



JAN HALADA

BARBORA OSVALDOVÁ (ED.)

# **SLOVNÍK ŽURNALISTIKY**

VÝKLAD POJMŮ A TEORIE OBORU

# Slovník žurnalistiky

Výklad pojmů a teorie oboru

**Jan Halada**

**Barbora Osvaldová**

**editoři**

---

Recenzovali

doc. PhDr. Petr Orság, Ph.D.

PhDr. Petr Just, Ph.D.



**Financováno  
Evropskou unií**  
NextGenerationEU



**Národní  
plán  
obnovy**



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Publikace byla vydána za podpory Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy a Národního plánu obnovy v rámci projektu Transformace pro VŠ na UK (reg. č. NPO\_UK\_MSMT-16602/2022).

Vydala Univerzita Karlova

Nakladatelství Karolinum

Praha 2023

Obálka Jan Šerých

Sazba DTP Nakladatelství Karolinum

Druhé vydání

© Univerzita Karlova, 2023

© Jana Čeňková, Nora Dolanská, Pavel Dolanský – heirs, František Géla, Kateřina Gillarová, Jan Halada, Denisa Hejlová, Tereza Ježková, Pavel Kasík, Jakub Končelík, Jiří Kraus – heirs, Alena Láblová – heirs, Martin Lokšík, Veronika Macková, Josef Maršík, Václav Moravec, Alice Němcová Tejkalová, Barbora Osvaldová, Irena Prázová, Jaroslav Slanec, Karolína Šimková, Milan Šmíd, Martin Štoll, Ondřej Trunečka, Ludmila Trunečková, Kateřina Turková, 2023

ISBN 978-80-246-5592-5

ISBN 978-80-246-5594-9 (pdf)



Univerzita Karlova  
Nakladatelství Karolinum

[www.karolinum.cz](http://www.karolinum.cz)  
[ebooks@karolinum.cz](mailto:ebooks@karolinum.cz)



7	PŘEDMLUVA
9	EDIČNÍ POZNÁMKA
11	ABECEDNÍ SEZNAM AUTORŮ PODLE ŠIFER
11	SEZNAM OBECNÝCH ZKRATEK
12	SEZNAM HESEL
25	SLOVNÍK ŽURNALISTIKY
305	PŘÍLOHY
317	SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY

*Připsáno PhDr. Aleně Lábové, Ph.D.,  
a prof. PhDr. Jiřímu Krausovi, DrSc.,  
kteří se už tohoto vydání nedožili.*

**K**dyž jsme dávali dohromady první verzi tohoto *Slovníku žurnalistiky*, věděli jsme, že oblast médií se bude vyvíjet rychle a že bude komplikované zachytit její určitou podobu v čase. Nečekali jsme ovšem, že rozvoj bude tak překotný. Skoro nepřetržitě dochází k posunům v obsazích, stejně tak se objevují nové termíny. Ale jak už jsme napsali v předmluvách k minulým vydáním takovýchto kompendií, pojem žurnalistika je odvozen od původně latinského slova *diurnus*, tj. denní, a později z latiny do mnoha evropských jazyků převzatého slova *jour*, *journal*, tedy den, deník. Toto spojení naznačuje, že žurnalistika je vázána na den, a v některých případech dokonce na hodinu, v které se děje něco, co by měli recipienti vědět, aby byli informováni a mohli si také utvořit vlastní názor. Málokdo si už v současné době vystačí s tím, že čeká na informace do dalšího dne, kdy mu je psané noviny přinesou. A tak tedy neustále dochází nejen k proměně nosičů informací, ale často také k proměně terminologie. Snadnější bylo popsat věci uzavřené, dané historií, než ty, které se mění, frázovitě řečeno, takřka před našimi očima.

Předkládaná publikace je zaměřena výslovně tak, aby výklad jednotlivých pojmů byl srozumitelný co nejširšímu, tedy i laickému okruhu čtenářů. Česká žurnalistika byla ve svém vývoji poznamenána určitou literárností a také některé starší pojmy tento vliv prozrazují. Toto tradicionalistické pojetí se s novým stoletím začalo měnit, a tak mnoho termínů má v současnosti jiný obsah než kdysi. Přesto máme za to, že pro celkový dojem je třeba uvést i pojmy, které buď nesou svůj minulý význam, nebo slouží k pochopení obsahů nových.

Proto se pro snadnější orientaci autoři snažili hesla doplnit o zajímavé příklady z praxe, citáty nebo obrazový doprovod, což po našem soudu dává textu ještě další rozměr.

Stejně tak tento slovník obsahuje podrobnější hesla z kulturní žurnalistiky a publicistiky, sledovali jsme i vývoj u některých pojmů. S digitalizací a internetizací médií přibyla také celá řada nových hesel. Je logické, že tím se změnil okruh spolupracovníků, což je patrné v seznamu zkratk.

Jako editoři se domníváme, že pro pochopení stavu médií je vhodné upozornit i na některé oficiální dokumenty, jako je *Listina základních práv a svobod* nebo *Etický kodex novináře*, zařazené do příloh.

Je pochopitelné, že výběr termínů není zdaleka vyčerpávající a nemůže být konečný. Některé pojmy mají odlišný obsah, jiné teprve vzni-

---

kají a hledají své vysvětlení a opodstatnění. Pro definování to znamená úskalí, na druhé straně lze ale doložit, že žurnalistika neustrnula. Je to organismus živý, reagující na společenské i technické změny.

Editoři i autoři hesel jsou si vědomi, že se jedná o vývoj, který se nezastaví, pokud bude dostatek příjemců sdělení a pokud bude dostatek těch, kteří tato sdělení budou schopni poskytovat.

- Barbora Osvaldová



**M**ultimediální koncepce *Slovníku žurnalistiky* je výsledkem práce šestadvaceti autorů – v původní verzi bylo autorů jen sedmáct – působících na katedrách Institutu komunikačních studií a žurnalistiky na Fakultě sociálních věd pražské Univerzity Karlovy. Nejedná se o první slovník tohoto institutu a jeho pracovišť. Předchozí tři vydání obdobných žurnalistických slovníků (nakladatelství LIBRI v Praze 1999, 2002 a 2007, a to zásluhou PhDr. Františka Honzáka a PhDr. Marie Honzákové, pod názvem *Praktická encyklopedie žurnalistiky*) měla velký úspěch a byla vždy doplňována i aktualizována. V tom posledním vydání vyšla také slovníková hesla z oblasti marketingu a public relations, která pak ale měla již podobu samostatné publikace s názvem *Marketingová komunikace a public relations. Výklad pojmů a teorie oboru* (ed. Jan Halada), kterou vydala Univerzita Karlova, Nakladatelství Karolinum, v roce 2015, dotisk 2016.

Tento nový, v podstatě již podruhé přepracovaný, rozšířený a doplněný *Slovník žurnalistiky* navazuje na všechna předchozí zpracování v koncepci propojenosti jednotlivých hesel, za pomoci odkazů k heslům v celém slovníku. Zásadní změny spočívají v upřesnění jednotlivých hesel, jejich doplnění, ale především v jejich inovaci, zachycení hektického vývoje v mediální sféře od posledního vydání prvního dotisku v roce 2020, v přiblížení digitálního světa médií, sociálních sítí a vůbec všeho nového, co se objevilo v komunikační teorii a praxi. A proto je tu také relativně velký počet nových hesel, nová je i struktura hesel a rozšířen byl seznam literatury. Publikace tedy umožňuje orientaci v žurnalistice a mediálních studiích jak pro studenty, tak pro novináře a odbornou i laickou veřejnost.

Samotná hesla – je jich přibližně tisíc a k tomu velké množství přírodních odkazů – jsou řazena abecedně a v případě dvouslovných pojmů většinou podle substantiva, tedy např. agentura tisková. Celá řada hesel zároveň ve svém závěru odkazuje na příbuzné pojmy či společnou mediální problematiku.

