

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

**BAKALÁŘSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM**

2014-2017

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Dominika Nováková**

**Analýza zpracování vybrané politické události ve  
zpravodajství ČT, TV Nova a FTV Prima**

Praha 2017

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Michal Schuster, MBA

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

**BACHELOR FULL-TIME STUDIES**

**2014-2017**

**BACHELOR THESIS**

**Dominika Nováková**

**Analysis of treatment and coverage pertaining to certain  
political events as seen on Czech TV, TV Nova and FTV  
Prima**

Prague 2017

The Bachelor Thesis Work Supervisor: Mgr. Michal Schuster, MBA

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů. Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Dominika Nováková

**Poděkování**

Děkuji Mgr. Michalovi Schusterovi, MBA, za jeho metodické vedení práce, odbornou pomoc i ochotu při vedení bakalářské práce.

## **Anotace**

Bakalářská práce se zabývá vybranou politickou událostí, tedy volbami do krajských zastupitelstev a do Senátu Parlamentu ČR. Porovnává zpracování této události v hlavních zpravodajských relacích – Události České televize, Televizní Noviny TV Nova a Zprávy FTV Prima na FTV Prima. Na základě kvantitativní obsahové analýzy a kvalitativních doplňkových hloubkových rozhovorů se pokouší ze získaných dat zjistit, jak tyto stanice pojaly téma voleb ve svých relacích a porovnává je mezi sebou. Bakalářská práce se snaží zjistit také záměr působení jednotlivých televizních stanic na diváka v období voleb.

## **Klíčová slova**

Česká televize, divák, hlavní zpravodajská relace, politická událost, politická strana, Televizní Noviny, televizní zpravodajství, TV Nova, FTV Prima, Události, volby, Zprávy Prima FTV.

## **Annotation**

This thesis is concerned with certain political events, specifically with the elections to regional councils and to the Senate of the Parliament of the Czech Republic. It compares the treatment of these events in mainstream news coverage - Události on Czech Television, Televizní Noviny on TV Nova and Zprávy on FTV Prima. On the basis of quantitative content analysis and supplemental in-depth conversations, it attempts to ascertain, by means of the acquired data, how these stations followed the topic of elections in their individual broadcasts, and then compare them together. This thesis also attempts to discover the intended impact of each television station on their viewers during the election season.

## **Keywords**

Audience, Czech TV, elections, main newscasting relation, political event, political party, Television News, television newscasting, TV Nova, FTV Prima, Události, Zprávy Prima FTV.

<b>ÚVOD.....</b>	<b>9</b>
<b>TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>10</b>
<b>1 TEORIE KOMUNIKACE.....</b>	<b>10</b>
1.1 Média.....	11
1.2 Mediální produkt a jeho obsah .....	12
<b>2 ZPRAVODAJSTVÍ .....</b>	<b>14</b>
2.1 Zpravodajské hodnoty, objektivita a vyváženost .....	16
2.2 Bulvarizace a infotainment.....	17
2.3 Typy a druhy zpráv.....	18
<b>3 PUBLIKUM A ZPRÁVY.....</b>	<b>20</b>
<b>4 PSYCHOLOGIE MÉDIÍ A JEJICH VLIV .....</b>	<b>22</b>
4.1 Agenda setting a veřejné mínění .....	23
4.2 Rámování.....	25
4.3 Gatekeeper.....	26
<b>5 TELEVIZNÍ ZPRAVODAJSTVÍ .....</b>	<b>28</b>
5.1 Hlavní zpravodajská relace a televizní stanice.....	29
5.2 Česká televize a funkce veřejnoprávních médií .....	31
5.3 TV Nova, FTV Prima a soukromá média.....	32
<b>6 VOLBY .....</b>	<b>34</b>
6.1 Politické zpravodajství a komunikace.....	35
6.2 Politické strany .....	36
6.3 Volby do Senátu a do zastupitelstev krajů .....	37
<b>PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>38</b>
<b>7 VYMEZENÍ VÝZKUMNÝCH CÍLŮ A HYPOTÉZY .....</b>	<b>38</b>
7.1 Výzkumný vzorek .....	39
<b>8 VÝZKUMNÁ METODIKA.....</b>	<b>40</b>
8.1 Popis metodiky formální struktury relace .....	41
8.2 Popis metodiky téma zprávy .....	41
8.3 Popis metodiky druhy zprávy.....	42
8.4 Popis metodiky kategorizace vyjádření politických stran.....	42
8.5 Časová organizace výzkumu .....	43
<b>9 POPIS DNŮ A ZJIŠTĚNÉ FAKTOGRAFICKÉ CHYBY .....</b>	<b>45</b>

<b>10 VÝSLEDKY VÝZKUMU .....</b>	<b>63</b>
<b>11 INTERPRETACE VÝSLEDKŮ .....</b>	<b>70</b>
11.1 Hypotéza č. 1 .....	70
11.2 Hypotéza č. 2 .....	71
11.3 Hypotéza č. 3 .....	71
11.4 Hypotéza č. 4 .....	72
11.5 Hypotéza č. 5 .....	73
11.6 Zjištěné informace z rozhovorů a jejich porovnání .....	74
11.7 Závěry výzkumu .....	77
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>80</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ .....</b>	<b>82</b>
<b>SEZNAM ZKRATEK .....</b>	<b>85</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ, a TABULEK .....</b>	<b>86</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>87</b>



## ÚVOD

Bakalářská práce se bude zabývat komparací hlavních zpravodajských relací České televize, TV Nova a FTV Prima v období krajských a senátních voleb 2016. Volby do krajských zastupitelstev a do Senátu se konaly na podzim 2016, kdy těchto deset dnů bude detailněji sledováno a analyzováno.

Jelikož od těchto voleb neuběhl ani rok, měl by být výzkum bakalářské práce velmi aktuální. Lze říci, že tato bakalářská práce bude první, která se bude touto tematikou a specifickým zaměřením krajských a senátních voleb zabývat.

Cílem práce je popsat, analyzovat a následně porovnat událost krajských a senátních voleb v hlavních zpravodajských relacích na České televizi, TV Nova a FTV Prima a sledovat jejich záměr působení na TV diváka.

Aby byl cíl splněn, bude pro výzkum zvolena jak kvantitativní metoda obsahové analýzy, tak kvalitativní metoda hloubkových rozhovorů se šéfredaktory TV Nova i ČT a editorem FTV Prima.

Obsahová analýza bude zkoumat všechny zpravodajské příspěvky v relacích, které se budou týkat voleb. Následně je mezi sebou porovná a zjištěná data prezentuje. Hloubkové rozhovory jsou pouze doplňkové, aby mohly zjištěná data z obsahové analýzy buď potvrdit, nebo vyvrátit. Nicméně šéfredaktorům a editorovi budou kladeny takové otázky, aby dopomohly určit záměr působení na TV diváka jednotlivých televizí v období krajských a senátních voleb.

Pro teoretickou část byla obstarána vhodná odborná literatura, která zahrnuje všechny podstatné informace k vysvětlení jednotlivých pojmů a definic. Dokonce lze říci, že k tomuto tématu bakalářské práce existuje nadbytek odborné literatury i případných internetových zdrojů. Nicméně určité publikace, jako Zpravodajství od Tomáše Trampoty a Zpravodajství v médiích od Barbory Osvaldové a kolektivu byly pro tuto práci stěžejními.

Tato práce je prospěšná pro zjištění zpracování a uchopení tématu voleb jednotlivými televizemi, kolik prostoru věnovaly vyjádřením členů politických stran a zdali byl tento čas vůči všem sledovaným politickým stranám vyvážený. Také by tato práce měla odpovědět na otázku, jaký záměr působení na diváka jednotlivé televize měly.

# TEORETICKÁ ČÁST

## 1 TEORIE KOMUNIKACE

Společenská komunikace neboli dorozumívání, se uskutečňuje v různých úrovních a má mnoho forem. Je možné ji vysvětlit podle Boguslawy Dobek-Ostrowské, jako proces dorozumívání jednotlivců, skupin, či institucí, které mají za cíl výměnu myšlenek, informací nebo vědomostí. Zmíněný proces realizují na různých úrovních, využívají k tomu různé prostředky a vyvolávají konkrétní reakce.<sup>1</sup>

Společenskou komunikaci je možné i dále dělit. Podle Ilowieckiho může být dělení komunikace na následné tři roviny. Rovinou první je interpersonální komunikace, která je neformální, spontánní a probíhá mezi dvěma až třemi lidmi. V druhém případě je institucionální komunikace, což je komunikace mezi institucemi, organizacemi, nebo mezi samotnými státy, ale také mezi nadřízenými a podřízenými. Její formy závisí na typu zřízení. Bývá často politicky formulovaná. A v poslední řadě je mediální komunikace, která je uskutečňována médii v médiích. Jedná se o společenskou komunikaci udržovanou tiskem, rozhlasem, ale především televizí. I tato komunikace je hodně svázána různými omezeními a předpisy.<sup>2</sup>

Pro tuto práci je nejdůležitější poslední z komunikací a to mediální komunikace. Od interpersonální komunikace se tato mediální značně liší. Zejména jde o institucionální rozdíl mezi účastníky komunikace, kdy médium při předávání sdělení (např. televize) nemá s příjemci bezprostřední kontakt a nevidí jejich reakci. Přitom dozajista tito příjemci vůči tomuto sdělení nějak reagují (křičí na obrazovku, fandí útočícímu hokejistovi).

Výrobci sdělení získávají reakce na odvysílané sdělení až mnohem později (např. dopisem, telefonátem). Nastává tak odložená a institucionalizovaná zpětná vazba.

---

<sup>1</sup> ILOWIECKI M. T. a P. ŽANTOVSKÝ. *Manipulace v médiích*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského Praha, 2008, s. 9. ISBN: 978-80-86723-50-1 Komenského Praha, 2008, s. 9. ISBN: 978-80-86723-50-1

<sup>2</sup> ILOWIECKI, M. a P. ŽANTOVSKÝ. *Manipulace v médiích*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského Praha, 2008, s. 10. ISBN: 978-80-86723-50-1

Druhý rozdíl, který odlišuje mediální a interpersonální komunikaci je ten, že tuto komunikaci (mediální) zajišťují speciální technologie. To samo o sobě vypovídá, že jakékoli sdělení se bude příjemci jevit odlišně, než kdyby toto sdělení slyšel tváří v tvář od jiné osoby.

K tomu speciální technologie převážně podporují jednosměrnou povahu komunikace (bez možné zpětné vazby) a nastává nevyvážený vztah mezi účastníky komunikace.

Třetím zásadním rozdílem je, že mediovaná sdělení jsou zboží. Lépe řečeno, že jsou nabízeny jako komodity a podle toho, jak dokážou zajistit potřeby trhu, taková je jejich cena. V závěru tak můžeme chápat média jako průmysl, který formuje a uspokojuje poptávku po informacích.<sup>3</sup>

## 1.1 Média

Média se podílejí na realizaci specifické sociální komunikace. Zprvu je ale podstatné říci, co je médium.

Slovo médium vychází z latiny a znamená prostředek.<sup>4</sup> Médium je vše, co používají lidé ke sdělení nějaké zprávy – od stěny v jeskyni v době kamenné až po nalepovací vzkaz dnes.<sup>5</sup> Jeden z pisatelů o médiích, Marshall McLuhan, tvrdil, že samotné médium je sdělení. Nelze totiž médium a sdělení od sebe jednoduše oddělit a zkoumat zvlášť.<sup>6</sup> Znamená to tedy, že rádia, televizní obrazovky ani počítače by neměly být chápány pouze jako „mediální podněty“, tedy technická zařízení, ale jako média obsahující nějaká sdělení.<sup>7</sup>

Kódy se mohou také někdy považovat za médium, jelikož se běžně používají během komunikace; jedná se o přirozený jazyk, jako je čeština, ale zahrnuje také kódy obrazové nebo hudební. Kódy lze tedy popsat jako soustavu znaků s pravidly pro jejich používání, a tím pádem je možné je považovat za primární komunikační média.<sup>8</sup>

---

<sup>3</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 36. ISBN: 80-7178-697-7

<sup>4</sup> Tamtéž, s. 15

<sup>5</sup> GILES, D. *Psychologie médií*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, s. 13. ISBN: 978-80-247-3921-2

<sup>6</sup> Tamtéž, s. 14

<sup>7</sup> Tamtéž, s. 15

<sup>8</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ, *Média a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 17. ISBN: 80-7178-697-7

Kódy jsou základem interpretace a zajišťují spojení mezi mediálním publikem a mediálními tvůrci.<sup>9</sup>

Každopádně pokud lidé hovoří o médiích, mají téměř vždy na mysli masmédiá, jen tato předpona „mas“ se časem přestala tolik používat.<sup>10</sup> Skutečně prvním masovým médiem byl tisk, který se především ve Francii a USA rozvíjel čím dál větší rychlostí od první třetiny 19. stol.<sup>11</sup>

Masovému tisku v českých zemích se říkalo bulvární tisk. Toto označení bylo odvozeno od francouzského typu listů, které se v Paříži prodávaly na bulvárech (široké pařížské ulice).<sup>12</sup> Význam médií začal vzrůstat během 20. století (postupný nástup elektronických médií a internetu), kdy si lidé častěji uvědomovali, že média jsou součástí jejich každodenního života.<sup>13</sup>

Masová média (noviny, televize, rozhlas, internet) považuje společnost za čím dál podstatnější, proto se o médiích může tvrdit, že jsou zdrojem moci (prostředek ovládnutí, vlivu a prosazování inovací).

Média jsou i prostředek zábavy, prostřednictvím nichž mohou lidé trávit volné chvíle. Média pomáhají volný čas také organizovat a výsledkem může být až skutečnost, že média budou určovat rozvrh denního plánu společnosti (stihnout večer zprávy/film).<sup>14</sup>

## 1.2 Mediální produkt a jeho obsah

Aby bylo možné pochopit obsah mediálního produktu, je třeba nejprve znát význam pojmu mediální produkt.

Zjednodušeně se dá chápat jako jednorázově či opakovaně zveřejňovaný celek, který je uživateli nabídnut. Může jím být natočený film, televizní seriál, číslo novin nebo časopisu, nahrané DVD apod. V tomto duchu lze ale považovat za mediální

---

<sup>9</sup> MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 1999, s. 271. ISBN: 80-7178-714-0

<sup>10</sup> GILES, D. *Psychologie médií*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, s. 14. ISBN: 978-80-247-3921-2

<sup>11</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ, *Média a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 29. ISBN: 80-7178-697-7

<sup>12</sup> Tamtéž, s. 30

<sup>13</sup> TRAMPOTA, T. a M. VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. 1. vyd. Praha: Portál, 2010, s. 7. ISBN: 978-80-7367-683-4

<sup>14</sup> MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 1999, s. 21. ISBN: 80-7178-714-0

produkt i jednotlivou zprávu na tiskové straně (byla sepsána a je dále nabízena jako uzavřený celek).

I větší celky mohou být mediálním produktem – např. vysílání televizní stanice (TV Nova, Česká televize apod.). Mediálním produktem je i celý mediální projekt, který obsahuje všechny doprovodné projevy, jako různé typy kampaní za účasti médií – rozhovory s politiky a vystoupení kandidátů, která se prosadí do zpravodajství.

Mediální produkt je tedy tvořený v provázaných rovinách, hierarchizovaný a vnitřně uspořádaný.<sup>15</sup> Určuje podobu mediální komunikace, tedy způsob, jak sdělení sestavit a podat. Zabývá se zpracováním obsahu médií, tedy to, co se říká, a prostředky, jimiž se to říká.<sup>16</sup>

Obsah mediálního produktu tvoří prvky, které zahrnují např. jednající postavy nebo informace, ale také způsoby jejich uspořádání a výběru pro vytvoření celku.<sup>17</sup>

Do obsahu patří kvantitativní a kvalitativní rejstřík plný verbálních i vizuálních informací, které distribuují masová média.<sup>18</sup>

Mediální produkt je sestaven z obsahových prvků. V případě vydání novin je mediální produkt složen z jednotlivých příspěvků, které bývají pravidelně organizovány do rubrik. Každý takový příspěvek obsahuje téma, kterým přispívá do tematického složení celku. Ve zpravodajství tak převažují obsahové oblasti: politika, ekonomika, zahraničí, zprávy z domova, zprávy z kultury, sport.<sup>19</sup>

Právě zpravodajství se v mnoha ohledech stává hlavním, nebo i jediným zdrojem informací, ke kterým nemá publikum možnost bezprostředního přístupu. Na způsobu zpracování události médii jsou tak příjemci závislí. Vyvolává to určitá očekávání společnosti, aby se mediální obraz události rovnal skutečnému dění.<sup>20</sup>

---

<sup>15</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 119. ISBN: 80-7178-697-7

<sup>16</sup> BURTON, G. *Úvod do studia médií*. 1. Vyd. Brno: Barrister a Principal, 2003, s. 163. ISBN: 80-85947-67-6

<sup>17</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 119. ISBN: 80-7178-697-7

<sup>18</sup> Tamtéž, s. 120

<sup>19</sup> Tamtéž, s. 121

<sup>20</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 12. ISBN: 80-7367-096-8

## 2 ZPRAVODAJSTVÍ

Amerických historik Michael Schudson klade počátky zpravodajství do počátku utváření lidských pospolitostí. Jedná se o zpravování o zajímavých, významných a atraktivních událostech. Dozvídat se o událostech nejrůznější povahy se postupně institucionalizovalo do tvořícího jádra žurnalistiky.<sup>21</sup>

Zpravodajství plní především funkci informační, snaží se zachytit aktuální události bez prodlení, popsat je a předat publiku.<sup>22</sup>

Žurnalistické zpravodajství vyhledává, shromažďuje, třídí, selektuje a interpretuje výsledné události a fakta, která prostřednictvím médií předává recipientům. Podstatné je, aby bylo přesné, vyvážené a nepředpojaté jak při výběru informací, tak při ztvárnění a následné prezentaci. Mělo by být aktuální, srozumitelné a ověřené přinejmenším ze dvou na sobě nezávislých zdrojů. Nesmí obsahovat názor novináře, pouze tlumočí fakta.<sup>23</sup>

Zpravodajství nemusí plnit pouze funkci informační, ale také reprezentuje to, co a kdo je pro společnost důležitý, co je normativně správné a co je porušením společenských norem. Zpravodajství se dá tedy chápat i jako „socializaci upevňující“ činitel. Proto se o zpravodajství také zajímají obory sociologie, politologie nebo praktická politika.<sup>24</sup>

Představa Trampoty o zpravodajství (konečná podoba) je spíše „sestavování zpráv“, než „psaní zpráv“.<sup>25</sup> Zpravodajství se stává svébytnou oblastí média, jelikož je třeba rozeznat procesy vzniku mediálního obsahu, pravidelnost jeho uspořádání a také dobový kontext.

Trampota se na zpravodajství dívá ze čtyř pohledů. První je každodenní teorie, do které spadají základní znalosti, které ovládají všichni uživatelé médií a nezachází do hlubších znalostí. Jedná se o potenciální příjemce zpráv. Provozní teorie je spojena s výkonem profesí v oblasti médií. Jsou to tedy ti, kteří se podílejí na produkci mediálních obsahů (žurnalisti, technici, kameramani, stříhači). Do normativní teorie

---

<sup>21</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 9. ISBN: 80-7367-096-8

<sup>22</sup> OSVALDOVÁ, B. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005, s. 14. ISBN: 80-246-0248-2

<sup>23</sup> Tamtéž, s. 21

<sup>24</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 10. ISBN: 80-7367-096-8

<sup>25</sup> Tamtéž, s. 11

spadají etické kodexy, legislativy a další regulace médií (i představy veřejnosti o tom, jak by měly zprávy vypadat). A sociálně-vědní teorie je založena na vědeckém studiu médií (např. odborná literatura zabývající se médii).<sup>26</sup>

Za nejstarší žurnalistický úvar se považuje zpráva, která tvoří základní složku novin a je součástí informačních bloků jakéhokoli média. Zpráva je základní kámen zpravodajství, zpracovává informace o tom, co se stalo, nebo nestalo, anebo se týká změny stavu. Děje, fakta a myšlenky zaznamenává a konstatuje, tedy nekomentuje.

U zprávy je zdůrazňována novost, aktuálnost, zajímavost, důležitost. Zpráva by měla odpovídat na otázky kdo, co, kdy, kde, a případně také jak a proč. Dále by měla být přesná, úplná, včasná, citově neutrální, spolehlivá a dodržovat jednotu místa, děje a času.<sup>27</sup>

Zprávy lze dělit z hlediska časového horizontu na aktuality, zprávy jednorázové, průběžné či předem naplánované; z hlediska stavby je možné zprávy psát postupem akcentujícím, chronologickým, nebo logickým.<sup>28</sup>

Podle Trampoty nejsou zprávy nikdy pouhým popisem toho, co se skutečně stalo. Jedná se totiž o složitou konstrukci, která výrazně ovlivňuje to, co je jejím obsahem.<sup>29</sup>

Událost patří do zpravodajství. Aby se událost mohla dostat do zpravodajství, musí splňovat organizační a kulturní kritéria určité společnosti a probíhat v krátkém a aktuálním časovém intervalu. Je třeba, aby byla tato událost jednoznačná a dobře uchopitelná, ale především pro publikum srozumitelná a měla k divákům kulturně blízko. Měli by se jí účastnit i osobnosti, které jsou považovány za podstatné, i když tato důležitost může být pouze zdánlivá.<sup>30</sup>

---

<sup>26</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 13. ISBN: 80-7367-096-8

<sup>27</sup> OSVALDOVÁ, B. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005, s. 24. ISBN: 80-246-0248-2

<sup>28</sup> Tamtéž, s. 25

<sup>29</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 11. ISBN: 80-7367-096-8

<sup>30</sup> OSVALDOVÁ, B. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005, s. 22. ISBN: 80-246-0248-2

## 2.1 Zpravodajské hodnoty, objektivita a vyváženost

První, kdo použil označení zpravodajská hodnota, byl Walter Lippmann. Pojmenovával fakt pro výběr událostí do zpravodajství, které slouží novinářům jako zformovaná kritéria. Těmito kritérii musí událost disponovat, aby se stala zprávou.

Zpravodajské hodnoty obsahují tradované řemeslné postupy a představy o očekávání publika a také jsou prostředkem, který zajišťuje srovnatelnost výstupů s konkurencí.<sup>31</sup>

Zpravodajské hodnoty se metodicky od gatekeepingu liší tím, že se soustředují již na vybrané zprávy a konečný obsah zpravodajství – ne na proces výběru.<sup>32</sup>

Mezi normativní požadavky zpravodajství řadíme objektivitu, vyváženost a nestrannost. Vztahují se ke způsobu zpracování informací v události a konečné podobě obsahů.

