházela v těžké situaci, protože byla také nařčena z monopolního postavení. PA se hájila, že její redaktoři nejsou úplatní a že musí konkurovat televizi, rádiu, národnímu i provinčnímu tisku. Dále upozornila, že je družstevní (v té době) společností a že vlastníci (vydavatelé provinčních novin z Anglie, Skotska, Walesu i Irska) mají moc ovlivňovat její konání (Ibid.).

V severní Evropě zřejmě ke „koexistenci mediálního stranění a masového nákladu“ přispěla „ústřední role, kterou hrál tisk ve společnosti“ (Hallin, Mancini, 2008, s. 178–180). Čtení novin se ve Švédsku stalo „zásadní součástí participace v náboženské, politické nebo etnické komunitě“, a tak „politické stranění bylo spojeno se společenskými třídami nebo s ideologií a noviny byly provázány se stranami a odbory“ (Ibid., s. 180–181). Podíl stranických deníků

představoval ve Švédsku 97 % celkového tisku ještě v roce 1977 (Høyer, Lorentzen cit. in Hallin, Mancini, 2008).

Agentura TT je vlastněna 11 významnými deníky, resp. mediálními skupinami. V tabulce 3 jsou deníky uvedeny s podíly a politickým zaměřením, ke kterému se oficiálně hlásí (viz jejich webové stránky). Deníky jsou řazeny podle podílu na kapitálu TT (podrobnosti viz empirická část práce). Zbylí tři vlastníci jsou mediální společnosti, vlastníci více deníků různého zaměření, proto není možné je do tabulky zahrnout.

**Tabulka 3: Vlastníci TT a jejich ideologická inklinace**

Název deníku	Politická příslušnost
Aftonbladet	Sociálně demokratický
Svenska Dagbladet	Liberálně konzervativní
Expressen	Nezávislý liberální
Dagens Nyheter	Nezávislý liberální
Sydsvenska Dagbladets	Nezávislý liberální
Norrköpings Tidningar	Umírněný
Upsala Nya Tidning	Nezávislý liberální
Vestmanlands Läns Tidning	Liberální

Zdroj: Oficiální internetové stránky deníků

Vlastníci TT mají podíly rozděleny tak, aby nikdo nebyl dominantním akcionářem a nemohl získat převahu v kontrole agentury.

### 3.2.3 Profesionalismus

Mezi nejdůležitější parametry profesionalizace patří podle Hallina a Manciniho autonomie, vlastní profesní normy a orientace na veřejnou službu. McQuail (2007, s. 152) shrnuje

nejčastější principy správného profesionálního chování v oblasti zpravodajské žurnalistiky do tohoto výčtu:

- pravda a přesnost
- nestrannost a nepředpojatost
- respekt k soukromí jednotlivce
- nezávislost na parciálních zájmech
- odpovědnost ke společnosti a veřejnému blahu
- odpovědnost vůči zákonu
- slušnost a dobrý vkus

Ve Španělsku byl vývoj novinářské profese ovlivněn mnoha lety diktatury a intervencí státu. Úroveň profesionalizace je v zemích polarizovaného pluralismu obecně nižší, ale „neznamená to, že by byli novináři středomořských zemí méně vzdělaní než novináři v jiných oblastech. Španělští novináři mají univerzitní vzdělání častěji než novináři v Británii“ (Hallin, Mancini, 2008, s. 138). Profesní organizace a novinářské odbory nejsou v zemích jižní Evropy nijak zvlášť silné. Ve Španělsku je sice „členem profesní asociace, přetrvávající ze dnů fašistického korporativismu, přibližně 60 % novinářů, ale členství je jen věcí tradice“ (Ibid., s. 139). Podle výzkumů se také ukazuje, že španělští novináři jsou často manipulováni svými nadřízenými a někdy cítí tlaky také ze strany vlastníků, dále také nesouhlasí, že by byli „nezávislí na politické či ekonomické moci“ (Ibid., s. 145). Zajímavé je, že „na rozdíl od Itálie nebo Řecka jsou ve Španělsku v oblasti mediálního vlastnictví dominantní mediální konglomeráty – nikoli společnosti se základnou v jiných odvětvích“, nicméně „španělští vlastníci médií mají jasné politické vazby. V případě Španělska hrají důležitou roli také banky“ (Ibid., s. 142–143). To přesně koresponduje i s poznatky o agentuře EFE, jejímiž prvními vlastníky byly také „s vládou spřízněné banky“ (Kim Soon, 1989).

Novinářské kodexy jsou založeny na tradicích a zvycích dané země, jedním z propracovaných mezinárodních dokumentů jsou *Mezinárodní zásady profesionální etiky v žurnalistice*

*(International Principles of Ethics in Journalism)*, vydané pod záštitou UNESCO v roce 1983. Jak ale říká McQuail, je velmi složité dosáhnout účinné samoregulace (McQuail, 2007). Například agentura EFE vydala v roce 2006 redakční stanovy (Estatuto de redacción de la agencia EFE), což je interní norma závazná pro všechny zaměstnance a dodržování jejího obsahu je vymahatelné skrz kontrolní radu redakce, která byla za tímto účelem speciálně vytvořena.

V Británii a v ostatních zemích severoatlantického modelu je profesionalismus relativně silný (Hallin, Mancini, 2008). Zatímco v Severní Americe „souvisela profesionalizace žurnalistiky s posunem k politicky neutrálním monopolním novinám...a zprávy byly odděleny od názorů, a to jak žurnalistů, tak vlastníků“, v Británii existoval „politický paralelismus na mnohem vyšší úrovni. Instrumentalizace tisku vlastníky ustoupila během 20. století, třebaže pravděpodobně ne v takové míře jako v Severní Americe“ (Ibid., s. 243–246), v čemž sehrál významnou roli Rupert Murdoch a jeho News Corporation, se kterou vstoupil na trh v roce 1969 a „trval na kontrole politického obsahu svých médií, která používal ke svým zásahům do politiky“ (Shawcross cit. in Hallin, Mancini, 2008, s. 246). Co se týče vzdělání novinářů v Británii, tak až do 80. let 20. století mělo jen relativně malé množství novinářů vysokoškolský titul. V souvislosti s autonomií novinářů vznikají v Británii rady se statutem oddělujícím redakční a podnikatelskou kontrolu. Britští mediální experti uvádí, že „šedesátá a sedmdesátá léta 20. století byla vrcholem autonomie novinářů, po které následoval posun k centralizovanější redakční kontrole“ (Curran, Leys cit. in Hallin, Mancini, 2008, s. 247). Jako formální autoregulační organizace novinářů funguje v Británii Rada pro stížnosti čtenářů (Press Complaints Commission, PCC). V souvislosti se skandálem nelegálních odposlechů (viz níže a v kapitole o PA) označil premiér David Cameron PCC za „neefektivního a důslednost postrádajícího“ hlídacího psa, kterého je potřeba nahradit „zcela novým systémem“ (BBC News, 2011)<sup>13</sup>. V současnosti jsme svědky historického okamžiku britského novinářského profesionalismu. Po skandálu s odposlechy a následném ukončení vydávání bulvárního týdeníku News of the World společnosti News Corporation, jejímž vlastníkem je Rupert Murdoch, proběhlo a stále probíhá rozsáhlé vyšetřování a vyslýchání stovek osob. Premiér Cameron nechal sestavit komise, jejímiž členy jsou vedle dalších také spolumajitelé

---

<sup>13</sup> Článek dostupný na <http://www.bbc.co.uk/news/uk-politics-14073718> [cit.2013-04-02].

agentury PA – vydavatel News International, Trinity Mirror nebo Telegraph Media Group<sup>14</sup> – a kterou dotuje Ministerstvo vnitra a Ministerstvo pro kulturu, média a sport<sup>15</sup>. Podle výroční zprávy PA byla ze zapletení do skandálu obviněna také královská reportérka Laura Elston, která však byla záhy zproštěna viny. PA má několik interních etických dokumentů, jimiž se zavazuje k profesionálním hodnotám. Podrobněji je popisuje kapitola 4.1.

Pro Švédsko jsou, jak už bylo řečeno, typické vazby na organizované politické síly. Přestože by to mohlo vypadat jako brzda v rozvoji profesionalismu, „v případě Švédska vysoký náklad tisku umožnil zpravodajským organizacím kumulovat podstatné ekonomické zdroje a nabídnout tak slušné platy novinářům, kteří si proto nebyli nuceni hledat jiné zdroje příjmu (Hallin, Mancini, 2008, s. 198). Na rozdíl od Británie a Španělska existují ve Švédsku velmi silné samoregulační organizace. „Nejsilnější je Švédská tisková rada...její silná pozice vychází z několika předpokladů: má pravomoc vymáhat pokuty od novin a vyžadovat otištění svých rozhodnutí; je řízena soudcem a zástupci mediálního průmyslu tvoří menšinu jejích členů; je doplněna tiskovým ombudsmanem, který pomáhá při vyšetřování stížností...nejdůležitější však je, že má velkou míru legitimacy mezi švédskými novináři a vydavateli“ (Ibid., s. 200). Švédská tisková rada (Pressens Opinionsnämnd, PON) je mnohdy uváděna jako vzor a ve své studii ji používá také například výzkumné centrum Oxfordské univerzity pro studium žurnalistiky Reuters Institute for Study of Journalism, které připravilo komparativní analýzu tiskových rad vybraných zemí (údaje za Británii a Švédsko viz tabulka 4), jako podklad pro reformu samoregulačních orgánů v Británii, po již zmíněném skandálu v roce 2011.

---

<sup>14</sup> Dceřiná společnost News Corporation

<sup>15</sup> Více je o Levesonově komisi zmíněno v empirické části nebo také na <http://www.levesoninquiry.org.uk/>



**Tabulka 4: Porovnání samoregulace – švédská versus britská tisková rada**

Země	Švédsko	Británie
Zkratka	PON	PCC
Založení	1916/ombudsman 1969	1991
Rozpočet	15 mil. Kč	57 mil. Kč
Zaměstnanci	5	17
Populace	9 miliónů	62 miliónů
Počet obdržených/podpořených stížností	288/53	7351/20
Financování	Vydavatelé a symbolické příspěvky žurnalistů	Vydavatelé
Rada	Soudci a nezávislí (většina), průmysl	Nezávislí (většina), členové redakcí
Rozsah	Tisk/online, pouze online	Tisk/online, pouze online, vyjma Northern&Shell
Statut	Svobodná nezávislá autoregulace	Svobodná autoregulace
Stěžovatel	Postižená osoba	Postižená osoba, kdokoliv
Smíření před rozsudkem	ojediněle	prosazováno
Budoucnost	rozšíření členství o Twitter a blogy	Levesonova komise, reforma PCC

Zdroj: Reuters Institute for Study of Journalism

Vedle efektivní tiskové rady je také pro Švédsko, stejně jako pro další skandinávské země, typické relativně brzké zahájení vyučování žurnalistiky na vysokých školách. V Göteborgu byl první kurz zaveden v roce 1930 (Ibid.). Přestože se mezi novináři „začala v 60. letech pěstovat kultura kritického profesionalismu...zpravodajství si stále uchovává politicko/ideologickou identitu“ (Ibid., s. 204–205).

### 3.2.4 Role státu

Ze všech čtyř parametrů je role státu ta nejkomplexnější, „protože odráží kombinaci tradic autoritářské intervence a demokratických tradic sociálního státu podobajících se tradicím převládajícím v zemích demokratického korporativismu“ (Ibid., s. 147). Možnosti státu ovlivňovat média přesahují dosah jiných proměnných.

Ve Španělsku hrál stát prostřednictvím médií roli cenzora. Agentura EFE byla založena během Frankova diktátorského režimu jako jeden z hlavních nástrojů cenzury a propagandy.

Po dobu autoritářského režimu byla státem vlastněna prakticky všechna média, ač fungovala na komerčním principu (neexistovaly například licenční poplatky). Nicméně po smrti Franca se situace měnila jen velmi pomalu. „Ve Španělsku byly legislativní akce namířené proti novinářům v sedmdesátých letech a na počátku osmdesátých let zcela běžné a legislativní nátlak na vlastníky médií je stále důležitou strategií,“ navíc „španělská vláda držela 25% vlastnický podíl ve všech hlavních rozhlasových sítích až do počátku devadesátých let...španělský stát si ale udržel pevnou kontrolu nad vysílacími licencemi a věnoval pečlivou pozornost politickému zaměření licencovaných stanic“ (Ibid., s. 148–153). Diskurz veřejné služby má slabé postavení, protože „téměř neustále dochází ke státním intervencím mediálního trhu jako cynickému pokusu o politickou kontrolu“ (Ibid., s. 153).

Naopak Švédsko a celá severní Evropa je charakteristická omezenou vládní mocí. Liberalismus vyhrál už na počátku 19. století a „v mediální sféře se to projevovalo silnou ochranou svobody tisku a poskytováním veřejného přístupu k veřejným informacím“ (Ibid., s. 188). Dnes je Švédsko silným sociálním státem, kde funguje přímá podpora tisku. Dotace tvoří odhadem asi 5–35 % příjmů, i když „podpora většinou představuje malý podíl z obrátu velkých komerčních listů, pro ekonomicky slabší tituly může být velmi důležitá“ (Ibid., s. 190). Stát tedy chrání svobodu tisku, ale na druhou stranu velkou mírou média reguluje. Zajímavostí například je, že ve Švédsku stát „reguluje přístup stran do elektronických médií během volební kampaně“, ale „poskytuje stranickému předvolebnímu vysílání bezplatný televizní čas“ (Ibid., s. 191).

Británie a další země liberálního modelu jsou typické silnou rolí soukromé sektoru a omezenou rolí státu. Avšak rozdíly mezi USA a Británií jsou „markantnější v oblasti vysílání, jelikož Británii si vybudovala silný systém vysílání veřejné služby,“ od zbytku Evropy se také liší tím, že o generaci dříve spustila komerční vysílání, ale „BBC a ITV soupeřily o publikum, nikoliv o příjmy“ (Ibid., s. 242–256). Důležitým regulačním orgánem v tiskovém sektoru je komise PCC. Jak již bylo řečeno, její role je v podstatě od samého založení velmi diskutabilní a v současné době je její postavení zpochybňováno ještě víc (viz předešlé i následující kapitoly). Vztah PA a státu (stejně jako vztah dalších zpravodajských médií a státu) byl ovlivněn „vývojem státní politiky národní bezpečnosti...jak Británie, tak Spojené státy jsou

světovými mocnostmi, které vlastní jaderné zbraně a výrazně se angažují v mezinárodních konfliktech. Oba mediální i státní systémy spolupracují ve válečných situacích...kultura národní bezpečnosti podstatně přispěla k představě, že novináři i vládní úředníci z určitého ohledu reprezentují společný veřejný zájem, což vede k institucionalizovanému vztahu důvěry a vzájemné závislosti“ (Ibid., s. 258–259). V úvodním slově knihy o historii PA, kterou napsal bývalý novinář agentury PA Chris Moncrieff, označil Tony Blair politické reportéry jako „zkušené kolegy“ (Mocrieff, 2001, s. ix).

Přestože se zpravodajské agentury mohou tvářit jako nezávislé na státu, je obecně známo, že se snažily a snaží svými službami reflektovat příslušný národní zájem. Havas, Reuter a Wolff byly sice soukromé, ale například během druhé světové války byla státní podpora nezbytná. Jak uvádí Jane Chapman (2005), agentury by nebyly schopné reportovat z odlehlých zámořských oblastí, které byly pro vládu významné. Politická subvence sice nejde ruku v ruce se západními zpravodajskými hodnotami, protože to je nezbytná prerekvizita nezávislosti médií na státní a politické kontrole, Boyd-Barrett (1998) však říká, že představa o komerčních médiích jako garantech veřejného prostoru upřednostňuje zájmy ekonomického a finančního procesu nad formálně-politickým procesem.