Při uvádění etymologie pojmů používáme u latinských a řeckých sloves 1. osobu jednotného čísla, jak je obvyklé u většiny jazykových slovníků (např. *audio*), zatímco český pojem je zásadně ve tvaru infinitivu (např. slyšet). V hranatých závorkách uvádíme v případě potřeby za názvem hesla výslovnost, v kulatých závorkách za nimi je pak uveden původ cizího slova a jeho český ekvivalent.

U mnoha hesel je věcná, slovníková část doplněna částí popularizační, která nabízí pohled do historie pojmu nebo rozvíjí či jinak doplňuje vesměs strohé encyklopedické podání. Spolu s ilustračním doprovodem se tak autoři snažili nabídnout uživatelům rozšířený a třeba i trochu odlehčený pohled na tuto problematiku. Příloha potom doplňuje *Slovník žurnalistiky* významnými dokumenty – malá část z nich je ovšem i součástí textu hesel –, které mají přímou souvislost s žurnalistikou a celou mediální oblastí. Na závěr je připojen široký seznam literatury, který tuto teoretickou část dílčím způsobem doplňuje; u některých hesel je použita a doporučená literatura připojena přímo k textu.

Naproti tomu jsme pokládali za nadbytečné zařazovat všechna hesla týkající se přístrojů, které se v žurnalistické a mediální oblasti běžně používají, např. počítač, kamera, fotoaparát, diktafon a podobně, ale i pojmy dnes už doslova historické, jako např. horká sazba, kartáčový obtah, linotyp či metér apod., protože výklad o jejich technickém fungování do takto pojatého slovníku nepatří. Na druhé straně jsme se snažili i postihnout poněkud hektický vývoj v používání některých pojmů, jež ještě nejsou plně zafixovány a vyskytují se ve více podobách, jako je tomu například v psaní pojmů on-line a online, kdy volíme všude jen jednu podobu. V tomto smyslu je podtitul *Slovníku žurnalistiky* práv svému názvu – *Výklad pojmů a teorie oboru*.

Autoři spolu s redakcí nakladatelství věří, že nové vydání slovníku se stane vyhledávanou a spolehlivou praktickou příručkou, která ovšem poslouží i teoretickým výkladem základního sumáře pojmů z oblasti teorie médií a jejich komunikačního významu.

– Jan Halada

**ABECEDNÍ SEZNAM AUTORŮ****PODLE ŠIFER**

- (al) – † PhDr. Alena Lábová, Ph.D.  
 (ant) – doc. PhDr. Alice Němcová Tejkalová, Ph.D.  
 (bo) – doc. PhDr. Barbora Osvaldová  
 (dh) – doc. PhDr. Denisa Hejlová, Ph.D.  
 (fg) – Mgr. František Géla  
 (ip) – PhDr. Irena Prázová, Ph.D.  
 (jč) – PhDr. Jana Čeňková, Ph.D.  
 (jh) – doc. PhDr. Jan Halada, CSc.  
 (jk) – † prof. PhDr. Jiří Kraus, DrSc.  
 (jko) – PhDr. Jakub Končelík, Ph.D.  
 (jm) – PhDr. Josef Maršík, CSc.  
 (js) – Mgr. Jaroslav Slanec  
 (kg) – PhDr. Kateřina Gillárová  
 (kš) – Mgr. Karolína Šimková  
 (kt) – Mgr. Kateřina Turková, Ph.D.  
 (lt) – PhDr. Ludmila Trunečková, Ph.D.  
 (ml) – PhDr. Martin Lokšík  
 (mš) – PhDr. Milan Šmíd  
 (mšt) – prof. MgA. Martin Štoll, Ph.D.  
 (nd) – PhDr. Nora Dolanská  
 (ot) – Mgr. Ondřej Trunečka, Ph.D.  
 (pd) – † PhDr. Pavel Dolanský  
 (pk) – Mgr. Pavel Kasík  
 (tj) – Mgr. Tereza Ježková, Ph.D.  
 (vm) – PhDr. Václav Moravec, Ph.D.  
 (vma) – Mgr. Veronika Macková, Ph.D.

**SEZNAM OBECNÝCH ZKRATEK**

- aj. – a jiné  
 angl. – anglický, anglicky, angličtina  
 apod. – a podobně  
 arab. – arabský, arabsky, arabština  
 atd. – a tak dále  
 atp. – a tak podobně  
 č. – číslo  
 franc. – francouzský, francouzsky, francouzština  
 ital. – italský, italsky, italština  
 lat. – latinský, latinsky, latina  
 mn. č. – množné číslo  
 např. – například  
 něm. – německý, německy, němčina  
 popř. – popřípadě  
 resp. – respektive  
 rus. – ruský, rusky, ruština  
 řec. – řecký, řecky, řečtina  
 špan. – španělský, španělsky, španělština  
 tzv. – takzvaný  
 → – šipka odkazující na jiné heslo

**AA**

- abonent  
abonent agenturní  
advertorial  
aféra  
aforismus  
agentura  
agentura fotografická  
agentura literární  
agentura tisková, též zpravodajská  
agentura zpravodajská viz agentura tisková  
agenturní abonent viz abonent agenturní  
agenturní bulletin viz bulletin agenturní  
agenturní fotografie viz fotografie agenturní  
agenturní servis viz servis agenturní  
agenturní zpráva viz zpráva novinová, rozhlasová, televizní  
agenturní zpravodajství viz zpravodajství  
akcidence, též akcidence, akcidenční tiskoviny  
akreditace  
Aktualita viz Československý zvukový filmový týdeník  
aktualita  
aktualita fotografická  
aktualizace, též update  
aktuálnost  
akvizice viz výroba televizní/rozhlasová  
allonym viz pseudonym  
almanach  
anagram viz pseudonym  
analogové záznamové videoformáty  
anonym viz pseudonym  
anketa  
anonce  
anonym  
anotace  
antologie  
argot  
arch autorský (AA)  
arch tiskový  
arch vydavatelský (VA), též nakladatelský  
archiv  
archová montáž viz montáž  
art-direktor  
Asociace provozovatelů soukromého vysílání (APSV)  
Asociace televizních organizací (ATO)  
audiovizuální  
audiovizuální jazyk  
audiovizuální kompozice viz kompozice audiovizuální  
autobiografie  
autograf  
automatizovaná žurnalistika viz žurnalistika automatizovaná  
autoportrét  
autor, autorka  
autorizace  
autorská šifra, značka viz autor  
autorské právo viz právo autorské  
autorský arch viz arch autorský  
autorský honorář viz honorář  
autotypie  
autotypie duplexová viz duplex  
avantgarda  
Average Time Spent (ATS)  
avízo  
background  
balíček viz výroba televizní/rozhlasová  
Bernská úmluva viz copyright, právo autorské  
beseda rozhlasová/televizní  
bestseller, též bestseler  
BETACAM SP viz analogové záznamové videoformáty

- bibliografie**  
**bienále**  
**bilaterál**  
**binge-watching**  
**biografie**  
**blesk, blesková zpráva viz fleš**  
**blízkost zprávy**  
**blog**  
**blogování, blogging**  
**blu-ray**  
**briefing**  
**browser viz prohlížeč**  
**brožura**  
**bulletin agenturní**  
**bulvár**  
**bulvární**
- causerie**  
**CCD**  
**CD**  
**CD-ROM**  
**celoplošná rozhlasová stanice**  
**cenzura**  
**cicero, zkratka cic, c**  
**citát, citace**  
**clickbait**  
**CMOS**  
**CMYK viz tiskový režim CMYK**  
**comics viz komiks**  
**copyright**  
**corrigenda viz errata**  
**cromalin viz nátisk**  
**cross promotion**  
**crowdfunding**  
**crowdsourcing**  
**cyklus rozhlasový**  
**cyklus televizní**
- časopis**  
**čelo agenturní zprávy viz lead**  
**červené tlačítko viz tlačítko červené**  
**Česká tisková kancelář/ČTK**  
**Československý zvukový filmový týdeník Aktualita**
- četba/čtenář**  
**četba rozhlasová**  
**článek**  
**črta**  
**čtenář, čtenáři viz četba, čtenář, komunikace, linka čtenářská, médium, oddělení dopisové**  
**čtenářská linka viz linka čtenářská**  
**čtenářské dopisy viz oddělení dopisové**  
**čtenářství**  
**čtenost viz četba, čtenář**  
**ČTK viz Česká tisková kancelář**  
**čtverčík**  
**čtvrtá moc viz sedmá velmoc**  
**čtvrtletník viz tisk periodický**
- DAB**  
**dabing**  
**databanka viz databáze**  
**databáze, též databanka**  
**datová žurnalistika viz žurnalistika datová**  
**deadline viz uzávěrka**  
**debata**  
**deleatur**  
**dementi**  
**denička**  
**deník**  
**deníky zdarma**  
**depeše**  
**dezinformace**  
**diakritická znaménka viz znaménka diakritická**  
**dialekt, též nářečí**  
**dialog**  
**Didotův měrný systém**  
**digest**  
**digital divide**  
**digitalizace médií**  
**digitální daň**  
**digitální fotografie viz fotografie digitální**  
**digitální multiplex**