Objektivita má ale charakter nedosažitelného ideálu, jelikož realitu je vždy třeba poznávat prostřednictvím nějakého subjektu (ať už jde o diváka nebo o samotného novináře, který se snaží realitu zprostředkovat). Z oblasti mediálních studií se novinář pro dodržení objektivitu snaží užívat fakta a zobrazovat realitu tak, aby co nejvíce korespondovala se skutečným děním. Je možné se jí pouze přiblížit.<sup>33</sup>

Média již přišla na to, že diváci objektivitu cení a objektivní informace tak zvyšují cenu jejich produktu (zpráv). Do objektivitu patří faktičnost, která zahrnuje úplnost zprávy, přesnost, úsilí nemá a především nezatajování důležitých faktů.<sup>34</sup>

Faktičnost se člení na relevanci a nestrannost. Relevance se zabývá spíše procesem výběru, než formou prezentace. Při procesu výběru musí selekce probíhat podle jasných zásad, které vymezují, co je pro cílového příjemce důležité.<sup>35</sup>

Do relevance spadá kritérium, jestli zpráva obsahuje opravdu všechny potřebné informace a zdali se vyjádřili všichni potřební aktéři události.<sup>36</sup>

Nestrannost si spíše všímá toho, jak jsou informace zpracovány, jestli měli možnost se vyjádřit všichni aktéři události v podobném rozsahu a zda poskytuje celkové zpravodajství nezkreslený pohled. Nestrannost se v tomto pohledu stává vyvážeností.<sup>37</sup>

---

<sup>31</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 17. ISBN: 80-7367-096-8

<sup>32</sup> Tamtéž, s. 38

<sup>33</sup> Tamtéž, s. 144

<sup>34</sup> MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 1999, s. 173. ISBN: 80-7178-714-0

<sup>35</sup> Tamtéž, s. 174

<sup>36</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. Vyd. Praha: Portál, 2006, s. 145. ISBN: 80-7367-096-8



Neutrálního postoje je dosahováno vyvážeností. Ta by měla obsahovat poměrně stejný čas protichůdných výkladů, verzí nebo pohledů na událost a dodržení neutrality při jejich prezentování.<sup>38</sup> Požadavek vyváženosti se snaží televizní stanice dodržovat tak, že je měřen čas jednotlivým politickým subjektům a porovnávají se součty za jednotlivá období.<sup>39</sup> Nicméně ani dodržení těchto základních postupů nezaručí objektivitu. Redaktor musí vždy nějaký názor umístit na první místo a jiné na poslední. Objektivita je tedy vždy jen relativní.<sup>40</sup>

## 2.2 Bulvarizace a infotainment

Je zřejmé, že žádný novinář nebo producent se veřejně nepřizná, že do jisté míry přidává do seriózních událostí zábavní prvky. Začne vysvětlovat, že musí brát v úvahu tržní normy, protože přesně po takové podobě zábavy lidé touží.<sup>41</sup> Bulvarizace se stala součástí seriózních novin i televizního zpravodajství.

Obecně se bulvár vyznačuje informacemi o soukromí jiných lidí a snaží se co nejvíce působit na lidské city. Používá tedy expresivní výrazy, konkretizuje jména a zaměřuje se na detaily.

Dalším znakem je to, že bývá často doplněn vizuální a zvukovou složkou, která celou situaci podtrhne. Toho využívají právě audiovizuální média a současně i některá zpravodajství.<sup>42</sup> Vysílat programy v zábavné podobě je o moc účinnější, lacinější a také snadnější. Publikum si navíc na tuto formu navyklo.<sup>43</sup>

Do bulvárního pojetí se vztahuje také termín infotainment. Ve stručnosti se jedná o propojení zábavy s informací. Infotainment má za cíl příjemce kromě informování také pobavit. Děje se to pomocí speciálních útvarů, ale je to možné i základním žurnalistickým útvarem – zprávou. Ta následně obsahuje spoustu reportáží, kterou

---

<sup>37</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. Vyd. Praha: Portál, 2006, s. 146. ISBN: 80-7367-096-8

<sup>38</sup> MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 1999, s. 174. ISBN: 80-7178-714-0

<sup>39</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*, 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského, 2010, s. 119. ISBN: 978-80-7452-002-0

<sup>40</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. Vyd. Praha: Portál, 2006, s. 147. ISBN: 80-7367-096-8

<sup>41</sup> IŁOWIECKI, M. a P. ŽANTOVSKÝ. *Manipulace v médiích*. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského Praha, 2008, s. 26. ISBN: 978-80-86723-50-1

<sup>42</sup> SCHNEIDEROVÁ, S. *Analýza diskurzu a mediální text*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2015, s. 92. ISBN: 978-80-246-2884-4

<sup>43</sup> IŁOWIECKI, M. a P. ŽANTOVSKÝ. *Manipulace v médiích*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského Praha, 2008, s. 27. ISBN: 978-80-86723-50-1

doplňují zajímavá fakta pro příjemce, která vůbec nemusí být důležitá. Klade se důraz na atraktivní a dramatické zpracování.

Ačkoli do zpravodajství hudba nepatří, kvůli infotainmentu se následně může objevit i ve zprávách. Může se jednat o spoustu zvukových efektů, dramatického odpočítávání nebo i populární hudbu (TV Nova).<sup>44</sup> Tento prvek je současně velmi rizikový. Vážná témata, jako politika, náboženství, hospodářství a další mění svou podobu na zábavnou. Může to vést ke kulturní smrti – přeci nechceme být národem, který se ubaví k smrti.<sup>45</sup>

Zpravodajství se od fikce natolik neliší, jelikož obojí zahrnuje vytváření příběhu, který by měl být zábavný. Jednotlivé prvky zpráv mohou obsahovat zábavní prvky a samotné zprávy obsahují zábavní hodnotu.

I samotná relace bývá následně sestavena tak, aby obsahovala v určitou chvíli dramaticky prvek. Uskutečňuje se to tak, že některé informace jsou až do poslední chvíle před příjemcem utajovány. Následně je divák více překvapen.

Tento infotainment využívají komerční televize, kde i samotná konverzace mezi moderátory obsahuje spousty pestrých přirovnání a metafor. Jedná se o bulvarizaci a sníženou serióznost.<sup>46</sup>

### 2.3 Typy a druhy zpráv

Během sledování zpravodajství si i běžný divák všimne, že se jednotlivá témata opakují. Nejčastější typologií je ta, kterou užívá analýza tematické agendy médií. Zpravodajství se tomu přizpůsobilo tak, že vytvořilo rubriky a konkrétní redakce, které se konkrétním tématem zabývají detailněji. Typy a druhy zpráv se řadí do obecné kategorie typologie zpráv.

Typy zpráv rozlišují události dle tematického dělení. Mezi základní se řadí: politické, ekonomické, zahraniční, domácí, příležitostné události a sport. Trampota

---

<sup>44</sup> SCHNEIDEROVÁ, S. *Analýza diskurzu a mediální text*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2015. s. 106. ISBN: 978-80-246-2884-4

<sup>45</sup> IŁOWIECKI, M. a P. ŽANTOVSKÝ. *Manipulace v médiích*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského Praha, 2008, s. 27. ISBN: 978-80-86723-50-1.

<sup>46</sup> BURTON, G. *Úvod do studia médií*. 1. Vyd. Brno: Barrister a Principal, 2003, s. 263. ISBN: 80-85947-67-6

zmiňuje, že kategorie těchto témat nemusí být striktně určená, ale může se přizpůsobit danému výzkumu.<sup>47</sup>

Osvaldová zmiňuje další možnost třídění zpráv – druhy zpráv. Dnešní zpravodajství má velikou škálu žánrů. S novými technologiemi se staré žánry modifikují a získávají novou kvalitu. Přesto některé z nich si zachovávají relativní stálost.

První je čtená zpráva, která je stručnou informací o mimořádné události, ke které zatím není pořízený obrazový materiál. Může se jednat i o zcela nově zjištěnou informaci v průběhu vysílání.

Druhá je obrazová zpráva, která je krátkým a stručným obrazovým materiálem (ne delší než půl minuty) bez původního zvuku. Ten je nahrazen textem komentáře.

Třetí je reportážní zpráva, která je nejkvalitnější žánrovou formou televizního zpravodajství. Obsahuje zajímavý výběr faktů, svědectví redaktora z místa události, reálné zvuky prostředí, ilustrativní obrazovou složku a autentické výpovědi účastníků.<sup>48</sup> Reportáž se snaží zaznamenávat skutečnost s co největší autenticitou. Dokumentuje věcnost a střízlivost obrazu. Výrazové prostředky nesmí vést ke zkreslení a deformaci skutečnosti. Nasvícená scéna by měla odpovídat přirozenému světlu.<sup>49</sup>

Čtvrtý je zpravodajský rozhovor, za který se považuje každá audiovizuální forma, která probíhá na základě otázek a odpovědí. Spadá do ní zpravodajský studiový rozhovor, vyjádření kompetentních osob nebo také redaktorův živý vstup do vysílání zpravodajské relace, kdy vede dialog s moderátorem z místa události nebo vede rozhovor s kompetentní osobou.<sup>50</sup> Kompetentní kvalifikovaná osoba se může k události vyjádřit i zainteresovaně.<sup>51</sup>

---

<sup>47</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 29. ISBN: 80-7367-096-8

<sup>48</sup> OSVALDOVÁ, B. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005, s. 84. ISBN: 80-246-0248-2

<sup>49</sup> Tamtéž, s. 78

<sup>50</sup> Tamtéž, s. 84

<sup>51</sup> Tamtéž, s. 86

### 3 PUBLIKUM A ZPRÁVY

Publikum znamená latinský výraz pro veřejnost. Mediální publikum slouží pro jednoznačné označení uživatelů médií. Jedni považují publikum za typ „příjemce“, neboli diváka, kterému je sdělení pouze dodáno a on se s tím musí pouze sám vypořádat. Jiní přikládají tomuto divákovi vyšší hodnoty, které zahrnují aktivní nakládání, vyhledávání a očekávání sdělení, kterými formuje jeho podobu.<sup>52</sup>

Uvádí se dva důvody zkoumání publika – zaprvé, mediální organizace potřebují znát své publikum, aby mohly informace o něm využívat pro své plánování, řízení a finance.

Druhým hlediskem je sledování účinků médií. Pro oblast zkoumání významu mediálního obsahu (tedy toho, co je komunikováno) je také zapotřebí pomoc publika.

Nicméně problémem je, že toto publikum není nijak přesně poznatelné (nedá se přímo pozorovat) a nelze jej identifikovat jako sociální celek. Má tak abstraktní charakter. Publikum neobývá reálný prostor ale pouze místo v analytických diskurzích.<sup>53</sup>

Publikum a média spolu souvisí tak, že média mohou vytvářet publika pomocí technologických inovací nebo nového kanálu. V tomto smyslu se hovoří o televizním publiku.

Označení publikum se ale také vztahuje na ty, kteří si sami vybírají určitý druh obsahu (konkrétní pořad, nebo specifický způsob podání).<sup>54</sup> Nejzásadnější posun pro publikum nastal se vznikem kin. Označení divák a publikum se tak rozšířil ze živých divadel do oblasti masových médií.<sup>55</sup>

Každý příjemce může vyhledávat zprávy z jiného důvodu. Mohou ho zajímat odlišná témata nebo může věnovat pozornost odlišným detailům. Někteří příjemci vyhledávají zprávy aktivně, jiným slouží jako zvuková kulisa nebo rituál a faktům nevěnují velkou pozornost.

---

<sup>52</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 86. ISBN: 80-7178-697-7

<sup>53</sup> MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 1999, s. 315. ISBN: 80-7178-714-0

<sup>54</sup> Tamtéž, s. 320

<sup>55</sup> Tamtéž, s. 317

Jednotliví příjemci tak mohou totožný obsah zpráv vnímat velmi odlišně a to hraje velkou roli v tom, jaký význam příjemcům přináší.<sup>56</sup> Podstatné je zabývat se tedy tím, čemu někteří příjemci věnují ve zprávách pozornost a jaké významy zprávy aktivují ve svých myslích.

Trampota zmiňuje čtyři důvody spotřeby televizních obsahů. První je únik od každodenní reality. Lidé sledují mediální obsah proto, aby utekli od svých problémů a starostí. Mediální obsah jim pomáhá na své potíže chvíli zapomenout. Druhým důvodem nastává, když si vytvoří osobní vztah. Opakované setkávání se se stejnými moderátory nebo hrdiny může osamoceným lidem nabízet pocit vytvoření zdánlivého vztahu, blízkosti. Třetím důvodem je formování osobní identity. Lidé se tak srovnávají s tím, co vidí v televizi. Média jim nabízejí různé typy obsahů, se kterými se může divák srovnávat. Posledním čtvrtým důvodem může být přežití. Příjemce si všímá takových obsahů, které se týkají jeho prostředí. Pomáhají mu tak přežít ve společnosti.<sup>57</sup>

Trampota také píše o výzkumu motivů spotřeby zpravodajských obsahů, který byl vytvořen na základě rozhovorů s diváky. Obsahuje tak další čtyři dělení užití zpravodajství. Za prvé, diváci užívali zprávy jako součást dne, tedy rutinně. Druhé užití se týkalo potřeby, kdy zprávy byly zdrojem, odkud znalosti čerpali a následně ve svém životě využívali. Někteří diváci používali zprávy legitimizačně. Zprávy jim poskytovali pocit sounáležitosti širší komunity. Diváci se mohli pomocí zpráv identifikovat dle toho, kam patří, jaká témata jsou pro jeho komunitu důležitá apod. Média se podílejí na vytváření fiktivního my. A v poslední řadě mohly zprávy divákům přinášet i jiné motivy. Mohlo jít o pobavení a zábavu, nebo snahu se jen odreagovat.

Tyto motivy vyhledávání zpráv se mohou i měnit.<sup>58</sup> McQuail rozlišuje typy mediálního publika do tří hledisek. První je potenciální publikum, což jsou zjednodušeně všichni, kteří mohou být zasaženi. Druhé je platicí publikum, což jsou ti, kteří kupují výtisky novin, kupují si lístky do kina, nahrávky, knihy atd. a ti, kteří platí kabelové a satelitní kanály. Třetím je zasažené publikum, kdy se v případě televize myslí takový příjemci, kteří si naladili daný program. Zpravidla se hovoří o sledovanosti.<sup>59</sup>

---

<sup>56</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 126. ISBN: 80-7367-096-8

<sup>57</sup> Tamtéž, s. 129

<sup>58</sup> Tamtéž, s. 129

<sup>59</sup> Tamtéž, s. 331

## 4 PSYCHOLOGIE MÉDIÍ A JEJICH VLIV

Je možné média považovat za čtvrtou velmoc. Někteří jsou schopni považovat média dokonce za tu nejdůležitější. Přitom v dějinách lidstva byla velmi dlouhá doba bez jakéhokoli média.<sup>60</sup>

Bylo prokázáno, že příjemci nejsou zcela odolní vůči mediálnímu sdělení. Nicméně kontakty s jinými lidmi mění jejich pohled a hodnocení na sdělení, které se dozvěděli z média. Tudíž osobní kontakty chrání lidstvo před absolutním ovládnutím masmédií.

Nicméně obrovský rozmach médií současně brání příjemcům jejich kontakty omezovat a oslabují tak mezilidské vztahy.<sup>61</sup>

Příjemci vyhledávají zpravodajské obsahy s odlišnou motivací. To ovlivňuje, jakým způsobem se budou zpravodajské texty zpracovávat. Každý příjemce si zapamatuje něco jiného, upoutá ho něco jiného a později si také každý z nich vybaví něco jiného. Zprávy tak mohou jednotlivce ovlivňovat odlišně. Význam a vliv zprávy na jednotlivce se také liší podle toho, jakou vykonává jedinec profesi a jaké demografické, etnické, či jiné sociální skupiny je.<sup>62</sup>

Podle McCombse má vyšší vzdělání totiž vždy za následek, že se jedinec zajímá o zpravodajská média více. Každopádně to nutně neznamená, že má větší sklon vzepřít se přejímání mediální agendy.<sup>63</sup>

Působení médií na příjemce v sobě zahrnuje dopad, vliv a účinek. Dopad je nejobecnější a zahrnuje vlivy i účinky médií. Vliv zahrnuje dlouhodobější, a tedy trvalejší působení médií. Účinek médií odkazuje na specifické reakce určitých typů obsahů. Dopad a působení se často považuje za synonymum.<sup>64</sup>

Uvádí se tři faktory možných účinků médií: stav společnosti (uspořádání času, způsob komunikace, jejich úroveň vzdělanosti apod.), rozvoj médií (technický), rozvoj poznání společnosti a uvažování o ní.<sup>65</sup>

---

<sup>60</sup> IŁOWIECKI, M. a P. ŽANTOVSKÝ. *Manipulace v médiích*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského Praha, 2008, s. 105. ISBN: 978-80-86723-50-1

<sup>61</sup> Tamtéž, s. 21

<sup>62</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 103. ISBN: 80-7367-096-8

<sup>63</sup> MCCOMBS, M. *Agenda setting*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009, s. 76. ISBN: 978-80-7367-591-2

<sup>64</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPOVÁ. *Média a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 152. ISBN: 80-7178-697-7

<sup>65</sup> Tamtéž, s. 154

Média mají možnost hierarchizovat promluvy (např. politiků) a přidávat jim na důležitosti. Když reportér zpovídá politika nebo mu předá slovo moderátor ze studia, je možné tak ovlivnit, kdo bude mluvit, jak dlouho bude mluvit a v případě, že se politik odchýlí od tématu, mohou ho přerušit.<sup>66</sup>

Důsledek politického vlivu je obecně ten, že média (přesněji televize) jsou společností pokládána za důvěryhodnější než samotní politici, o nichž média hovoří.

Průměrný občan tak nehodnotí politika a politickou stranu podle toho, jak se mu žije, ale podle jeho hodnocení médií.<sup>67</sup>

#### 4.1 Agenda setting a veřejné mínění

Do zpravodajských médií spadá teorie agenda setting. Ta mapuje, do jaké míry se mediální komunikace podílí na obrazu věcí veřejných a politiky. Agenda setting přenáší významnost sdělení z mediálního obrazu do hlav příjemců.

Hlavní myšlenkou je, že se přednostní zprávy médií stanou také přednostními zprávami příjemců. Veřejnost začne považovat za důležité takové zprávy, které považuje za důležité agenda médií. Přitom agendy se mohou skládat z jakékoli množiny prvků, může jím být politický kandidát, nebo určité téma.<sup>68</sup>

Výzkumy nastolování agendy zjistily, že míra informování o určitém tématu nebo politickém kandidátovi ve zpravodajství ovlivňuje, jakou měrou bude publikum toto téma nebo politického kandidáta považovat za důležitého.<sup>69</sup> V době voleb, kdy kandidáti mezi sebou soupeří, představují množinu objektů, kdy jejich významnost pro veřejnost může být zpravodajstvím a předvolební kampaní ovlivněna. Spočívá ve znalosti jmen.

Dále záleží, kdo obsazuje první místo ve volebních obrazech a kdo na něm není vůbec. Manažeři předvolebních kampaní mají za úkol své kandidáty co nejvíce zpravodajsky pokrýt.<sup>70</sup> Ne všichni lidé jsou zapálenými politology, aby si zjistili informace o všech kandidátech. Spoléhají se často na média.<sup>71</sup>

---

<sup>66</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 82. ISBN: 80-7367-096-8

<sup>67</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*, 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského, 2010, s. 155. ISBN: 978-80-7452-002-0

<sup>68</sup> MCCOMBS, M. *Agenda setting*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009, s. 109. ISBN: 978-80-7367-591-2

<sup>69</sup> Tamtéž, s. 110

<sup>70</sup> Tamtéž, s. 114

<sup>71</sup> Tamtéž, s. 115

Z mnoha analýz, které McCombs uvádí ve své publikaci, zmiňuje také analýzu, která zjistila, že masmédiá ovládají selektivní vnímání. Zdůrazňují tak pozitivní atributy upřednostňovaných kandidátů a naopak negativní u protikandidátů. Voliči se učí od médií.<sup>72</sup> Osoby, které sledují informace z televize a novin, popisují politické kandidáty podobně, jako je popisují tato média.<sup>73</sup> Ve chvíli, kdy média úspěšně upozorní na nějaký problém, nastolují agendu. Určují, jak mají lidé o problému uvažovat a hodnotit ho.<sup>74</sup> Za veřejné mínění se považují výsledky průzkumů.<sup>75</sup> A s agendou setting veřejné mínění úzce souvisí. Veřejnost má omezený postoj k jevům, které se stanou předmětem jejího zájmu. Tato odezva se považuje za veřejné mínění.

Veřejné mínění je determinováno místem a časem a jeho působení se zpětně složitě dokládá. Pojmem veřejné mínění lze chápat hodnoty a morální postoje a názory, které by měl jedinec zastávat, pokud nechce být izolován od společnosti. Otázkou bylo, kde se o těchto postojích jedinec dovídá – rozhodujícím zdrojem tohoto poznání se ukázala média.<sup>76</sup>

V České republice je z větší části veřejné mínění utvářeno prostřednictvím televize, následně až tiskem (i jeho internetová podoba) a rozhlasem. Ovšem v období voleb se toto pořadí může měnit na základě toho, do kterého z médií politici investují.<sup>77</sup>

Co se týče voleb, může mít veřejné mínění i negativní dopad. Část příjemců se nemusí o volby vůbec zajímat, a jakmile se rozhodnou jít volit, mohou zkrátka propadnout ovčím efektu, kdy se řídí názorem svého známého a hlasují zkrátka pro takového kandidáta, u kterého slyšeli, že je dobrý.<sup>78</sup> Veřejné mínění utváří opinion leaders (významní politici, osobnosti, společenské autority) na konkrétní téma v celoplošném měřítku.<sup>79</sup>

---

<sup>72</sup> MCCOMBS, M. *Agenda setting*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009, s. 117. ISBN: 978-80-7367-591-2

<sup>73</sup> Tamtéž, s. 119

<sup>74</sup> Tamtéž, s. 122

<sup>75</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*, 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského, 2010, s. 239. ISBN: 978-80-7452-002-0

<sup>76</sup> JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ, *Média a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 91. ISBN: 80-7178-697-7

<sup>77</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*, 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského, 2010, s. 154. ISBN: 978-80-7452-002-0

<sup>78</sup> IŁOWIECKI, M. a P. ŽANTOVSKÝ. *Manipulace v médiích*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského Praha, 2008, s. 65. ISBN: 978-80-86723-50-1

<sup>79</sup> Tamtéž, s. 57



## 4.2 Rámování

Giles uvádí, že rámování sdělení může být dvojí – ziskové a ztrátové. Reklama na vitamíny může buď vypovídat o strašných nemocech, které lidi mohou potkat, pokud tento vitamín nebudou užívat (ztrátové), anebo jak se budou cítit lépe a zdravě díky tomuto vitamínu (ziskové).<sup>80</sup>

Rám je tvořen kombinací různých elementů médií (u televize se jedná o zvukové efekty, živé vstupy aj.). Rámování lze studovat. Jedná se o analýzu rámování médií. Skládá se z kroků, které musí výzkumníci studující rámování médií učinit:

identifikovat příběh, identifikovat postavy, vytvořit analýzu narativní formy, vytvořit analýzu užití jazyka, udělat zobecnění, vytvořit finální analýzu. Identifikace příběhu dělá příběh příběhem. Identifikuje zdroj každé položky, tzv. novinářský háček, dle kterého se příběh odvíjí. Může to být odvysílaná zpráva v televizním zpravodajství nebo prohlášení nějakého ministra. Následně se veškerý materiál rozdělí do smysluplných kategorií.<sup>81</sup> V identifikaci postav se může sepsat obsazení všech lidí zmíněných v materiálech.<sup>82</sup> Začnou se objevovat zajímavé vzorce. Postavy hodně vypoví o způsobu, jakým jsou odvysílané zprávy/materiály rámovány. Podstatným úkolem analytika je určit, s jakými postavami se má publikum ztotožnit (jelikož média se snaží podpořit identifikaci publika s postavami a navázání parasociálních vztahů). Analýza narativní formy pracuje se s příběhy, a styl vyprávění je proto podstatný. Klasická analýza lidových příběhů vypovídá, že lze všude najít alespoň základní soubor příběhů, který proti sobě staví hrdiny a protivníky. Překonávají překážky, zachraňují bezmocné a skončují s nepřáteli.<sup>83</sup> V analýze užití jazyka se jazyk zanalyzuje do té podoby, jakou otázku dotyčný chce, aby mu studie rámování zodpověděla. Jedná se o identifikaci klíčové jednotky jazyka, mezi které patří substantiva a adjektiva. Dále je třeba určit, jakou rétorickou funkci mohou zastávat. Jedna zpráva může být tak pojata různými médii jinak i s odlišným kontextem.<sup>84</sup> Zobecnění je způsob, jakým jsou zprávy připojovány k příběhům a rozsáhlejším tématům. Vytváří se zde interpretační mediální šablona, kdy třeba vyslovení data 11. září evokuje celou škálu sdílených myšlenek nebo

---

<sup>80</sup> GILES, D. *Psychologie médií*, 1. vyd. Praha: Grada, 2012, s. 120. ISBN: 978-80-247-3921-2

<sup>81</sup> GILES, D. *Psychologie médií*, 1. vyd. Praha: Grada, 2012, s. 124. ISBN: 978-80-247-3921-2

<sup>82</sup> GILES, D. *Psychologie médií*, 1. vyd. Praha: Grada, 2012, s. 125. ISBN: 978-80-247-3921-2

<sup>83</sup> GILES, D. *Psychologie médií*, 1. vyd. Praha: Grada, 2012, s. 126. ISBN: 978-80-247-3921-2

<sup>84</sup> GILES, D. *Psychologie médií*, 1. vyd. Praha: Grada, 2012, s. 127. ISBN: 978-80-247-3921-2

bezpečnosti či opatření proti terorismu. Může se následně hovořit o světě po 11. září, jelikož zahrnuje povědomí o události a zosřtených bezpečnostních opatřeních. V závěrečné analýze je třeba identifikovat rám každé položky, napsat seznam všech ráků a zredukovat je na zvládnutelné číslo. Může také probíhat tak, že se porovnají zdroje příběhů. Nicméně vždy záleží na otázce daného výzkumu. Jaké by bylo zjištění, že se některé ráky vyskytují pouze u některých médií a u jiných ne?<sup>85</sup>

### 4.3 Gatekeeper

Pojem gatekeeper a gatekeeping bylo původně označení vrátného, který hlídá bránu. V praxi se jedná o to, co se dostane do zpráv a co nikoli. Novináři musí selektovat ohromné množství událostí a pouze pár z nich vybrat. Gatekeeping se zabývá tímto procesem výběru událostí, které se následně stanou zprávou.