## 4. Kvalitativní analýza tiskových agentur

### 4.1 Press Association

#### 4.1.1 Mediální krajina

Britský mediální prostor je obrovský, spletitý a velmi vyspělý. Ačkoliv žádný z hlavních globálních konglomerátů médií nesídlí v Británii, některé organizace, jako například britská BBC, mají významné mezinárodní postavení. Britský mediální systém je poměrně otevřený a účastní se ho významní hráči od světového přes národní až po velký počet lokálních a regionálních médií. Z těch světových se patří jmenovat News Corporation, Bertelsmann nebo Time Warner. Pro korektnost je důležité zmínit, že ač mluvíme o britské mediální krajině, ve skutečnosti se dělí dle správního členění a každá země (Anglie, Wales, Skotsko a Severní Irsko) má také svá vlastní média. Od počátku vlády premiérky Margaret Thatcherové v roce 1979 došlo k nárůstu deregulace mediálního trhu a jeho otevření globálnímu prostředí. Také z důvodu používání angličtiny jako hlavního dorozumívacího jazyka v globálním světě, můžeme Británii řadit spolu s USA ke dvěma nejvýznamnějším mediálním mocnostem.

#### 4.1.2 Tiskové agentury

Londýn je centrem informačních toků a zpravodajských zdrojů. Sídlí zde některé mezinárodní tiskové, foto i video agentury (například Associated Press News Television). Před fúzí s Thomson Corporation zde měla centrálu agentura Reuters<sup>16</sup>. Pobočky v Londýně mají všechny nejvýznamnější mezinárodní i světové agentury (jmenujme například AFP, EFE, AP, Bloomberg, Dow Jones, DPA, IRNA, ITAR-Tass, Xinhua). Národní agenturou je Press Association. Dále zde funguje více než sto lokálních agentur (Bromley in Terzis, 2007). Většina z nich je sdružená pod asociaci NAPA (National Association of Press Agencies). Jenom Skotsko má podle NAPA 8 vlastních agentur (Capital Press Agency, Centre Press Agency, CopyLine Scotland, Deadline Press & Picture Agency, Flag Media, Northscot Press

---

<sup>16</sup> Nynější Thomson Reuters má ústředí v New Yorku.

Agency, Press Team Scotland Ltd, SNS Group)<sup>17</sup>. Velké množství britských novinářů pracuje nezávisle (Ibid.).

#### **4.1.3 Regulace vlastnictví médií**

Evropská komise vydala v roce 2007 dokument shrnující situaci pluralitního vlastnictví médií v evropských zemích *Commission Staff Working Paper: Media Pluralism in the Member States of the European Union*. Tato studie zkoumá stav mediálního pluralismu v členských státech Evropské unie a na základě výsledků navrhuje další kroky a opatření<sup>18</sup>. Z analýzy pro Spojené království vyplývá, že neexistuje žádné omezení, které by se týkalo výhradně tiskových agentur. Základ legislativy tvoří v oblasti regulace vlastnictví médií tzv. Communications Act 2003. Státní tajemník spolupracuje s britským regulačním orgánem pro sdělovací prostředky a telekomunikace Ofcom (Office of Communications) a Komisí pro ochranu hospodářské soutěže (Competition Commission) a může zasáhnout v oblasti televizní fúze, která by ohrožovala veřejný zájem a mohla mít negativní vliv na pluralitu, diverzitu a normativnost. V každé místní oblasti („local area“) Spojeného království musí být přinejmenším 3 oddělené komerční mediální skupiny provozující noviny, rádio nebo terestriální TV. Nikdo, kdo kontroluje více než 20 % národních novin, nesmí vlastnit více než 20 % ITV licence<sup>19</sup>. Vlastník místních novin nemůže vlastnit lokální rádiovou stanici, kde noviny představují více než 50 % oběhu v rámci oblasti pokrytí stanice (Media...2007).

#### **4.1.4 Press Association**

Press Association (PA) je národní zpravodajská agentura pro Spojené království a Irsko a jeden z hlavních zprostředkovatelů multimediálního obsahu (text, data, obrázky, videa) napříč internetovým, mobilním, vysílacím a tištěným prostředím. Byla založena v roce 1868 skupinou provinčních vlastníků novin. V současné době se soustředí především na kompletní servis jak pro digitální, tak pro tištěnou mediální klientelu. PA je součástí PA Group, do které

---

<sup>17</sup> [http://www.napa.org.uk/users/directory\\_results.php?Region=Scotland](http://www.napa.org.uk/users/directory_results.php?Region=Scotland)

<sup>18</sup> Více informací v dokumentu *Media pluralism in the Member States of the EU*, viz [https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/media\\_pluralism\\_swp\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/media_pluralism_swp_en.pdf)

<sup>19</sup> ITV Network Ltd je komerční televizní síť v Británii a největší konkurent veřejnoprávní BBC.

je včleněna také MeteoGroup jako kompletní servis o počasí. MeteoGroup je jedna z největších evropských nezávislých společností poskytujících informace o počasí. Byla založena v roce 1986, má globální okruh zákazníků a základny v Evropě, Singapuru a USA. Další oblast obchodních zájmů zajišťuje TNR, což je speciální komunikační konzultační firma PA. TNR nabízí žurnalistické a PR služby – videografy, fotografy a trenéry – s unikátním přístupem do britských médií přes zpravodajské kanály PA. Globelynx spojuje rozrůstající se korporátní klientelu s televizními zpravodajskými vysíláními ve Velké Británii i ve světě. TNR byla založena v roce 2001 a jejím hlavním posláním je usnadnit a zprostředkovat online televizní vysílání přímo z kanceláří klientů – obchodních společností – pomocí samoobslužných kamerových systémů.

Centrála PA sídlí v Londýně. Další kanceláře jsou rozmístěny následovně:

- Anglie (Howden, Nottingham, Westminster, Bristol, Newcastle)
- Skotsko (Glasgow)
- Severní Irsko (Belfast)
- Čína (Hong Kong)

#### **4.1.4.1 Historie**

PA byla založena v roce 1868 provinčními listy britských ostrovů, tedy novinami z Anglie, Skotska, Walesu a Irska<sup>20</sup>. Hlavním impulzem pro vytvoření společnosti byla privatizace telegrafních firem, která dovolila vzniknout konkurenčnímu prostředí. Agentura PA je založena jako společnost s ručením omezeným a podíly mohou vlastnit pouze provinční listy. Začátkem 20. století začaly vycházet lokální mutace, například v Glasgow a Manchesteru (Bunzllová, 1980). PA se soustředila hlavně na oblast britských ostrovů a mimo toto území se dlouhou dobu nepouštěla. Říkávalo se, že vše na jih od Doveru patří mezinárodní agentuře Reuters (Moncrieff, 2001). Postupně začali reportéři vycestovávat i mimo Spojené království, nicméně například stálého zahraničního reportéra vyslala PA do Bruselu až v roce 1977 a pobočka v New Yorku byla otevřena v roce 2001 (Ibid.). Tradičně si PA zakládá na sportovním zpravodajství (především z prostředí Brity oblíbeného fotbalu, kriketu, golfu nebo

---

<sup>20</sup> PA vznikla ve snaze vytvořit, jak uvádí oficiální webová stránka, přesnější a spolehlivější alternativu k monopolnímu servisu telegrafních společností (viz [www.pressassociation.com](http://www.pressassociation.com))

tenisu). Svým pokrytím a nabídkou služeb má v současné době agentura PA na britském zpravodajském trhu výsadní postavení. Nebývalo tomu tak vždy. PA musela bojovat se skutečnou konkurencí, která se jí snažila zatlačit do kouta. Chronologicky se jednalo o Exchange Telegraph, British United Press a UK News (Ibid.).

### **PA v zajímavých datech:<sup>21</sup>**

- 1870 podepsána smlouva s Reuter's Telegram Company; výhradní právo rozšiřovat zahraniční zpravodajství agentury Reuters na území Spojeného království; PA odesílá první balík vlastních regionálních zpráv; první telegrafní zpráva
- 1890 uzavřela dohodu s Reuters o zavedení speciální služby komentářů a rozhovorů (Reuter Special)
- 1900 na přelomu století PA modernizuje své vybavení, kupuje první psací stroje, namontovává Morseovy telegrafy a malé zpravodajské páskové telegrafy
- 1905 zavedení používání telefonu
- 1920 budování telegrafní sítě Creed Transmission Systém
- 1922 stěhování do Fleet Street
- 1925 kupuje 53 % Reuters Ltd.<sup>22</sup>
- 1941 předává polovinu akcií Sdružení majitelů londýnských novin
- 1944 představena fotoslužba<sup>23</sup>
- 1949 přechod na tónový telegraf
- 1960–1980 modernizace technického zázemí (počítače, dálnopisy, rychlosazeče, apod.)
- 1995 přesun sídla do Londýnské Victorie
- 2012 PA byl udělen Mezinárodním olympijským výborem status hostující národní tiskové agentury Letních olympijských her 2012 v Londýně, což jí umožnilo výhradní postavení a přístup většího počtu reportérů a fotografů na sportoviště; za svůj výkon nakonec obdržela PA také cenu Evropské aliance tiskových agentur.

---

<sup>21</sup> Zdroj <http://www.pressassociation.com/>

<sup>22</sup> V roce 1930 kupuje další podíly, od roku 1941 byla Reuters vlastněna společně s News Proprietors' Association. rozměr Britského společenství dodalo připojení Australian Associated Press a New Zealand Press Association v roce 1947 a Press Trust of India v roce 1949

<sup>23</sup> V roce 1981 se PA chlubí jako první médium s fotografií princezny Diany ve svatebních šatech

#### 4.1.4.2 Vlastnictví:

PA Group je soukromá obchodní společnost, kterou vlastní 27 podílů. Většina z nich jsou národní a regionální vydavatelé novin. Přesný seznam vlastníků a jejich podílů mi PA bohužel nechtěla poskytnout. Zde je seznam organizací, pod které spadají jednotliví vlastníci podílů:

- Daily Mail and General Trust

- britský mediální konglomerát, jeden z největších v Evropě, vlastní britské národní a regionální noviny, televizi a rádio, byl založen v roce 1922 a má obrat téměř 2 miliardy liber (2011), zaměstnává 14 tisíc lidí (2012)



Zdroj: [www.dmgmt.co.uk](http://www.dmgmt.co.uk)

- News International

- NI Group (dříve News International) je britský novinový vydavatel a dceřiná společnost kompletně vlastněná News Corporation. Vydává mimo jiné The Times, The Sunday Times a The Sun. News Corporation (založena 1979<sup>24</sup> Rupertem Murdochem v Austrálii) je druhá největší multimediální korporace na světě s obratem 34 miliard USD (2012) a 48 tisíci zaměstnanci (2012).



Zdroj: [www.newsint.co.uk](http://www.newsint.co.uk)

- United Business Media

- UBM je nadnárodní mediální společnost sídlící v Londýně, byla založena v roce 1918, roční obrat činí téměř 800 miliónů liber (2012), zaměstnává 6,5 tisíce lidí (2012)



Zdroj: [www.ubm.com](http://www.ubm.com)

---

<sup>24</sup> News Corporation je založena jako holdingová společnost News Limited, která vznikla v roce 1923 také v Austrálii.



- Trinity Mirror plc

- velký vydavatel britských novin a časopisů. Je to největší britský novinový vydavatel (240 regionálních novin včetně Daily Mirror, People), byl založen v roce 1908, roční obrat je 762 miliónů liber (2010), zaměstnává 6,5 tisíce lidí (2010)

Zdroj: [www.trinitymirror.com](http://www.trinitymirror.com)

Trinity Mirror plc

- Guardian Media Group

- GMG je partnerskou společností Guardian News & Media (GNM), vydavatelem The Guardian a The Observer a online novin [guardian.co.uk](http://guardian.co.uk) a [guardiannews.com](http://guardiannews.com). Byla založena v roce 1907 (Manchester Guardian), resp. 1993 (GMP), roční obrat je 254 miliónů liber (2012)

Zdroj: [www.gmgplc.co.uk](http://www.gmgplc.co.uk)



- The Telegraph Group

- Telegraph Media Group je multimediální novinový vydavatel (např. deníku The Daily Telegraph a sesterského The Sunday Telegraph). Je to dceřiná společnost Press Holdings, kterou vlastní bratři Bacleyovi.

Zdroj: [www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)

Telegraph.co.uk

- Johnston Press

- Johnston Press je skotský novinový vydavatel (nejvýznamnějším titulem je The Scotsman a



Yorkshire Post). Je to druhý největší novinový vydavatel lokálních tiskovin v Británii, byl založený v roce 1767, v roce 2010 měl obrat téměř 400 miliónů liber.

Zdroj: [www.johnstonpress.co.uk](http://www.johnstonpress.co.uk)

- Archant

- Archant je britský vydavatel 4 novin, 75 týdeníků a 75 časopisů. Vznikl v roce 1845, roční obrat je 135 miliónů liber (2011) a zaměstnává kolem 2600 lidí.

Zdroj: [www.archant.co.uk](http://www.archant.co.uk)



- DC Thomson

- D.C.Thomson & Co. je vydavatelská společnost novin (např. lokální The Courier, národní Sunday Post), komiksů a časopisů se sídlem ve Skotsku, byla založená v roce 1905 Davidem Couparem Thomsonem. Zaměstnává 1700 lidí.

Zdroj: [www.dcthomson.co.uk](http://www.dcthomson.co.uk)



- Midland News Association

- Midland News Association (MNA Media) je největší britský vydavatel regionálních tiskovin (vydává například nejprodávanější regionální noviny Express & Star a Shropshire Star), byl založen v roce 1889.

Zdroj: [www.expressandstar.com](http://www.expressandstar.com)



- Thomas Crosbie & C

- Thomas Crosbie Holdings je rodinný mediální a vydavatelský podnik se sídlem v Irsku (vydává například Irish Examiner, třetí nejčtenější irské noviny). Zaměstnává 640 lidí (2012)



Zdroj: [www.tch.ie](http://www.tch.ie)

#### 4.1.4.3 Orgány a jejich členové

Nejvyšším orgánem společnosti je představenstvo, které se skládá z předsedy, výkonných ředitelů a nevýkonných ředitelů. Předsedou je od roku 2010 Murdoch MacLennan. Vedení exekutivní části zastává šestičlenný tým (současná podoba viz tabulka 5).

**Tabulka 5: Senior Management PA**

Jméno	Funkce	V představenstvu od roku	V PA od roku
Clive Marshall	Výkonný ředitel PA Group	2010	1993
Steve Brown	Finanční ředitel PA Group	1996	1995
Jennifer Campbell	Výkonná ředitelka MeteoGroup	2008	1996
Andrew Dowsett	Technický ředitel PA Group	2011	2010
Tony Watson	Výkonný ředitel PA	2007	2003
Marc Tucker	Obchodní ředitel PA	2011	1984

Zdroj: Vlastní tvorba, data z [www.pressassociation.com](http://www.pressassociation.com)

Nevýkonní předsedové představenstva jsou většinou také ředitelé společností vlastnících podíly PA. Jejich původ a pozice v agentuře a v domovské organizaci uvádí tabulka 6.

**Tabulka 6: Nevýkonní ředitelé PA**

<b>Jméno</b>	<b>Původ</b>	<b>Pozice v původní organizaci</b>	<b>V představenstvu od roku</b>
Murdoch MacLennan	Telegraph Media Group	Výkonný ředitel	2010
Kevin Beatty	A&N Media	Výkonný ředitel	2004
Alan Crosbie	Thomas Crosbie Holdings, Examiner	Předseda	2001
Adrian Jeakings	Archant	Výkonný ředitel	2009
Simon Fox	Trinity Mirror	Výkonný ředitel	2012
Mike Darcey	News International Group	Výkonný ředitel	2013
David Levin	UBM	Výkonný ředitel	NA*

Zdroj: Vlastní tvorba, data z [www.pressassociation.com](http://www.pressassociation.com), nedostupná data označena zkratkou NA

Představenstvo je zodpovědné za vypracování výroční zprávy a finančního výkazu dle příslušných zákonů a nařízení (např. *Companies Act 2006*, *United Kingdom Accounting Standards*, aj.), ty jsou kontrolovány nezávislými auditory. Dále také musí vést odpovídající účetní záznamy, ochraňovat jmění společnosti, případně zavést opatření k prevenci či potírání zpronevěry a udržovat v chodu internetové stránky společnosti.