- digitální vysílání rozhlasové  
digitální vysílání televizní  
digitální záznamové videofor-  
máty  
DILIA  
diskurz  
diskuse  
dispečink rozhlasový  
distribuce, distributor  
distribuce rozhlasového a televizní-  
ho signálu viz program, televize,  
vysílání kabelové  
DNG  
DNPS, DNP  
dokument  
dokumentace  
domicil  
dopis otevřený  
dopisovatel viz korespondent,  
korespondentka  
dopisy čtenářů, dopisové oddělení  
viz oddělení dopisové  
dotisk  
dpi  
dramaturg  
DRM  
dronová žurnalistika viz žurnalisti-  
ka dronová  
dřík  
DTP  
duktus  
duplex, též duplexová autotypie  
DVB-C  
DVB-H  
DVB-S  
DVB-T  
DVB-T2  
DVD  
  
edice  
editor  
editor obrazový  
editorial viz úvodník  
elektronická podoba periodik  
elektronická pošta viz e-mail  
elév  
e-mail  
embargo  
embedded journalism  
embedding  
ENG  
entertainizace  
entrefilet  
EPG  
epigram  
errata, též corrigenda  
esej  
etika novinářská  
exkluzivita  
ex libris  
expedice  
explicit viz kolofón  
expozé  
expoze  
  
fabule  
Facebook  
fact-checkingová žurnalistika viz  
žurnalistika fact-checkingová  
fake news  
faksimile  
fakt, faktum  
fáma  
feature  
feature fotografie  
feed  
fejton  
fiction viz fakt  
filiálka  
filiální redakce viz redakce  
filmové zpravodajství viz zpravo-  
dajství filmové  
fleš  
font  
formát  
formát rozhlasový  
formát televizní  
foto CD viz photo CD

- fotografická agentura** viz **agentura fotografická**  
**fotografická aktualita** viz **aktualita fotografická**  
**fotografická kompozice** viz **kompozice fotografická**  
**fotografický portrét** viz **portrét fotografický**  
**fotografie**  
**fotografie agenturní**  
**fotografie digitální**  
**fotografie dokumentární** viz **aktualita fotografická, foto-reportáž**  
**fotografie sportovní**  
**fotografie titulní**  
**fotografie žurnalistická**  
**fotografvura** viz **techniky tiskové**  
**fotomontáž**  
**fotopool** viz **pool**  
**fotoreportáž** viz **reportáž fotografická**  
**fotoreportér**  
**fotožurnalismus**  
**fráze**  
**frontispis**, též **protitul**  
**Full HD** viz **HDTV**  
**fulltext**  
**funkce žurnalistiky**  
  
**ghostwriter** viz **autor, autorka**  
**glosa**  
**gonzo žurnalistika**  
**grafická úprava tiskovin** viz **úprava tiskovin grafická**  
**grafický úpravce** viz **úpravce grafický**  
**grafik**  
**grafik počítačový**  
**grafika**  
  
**HbbTV**  
**HDTV**  
**headline**, též **upoutávka**
- hexachrom**  
**hlasatel**  
**hlavička**  
**hlubotisk** viz **techniky tiskové**  
**hoax**  
**holdback**  
**hologram**  
**homepage** viz **www-stránka**  
**honorář**, též **autorský honorář**  
**horká sazba** viz **sazba**  
**hypertext**  
**hypertextový odkaz**  
  
**chat**  
  
**I-vysílání**  
**ilustrace**  
**imprimatur**  
**index** viz **rejstřík**  
**infodemie**  
**infografika** viz **grafika, servis agenturní**  
**informace**  
**informace obrazová (oíčko)**  
**informační zdroj** viz **zdroj**  
**infotainment**  
**iniciála**  
**INTERGRAM**  
**internet**  
**internetová periodika** viz **žurnalistika**  
**interpunkční znaménka** viz **znaménka interpunkční**  
**interview**  
**investigativní žurnalistika** viz **žurnalistika investigativní**  
**inzerát**  
**inzerce**  
**IRC** viz **chat**  
**iReport**  
**iReportér**  
**ISBD** viz **ISBN**  
**ISBN**  
**ISDS** viz **ISSN**

- ISMN**  
**ISSN**
- jazyk**  
**jazyk médií**  
**jazyková korektura viz korektura**  
**jazyková norma a kodifikace viz norma a kodifikace jazyková**  
**jazyková úprava textu viz redigování**  
**jazykové zákonodárství**  
**jazykovědná stylistika viz stylistika jazykovědná**  
**jednička**  
**jednolisty**  
**jednosloupek**  
**jednotka osvitová viz osvit, osvitová jednotka**  
**jeřáb kamerový**  
**juvenilie**
- kabelové vysílání viz vysílání kabelové**  
**kachna novinářská**  
**kamelot**  
**kameraman viz kameraman hlavní, švenkr**  
**kameraman hlavní**  
**kancelář tisková viz agentura tisková**  
**kapesní vydání viz vydání**  
**kapitálek**  
**kapitálka**  
**karikatura**  
**karton**  
**katalog**  
**klauzule svědomí**  
**klíčotypie viz techniky tiskové**  
**klíčová slova viz slova klíčová**  
**klíčování**  
**klip**  
**kliše**  
**kniha**  
**knihtisk viz techniky tiskové**
- knižní vazba viz vazba**  
**kodex novináře viz etika novinářská**  
**koedice viz koprodukce, vydání**  
**kolofon, též explicit, rubrum**  
**kolportáž**  
**komentář**  
**komiks**  
**kompilace**  
**kompozice**  
**kompozice audiovizuální**  
**kompozice fotografická**  
**komunikace**  
**komuniké**  
**koncese viz koncesionář**  
**koncesionář rozhlasový a televizní**  
**konference tisková**  
**konvergence**  
**koprodukce**  
**koprodukce viz také výroba televizní/rozhlasová**  
**korektura, korekce, korektor**  
**korespondent, korespondentka, též dopisovatel**  
**kreslený vtíp viz vtíp kreslený**  
**kritika filmová a televizní**  
**kritika literární a publicistická**  
**kryptonym viz pseudonym**  
**kulér**  
**kurziva**
- lámání**  
**laminování viz vazba knižní**  
**layout**  
**lead, též čelo**  
**legenda**  
**lektor**  
**leták**  
**letter of intent**  
**libreto**  
**libri prohibiti**  
**licence**  
**lifestylový magazín**  
**lingvostylistika viz stylistika jazykovědná**