Gatekeeper není jen zodpovědný za selekci zpravodajství, ale i za jejich kvalitu. Prvotní proces výběru zpráv zkoumal důvody zamítnutých zpráv. Jednalo se o důvody obsahové, kdy editorovi zkrátka nestála zpráva za zveřejnění nebo organizační, která většinou vyžadovala příliš mnoho prostoru. Objevila se ale i jiná škála zamítnutých zpráv, kdy se editorovi jevila příliš levicová, nebo nestarám se o sebevraždy. Výběr zpráv se ukázal jako hodnotový úsudek založený na zkušenostech jedince a celkově subjektivní. Nejsnadnější průchod branou měly lidsky jímavé příběhy a politické zprávy.<sup>86</sup>

Gatekeeping může také znamenat jakékoli přetváření události ve zprávu. V ten moment, kdy se komunikační pracovník dozví o potenciálním sdělení, začíná gatekeeping. A končí až v momentě, kdy se vytvořené sdělení přenese k příjemci.<sup>87</sup>

Než se utvoří jedna zpráva, projde rukama několika gatekeeperů. Každý z gatekeeperů může přitom prosazovat něco jiného – redaktor si může stát více za informativní složkou, kdežto editor bude prosazovat atraktivnější zpracování příběhu.<sup>88</sup> Aby se vždy zvolili ty nevhodnější zprávy, byly ustálené selekce pro výběr zpráv.

---

<sup>85</sup> GILES, D. *Psychologie médií*, 1. vyd. Praha: Grada, 2012, s. 128. ISBN: 978-80-247-3921-2

<sup>86</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 39. ISBN: 80-7367-096-8

<sup>87</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 41. ISBN: 80-7367-096-8

<sup>88</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 45. ISBN: 80-7367-096-8

Ačkoli mezi vlastnosti výběru se řadí okolo dvaceti pravidel, je možné zmínit některé z nich. Mezi první se řadí krátké trvání, aby informace nebyla zbytečně dlouhá, jelikož příjemci upřednostňují svižné zprávy. Dále by se měla zvolit taková událost, která je snadno vnímatelná. Měla by to být taková zpráva, která je jednoznačná a v souladu s očekáváním příjemců. Lidé nemají rádi, když něco vybočuje z jejich představ. Zpráva by měla být překvapivá. Takové zprávy mají velkou informační důležitost, ale stále musí být aktuální. Dokonce je nejlepší, kdyby šlo vždy zprávu sledovat na živo. Současně příjemce ocení, jedná-li se o zprávu jemu blízkou, která se týká jeho běžného života.

Zajímavé je, že diváci nejvíce ocení dramatické a negativistické zprávy. Z obchodního hlediska jsou dokonce nejžádanější.<sup>89</sup>

---

<sup>89</sup> IŁOWIECKI, M. a P. ŽANTOVSKÝ. *Manipulace v médiích*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského Praha, 2008, s. 72. ISBN: 978-80-86723-50-1

## 5 TELEVIZNÍ ZPRAVODAJSTVÍ

Televizní zpráva je pohotová, věcná a přesná informace o důležité události, která má jedinečnou opticko-akustickou a kinetickou vlastnost.<sup>90</sup> Od zpravodajství tištěného se liší tím, že upřednostňuje takové události, ke kterým má obrazový materiál. Druhou odlišností je, že televizní zpravodajství odvysílá menší počet událostí v jedné relaci, než kolik by jich mohlo být v jednom výtisku novin.<sup>91</sup>

Zpravodajství se u televizního vysílání řadí do prime timu (času s nejvyšší sledovaností). Zejména televizní zpravodajství se těší velkému zájmu příjemců a televizní zprávy se řadí mezi nejsledovanější televizní pořady.<sup>92</sup> Televizní zpravodajství promlouvá k publiku prostřednictvím pohyblivých obrázků, zvuků a také mluveného slova; je tedy zatím nejpřirozenější smyslovým zprostředkováním informací okolního světa.

Na rozdíl od jiných médií je vytváření zpráv pro televizi z pohledu žurnalistické práce především prací myšlení a vyprávění v obrazech.<sup>93</sup> Televizní zpráva má z praktického hlediska dvě části: slovo moderátora ze studia, který uvede základní podstatná fakta (jedná se o jádro zprávy) a druhou část obrazovou, která tvoří jeho doplněk.<sup>94</sup> Televizní zpravodajství musí využívat audiovizuální jazyk, což jsou vyjadřovací prostředky, se kterými redaktor TV (televizního) zpravodajství pracuje. Ty se dělí se na složku obrazovou a zvukovou. Organizace těchto dvou složek spočívá od prvotní fáze realizace jednotlivého příspěvku až k závěrečné stříhové montáži, předtím, než se dostane do zpravodajské struktury.<sup>95</sup>

V televizním zpravodajství se zvuková složka vyskytuje v podobě mluveného slova (čtený text ve formě komentáře nebo výpověď jako monologu či dialogu v rozhovoru apod.) a reálnými ruchy a zvuky prostředí. Velmi málo hudbou a tichem. Kameraman odpovídá za obrazovou stránku zpravodajských materiálů (kromě výjimečných

---

<sup>90</sup> OSVALDOVÁ, B. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005, s. 81. ISBN: 80-246-0248-2

<sup>91</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 27. ISBN: 80-7367-096-8

<sup>92</sup> Tamtéž, s. 12

<sup>93</sup> OSVALDOVÁ, B. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005, s. 73. ISBN: 80-246-0248-2

<sup>94</sup> Tamtéž, s. 82

<sup>95</sup> Tamtéž, s. 73

případů). Měl by však úzce spolupracovat s redaktorem, aby se natočily takové záběry, o kterých bude výpověď redaktora.

Televize má své vlastní postupy, jak vyjádřit časovou a dějovou plynulost. Nazývá se vizuální kontinuita a střihová skladba. V této metodě jde o spojování a návaznost jednotlivých záběrů, které jsou samy bez sebe jen pouhými výřezy skutečnosti. Je třeba je zařadit do ucelených sekvencí pomocí střihu a obrazové montáže.<sup>96</sup> Obrazová skladba se řídí zákonitostmi lidského vnímání a vytváří tak ze záběrů souvislý a plynulý vjem; jednoduše řečeno jde o to, aby struktura televizní zprávy obsahovala začátek, prostředek a konec.

Vizuální kontinuita se uplatňuje prostřednictvím sekvence tří záběrů – celek, polocelek a detail. Celek představuje orientační funkci, seznamuje tedy diváky s tím, jak vypadá prostředí, a obecně odpovídá na otázku kde. Polocelky jsou jakýmsi přechodem mezi celkem a detailem. Identifikuje hlavní objekty události. Odpovídá tak na otázku kdo. A detail zobrazuje určité objekty zblízka. Začal se kdysi používat kvůli malým rozměrům televizní obrazovky. Při záběru detailu se vždy eliminuje jakýkoli jiný význam okolí a přenesení se veškerá pozornost na hlavní detailní záběr (článek zobrazované skutečnosti). Odpovídají na otázku jak a případně proč. V detailech se často točí rozhovory, kvůli emocionálnímu významu.<sup>97</sup>

## 5.1 Hlavní zpravodajská relace a televizní stanice

Hlavní zpravodajská relace je zpravidla zařazována na začátek večerního programu. Přináší přehled o domácích a zahraničních událostech z celého dne. Obsahuje obrazové zpravodajské příspěvky, které byly přežaty z audiovizuálního materiálu agentur z výměnné sítě nebo dále předtočených nebo přímých vstupů zpravodajů z místa události, které jsou uváděny živým slovem moderátorů ze zpravodajského studia.

Mají stálou grafickou i formální strukturu (jednotné a ustálené barvy, hudební řešení úvodní znělky, předěly, upoutávky další efekty). Délka hlavní zpravodajské

---

<sup>96</sup> OSVALDOVÁ, B. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005, s. 74. ISBN: 80-246-0248-2

<sup>97</sup> OSVALDOVÁ, B. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005, s. 75. ISBN: 80-246-0248-2

relace se dle Osvaldové pohybuje v rozmezí 15 a 30 minut. Přitom průměrná frekvence příspěvku v relaci se pohybuje mezi 10 až 18.<sup>98</sup>

Každý televizní zpravodajský příspěvek by měl být stručný, přesný, jasný a hutný. Podle Osvaldové by se měla maximální délka pohybovat okolo 2 minut. Průměrná stopáž je ale 1 minutu 10 vteřin. Zpravodajský příspěvek řadí fakta podle jejich důležitosti, vyváženosti a logické návaznosti. Obraz se nesmí rozcházet s komentářem, ani by neměl komentář dominovat nad obrazem, a ani by neměl komentář vysvětlovat to, co divák vidí na obrazovce.<sup>99</sup>

Hudba se ve zpravodajských příspěvcích nevyskytuje (pouze taková, která je součástí snímané reality – přidaná nikoli.) Hudba má totiž silnou svolávací a apelovou funkci, následkem čeho aktivizuje divákovu pozornost a eliminuje tak monotónnost. Uplatňuje se tak v kompozičních a stylotvorných skladbách zpravodajských pořadů (znělky, headlines, předěly, upoutávky a hudební podkres).<sup>100</sup>

Televizní zpravodajství ovlivňuje také to, o kterou televizní stanici se jedná – její zaměření a charakter. Také to, jak je financována a jakým technologickým vybavením disponuje, nebo jakou má kapacitu vlastních zpravodajů doma a v zahraničí a mnoho dalších faktorů.

Televizní zpravodajství lze z hlediska územního pokrytí dělit na celoplošné (celostátní) a lokální (regionální).<sup>101</sup> V ČR existuje duální systém, kdy vedle sebe existují vysílatelé, kteří vysílají podle přidělené licence. Prodávají vysílací čas inzerentům, ze kterého získávají finance (především platí pro komerční televize).

Z koncesionářských poplatků jsou financována veřejnoprávní média. Koncesionářské poplatky se vybírají za užívání funkčního televizního a rozhlasového přijímače. Komerční (soukromé) jsou ty stanice, které jsou licencovanými mediálními subjekty (patří sem TV Nova a Prima). Média veřejné služby jsou označované za veřejnoprávní (patří sem Česká televize).<sup>102</sup>

Každá z televizí má svůj kodex, dle kterého by se šéfredaktoři, redaktoři a editoři měli řídit. Většina kodexů se zabývá otázkami, které odpovídají na to, jak poskytovat

---

<sup>98</sup> OSVALDOVÁ, B. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005, s. 80. ISBN: 80-246-0248-2

<sup>99</sup> Tamtéž, s. 77

<sup>100</sup> Tamtéž, s. 76

<sup>101</sup> Tamtéž, s. 79

<sup>102</sup> BURTON, G. *Úvod do studia médií*. 1. Vyd. Brno: Barrister a Principal, 2003, s. 105. ISBN: 80-85947-67-6

spolehlivé informace, předcházet zkreslení nebo předpojatosti. Jiné kodexy zacházejí do větších detailů, kdy ochraňují nezávislost novinářů před tlakem vydavatelů a často zahrnují právo na utajení zdrojů.<sup>103</sup>

## 5.2 Česká televize a funkce veřejnoprávních médií

Na počátku 90. let se začala masová média měnit. Za prvé došlo ke změně obsahové, kdy bylo třeba se více zaměřit na diváka a přinášet mu takové informace, které by mohly uspokojovat jeho zájmy a potřeby.

Především vznikl duální systém, který rozdělil rozhlas s televizí na veřejnoprávní a soukromá média.<sup>104</sup> Právě v důsledku vzniku duálního systému mělo existovat médium, které by svým vysíláním poskytovalo službu veřejnosti (veřejnoprávní média).<sup>105</sup> Z Československé televize se stala Česká televize, která ovšem nedokázala adekvátně reagovat na novou, soukromou televizní stanici (TV Nova), která divákům nabízela zábavnou formu zpravodajství. Česká televize přitom mohla vyplnit díru na trhu alespoň v tom, že by nabízela seriózní zprávy.

Dnes již prvotní nadšení z nabídky soukromých televizí pominulo, a je možné tedy konstatovat, že média veřejné služby (v tomto případě ČT) i obě celoplošné televize (TV Nova a starší Prima) jsou si nakonec v mnohém podobné: orientace na masové publikum, všehočtu obsahů (zpravodajství, diskuzní pořady, zábavné filmy).<sup>106</sup>

Česká televize má svůj nejnovější kodex, schválený Poslaneckou sněmovnou Parlamentu České Republiky, ode dne 2. Července 2003. Porušení tohoto kodexu se považuje za porušení pracovní kázně. Kodex slouží jako vodítko při problémech televizního vysílání a současně je závazkem kvality. ČT si zakládá na nezávislosti, otevřenosti, nestrannosti. Účelem této veřejnoprávní televize je zajistit veřejnosti zdroje informací, uměleckou tvorbu a zábavu a kritickou reflexi, které budou chráněny před lobbistickými tlaky.

---

<sup>103</sup> MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 1999, s. 151. ISBN: 80-7178-714-0

<sup>104</sup> JIRÁK, J. *10 let v českých médiích*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. s. 15. ISBN 80-7178-925-9

<sup>105</sup> JIRÁK, J. *10 let v českých médiích*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. s. 17. ISBN 80-7178-925-9

<sup>106</sup> JIRÁK, J. *10 let v českých médiích*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. s. 19. ISBN 80-7178-925-9

Kodex ČT se skládá z Preambule a 26 článků, které se vždy zabývají konkrétní oblastí a zahrnují v sobě několik dalších odstavců.<sup>107</sup> Česká televize má na svých webových stránkách také dostupná Pravidla předvolebního a volebního vysílání České televize, která se týkají vyloženě voleb do zastupitelstev krajů a do Senátu Parlamentu ČR, ve dnech 7. a 8. října 2016 (a druhého kola voleb do Senátu 14. a 15. října 2016).

Česká televize je provozovatel televizního vysílání a poskytuje veřejnou službu v oblasti TV vysílání, tudíž věnuje ve svých programech zvláštní pozornost období před volbami.<sup>108</sup>

V roce 2012 spustila Česká televize novou podobu svého zpravodajství, tedy Událostí, ve které bude jednotlivá témata rozebírat detailněji. Události tak nebudou nadále mít okolo 25-30 minut, ale budou dlouhé až 44-48 minut. Oproti komerčním televizím se Události liší v tom, že se zabývají skutečně důležitými tématy.<sup>109</sup>

### 5.3 TV Nova, FTV Prima a soukromá média

V 90. letech proběhla privatizace frekvencí, které do té doby byly státní. Následně se přizpůsobovala i mediální legislativa. Vznikl nový zákon, který upravoval povinnosti vysílatelů. Díky vzniku soukromých médií se o česká média začala zajímat řada zahraničních vlastníků, kteří chtěli navíc investovat do nových technologií.<sup>110</sup> Soukromá média mají zajišťovat investorům návratnost investic a tedy generovat zisk.<sup>111</sup>

TV Nova vstoupila na scénu v únoru 1994 a okamžitě přilákala pozornost mnoha diváků. Publikum zaujala forma a atraktivita zpravodajství a intimita a neformálnost komunikace.<sup>112</sup> Reklamní agentury v letech 1994 a 1995 vyžadovaly co největší přístup k televizním divákům. Všem požadavkům nejlépe a nejrychleji odpovídala TV Nova, která získala největší část mediálních výdajů.<sup>113</sup>

---

<sup>107</sup> ČESKÁ TELEVIZE. *Kodex České televize*. [online]. ©1996 – 2017 [cit. 2017-31-01]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/preambule-a-vyklad-pojmu/>

<sup>108</sup> ČESKÁ TELEVIZE. *Pravidla předvolebního a volebního vysílání*. [online]. ©1996 – 2017 [cit. 2017-31-01]. Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/pages/vse-o-ct/zakony/volby-2016.pdf>

<sup>109</sup> ČESKÁ TELEVIZE. *Události v novém kabátě? Nikoli, úplně nový nezaměnitelný pořad*. [online]. ©2012 – 2017 [cit. 2017-4-02]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1628652-udalosti-v-novem-kabate-nikoli-uplne-novy-nezamenitelnny-porad>

<sup>110</sup> JIRÁK, J. *10 let v českých médiích*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. s. 15. ISBN 80-7178-925-9

<sup>111</sup> Tamtéž, s. 17

<sup>112</sup> Tamtéž, s. 19

<sup>113</sup> Tamtéž, s. 25



Kromě kodexu ATO má TV Nova svůj interní volební kodex redakce zpravodajství a publicistiky, který není veřejně dostupný. Tento kodex nabyl účinnosti dnem 24. března 2010 a je součástí přílohy D.

Nova je dnes reprezentantem bulváru a v jejím zpravodajství Televizních novin převažují hluboce lidsky jímavé příběhy nebo také kriminální a zábavní události. TV Nova má svůj specifický bulvární styl, proto jim může činit problém vystavět událost seriózně – jak formálně tak obsahově.<sup>114</sup>

Prima TV je historicky starší než Nova, nicméně Nova si u diváků našla větší oblibu. Premiéra TV se proměnila z regionální stanice na celoplošnou televizi a v roce 1997 se přejmenovala na FTV Prima.<sup>115</sup> Vysílá zpravodajství Zprávy FTV Prima.

Redaktoři zpravodajství Primy se řídí etickým kodexem ATO (Asociace televizních organizací).<sup>116</sup> Cílem tohoto kodexu je vést k odpovědnosti za zpracování zpravodajských pořadů a snaží se pomáhat naplnit práva veřejnosti na informace v demokratické společnosti. Kodex je určen všem šéfredaktorům, redaktorům, dále novinářům a všem osobám, které se podílejí na tvorbě zpravodajství a jsou členy ATO. Tento kodex je považován jako etické minimum. Kodex schválila valná hromada asociace v Praze, 20. ledna 2009.<sup>117</sup> Členy ATO je kromě Primy i CET 21 (TV Nova) tak i Česká televize.<sup>118</sup>

---

<sup>114</sup> SCHNEIDEROVÁ, S. *Analýza diskurzu a mediální text*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2015. s. 93. ISBN: 978-80-246-2884-4

<sup>115</sup> JIRÁK, J. *10 let v českých médiích*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. s. 24. ISBN 80-7178-925-9

<sup>116</sup> MEDIAR. *Do tendru ATO se hlásí jen stávající pozorovatel*. [online]. ©2011 –2016 [cit. 2017-31-01]. Dostupné z: <http://www.mediary.cz/do-tendru-ato-se-hlasi-jen-stavajici-provozovatel/>

<sup>117</sup> ASOCIACE TELEVIZNÍCH ORGANIZACÍ. *Etický kodex ATO*. [online]. ©2009 – 2017. [cit. 2017-31-01]. Dostupné z: <http://www.ato.cz/pravni-agenda/samoregulace/eticky-kodex-zpravodajstvi-a-publicistiky>

<sup>118</sup> ASOCIACE TELEVIZNÍCH ORGANIZACÍ. *Stanovy 2016*. [online]. ©2009 – 2017. [cit. 2017-31-01]. Dostupné z: <http://www.ato.cz/co-je-to-ato/dokumenty/platne-standovy>

## 6 VOLBY

Volby jsou nástroj, který vybírá politické představitele, zástupce nebo delegáty. Volby podporují jednotlivce v průchodu jejich vůle, kdy každý hlas má stejnou váhu. Při uskutečňování voleb se koná kolektivní rozhodování, které se zakládá na individuálním výběru. Volby jsou tedy podstatnou součástí demokracie. Díky volbám se naplňují lidská práva.<sup>119</sup>

Každá země má jiné stranické složení politické scény, která nakonec bude vést vládní zodpovědnost a určuje i volební systém. Voličům má být poskytnut svobodný výběr. Výběr se uskutečňuje ve volbách do zastupitelských sborů.

Prostřednictvím voleb se obsazují do veřejné funkce, o kterých rozhodují voliči. Volby jsou také ukazatelem projevu zájmu o politiku. To, že se volby mohou konat, je známka existence demokratické politické společnosti. Někteří odborníci považují volby za samotnou reprezentaci demokracie. Lidé mají možnost si sami volit osobnosti, které jim budou vládnout.<sup>120</sup> Pro voliče je podstatné vědět, co se děje mezi volbami a zda jsou výsledky respektovány.