#### **4.1.4.4 Ekonomický paralelismus**

Podle výroční zprávy agentury za rok 2011 je hlavním cílem PA modernizace a diverzifikace služeb a rozšiřování klientely. Dříve byly tyto služby určeny především pro mediální skupiny, které byly zároveň vlastníky PA. V roce 2011 už více než 50 % příjmů pochází od

nemediálních zákazníků (*Annual Report 2011*). Následující údaje jsou také čerpány z této zprávy.

Všechny části PA Group (UK Group, CNW Group a MeteoGroup) přispívají k obratu firmy (v roce 2011 obrat vzrostl o 7 % oproti předešlému období a činil, včetně společného podnikání, 106 milionů liber). Nezdанěný zisk se zvýšil o 85 % na 10,6 milionu liber a dluh PA Group se tak snížil ze svého dna 14,3 milionu liber (v roce 2008) na 6,1 milionu liber v roce 2011. V minulém roce, tedy po čtyřech letech, PA opět začala vyplácet dividendy.

MeteoGroup je již dva roky kompletně vlastněna PA Group (posledních 5 % podílu bylo od původního majitele odkoupeno v roce 2011 za 1,6 milionu liber). PA začala do MeteoGroup investovat v roce 2005 a od té doby se obrat a zisky více než zdvojnásobily. Operace MeteoGroup jsou rozšířeny po celém světě. Poslední dostupná účetní zpráva (Ibid.) dokládá zisk 5,7 milionu liber v roce 2011 (nárůst o 28 % oproti roku 2010).

CNW Group se zabývá distribucí zpráv a PA Group vlastní 50 % této obchodní společnosti. Z tohoto polovičního podílu profitovala PA 3,8 miliony liber (v roce 2010 to bylo pouze 0,2 milionu).

PA se vždy snažila investovat do nových technologií a modernizovat své služby a produkty. Využívá například aplikaci API (Application Programming Interface), která umožňuje velmi rychle zákazníkům vybrat a obdržet data a obsah, který si přejí.

Jak již bylo řečeno, PA posiluje své postavení pronikáním na korporátní trhy a rozšiřuje své obchodní působení. PA Group nabízí své služby prostřednictvím tiskové agentury The Press Association, obchodu s informacemi o počasí MeteoGroup, konzultačním a PR poradenstvím TNR a společností Globelynx, která zprostředkovává spojení firmám televizním vysíláním (v roce 2011 koupila PA Group 50 % podílu Globelynx). Přehled dceřiných společností PA uvádí tabulka 7.

**Tabulka 7: Přehled společností částečně nebo zcela vlastněných PA Group Limited**

Společnost	Začlenění	Činnost	Podíl (v %)
CNW Group Limited	Kanada	Komunikace a distribuce	50
Abaca US Inc.	USA	Foto publikace	50
Globelynx Limited	Anglie a Wales	TV kamerová síť	50
Donatus BV	Nizozemí	TV kanál o počasí	50
Meteo Strategy SAS	Francie	Meteorologické informace	77
MeteoGroup Deutschland GmbH	Německo	Meteorologické informace	94
MeteoGroup France SAS	Francie	Meteorologické informace	77
MeteoGroup USA Inc.	USA	Meteorologické informace	100
MeteoGroup Polska SP ZOO	Polsko	Meteorologické informace	100
MeteoGroup Scandinavia AB	Švédsko	Meteorologické informace	100
Meteotemp España SL	Španělsko	Meteorologické informace	100
Meteo Services SA	Belgie	Meteorologické informace	86
MeteoGroup UK Limited	Anglie a Wales	Meteorologické informace	100
Meteo Consult BV	Nizozemí	Meteorologické informace	100
PA Sport Asia Limited	Anglie a Wales	Sport	100
iKnowledge Limited	Anglie a Wales	Interaktivní grafika	100
PA Sport UK Limited	Anglie a Wales	Sport	100
PA Information Services India Private Limited	Indie	Management datového zpracování	100
The Press Association of Ireland Limited	Irsko	Zprávy	100
PA Photos Limited	Anglie a Wales	Fotopublikace	100
TNR Communication Limited	Anglie a Wales	Videozprávy	100
The Press Association Limited	Anglie a Wales	Zpravodajství, sport, zábava	100

Zdroj: Vlastní tvorba, *Annual Report 2011*, PA Group Limited

#### 4.1.4.5 *Profesionalismus a role státu*

Státní regulace tisku byla ukončena ve Velké Británii již v 17. století, kdy vypršela platnost tzv. *Licensing Act*. Ten umožňoval státu kontrolovat mediální trh prostřednictvím vydávání licencí novinovým titulům. Dnes je systém založen na samoregulaci.

Po aféře s nelegálními odposlechy bulvárním nedělníkem *News of the World*<sup>25</sup>, vlastněným Rupertem Murdochem, však proběhla v Británii debata o regulaci médií. Vznikl nezávislý sedmičlenný tým pod vedením soudce Briana Levesona (*Leveson Inquiry*), který provedl rozsáhlé vyšetřování vztahů mezi tiskem, veřejností, policií a politiky. Na základě zkoumání vydala komise zprávu, kde navrhuje vytvoření zákonných podmínek pro vznik kontrolního orgánu nezávislého na státu. Premiér David Cameron nakonec prosadil, že zvláštní úřad bude zřízen na základě královské listiny. Jak uvádí na serveru ČT24 Roman Bém ve svém článku z března 2013<sup>26</sup>, v ideálním případě by se měla k novému systému regulace připojit většina médií. Nicméně například vydavatel skupiny *Telegraph* a mediální koncern *News Corporation*, oba jsou spoluvlastníky PA, a mnoho dalších zapojení odmítá a zprávu kritizuje. Proces vyšetřování mediální etiky a žurnalistické praxe však stále ještě není u konce. Podle oficiálních webových stránek Levesonova komise v současné době (květen 2013) odložila realizaci druhé části výslechnů.

PA uvádí ve své výroční zprávě za rok 2011, že zváží zprávu Levesonovy komise a zavede případná opatření pro důslednější audit fungování agentury. Na druhou stranu však agentura zdůrazňuje, že dělá pro dodržování profesionalismu velmi mnoho. V ročence se píše, že na Levesonovu otázku „Kdo hlídá hlídače?“<sup>27</sup> má PA odpověď díky existenci své nadace *Press Association Trust*, založené roku 2008 za účelem kontroly redakční činnosti a vytváření zprávy pro vedení agentury. Dodržování novinářské etiky a profesionálních standardů, určených v Kodexu redakční praxe (*Editor's Code of Practice*)<sup>28</sup>, je závazné pro všechny reportéry, fotografy, kameramany i další žurnalisty PA. Agentura má také své vlastní

---

<sup>25</sup> *News of the World* byl nejčtenější nedělník na světě. V důsledku skandálu ukončil činnost v roce 2011. Poslední číslo vyšlo 10. července.

<sup>26</sup> Dostupný na :<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/clanekRomanBem.html> [cit.2013-04-02].

<sup>27</sup> Soudce Levenson otevřel slyšení dne 14.11.2011 otázkou vztahující se k funkci médií jako hlídačím psům veřejnosti a demokracie: „Who guards the guardians?“ viz <http://www.levesoninquiry.org.uk/> [cit.2013-04-02].

<sup>28</sup> Kodex redakční praxe vzešel v platnost začátkem roku 2012, na jeho dodržování dohlíží zvláštní komise *The Press Complaints Commission*. Více informací na <http://www.pcc.org.uk/>. Úplné znění kodexu dostupné z [http://www.pcc.org.uk/assets/696/Code\\_of\\_Practice\\_2012\\_A4.pdf](http://www.pcc.org.uk/assets/696/Code_of_Practice_2012_A4.pdf)

prohlášení o redakčních hodnotách (*Editorial Values*)<sup>29</sup>, kde se zavazuje k nejvyšší úrovni profesionality.

Na svých webových stránkách PA uvádí, že její vizí je být předním britským zpravodajským partnerem pro média i mimo ně a dodržovat přitom hodnoty „rychle, jasně a precizně“. Své priority shrnuje takto: „Sociální odpovědnost korporace vytváří pozitivní vliv na prostředí a komunity, se kterými PA spolupracuje. To je nedílnou součástí obchodní strategie“ (Ibid.). Dobročinné aktivity agentury jsou orientovány na lokální charity (Dove House Hospice v Howdenu a Samvadanaa Children’s Home in Mangalore). Podporují také žurnalistickou charitu (Journalist’s Charity). Ta o sobě tvrdí, že je přední charitou pro žurnalisty ze všech mediálních oblastí. Pomoc a asistence v podobě grantů a dalších forem finanční podpory je určená nejenom pro novináře, ale také pro jejich partnery a rodinné příslušníky.<sup>30</sup> PA povzbuzuje své zaměstnance k charitativní činnosti skrz „payroll giving“, což je v podstatě finanční dar zaměstnance strháváný ze mzdy a snižující daňové odvody. V roce 2011 darovala PA Group na charitu 16 tisíc liber (*Annual Report 2011*).

Od samého počátku bylo motto agentury „Bez zaujatosti, bez komentářů, bez posuzování“<sup>31</sup>. Na druhou stranu, když v roce 1965 zrušil konkurenční Exchange Telegraph svoje zpravodajské služby a PA se stala výhradním dodavatelem zpráv z parlamentu a celkově získala jedinečné postavení na trhu, spustily se vlny kritik a vytýkaly PA, že je monopolem a také začíná zprávy přetvářet, interpretovat, vysvětlovat, komentovat a zviditelňovat některé jejich části (Moncrieff, 2001). Národní unie žurnalistů (National Union of Journalists) naznačila, že tento trend vede ke snížení standardů profesionalismu a představuje možné nebezpečí v podobě utváření zpravodajských hodnot a stereotypů. Agentura se však bránila, že některá fakta musí vysvětlovat, aby byla vhodná k distribuci, je však naprosto nezávislá a striktně rozlišuje mezi zprávou a komentářem (Ibid.).

---

<sup>29</sup> Dostupné na [www.pressassociation.com](http://www.pressassociation.com)

<sup>30</sup> *Journalist’s Charity* byla založena v roce 1864. Jedním ze zakladatelů byl také Charles Dickens (původně se charita jmenovala *Newspaper Press Fund*, jméno bylo změněno v roce 2005). V současné době má charita centrálu ve městě Dorking a pobočky ve West Midlands, Glasgow a West of Scotland. Mezi nejvýznamnější sponzory patří Press Association, Reuters, Google, Heineken UK, Camelot, Guardian Media Group, atd. Více informací na <http://www.journalistscharity.org.uk/>

<sup>31</sup> „No bias...No opinions...No views“ (Moncrieff, 2001, s. 11)



## 4.2 EFE

### 4.2.1 Španělská mediální krajina

Španělské království je konstituční monarchií s parlamentním politickým systémem. Za vlády diktátora Francisca Franca (1939–1975) byla španělská média kontrolována armádou. Stát prostřednictvím cenzury kontroloval tištěná i audiovizuální média. Dalším nástrojem byly tzv. consignas, neboli nařízení, které obsahovaly instrukce, jak mají novináři informovat nebo neinformovat o určitých událostech. Ústřední roli přitom hrála právě agentura EFE, která consignas rozesílala do ostatních médií<sup>32</sup>. Symbolem transformace k demokracii se staly v roce 1975 nově založené, spíše levicově orientované, noviny El País, které se záhy staly nejčtenějším periodikem. Vláda ztratila monopol ve vlastnictví médií. Agenturu EFE si však ponechala (Kim Soon, 1989). Role státu je ve španělských médiích velmi silná, v posledních dekádách 20. století dokonce propojení politiky a vlastnictví médií roste (Hallin, Mancini, 2008). Od roku 1978 je ústavou zaručená svoboda slova a tisku. Avšak platný tiskový zákon je z roku 1966, tedy z doby Frankovy diktatury. Legislativní normy audiovizuálních médií pochází z 80. a 90. let minulého století. Stát kontroloval rádio do roku 1977 a soukromé televizní stanice začaly vysílat až v 90. letech. Mediální liberalizace během demokratické transformace nicméně dokončena v oblasti médií nebyla. Zákony podporující státní sdělovací prostředky, přijaté v letech 1975 až 1980, jsou dědictvím mnoha let diktatury (Barrera, Apezarena, 2013).

### 4.2.2 Tiskové agentury

Největší a nejvýznamnější je státní španělská agentura EFE. Dále na Pyrenejském poloostrovu působí asi 50 agentur různých zaměření, některé pokrývají celou zemi, další se specializují na regionální události<sup>33</sup>. Jmenujme například soukromou agenturu Colpisa,

---

<sup>32</sup> Consignas se týkala nejčastěji politických témat (např. zákaz komentování neúspěšného atentátu na Hitlera v roce 1939), omezovala také oblast kultury (např. vytvořila černou listinu celebrit z Hollywoodu, o kterých se nesmělo psát), ale striktně určovala i grafické úpravy a technické detaily (např. používání kurzívy a tučného písma, umístování fotografií, apod.) (Kim Soon, 1989).

<sup>33</sup> Viz [http://www.ejc.net/media\\_landscape/article/spain/](http://www.ejc.net/media_landscape/article/spain/)

Europa Press nebo sdružení regionálních agentur Interagencies (Aragón Press, ACN Press na Kanárských ostrovech, ICAL v Kastilii a Leónu, ANG v Galicii a Vasco Press v Baskicku). Stát vlastní kromě agentury EFE také televizní a rozhlasové stanice RTVE (Radio Televisión Española). Obsah a program audiovizuálních médií je regulován na základě evropských směrnic. Od roku 2002 také existuje zvláštní předpis upravující obsah poskytovaný na internetu. Na tištěná média se žádné zvláštní zákony nevztahují.

#### **4.2.3 Regulace vlastnictví médií**

Ve Španělsku existují dva předpisy vztahující se k vlastnictví médií. Jedná se o zákon 10/1988 o soukromé televizi ve znění pozdějších předpisů (zákon 62/2003) a zákon 10/2005 o digitálním a terestrickém vysílání a deregulaci kabelové televize. Tyto legislativy upravují například zahraniční vlastnictví a zakazují nečlenům Evropské unie vlastnit více než 25 % kapitálového podílu akcionářům v rádiovém vysílání. Neexistují žádná omezení vztahující se ke koncentraci vlastnictví, pouze obecné restrikce pro konkurenci (Media...2007). Toto odlišuje Španělsko od ostatních států středomořského modelu. K vytvoření legislativy omezující koncentraci vlastnictví napříč médii nedošlo především ze dvou důvodů: „mediální skupiny působící zejména v oblasti tisku, z nichž mnohé fungovaly jako rodinné podniky, hrály důležitou roli při přechodu k demokracii a měly velký ekonomický a politický vliv, který využily, aby zabránily jakémukoliv omezení svých aktivit. Navíc jakýkoli pokus o intervenci státu do soukromých médií, především v oblasti tisku, by mohl být chápán jako snaha o posílení moci státu, což by připomínalo zavádění principů Frankova režimu,“ (Llorens, 2010, s. 5)

#### 4.2.4 EFE

Tisková agentura EFE<sup>34</sup> je univerzální a mezinárodní agentura<sup>35</sup>, která „má za cíl přijímat a distribuovat informace ze Španělska a ze světa ve Španělsku a v celém světě, zvláště v Latinské Americe a v oblastech, ve kterých se mluví španělsky. Tato činnost se uskutečňuje všemi možnými prostředky (telefonem, telegrafem, radiotelegrafem, rádiem, televizí, ústně, dopisem, graficky, elektronicky, přes satelit a všemi dalšími dostupnými technickými prostředky) a zahrnuje všechny aspekty politiky, kultury, obchodu, financí, umění, literatury, sportu a jakoukoli další informaci“ (Stanovy EFE, 1994, čl. 2)<sup>36</sup>. Její unikátnost spočívá v pokrytí hispánské a iberoamerické oblasti. Je to největší agentura fungující ve španělském jazyce, národní španělská agentura a čtvrtá největší agentura na světě<sup>37</sup>. EFE má globální síť 3000 korespondentů z 60 národností, kteří působí ve více než 180 městech a 120 zemích světa. Dohromady má však pouze 43 zahraničních filiálek ve 40 různých zemích světa. Za posledních 15 let musela počet zahraničních poboček a korespondentů snížit o více než polovinu.<sup>38</sup>

Stálé pobočky EFE jsou ve 23 městech 20 zemí Jižní a Severní Ameriky, v 10 evropských zemích, resp. městech, 6 asijských zemích, resp. městech a 4 afrických zemích, resp. městech:

- Amerika: Argentina, Bolívie, Brazílie (Rio de Janeiro, Sao Paulo), Čile, Kolumbie, Kostarika, Kuba, Ekvádor, Salvador, USA (Washington, Miami, New York), Guatemala, Honduras, Mexiko, Nikaragua, Panama, Paraguay, Peru, Dominikánská republika, Uruguay, Venezuela.
- Evropa: Německo, Belgie, Francie, Řecko, Itálie, Švýcarsko, Velká Británie, Portugalsko, Rusko, Rakousko
- Asie: Čína, Indie, Írán, Izrael, Japonsko, Thajsko
- Afrika: Alžírsko, Maroko, Egypt, Keňa

---

<sup>34</sup> Původ zkratky je v literatuře vysvětlován nejednoznačně.