- linka čtenářská (posluchačská)  
linotyp viz sazba  
list  
list titulní viz strana titulní  
litera  
literární agentura viz agentura  
literární  
literární scénář viz scénář literární  
literatura faktu viz fakt  
liteřina, též písmovina, písmenkový  
kov  
litografie viz techniky tiskové  
logo  
logotyp  
lokálka  
looklive  
lpi, též LPI
- magazín  
majuskule viz verzálka  
maketa  
makulatura  
manuskript viz rukopis  
manžeta viz perex  
marginálie  
marginální  
marže viz rabat  
masmédia viz média  
matice viz analogové záznamové  
videoformáty  
medailon  
médiá, masová médiá, masmédiá  
médiá a kultura  
médiá a marketing  
médiá a public relations  
médiá a sociální síť viz sociální  
síť  
médiá a sport  
médiá a umělá inteligence viz  
umělá inteligence (UI)  
mediální domy a magnáti  
mediální gramotnost  
mediální panika (popř. mediální  
hysterie)
- mediální rady viz rady mediální  
mediální stereotypizace viz stereo-  
typizace mediální  
mediální stereotypy viz stereo-  
typizace mediální  
mediální výchova též mediální  
vzdělávání  
médiu  
megapixel viz pixel  
memorandum  
merkantil  
měsíčník  
mezera  
mezinárodní standardní číslování  
hudebnin viz ISMN  
mezinárodní standardní číslování  
knih viz ISBN  
mezinárodní standardní číslování  
seriálových, tj. periodických  
publikací viz ISSN  
mezititulek  
mikroport  
minuskule, též minuska  
misinformace  
mixzóna  
mluvčí  
moaré  
mobilní žurnalistika MOJO viz  
žurnalistika mobilní MOJO  
moderátor, moderátorka  
momentka  
monitor  
monitorování  
montáž  
moto, též motto  
multilaterál  
multimédia  
multitasking  
mutace
- nadtitulek viz titulek  
náhled  
náklad  
nakladatel viz nakladatelství

- nakladatelství  
námět, též syžet  
nářečí viz dialekt  
na spadání  
nátisk  
nauka o jazykovém stylu viz stylisti-  
ka jazykovědná  
NearVod viz video-on-demand,  
zkratka VOD  
nekrolog  
neperiodický tisk viz tisk neperio-  
dický  
New journalism viz nový žurna-  
lismus  
newsroom  
NLE  
non-fiction viz fakt  
norma  
norma a kodifikace jazyková  
noticka  
nová média  
nové vydání viz vydání  
novinář, novinářka  
novinářská etika viz etika novi-  
nářská  
novinářská kachna viz kachna no-  
vinářská  
novinářská senzace viz senzace  
novinářské ceny  
noviny  
nový žurnalismus
- obálka  
občanská žurnalistika viz žurnalis-  
tika občanská  
občasník  
obrazec sazební viz zrcadlo  
obsah  
obtah  
očko viz švenkr  
odběratel viz abonent  
oddělení dopisové  
odpověď  
odstavec
- odsvuvník viz znaménka inter-  
punkční  
off the record  
ofset viz techniky tiskové  
ohlasy čtenářské, divácké, poslu-  
chačské viz oddělení dopisové  
ochrana soukromí  
ochrana zdroje a obsahu informací  
okruh vysílací  
okruhy programové  
ombudsman redakční  
ombudsman tiskový  
on-line journalism viz žurnalistika  
on-line přenos, též stream  
on-line reportáž  
on-line rozhovor  
opční právo viz vydání  
oprava  
oprávnění k vydání viz vydání  
ořez  
ořezové značky viz značky ořezové  
a pasovací  
OSA  
osvit, osvitová jednotka  
otázky základní  
otevřený dopis viz dopis otevřený  
otevřený zdroj viz zdroj otevřený  
otvírák, též otvírací materiál
- paginace  
pamflet  
paparazzo  
paperback  
papír  
parafráze  
participativní žurnalistika viz  
žurnalistika participativní  
pasovací značky viz značky ořezové  
a pasovací  
pásmo rozhlasové  
patitul viz titul  
PDF (Portable Document Format)  
PDK  
peoplesmeter

- perex, slangově manžeta  
periodický tisk viz tisk periodický  
periodika viz tisk periodický  
pérovka viz předloha pro reprodukci  
pirátské vydání viz vydání  
písmo tiskové  
písmovina viz liteřina  
pitaval  
pixel  
plagiát  
playback  
plazma  
počítačová sazba viz sazba  
podcast  
podcasting  
podčárník  
podpis viz autograf, signatura  
podtitulky, též titulky dialogové  
podval  
pointa  
poledník  
polemika  
politainment  
polygrafie  
pomluva viz ochrana soukromí  
pool  
popisek  
portál  
portrét  
portrét fotografický  
portrét reportážní  
pořad rozhlasový  
pořad televizní  
pořad vzdělávací  
pořadová sazba viz sazba pořadová  
postscript  
postsynchron, též dodatečné ozvučení  
povinné údaje viz tiráž  
povinný výtisk viz výtisk povinný  
poznámka  
poznámka pod čarou  
pramen viz zdroj  
právo autorské  
právo na informace viz svoboda tisku, zákon tiskový  
právo na reprodukci viz copyright  
prémium  
pre-press  
prime time  
producent  
product placement  
produživatel  
profil  
program  
programování televizní/rozhlasové  
programové okruhy viz okruhy programové  
programový okruh rozhlasový viz stanice rozhlasová  
prohlížeč, též browser  
projekce  
proklad  
propagace  
prostrkání viz mezera  
protititul viz frontispis  
přebal  
předloha pro reprodukci  
předplatitel viz abonent  
předplatné viz subskripce  
předsádky  
přenosový televizní/rozhlasový  
přenosový batoh  
příloha  
pseudonym  
public relations viz média a public relations  
publicista  
publicistika  
publicistika filmová  
publicistika rozhlasová  
publicistika televizní  
publikace  
půlčtverčík viz čtverčík, mezera  
PullVOD viz video-on-demand, zkratka VOD

**PushVOD** viz **video-on-demand**,  
**zkratka VOD**  
**PVR**

### Quality TV

**rabat**, též **marže**  
**rada redakční**  
**radiokamera** (také **RF kamera**)  
**rady mediální**  
**raník** viz **deník**  
**rastr tiskový**  
**rating**  
**RAW**  
**reach**  
**real audio/video**  
**reality show**  
**recenze**  
**recenzní výtisk** viz **výtisk recenzní**  
**recipient**  
**redakce**  
**redakční rada** viz **rada redakční**  
**redaktor, redaktorka**  
**redigování**  
**reedice**  
**referát**  
**regionální rozhlas** viz **rozhlas**  
**regionální**  
**regionální studio televizní** viz  
**televize regionální**  
**regionální tisk** viz **tisk regionální**  
**regionální zpravodajství** viz **zpra-**  
**vodajství**  
**regulace žurnalistiky** viz **žurnalis-**  
**tika**  
**rejstřík**, též **index**  
**reklama**  
**relace**  
**remitenda**  
**reportáž**  
**reportáž fotografická**  
**reportáž rozhlasová**  
**reportáž televizní**  
**reportážní portrét** viz **portrét re-**  
**portážní**

**reportér, reportérka**  
**reprint**  
**reprodukce**  
**řešerše**  
**rétorika**  
**retuš**  
**revue**  
**režijní scénář** viz **scénář technický**  
**režim barevný**  
**režisér, režisérka**  
**ročenka**  
**ročník**  
**rodina písmová** viz **písmo tiskové**  
**rotačka**  
**rozhlas**, též **rádio**  
**rozhlas regionální**  
**rozhlasová beseda** viz **beseda roz-**  
**hlasová**  
**rozhlasová četba** viz **četba rozhla-**  
**sová**  
**rozhlasová stanice** viz **stanice roz-**  
**hlasová**  
**rozhlasová zpráva** viz **zpráva roz-**  
**hlasová**  
**rozhlasové pásmo** viz **pásmo rozhla-**  
**sové**  
**rozhlasový cyklus** viz **cyklus roz-**  
**hlasový**  
**rozhlasový dispečink** viz **dispečink**  
**rozhlasový**  
**rozhlasový pořad** viz **pořad rozhla-**  
**sový**  
**rozhovor** viz **interview**  
**rozlišení**  
**rozmetání sazby** viz **sazba**  
**RSS**  
**rubrika**  
**rubrum** viz **kolofon**  
**rukopis, zastarale** též **manuskript**  
  