Voliči volí dle toho, jak na ně v minulosti konkrétní politické strany působily a perspektivně dle toho posuzují alternativy. Volič předtím než odvolí, posuzuje konkrétní politické strany také dle svého sociálního zakotvení, vlivu rodiny, náboženství, propagandy aj. V České republice se koná pět přímých voleb (do Poslanecké sněmovny, Senátu, Evropského parlamentu, do krajských a místních zastupitelstev).<sup>121</sup>

Volby jsou podstatné z toho důvodu, že se z nich zjišťuje většinová vůle. Volby produkují reprezentanty a zároveň otevírají prostor pro debaty o preferencích voličů. Jelikož existuje více volebních systémů, je obtížné určit, jakou přesnou funkci volby zastávají. Podstatné je, že se jedná o svobodnou volební soutěž a zahrnuje tajné hlasování. Volbami lze politiky i kontrolovat, zdali dodržují svůj volební program.<sup>122</sup>

---

<sup>119</sup> KREJČÍ, O. *Nová kniha o volbách*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2006. s. 17. ISBN: 80-86946-01-0

<sup>120</sup> NOVOTNÝ, L. *Politologie*. 2. vyd. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského, 2010. s. 109. ISBN: 978-80-7452-003-7

<sup>121</sup> Tamtéž, s. 110

<sup>122</sup> Tamtéž, s. 113

## 6.1 Politické zpravodajství a komunikace

Vzhledem k výzkumu této bakalářské práce je třeba specifikovat politickou událost, nebo také politické zpravodajství, kdy tento typ zpráv má za účel divákům napomáhat s orientací ve světě, zvažovat jejich možnosti a pomáhat jim se rozhodnout v roli voličů.<sup>123</sup>

Politické události se mohou jevit i jako souboj mezi soupeřícími politickými subjekty. Může obsahovat mnoho konfliktů nebo úsilí o prosazení nových zákonů.<sup>124</sup> Média mohou mít kromě zábavní, informační, kulturní a sociální funkce také funkci politickou. Příjemcům se poskytuje představa o politických událostech. Ta pomáhá publiku pochopit, jak politika funguje. Příjemci jsou součástí iluze, kdy si myslí, že se také utváří na politickém procesu, nicméně jsou pouze informováni o tom, kdo se řadí v politice mezi autority a rozhodují o životech ostatních.

Média mobilizují veřejné mínění tak, že dokáží přilákat pozornost k něčemu, nad čím společnost doposud nepřemýšlela. Navíc dokážou naznačit způsoby, jak nad konkrétním problémem přemýšlet. Takto se média mohou podílet na formování názorů na politické události.<sup>125</sup>

Politická komunikace je termín, který je těžko definovatelný. Přesto je možné považovat politickou komunikaci za studijní obor, který se dále vnitřně dělí na specifická témata.<sup>126</sup> Politickou komunikaci lze podle Křečka zařadit do 18. století kdy se přeměrovala do mediální oblasti. Zjistit, co se řadí do politické komunikace, nezávisí pouze na sdělení, ale také na tom, jestli je sdělení určeno masám. Politická komunikace obsahuje politické aktéry, mezi které patří média a společnost. Jedná se o komunikaci, kterou vedou mezi sebou politici k dosažení svých cílů. Dále komunikace, kterou vede nepolitický subjekt (např. redaktor) s politikem. A za třetí je to samotná komunikace, která se politiky týká (například ve zpravodajství). Při definici politické komunikace se nestačí jen ptát – kdo komunikuje, ale také o čem.<sup>127</sup>

---

<sup>123</sup> TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 24. ISBN: 80-7367-096-8

<sup>124</sup> Tamtéž, s. 30

<sup>125</sup> BURTON, G. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2003, s. 151. ISBN: 80-85947-67-6

<sup>126</sup> KŘEČEK, J. *Politická komunikace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, s. 7. ISBN: 978-80-247-3536-8

<sup>127</sup> Tamtéž, s. 10

## 6.2 Politické strany

Jedná se o vytvořené skupiny, které sjednocuje jeden, nebo více prioritních zájmů. Skupiny si určují své priority a kompromisy. Vymezují si společné znaky v zájmech jedinců, kteří se s nimi mohou ztotožňovat. Je-li taková skupina dostatečně velká a organizovaná a snaží-li se chýlit k moci, jedná se o politickou stranu. Politické strany mají politické aktéry politického procesu.

Dnes jsou za politické strany považovány ty strany, které se sjednoceně snaží získat státní moc a tu využívat. Existence takových stran je důležitá pro obhajobu skupinových zájmů, které mohou mít i celoplošný charakter.<sup>128</sup> Důvěra ve strany je v České republice malá. Část parlamentních stran má stálou voličskou základnu. Nicméně šanci na úspěch mají i nestraníci, a to třeba v případě Senátu.<sup>129</sup>

Členové politických stran obsazují veřejné funkce, a jsou tedy nejvíce vidět. Strany obsazují funkce ve státní správě i samosprávě. To proto, jelikož národ si nedokáže sám zvolit politickou reprezentaci. Jednotliví občané si tak vybírají z nabídky politických stran, které se ucházejí o voličovu přízeň. Vítězné strany jsou stranami vládními. Ty, které prohrají, jsou opozičními a to buď parlamentními, nebo neparlamentními.<sup>130</sup>

V Evropě existuje sedm zakotvených velkých stranických rodin: rodina liberální, konzervativní, křesťansko-demokratická, ultrapravicová, levicově-liberální, sociálnědemokratická a komunistická. Politické strany vznikají proto, aby převzaly politickou moc. Jejich vliv je však mnohem komplexnější. Jedna z funkcí je agregace a artikulace zájmů jednotlivců i skupin. Jsou prostředníkem, pomocí něhož mohou skupiny prosazovat zájmy. Druhou funkcí politických stran je reprezentace, ve které spatřují hlavní funkci. Třetí funkcí je formování a doplňování elit, kdy si každá strana vždy volí i svého vůdce. Politické strany formulují cíle a své programové priority.

Politické strany mají i svou typologii, kdy strany levicové a pravicové se považují za nejoblíbenější kategorizování.<sup>131</sup>

---

<sup>128</sup> KREJČÍ, O. *Nová kniha o volbách*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2006. s. 105. ISBN: 80-86946-01-0

<sup>129</sup> Tamtéž, s. 333

<sup>130</sup> NOVOTNÝ, L. *Politologie*. 2. vyd. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského, 2010. s. 144. ISBN: 978-80-7452-003-7

<sup>131</sup> Tamtéž, s. 147

### 6.3 Volby do Senátu a do zastupitelstev krajů

Senát patří do horní komory Parlamentu České republiky. Má menší pravomoci než Poslanecká sněmovna. Senát může zákony iniciovat. Pokud nějaký zákon Senát zamítne, Poslanecká sněmovna ho může přehlasovat. Parlament (tedy i Senát) volí prezidenta republiky. Ovšem pouze Senát může podat žaloby na prezidenta za velezradu. Aby se přijalo usnesení o vyhlášení válečného stavu, je třeba nadpoloviční souhlas Senátu.

Senát má 81 senátorů, kteří se volí na šest let. Volby do Senátu se řídí většinovým systémem v tajném hlasování. O místo senátora se může ucházet i nezávislý kandidát, kterého nenavrhuje žádná strana. Každý z kandidátů musí ale doložit kauci ve výši 20 tisíc Kč, která se vrací v případě, že kandidát dosáhne alespoň šesti procent.

Česká republika je rozdělena do 81 jednomandátových volebních obvodů. Kandidát musí získat nadpoloviční většinu odevzdaných hlasů. Pokud se tak nestane v prvním kole, postupují do druhého kola ti dva kandidáti, kteří obdrželi nejvíce hlasů. Volby do Senátu se konají každé dva roky, kdy se obměňuje jedna třetina Senátu.

První volby do Senátu se konaly v roce 1996 a losem bylo rozhodnuto, ve kterých obvodech se volili senátoři na dva, čtyři a šest let, aby se mohl nastartovat cyklus voleb do Senátu každé dva roky.<sup>132</sup>

Ve volbách do zastupitelstev krajů se považuje kraj za celek, který je jedním vícemandátovým volebním obvodem. Pokud má kraj méně než 600 tisíc obyvatel, je počet zastupitelů 45. Pokud má kraj 600 až 900 obyvatel, je to 55. Pokud má kraj více než 900 tisíc obyvatel, má 65 zastupitelů.

Kandidáti, kteří kandidují, nesmějí být nezávislí. Kandidovat mohou pouze strany, hnutí, či koalice. Každý volič má čtyři preferenční hlasy, a pokud kandidát obdrží alespoň 10 % preferenčních hlasů, posouvá se na vyšší místo v kandidátní listině. Volební právo je dáno od 18 let, tedy krajským občanstvím, které se týká všech občanů.<sup>133</sup> Senátní volby a volby do zastupitelstev krajů proběhly v České republice naposledy 7. října 2016.

---

<sup>132</sup> KREJČÍ, O. *Nová kniha o volbách*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2006. s. 320. ISBN: 80-86946-01-0

<sup>133</sup> KREJČÍ, O. *Nová kniha o volbách*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2006. s. 329. ISBN: 80-86946-01-0

## PRAKTICKÁ ČÁST

### 7 VYMEZENÍ VÝZKUMNÝCH CÍLŮ A HYPOTÉZY

Všechny tři televizní stanice (Česká televize, TV Nova a FTV Prima) vysílají své hlavní zpravodajské relace ve stejnou hodinu, tedy v čase mezi 19. a 20. hodinou. Každá ze stanic se snaží získat každého diváka, aby zrovna jejich zprávy sledoval. Tak to dozajista platilo i během krajských a senátních voleb, tedy od 6. do 15. října 2016, kdy se tyto televizní stanice snažily, aby divák sledoval výsledky voleb a povolební vyjednávání právě v jejich relaci.

Bakalářská práce se zabývá zpracováním politického tématu (tedy voleb do krajských zastupitelstev a třetiny Senátu Parlamentu) v hlavních zpravodajských relacích Události, Televizní Noviny, Zprávy FTV Prima a sleduje jejich záměr působení na televizního diváka. Jednotlivé relace bude možné mezi sebou porovnat a zjistit, jak se k tématu voleb stavěly komerční a veřejnoprávní televize. Bakalářská práce bude sledovat záměr působení na televizního diváka těchto televizí pomocí obsahové analýzy a případně doplňkových hloubkových rozhovorů se šéfredaktory a editorem.

Princip kvantitativní techniky má tu výhodu, že je z ní možné analyzovat velké množství dat, která byla vždy zařazena do předem stanovených kategorií a která lze mezi sebou prostřednictvím tabulek porovnat. Byla zvolena tato metodologie, protože většina studentských prací se spíše zaměřuje na kvantitativní výzkum celé zpravodajské relace obecně, nikoli na detail volebních příspěvků.

Smyslem je také zjistit, kolik prostoru a času věnovaly sledované televize ve svých hlavních zpravodajských relacích politickým subjektům. K naplnění cíle sledování záměru působení na televizního diváka bude použita jak kvantitativní obsahová analýza, tak i hloubkové rozhovory, kdy samotní šéfredaktoři (TV Nova, České televize) a editor (FTV Prima) byli dotazováni k období voleb a jejich záměru působení na diváka. Nicméně rozhovory jsou pouze doplňkové.<sup>134</sup>

---

<sup>134</sup> Šéfredaktor TV Nova Kamil Houska odpověděl na otázky pouze prostřednictvím e-mailu.

Následují hypotézy.

Hypotéza č. 1.: Veřejnoprávní Česká televize vysílá v období voleb více volebních příspěvků v relaci než komerční TV Nova.

Hypotéza č. 2: TV Nova vysílá v období voleb více krajských příspěvků než senátních.

Hypotéza č. 3: Komerční FTV Prima vysílá ve sledovaném období ve svých relacích více reportáží než zpravodajských příspěvků.

Hypotéza č. 4: Veřejnoprávní Česká televize se interpretací voleb zabývá déle než komerční TV Nova.

Hypotéza č. 5: Komerční TV Nova vysílá v období voleb delší vyjádření členů politické strany ČSSD než členů politického hnutí ANO v rámci časové stopáže.

## **7.1 Výzkumný vzorek**

Výzkum byl realizován na základě sledování volebních příspěvků v hlavních zpravodajských relacích i ze záznamů relací dostupných na internetu a v příloze. Analyzováno bylo celkem 30 zpravodajských relací, přesněji 10 zpravodajských relací na každé ze tří zvolených televizních stanic. Z pozorování byly vyloučeny takové příspěvky, které se volbami nezabývaly.

Tato práce se zabývá komparací hlavních zpravodajských relací českých celoplošných stanic, a to Televizních novin na TV Nova, Zprávy FTV Prima na FTV Prima a Události na České televizi. TV Nova a FTV Prima jsou komerční televize a Česká televize veřejnoprávní. Tento výběr tak umožňuje porovnat zpracování volebních témat v hlavních zpravodajských relacích mezi těmito televizemi (vztah komerční oproti veřejnoprávní) i současně mezi komerčními televizemi navzájem. Detailní kategorizace výstupních dat analýzy sledovaných hlavních zpravodajských relací se nachází v příloze.

## 8 VÝZKUMNÁ METODIKA

Sledování těchto zpravodajských relací začíná dnem před začátkem voleb do krajských zastupitelstev a voleb do Senátu, tedy 6. října 2016, a končí ukončením senátních doplňkových voleb, tedy 15. října 2016. Analyzované budou pouze ty části zpravodajské relace, které se zabývají krajskými a senátními volbami.

Výzkum začíná úvodním slovem moderátora ze studia, který se již týká tématu voleb a sledovaná analýza zpravodajské relace končí vždy poslední zmínkou moderátora (nebo redaktora), která se týkala voleb. Je použita kvantitativní i kvalitativní metoda empirického výzkumu.

### **Analytická jednotka**

Za základní analytickou jednotku byl zvolen zpravodajský příspěvek hlavních zpravodajských relací, který se týká voleb.

Za zpravodajský příspěvek (volebního) je považován ten, který v sobě zahrnuje zprávu o volební události. Začíná úvodním slovem moderátora ve studiu, následně pokračuje reportérem z místa dění, popř. obrazovým materiálem nebo čtenou zprávou, nebo reportáží, či zpravodajským rozhovorem, nebo interpretací volebních výsledků.<sup>135</sup> Za konec jednoho pozorovaného příspěvku je považováno opětovné zobrazení moderátora ve studiu, který se chystá uvést novou zprávu.

Takto byl z hlavních zpravodajských relací analyzovaných stanic v období 6. – 15. října 2016 získán soubor 175 volebních příspěvků.<sup>136</sup> Následně se výzkum zaměřil na výčet základních charakteristik, které byly sledovány metodou kvantitativní (obsahovou analýzou).

Důležitou součástí výzkumu je určení proměnných. Propojují totiž teoretickou část s empirickou. Jedná se o události a fenomény, které se v rámci výzkumu měří a může se s nimi manipulovat.

Aby bylo možné otestovat všechny hypotézy, které byly určeny, je třeba si stanovit a vysvětlit konkrétní přístupy a uvést základní metody a postupy výzkumu.

---

<sup>135</sup> Tento přehled druhů zpráv bude blíže specifikován níže, v podkapitole: *Popis metodiky druhů zpráv*.

<sup>136</sup> *Volební příspěvek* bude užíván synonymně s označením *zpravodajský příspěvek*.



## 8.1 Popis metodiky formální struktury relace

- Proměnná stopáž (volebního) příspěvku zahrnuje délku jedné zprávy, měřené ve vteřinách, která začíná prvním záběrem na moderátora ve studiu a končí posledním záběrem, který se vztahuje k dané zprávě.
- Proměnná stopáž relace zahrnuje délku celé hlavní zpravodajské relace, měřené ve vteřinách.
- Proměnná počet (volebních) příspěvků zahrnuje počet zpráv, odvysílaných v jedné relaci. Do této proměnné jsou započítány pouze takové zprávy, které se týkají tématu voleb.

## 8.2 Popis metodiky téma zprávy

Aby bylo možné určit podíl tematických kategorií hlavních zpravodajských relací, byla zavedena proměnná – téma zprávy. Její definice byla z části charakterizována Trampotou.<sup>137</sup> Nicméně vzhledem k zaměření tohoto výzkumu je sledována pouze politická událost. Proto bylo rozhodnuto politickou událost zkonkretizovat pro potřeby tohoto výzkumu na třístupňovou škálu zpravodajských kategorií týkající se voleb.

Proměnná téma zprávy (politická událost) nabývá těchto hodnot: 1 = krajské volby, 2 = senátní volby, 3 = krajské a senátní volby.

Do tématu krajských voleb byly zařazeny z hlavních zpravodajských relací všechny takové příspěvky, které se týkaly interpretace výsledků krajských voleb, povolebního vyjednávání politických stran, utváření koalic. Dále všechna taková vyjádření členů politických stran, která moderátor nebo redaktor uvedl jako vyjádření člena politické strany ke krajským volbám a také všechny takové příspěvky, které jako krajské moderátor/redaktor uvedl.

Do tématu senátních voleb byly zařazeny z hlavních zpravodajských relací všechny takové příspěvky, které se týkaly interpretace výsledků senátních voleb. Dále všechna taková vyjádření členů politických stran, která moderátor nebo redaktor uvedl jako vyjádření člena politické strany k senátním volbám a také všechny takové příspěvky, které jako senátní moderátor/redaktor uvedl.

---

<sup>137</sup> Teoretická část, kapitola 2.3.

Do tématu krajských a senátních voleb byly zařazeny z hlavních zpravodajských relací všechny takové příspěvky, které se zabývaly v jednom příspěvku krajskými i senátními volbami (např. informovaly o probíhajících volbách, jak a kdy jít volit, výstupy redaktorů z míst voleb a zjišťování současné situace během průběhu voleb atd.).

### 8.3 Popis metodiky druhů zprávy

Tato kategorie byla zvolena dle publikace Osvaldové, která rozlišuje druhy televizních zpráv na čtenou, obrazovou, reportážní zprávu a ještě zpravodajský rozhovor.<sup>138</sup> Během analýzy se toto členění ukázalo jako nedostačující, vzhledem k další hodnotě, kterou je třeba ve sledovaném období analyzovat a to „interpretaci výsledků voleb“. Proto bylo rozhodnuto zavést tento pracovní název pro pátou hodnotu, která byla zařazena do druhů zpráv.

Proměnná druhy zprávy – nabývají hodnot: 1 = čtená zpráva, 2 = obrazová zpráva, 3 = reportážní zpráva, 4 = zpravodajský rozhovor, 5 = interpretace výsledků voleb.

Do zpravodajského rozhovoru byla zařazena všechna vyjádření kompetentních osob, politologů, členů politických stran i živé vstupy redaktorů do vysílání zpravodajské relace, aby formou dialogu s moderátorem informovala o průběhu voleb.

Do interpretace výsledků voleb byly zařazeny takové volební příspěvky, které tlumočí moderátor ze studia a doplňují jeho tvrzení tabulky, grafy i fotografie postupujících kandidátů.

### 8.4 Popis metodiky kategorizace vyjádření politických stran

Pro účely tohoto výzkumu byla vytvořena vlastní proměnná, do které spadají veškeré výpovědi<sup>139</sup> všech politických členů stran. Výzkum nesleduje konkrétní osobnosti politických stran, ale politické strany obecně. Bylo zvoleno osm hodnot pro tuto proměnnou, přesněji sedm politických stran a osmá, které je označena *ostatní*. Soňa

---

<sup>138</sup> OSVALDOVÁ, B. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005, s. 84. ISBN:80-246-0248-2

<sup>139</sup> Pro označení *výpověď* bude synonymně užíváno označení *vyjádření*.

Schneiderová takto podobně definovala členskou kategorizaci.<sup>140</sup> Do výzkumu nebyly zahrnuty výpovědi nestranických kandidátů, ani odborníků, ani politologů.

Proměnná člen politické strany (politická strana) – je ten, u jehož jména se zobrazuje stranická příslušnost (během jeho vyjádření v hlavních zpravodajských relacích). Podle toho je přiřazen jeho čas výpovědi do kategorie jeho politické strany. Kategorie nabývají hodnot: 1 = ČSSD, 2 = ANO, 3 = ODS, 4 = TOP09, 5 = KDU-ČSL, 6 = STAN, 7 = KSČM, 8 = OSTATNÍ.

Proměnná výpověď/vyjádření člena politické strany – jedná se o délku mluvy vždy jednoho člena politické strany (např. člena ODS), která je měřená ve vteřinách. Je měřena od prvního slova tohoto člena politické strany až po jeho poslední slovo. Tento čas se ve vteřinách zaznamená. Následuje-li vyjádření dalšího člena stejné stranické příslušnosti, je pro tuto stranu zaznamenáván další čas. Následuje-li vyjádření jiného člena jiné stranické příslušnosti, je pro tuto stranu stejným způsobem zaznamenáván čas jeho výpovědi, kterou sledovaná televize, v hlavní zpravodajské relaci, odvysílá. Tato kategorizace má za účel zjistit, které strany (přesněji jejich členové) dostávají kolik času k vyjádření se, respektive kolik takového času televize odvysílá.

## 8.5 Časová organizace výzkumu

Bylo třeba vyčkat na zahájení krajských a senátních voleb než bylo možné začít s výzkumem. Proto bylo během září a října dostatek času pro obstarání odborné literatury. Ve dnech 6. – 15. října 2016 bylo možné volby v hlavních zpravodajských relacích TV Nova, ČT a FTV Prima nahrávat. Následně byly vytvořeny kategorie, které byly sledovány a zaznamenávány ze zpravodajských relací.

Současně byl zaznamenáván popis každé relace. Z časové náročnosti tohoto výzkumu, kdy se zaznamenávalo mnoho údajů ve vteřinách, zabrala tato část téměř měsíc. Následovalo psaní teoretické části, kde byly vysvětleny základní pojmy této bakalářské práce.

Praktická část se zabývala velmi detailně metodikou, jak byl přesně který údaj obsahové analýzy zaznamenáván, aby bylo možné při případné kontrole dojít

---

<sup>140</sup> SCHNEIDEROVÁ, S. *Analýza diskurzu a mediální text*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2015, s. 66. ISBN: 978-80-246-2971-1

ke shodným výsledkům. Domluva a uskutečnění rozhovorů se šéfredaktory a editorem zabraly 14 dnů.

Dle metodiky a výsledků z tabulek bylo možné stanovené hypotézy potvrdit nebo vyvrátit. Tyto hypotézy byly rozhovory doplněny. Následovalo již doladit finální podobu formátování bakalářské práce a závěr.

## 9 POPIS DNŮ A ZJIŠTĚNÉ FAKTOGRAFICKÉ CHYBY

Bakalářská práce má sledované období hlavních zpravodajských relací také popsat. Za každý den jsou zde přesně popsány příspěvky, které televizní stanice odvysílaly. Současně se bude práce zabývat zjištěnými faktografickými chybami, které byly během sledování zpráv nalezeny. Jsou k nim přidány výpovědi šéfredaktorů, kteří byli na konkrétní situace dotazováni. Celé odpovědi šéfredaktorů se nacházejí v příloze. Šéfredaktoři a editor vysvětlují, proč jejich zpravodajské relace odvysílaly určitou podobu zpráv tak, jak ji odvysílaly.