<sup>35</sup> Agentura nabízí všechny služby, které se vztahují k novinářství. Podle stanov se její činnost může rozšířit do jakéhokoli sektoru, který má vztah „k všeobecně informativní činnosti a žurnalistickému průmyslu“. Může dodávat své informace „právníkům i fyzickým osobám všeho druhu, veřejným nebo soukromým, národním nebo zahraničním (tiskové agentury, noviny, zpravodajové, rozhlasové a televizní stanice, veřejné a soukromé společnosti atd.).“

<sup>36</sup> Ač od roku 2001 vlastní všechny akcie stát, stanovy zůstaly stejné, přibýly pouze dodatky.

<sup>37</sup> Po Associated Press, Reuters a Agence France-Presse (měřeno dle počtu výstupů, viz [www.efe.com](http://www.efe.com))

<sup>38</sup> Trunečková (1997) uvádí, že EFE mělo 92 poboček, z toho 25 v Evropě.

Na každém místě se nachází jeden korespondent.<sup>39</sup>

Hlavní redakce se nacházejí v Madridu (servis ve španělštině), Bogotě (servis ve španělštině), Káhiře (služby v arabštině) a Rio de Janeiru (servis v portugalštině). Nabízejí produkty klientům po celém světě.

EFE má pobočku ve všech autonomních oblastech Španělska. Konkrétně má své zpravodaje v těchto městech:

- Andalusie: Sevilla, Almería, Cádiz, Ceuta, Córdoba, Granada, Málaga, Melilla
- Aragonie: Zaragoza
- Asturie: Oviedo
- Kanárské ostrovy: Las Palmas, Tenerife
- Kantábrie: Santander
- Kastilie-La Mancha: Toledo
- Kastilie a León: Valladolid, León
- Katalánsko: Barcelona, Girona, Lleida, Tarragona
- Valencie: Valencia, Alicante
- Extramadura: Mérida
- Galicie: Santiago de Compostela, A Coruña, Vigo
- Baleárské ostrovy: Palma de Mallorca
- La Rioja: Logroño
- Murcie: Murcia
- Navarra: Pamplona.
- Baskicko: Vitoria, Bilbao, San Sebastián.

#### **4.2.4.1 Historie**

V roce 1865 vznikla první španělská tisková agentura Centrum korespondentů (Centro DE Corresponsales), o 5 let později uzavírá smlouvu s francouzskou agenturou Havas a tímto

---

<sup>39</sup> Seznam korespondentů viz <http://www.efe.com/efe/queesefe/delegacionesinternacionales/america/2>

kanálem proudí na Pyrenejský poloostrov mezinárodní zpravodajství. V roce 1919 je založena agentura FABRA, jejíž přímou nástupnicí je EFE. Vznik EFE je datován do období vlády španělského diktátora Franca. Původním iniciátorem založení agentury byla skupina novinářů. S podporou ředitele tisku na ministerstvu propagandy (José Antonia Giménez Arnau) byla myšlenka prezentována na ministerstvu vnitra a 3. ledna 1939 formálně vznikla v Burgosu akciová společnost EFE, „aby zajistila pronikání španělských zpráv do světa a získala zahraniční informace z politického, kulturního, ekonomického a jiných sektorů, prostě vše, co je aktuální“ (Alvarez cit. in Marcias Huanca, 2002). Oficiálními zakladateli byl politik Ramón Serrano Súñer, pravá ruka generála Franca, a novinář Manuel Aznar Zubigaray, mimo jiné také představitel Frankova Národního hnutí. Podílíky byli bankéři, podnikatelé a vydavatelské společnosti. Prvním prezidentem je jmenován markýz Caledonio Noriega a ředitelem jeden z otců myšlenky založení EFE novinář Vicente Gallégo Castro. Sídlo se záhy přesouvá do Madridu. EFE je první mezinárodní španělská agentura a také první agentura s multimediálním zpravodajstvím ve španělském jazyce.

#### **Historie ve vybraných rocích.<sup>40</sup>**

- 1940 je otevřena první pobočka v Barceloně.
- 1946 EFE spolupracuje z 50 % na ekonomickém servisu společně s Reuters
- 1965 otevřena pobočka v Buenos Aires jako první v Americe
- 1966 EFE začíná distribuovat zpravodajské služby v Latinské Americe
- 1969 EFE rozšiřuje svůj servis i v anglickém a francouzském jazyce
- 1989 EFE je poprvé od svého založení zisková
- 1995 zpravodajství také v arabštině
- 2001 zpravodajství v portugalštině pro Brazílii

#### **4.2.4.2 Mezinárodní vztahy<sup>41</sup>**

EFE spolupracuje s více než 50 zpravodajskými agenturami z celého světa. Je také členem významných mezinárodních organizací v oblasti informační a komunikační. Smlouvy a

---

<sup>40</sup> Zdroj [www.efe.com](http://www.efe.com)

<sup>41</sup> Zdroj *Ibid.* a dále stránky Evropské aliance tiskových agentur <http://www.newsalliance.org/>

dohody s jinými agenturami jsou základem pro vzájemnou výměnu informačních služeb. V tomto smyslu je velmi důležitá anglická mutace servisu EFE k obchodování se zeměmi, kde se anglicky nemluví.

Blízké vztahy udržuje EFE především s německou DPA, nejdelší spolupráce probíhá s fotoagenturou European Pressphoto Agency (EPA), globální sítí agentur MINDS a fotobankou EURO-Photo.

EPA je sdružení 11 evropských tiskových agentur se sídlem ve Frankfurtu a pobočkami v Bangkoku, Káhiře a Washingtonu, DC, v podstatě ale nabízí fotografie z celého světa.

Hlavním úkolem MINDS International (Mobile Information and News Data Services) je zkoumat a podporovat nové technologické inovace a vývoj aplikovatelný pro potřeby tiskových agentur, aby mohly lépe pronikat na nové trhy digitálních sektorů. Tyto technologické platformy jsou využívány 22 významnými agenturami z Evropy, Asie a USA. EFE se připojila v roce 1984.

Projekt EURO-Photo je financovaný Evropskou komisí a vznikl za účelem digitalizace historických obrázků a vytvoření virtuální evropské fotoknihovny. Na fungování projektu se podílí spolu s EFE dalších devět evropských agentur.

EFE má dlouhou historii členství v mezinárodních institucích informačního světa:

- EANA (European Alliance of News Agencies) – sdružuje přibližně 30 evropských agentur – zemí – a vytváří společnou platformu v klíčových záležitostech, jako je copyright, technologie, přístup ke zdrojům, nezávislé a objektivní zpravodajství. EANA funguje také jako společné profesionální fórum, kde probíhá výměna zkušeností a know-how, semináře, workshopy, apod. Chod sdružení je financován z příspěvků jednotlivých členských agentur.
- IAPA (Inter American Press Association) je nezisková organizace, založená s cílem bránit svobodu slova a tisku v Severní a Jižní Americe. IAPA hájí zájmy tisku na obou kontinentech a vyzývá k vyšším standardům profesionálního a obchodního jednání. Mezi nejdůležitější aktivity IAPA patří soustavné monitorování porušování svobody tisku a projevu v zemích obou amerických kontinentů, pořádání veřejných kampaní o problémech svobody tisku a zločinech proti svobodnému žurnalismu, spolupracování

s vládami jednotlivých zemí, vytváření a neustálé aktualizování „rizikové mapy“ (Risks Map)<sup>42</sup>, apod. EFE sestává členem v roce 1979.

- AMAN (Alliance of Mediterranean News Agencies) vznikla na základě Tuniské deklarace v roce 1991, sdružuje 13 agentur středomořských států. Účelem je rozvoj komunikace a předávání informací v geografické oblasti Středoziemního moře. AMAN se snaží utužit vztahy mezi těmito zeměmi a podporovat proces demokratizace, lidská práva, socioekonomický, kulturní a vědecký rozvoj, životní prostředí, migraci, mír a bezpečnost skrze dialog mezi agenturami zemí kolem Středoziemního moře. EFE organizovala každoroční Valné shromáždění v roce 2000 v Cordobě a 2006 v Barceloně.
- IPI (International Press Institute) je globální síť pro nezávislá média (editory, vedoucí pracovníky i žurnalisty). Věnuje se boji za ochranu svobody tisku, slova a projevu, podporuje volný tok zpráv a informací a rozvoj žurnalismu. Dnes má IPI členy z více než 120 zemí světa. Je to jedna z předních světových organizací bojujících za svobodu tisku.
- IPTC (International Press Telecommunications Council) je asociace předních tiskových agentur, vydavatelů a obchodníků ve zpravodajském průmyslu. IPTC vyvíjí a zdokonaluje technické normy pro vylepšení výměny informací, které jsou používány významnými zpravodajskými organizacemi světa. V současnosti má přes 60 členů (zpravodajské společnosti, organizace, asociace) z celého světa kromě Jižní Ameriky a Oceánie.
- WAN-IFRA (The World Association of Newspapers and News Publishers) je globální organizace světového tisku a novinových vydavatelů. Je reprezentovaná více než 18 tisíci publikacemi, 15 tisíci webovými stránkami a 3 tisíci společnostmi ve více než 12 zemích světa. WAN-IFRA je partnerem pro oblast zpravodajského průmyslu. Její členové usilují o obranu a prosazování svobody tisku, kvalitní žurnalistiky, redakční integrity a rozvoj prosperity podnikání a technologií v této oblasti.

---

<sup>42</sup> Risks Map funguje jako ochranný průvodce pro reportéry, kteří působí ve městech a oblastech s největšími riziky a problémy.

- NAWC (News Agencies World Council) je rada světových zpravodajských agentur, zaměřená, mimo jiné, na upevňování vztahů mezi světovými agenturami pořádáním kongresů každé tři roky. Prezidentem rady byl mezi lety 2007 a 2010 ředitel EFE Alex Grijelmo, kdy EFE radě předsedala. EFE se také podílí<sup>43</sup> na přípravách čtvrtého světového kongresu, který se bude konat na podzim 2013 v Saudské Arábii.

#### **4.2.4.3 Produkty EFE**

EFE<sup>44</sup> vydává tři milióny zpráv ročně, které denně obdrží více než 2 tisíce médií v různých formách (text, fotografie, audio, video nebo v multimediální podobě). EFE nabízí služby ve španělštině, portugalštině, angličtině, arabštině, katalánštině a od roku 2009 také v galicijštině.

Přes 50 % mezinárodního zpravodajství Latinské Ameriky pochází z EFE.

EFE Data je největším archivem zpráv, životopisů a dokumentů ve španělském jazyce. Obsahuje přes 11 miliónů záznamů. Videotéka EFE obsahuje 15 tisíc videokazet, které jsou shromažďovány od roku 1989.

EFE nabízí specializované informační portály Efeagro (zemědělství), Efesalud (zdraví), Efeverde (životní prostředí), Efetur (turismus), Efefuturo (věda a výzkum), Efeescuela (vzdělávání). Dále také v roce 2010 otevřela internetové stránky k procvičování španělštiny<sup>45</sup>.

V roce 2007 byl založen televizní kanál TVEFE América ve španělštině, TVEFE Brasil v portugalštině, TVEFE Internacional v angličtině a také v arabštině. TVEFE spolupracuje s dalšími španělskými televizními vysíláči.

#### **4.2.4.4 Vlastnictví**

EFE je státem vlastněná agentura. 100 % akcií je ve vlastnictví státu prostřednictvím státního holdingu SEPI (La Sociedad Estatal de Participaciones Industriales). SEPI je státní

---

<sup>43</sup> Společně s dalšími významnými agenturami nebo jejich sdruženími jako je Federation of Arab News Agencies (FANA), EANA, Organization of Asia-Pacific News Agencies (OANA), Associated Press (AP), Agence France Presse (AFP), Press Association (PA), Thomson Reuters a ITAR-TASS.

<sup>44</sup> údaje čerpány z [www.efe.com](http://www.efe.com)

<sup>45</sup> <http://www.practicaespanol.com/> a <http://www.practicaespanol.com/> založila EFE společně s Instituto Cervantes a nadací pro španělský jazyk (Fundación de la Lengua Española)



společností průmyslových podílníků zřízená zákonem.<sup>46</sup> Podíl převzala SEPI v roce 2001 od Generálního ředitelství pro majetek státu (la Dirección General del Patrimonio del Estado). Prohlášení o jediném akcionáři a vlastníkovi je dané ustanovením článku 125 ve znění pozdějších dodatků zákona 2/1995 z 23. března o společnostech s ručením omezeným. EFE byla zapsaná v obchodním rejstříku v Madridu dne 23. února 1999, respektive 5. dubna 2002. Výše čistého kapitálu společnosti k 31. prosinci 2009 činila 28,2 miliónů euro (Informe...2009). Některé dceřiné a přidružené společnosti a informace o nich uvádí tabulka 7.

**Tabulka 7: Dceřiné a přidružené společnosti agentury EFE**

Společnost	Sídlo	Činnost	Přímý podíl	Právo hlasovat
<i>Dceřiné společnosti</i>				
Efe News Services U.S.	USA	Tisková agentura	100%	100%
<i>Přidružené společnosti</i>				
Efeagro	Španělsko	Tisková agentura	50%	50%
European Pressphoto Agency	Německo	Fotoagentura	20%	20%

Zdroj: Účetní dvůr (Tribunal de Cuentas), 2009

SEPI je veřejnoprávní subjekt, jehož činnost je v souladu s veřejným právem a je přímo podřízený španělskému Ministerstvu financí a veřejné správy (Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas). Byl založen v roce 1995 na základě královského dekretu-zákona 5/1995 z 16. června 1996 a potvrzením z 10. ledna 1996 zákonem 5/1996 o vzniku veřejnoprávních subjektů (Ley 5/1996 Creación de determinadas Entidades de Derecho Público).

### **Podniky SEPI:**

<sup>46</sup> SEPI vznikla v roce 1995 na základě vládního nařízení Real Decreto Ley 5/1995, které vzešlo v platnost v roce 1996 zákonem 5/1996 Creación de determinadas Entidades de Derecho Público o vytváření společností veřejného práva

SEPI Grupo má většinové a přímé podíly v 18 společnostech. Zaměstnává více než 80 tisíc lidí. Jedná se o velmi diverzifikovanou skupinu podniků, jejichž činnost sahá do mnoha oblastí (například stavba lodí, jaderná energie, řízení infrastruktury, hornictví, podpora podnikání, zemědělství, životní prostředí, pěstování tabáku, distribuce potravin, volný čas a mnoho dalších). Oblasti podnikání můžeme rozdělit do 4 hlavních větví:

- 1) dceřiné společnosti v energetickém sektoru: ENSA, ENUSA, HUNOSA, SEPIDES
- 2) dceřiné společnosti v sektoru obrany: DEFEX, IZAR, NAVANTIA
- 3) dceřiné společnosti v potravinářském sektoru a sektoru životního prostředí: CETARZA, HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA, MAYASA, MERCASA, TRAGSA, SAECA, ALIMENTOS Y ACEITES
- 4) dceřiné společnosti v sektoru komunikace: EFE, RTVE, CORREOS, COFIVACASA

SEPI tedy v komunikační oblasti vlastní kromě EFE také rádiové a televizní stanice RTVE<sup>47</sup> a národní poštovní službu Correos. Cofivacasa je subjekt odpovědný za likvidaci dceřiných společností.