**řádek**, též **řádka**  
**řeka** viz **mezera**  
**řez písma** viz **písmo tiskové**  
**řez zlatý**

- samizdat  
sazárna viz DTP  
sazba  
sazba pořadová  
sazeč viz sazba  
scénář  
scénář bodový  
scénář literární  
scénář technický, též režijní  
sdělení dodatečné  
Sdružení pro internetový rozvoj (SPIR)  
sedmá velmoc  
selfie viz autoportrét  
self-publishing i selfpublishing  
senzace  
separát  
seriál  
servis  
servis agenturní  
set-top box  
share  
signální výtisk viz výtisk signální  
signatura  
signet viz značka nakladatelská  
sirotek, též parchant  
sitcom  
sítotisk viz techniky tiskové  
skandály viz bulvár, senzace  
skener  
skica  
skládačka  
skript  
skriptka viz skript  
skrytá kamera/skrytý mikrofon/  
mobilní telefon apod.  
slang  
slítek  
slogan  
sloupce  
sloupcová korektura viz korektura  
sloupek  
slova klíčová  
SNG  
snímač obrazový  
soap opera  
sociální síť  
sólokapr  
solutions journalism viz žurnalis-  
tika zaměřená na řešení  
soudnička  
soutisk viz rastr tiskový, tisk,  
značka ořezová a pasovací  
spam  
spin doctor  
sponzorování v médiích  
sportovní fotografie viz fotografie  
sportovní  
spot  
stand up  
stanice rozhlasová  
stanice televizní  
stavba zprávy viz kompozice  
stenograf  
stenotypistka  
stereotypizace mediální  
stopáž  
storno  
strana titulní, též titulní list  
stránková korektura viz korektura  
stránková montáž viz montáž  
stream viz on-line přenos, televize  
internetová  
streamování  
stringer viz zpravodaj  
struktura rozhlasového programu  
střih televizní  
studio  
styk s veřejností viz public relations  
stylistika jazykovědná, též lingvo-  
stylistika, nauka o jazykovém  
stylu, slohu  
subskripce, též předplatné  
Super-VHS, též S-VHS viz analogo-  
vé záznamové digitální video-  
formáty  
suplement viz příloha  
světlotisk viz techniky tiskové

**svoboda tisku**  
**syndik**, též **syndikus**  
**syndikát**  
**synopse**, též **synopsis**

**šéfredaktor**  
**šifra** viz **autor**  
**šmok**  
**šot**  
**šotek tiskařský**  
**špalta**  
**špígl** viz **zrcadlo**  
**štoček**  
**švenkr**

**tabloid**  
**talkshow**  
**tally**  
**tečka za zprávami**  
**techniky tiskové**  
**telenovela** viz **soap opera**  
**teletext**  
**televize**  
**televize regionální**, též **regionální**  
**televizní studio**  
**televizní cyklus** viz **cyklus televizní**  
**televizní pořad** viz **pořad televizní**  
**televizní publicistika** viz **publicistika**  
**televizní zpráva** viz **zpráva televizní**  
**telonisnym** viz **pseudonym**  
**těsnopis (stenografie)**  
**text**  
**tiráž**  
**tisk**  
**tisk bulvární** viz **bulvár**  
**tisk neperiodický**  
**tisk periodický**  
**tisk regionální**  
**tiskařský šotek** viz **šotek tiskařský**  
**tisková agentura** viz **agentura**  
**tisková**  
**tisková chyba** viz **errata**, **šotek tiskařský**

**tisková konference** viz **konference**  
**tisková**  
**tisková oprava** viz **oprava tisková**  
**tisková svoboda** viz **svoboda tisku**  
**tiskové středisko** viz **akreditace**,  
**briefing**, **konference tisková**  
**tiskové techniky** viz **techniky tiskové**  
**tiskoviny**  
**tiskoviny akcidenční** viz **akcidence**  
**tiskový arch** viz **arch tiskový**  
**tiskový mluvčí** viz **mluvčí**  
**tiskový režim** **CMYK**  
**tiskový zákon** viz **zákon tiskový**  
**titul**  
**titulek**  
**titulek televizní**  
**titulky dialogové** viz **podtitulky**  
**titulní fotografie** viz **fotografie titulní**  
**titulní list** viz **strana titulní**  
**tlačítko červené**  
**tv guide**  
**Twitter**  
**týdeník**  
**typograf** viz **úpravce grafický**  
**typografie** viz **úprava tiskovin**  
**typologie rozhlasových pořadů**  
**typologie televizních pořadů**  
**typy písem** viz **písmo tiskové**

**účaří**  
**umělá inteligence (UI)**  
**UMID**  
**Unie vydavatelů**  
**unilaterál**  
**update** viz **aktualizace**  
**upoutávka** viz **headline**  
**úprava tiskovin grafická**, též **typografie**  
**úpravce grafický**, též **typograf**  
**úvaha**  
**úvodník**, též **editorial**  
**uzávěrka**

- VA** viz arch vydavatelský  
**vakát**  
**vazba**  
**vdova**  
**večerník**  
**vedoucí vydání**  
**velikosti písem** viz písmo tiskové  
**verzálka, verzála, též majuskule**  
**veřejný zájem**  
**VHS** viz analogové záznamové videoformáty  
**videoondemand, zkratka VOD**  
**videožurnalismus**  
**viktimizace sekundární**  
**virtuální kazeta**  
**virtuální studio**  
**vlastní životopis** viz autobiografie  
**vložená příloha** viz příloha  
**volný novinář** viz novinář  
**vtip kreslený, nepřesně karikatura**  
**vydání**  
**vydání zvláštní**  
**vydavatel**  
**vydavatelé tištěných médií** viz Unie vydavatelů  
**vydavatelský arch** viz arch vydavatelský  
**vydavatelství** viz vydavatel  
**vyhledávání fulltextové**  
**vyhledávání podle klíčových slov**  
**východ, východová**  
**výroba televizní/rozhlasová**  
**vysílací okruh** viz okruh vysílací  
**vysílání kabelové**  
**výtazek**  
**výtisk autorský**  
**výtisk povinný**  
**výtisk recenzní**  
**výtisk reklamní**  
**výtisk signální**  
**vyváženost**  
**vyznačování**  
**vzdělávací pořad** viz pořad vzdělávací
- whistleblowing**  
**www**  
**www-stránka, též webová stránka**
- záběr**  
**záběrová triáda**  
**záhlaví**  
**základní otázky** viz otázky základní  
**zákon autorský** viz copyright, právo autorské  
**zákon tiskový**  
**zalomení** viz lámání  
**záložka**  
**zástupce šéfredaktora** viz šéfredaktor  
**zátah, zatažení řádku** viz lámání  
**záznam**  
**zdroj**  
**zdroj otevřený**  
**zlatý řez** viz řez zlatý  
**zlom** viz lámání  
**značka**  
**značka autorská** viz autorizace  
**značka nakladatelská, též signet**  
**značky ořezové a pasovací**  
**znaménka diakritická**  
**znaménka interpunkční**  
**zpětná**  
**zpětné přehrávání/zhlédnutí**  
**zpráva novinová**  
**zpráva rozhlasová**  
**zpráva televizní**  
**zpráva tisková**  
**zpravodaj**  
**zpravodajská agentura** viz agentura tisková  
**zpravodajská tečka** viz tečka za zprávami  
**zpravodajské hodnoty**  
**zpravodajský server**  
**zpravodajství**  
**zpravodajství agenturní textové**  
**zpravodajství filmové**

- zpravodajství fotografické** viz **zpráva fotografická**  
**zpravodajství kulturní** viz **média a kultura**  
**zpravodajství rozhlasové**  
**zpravodajství televizní**  
**zrcadlo**, též **sazební obrazec**, v **žargonu špičgl**  
**zvláštní vydání** viz **vydání zvláštní**
- žánr**  
**žargon novinářský**  
**živé záhlaví** viz **záhlaví**  
**životopis** viz **autobiografie**  
**žurnál**  
**žurnalista**
- žurnalistická fotografie** viz **fotografie žurnalistická**  
**žurnalistika**  
**žurnalistika automatizovaná**, popř. **robotická**  
**žurnalistika datová**  
**žurnalistika dronová**  
**žurnalistika fact-checkingová**  
**žurnalistika investigativní**  
**žurnalistika kulturní** viz **média a kultura**  
**žurnalistika mobilní MOJO**  
**žurnalistika občanská**  
**žurnalistika participativní**  
**žurnalistika sportovní**  
**žurnalistika zaměřená na řešení**



**AA** – zkratka pro autorský →arch. (jh)

**abonent** (franc. *abonner* = předplatit) – obecně předplatitel či odběratel, jímž se rozumí fyzická či právnická osoba, která si předplatí na určité období místo v kulturním nebo sportovním zařízení (franc. *abonnement* = předplatné) nebo také pravidelnou dodávku tisku denního, případně s delší periodicitou (periodika, →tisk periodický), do místa bydliště či pracoviště, případně přístup k internetovému →titulu. Noviny a →časopisy dle objednávky, tzn. denně nebo jen v určité dny, rozšiřuje pro abonenty v České republice První novinová společnost, a. s. (PNS), největší distributor tisku, s velkým množstvím prodejních míst, a další distribuční firmy. Viz také distribuce, distributor, subskripce.