### 6. října

#### TV Nova (Televizní noviny)

TV Nova se dnes tématem voleb vůbec nezabývala. Přiblížil se tomu nejvíce příspěvek o zjednodušeném daňovém priznání, kde na fakt nadcházejících voleb upozornil pouze Miroslav Kalousek. Žádný příspěvek z dnešních zpráv nebyl zaznamenán.<sup>141</sup>

#### FTV Prima (Zprávy FTV Prima)

Ačkoli v prvním headlinu informovali o krajských volbách o hnutí severočeši.cz, samotnou reportáž spustili až jako šestý příspěvek. Zajímavý je fakt poslední reportáže, kdy se kandidáti do Senátu (za okres Tábor) vyjadřovali k dálnici D3. V reportáži jsou zahrnuty výpovědi čtyř kandidátů z osmi za okres Tábor. Těžko určit, proč Prima získala vyjádření pouze od poloviny kandidátů, kteří zmiňovali také svůj volební program.<sup>142</sup>

#### Česká televize (Události)

Tématem voleb se zabývají od druhé reportáže o volební komisařce, která tuto funkci vykonává 45 let. Nastávají zde zavádějící záběry České televize na detail volebních lístků. Je možné vidět, že si volební komisařka prohlíží detail volebního lístku ČSSD. V Pravidlech České televize, v článku VI. o střetu zájmů, v odstavci 1,

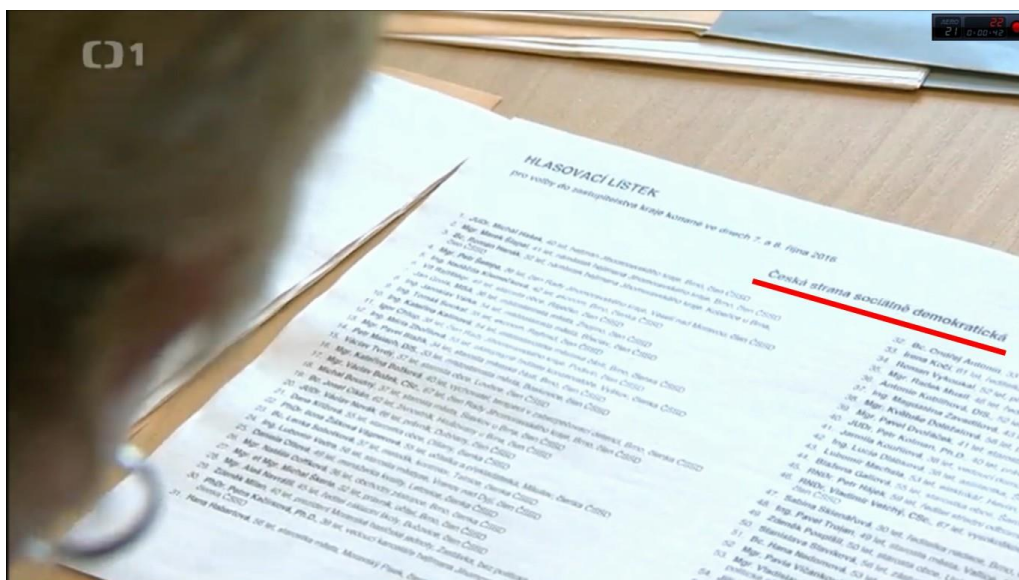
---

<sup>141</sup> Tyto zprávy byly nahrány až z archivu Novy, kdy u tohoto videa nastala technická chyba v přehrávání. Informovali jsme samotnou Novu, která chybu také uznala. Důkazem jsou vyfocené snímky, které jsou přiloženy v nahraných zprávách v příloze.

<sup>142</sup> Jedno z vyjádření patřilo Mgr. Jaroslavovi Větrovskému za ANO, který se stal novým senátorem Tábora.

se píše: „[...] Relevantní není pouze to, zda Česká televize je skutečně otevřená, nestranná, nezávislá a důvěryhodná, ale zda se takto jeví i veřejnosti.“<sup>143</sup>

Obrázek 1 - Detail volebních lístků



Zdroj<sup>144</sup>

Čtvrtý příspěvek je upoutávka na Volební Superdebatu ČT formou živého vstupu redaktorky z místa konání.

## 7. října

### TV Nova (Televizní noviny)

Dnes TV Nova prvně spustila 15 vteřinovou upoutávku na Volby 2016, kterou bude pouštět před každou reportáží o krajských a senátních volbách až do doby jejich ukončení, tedy 15. 10. 2016. Ray Koranteng informuje o právě otevřených volebních místnostech. Úvod reportáže začíná napínavou hudbou a animací odpočítávajících hodin. Šéfredaktor TV Nova Kamil Houska potvrdil, že do těchto reportáží přidávají právě jako prvek infotainmentu hudbu, která se tam stříhově hodí. Ve druhém příspěvku ukazují redaktori, jak se volí. Třetí příspěvek ukazoval, jak volili předsedové stran. Pana Babiše a pana Kalouska se redaktor tázal k tématu voleb, nicméně pana Fialy a pana

<sup>143</sup> ČESKÁ TELEVIZE. *Pravidla předvolebního a volebního vysílání České televize*. [online]. Česká televize: ©1996 – 2017 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/pages/vse-oc/zakony/volby-2016.pdf>

<sup>144</sup> Autorka práce, 2016, vlastní šetření

Haška na jejich snídani. Je otázka, proč se některých předsedů stran tázali na jejich odvolení a jiných na snídani.

Obrázek 2 - Předsedové stran volí



Zdroj<sup>145</sup>

Šéfredaktorovi TV Nova byla položena otázka, zdali nekladou redaktori politikům jednodušší otázky, protože se snaží, aby politikům diváci lépe porozuměli. Odpověděl: „Nemyslím, že by se (naši redaktori) přizpůsobovali (tomuto záměru) při kladení otázek, ale spíše při psaní textu reportáží a jejich formulování.“

V této reportáži dále nastala faktografická chyba, kdy domluvil Petr Fiala a následně se začal vyjadřovat Vojtěch Filip, nicméně z levého dolního rohu nezmizelo jméno a stranická příslušnost Petra Fialy z ODS. Neznalý divák může být zmaten záměnou identity. Volební kodex TV Nova v článku 8.1 říká, „Audio a video materiály, fotografie a další znázornění ve vysílání nesmějí být v rozporu s informačním obsahem zprávy.“<sup>146</sup> Redaktor mluvil o Vojtěchu Filipovi, následně se i pan Filip sám vyjadřoval, přesto na obrazovce stále běželo jméno Petra Fialy z ODS. Chyba byla po několika vteřinách napravena.

<sup>145</sup> Autorka práce, 2016, vlastní šetření

<sup>146</sup> TV NOVA. Volební kodex redakce zpravodajství a publicistiky. ©2010 – 2016

Obrázek 3 - Zaměněná identita



Zdroj<sup>147</sup>

### **FTV Prima (Zprávy FTV Prima)**

Proběhla reportáž o konajících se volbách a odvolení předsedů největších stran. Dále probíhá živý vstup redaktora z Prahy 6, který informuje diváky o průběhu voleb.

### **Česká televize (Události)**

V první zprávě dne informuje Česká televize o probíhajících krajských a senátních volbách. Ve druhém příspěvku informují reportéři živě z míst, kde se volí a navazuje na jejich výpovědi třetí příspěvek, reportáž, kde ČT zastihla předsedy stran, jak volí. Čtvrtý příspěvek informuje o časech, kdy mohou jít lidé volit a také na něj navazuje reportáž o referendu.<sup>148</sup> Pátý příspěvek je rozhovor s Václavem Henychem o průběhu podzimních voleb. Šestý příspěvek ukazuje nejstarší voliče, kteří jdou odvolit již poněkolidikáté. Odvolit přišel i generál Emil Boček z Brna, jedná se o sedmý příspěvek České televize. Osmá zpráva pojednává o volbách v největším i nejmenším kraji v Česku. V devátém příspěvku probíhá rozhovor s redaktorem ČT, který přibližuje situaci o volbách z kraje s nejméně obyvateli a následuje desátý příspěvek, reportáž z kraje s nejméně obyvateli. Jedenáctý příspěvek je o prvovoličích. Dvanáctý příspěvek je z Kvildy na Šumavě, kde byla nejvyšší volební účast. Ve třináctém příspěvku se rozebírá, kolik budou krajské a senátní volby stát.

<sup>147</sup> Autorka práce, 2016, vlastní šetření

<sup>148</sup> Příspěvky o referendech v práci neanalyzujeme, tudíž je vynecháme.



## 8. října

### TV Nova (Televizní noviny)

První příspěvek se zabýval výsledky voleb. Celkové interpretaci výsledků voleb bylo věnováno 611 vteřin. Z toho 245 vteřin bylo věnováno volbám do Senátu. V relaci odvysílala TV Nova 18 příspěvků.<sup>149</sup> TV Nova nechala vždy moderátorku ze studia nejprve interpretovat část výsledků voleb a posléze navazovala dalším příspěvkem ve formě reportáže, nebo rozhovoru.<sup>150</sup> Reportéři navštívili i sídla stran, kde zaznamenávali povolební atmosféru, případně poskytli živý rozhovor. TV Nova odvysílala reportáž o volbách z Brna, kde seděl v porotě muž nosící červené tričko se srpem a kladivem.

Obrázek 4 - Černobílý obraz a skladba od Queen



Zdroj<sup>151</sup>

Obraz byl převeden do černobílé podoby a celou reportáž hrála píseň od Queen I want it all. Je možné takto podaný příspěvek označit za znak infotainmentu. Šéfredaktor TV Nova potvrdil, že: „[...] Některé reportáže, u kterých se to eticky a tematicky hodí, mohou být vtipně napsané, podbarvené hudbou atd.“ V další otázce ještě pan šéfredaktor zmínil: „[...] Chceme, aby zpráva nejen nesla informaci, ale divák bavila.“ A na dotaz, kdy vkládají hudbu do reportáže, která není součástí zvukové reality, odpověděl: „Nejčastěji ji vkládáme do obrazových reportáží, kam se střihově hodí.“

<sup>149</sup> V tento den byl odvysílán ještě 19. příspěvek, který se ale týkal referend. Tento příspěvek byl z pozorování vyřazen, jelikož se netýkal tématu krajských a senátních voleb jako takových.

<sup>150</sup> I samotnou interpretaci výsledků ze studia považujeme za jeden příspěvek u druhů televizních zpráv.

<sup>151</sup> Autorka práce, 2016, vlastní šetření

V tento den také nastala technická chyba ze studia, kdy redaktor Filip Pultar dělal živý rozhovor s Miroslavem Kalouskem z TOP 09, nicméně obraz se začal zadržávat a zvuk šumět. Proto musel moderátor rozhovor přerušit.

Obrázek 5 - TV Nova natáčí Události



Zdroj<sup>152</sup>

V té samé reportáži natáčel kameraman přes 5 vteřin záběr do davu na televizní obrazovku, kde právě běžely Události informující o volbách.

### **FTV Prima (Zprávy FTV Prima)**

V prvním příspěvku vysílala Prima živý rozhovor s Andrejem Babišem, následovalo předání slova do sídla ČSSD, kde zkráceně o situaci informoval jiný redaktor, nicméně předseda ČSSD Bohuslav Sobotka již nebyl na místě. Ve druhé relaci informuje redaktorka Primy ze sídla KDU-ČSL, bohužel opět bez vyjádření předsedy Pavla Bělobrádka. Ve třetí reportáži informují o menších stranách, ze kterých slaví největší úspěch Starostové pro Liberecký kraj. Čtvrtý živý vstup byl ze sídla TOP09, kde redaktor opět informoval o situaci, které opět neobsahovalo vyjádření předsedy Miroslava Kalouska. Pátý příspěvek informoval o výsledcích voleb (krajských i senátních současně) a to pouze v 84 vteřinách (když se připočte i osmý příspěvek, který o druhém kole senátních voleb informuje blíže, je to celkem 160 vteřin.) Dost se tak liší od detailní interpretace výsledků na TV Nova (611 vteřin).

Editor Primy, Roman Pech, byl tázán, zdali se diváci Primy zajímají o volby: „[...] *Upřímně musím říct, že předvolební zpravodajství naše diváky příliš nezajímá. Je*

<sup>152</sup> Autorka práce, 2016, vlastní šetření

*to tak, že když uděláme příliš velký počet reportáží v jednotlivém dni o volbách, tak diváci zkrátka nepřijdou se na to podívat.“*

Šestá reportáž je věnována známým osobnostem, které kandidují na místo senátora (Josef Váňa, Felix Slováček, Jan Mládek, Martin Konvička). Sedmá reportáž se týkala senátních voleb a obvodu Praha 6. Osmý příspěvek informoval o druhém kole senátních voleb, a kdo se proti komu utká. Devátá reportáž ukazuje, jaké neobvyklé události přinesly krajské volby. Desátý příspěvek shrnuje, které strany vyhrály v krajských volbách.

### **Česká televize (Události)**

Celé dnešní Události se věnují pouze volbám. V prvním příspěvku informuje moderátor stručně o výsledcích krajských voleb a následuje reportáž s vyjádřeními předsedů politických stran. Ve druhém příspěvku probíhá živý rozhovor s Andrejem Babišem. Ve třetím příspěvku probíhá rozhovor s redaktorem, který je ve volebním štábu ČSSD a parafrázuje výpovědi Bohuslava Sobotky z tiskové konference.<sup>153</sup> Čtvrtý příspěvek je vyjádření Michala Haška. V pátém příspěvku moderátorka interpretuje výsledky krajských voleb ze studia. V šestém příspěvku probíhá rozhovor s redaktorkou, která se nachází ve volebním štábu KDU-ČSL. Sedmý příspěvek je o rekordním počtu hlasů pro Jiřího Čunka. V osmém příspěvku pustili kratší vyjádření Tomia Okamury za SPD. Devátý příspěvek je živý rozhovor s Petrem Gazdíkem ze STAN. Desátý příspěvek je živý rozhovor s Vojtěchem Filipem za KSČM. Jedenáctý příspěvek je reportáž, která informuje o nízké volební účasti. Dvanáctý příspěvek je živý rozhovor s Petrem Fialou za ODS. Třináctý příspěvek je rozhovor s Miroslavem Kalouskem za TOP09, kterého se redaktor tázal na odlišné otázky (nutno podotknout, že i tento rozhovor probíhal živě).<sup>154</sup> Ve čtrnáctém příspěvku moderátorka interpretuje výsledky senátních voleb ze studia. Patnáctý příspěvek je o volebním obvodu v Praze 6. Šestnáctý příspěvek se zabýval volebními komplikacemi.

Šéfredaktor České televize Petr Mrzena byl tázán, jak se během interpretace výsledků voleb snažila ČT udržet divákovu pozornost: *„Naší ambicí je přinést*

---

<sup>153</sup> Bohuslav Sobotka, po vyhlášení výsledků voleb, odešel a nikomu neposkytl rozhovor.

<sup>154</sup> Redaktor se zde dopustil poměrně subjektivní otázky, kdy se Miroslava Kalouska zeptal, zda za jejich prohrou v krajských volbách nestojí právě jeho osobnost (Miroslava Kalouska), že není až takovým lákadlem, jako byl jeho předchůdce. Odpověď Miroslava Kalouska: *„A proč si to myslíte? Že Vám to někdo řekl? Nebo Vám to někdo napsal? Nikdo z nás si tady dnes takovou otázku nekladl. Já jsem ochoten odpovídat na otázky, které mají nějaký podklad. Ale tahle Vaše otázka je motivována jenom nějakým subjektivním pocitem.“*

*kompletní výsledky voleb. Konají-li se například ve stejnou dobu regionální krajské a senátní volby, nemůžeme jedny upřednostnit a druhé vynechat. Nepřístupujeme k informačnímu servisu z hlediska výsledků voleb tak, že bychom vybírali pouze některé volební obvody. Přinášíme kompletní výsledkový servis. [...] Snažíme se v odůvodněných místech vysílání přerušit interpretaci výsledků reportáží, která zase přinese trošku jiný druh informací – než jsou ty grafické. Snažíme se vysílání uspořádat do logických celků, kdy celek uzavřeme například obrazovou reportáží, která je shrnutím výroků některých z politiků.“*

## **9. října**

### **TV Nova (Televizní noviny)**

První zpráva se týká povolebního vyjednávání, kdy se v několika krajích rozhodli lídři stran utvořit koalici proti vítěznému hnutí ANO, které musí jít do opozice. Druhý příspěvek se týká především Michala Haška. Třetí příspěvek byl úryvek z pořadu Vaše téma o Bohuslavu Sobotkovi, který odpovídal na otázky Michaely Šmídové. Čtvrtá reportáž se týkala několika vítězných stran a záběrů toho, jak a kde se slaví a popíjí. Přejde se k další reportáži, kdy moderátor ze studia oznamuje, že se právě analyzují výsledky voleb. Živě to sleduje Michaela Šmídová, která je v Lidovém domě (sídlo ČSSD). Moderátorka ze studia v dalším příspěvku informuje, že se v některých krajích konaly i senátní volby a zmiňuje slavné osobnosti, které kandidovaly do Senátu. Další příspěvek se týkal okomentování výsledků voleb Milošem Zemanem. Následující reportáž se týká toho, kolik peněz strany do předvolebních kampaní investovaly. Dále se TV Nova zabývala malou obcí Sušice, kde letos byly volby již po dvacáté za sebou za posledních deset let.

### **FTV Prima (Zprávy FTV Prima)**

První reportáž je zeditována odlehčeně a s komickým podtónem. Pojednává o hnutí ANO jako o vítězi, kdy záběry pana Babiše zpomalily a přidaly „vítěznou“ skladbu od Queen – We are the champions.

Obrázek 6 - Vítězný Babiš



Zdroj<sup>155</sup>

Editor Primy, Roman Pech, byl na toto zeditování reportáže o Babišovi a písni We are the champions tázán. Odpověděl: „Lze to tak udělat, kdy se hudbou podbarví reportáž. V tu chvíli se to tam nabízí, když se zpomalí záběry Babiše, který vyhrál volby.“ Vítězně takto zaznamenali i hnutí STAN. Zato v záběrech Bohuslava Sobotky, který volby prohrál, běžela v podkresu skladba „Don't worry be happy“. Tato skladba už hrála do konce reportáže a přitom bylo ještě řečeno, že KSČM dostalo alespoň jako cenu útěchy bonbony se symboly stran. Poslední slovo redaktorky popisuje komický výraz Miroslava Kalouska z TOP09, který stříhli jako reakci k prohraným volbám TOP09 (obrázek 8): „[...] A výraz leadera TOP09, Miroslava Kalouska asi ani žádný komentář nepotřebuje.“

Obrázek 7 - Výraz Miroslava Kalouska při prohraných volbách



Zdroj<sup>156</sup>

<sup>155</sup> Autorka práce, 2016, vlastní šetření

Editor Primy, Roman Pech, byl dotazován, zdali přidávají do reportáží infotainment: „Přidáváme. Nicméně do reportáží o volbách to nepřidáváme. Ani se to příliš nedá. Samozřejmě, pokud nám některý politik poskytne příležitost nebo skandál, tak se na rozdíl od veřejnoprávní televize na to zeptáme. Politika to nesmí zesměšňovat. Během voleb se toto hodně tlumí a vlastně infotainment se týká hlavně ostatních reportáží, které nejsou o volbách.“

Druhá reportáž zobrazuje možné situace, které mohou nyní po krajských volbách mezi stranami nastat. Třetí příspěvek se zabývá otázkou, jestli mohou v ČSSD nastat změny ve vedení. Čtvrtá reportáž informuje o Královehradeckém kraji, kde sice ANO vyhrálo, nicméně nebude v koalici.

### **Česká televize (Události)**

První reportáž se týká povolebního vyjednávání v krajích. Druhý příspěvek je živý vstup redaktorky ze sídla ČSSD. Ve třetím příspěvku je spuštěna reportáž o povolebních změnách ČSSD v krajích. Čtvrtý příspěvek je prezentován moderátorem ze studia o krajských volbách z pohledu absolutního počtu získaných hlasů. Pátý příspěvek se týká povolebních změn v kraji Hradec Králové, šestý příspěvek je z Jihomoravského kraje, sedmý z Moravskoslezského kraje. Osmý příspěvek je živý rozhovor s Jiřím Čunkem. Devátý příspěvek se týká proti-uprchlické politiky jako tématu kampaní. V desátém příspěvku hovoří bývalí premiéři o volebních výsledcích. Až ve dvanáctém příspěvku se ČT zabývá senátními volbami, tedy rozložením Senátu.<sup>157</sup> Ve třináctém příspěvku informuje moderátor ze studia o některých kandidátech do Senátu, kteří postupují do druhého kola a zmiňují i slavná jména, která nepostoupila. Čtrnáctý příspěvek je reportáž o Přemyslu Sobotkovi, který byl senátorem dvacet let. Patnáctý příspěvek informuje o účasti v krajských a senátních volbách.

## **10. října**

### **TV Nova (Televizní noviny)**

První příspěvek se zabývá kraji, které se snaží obejít hnutí ANO. Druhý příspěvek je reportáž z Královehradeckého kraje, bohužel s technickou chybou – je zrychlená. Není tedy přesně možné určit, co kdo říká a jak opravdu dlouho reportáž trvá. Po pár

---

<sup>156</sup> Autorka práce, 2016, vlastní šetření

<sup>157</sup> Jedenáctý příspěvek byl vynechán, jelikož se zabýval referendy, kterých se tato bakalářská práce netýká.

vteřinách sledování tohoto příspěvku se dál v jeho analýze nepokračovalo.<sup>158</sup> Třetí příspěvek je reportáž z Ústeckého kraje. Čtvrtý příspěvek je další interpretace výsledků krajských voleb, nicméně v pátém příspěvku se objevila další technická chyba a tuto reportáž bohužel nebylo vůbec možné popsat ani analyzovat, proto je nutné ji z analýzy vynechat.<sup>159</sup> Následuje tedy opravný pátý příspěvek, což je zprvu pouze zvuková zpráva, kdy se Ray Koranteng ze studia spojuje živě s ministrem Babišem.<sup>160</sup> Poslední reportáž se týká především jihočeského hejtmana Jiřího Zimoly. Když se reportérka vyjadřuje v reportáži k Jiřímu Zimolovi, nešetří TV Nova záběry tohoto hejtmana s panáky a lahví šampaňského v ruce.

Obrázek 8 - Jiří Zimola se šampaňským



Zdroj<sup>161</sup>

### **FTV Prima (Zprávy FTV Prima)**

Až ve druhé zprávě dne je reportáž o krajích, kde vítězné ANO může skončit v opozici. Třetí příspěvek je rozhovor mezi redaktorem a politologem o tom, kdo nakonec může v krajích vládnout. Vybrali pro rozhovor temný park, kde jim v záběrech tancuje kolemjdoucí.

---

<sup>158</sup> Technická chyba neproběhla v živém televizním vysílání, bohužel ale v archivu tn.cz, odkud bylo video později přehráno. Nebylo možné chybu tohoto příspěvku opravit.

<sup>159</sup> Tento příspěvek tedy nebude vůbec do celkové analýzy započítáván.

<sup>160</sup> Později se obraz se zvukem opravil.

<sup>161</sup> Autorka práce, 2016, vlastní šetření

Obrázek 9 - Tancující divák



Zdroj<sup>162</sup>

Tancující kolemjdoucí se ke všemu nachází nešikovně uprostřed obrazovky, tudíž následujících deset vteřin věnuje divák svou pozornost spíše tanečníkovi, než politologovi.