SEPI je také menšinovým vlastníkem International Airlines Group a státního podniku España Expansión Exterior. Mimo společnosti tvořící SEPI Group, vlastní státní společnost nepřímé podíly ve více než sto podnicích.

Skupina podniků SEPI Grupo podléhá kontrole různých státních auditorů, také na ni dohlíží Evropská unie.

#### **4.2.4.5 Finance**

Dle výroční zprávy SEPI za rok 2011 se EFE nachází ve velmi obtížné situaci, nedaří se jí rozvíjet své aktivity v prostředí zasaženém ekonomickou krizí. Hlavním finančním problémem je pokles výnosů z reklam ve španělských médiích, která jsou hlavními klienty agentury. EFE se snaží novému prostředí přizpůsobit a v roce 2010 zahájila strategický plán na udržení vedoucí pozice na domácím trhu a posílení působnosti na mezinárodním poli rozšířením nabídky produktů a technologií pro multimediální prostředí. Nicméně tyto ambice se jí nepodařilo naplnit a výnosy z domácího prodeje poklesly skoro o 7 %. V roce 2011 EFE

---

<sup>47</sup> RTVE provozuje 5 televizních stanic (La 1, La 2, Clan, Teleporte, 24h, TVE HD), 4 rozhlasové stanice (Radio Nacional, Clásica, Radio 3, Radio 4, Radio 5) a zahraniční servis TVE Internacional a Radio Exterior de España

uvádí ztrátu 4,8 miliónů eur (po zdanění). Stát tento úbytek nekompenzoval kvůli úsporným opatřením. Roční obrat EFE činil v roce 2011 87,7 miliónů eur. Pokles o 3 % oproti roku 2010 byl způsoben především snížením prodeje na domácím trhu, který představuje přes 40 % příjmů a redukcemi státních dotací (Ibid.).

### **EFE a SEPI**

EFE tvoří 3 % ročního obratu SEPI. Agentura patří ke ztrátovým podnikům (v roce 2011 vykazuje prodělek 6 miliónů eur). SEPI investuje do EFE 2 % ze svého celkového rozpočtu, který dohromady činí 99 miliónů eur (2011)<sup>48</sup>. 1,8 miliónu eur bylo vynaloženo na podporu projektů vývojových technologií a informačních systémů (Informe...2011). Co se týče lidských zdrojů, v EFE pracuje 5,4 % zaměstnanců SEPI. EFE zaměstnává 1300 pracovníků (2011), většina jsou muži (761). Podíl zaměstnankyň je 41,5 %, tedy 539 žen. Rozložení pracovních sil je následující: 52 % v Madridu, 21 % v dalších španělských oblastech a 27 % v zahraničí (Ibid.).

#### **4.2.4.6 Vedení EFE**

Prezidentem EFE je v současné době José Antonio Vera. Prezident je volen a jmenován představenstvem SEPI (přehled nejdůležitějších vedoucích pozic viz tabulka 8).

**Tabulka 8: Vedoucí pozice v agentuře EFE**

<b>Jméno</b>	<b>Funkce</b>
Ignacio Sanz Cerezuela	Výkonný ředitel
Alfred Wycart	Ředitel pro Ameriku
María Luisa Azpiazu	Vedoucí redakce

Zdroj: Vlastní tvorba, údaje z [www.efe.com](http://www.efe.com)

<sup>48</sup> Nejvíce investic putuje španělské loděnici a výrobci lodí NAVANTIA (32%) a výrobci jaderného paliva ENUSA (26%), viz Informe...2011.

Ostatní funkce se týkají jednotlivých rubrik, dceřiných společností, apod. Dohromady se jedná o dalších 24 vedoucích pozic.

#### **4.2.4.7 EFE a stát**

EFE byla založena za účelem propagandy Frankova režimu. Během obou světových válek byly agentury nástrojem rozšiřování názorů a informací na podporu určitých postojů dané země (Boyd-Barrett, 1998). Zakladatelé agentury EFE se domnívali, že jedině tak mohou hlásat „pravdu“ o frankistickém Španělsku do světa (Kim Soon, 1989). Problematické však bylo vyřešit vztah vlády a agentury, protože požadavkem definovaným v dokumentu iniciátorů vzniku je, aby EFE byla „autonomní a na státu nezávislá“ a „soukromá obchodní společnost“, ale zároveň „fundamentálně ve službách státu a vlády“ jako „mocný nástroj šíření a ovlivňování hlasu veřejného mínění a národního cítění“ (Ibid., s. 32). Zakladatelé EFE přišli se lstivým sémantickým řešením a přidělili agentuře přívlastek „oficioso“, neboli neoficiální (v češtině také úslužný, ochotný, polouřední). Termín také odkazuje ještě k jednomu významu: „neoficiální věci, které někdo z oficiální pozice udělá nebo řekne bez formálního záznamu pohybu této autority“ (Ibid., s. 33). Přestože stát vlastnil pouze jednu třetinu kapitálu EFE, vedení agentury bylo v rukách Ministerstva pro tisk a propagandu, které také jmenovalo management. V tiskovém sektoru došlo v 60. letech k uvolnění, ale EFE se ještě více se státem semkla. V roce 1965 byla EFE rozdělena na tři části: dvě složky vlastnil stát (Instituto Nacional de Industria a Patrimonio Nacional del Estado) a zbytek patřil družstvu španělských novin. EFE byla i po smrti Franca dotovaná ze státních peněz a byl jí udělen na základě speciálního nařízení status monopolu na zahraniční zpravodajství. To znamenalo nepoctivou soutěž pro ostatní agentury (jako například Europa Press, která vznikla v roce 1957). EFE byla nadále zvýhodňována všemi vládami (Barrera, Apezarena, 2013). Například Alfonso Sánchez-Palomares, jenž vedl agenturu po dobu deseti let, byl blízkým přítelem premiéra Felipa Gonzáleze<sup>49</sup>. Jako prezident EFE začal působit v roce 1986, kdy byl González již předsedou vlády a byl vystřídán v roce 1996, kdy González odchází do stínové vlády a žezla se ujímá opozice, která dosazuje vlastní vedení EFE.

---

<sup>49</sup> Tajemník hlavní levicové strany PSOE od 1974 do 1997, předseda vlády od 1982 do 1996

#### 4.2.4.8 Profesionalismus

Ve Španělsku prý dříve existovaly k politické kariéře jen dvě cesty – přes armádu, nebo přes žurnalistiku (Ortiz cit. in Hallin, Mancini, 2008). Až do roku 1982 fungoval Oficiální registr novinářů, kde musel být veden každý vykonavatel této profese podle čl. 33 tiskového zákona z roku 1966. Dnes žádný zákon nedefinuje podmínky určující vzdělání či vykonávání praxe novinářů. Novináři agentury EFE se řídí především interními směrnici. V roce 1976 byl vydán manuál žurnalistického stylu (*Manual de Estilo de la Agencia EFE*), který usiloval o jednotný styl zpravodajství po celém světě (Michálková, 2011). Redakce agentury EFE sepsala v roce vlastní stanovy *Estatuto de redacción de la agencia EFE*, kde shrnuje práva a povinnosti novinářů a etické principy, které by měly být dodrženy. Hlavním cílem tohoto dokumentu je ochraňovat nezávislost agentury a jejích zaměstnanců (stanovy se vztahují nejenom na novináře, ale také na prezidenta, ředitele, jejich zástupce, dceřiné společnosti a zahraniční i domácí korespondenty). Odvolává se přitom na principy profesionální etiky žurnalismu UNESCO, Radu Evropy a Mezinárodní federace novinářů. Stanovy mají 128 článků, které definují například používání vlastních zpravodajských zdrojů, opravy chybných nebo nepřesných informací, účel, fungování a volení redakční rady, která dohlíží na dodržování těchto článků.

## 4.3 Tidningarnas Telegrambyrå

### 4.3.1 Švédská mediální krajina

Švédsko má dlouhou tradici svobodných médií a vymezení základních práv pro tisk, rádio, televizi i přístup k veřejným dokumentům. Jako jedna z prvních zemí na světě zavedla svobodu tisku již v roce 1776. Švédský mediální systém je stabilní, televizní průmysl si vede relativně dobře, i když ztrácí mladé publikum. Internet naopak získává silnou pozici (Weibull, Jönsson in Terzis, 2007). Audiovizuální a internetový mediální trh je ovládán menším počtem převážně švédských vlastníků. Pět velkých mediálních skupin Bonnier, MTG, SBS, Schibsted a TV4 vlastní většinu soukromých televizních a rozhlasových stanic a internetové mediální společnosti (Swedish Internet and Broadcast Media – a trend analysis, 2010).

Vývoj mediálních agentur probíhal ve Skandinávii podobně, jako tomu bylo na evropském kontinentu. V polovině 19. století se několik soukromých společností rozhodlo poskytovat bankám a obchodníkům relevantní ekonomické informace, později se činnost rozšířila a zprávy ze všech možných sektorů začaly prodávat také novinám.

Vedle národní švédské agentury Tidningarnas Telegrambyrå existuje několik malých specializovaných agentur. Například agentura Siren se zaměřuje na informace o švédských orgánech veřejné moci (soudy, úřady, orgány státní správy, apod.), Direkt zase nabízí finanční zpravodajské služby.

### 4.3.2 Regulace vlastnictví médií

Základ právní úpravy v oblasti regulace vlastnictví médií tvoří zákon o rádiu a televizi z roku 1996. Tento zákon nijak neomezuje vlastnictví tištěných médií, ani pronikání zahraničních investorů na mediální trh. Výslovně se nevyjadřuje ani k dalším mediálním organizacím či politickým stranám v souvislosti s regulací vlastnictví. Existují pouze omezení udělování nových televizních a rádiových licencí v rámci zachování pluralismu. Koncentrace vlastnictví není nijak výslovně regulována, ale prakticky licence nebývá udělena vlastníkovi novin s dominantním postavením na trhu (Media...2007).

### 4.3.3 Tidningarnas Telegrambyrå

Tidningarnas Telegrambyrå (TT) je švédská národní tisková agentura založená v roce 1921. Je to jediná celonárodní agentura s kompletním zpravodajským servisem. Nabízí také redakční outsourcing, nové grafiky a mediální monitoring. Servis TT si předplácí švédské noviny, rádiové a televizní stanice, státní instituce i soukromé organizace. TT je vlajkovou lodí TT Gruppen, největšího švédského poskytovatele mediálního obsahu. Je to soukromá akciová společnost, kterou vlastní největší novinoví vydavatelé a mediální společnosti. Její celkový roční obrat je 146 milionů SEK. Má 110 zaměstnanců, převážně žurnalistů<sup>50</sup>. TT je dlouholetým členem Evropské aliance tiskových agentur, globální sítě MINDS a skupiny Group39, která sdružuje od roku 1939 soukromé agentury nezávislé na státu, vládě a jiných autoritách a snaží se podporovat svobodu tisku.

TT je již více než 90 let také největší skandinávskou zpravodajskou agenturou.

#### 4.3.3.1 Historie

Přestože většina oficiálních zdrojů datuje vznik agentury do 20. let minulého století, švédský mediální odborník Stig Hadenius napsal ve své knize o historii TT, že počátky by měly být spojovány se založením Švédské telegrafní kanceláře (ŠTeK) v roce 1867 (Hadenius in Czarniawska-Joerges, 2011). Inspirací pro vznik byla německá agentura Wolff a dánská Ritzau, která také ŠTeK vlastnila. Ačkoliv obdržela ŠTeK počáteční finanční podporu od státu, noviny zůstávaly spíše pasivní v distribuci domácích zpráv (Modig, 1963). V roce 1892 založili největší stockholmští novinoví vydavatelé svoji vlastní agenturu – Švédskou tiskovou kancelář. Tento syndikát koupil ŠTeK ve stejném roce. Během první světové války byly zprávy využívány k propagandě. Rozepře kvůli různým názorům na nezaujaté zpravodajství daly impuls ke vzniku tří agentur, které poté budovaly spojení, nebo bojovaly proti sobě. V roce 1921 se ŠTeK spojila s norskou agenturou a tuto alianci převzalo sdružení švédských novin a přejmenovalo ho na Tidningarnas Telegrambyrå. K TT byla ještě tentýž rok připojena i třetí konkurenční agentura a vznikla tak jediná sjednocená společnost, která oficiálně začala fungovat 1. lednu 1922. Jak uvádí Czarniawska-Joerges, TT se na počátku potýkala s mnoha

---

<sup>50</sup> Celkově měla TT Gruppen v roce 2011 obrat 500 milionů SEK a zaměstnávala 359 lidí, převážně žurnalistů (Výroční zpráva TT Gruppen, 2011).

problémy. Jednou z hlavních otázek byla forma vlastnictví a vlivu státu či vlastníků na obsah zpravodajství. Nakonec bylo rozhodnuto, že agentura zůstane v družstevním vlastnictví a bude se snažit o objektivní, nezaujatou činnost. Zpočátku měla TT tři redakce – zahraniční, stockholmskou a domácí. V roce 1924 započala TT spolupráci se švédským rozhlasem, ale až do roku 1947 byla prakticky zpravodajským monopolem. Rozhlas začal produkovat své vlastní zprávy až později (Czarniawska-Joerges, 2011). Do druhé světové války používala agentura k distribuci zpráv dálnopis (do roku 1938 k němu bylo připojeno 77 novin). Distribuci zajišťovaly dříve především poslíčkové nebo velmi drahý telegraf, později také telefon. V 60. letech byly zavedeny počítače. Internet a nové informační technologie přinesly větší nezávislost novin na agenturách. V roce 1998 začala být zpochybňována forma vlastnické struktury, ve stejném roce byla také založena konkurenční agentura FLT a někteří vlastníci TT využívali i jejích služeb. TT nakonec souboj vyhrála. Agentura FLT zanikla v roce 2000 a mnoho zaměstnanců přešlo do TT (Ibid.). Od té doby se obrat TT Gruppen zdvojnásobil a v roce 2011 dosáhl 500 miliónů SEK (Výroční zpráva TT Gruppen, 2011). Dnes je TT největším poskytovatelem mediálního obsahu ve Švédsku, mimoto je aktivní na norském trhu a v pobaltských státech.

#### **Historie v zajímavých datech:<sup>51</sup>**

- 1921 založení TT
- 1922 poslán první TT telegram
- 1932 zavedení dálnopisu
- 60. léta zavedení počítačů
- 1995 ukončení denního rozhlasového vysílání
- 1999 nová struktura vlastnictví; akvizice Avisy (TT Spektra)
- 2000 spuštění internetové televize
- 2005 nová organizační struktura se třemi oblastmi obchodního zájmu; sídlo přesunuto do Slussen ve Stockholmu
- 2006 partnerství s Scanpix//Pressens Bild; připojení Pressens Reportagebyrå
- 2007 získání Scanpix jako nové oblasti obchodního zájmu

---

<sup>51</sup> Zdroj [www.tt.se](http://www.tt.se)



- 2008 připojení grafického studia Svenska Grafikbyrå
- 2009 získání 66 % akciové společnosti Retriever AB (druhým akcionářem je norská agentura NTB)
- 2010 založení akciové společnosti Uppdragsmedia AB
- 2011 založení TT Kompetens a Scanpix Baltics

#### **4.3.3.2 TT stanovy**

Celým názvem Tidningarnas Telegrambyrå AB je organizace se sídlem ve Stockholmu, jež byla podle svých stanov, založena s cílem přímo anebo nepřímo přes dceřiné společnosti nebo podílňky, provádět zprostředkování informací především pro švédské masové mediální společnosti a vykonávat tomu odpovídající aktivity. Základní akciový kapitál by měl představovat minimálně 200 tisíc švédských korun a maximálně 800 tisíc švédských korun. Počet akcií je také v tomto intervalu (od 200 tisíc do 800 tisíc kusů). Představenstvo musí být složeno nejméně z jednoho a nejvíce z osmi členů a stejný musí být počet náhradníků (1–8). Právo hlasovat na valné hromadě má každý dle podílu na akciích. Stanovy také hovoří o předkupním právu pro současné akcionáře.