*Cena předplatného je zpravidla nižší než ve volném prodeji, ale protože je pro vydavatele výhodné mít co největší počet odběratelů, redakce často inserují předplatné jako součást reklamní kampaně spojené s určitým zvýhodněním, např. ziskem zájezdu, věcné ceny či bonusu při nákupu v dané síti prodejen. Věrnostní programy pro předplatitele obsahují slevy na telefon, energie, pohonné hmoty, bezplatný přístup do on-line archivu článků či čtení navíc (extra stránky). Existují různé typy předplatného, např. podle délky (na zkoušku, minipředplatné, roční, dvouleté) nebo cílové skupiny (předplatné studentské). (It)*

**abonent agenturní** – označení subjektu mediálního (vydavatelé →periodického tisku, zejména denního, zpravodajské úseky →rozhlasu a →televize, internetové servery) i nemediálního

(státní správa, veřejné instituce, hospodářské subjekty), který na smluvním základě a za úhradu odebírá agenturní produkci, resp. agenturní →servis. Dohoda mezi obchodními partnery (tiskovou →agenturou, producentem →zpravodajství a poskytovatelem služeb, a klientem) má písemnou podobu a kromě specifikace vybraných produktů a služeb, jejich ceny, doby trvání smlouvy či výpovědní lhůty obsahuje též podmínky užití (licenční smlouvy pro konečného uživatele, licenční smlouvy pro mediální využití, komisionářské smlouvy s dalšími distributory). Patří mezi ně také pravidla pro uvádění signatury →agentury a limity pro nakládání se servisem (omezení použitého objemu poskytnuté produkce či doby její archivace). V případě, že abonentem agenturního zpravodajství je jiná tisková agentura, je možný odběr i na principu reciprocity.

Nejvýznamnějším klientem →ČTK jsou →médiá, reprezentující zhruba dvě třetiny jejich výnosů z prodeje. Servisy za stejné ceny si ČTK vyměňují s jinými menšími agenturami, např. polskou PAP. Viz také agentura. (It)

**advertorial** – typ placeného reklamního sdělení, které svojí podobou imituje redakční obsah daného →médiá. Název vznikl kombinací anglických slov *editorial* (redakční text →článek) a *advertisement* (→reklama). *Advertorial*, by měl být vždy označen tak, aby →recipient z jeho obsahu jednoznačně poznal, že se jedná o placenou reklamu, která nepochází z →redakce daného média.

D. Hejlová: *Public relations*, Praha 2015; J. Halada (ed.): *Marketingová komunika-*

ce a public relations. *Výklad pojmů a teorie oboru*, Praha 2016. (tj)

**aféra** (franc. *affaire* = věc, záležitost, událost, příhoda, zápletka) – v žurnalistické terminologii vždy ve významu nepřijemnosti, →senzace, ostudy, ať už veřejné, např. politické, nebo soukromé, která se později dostane na veřejnost. Viz také bulvár, bulvarizace. (bo)

**aforismus** (řec. *aforizó* = vymezit) – pregnantní a zobecňující vyjádření, jež může představovat jen jednovětý duchaplný výrok. Počátky aforismu hledejme u starořeckého lékaře a myslitele Hippokrata. Během staletí se vyvíjel, ale stále si zakládá na kontrastu nebo jinotaji. Jeho obliba zůstává celkem neměnná. Náruživě byl pěstován francouzskými klasiky (François La Rochefoucauld), ve 20. století v Anglii aforismus tvořil G. K. Chesterton, ve středoevropském prostoru Franz Kafka, Karl Kraus nebo Stanisław Jerzy Lec. K uznávaným českým aforistům patří spisovatelé a →novináři Jan Neruda, Karel a Josef Čapkovi, Jaroslav Hašek, po válce mezinárodně známý Gabriel Laub, v současnosti např. básníci Jiří Žáček a Miroslav Huptych. Úspornější a více založené na slovní hříčce, vtipu i náhodných proslovech jsou tzv. gregerie (ze špan. *las greguerías*), které vznikly ve Španělsku z popudu surrealistického umělce Ramóna Gómeze de la Serny, např. „Existuje jediná vůně, která může soutěžit s vůní po bouřce: vůně ořezávané tužky.“ *Bylo by načase, aby se nevina těšila stejné pozornosti jako zločin* (La Rochefoucauld).

*Ten, kdo hlásá banality, je většinou velmi netolerantní v porovnání s člověkem, jenž*

*připouští, že pravda je paradox. Muslimům a bolševikům připadá jejich jednoduchá víra tak samozřejmá a univerzální, že ji chtějí každému vnutit. Každá jednoduchost vede k tyranii jednoduchého vládce, každá jednoduchá víra postrádá složitý organismus vlastní sebereflexe. Moudrost a vtíp G. K. Chestertona,* Praha 2006. (jč)

**agentura** (z lat. *ago* = jednat, *agens*, gen. *agentis* = jednající) – obecně jednatelství, zastoupení, též kancelář; kromě agentur →tiskových či →zpravodajských existují též agentury →fotografické, komunikační, →literární, divadelní, cestovní, mediální, ale i reklamní nebo public relations. Spojení tisková agentura/kancelář vzniklo v době, kdy jediným mediálním abonentem jejího →zpravodajství byl →periodický tisk a zprávy se vydávaly na papíře, a používá se stále. Adjektivum tiskový/á ostatně i dnes v širším smyslu označuje reprezentanta mediální sféry také v jiných spojeních, jako jsou tiskové zprávy, tisková prohlášení, tiskové konference, →tiskoví mluvčí či tisková střediska. Ani zdánlivě překonané označení zpravodajské instituce termínem kancelář nezmizelo, přetrvává v názvech, např. →Česká tisková kancelář nebo Tidningarnas Telegrambyra/TT (švédská), Norsk Telegrambyra/NTB (norská), dále Magyar Táviróti Iroda/MTI (maďarská). (lt)