### **Česká televize (Události)**

V prvním příspěvku se ČT zabývá povolebním vyjednáváním v krajích. Druhý příspěvek se týká vyjádření Jaroslavy Jermanové k povolebnímu vyjednávání ve středočeském kraji. Ve třetím příspěvku se hovoří o dalších krajích, kde se povolební vyjednávání také chýlí ke konci. Čtvrtý příspěvek je rozhovor s pravděpodobným budoucím hejtmanem Olomouckého kraje, Otou Koštem za ANO. Pátý příspěvek je z Pardubického kraje, kde nebude v koalici vítězná ANO. Šestý příspěvek je o ústeckém hejtmanovi z KSČM a koaličním vyjednáváním. V sedmém příspěvku informuje ČT o krajích, kde se koaliční vyjednávání teprve rozjíždějí. Osmý příspěvek je živý rozhovor s redaktory ČT, kteří v Jihlavě a ve Zlíně sledují probíhající vyjednávání.

## **11. října**

### **TV NOVA (Televizní noviny)**

Tématem voleb se zabývali dnes prozatím nejpozději, tedy až v pátém příspěvku. Příspěvek se zabýval hnutím ANO, které je ostatními stranami odsouváno do opozice. Další zpráva byla o Jiřím Zimolovi, kterého přijal na Hrad Miloš Zeman. Další reportáž se týká starosty města Náchod Jana Birkeho z ČČSD. Poslední příspěvek

---

<sup>162</sup> Autorka práce, 2016, vlastní šetření



je úryvek z jejich pořadu Vaše téma. Jedná se o vyjádření místopředsedy ODS, Martina Kupky, který se detailně zabývá hnutím ANO. Martin Kupka se zde vyjadřuje velmi antibabišově.

#### **FTV Prima (Zprávy FTV Prima)**

Až v osmé reportáži přichází téma voleb, kdo bude vládnout v dalších třech krajích. V jednom z nich bez vítězného hnutí ANO.

#### **Česká televize (Události)**

První příspěvek se týká ČSSD, které vyhrálo pouze ve dvou krajích. Ve druhém příspěvku informuje moderátor ze studia o krajích, kde se spolupráce mezi stranami již domluvila. Třetí příspěvek se týká povolebního vyjednávání v Jihočeském kraji. Čtvrtý příspěvek se zabývá možnými změnami ve vedení politických stran.

### **12. října**

#### **TV Nova (Televizní noviny)**

Ačkoli se o volbách nezmínili v headlinech, spustila se reportáž o krajských volbách hned jako druhá. Týkala se povolebního vyjednávání ve Středočeském kraji. Další příspěvek byl o hnutí ANO a Andreji Babišovi, kdy jej redaktor zpovídal pro pořad TV Nova s názvem Vaše téma. Skončilo téma voleb a TV Nova se věnovala jiným tématům. Po dvou reportážích následovala obrazová zpráva týkající se hnutí Severočeši.cz.

#### **FTV Prima (Zprávy FTV Prima)**

Pouze v desáté reportážní zprávě bylo letmo zmíněné jednání vlády, které bylo první po skončených volbách a kde chyběl Andrej Babiš. Předsedové z KDU-ČSL a ČSSD zmiňovali, že schůze proběhla klidně, když tam nebyl Babiš. Prima pojala tuto reportáž s komediální hudbou a zrychlenými záběry, které doprovázelo několik zvukových efektů.

#### **Česká televize (Události)**

První příspěvek se týká dalšího povolebního vyjednávání. Druhý příspěvek je živý rozhovor s lídrem STAN Středočeského kraje, Vítem Rakušanem. Ve třetím příspěvku ČT informuje o krajích. Čtvrtý příspěvek je rozhovor s redaktory, kteří živě sledují povolební vyjednávání v Jihlavě a Českých Budějovicích. V Pátém příspěvku mluví redaktorka o zcela čerstvé zprávě z jihu Moravy, kde se hnutí ANO rozhodlo

přizvat do koalice KDU-ČSL.<sup>163</sup> Šéfredaktor České televize Petr Mrzena v rozhovoru pro tuto bakalářskou práci potvrdil, že se v Událostech snaží vždy podat veškeré informace včas.

### **13. října**

#### **TV Nova (Televizní noviny)**

TV Nova začíná zprávou o situaci ve vládní koalici, kdy předsedové stran na sebe vytahují staré případy a urážky. Nicméně TV Nova divákům doslovně prezentuje úšklebné přezdívký, které si mezi sebou politici říkají: „*Uplakánek Babiš, zkorumpovaná ČSSD i přebytečný Bělobrádek.*“ A reportáž zakončili slovy: „*v koalici to tak teď vypadá jako u manželů, kteří odpočítávají poslední vteřiny do rozvodu.*“ Šéfredaktor Novy Kamil Houska byl tázán, proč jsou užita přesně tato přirovnání. Odpověděl: „*Opět to souvisí s formou, kterou se snažíme divákům předávat informace a zprávy, které by je třeba jinak nebavily a nezajímaly. Chceme, aby zpráva nejen nesla informaci, ale diváka bavila.*“ Druhý příspěvek byl vyloženě výňatek z jejich pořadu Vaše téma, kde pustili vyjádření pana Bělobrádka. Další reportáž se týkala povolebního vyjednávání ve středočeském kraji. Čtvrtý příspěvek probíhá živě s redaktorkou, která sleduje zasedání mimořádného krajského výboru TOP 09. Poslední reportáž se týká Dany Drábové.

#### **FTV Prima (Zprávy FTV Prima)**

V tento den se neodvysílala žádná zpráva na téma krajských či senátních voleb.

#### **Česká televize (Události)**

První příspěvek se týká povolebního vyjednávání ve Středočeském kraji. Druhý příspěvek je rozhovor s redaktorkou ČT, která sleduje situaci právě ve Středočeském kraji. Třetí příspěvek je z Jihomoravského kraje, kde je koalice dojednaná. Ve čtvrtém příspěvku informují, že dojednáno je již v šesti krajích. V pátém příspěvku zmiňují Zlínský kraj, kde by během pár hodin mělo dojít k dohodě. Šestý příspěvek informuje o přípravě na senátní volby.

---

<sup>163</sup> Touto zprávou dává moderátorka najevo, že Česká televize je neustále aktuální.

## **14. října**

### **TV Nova (Televizní noviny)**

Ve čtvrtém příspěvku se otevřelo téma voleb. V Jihočeském kraji mohli být vyšachováni sociální demokraté. Reportáž dále ukazuje Středočeský kraj a TOP09. Další příspěvek byl o senátních volbách, kdy a jak mohou jít volit do druhého kola senátních voleb. Diváci se mohli dozvědět, od kdy do kdy mohou jít lidé volit, kde získají hlasovací lístky a kdy budou výsledky. Další reportáž se týkala osady Filipka na Liberecku, kdy se voliči nemohli dostat ke své volební urně.

### **FTV Prima (Zprávy FTV Prima)**

Ačkoli téma senátních voleb neukázali v headlinu, informovali o nich hned v prvním příspěvku. Redaktor Jakub Veinlich názorně ukazoval, jak jde volit. Druhá reportáž byla z pardubické věznice, kde zobrazili několik vězňů, jak volí.<sup>164</sup>

### **Česká televize (Události)**

ČT informuje o zahájení druhého kola senátních voleb. Ve druhém příspěvku zmiňují politické strany, které získaly nejvíce postupujících kandidátů do druhého kola. Ve třetím příspěvku jsou rozhovory s redaktory ČT, kteří sledují situaci senátních voleb z různých měst. Čtvrtý příspěvek je o horní komoře, která se v současném složení sejde naposledy příští středu. Až v osmém příspěvku informuje ČT o jednání krajských koalic. Devátý příspěvek informuje o prvních rezignujících krajských zastupitelích, kteří narazili na omezení v zákoně.

## **15. října**

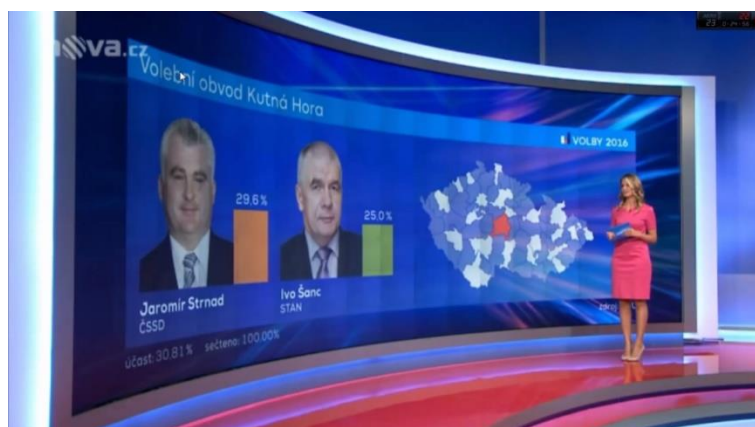
### **TV Nova (Televizní noviny)**

Zprávy začaly interpretací výsledků voleb do Senátu. Michaela Šmídová na interaktivní obrazovce představovala vítěze konkrétních krajů a vždy k dotyčným dodala zajímavou poznámku, někdy i bulvárního charakteru: „*V Hodoníně nevyhrál Zdeněk Škromach, který je velice známým zastáncem ponožek v sandálech a selfiček.*“

---

<sup>164</sup> Podle kodexu ATO může Prima odvysílat fotografie i záběry obličejů vězňů. Musí ale splňovat článek 15, odstavec 3).

Obrázek 10 - Způsob interpretace výsledků voleb (ze studia) u Novy



Zdroj<sup>165</sup>

Šéfredaktor Novy, Kamil Houska, byl tázán, jak se během této zdlouhavé interpretace voleb, která trvala po sečtení téměř 20 minut (přesněji podle vlastního zjištění 19 min. 42 sec.), snažili udržet divákovu pozornost: „*Pomohlo nám k tomu jednak naše moderní interaktivní studio, které při těchto příležitost patřičně vytěžujeme. Současně pak prokládání vyhodnocených výsledků živými vstupy a bloky reportáží.*“

S interpretací výsledků byla propojena vyjádření představitelů ČSSD, ANO, KDU-ČSL, ODS a TOP 09. Pouze jeden dnešní příspěvek lze označit za reportáž, zbytek byla interpretace výsledků senátních voleb a krátké zpravodajské rozhovory s předsedy stran.

#### **FTV Prima (Zprávy FTV Prima)**

V první zprávě se spouští reportáž, která blíže interpretuje výsledky senátních voleb. Prima se rozhodla interpretovat výsledky duelů mezi senátory v reportáži. Jelikož bylo třeba určit, jestli zařadit tento příspěvek do reportáže nebo interpretace výsledků, zvolena byla interpretace výsledků.

<sup>165</sup> Nováková Dominika, 2016 (vlastní šetření pořizené z nahraných zpráv).

Obrázek 11 - Způsob interpretace výsledků voleb (formou reportáže) na Primě



Zdroj<sup>166</sup>

Ve druhém příspěvku přináší zpravodajský rozhovor s předsedou senátorského klubu Petrem Šilarem z KDU-ČSL. Ve třetím příspěvku redaktor Josef Mádle interpretuje výsledky nové podoby Senátu. Čtvrtá reportáž se týká ministra Jana Mládky, který chtěl skončit ve vládě po prohře v Senátu. Zarážející je tu hodnotící komentář redaktora: „*Lepší fungování ČSSD a také lepší práce sociálně demokratických ministrů ve vládě – to jsou úkoly, které svým **ovečkám** premiér ihned po volbách vytyčil.*“ Podle ATO, v článku 3, odstavci 2), se píše: „*Názory a hodnotící komentáře musejí být odděleny od informací zpravodajského charakteru.*“<sup>167</sup>

### Česká televize (Události)

Moderátorka dnes nevysílá ze studia, ale stojí před sídlem Senátu. První zpráva dne informuje o výsledcích druhého kola senátních voleb a vyjádření politiků. Druhý příspěvek je rozhovor s předsedou KDU-ČSL Pavlem Bělobrádkem. Třetí příspěvek odkazuje na druhou moderátorku do studia, která interpretuje výsledky druhého kola senátních voleb detailněji. Čtvrtý příspěvek je živý rozhovor s Jaroslavou Pokornou Jermanovou. V pátém příspěvku vyjmenovává moderátorka další vítězné kandidáty druhého kola senátních voleb.

<sup>166</sup> Autorka práce, 2016, vlastní šetření

<sup>167</sup> ASOCIACE TELEVIZNÍCH ORGANIZACÍ. *Etický kodex redaktorů zpravodajských, politicko-publicistických a ostatních publicistických pořadů.* [online]. ©1997–2017 [cit. 2016-11-14]. Dostupné z: <http://www.ato.cz/pravni-agenda/samoregulace>

Obrázek 12 - Způsob interpretace výsledků voleb (ze studia) v ČT



Zdroj<sup>168</sup>

Šestý příspěvek se zabývá tábořskými senátory. Sedmý příspěvek pokračuje interpretací vítězů druhého kola senátních voleb a následuje osmý příspěvek, reportáž z Hodonína o Hubáčkové a Škromachovi. Devátý příspěvek je živý rozhovor s místopředsedou ČSSD Lubomírem Zaorálkem. Desátá reportáž zobrazuje, kolik která strana v senátních volbách získala nebo ztratila. V jedenáctém příspěvku je vyjádření Petra Fialy z ODS, který považuje tyto volby za úspěšné. Totéž si myslí o své straně STAN. ČT v tomtéž příspěvku pokračuje živým rozhovorem s Petrem Gazdíkem. Dvanáctý příspěvek je o městě Most, kde odvolilo nejméně lidí. Třináctý příspěvek informuje ve zkratce o nejstarších a nejmladších vítězných senátorech a o tom, kolik volby stály.

<sup>168</sup> Autorka práce, 2016, vlastní šetření

## 10 VÝSLEDKY VÝZKUMU

V této části práce budou prezentována hlavní zjištění v podobě tabulek a obrázků. Pro přehlednost se budou výsledky dělit do podkapitol.

### Výsledky výzkumu formální struktury relace (hypotéza č. 1)

Formální strukturou relace jsou myšleny základní stanovené prvky hlavních zpravodajských relací, jako je průměrná délka zpravodajských pořadů, průměrný počet odvysílaných příspěvků, aj.<sup>169</sup> V této formální struktuře budou zjištěny výsledky k potvrzení nebo vyvrácení hypotézy č. 1.

Analyzováno bylo celkem 175 volebních příspěvků během deseti dnů. Následují základní informace o zkoumaném vzorku.

Na základě zjištěných dat lze říci (tabulka 1), že Česká televize ve sledovaném období odvysílala 87 volebních příspěvků. Průměrná délka volebního příspěvku byla 2 minuty 7 vteřin, průměrný počet volebních příspěvků v relaci na ČT byl 9 příspěvků. Průměrná délka zpravodajské relace byla ve sledovaném období 47 minut.<sup>170</sup>

Tím samým způsobem lze tyto informace o Nově a Primě vyčíst z tabulky.

Tabulka 1: Průměrný počet a délka příspěvků<sup>171</sup>

Televizní stanice	Počet příspěvků	Průměrný počet příspěvků v relaci	Průměrná délka příspěvku	Průměrná délka relace
<b>ČT</b>	87	9	2 min. 7 sec.	47 min.
<b>NOVA</b>	60	6	1 min. 36 sec.	41 min.
<b>PRIMA</b>	28	3	1 min. 59 sec.	27 min.

Zdroj:<sup>172</sup>

Hlavní zjištění formální struktury relací je, že nejvíce volebních příspěvků odvysílala Česká televize. Ve sledovaném období měla i nejdelší průměrnou délku relace a průměrnou délku volebních příspěvků.

<sup>169</sup> OSVALDOVÁ, B. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005, s. 80. ISBN:80-246-0248-2

<sup>170</sup> Ačkoli byly z každé relace analyzovány pouze volební příspěvky, tak ale byly zaznamenávány časy celých relací.

<sup>171</sup> Průměrný počet příspěvků v relaci a průměrná délka jsou zaokrouhleny.

<sup>172</sup> Autorka práce, 2016, vlastní šetření

Šéfredaktor zpravodajství České televize, Petr Mrzena odůvodnil, proč ČT odvysílala tolik příspěvků: „Lze říci, že diváci ČT se zajímají ve větší míře o dění ve světě i doma a tedy i o volební výsledky. Naše volební zpravodajství je dokonce ve volebním období nejsledovanější a paří mezi nejsledovanější v celém roce. Tedy ano, diváci se zajímají o volby.“<sup>173</sup>

### Výsledky výzkumu tematické struktury zpráv (hypotéza č. 2)

U mnoha bakalářských a diplomových prací tvoří tato tematická struktura zpravodajské relace velmi podrobnou proměnnou. Ovšem v případě tohoto výzkumu se jedná o detailnější členění politické (volební) události, která nabývá tři hodnot – krajské volby, senátní volby, nebo krajské i senátní volby. Tato práce se u tématu zpráv rozhodla zabývat otázkou, jakou tematickou strukturu volebních příspěvků volí komerční TV Nova častěji. V této tematické struktuře budou zjištěny výsledky k potvrzení nebo vyvrácení hypotézy č. 2.

Tabulka 2: Četnost tematické struktury volebních příspěvků v období voleb<sup>174</sup>

Téma zprávy	ČT		NOVA		PRIMA	
	Četnost	Rel.	Četnost	Rel.	Četnost	Rel.
<b>Krajské</b>	49	56 %	43	72 %	14	50 %
<b>Senátní</b>	23	27 %	13	22 %	11	39 %
<b>Krajské a senátní</b>	15	17 %	4	6 %	3	11 %

Zdroj<sup>175</sup>

Z tabulky 2 je možné vyčíst, kolik krajských nebo senátních příspěvků odvysílala která televizní stanice. Četnost značí počet volebních příspěvků dané televizní stanice. V krajských a senátních volbách společně (poslední sloupeček) jsou zaznamenány takové příspěvky, které obsahovaly informace o obojích volbách

<sup>173</sup> Viz. Hlubkové rozhovory, otázka č. 2.

<sup>174</sup> Relativní četnosti jsou zaokrouhlené.

<sup>175</sup> Nováková Dominika, 2017 (vlastní šetření z nahraných zpráv).



(např. redaktoři informovali o probíhajících krajských a senátních volbách, nebo kdy mohou jít lidé volit a kde získají hlasovací lístky apod.).<sup>176</sup>

Hlavní zjištění této tematické struktury je, že všechny tři televizní stanice odvysílaly více krajských příspěvků, než senátních.

Nejméně příspěvků odvysílala FTV Prima. Pouhých 28 volebních příspěvků. Editor Primy, Roman Pech, byl na tuto skutečnost dotazován. Odpověděl: „[...]upřímně musím říct, že předvolební zpravodajství naše diváky příliš nezajímá. Je to tak, že když uděláme příliš velký počet reportáží v jednotlivém dni o volbách, tak diváci zkrátka nepřijdou se na to podívat.“

#### Výsledky výzkumu druhů zpráv (hypotéza č. 3 a 4)

Kategorizovány byly druhy zpráv dle Osvaldové.<sup>177</sup> U těchto druhů zpráv budou zjištěny výsledky k potvrzení nebo vyvrácení hypotéz č. 3 a 4.

Tabulka 3: Četnost druhů zprávy

Druhy zprávy	ČT		NOVA		PRIMA	
	Četnost	Rel.	Četnost	Rel.	Četnost	Rel.
<b>Čtená</b>	3	3 %	3	5 %	0	0 %
<b>Obrazová</b>	1	1 %	1	2 %	0	0 %
<b>Reportáž</b>	39	45 %	29	48 %	15	53 %
<b>Zpravodajský rozhovor</b>	38	44 %	15	25 %	8	29 %
<b>Interpretace výsledků</b>	6	7 %	12	20 %	5	18 %

Zdroj<sup>178</sup>

Podle tabulky 3 lze říci, že reportáž byla nejčastěji voleným druhem zprávy na všech třech televizních stanicích. Druhý v pořadí byl zpravodajský rozhovor a třetí byla interpretace výsledků voleb.

<sup>176</sup> Krajské a senátní volby dohromady, jsou považovány za samostatnou, třetí hodnotu. Tudíž hypotézu č. 2 neovlivňují.

<sup>177</sup> Teoretická část, kapitola 2.3.

<sup>178</sup> Autorka práce, 2016, vlastní šetření

Aby bylo možné určit, kolik času věnovala která televize interpretaci výsledků voleb, byla měřena časová stopáž příspěvků. Sledovány byly tři televizní stanice po dobu deseti dnů. Tyto televizní stanice se věnovaly interpretaci výsledků voleb moderátorem ze studia ve dnech 8. – 10. října a 15. října 2016. Tedy čtyři dny.

Tabulka 4: Průměrný počet a délka příspěvků interpretace výsledků voleb

Televizní stanice	Počet příspěvků interpretace voleb	Průměrný počet příspěvků interpretace voleb	Celková délka interpretace voleb	Průměrná délka interpretace voleb v relaci
<b>ČT</b>	6	0,6	19 min. 11 sec.	3 min. 12 sec.
<b>NOVA</b>	12	1,2	19 min. 42 sec.	1 min. 38 sec.
<b>PRIMA</b>	5	0,5	9 min. 6 sec.	1 min. 49 sec.

Zdroj<sup>179</sup>

Celková délka interpretace voleb v relaci byla vydělena počtem příspěvků interpretace voleb pro každou televizní stanici. Tak byla získána průměrná délka interpretace voleb. Podle tabulky 4 odvíšila Nova nejvíce příspěvků interpretace výsledků voleb. Mohla by tak v průměru odvíšit 1 celý příspěvek týkající se interpretace voleb v každé relaci. Ačkoli Prima ani Česká televize by nemohly odvíšit podle výsledků tabulky ani 1 celý příspěvek v relaci ve sledovaném období, ČT se v celkové délce interpretace výsledků voleb od Novy moc neliší. Nicméně Nova se interpretací voleb zabývala nejdéle.

Šéfredaktor zpravodajství Novy Kamil Houska byl dotazován, jak se NOVA snažila udržet divákovu pozornost během této interpretace výsledků. Odpověděl: „*Pomohlo nám k tomu jednak naše moderní interaktivní studio, které při těchto příležitost patřičně vytěžujeme. Současně pak prokládání vyhodnocených výsledků živými vstupy a bloky reportáží.*“

Na tutéž otázku byl tázán šéfredaktor zpravodajství ČT Petr Mrzena: „*[...]Snažíme se v odůvodněných místech vysílání přerušit interpretaci výsledků reportáží, která zase přinese trošku jiný druh informací – než jsou ty grafické. Snažíme se vysílání uspořádat*

<sup>179</sup> Autorka práce, 2016, vlastní šetření

*do logických celků, kdy celek uzavřeme například obrazovou reportáží, která je shrnutím výroků některých z politiků.“*

### **Výsledky výzkumu vyjádření politických stran (hypotéza č. 5)**

Tato kategorie byla zavedena, jelikož je pro účel tohoto výzkumu podstatná. Nejblíže se tomuto způsobu zaznamenávání a kategorizování hodnot přiblížila Schneiderová v její kapitole členské kategorizační analýzy, kde přímo mluví o možnosti kategorizování politických stran, jako je ČSSD.<sup>180</sup>

Zvoleno bylo sedm (politických stran) hodnot a osmá hodnota s názvem ostatní, do které spadají všechny další politické strany.<sup>181</sup> Vyjádření členů politických stran byla zaznamenávána v každé reportáži a zpravodajském rozhovoru. Pro přehlednost tohoto výzkumu byly vytvořeny dvě tabulky pro možnost porovnání. Jednu za veřejnoprávní televizi a druhá za komerční televizi.