#### **4.3.3.3 Vlastnictví**

TT byla až do roku 1999 družstevní tiskovou agenturou Všechna švédská média společně TT vlastnila a byla zároveň jejími zákazníky. V 90. letech přišla internetová revoluce a TT se dostala do ekonomických problémů. Konkurence začala tlačit na změnu a reorganizace TT. Na přelomu tisíciletí prošla agentura velkou modernizací a restrukturalizací. TT se přeměnila z družstva na akciovou společnost vlastněnou novinovými vydavateli, respektive třemi největšími mediálními skupinami působícími na území Švédska – Bonniers, Schibsted a Stampen. Akcionářům jsou pravidelně vypláceny dividendy, TT Gruppen je bez dluhů.

Bonnier<sup>52</sup> je soukromá švédská mediální skupina působící v 16 zemích světa. Byla založena v roce 1804 v Kodani zámožnou rodinou Bonnier, která se později přestěhovala do Švédska. Dnes se o chod rodinného podniku stará asi 75 jejích rodinných členů a dalších asi 10 tisíc

---

<sup>52</sup> Viz [www.bonnier.com](http://www.bonnier.com)

zaměstnanců (většina pracuje ve Švédsku a USA). Obrat společnosti je přes 4 miliardy USD (2011). Předmětem podnikání jsou operace v mediální oblasti (knihy, časopisy, deníky, tištěné a elektronické ekonomické informace, hudba, kino, film, TV produkce, komerční lokální média a internetové produkty).

Schibsted<sup>53</sup> je norský mediální konglomerát působící ve 27 zemích, především v Norsku a Švédsku. Byl založen v roce 1839, jeho obrat byl v roce 2012 téměř 15 miliard NOK. Zaměstnává přibližně 7800 lidí. Vlastní dva největší deníky v Norsku (Aftenposten, Verdens Gang), neprodávanější deník ve Švédsku (Aftonbladet) a největší filmovou produkční skandinávskou společnost Metronome Film & Television. Mimo jiné kontroluje také 21 % norské národní agentury NTB (skrz deníky Aftenposten a Verdens Gang).

Stampen<sup>54</sup> Media Group (SMG) je švédská mediální skupina a jeden z největších vlastníků švédských novin. Historie SMG sahá do roku 1926, kdy rodina Hjörne koupila část švédského deníku Göteborgs-Posten, později byla vytvořena společnost Tidningsaktiebolaget Stampen, která odkoupila majoritní část deníku. V roce 2005 byla přejmenována na Stampen. Dnes je vlastnická struktura následující:

- Peter Hjörne a rodina: (65% podíl, 74% hlasovací právo)
- Marika Cobbold a rodina: (14% podíl, 13% hlasovací právo)
- Sven Nordgren a rodina: (14% podíl, 11% hlasovací právo)
- Ostatní: (7% podíl, 2% hlasovací právo)

SMG má roční obrat 5600 miliard SEK a 4800 zaměstnanců (2011). Kontroluje přes 20 švédských novin (včetně druhého největšího deníku Göteborgs-Posten) a přes 30 lokálních týdeníků.

Akcie jsou rozděleny mezi tyto noviny a další mediální společnosti<sup>55</sup>:

---

<sup>53</sup> Viz [www.schibsted.com](http://www.schibsted.com)

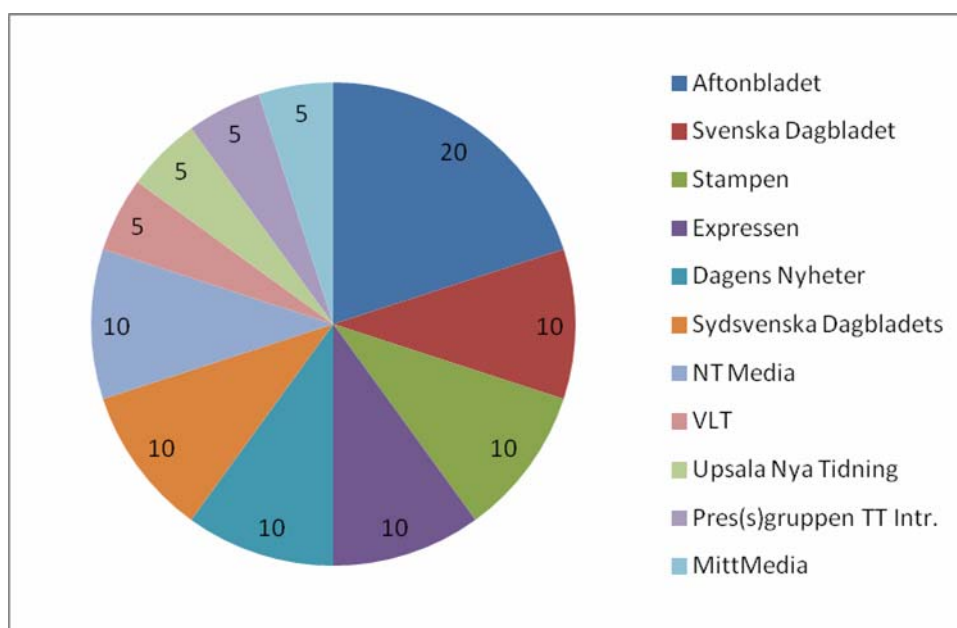
<sup>54</sup> Viz [www.stampen.com](http://www.stampen.com)

<sup>55</sup> Údaje o vlastnících jsou získané z internetových stránek jednotlivých společností (všechny odkazy jsou uvedeny v literatuře)

- Aftonbladet 20 % - švédský bulvární deník založený v roce 1830, většinovým vlastníkem je Schibsted (91 %), minoritním švédská odborová organizace LO (9 %). Náklad je 311 tisíc kusů (2010)
- Svenska Dagbladet 10 % - švédský deník založený v roce 1884, vlastníkem je Schibsted. Náklad je 192 tisíc kusů (2010)
- Stampen 10 % - viz výše Stampen Media Group
- Expressen 10 % - švédský bulvární deník založený v roce 1944 (společně s Aftonbladet patří ke dvěma největším), vlastníkem je Bonnier, náklad je 271 tisíc kusů (2010)
- Dagens Nyheter 10 % - švédský deník založený roku 1864, ve vlastnictví Bonnier, s nákladem 292 tisíc kusů (2010)
- Sydsvenska Dagbladets 10 % - švédský deník založený roku 1848, vlastníkem je Bonnier, náklad 105 tisíc kusů (2012)
- NT Media 10 % - Norrköpings Tidningar (NT) je nejstarší švédský deník, který bez přestání vychází v tištěné podobě od roku 1758, v roce 2008 měl náklad 45 tisíc, NT je majoritním vlastníkem NT Media
- VLT (Vestmanlands Läns Tidning) 5 % - švédské noviny založené roku 1831, náklad 37 tisíc výtisků (2011), majoritním vlastníkem je Göteborgs-Posten, resp. Stampen
- Upsala Nya Tidning 5 % - švédský deník založený v roce 1890, vlastníkem je nadace Axela Johanssona (původní zakladatel) a NT Media, náklad 50 tisíc kusů (2010)
- Pres(s)gruppen TT Intr. 5 %
- MittMedia 5 % - jedna z největších mediálních skupin ve Švédsku; vlastní noviny, tiskárny a komerční radiové stanice, 70 % kontroluje nadace Gefle Dagblad a 30 % nadace Pressorganisation

Přehledně je vlastnická struktura zobrazena v grafu 1.

**Graf 1: Vlastnická struktura TT (podíly v %)**



Zdroj: Vlastní tvorba, data z <http://tt.se/>

#### ***4.3.3.4 Orgány a jejich představitelé***

Představenstvo se skládá z 11 členů. Někteří pochází z mediálních společností vlastnících akcie TT (výkonní ředitelé, šéfredaktoři, apod.), další jsou přímo z agentury (vedoucí, redaktoři, apod.). V čele představenstva je předseda Raoul Grünthal, funkci místopředsedy zastává Jonathan Falck. Všichni členové představenstva mají své náhradníky, kteří ale nemusí pocházet ze stejných organizací (viz tabulka 9).

**Tabulka 9: Členové představenstva TT**

Jméno	Původ	Náhradník	Původ
Raoul Grünthal	Schibsted	Gunilla Asker	Svenska Dagbladet
Jonathan Falck	Stampen	Lars Rundblom	Stampen
Sören Andersson	NT Media	Lennart Foss	NT Media
Lena Samuelsson	Svenska Dagbladet	Jan Helin	Aftonbladet
Peter Fellman	Dagens Industri	Gunilla Herlitz	Dagens Nyheter
Bengt Ottosson	Expressen	Per-Anders Broberg	Expressen
Ulrika Obstfelder Peterson	Värmlands Folkblad	Thomas Peterssohn	Mittmedia
Sara Lindquist	TT	Olle Lindström	TT
Lisa Wallström	TT Spektra	Erik Glanell	TT Spektra

Zdroj: Vlastní tvorba, údaje z <http://tt.se/>

#### 4.3.3.5 Organizační struktura

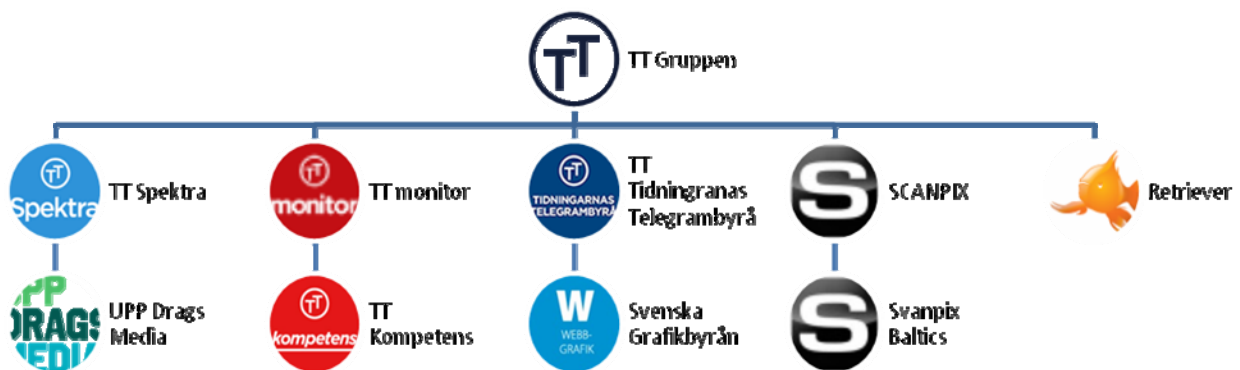
TT Gruppen je organizačně rozdělena na (údaje platné k dubnu 2012):

- TT Spektra – vytváří webové stránky, pokrývá zprávy o kultuře a zábavě, poskytuje také přehled o mediálních a televizních programech. Zodpovědný vedoucí Göran Westin, obrat 84 miliónů SEK, založena 1992, akvizice 1999.
  - Uppdragsmedia - dceřiná společnost TT Spektra, obrat 8 milionů SEK, založena 2010
- TT Monitor – zabývá se světovými zprávami, dále nabízí službu „kalendář“ a „banku zpráv“. Zodpovědný vedoucí Ulf Karlsson, obrat 36 milionů SEK (včetně TT Kompetens); založena 2005.
  - TT Kompetens – založena 2011
- TT Tidningranas Telegrambyrå - zodpovědná vedoucí Kerstin Pilhage; obrat 146 miliónů SEK (včetně Svenska Grafikbyrå); založena 1921.
- Svenska Grafikbyrå – akvizice 2008
- Scanpix – prodává hrané filmy, fotografie a videa. Zodpovědný vedoucí Jan Eriksson, obrat 111 miliónů SEK, založení 2005, akvizice 2007.

- Scanpix Baltics – dceřiná společnost, obrat 5 miliónů SEK, akvizice 2011
- Retriever – dodavatel mediálního monitoringu a nástrojů pro redakční potřeby, mediální analýzy a obchodní informace. Zodpovědný vedoucí Robert Soderling, obrat 186 miliónů SEK, založení 2000, akvizice 2009; TT vlastní 66 % Retrieveru, druhým vlastníkem je norská tisková agentura NTB.

Přehledně organizační strukturu znázorňuje diagram 2.

**Diagram 2: Organizační struktura TT Gruppen (k dubnu 2012)**



Zdroj: Vlastní tvorba, loga z [www.tt.se](http://www.tt.se)

TT působí ve Stockholmu, Göteborgu a Malme. V hlavním městě jsou všechna důležitá centrální oddělení, v ostatních dvou švédských městech jsou místní redakce s méně než deseti zaměstnanci a každá pokrývá svoji geografickou oblast. Rozhodující pro pokrytí je však specializace (například Göteborg se zaměřuje na zprávy z oblasti automobilového průmyslu).

## Závěr

Cílem této práce bylo analyzovat vlastnické formy a další charakteristiky britské zpravodajské agentury PA, švédské TT a španělské EFE v kontextu tří národních mediálních systémů euroamerického prostoru. Tři základní typy mediálních systémů – středomořský, severoatlantický a severo/středoevropský – byly převzaty na základě komparistiky Hallina a Manciniho v knize *Systémy médií v postmoderním světě* z roku 2004.

Tisková agentura PA je soukromou obchodní společností. Vlastníky jsou vydavatelé národních a regionálních britských novin nebo jiné mediální skupiny. TT se přeměnila z družstva na akciovou společnost vlastněnou novinovými vydavateli, respektive třemi největšími mediálními skupinami působícími na území Švédska – Bonniers, Schibsted a Stampen. EFE je státem vlastněná agentura. Veškeré akcie jsou pod kontrolou státu prostřednictvím státního holdingu SEPI (La Sociedad Estatal de Participaciones Industriales), který byl zřízen na základě zákona a hospodaří i s jinými státními podniky (např. televizi RTVE). Forma vlastnictví se v průběhu historie u agentur měnila a dodnes má zásadní vliv na hospodaření agentur. Důležité jsou ale i další proměnné, na základě kterých jsem agentury zkoumala (například mediální legislativa, autoregulace, mezinárodní vztahy, apod.).

Všechny tři agentury korespondují s příslušnými mediálními systémy. Hallin a Mancini nabízí čtyři parametry zkoumání mediálních modelů (role státu, profesionalismus, politický paralelismus a vývoj mediálních trhů).

Španělská EFE koreluje se středomořským modelem relativně výrazně. Zásahy státu do fungování EFE jsou jednoznačné. Vypozorovala jsem také silný politický paralelismus (propojení mezi vedením EFE a španělskou vládou). Vznik a vývoj EFE byl podmíněn diktaturou a pomalou transformací k tržnímu modelu. Novinářská profese byla také formována intervencí státu. EFE se nyní snaží zvyšovat profesionalismus interními normami, které vybízejí k autonomii nejenom novinářů, ale i vedení agentury.

Britská agentura PA také koresponduje se severoatlantickým modelem v mnoha bodech. Komerční podnikání zajistilo vývoj i trhu tiskových agentur, který se rozvinul díky odstranění monopolu telegrafních společností. Paralelismus stran a tisku se vyvinul právě v Británii.

Pouta mezi provinčními novinami, které PA společně založily, a politickými stranami ovlivnila chod PA, ač si reportéři agentury udrželi poměrně vysokou míru profesionalismu. Systém je založen na samoregulaci, stát ale nyní usiluje o přísnější regulaci médií po skandálu s nelegálními odposlechy.

Švédská agentura TT také vcelku dobře zapadá do severo/středomořského modelu. Vývoj médií byl ve Švédsku podpořen raným zavedením svobody tisku a principu publicity, protestantskou revolucí a s tím souvisejícím rozvojem masové gramotnosti. TT byla založena, vedle dalších vydavatelů, jedním z nejstarších deníků Aftonbladet, který je dodnes nejčtenějším deníkem a stále vlastní 25 % agentury. Pro něj i pro další švédské tiskoviny je typické politické stranění (i když v posledních letech už vymezení nehraje tak zásadní roli). Agentura TT je vlastněna vydavateli, kteří produkují různě zaměřená periodika. Celkově se o agenturách (ani o TT, ani o PP, či EFE) nedá říci, že by ideologicky inklinovaly k nějaké straně. Jejich principem by měla být objektivnost a nestrannost, ke které se také všechny tři svorně hlásí. Vládní moc je ve Švédsku omezená a do chodu TT, dle mého zkoumání, stát prakticky nezasahuje. Švédská tisková rada je uváděna jako vzor nejlépe fungujících samoregulačních orgánů.