**agentura fotografická** – specializovaná →agentura zaměřená výhradně na pořizování, prodej a archivaci obrazové →dokumentace všech důležitých událostí lidské společnosti →médiím. Dělí se podle zaměření a diverzifikace

nabídky na zpravodajské obrazové agentury a fotobanky. Dnes je většina těchto agentur v soukromém vlastnictví, jejich majiteli mohou být jak sami fotografové (*Magnum Photos*, *NOOR*, *VII Photo Agency*), tak i podnikatelé (*Corbis*, *Getty Images*). Podobně jako tiskové agentury se kategorizují podle objemu služeb a rozsahu působnosti. Podle počtu zaměstnanců, zemí, v nichž má agentura zastoupení, objemu produkce a počtu domácích a zahraničních odběratelů se fotoagentury dělí na světové (*Black Star*), mezinárodní (*Sipa Press*), regionální (*Choice Images*) a národní (*Flash 90*). Fotobanky jsou specifickým druhem fotografických knihoven, specializují se na archivaci a prodej → fotografií. Obsahují rozsáhlé → databáze originálních záběrů vhodných k soukromému i profesionálnímu využití formou prodeje → autorských práv. Jejich nejčastějšími odběrateli jsou → nakladatelství, → vydavatelství, reklamní a PR agentury a grafická a → DTP studia. První agentury pracující s fotografickým obrazem se objevily v době, kdy byla vyřešena reprodukce polotónové předlohy, fotografie, v denním → tisku. Fotografové spolupracující s tiskem hledali možnosti pracovat prostřednictvím agentur, které by jim garantovaly pravidelné zakázky, finanční zajištění a zároveň se staraly o distribuci jejich práce. Nejstarším fotografickým servisem byla agentura *George G. Baina*, jež vznikla roku 1895. Bainaův servis společně se dvěma dalšími agenturami *Underwood and Underwood* a *Brown Brothers* byly do dvacátých let minulého století hlavními zdroji obrazových materiálů. Ve třicátých letech získaly významné postavení v obrazo-

vém → zpravodajství německá agentura *Dephot* (*Deutsche Photodienst*, 1928) a francouzská agentura *Rapho* (1933), jež ovlivnily počáteční vývoj fotožurnalismu. Významným mezníkem ve vývoji fotoagentur byl vznik agentury *Magnum Photos* (1947, založili ji fotografové Henri Cartier-Bresson, Robert Capa, David „Chim“ Seymour a George Rodger). Ta představila jednak novou podobu novinářské fotografie, jednak novou definici fotoagentury jako zástupce nezávislých fotožurnalistů při jednání s médii. Byla vedena jako družstvo, provozovali a financovali ji sami členové, kteří měli a mají tvůrčí volnost, sami vyhledávají témata a určují, jak je zpracují. Negativy zůstávají v jejich vlastnictví, agentura dohlíží na jejich mediální využití. Agentura *Magnum Photos* ovládala trh s obrazovými → informacemi až do sedmdesátých let, kdy jsou v Paříži založeny agentury zaměřené na „horké obrazové aktuality“ *Gamma* (1968), *Sipa* (1973) a *Sygma* (1973), jejichž fotoreportéři jsou u všech důležitých světových událostí druhé poloviny 20. století, ale fotografují i „lehčí“ témata (kultura, věda a společnost). Na poptávku trhu po barevné novinářské fotografii zareaguje americká agentura *Contact Press Images* (1976) vedená fotografem Robertem Pledgem, která se specializuje na barevné fotografické projekty o závažných společenských problémech současnosti. Prototypem agentury 21. století je *VII Photo* (9. září 2001), založená sedmi nejlepšími světovými fotožurnalisty (Alexandra Boulat, Ron Haviv, Nick Knight, Antonín Kratochvíl, Christopher Morris, James Nachtwey, John Steinmeyer). Je to první agentura, jež

využije předností digitálních technologií, své fotografie a fotografické projekty nabízí a prodává výhradně prostřednictvím → internetu. Novým fenoménem na světovém trhu obrazových informací se v devadesátých letech stala fotobanka *Corbis*, založená v roce 1989 Billem Gatesem. Součástí jejího archivu, dokumentujícího obrazovou historii 20. století, jsou například *Betmmanův archiv*, archiv společnosti *United Press International* (UPI), archiv pařížské fotoagentury *Sygya*, archiv newyorské agentury *Saba Press* a další tematické sbírky, jako například *Temp Sport* s více než dvěma miliony fotografií z různých sportovních akcí. Trend ke slučování a seskupování archivů menších fotoagentur pokračuje. Ještě větší počet fotografických sbírek získala společnost *Getty Images* (1995), která za dobu své existence koupila nebo sloučila přes 40 fotobank. V lednu 2016 prodal Bill Gates fotobanku *Corbis* (v té době 100 milionů fotografických snímků a více než 800 000 videí). Fotobanku koupila čínská společnost *Visual China Group*, která touto akvizicí získala dominantní postavení na trhu obrazových → informací v Číně a posílila svoje postavení ve světovém obrazovém průmyslu. Ke slučování agentur dochází i v ČR. V roce 2021 Česká tisková kancelář koupila fotobanku Profimedia.  
F. Láb – P. Turek: *Fotografie po fotografii*, Praha 2009. (al)

**agentura literární** – instituce, která zprostředkovává nabídky, výměny a prodej → autorských práv literárních děl; zastupuje → autora, autory, případně majitele (dědice)

autorských práv v jednání s domácími, ale především se zahraničními partnery, sjednává výši → honoráře, počet → vydání publikace v příslušném → nakladatelství, repríz divadelních her apod. Před listopadem 1989 měla u nás na tomto poli monopolní postavení → DILIA, po tomto roce se postupně objevovaly další agentury, DILIA se však po čase opět vrátila ke svému dominantnímu postavení. Dnes v České republice funguje okolo sedmi literárních agentur a záleží na majiteli → autorských práv, zda se pro některou rozhodne, anebo jedná se zájemci sám, bez zprostředkovatele. V reakci na změny knižního trhu ve světě, ale také v konkurenci např. Amazonu, Googlu apod. působí velké množství nejrozličnějších literárních agentur, např. Trident Media Group či literární megaagentura Carmen Balcellesové a Andrewa Wylieho Balcelles & Wylie. Viz také agentura, DILIA, INTERGRAM, OSA. (jh)

**agentura tisková, též zpravodajská** – instituce, která shromažďuje, zpracovává a poskytuje → abonentům v mateřské zemi i v cizině zpravodajské → informace, zpravidla slovní a obrazové, o významném a zajímavém dění domácím a zahraničním. Pro tiskové agentury se v historii vžilo označení → noviny novinářů, továrny na → zprávy či velkoobchod s informacemi. Nabídku tradiční agenturní produkce reprezentované textovým a fotografickým zpravodajstvím obohatil časem servis infografický, zvukový a audiovizuální. Podle náplně a věcného profilu lze rozlišit tiskové agentury univerzální, s širokým tematickým záběrem (např. Reuters, AP, AFP, TASS,

DPA, ČTK), a tiskové agentury specializované (např. sportovní SID či církevní KNA).

Tiskové agentury mohou být vlastněny →médií, nemediálními subjekty, existují jako instituce státní či se zvláštním (veřejnoprávním) statutem; na základě rozsahu působnosti a poskytovaných služeb bývají klasifikovány jako agentury světové, mezinárodní, regionální či národní.

Na rok 2018 připadlo výročí 100 let od vzniku Československé, dnes →České tiskové kanceláře/ČTK, která spatřila světlo světa současně se zrodem Československé republiky 28. října 1918.

Vznik nových tiskových agentur byl i v posledním desetiletí 20. století (např. ČTK či TASR) často spjat se vznikem nových států, což platí jak pro území někdejšího Sovětského svazu, tak bývalé Jugoslávie či Československa. Viz také agentura.

*První tiskovou agenturu založil v roce 1835 v Paříži Charles-Louis Havas a k jejím tradicím se dodnes hlásí francouzská agentura Agence France-Presse/AFP.*

*Druhou nejstarší je americká Associated Press/AP, jejíž kořeny sahají do roku 1846.*

*Jako třetí v pořadí vznikla roku 1849 agentura v Berlíně a v názvu nesla jméno svého zakladatele Bernharda Wolffa.*

*K nejstarším agenturám patří také Reuters, Paul Julius Reuter otevřel svůj podnik v Londýně v roce 1851.*

J. Stejskal: *Zprávy z českého století.*

*Tiskové agentury a česká společnost 1848–1948, Praha 2008; L. Trunečková:*

*Tiskové agentury, Praha 1997; L. Trunečková: Zákon o ČTK: transformace na půli cesty. Vývoj vztahů mezi politickou a mediální sférou v 90. letech 20. století, Praha 2015. (lt)*

**agentura zpravodajská viz agentura tisková**

**agenturní abonent viz abonent**

**agenturní**

**agenturní bulletin viz bulletin**

**agenturní**

**agenturní fotografie viz fotografie**

**agenturní**

**agenturní servis viz servis agenturní**

**agenturní zpráva viz zpráva novínová, rozhlasová, televizní**

**agenturní zpravodajství viz zpravodajství**

**akcidence, též akcidence, akcidenční tiskoviny** (lat. *accidens* = naskytující se) – označení příležitostných

→tiskovin, které lze podle účelu dělit

na osobní, např. navštívenka, osobní dopisní papír a obálka, různá osobní oznámení a poděkování, novoročenka, →*ex libris* atp.; firemní, např. pozvánka, navštívenka, →katalog,

jídelní a nápojový lístek, kalendář atd.; hospodářské, např. formuláře,

věstníky a vyhlášky, nejrůznější tiskopisy, kreditní a platební karty apod.;

a reklamní, zejména plakáty, →letáky, pozvánky, billboardy atd. Akcidence

jsou určeny pro jednorázovou potřebu a charakterizuje je především široká škála využití, různosti použitého

→formátu a kvality →papíru i nabídky nejrůznějších tiskových možností.