Podle tabulky 5 lze říci, že ČT odvysílala ve sledovaném období celkem 148 vyjádření různých politických stran. Nejvyšší četnost vyjádření měla ČSSD (33 vyjádření).<sup>182</sup> Do tabulky byly dosazeny délky vyjádření každého člena politické strany, která byla měřena ve vteřinách a kterou odvysílala Česká televize. Proto nutně neplatí, že nejvyšší četnost vyjádření členů politických stran bude také odpovídat nejdelší době/délce vyjádření, kterou Česká televize odvysílala. ČT tedy odvysílala nejvíce početních vyjádření strany ČSSD, druhé bylo ANO. Ale nejdelší vyjádření z hlediska časové stopáže odvysílala právě hnutí ANO.

---

<sup>180</sup> SCHNEIDEROVÁ, S. *Analýza diskurzu a mediální text*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2015, s. 67. ISBN: 978-80-246-2971-1

<sup>181</sup> Do kategorie ostatní patří strany: Úsvit, Severočeši.cz, SPD, Apači 2017.

<sup>182</sup> Tato četnost se nerovná nutně 33 různým členům politických stran, respektive, že ČT odvysílala celkem 33 vyjádření *různých* 33 členů politických stran. Nikoli. Je považováno, že např. vyjádření Bohuslava Sobotky z ČSSD, se v této četnosti mohou vyskytovat třeba desetkrát z celkových třiatřiceti. A to proto, že ČT odvysílala jeho vyjádření už v novém dalším příspěvku. Do jednoho volebního příspěvku byla tedy započítána jedna a ta samá osoba vždy maximálně jednou.

Tabulka 5: Četnost vyjádření členů politických stran a délka jejich vyjádření na ČT<sup>183</sup>

Politické strany (ČT)	Četnost	Rel. Četnost <sup>184</sup>	Celková délka	Průměrná délka
<b>ČSSD</b>	33	22 %	7 min. 31 sec.	13,7 sec.
<b>ANO</b>	32	22 %	7 min. 55 sec.	14,9 sec.
<b>ODS</b>	18	12 %	3 min. 49 sec.	12,7 sec.
<b>TOP09</b>	20	14 %	4 min. 21 sec.	13,1 sec.
<b>KDU-ČSL</b>	18	12 %	2 min. 28 sec.	8,2 sec.
<b>STAN</b>	11	7 %	3 min. 59 sec.	21,8 sec.
<b>KSČM</b>	8	5 %	2 min. 10 sec.	16,25 sec.
<b>Ostatní</b>	8	5 %	0 min. 57 sec.	7,1 sec.

Zdroj<sup>185</sup>

Šéfredaktor zpravodajství ČT Petr Mrzena byl tázán, zdali ve svém zpravodajství neupřednostňují některé politické strany. Odpověděl: „*V žádném případě. Ctíme zásadu odstupňované rovnosti, kdy politické strany jsou si v politickém klání rovny.*“ Současně byl tázán, zdali tedy divák ČT neupřednostňuje některou politickou stranu nebo osobnost více. Odpověděl: „*Takové průzkumy si samozřejmě nevedeme, ani se tím moc nezabýváme.*“

Tabulka 5 (ČT) byla vytvořena především pro možnost porovnání vyjádření členů politických stran na České televizi oproti TV Nova. Ke stanovené hypotéze je potřeba pouze tabulka 6 (TV Nova), tudíž není třeba vytvářet ještě tabulku pro televizi Prima.

Podle tabulky 6 lze říci, že Televize Nova odvysílala ve sledovaném období celkem 85 různých vyjádření politických stran. Dle nejvyšší četnosti odvysílala TV Nova nejvíce vyjádření členů politické strany ANO a současně i nejdélší dobu.

<sup>183</sup> Počítána jsou všechna vyjádření politických členů dohromady – jak ke krajským volbám, tak k senátním volbám.

<sup>184</sup> Relativní četnosti zaokrouhlujeme.

<sup>185</sup> Autorka práce, 2016, vlastní šetření

Tabulka 6: Četnost vyjádření politických členů a délka jejich vyjádření na TV NOVA

Politické strany (TV NOVA)	Četnost	Rel. Četnost	Celková délka	Průměrná délka
<b>ČSSD</b>	20	24 %	5 min. 17 sec.	15,9 sec.
<b>ANO</b>	23	27 %	6 min. 54 sec.	18 sec.
<b>ODS</b>	9	11 %	1 min.	6,7 sec.
<b>TOP09</b>	14	16 %	2 min. 53 sec.	12,3 sec.
<b>KDU-ČSL</b>	10	12 %	2 min. 3 sec.	12,3 sec.
<b>STAN</b>	2	2 %	0 min. 6 sec.	3 sec.
<b>KSČM</b>	4	5 %	0 min. 43 sec.	10,8 sec.
<b>Ostatní</b>	3	4 %	0 min. 35 sec.	12 sec.

Zdroj:<sup>186</sup>

Šéfredaktor zpravodajství TV Nova Kamil Houska byl tázán, zdali ve svém zpravodajství neupřednostňují některé politické strany. Odpověděl stručně: „*Ne.*“ Současně byl tázán, zdali tedy divák Novy neupřednostňuje některou politickou stranu, nebo osobnost více. Odpověděl: „*To se takto říct nedá. Obecně ale můžeme vyzorovat, že se lidé zajímají o hlavní politické hráče – v současné době jde zejména o prezidenta Zemana, premiéra Sobotku a ministra financí Babiše. Ze zahraničních politiků se lidé nyní nejvíce zajímají o nového amerického prezidenta Trumpa a jeho rodinu.*“

Dle výsledků tabulky lze i slova šéfredaktora zpravodajství Novy Kamila Housky potvrdit. Z tabulky je možné opravdu zaznamenat větší část vyjádření ČSSD (kam patří také Bohuslav Sobotka), tak i hnutí ANO (kam patří také Andrej Babiš).

<sup>186</sup> Autorka práce, 2016, vlastní šetření

## 11 INTERPRETACE VÝSLEDKŮ

Tato část práce bude zaměřena na stanovené hypotézy, které na základě výsledků analýzy budou potvrzeny, nebo vyvráceny. Výsledky budou interpretovány podle výše stanovených kategorií (i ve stejném řazení).

### 11.1 Hypotéza č. 1

Pro potvrzení nebo vyvrácení první hypotézy byla vytvořena tabulka 2. Hypotéza č. 1 předpokládá, že veřejnoprávní Česká televize vysílá v období voleb více volebních příspěvků v relaci než komerční TV Nova.

Všechny tři televizní stanice odvysílaly více krajských příspěvků než senátních.

Dle výsledků obsahové analýzy bylo zjištěno, že Česká televize odvysílala 87 příspěvků, které se zabývaly volbami. V jedné relaci tak ČT odvysílala v průměru 9 příspěvků.

TV Nova odvysílala 60 příspěvků, které se zabývaly volbami a tedy v průměru 6 volebních příspěvků v relaci.

TV Prima odvysílala nejméně volebních příspěvků. Celkem 28. V průměru tak odvysílala v jedné relaci 3 volební příspěvky.

Editor Primy Roman Pech v rozhovoru potvrdil, že o téma voleb se diváci Primy totiž tolik nezajímají: „[...]upřímně musím říct, že předvolební zpravodajství naše diváky příliš nezajímá. Je to tak, že když uděláme příliš velký počet reportáží v jednotlivém dni o volbách, tak diváci zkrátka nepřijdou se na to podívat.“ Dále editor vysvětloval, proč volby diváky Primy tolik nezajímají: „[...] Obecně lze říci, že se na Primu dívá méně diváků s vysokoškolským vzděláním, protože ti mají pocit, že by měli sledovat spíše veřejnoprávní zpravodajství.“

Naopak šéfredaktor zpravodajství České televize Petr Mrzena potvrdil skutečnost, že diváci ČT vyhledávají téma voleb: „Lze říci, že diváci ČT se zajímají ve větší míře o dění ve světě i doma a tedy i o volební výsledky. Naše volební zpravodajství je dokonce ve volebním období nejsledovanější a paří mezi nejsledovanější v celém roce. Tedy ano, diváci se zajímají o volby.“

ČT i Nova mají podstatně delší hlavní zpravodajské relace, ve kterých mohou odvysílat větší počet volebních příspěvků než Prima. Za sledované období měla ČT

průměrnou délku hlavní zpravodajské relace 47 minut, TV Nova 41 minut a FTV Prima 27 minut. Proto se první hypotéza zabývá porovnáním Novy a ČT, které jsou si z hlediska délky relace více rovny.

Na základě výše zjištěných dat lze potvrdit první hypotézu, že Česká televize vysílá ve sledovaném období více volebních příspěvků (9) v relaci než komerční Nova (6 příspěvků). První hypotéza byla potvrzena.

## **11.2 Hypotéza č. 2**

Pro potvrzení nebo vyvrácení hypotézy č. 2, byla vytvořena tabulka 3. Ta sleduje kterým volbám, z tematického dělení, daly televizní stanice přednost. Hypotéza předpokládá, že TV Nova vysílá v období voleb více krajských příspěvků, než senátních.

TV Nova odvysílala ve sledovaném období ze všech 60 příspěvků 72 % o krajských volbách a 22 % o senátních volbách. Zbylých 6 % se týkalo krajských i senátních voleb současně, kdy redaktoři ukazovali jak volit a informovali z volebních míst o průběhu voleb.

Prima odvysílala nejvyrovnanější podíl příspěvků krajských a senátních voleb ze všech tří sledovaných stanic. Krajským volbám věnovala 50 %, senátním 39 % a krajským a senátním dohromady 11 %. (Krajských příspěvků bylo početně přesně 14 a senátních příspěvků 11).

Česká televize věnovala krajským volebním příspěvkům 56 %. Senátním volebním příspěvkům 27 % a krajským a senátním dohromady 17 %.

Podstatné jsou především výsledky u Novy. Předpokládá se, že TV Nova vysílá v období voleb více krajských příspěvků než senátních.

Druhou hypotézu lze dle výsledků potvrdit. TV Nova odvysílala přes polovinu krajských příspěvků 72 % a senátních pouze 22 %.

## **11.3 Hypotéza č. 3**

Aby bylo možné hypotézu č. 3 potvrdit nebo vyvrátit, byla vytvořena tabulka 4, která zobrazuje druhy zpráv u každé ze sledovaných stanic. Hypotéza č. 3 předpokládá, že komerční FTV Prima vysílá ve sledovaném období ve svých relacích více reportáží než zpravodajských příspěvků.

FTV Prima jako jediná ze všech tří televizních stanic nepoužila ani jednu čtenou nebo obrazovou zprávu ve sledovaném období. Zato použila 15 reportáží a 8 zpravodajských příspěvků. Interpretací voleb se zabývala v 5 příspěvcích.

Současně i Nova a ČT odvysílaly ve sledovaném období nejvíce reportáží zabývajících se volbami. Jako druhý v pořadí zvolily zpravodajský rozhovor.

Česká televize odvysílala jako jediná téměř shodný počet reportáží (39 příspěvků) jako zpravodajských rozhovorů (38 příspěvků).

Hypotéza se ale zaměřuje na Primu. Hypotéza předpokládá, že Prima ve sledovaném období vysílá ve svých relacích více reportáží než zpravodajských příspěvků. Třetí hypotézu je možné potvrdit. Komerční Prima využívala reportáž (53 %) častěji než zpravodajský rozhovor (29 %).

#### 11.4 Hypotéza č. 4

Pro potvrzení nebo vyvrácení této hypotézy byla vytvořena tabulka 5. Hypotéza č. 4 předpokládá, že veřejnoprávní Česká televize se interpretací voleb zabývá déle než komerční TV Nova.

Samotnou interpretací voleb se kupodivu nezabývala nejdéle Česká televize, ale TV Nova. Česká televize odvysílala pouze 6 volebních příspěvků týkající se interpretace výsledků voleb, kdežto TV Nova jednou tolik (12 příspěvků). Prima se interpretací voleb zabývala nejméně, kdy odvysílala pouze 5 příspěvků interpretace výsledků voleb.

Co se týče délky interpretace volebních příspěvků, nejdelší odvysílala také TV Nova 19 minut 42 vteřin. Česká televize o pár vteřin méně – 19 minut 11 vteřin.

Šéfredaktor zpravodajství ČT Petr Mrzena potvrdil, že volební příspěvky jsou pro jejich zpravodajství důležité: „*Česká televize má přinášet divákům informace o tom, co se děje a aby se diváci mohli na základě těchto informací v životě rozhodovat. Konají-li se volby, je naším eminentním zájmem dávat najevo v našem zpravodajství, že se volby konají nebo budou konat.*“

Prima odvysílala současně nejkratší interpretaci výsledků voleb, a to 9 minut 6 vteřin.

Editor Primy Roman Pech vysvětlil proč tomu tak je: „*[...]Obecně lze říci, že se na Primu dívá méně diváků s vysokoškolským vzděláním, protože ti mají pocit, že by měli sledovat spíše veřejnoprávní zpravodajství.*“ V další otázce o volbách se vyjádřil



takto: „[...]upřímně musím říct, že předvolební zpravodajství naše diváky příliš nezajímá. Je to tak, že když uděláme příliš velký počet reportáží v jednotlivém dni o volbách, tak diváci zkrátka nepřijdou se na to podívat.“

Zajímavé je, že ačkoli se interpretací voleb zabývala TV Nova nejdéle, šéfredaktor zpravodajství TV Nova Kamil Houska má názor na diváka Novy tento: „Náš běžný divák se o volby zajímá jen do určité míry. Krajské a senátní volby ho většinou moc nezajímají, [...]“

Podle výsledků analýzy a tabulky 5 je třeba stanovenou hypotézu vyvrátit. Nepotvrdila určený předpoklad, i když se jednalo o pár vteřin. TV Nova se interpretací voleb zabývala totiž déle než veřejnoprávní Česká televize. Tudíž čtvrtá hypotéza nebyla potvrzena.

## 11.5 Hypotéza č. 5

Aby bylo možné hypotézu č. 5 potvrdit nebo vyvrátit, byla vytvořena tabulka 7. Hypotéza předpokládá, že komerční TV Nova vysílá v období voleb delší vyjádření členů politické strany ČSSD než členů politického hnutí ANO v rámci časové stopáže. Pro porovnání byla vytvořena také tabulka 6, která zobrazuje počet jednotlivých vyjádření politických stran ve zpravodajství České televize.

Česká televize odvysílala ve sledovaném období nejvíce vyjádření politických členů strany ČSSD (33 vyjádření). Druhé v pořadí bylo hnutí ANO (32 vyjádření). Třetí v pořadí bylo TOP09, které se od předchozích dvou už poměrně liší – 20 vyjádření. Čtvrté v pořadí skončilo ODS i KDU-ČSL s 18 vyjádřeními, páté bylo STAN s 11 vyjádřeními a KSČM spolu s OSTATNÍMI STRANAMI získaly prostor pouze pro 8 vyjádření.

Ačkoli Česká televize odvysílala nejvíce vyjádření ČSSD, tak hnutí ANO mělo vyjádření nejdelsí. Celková délka všech vyjádření politických členů hnutí ANO byla 7 minut a 55 vteřin. ČSSD se lišila jen o pár vteřin – 7 minut 31 vteřin. Všechna další vyjádření již nebyla delší než 4 minuty 21 vteřin.

Dle této obsahové analýzy je znát, že i Česká televize upřednostňovala ve svém volebním zpravodajství právě stranu ČSSD a ANO. Proto byl šéfredaktor zpravodajství České televize Petr Mrzena tázán, zdali ve svém zpravodajství neupřednostňují některou z politických stran: „V žádném případě. Ctíme zásadu odstupňované rovnosti, kdy

*politické strany jsou si v politickém klání rovny.*“ Byla tedy položena i druhá otázka, zdali divák ČT neupřednostňuje některou z politických stran ve zpravodajství ČT: *„Takové průzkumy si samozřejmě nevedeme, ani se tím moc nezabýváme.“*

Co se týče příspěvků interpretace výsledků voleb u Novy, tak i TV Nova odvysílala znatelně víc vyjádření členů ANO (23 vyjádření) a ČSSD (20 vyjádření). Nicméně šéfredaktor Novy Kamil Houska přímo potvrdil, že tyto strany jsou pro diváka Novy atraktivnější: *„[...]Obecně ale můžeme vyzorovat, že se lidé zajímají o hlavní politické hráče – v současné době jde zejména o prezidenta Zemana, premiéra Sobotku a ministra financí Babiše. [...].“* Třetí v pořadí odvysílala TV Nova vyjádření členů strany TOP09, které má už pouhých 14 vyjádření. Čtvrté je KDU-ČSL – 10 vyjádření. Páté ODS s 9 vyjádřeními. Šesté zůstalo KSČM se 4 vyjádřeními. Sedmé jsou OSTATNÍ politické strany se 3 vyjádřeními a poslední je STAN se 2 vyjádřeními.

Co se týče délky vyjádření, hnutí ANO znatelně převažuje nad ostatními stranami. TV Nova odvysílala celkovou délku vyjádření všech politických členů hnutí ANO v 6 minutách a 54 vteřinách. ČSSD bylo druhé s 5 minutami a 17 vteřinami. TOP09 se vyjadřovalo ve 2 minutách a 53 vteřinách, KDU-ČSL také ve 2 minutách a ODS už v pouhé 1 minutě. STAN, KSČM a OSTATNÍ politické strany se nevyjadřovaly už ani v 1 minutě, ale v pouhých pár vteřinách.

Stanovená hypotéza se zabývá TV Novou. Předpokládá, že komerční TV Nova vysílá v období voleb delší vyjádření členů politické strany ČSSD než členů politického hnutí ANO v rámci časové stopáže. Podle tabulky 7 odvysílala TV Nova ve sledovaném období nejdelší vyjádření členů hnutí ANO. Tuto hypotézu je nutné vyvrátit. Pátá hypotéza tedy nebyla potvrzena.

## **11.6 Zjištěné informace z rozhovorů a jejich porovnání**

Aby se mohla bakalářská práce zabývat volebním tématem hlavních zpravodajských relací do hloubky, byly uskutečněny rozhovory se šéfredaktory zpravodajství ČT Petrem Mrzenou a TV Nova Kamilem Houskou. V Primě byl dotazován editor Roman Pech. Rozhovory mají být pouze doplňkové a případně mohou potvrdit nebo vyvrátit některou z hypotéz. Šéfredaktoři a editor byli podrobně dotazováni ke sledovanému období krajských a senátních voleb. Snažili se odpovědět i na specifickou otázku: Jaký záměr působení na TV diváka měla jejich zpravodajství?

Z rozhovorů je možné se dozvědět podrobné a výstižné odpovědi.

V této podkapitole se bude bakalářská práce zabývat záměrem působení jednotlivých stanic na TV diváka a také způsobem zpracování volebního tématu v hlavních zpravodajských relacích dle slov šéfredaktorů a editora.

Šéfredaktoři a editor byli dotazováni, kdo je jejich typickým divákem. Nova uznala, že se jedná spíše o kategorii 50+ a diváci jsou spíše z menších měst a vesnic. Prima přímo potvrdila, že se na ni dívá méně diváků s vysokoškolským vzděláním, protože ti mají pocit, že by měli sledovat spíše veřejnoprávní zpravodajství. Česká televize odpověděla tak, že jejich diváci jsou všichni, každopádně veřejnoprávní zpravodajství obvykle vyhledávají starší vzdělanější muži a ženy.

Pouze na základě těchto odpovědí je možné tvrdit, že se na komerční televize dívají spíše diváci bez vysokoškolského vzdělání.

Šéfredaktoři a editor byli dotazováni, zdali se jejich běžný divák zajímá o volby. Editor Primy uznal, že o předvolební zpravodajství se jejich diváci příliš nezajímají. Šéfredaktor Novy také řekl, že se o krajské a senátní volby jejich běžný divák většinou moc nezajímá. Pouze šéfredaktor ČT potvrdil, že jejich volební zpravodajství je dokonce ve volebním období nejsledovanější a paří mezi nejsledovanější v celém roce. Běžný divák ČT se o volby zajímá.

Pouze na základě těchto odpovědí je možné tvrdit, že běžný divák České televize se zajímá o volby. Kdežto běžný divák Novy a Primy krajské a senátní volby ve zpravodajství nevyhledává.

Šéfredaktoři a editor byli dotazováni, zdali se snažili představit událost krajských a senátních voleb způsobem, který zabezpečuje atraktivitu a vyvolá zájem publika. Šéfredaktor Novy odpověděl: „*Ano*“. Samozřejmě se Nova snažila držet pravdivých a objektivních informací, nicméně to neznamená, že by události nemohly být podány zajímavým a poutavým způsobem. Editor Primy přiznal, že jako komerční televize je to součást jejich práce. Chtějí téma představit jako obrazově atraktivní. Říká, že zpravodajství veřejnoprávní je takové sušší, proto do toho chce Prima „přidat šťávu“ infotainmentem. Pouze šéfredaktor ČT považuje tuto atraktivitu za profesionalitu, která pro Českou televizi znamená: „*předat pravdivé a podstatné informace včas.*“

Pouze na základě těchto odpovědí je možné tvrdit, že se všechny tři televize snaží představit událost způsobem, který zabezpečuje atraktivitu a vyvolá zájem publika. Nicméně veřejnoprávní televize nepovažuje označení atraktivní za nutně zábavní prvek, tedy to, jak pojem „atraktivní“ chápou komerční televize.

Když byli šéfredaktoři a editor dotazováni, zdali přidávají do svých reportáží prvky infotainmentu, odpověděl šéfredaktor ČT „samozřejmě ne“. (Ve sledovaném období v obsahové analýze nebyl ani žádný prvek infotainmentu u ČT nalezen.) Šéfredaktor Novy odpověděl „Ano, do určité míry. Ovšem pokud to nezmění obsahovou nebo informační hodnotu. Proto některé reportáže, u kterých se to eticky a tematicky hodí, mohou být vtipně napsané, podbarvené hudbou atd.“ (Během obsahové analýzy bylo nalezeno několik prvků infotainmentu, mezi které patří hra s barvami, hudební skladby v reportáži a další bulvární prvky.<sup>187</sup>

Editor Primy odpověděl, že prvky infotainmentu také přidávají. Zmiňoval, že do reportáží o volbách ne. Nicméně během obsahové analýzy byly i u Primy nalezeny prvky infotainmentu ve volebních reportážích. Editor byl na to upozorněn a byl mu ukázán konkrétní příklad, kdy se zpomalily obrazové záběry a hrála skladba od Queen – We are the champions. Následně tak uznal a odpověděl, že v tomto případě to tak lze udělat a do reportáže se to vyloženě nabízelo.

Pouze na základě těchto odpovědí je možné tvrdit, že komerční televize do svých reportáží přidávají prvky infotainmentu (i během volebního období).

Poslední otázka, která byla šéfredaktorům a editorovi položena, měla shrnout dle jejich slov, jak se jejich televize snažily v období voleb zapůsobit na diváka a udržet jeho pozornost.

Šéfredaktor ČT odpověděl, že se zpravodajství ČT snažilo informovat o tom, co se děje, tedy o volbách. Především usilovali o to, aby divákovi dodali kompletní informaci o tom, že se volby konají, jaké strany kandidují a s jakým programem. A také chtěli, aby se divák dozvěděl jak odvolit a byl včas seznámen s výsledky voleb.