Zpravodajské agentury jsou velmi důležitými hráči ve světě zpráv a informací. V současné době prochází mnohá tradiční média krizí a usilují o to, aby internet byl jejich doplňkem a ne náhražkou. Přestože se na počátku nového tisíciletí zdálo, že tiskové agentury tuto výzvu možná nebudou schopny ustát (Boyd-Barrett, 2001), nyní jsme svědky jejich renesance a dokonce slibných výhledů do budoucna. Internet dnes agentury využívají jako nástroj pro šíření nových produktů, které by jinak nebyly schopné distribuovat v tak velké míře a tak rychle (např. TT a její Scanpix, PA a online servis API). Tiskové agentury se musí vyrovnávat i s dalšími problémy. Mezi ně patří především vlastnická forma, vládní omezení, škrty v rozpočtu nebo westernizace (Boyd-Barrett, 2008). Ve své práci jsem identifikovala všechna tato ohrožení chodu agentur. Co se týče institucionálního charakteru agentur, tak například TT musela změnit družstevní formu na akciovou společnost, aby mohla efektivně bojovat s konkurencí a adaptovat se nové situaci na trhu. Ve Španělsku je kritizována státem vlastněná agentura EFE, protože brání jiným hráčům v úspěšném setrvání na trhu (Barrerra, Apezarena, 2013). PA musela čelit hluboké krizi, když někteří z jejích vlastníků-odběratelů přešli k jiné



agentuře a PA přišla o důležité klienty (Moncrieff, 2001). Každá forma vlastnictví má své výhody i nevýhody, nicméně největší hrozbou je v současnosti vzrůstající koncentrace vlastnictví, jenž snižuje rozmanitost a vytváří monopolní či oligopolní postavení na trhu (McQuail, 2007). Mediální konglomeráty jsou založené na vertikální i horizontální koncentraci a transnacionalizaci médií. Světové agentury (např. Thomson Reuters, AP nebo AFP) vyvíjí silný tlak na agentury národní, pro které bude do budoucna těžší a těžší tento útisk vydržet (Boyd-Barrett, 2008). Agentura EFE patří k největším agenturám na světě, díky pokrytí španělsky mluvícího světa. V poslední době rozšiřuje svoje služby (nové televizní kanály, webové servery, apod.), přestože její finanční situace není velmi dobrá a stát musí její deficitní rozpočet dotovat, což se mu v současné krizi nedaří a provádí spíše restriktivní opatření.

Vztah zpravodajských agentur a jejich klientů se díky internetu za posledních deset let významně proměnil (Boyd-Barrett, 2010). Domnívám se, že by tato diplomová práce mohla být inspirací a základem pro podrobnější výzkum v této oblasti.

## Summary

The aim of this thesis was to analyze the forms of ownership and other characteristics of the British news agency Press Association (PA), Swedish Tidningarnas Telegrambyrå (TT) and Spanish EFE in the context of three national media systems. Three types of media systems - the Mediterranean, the North Atlantic and the North/Central - were taken on the basis of comparative media research conducted by Hallin and Mancini and described in their book *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*.

PA is a private company with 27 shareholders, most of whom are national and regional newspaper publishers and other media groups. TT was transformed from a cooperative into a public limited company owned by the three largest media groups operating in the Swedish media market - Bonniers, Schibsted and Stampen. EFE is a state-owned agency. All its shares are controlled by the state through a state holding company SEPI (Sociedad La Estatal de Participaciones Industriales). SEPI was established by law and manages other state-owned enterprises (e.g. television RTVE).

All three agencies correspond with the media systems proposed in the comparative study of Hallin and Mancini. The comparative analysis is based on four parameters: development of media markets, political parallelism, professionalization and role of the state in media system. Spanish EFE correlates with the Mediterranean model relatively strongly. State intervention in the functioning of EFE was proved. I also observed a strong political parallelism (there is a link between leadership of EFE and the Spanish government). The emergence and development of EFE was conditioned under a dictatorship and the transformation to a market model was slow. The degree of autonomy of journalists was also shaped by government intervention, but EFE is now trying to increase the professionalism through internal standards. British PA corresponds with the North Atlantic model in many aspects. Commercial business ensured the development of the market economy. News agencies grew thanks to the elimination of monopoly of the telegraph companies. Parallelism between media and political parties has actually evolved in the UK. However, PA reporters keep a relatively high degree

of professionalism. The system is based on self-regulation. Nevertheless, the government seeks a better regulatory body of media after the phone hacking scandal.

Swedish Agency TT also fits well to the North/Central model. Development of the media in Sweden was supported by the early introduction of the freedom of press, the Protestant revolution and the related progress of mass literacy. The agency TT is owned by publishers who produce variously politically oriented periodicals. Overall, the agencies (TT, PP, or EFE) cannot be said to have an ideological inclination towards any party. The principle should be the objectivity and impartiality, to which all of them also report. Government power is limited in Sweden. According to my research, the state does not interfere with TT's business. The Swedish Press Council is referred to as the best-performing model of self-regulatory body.

Each form of ownership has its advantages and disadvantages, but the biggest threat is the current increase in concentration of ownership, which reduces diversity and creates a monopoly or oligopolistic position in the market (McQuail, 2007).

The thesis examines agencies from all possible angles and summarizes the most important findings and evaluates the comparative analysis of the news agencies' ownership forms and media systems.

## Použitá literatura

ALTSCHULL, J. Herbert. *Agents of power: the role of the news media in human affairs*. New York: Longman, c1984, xii, 355 p. ISBN 0582284171.

ALVAREZ, Jesús Timoteo a César AGUILERA. *Historia de los medios de comunicación en España: periodismo, imagen y publicidad, 1900-1990*. 1. ed. Barcelona: Ariel, c1989, 539 p. ISBN 84-344-1256-X.

BARRERA, Carlos a José. APEZARENA. In Democracy As in Dictatorship: Government Pressures on the Spanish Private News Agency Europa Press. *The International Journal of Press/Politics*. 2013-03-06, vol. 18, issue 2, s. 188-207. DOI: 10.1177/1940161212474306. Dostupné z: <http://hij.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1940161212474306>

BÉM, Roman. Noviny v Británii se bouří - stát chystá první regulaci tisku od 17. století. *Česká televize* [online]. 2013-03-23 [cit. 2013-05-24]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/219660-noviny-v-britanii-se-bouri-stat-chysta-prvni-regulaci-tisku-od-17-stoleti/?mobileRedirect=off>

BOYD-BARRETT, Oliver a Terhi RANTANEN. European national news agencies: The end of an era or a new beginning?. *Journalism*. 2000-04-01, vol. 1, issue 1, s. 86-105. DOI: 10.1177/146488490000100114. Dostupné z: <http://jou.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/146488490000100114>

BOYD-BARRETT, Oliver a Terhi RANTANEN. *The globalization of news*. 1st pub. Editor Oliver Boyd-Barrett, Terhi Rantanen. Thousand Oaks: Sage Publications, 1998, 230 p. ISBN 07-619-5387-6.

BOYD-BARRETT, Oliver. Final report of the Workshop on News Agencies in the Era of the Internet. Paris: UNESCO, 2001. Dostupné z: [http://www.unesco.org/webworld/publications/news\\_agencies/news\\_agencies.pdf](http://www.unesco.org/webworld/publications/news_agencies/news_agencies.pdf)

BOYD-BARRETT, Oliver. News Agencies in the Era of the Internet. In: *Media Asia*. 2008, roč. 35, č. 3. ISSN 0129-6612.

BOYD-BARRETT, Oliver. Zpravodajské agentury jako agenti globalizace. *Revue pro média*. Překlad Klára Kuběnová [Brno: Spolek přátel vydávání časopisu Host], 2002, č. 4. Dostupné z: [http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue04/preklad\\_boyd-barett\\_rpm04.pdf](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue04/preklad_boyd-barett_rpm04.pdf)

BOYD-BARRETT, Oliver. *News Agencies in the Turbulent Era of the Internet*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2010. ISBN 8439383037.

BROMLEY, Michael. The United Kingdom Media Landscape. In: TERZIS, Georgios (ed.). *European media governance: national and regional dimensions*. 1st pub. Bristol: Intellect, 2007, s. 181-190. ISBN 9781841501925.

BUNZLOVÁ, Alice. *Kapitoly z dějin světových tiskových agentur*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 1980. ISBN 1031-1624

CAMAJ, Lindita. Media framing through stages of a political discourse: International news agencies' coverage of Kosovo's status negotiations. *International Communication Gazette*. 2010-10-19, vol. 72, issue 7, s. 635-653. DOI: 10.1177/1748048510378147. Dostupné z: <http://gaz.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1748048510378147>

CASTEN ALMQVIST AB & THE STOCKHOLM SCHOOL OF ECONOMICS. *Swedish Internet and Broadcast Media: a trend analysis*. 2010. Dostupné z: [http://ec.europa.eu/competition/state\\_aid/reform/comments\\_broadcasting/spsb\\_annex1.pdf](http://ec.europa.eu/competition/state_aid/reform/comments_broadcasting/spsb_annex1.pdf)

COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES. *Media pluralism in the Member States of the European Union: Commission Staff Working Document*. SEK 2007: 32. Brussels, 2007. Dostupné z: [https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/media\\_pluralism\\_swp\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/media_pluralism_swp_en.pdf)

CONSULTATIVE CLUB OF INTERNATIONAL AND REGIONAL ORGANIZATIONS OF JOURNALISTS. *International Principles of Professional Ethics in Journalism*. Paříž, 1983. Dostupné z: [http://ethicnet.uta.fi/international/international\\_principles\\_of\\_professional\\_ethics\\_in\\_journalism](http://ethicnet.uta.fi/international/international_principles_of_professional_ethics_in_journalism)

CURRAN, James a Colin LEYS. Media and the Decline of Liberal Corporatism in Britain. In: PARK, Myung-Jin a James CURRAN. *De-Westernizing media studies*. New York: Routledge, 2000, s. 27-57. Communication and society (Routledge (Firm)). ISBN 0415193958.

CZARNIAWSKA-JOERGES, Barbara. *Cyberfactories: how news agencies produce news*. Northampton, MA: Edward Elgar, c2011, vii, 229 p. ISBN 9780857939128.

DOYLE, Gillian. *Media ownership: the economics and politics of convergence and concentration in the UK and European media*. Thousand Oaks [Calif.]: SAGE, 2002, vii, 192 p. ISBN 07-619-6681-1.

*Editor's Code of Practice: NEWSPAPER AND MAGAZINE PUBLISHING IN THE U.K.* 2011. Dostupné z: [http://www.pcc.org.uk/assets/696/Code\\_of\\_Practice\\_2012\\_A4.pdf](http://www.pcc.org.uk/assets/696/Code_of_Practice_2012_A4.pdf)

EFE: AGENCIA EFE S.A. (Španělsko). Stanovy z roku 1994. Praha.

EMERY, Michael C, Edwin EMERY a Nancy L ROBERTS. *The press and America: an interpretive history of the mass media*. 9th ed. Boston: Allyn, c2000, xxi, 698 p. ISBN 02-052-9557-6.

GUNTHER, Richard, José Ramón MONTERO a José Ignacio WERT. The Media and Politics in Spain: From Dictatorship to Democracy In: *Working papers* 176. Barcelona: Institut de Ciències Polítiques i Socials, 1999. ISBN 1133-8962. Dostupné z: [http://ddd.uab.cat/pub/worpaper/1999/hdl\\_2072\\_1288/ICPS176.pdf](http://ddd.uab.cat/pub/worpaper/1999/hdl_2072_1288/ICPS176.pdf)

HADENIUS, Stig a Lennart WEIBULL. The Swedish Newspaper System in the Late 1990s. In: *Nordicom Review* 20 (1). 1999, s. 129-152.

HADENIUS, Stig. *Nyheterfrån TT. Studier i 50 års nyhetsförmedling*. Stockholm: Bonniers, 1971.

HALLIN, Daniel C a Paolo MANCINI. *Comparing Media Systems Beyond the Western World*. Cambridge University Press, 2011, 344 s. ISBN 1139505165.

HALLIN, Daniel C a Paolo MANCINI. *Systémy médií v postmoderním světě: tři modely médií a politiky*. Vyd. 1. Překlad Tomáš Trampota. Praha: Portál, 2008, 367 s. ISBN 978-807-3673-772.

HARDT, Hanno. *Social theories of the press: constituents of communication research, 1840s to 1920s*. 2nd ed. Lanham: Rowman, c2001, xvi, 211 p. ISBN 07-425-1134-0. Dostupné z: <http://www.unz.org/Pub/Nation-1930apr23>

HORVIT, Beverly. International News Agencies and the War Debate of 2003. *International Communication Gazette*. 2006-10-01, vol. 68, 5-6, s. 427-447. DOI: 10.1177/1748048506068722. Dostupné z: <http://gaz.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1748048506068722>

HØYER, Svennik a Pal E. LORENTZEN. The Politics of Professionalization in Scandinavian Journalism. In: BERG, M., P. HEMANUS, J. EKACRANTZ, F. MORTENSEN a P. SEPSTRUP. *Current Theories in Scandinavian Mass Communication Research*. Grenaa: GMT, 1977.

CHAPMAN, Jane. *Comparative media history: an introduction : 1789 to the present*. Malden, MA: Polity, 2005, xii, 302 p. ISBN 07-456-3243-2.

KIM, Soon Jin. *EFE: Spain's world news agency*. New York: Greenwood Press, 1989, xviii, 268 p. ISBN 03-132-6774-X.

KÜHNL, Karel. Četka: Podstata problému. *Přítomnost* č. 8/1992

- LLORENS, Carles. Spain's Media Concentration Policy: A Patchwork Crucial to the Understanding of the Spanish Media System. *International Journal of Communication* [online]. 2010, č. 4, s. 844-864 [cit. 2013-05-24]. Dostupné z: <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/791/462>.
- MARCIAS HUANCA, Olinda Veronica. *Španělská agentura EFE a její působnost v České republice*. Praha, 2002. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze.
- MASMOUDI, Mustapha. The new world information order. *International Commission for the*
- MCBRIDE, Sean. *Many voices, one world: communication and society, today and tomorrow : towards a new more just and more efficient world information and communication order : [report]*. Repr. London: Kogan Page, 1980. ISBN 0 85038 348. Dostupné z: <http://www.scribd.com/doc/52132938/Many-Voices-One-World-The-MacBride-Report-1980>
- MCCHESENEY, Robert Waterman. *The political economy of media: enduring issues, emerging dilemmas*. New York: Monthly Review Press, c2008, 589 p. ISBN 15-836-7162-5
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace: the role of the news media in human affairs*. Vyd. 3. Překlad Marcel Kabát. Praha: Portál, 2007, 447 s. ISBN 978-807-3673-383.
- MICHÁLKOVÁ, Helena. *Mediální krajina ve Španělsku*. Praha, 2011. 110 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze.
- MODIG, J.-O. The Scandinavian News Agencies. *International Communication Gazette*. 1963-01-01, vol. 9, issue 2, s. 143-148. DOI: 10.1177/001654926300900212. Dostupné z: <http://gaz.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/001654926300900212>
- MONCRIEFF, Chris. *Living on a deadline: a history of the Press Association*. London: Virgin Books, 2001, x, 292 p. ISBN 18-522-7917-6.
- MOSCO, Vincent. *The political economy of communication: the role of the news media in human affairs*. 2nd ed. Los Angeles: Sage Publications, 2009, xii, 355 p. ISBN 14-462-0494-4.
- ORTIZ, David. *Opposition Voices in Regent Spain: Liberalism, the Press and the Public Sphere, 1885-1902*. San Diego, 1995. Ph.D. diss. University of California.
- Phone hacking: Cameron and Miliband demand new watchdog. *BBC News: UK Politics* [online]. 2011-07-08 [cit. 2013-04-02]. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/news/uk-politics-14073718>
- RANTANEN, Edited by Oliver Boyd-Barrett and Terhi. *The Globalization of News*. London: Sage Publications, 1998. ISBN 08-570-2615-1.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-717-8926-7.