K běžným formátům akcidenčí patří →jednolist, dvoulist či skládačka. Viz také merkantil. (js)

K běžným formátům akcidenčí patří →jednolist, dvoulist či skládačka. Viz také merkantil. (js)

**akreditace** (franc. *accréditer* = zjednat

důvěru, pověřit) – doslova pověření, původně jmenování určité osoby zástupcem vysílajícího státu a udělení souhlasu přijímajícího státu.



### Akcidence

V →žurnalistice pověření →redaktora zastupovat →médiu a jeho přijetí na různých akcích ve smyslu zaregistrování a souhlasu s přijetím. Mediální činitelé se zpravidla registrují v tiskovém středisku, kde získají potřebné osobní dokumenty (legitimace, jmenovky, označení, že jde o →novináře nebo →fotografa – PRESS či TISK aj.) a podklady k probíhající akci (např. tisková →konference); akreditováni jsou také zahraniční →korespondenti a →zpravodajové, čímž přijímající země dává najevo, že jejich činnost na svém území akceptuje. Udělení akreditace není automatické, např. při sportovních událostech v závislosti na atraktivitě soutěží či soupeřů může zájem převyšovat kapacitu. Organizátor podle významu média či jiných kritérií rozhodne o udělení souhlasu či zamítnutí žádosti, někdy si také vyžádá ukázky, které doloží novinářovu praxi v dané oblasti. Typy akreditací

určují, co reportér na stadionu smí, zda má přístup na →tiskovou konferenci či do →mixzóny, zda může v průběhu akce natáčet nebo realizovat živé rozhlasové vstupy. Porušení pravidel vede v krajním případě i k odebrání akreditace. (bo, ot)

### Aktualita viz Československý zvukový filmový týdeník

**aktualita** (lat. *actualis* = činný) – dobová, naléhavá, časová věc, novinka, současná událost zachycená →médií včetně on-line, někdy chápaná ve smyslu →zpráva.

*Nestačí, aby věc byla krvavá nebo hořící; musí být nová. Nestačí, aby mluvila k imaginaci; musí být především co možná dnešní... Svět novin, podobně jako svět divoké zvěře, existuje pouze v současnosti; vědomí novin (lze-li tu mluvit o vědomí) je omezeno na čirou přítomnost, sahající od ranního vydání do večerního nebo ob-*

ráceně. Čte-li člověk týden staré noviny, je mu, jako by se probíral v Dalimilově kronice, nejsou to už noviny, nýbrž památka. Noetický systém novin je aktuální realismus: jest, co je právě nyní: extra praesentiam non est existentia: ergo bibamus. K. Čapek: *Chvála novin*, Praha 1984. (bo)

**aktualita fotografická** – nejdůležitější druh →žurnalistické →fotografie. Na zpravodajských stránkách →deníků (tištěných i internetových) má největší zastoupení, většinou plní úlohu otevírací fotografie čísla. Je to obrazová →zpráva o událostech a lidech do nich zapojených, která informuje o něčem novém, co se právě stalo. Fotografované události mají bezprostřední sociální, politický nebo ekonomický dopad. Učebnice fotožurnalistiky obvykle vy-

mezují fotografickou aktualitu těmito vlastnostmi: aktuálnost, relevantnost, srozumitelnost a obrazová působivost. Je aktuální, protože přináší obraz událostí, které jsou nové, momentálně pro společnost důležité nebo periodicky se opakující a jsou středem zájmu veřejnosti a →médií. Je relevantní, protože se zabývá nejdůležitějšími aspekty události, a pokud to jde, ukazuje souvislosti. Je srozumitelná a snadno čitelná, musí upoutat příjemce na první pohled. Uspořádání obrazových prvků v záběru by mělo soustředit pozornost na hlavní aktéry události. Fotografie by měla mít jeden hlavní motiv, více obrazových motivů v několika obrazových plánech by čtenáře dezorientovalo. Fotografie by měla být nejen technicky dokonalá a kompozičně nápaditá, ale také osobitě obrazově



Výbuch v autobusu, Tel Aviv 19. 10. 1994. Foto Ziv Koren

ztvárněná. Podle charakteru fotografované události se pro aktualitu používá označení general news a spot news.

General news jsou obrazové zprávy z očekávaných nebo předem plánovaných událostí, které mají předpokládáný průběh a odehrávají se na stejných místech se stejnými aktéry (zasedání vlády, volební kampaně, →tiskové konference, vernisáže apod., ale také děletrvající válečné konflikty nebo následky přírodních katastrof). Pro fotoreportéra je důležité, že se na tyto události může připravit, zná jejich průběh i aktéry, může předem zvolit fotografickou techniku, promyslet záběry a určit okamžiky, které zachytí. Předvídatelnost a opakovatelnost zobrazovaných akcí může vést k neinvenčním záběrům a používání obrazových klíšé.

Spot news přinášejí obrazové zpravodajství z událostí, jejichž vznik a vývoj nelze ani předvídat, ani naplánovat. Nelze určit, kde vzniknou a jak budou probíhat, fotograf se na ně nemůže připravit (snímky přírodních katastrof ad.). Často jsou →autory těchto snímků náhodní svědci událostí vybavení digitálními kompakty nebo smartphony se zabudovaným fotoaparátém. Obrazová ani technická kvalita sport news není většinou dobrá, přesto jsou uveřejňovány díky důležitosti zobrazené události. Do kategorie spot news patří také záběry zachycující politiku, zejména „zpravodajsky hodnotné“ nebo kontroverzní postavy politické scény, nejlépe zapletené do nějaké →aféry. Viz také fotograf, fotografie. A. Lábová – F. Láb: *Soumrak fotožurnalistu: manipulace fotografií v digitální éře*, Praha 2009. (al)

**aktualizace**, též **update** [ap'deit]

– oživení, zpřítomnění, uvedení do nových souvislostí, doplnění již publikovaného článku o nové →informace nebo oprava článku na základě nově zjištěných skutečností. On-line média obvykle uvádějí čas aktualizace, vhodné je i uvést, čeho se aktualizace týkala nebo co bylo opraveno. V tištěných →mediích je možné doplnit →článek v dotisku a opravy dříve publikovaných článků zařadit do příslušné rubriky. Viz také informace, zpráva. (pk)

**aktuálnost** – současnost, novost, časovost, naléhavost. Viz také aktualita, zpráva, informace. (bo)

**akvizice** viz **výroba televizní/rozhlasová**

**allonym** viz **pseudonym**

**almanach** (nejasného původu, přes arab. *al manah* = výpočet, míra) – kalendář, →ročenka, sborník prací, vydavatelský →katalog. Původně soubor kalendářních tabulek s astronomickými výpočty, postupně od 16. století doplňovaný praktickými návody, radami, anekdotami či různým vyprávěním, v 19. a 20. století již převážně sborník s publicistickými nebo literárními příspěvky, a to často začínajících →autorů, spojených generačně, názorově, programově apod.

*Mezi naše první almanachy patří Klicperův a Chmelův Almanach aneb Novoročenka z roku 1824, básnický almanach Máj (1858 ad.), vlastenecko-básnické almanachy Ruch (1868, 1870, 1873), Almanach českého studentstva (1869), Umělecké besedy, z konce století Almanach secese S. K. Neumanna, později Teigeho*