SHAWCROSS, William. *Murdoch: the making of a media empire*. Rev. and updated. New York, NY: Touchstone, 1997. ISBN 06-848-3015-9.

SCHILLER, Herbert I. *Communication and cultural domination*. White Plains, N.Y.: International Arts and Sciences Press, c1976, 127 p. ISBN 08-733-2079-4.

SIEBERT, Fred, Theodore PATERSON a Wilbur SCHRAMM. *Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press, 1956.

STANOVY TT: Bolagsordning för Tidningarnas Telegrambyrå. 2012, org nr:556564-5487.

*Study of Communication Problems*, No. 31. Paris: UNESCO, 1978. Dostupné z WWW: <http://unesdoc.unesco.org/images/0003/000340/034010eb.pdf>

TERZIS, Georgios (ed.). *European media governance: national and regional dimensions*. Bristol: Intellect, 2007, 462 s. ISBN 978-184-1501-925.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, 293 s. ISBN 978-807-3676-834.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006, 191 s. ISBN 80-736-7096-8.

TRIBUNAL DE CUENTAS. Informe de fiscalización de la Agencia EFE: Ejercicio 2009. In: [online]. 2009 [cit. 2013-04-15].

TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Tiskové agentury*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1997, 109 s. ISBN 80-718-4459-4.

TUNSTALL, Jeremy. *The media are American: Anglo-American media in the world*. 2nd ed. London: Constable, 1994. ISBN 978-009-4734-807.

UNESCO, *Many Voices, One World: Communication and Society. Today and Tomorrow*. Paris: UNESCO, 1980. Dostupné z WWW: <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066eb.pdf>

UNESCO, *The World of News Agencies, International commission for the study of communication problems*, No. 11. Paris: UNESCO, 1979. Dostupné z WWW: <http://unesdoc.unesco.org/images/0003/000370/037078eb.pdf>

VILLARD, Oswald. *The Associated Press*. In: *The Nation*. April 23, 1930, pp. 486-488. Dostupné z: <http://www.unz.org/Pub/Nation-1930apr23>

WATSON, James a Anne HILL. *Dictionary of media and communication studies*. 6th ed. New York: distributed by Oxford University Press, 2003, xxv, 339 p. ISBN 03-408-0829-2.



WEIBULL, Lennart a Anna Maria JÖNSSON. The Swedish Media Landscape. In: TERZIS, Georgios (ed.). *European media governance: national and regional dimensions*. 1st pub. Bristol: Intellect, 2007, s. 181-190. ISBN 9781841501925.

Zapatero coloca a su primo favorito en el consejo de administración de EFE. *Libertad Digital* [online]. 2010-05-17 [cit. 2013-05-05]. Dostupné z:

<http://www.libertaddigital.com/sociedad/zapatero-coloca-a-su-primo-favorito-en-el-consejo-de-administracion-de-efe-1276392923/>

## Internetové zdroje

Agencia EFE. [online]. [cit. 2013-5-15]. Dostupné z: [www.efe.com](http://www.efe.com)

AP. [online]. [cit. 2013-03-22]. Dostupné z: <http://www.ap.org>

Archant. [online]. [cit. 2013-05-15]. Dostupné z: [www.archant.co.uk](http://www.archant.co.uk)

Bonnier. [online]. [cit. 2013-04-03]. Dostupné z: [www.bonnier.com](http://www.bonnier.com)

Daily Mail and General Trust. [online]. [cit. 2013-05-15]. Dostupné z: [www.dmgmt.co.uk](http://www.dmgmt.co.uk)

DC Thomson. [online]. [cit. 2013-05-15]. Dostupné z: [www.dcthomson.co.uk](http://www.dcthomson.co.uk)

DPA. [online]. [cit. 2013-03-20]. Dostupné z: <http://www.dpa.de>

ESTATUTO DE REDACCIÓN DE LA AGENCIA EFE: Texto de Consejo. 22 de marzo de 2006. [online]. [cit. 2013-05-15] Dostupné z:

<http://efe.com/FicherosDocumentosEFE/estatuto.pdf>

European Journalism Centre: Media Landscape. [online]. [cit. 2013-05-15]. Dostupné z:

[http://www.ejc.net/media\\_landscape](http://www.ejc.net/media_landscape)

Guardian Media Group. [online]. [cit. 2013-05-15]. Dostupné z: [www.gmgplc.co.uk](http://www.gmgplc.co.uk)

Johnston Press. [online]. [cit. 2013-05-15]. Dostupné z: [www.johnstonpress.co.uk](http://www.johnstonpress.co.uk)

Journalist's Charity. [online]. [cit. 2013-05-15]. Dostupné z:

<http://www.journalistscharity.org.uk>

La Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI). [online]. [cit. 2013-05-24].

Dostupné z: <http://sepi.es/>

Leveson Inquiry. [online]. [cit. 2013-05-24]. Dostupné z: [www.levesoninquiry.org.uk](http://www.levesoninquiry.org.uk)

Ley 5/1996 Creación de determinadas Entidades de Derecho Público

Midland News Association. [online]. [cit. 2013-05-15]. Dostupné z: [www.expressandstar.com](http://www.expressandstar.com)

National Association of Press Agencies. [online]. [cit. 2013-04-01]. Dostupné z:

[http://www.napa.org.uk/users/directory\\_results.php?Region=Scotland](http://www.napa.org.uk/users/directory_results.php?Region=Scotland)

News International. [online]. [cit. 2013-05-15]. Dostupné z: [www.newsint.co.uk](http://www.newsint.co.uk)

PA GROUP LIMITED. Press Association: Annual Report 2011. 2012. [online]. [cit. 2013-05-15]. Dostupné z:

<http://www.pressassociation.com/Aboutus/CorporateInformation/FinancialInformation/>

Press Association. [online]. [cit. 2013-5-15]. Dostupné z: [www.pressassociation.com](http://www.pressassociation.com)

Real Decreto Ley 5/1995. [online]. [cit. 2013-05-15]. Dostupné z:

<http://legislacion.derecho.com/real-decreto-ley-5-1995-de-creacion-de-determinadas-entidades-de-derecho-publico>

Reuters Institute for the Study of Journalism. [online]. [cit. 2013-05-02]. Dostupné z:

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>

SEPI. Informe anual 2009. Dostupné z [www.sepi.es](http://www.sepi.es)

SEPI. Informe anual 2011. Dostupné z [www.sepi.es](http://www.sepi.es)

Schibsted Media Group. [online]. [cit. 2013-04-03]. Dostupné z: [www.schibsted.com](http://www.schibsted.com)

Stampen Media Group. [online]. [cit. 2013-04-03]. Dostupné z: <http://www.stampen.com>

The European Alliance of Press Agencies. [online]. [cit. 2013-05-04]. Dostupné z:

<http://www.newsalliance.org/>

The Press Complaints Commission. [online]. [cit. 2013-05-15]. Dostupné z:

<http://www.pcc.org.uk/>

The Telegraph Group. [online]. [cit. 2013-05-15]. Dostupné z: [www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk)

Thomas Crosbie & C. [online]. [cit. 2013-05-15]. Dostupné z: [www.tch.ie](http://www.tch.ie)

Trinity Mirror. [online]. [cit. 2013-05-15]. Dostupné z: [www.trinitymirror.com](http://www.trinitymirror.com)

TT,Tidningarnas Telegrambyrå. [online]. [cit. 2013-05-15]. Dostupné z: [www.tt.se](http://www.tt.se)

TT-Gruppen Årsberättelse 2011/2012: Annual Report. 2012. [online]. [cit. 2013-05-15].

Dostupné z: [http://issuu.com/uppdragmedia/docs/tt-gruppen\\_2011-2012/1](http://issuu.com/uppdragmedia/docs/tt-gruppen_2011-2012/1)

United Business Media. [online]. [cit. 2013-05-15]. Dostupné z: [www.ubm.com](http://www.ubm.com)

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

[http://i4.cn.cz/ctk/PDF/Zakon\\_c\\_517-1992\\_Sb\\_o\\_CTK.pdf](http://i4.cn.cz/ctk/PDF/Zakon_c_517-1992_Sb_o_CTK.pdf)

## **Seznam tabulek, diagramů a grafů**

**Tabulka 1: Vybrané ukazatele mezinárodně aktivních agentur na konci 70. let**

**Tabulka 2: Charakteristika politických systémů Španělska, Švédska a Británie jako zástupců tří modelů**

**Tabulka 3: Vlastníci TT a jejich ideologická inklinace**

**Tabulka 4: Porovnání samoregulace – švédská versus britská tisková rada**

**Tabulka 5: Senior Management PA**

**Tabulka 6: Nevýkonní ředitelé PA**

**Tabulka 7: Dceřiné a přidružené společnosti agentury EFE**

**Tabulka 8: Vedoucí pozice v agentuře EFE**

**Tabulka 9: Členové představenstva TT**

**Diagram 1: Struktura agentury DPA, společnosti s ručením omezeným**

**Diagram 2: Organizační struktura TT Gruppen (k dubnu 2012)**

**Graf 1: Vlastnická struktura TT (podíly v %)**

## Seznam příloh

**Příloha č. 1: Dotazník zasláný do agentury EFE, PA a TT (seznam otázek)**

**Příloha č. 2: Webová stránka agentury PA (printscreen)**

**Příloha č. 3: Webová stránka agentury EFE (printscreen)**

**Příloha č. 4: Webová stránka agentury TT (printscreen)**

## Přílohy

**Příloha č. 1: Dotazník zasláný do agentury EFE, PA a TT (seznam otázek)**

Otázky byly modifikovány podle potřeby pro jednotlivé agentury a poté elektronicky zaslány kompetentním zaměstnancům agentur a také na centrální kontaktní email agentur.

- 1. Můžete, prosím, popsat detaily vlastnictví agentury? Zaměřte se, prosím, na formu, strukturu, vlastníky a změny ve vlastnictví od založení agentury.*
- 2. Můžete mi, prosím, poskytnout základní dokumenty agentury?*
- 3. Jaké jsou kontrolní orgány agentury? Popište, prosím, jejich kvalifikaci, kompetence, jak vznikají a zanikají, kdo je a může být jejich součástí, apod.*
- 4. S kým spolupracujete? Kdo jsou Vaši nejvýznamnější ekonomičtí partneři?*
- 5. Jaký je vztah mezi agenturou a státem? Popište, prosím, jestli, a případně jak, stát zasahuje do chodu agentury.*
- 6. Jaká jsou legislativní opatření na úrovni Evropské unie, kterými se agentura musí/měla by řídit?*
- 7. Má agentura nějaké interní normy (např. etický kodex)? Pokud ano, můžete mi je prosím poskytnout?*

8. *Můžete mi, prosím, poskytnout poslední výroční zprávu, nebo jiný dokument informující o hospodaření agentury?*
9. *Jaký je počet zaměstnanců agentury? Kolik z nich vystudovalo žurnalistiku nebo jiné obory související s médií? Kolik má agentura zahraničních korespondentů?*
10. *Neváhejte, prosím, sdílet jakékoliv další relevantní dokumenty, zajímavé statistiky či publikace napsané o agentuře.*

## Příloha č. 2: Webová stránka agentury PA (printscreen)

The screenshot shows the Press Association website homepage. At the top, there is a navigation bar with the logo "PRESS ASSOCIATION" and the tagline "Clever Content Smart Business". The main navigation menu includes "Content", "Services", "Special Events", and "Search". Below the navigation is a large banner featuring a video player with a woman holding a baby. The video title is "The UK's leading provider of multi-platform content solutions" and the subtitle is "Royal Baby - archive to live content". Below the video is a "Find out more..." button. The sidebar contains three sections: "Welcome to the Press Association" with the logo, "Football Week Wins Media Pioneer Award 2013" with a thumbnail of a football player, and "Twitter Feed" with a tweet from @pressassoc. The footer includes the Press Association logo and a list of news items: "Fonda honoured next to famous dad", "Mirren reigns at Dog's day Oliviers", and "House became 'nightmare' - Laurie".

### Příloha č. 3: Webová stránka agentury EFE (printscreen)

Firefox

www.efe.com/efe/noticias/espana/1

Noticias Productos Agencia EFE Clientes Edición España

Mundo | Política | Economía | Sociedad | Cultura | Deportes | Gente | Reportajes | Comunicados

Última hora **4,91 por ciento por las transferencias del Estado** | **AFGANISTÁN OPIO - Al menos 131 muertos**

Guillermo-Alejandro juró como rey de los Países Bajos

**La economía española cayó el 0,5 por ciento en el primer trimestre**

Madrid, 30 abr (EFE).- La economía española cayó el 0,5 % entre enero y marzo, tres décimas menos que en el trimestre precedente (0,8 %), según ha adelantado hoy el Instituto Nacional de Estadística (INE).

europfe.com Europa en un clic

**! Habla i**  
Cuéntale al mundo quién eres

Corresponsales.



## Příloha č. 4: Webová stránka agentury TT (printscreen)



Firefox

TT, Tidni... x Practica Esp... Fundación ... Radiotelevis... EFE Salud. E... Překladač G... SEPI: Empre... Noticias últi... INFORME D...


tt.se

Nejnavstevovanější Jak začít Přehled zpráv Urban Dictionary: crac... slovník.cz - Multilingu... Překladač Google Doručená pošta (48) - ... Facebook >> Zložky

TT-gruppen: TT Scanpix TT Spektra Svenska Grafikbyrå Retriever TT Kompetens Uppdragsmedia TT Monitor

 08 692 26 00, redaktionen@tt.se 

OM TT KONTAKT UTBUD TT-SPRÅKET TT-KALENDERN TIPSA OSS




Militärer och frivilliga letar efter överlevande efter husraset i Savar, Bangladesh, den största industriolyckan i landets historia. Foto: Firoz Ahmed/ Demotix / Scanpix

**Tipsa oss!**  
Är du på plats? Berätta. Tipsa. tips@tt.se 08-692 27 00 [Läs mer](#)

**REDAN KUND?**  
Välkommen att logga in [Logga in](#)

**BLI KUND HOS TT**  
[Våra tjänster](#)

  
TT-språket  
Goda råd till alla som skriver. [Sök i TT-språket](#)

**TT-LIVE**  
TT:s direktrapporterering får ny form. [Läs mer!](#)

Tidningarnas Telegrambyrå (TT) är Nordens största nyhetsbyrå sedan 90 år tillbaka. TT ägs av Sveriges största tidningar och mediebolagen bakom dem.

**MER OM TT**

- Retriever köper Newswatch
- Johan Emtefall ny försäljningsdirektör
- Årsberättelse ute nu
- Kerstin Pilhage ny utvecklingsdirektör
- Möt Mr TT-språket
- TT i skolan på Sett-mässa









**TT I SKOLAN**  
Nyhetstjänst anpassad för bildskärmar.

Koppla upp TT:s nyheter på skolans bildskärmar? [Läs mer](#)

**SÖK PÅ TT.SE**

Vad letar du efter?  [Sök](#)

**SENASTE NYTT**

 <p>16:17 <b>INRIKES</b> Lugn start på valborgsfirande</p>	 <p>16:15 <b>SPORT</b> Andersson assisterande i Lugano</p>	 <p>16:05 <b>INRIKES</b> Tipsade sonen om spritlangare</p>	 <p>15:50 <b>UTRIKES</b> Stränga straff för nattklubsbrand</p>	 <p>15:47 <b>UTRIKES</b> Nederländerna fick ny monark</p>	 <p>15:46 <b>INRIKES</b> Stopp för hyriärkare oroar läkare</p>	 <p>15:45 <b>UTRIKES</b> Fångslandet av Tymosjenko olagligt</p>	 <p>15:39 <b>UTRIKES</b> Romer avhystes från rinvingshus</p>
---	---	---	---	--	--	--	---

Najtit: agencia EFE [Dalsi](#) [Předchozí](#) [Zvýraznit](#)  Rozlišovat velikost 