Šéfredaktor Novy odpověděl, že se snažili divákovi poskytnout relevantní a pravdivé informace srozumitelnou a atraktivní formou.

---

<sup>187</sup> Více v kapitole: *Popis a analýza den po dni a zjištěné faktografické chyby.*

Editor Primy odpověděl, že infotainment je ten správný směr, který pozornost spíše udrží, než kdyby nudili monoblokem.

Pouze na základě těchto odpovědí je možné tvrdit, že komerční televize se kromě informování také přiklání k atraktivní formě zpracování voleb, které mohou obsahovat prvky infotainmentu. Zatímco veřejnoprávní televize považuje za svou atraktivitu právě informační hodnotu.

Rozhovory potvrdily a doplnily již nalezené zábavní prvky (infotainment) během obsahové analýzy. Veřejnoprávní Česká televize nezařadila do svých volebních příspěvků v období voleb žádný infotainment a snažila se na diváka zapůsobit čistě informativní hodnotou.

## 11.7 Závěry výzkumu

Jelikož se výzkum stal rozsáhlejším, je vhodné na závěr uvést stručné shrnutí získaných výsledků. Cílem práce bylo porovnat zpracování volebního tématu hlavních zpravodajských relací ČT, TV Nova a FTV Prima a sledování jejich záměru působení na TV diváka.

Dle následujících výsledků se od sebe tři sledované televizní stanice v období voleb svými hlavními zpravodajskými relacemi odlišovaly nebo shodovaly takto:

Z hlediska počtu volebních příspěvků:

Veřejnoprávní Česká televize odvysílala v období voleb více volebních příspěvků v relaci než komerční TV Nova.

FTV Prima odvysílala ještě méně volebních příspěvků v relaci než TV Nova.

Z hlediska tematické struktury:

TV Nova odvysílala v období voleb více krajských příspěvků než senátních. Česká televize i FTV Prima odvysílaly také více krajských příspěvků než senátních. Prima měla ovšem nejvyrovnanější podíl krajských a senátních příspěvků (14 krajských, 11 senátních). ČT a Nova měly značný rozdíl (ČT odvysílala krajských příspěvků více o 26 a TV Nova odvysílala více krajských příspěvků nad senátními o 30 příspěvků).

Z hlediska druhů zpráv:

TV Prima odvysílala ve sledovaném období ve svých relacích více reportáží než zpravodajských příspěvků.

TV Nova a ČT také odvysílaly více reportáží než zpravodajských příspěvků. Česká televize odvysílala jako jediná téměř shodný počet reportáží (39 příspěvků) jako zpravodajských rozhovorů (38 příspěvků). A Prima byla jediná, která ani jednou ve sledovaném období neodvysílala čtenou nebo obrazovou zprávu.

Z hlediska interpretace výsledků voleb:

Byla vyvrácená hypotéza, že veřejnoprávní Česká televize se interpretací voleb zabývá déle než komerční TV Nova.

Opak je pravdou – TV Nova se interpretací voleb zabývá déle než veřejnoprávní Česká televize.

Z hlediska četnosti a délky vyjádření členů politických stran:

Byla vyvrácená hypotéza, že komerční TV Nova odvysílá v období voleb delší vyjádření členů politické strany ČSSD než členů politického hnutí ANO v rámci časové stopáže.

Opak je pravdou – TV Nova odvysílala v období voleb delší vyjádření členů politického hnutí ANO než členů politické strany ČSSD v rámci časové stopáže.

Veřejnoprávní Česká televize odvysílala ve sledovaném období také nejvíce vyjádření těchto dvou stran. A z hlediska časové stopáže odvysílala ČT také delší vyjádření členů hnutí ANO.

Další zjištění, která byla nalezena během obsahové analýzy a následně potvrzena rozhovory:

Komerční TV Nova a FTV Prima se snažily udržet divákovu pozornost během volebních reportáží infotainmentem.

Zatímco veřejnoprávní televize se snažila na diváka zapůsobit a udržet si ho svou informativní hodnotou.

TV Nova se mimo jiné snažila diváka zaujmout poskytnutím relevantních a pravdivých informací srozumitelnou a atraktivní formou. Chtěla, aby zpráva nejen

nesla informaci, ale diváka bavila. Proto přidávali do reportáží různá bulvarizující přirovnání (typu: „*V koalici to teď vypadá jako u manželů, kteří odpočítávají poslední minuty do rozvodu.*“) a podkladovou hudbu, tedy infotainment.

FTV Prima se mimo jiné snažila na diváka zapůsobit především infotainmentem, který je dle editora Primy „*tím správným směrem, kterým pozornost spíš udržíme, než kdybychom nudili monoblokem.*“

Česká televize se mimo jiné snažila na diváka zapůsobit informativní hodnotou. Právě informace je dle slov šéfredaktora České televize tou atraktivitou, kterou diváci ČT vyhledávají. Česká televize chtěla divákovi dodat kompletní informaci o tom, že se volby konají, jaké strany kandidují a s jakým programem a aby byl divák včas seznámen s výsledky voleb.

Na základě rozhovorů se šéfredaktory zpravodajství Novy, ČT a editora Primy bylo zjištěno, že komerční televize přidávají do svých reportáží zábavní prvky, tzv. infotainment. Právě infotainmentem se snaží zapůsobit na diváka a udržet jeho pozornost. Ačkoli zprvu šéfredaktor Novy i editor Primy zdůrazňovali, že do volebních reportáží se tyto zábavní prvky tolik neumisťují, byly přesto během obsahové analýzy ve volebním období v reportážích nalezeny.

Česká televize do reportáží zábavní prvky ve sledovaném období neumisťovala a dle slov šéfredaktora ani nikdy neumisťuje. Česká televize chtěla na diváka zapůsobit pravdivými a obsáhlými informacemi o volbách, které se divákům snažila podat profesionálně a včas.

## ZÁVĚR

Stěžejním cílem bakalářské práce bylo porovnat zpracování tématu krajských a senátních voleb v hlavních zpravodajských relacích na TV Nova, FTV Prima a České televizi a sledování jejich záměru působení na TV diváka. Ambicí práce bylo zjistit, jak jednotlivé televize pojaly téma krajských a senátních voleb ve svém zpravodajství, čím se ve zpracování lišily nebo shodovaly. Je možné říci, že tento cíl byl bezezbytku naplněn. Pro jeho naplnění byla použita kvantitativní metoda obsahové analýzy zpráv, díky které bylo možné zkoumat obsahy hlavních zpravodajských relací v období voleb, porovnávat je mezi sebou, ale také zjištěná data přehledně prezentovat. Použita byla i kvalitativní metoda hloubkových rozhovorů se šéfredaktory a editorem, kteří se snažili objasnit záměr působení jejich televize na TV diváka v období voleb. I jejich odpovědi byly mezi sebou porovnány a zjištěné informace přehledně prezentovány.

Bylo stanoveno pět hypotéz, ze kterých se dvě nepotvrdily. Obsahovou analýzou hlavních zpravodajských relací všech tří televizních stanic bylo objasněno, které volby upřednostnily, kolik času volbám věnovaly, jaké druhy zpráv volily častěji, kolik času se zabývaly interpretací výsledků voleb a kolik prostoru věnovaly kterým politickým stranám.

Zajímavým zjištěním bylo, že všechny tři televizní stanice si byly dle těchto kategorií hodně podobné. Všechny tři televize upřednostnily krajské volby nad senátními. Všechny tři televize odvysílaly ve svých relacích nejvíce reportáží z hlediska druhů zpráv. Interpretací výsledků krajských a senátních voleb se veřejnoprávní ČT zabývala téměř stejně dlouho jako komerční TV Nova (ačkoli se očekával opak). Přestože šéfredaktoři ČT a Novy zastávají názor, že je třeba všem politickým stranám věnovat během volebního období stejný prostor k vyjádření, tak ČT i Nova věnovala ve sledovaném období ve svých relacích nejvíce prostoru politickým členům hnutí ANO. Druhé v pořadí bylo u obou televizí ČSSD a zbytek sledovaných politických stran byl již znatelně vzadu.

Během obsahové analýzy nebyl infotainment měřen žádnou měrou, aby se zjistilo, na kolik procent se v hlavních zpravodajských relacích vyskytuje. Infotainment byl ve výzkumu několikrát zmíněn a ukázán na konkrétních příkladech u komerčních televizí, že se zde opravdu vyskytuje. Následně tak mohli šéfredaktor



Novy a editor Primy potvrdit, že záměr působení na TV diváka komerčních televizí v období voleb bylo užívání infotainmentu a atraktivní podoby zpracování reportáží. U veřejnoprávní televize nebyl během výzkumu infotainment ve sledovaných příspěvcích nalezen. Česká televize chtěla na diváka zapůsobit pravdivými a obsáhlými informacemi o volbách, které se snažila podat profesionální formou a včas.

Bakalářská práce se dozajista odlišuje konkrétním vymezením sledování krajských a senátních voleb. Bakalářská práce se zaměřovala také na čas, který jednotlivé televize věnovaly vyjádřením členů politických stran a zdali jsou opravdu z časového hlediska tato vyjádření vyvážená, jak televize tvrdí. Práci pozdvihují odpovědi jednotlivých šéfredaktorů a editora televizních stanic, kteří byli na konkrétní období krajských a senátních voleb dotazováni.

Využitelnost a smysl práce tkví v tom, že je nyní možné si udělat představu, v čem se od sebe sledované televize během období voleb lišily, nebo shodovaly. Následně kolik prostoru věnovaly které politické straně a zdali některé neupřednostňovaly. V poslední řadě je možné zjistit kvalifikované názory šéfredaktorů Novy a ČT a editora Primy na jejich zpravodajství.

Případný další teoretický a empirický výzkum by mohl detailněji zkoumat vyjádření členů politických stran a hledat možné důvody, proč následně ta či ona politická strana ve volbách vyhrála nebo prohrála a zdali v tom hrála roli média, která svou častou (nebo nízkou) informovaností o určité politické straně přesvědčila diváky jít odvolit zmiňovanou politickou stranu.

Tato bakalářská práce by měla přinést zajímavý vhled do volebního zpravodajství ČT, Novy i Primy pro zasvěcené i laiky.

Přes náročný výzkum, který tato práce obsahuje, by si dozajista zasloužila pokračování, které by mohlo otevřít nové kapitoly a nová zjištění o televizních zpravodajstvích, volbách a možného ovlivňování diváka médií.

## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### Seznam použitých českých zdrojů

BURTON, G. *Úvod do studia médií*. 1. Vyd. Brno: Barrister a Principal, 2003. ISBN: 80-85947-67-6

GILES, D. *Psychologie médií*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN: 978-80-247-3921-2

ĚLOWIECKI M. T. a P. ŽANTOVSKÝ. *Manipulace v médiích*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského Praha, 2008. ISBN: 978-80-86723-50-1

JIRÁK, J. *10 let v českých médiích*. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7178-925-9

JIRÁK, J. a B. KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003. ISBN: 80-7178-697-7

KREJČÍ, O. *Nová kniha o volbách*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2006. ISBN: 80-86946-01-0

KŘEČEK, J. *Politická komunikace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN: 978-80-247-3536-8

MCCOMBS, M. *Agenda setting*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN: 978-80-7367-591-2

MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 1999. ISBN: 80-7178-714-0

MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*, 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského, 2010. ISBN: 978-80-7452-002-0

NOVOTNÝ, L. *Politologie*. 2. vyd. Praha: Univerzita Jana Ámose Komenského, 2010. ISBN: 978-80-7452-003-7

OSVALDOVÁ, B. *Zpravodajství v médiích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005. ISBN: 80-246-0248-2

SCHNEIDEROVÁ, S. *Analýza diskurzu a mediální text*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2015. ISBN: 978-80-246-2884-4

TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006. ISBN: 80-7367-096-8

TRAMPOTA, T. a M. VOJTĚCHOVSKÁ, *Metody výzkumu médií*. 1. vyd. Praha: Portál, 2010. ISBN: 978-80-7367-683-4

#### **Seznam použitých internetových zdrojů**

ASOCIACE TELEVIZNÍCH ORGANIZACÍ. *Etický kodex ATO*. [online]. ©2009 – 2017. [cit. 2017-31-01]. Dostupné z: <http://www.ato.cz/pravni-agenda/samoregulace/eticky-kodex-zpravodajstvi-a-publicistiky>

ASOCIACE TELEVIZNÍCH ORGANIZACÍ. *Etický kodex redaktorů zpravodajských, politicko-publicistických a ostatních publicistických pořadů*. [online]. ©1997–2017 [cit. 2016-11-14]. Dostupné z: <http://www.ato.cz/pravni-agenda/samoregulace>

ASOCIACE TELEVIZNÍCH ORGANIZACÍ. *Stanovy 2016*. [online]. ©2009 – 2017. [cit. 2017-31-01]. Dostupné z: <http://www.ato.cz/co-je-to-ato/dokumenty/platne-standovy>

ČESKÁ TELEVIZE. *Kodex České televize*. [online]. ©1996 – 2017 [cit. 2017-31-01]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/preambule-a-vyklad-pojmu/>

ČESKÁ TELEVIZE. *Pravidla předvolebního a volebního vysílání*. [online]. ©1996 – 2017 [cit. 2017-31-01]. Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/pages/vse-o-ct/zakony/volby-2016.pdf>

ČESKÁ TELEVIZE. *Události v novém kabátě? Nikoli, úplně nový nezaměnitelný pořad.* [online]. ©2012 – 2017 [cit. 2017-4-02]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1628652-udalosti-v-novem-kabate-nikoli-uplne-novy-nezamenitelnny-porad>

MEDIAR. *Do tendru ATO se hlásí jen stávající pozorovatel.* [online]. ©2011 –2016 [cit. 2017-31-01]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/do-tendru-ato-se-hlasi-jen-stavajici-provozovatel/>

### **Seznam ostatních zdrojů**

Volební kodex TV Nova

## **SEZNAM ZKRATEK**

ATO – Asociace televizních organizací

ČT – Česká televize

# SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ, A TABULEK

## Seznam obrázků

Obrázek 1 - Detail volebních lístků .....	46
Obrázek 2 - Předsedové stran volí .....	47
Obrázek 3 - Zaměněná identita .....	48
Obrázek 4 - Černobílý obraz a skladba od Queen.....	49
Obrázek 5 - TV Nova natáčí Události.....	50
Obrázek 6 - Vítězný Babiš .....	53
Obrázek 7 - Výraz Miroslava Kalouska při prohraných volbách.....	53
Obrázek 8 - Jiří Zimola se šampaňským .....	55
Obrázek 9 - Tancující divák .....	56
Obrázek 10 - Způsob interpretace výsledků voleb (ze studia) u Novy .....	60
Obrázek 11 - Způsob interpretace výsledků voleb (formou reportáže) na Primě .....	61
Obrázek 12 - Způsob interpretace výsledků voleb (ze studia) v ČT .....	62

## Seznam tabulek

Tabulka 1: Průměrný počet a délka příspěvků .....	63
Tabulka 2: Četnost tematické struktury volebních příspěvků v období voleb .....	64
Tabulka 3: Četnost druhů zprávy .....	65
Tabulka 4: Průměrný počet a délka příspěvků interpretace výsledků voleb .....	66
Tabulka 5: Četnost vyjádření členů politických stran a délka jejich vyjádření na ČT.....	68
Tabulka 6: Četnost vyjádření politických členů a délka jejich vyjádření na TV NOVA.....	69

## SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA A: NAHRANÉ ZPRÁVY O VOLBÁCH 6. - 15. ŘÍJNA 2016 .....	I
PŘÍLOHA B: HLOUBKOVÉ ROZHOVORY .....	III
PŘÍLOHA C: VÝSTUPNÍ DATA ANALÝZY .....	X
PŘÍLOHA D: VOLEBNÍ KODEX TV NOVA .....	XX

## **PŘÍLOHA A: NAHRANÉ ZPRÁVY O VOLBÁCH 6. - 15. ŘÍJNA 2016**

### **6. října**

ČT: <https://www.youtube.com/watch?v=K6J1CZ0VINA>

Nova: <https://www.youtube.com/watch?v=6tem4iS55ZI>

Prima: <https://www.youtube.com/watch?v=yNNF9P1ia-A>

### **7. října**

ČT: <https://www.youtube.com/watch?v=RU305riwLqk>

Nova: <https://www.youtube.com/watch?v=lAZmWgJ9q4w>

Prima: <https://www.youtube.com/watch?v=Pnit9O7i0JM>

### **8. října**

ČT: <https://www.youtube.com/watch?v=qLEVGO-vMa8>

Nova: <https://www.youtube.com/watch?v=4XzeUQYXgzE>

Prima: <https://www.youtube.com/watch?v=821vUOVwp-A>

### **9. října**

ČT: [https://www.youtube.com/watch?v=zVt\\_TH8DqcU](https://www.youtube.com/watch?v=zVt_TH8DqcU)

Nova: <https://www.youtube.com/watch?v=liH4f-yKAz8>

Prima: <https://www.youtube.com/watch?v=bECay9vPkbA>

### **10. října**

ČT: <https://www.youtube.com/watch?v=3toIR9wfJBA>

Nova: <https://www.youtube.com/watch?v=g62knnbWgd0>

Prima: <https://www.youtube.com/watch?v=Cwfu8NdPV7k>

### **11. října**

ČT: <https://www.youtube.com/watch?v=Y5TRV1KTpiw>

Nova: <https://www.youtube.com/watch?v=adZYCrPC3Lw>

Prima: <https://www.youtube.com/watch?v=bMYJdofzMO8>

### **12. října**

ČT: <https://www.youtube.com/watch?v=ikW7W0oa8fc>

Nova: <https://www.youtube.com/watch?v=YMZwUWp3Ap0>

Prima: <https://www.youtube.com/watch?v=s2pH8y9eKys>



### **13. října**

ČT: <https://www.youtube.com/watch?v=Zw43GGCOFYU>

Nova: <https://www.youtube.com/watch?v=3m-MLZol79Y>

Prima: <https://www.youtube.com/watch?v=WLCKrtVyp0o>

### **14. října**

ČT: <https://www.youtube.com/watch?v=Xu8pGho19H4>

Nova: <https://www.youtube.com/watch?v=peKkHkaEGDA>

Prima: <https://www.youtube.com/watch?v=naNmzMW9CzA>

### **15. října**

ČT: <https://www.youtube.com/watch?v=QIH274deLqU>

Nova: <https://www.youtube.com/watch?v=vu2YrDNtJJQ>

Prima: <https://www.youtube.com/watch?v=yadJIIYMXos>

### **Rozhovory**

Šéfredaktor ČT Petr Mrzena: <https://www.youtube.com/watch?v=6FuXJ0Oygos>

Editor Prima Roman Pech: <https://www.youtube.com/watch?v=NT3sMw-LcK0>

## **PŘÍLOHA B: HLOUBKOVÉ ROZHOVORY**

Šéfredaktoři zpravodajství ČT (Petr Mrzena), TV Nova (Kamil Houska) a editor FTV Prima (Roman Pech) byli seznámeni s tím, že jsou dotazováni na konkrétní období krajských a senátních voleb 2016 u svých hlavních zpravodajských relací.

### **1. Máte představu o tom, kdo je vaše publikum? Můžete zkusit popsat typického diváka ČT/Novy/Primy a charakterizovat ho?**

Mrzena (ČT): Naše publikum jsou všichni. Vycházíme z toho, že vysíláme pro všechny a snažíme se to zohledňovat v celém vysílání. Ať už se jedná o vysílání volební nebo nevolební. Lze obecně říci, že náš televizní divák je dobře popsán a zmonitorovaný. Víme, kdo je většinovým divákem našeho zpravodajství například z hlediska věku, nicméně charakterizovat ho přesně nemůžeme, jelikož jsou to skutečně všechny věkové skupiny. Každopádně veřejnoprávní zpravodajství obvykle vyhledávají starší vzdělanější muži a ženy.

Houska (NOVA): Podle výsledků oddělení výzkumu spadá největší část diváků do věkové kategorie 50+. Jde zhruba o 45% diváků, zbytek je rozprostřen do mladších věkových kategorií. Většina našich diváků má dokončené středoškolské vzdělání a v poměru zhruba 60 % ku 40 % jde spíše o ženy. Většina z nich jsou obyvatelé spíše menších měst a vesnic.

Pech (PRIMA): Typického diváka televize Prima je těžké popisovat, protože podle průzkumů, které dostáváme, se jedná o širokou škálu lidí. Ať co se týče sociálních vrstev nebo inteligence. Ale obecně lze říci, že se na Primu dívá méně diváků s vysokoškolským vzděláním, protože ti mají pocit, že by měli sledovat spíše veřejnoprávní zpravodajství.

### **2. Zajímá se běžný divák ČT/Novy/Primy o volby? Případně v jaké míře?**

Mrzena (ČT): Lze říci, že diváci ČT se zajímají ve větší míře o dění ve světě i doma a tedy i o volební výsledky. Naše volební zpravodajství je dokonce ve volebním období nejsledovanější a paří mezi nejsledovanější v celém roce. Tedy ano, diváci se zajímají o volby.

Houska (NOVA): Náš běžný divák se o volby zajímá jen do určité míry. Krajské a senátní volby ho většinou moc nezajímají, parlamentní už ho zajímá ve větší míře, a od zavedení přímé prezidentské volby se dá říct, že právě ty budí zájem největší.

Pech (PRIMA): Běžný divák se o volby samozřejmě zajímá. Nedokážu ale říct, jaké procento diváků ocení to, že jim přinášíme volební zpravodajství. My to samozřejmě vidíme na sledovanosti dnes a denně a upřímně musím říct, že předvolební zpravodajství naše diváky příliš nezajímá. Je to tak, že když uděláme příliš velký počet reportáží v jednotlivém dni o volbách, tak se diváci zkrátka neprijdou na to podívat.

### **3. Je vaším záměrem, aby váš divák vyjádřením politiků porozuměl?**

Mrzena (ČT): Naším záměrem je především, abychom přinášeli kompletní zpravodajský servis v průběhu voleb a ano, chceme, aby vyjádření jednotlivých politiků byla podána srozumitelně. Proto se naši redaktori snaží vybírat pasáže, které jsou výstižné pro to, co politik řekl třeba v širších souvislostech.

Houska (NOVA): Ano, tohle přímo souvisí s předchozí otázkou. Určitý vliv na to, jak naše diváky zajímají volby a politika obecně, má forma, jakou mu informace předáme. A jako nejsledovanější zpravodajská relace v republice samozřejmě chceme, aby naši diváci rozuměli tomu, na co se dívají; tedy abychom pro ně byli srozumitelní.

Pech (PRIMA): Je. To je naprosto to nejdůležitější, co my potřebujeme. Dnes a denně na to upozorňujeme ve zpravodajství naše redaktory. Musejí poslouchat, co ten politik říká, protože když tomu oni nerozumí, nebude tomu rozumět ani divák. V případě, že se stane, že věta je příliš nesrozumitelná nebo celé vyjádření je nesrozumitelné, tak se to snažíme v reportáži vysvětlit takovou lidovou řečí, hovorově.

#### **3.1. Přizpůsobují se tomuto záměru vaši redaktori tím, že třeba kladou politikům jednodušší otázky?**

Mrzena (ČT): Samozřejmě se redaktor snaží vybrat pasáž, která je charakteristická pro celé vyjádření. Způsob kladení otázek s tím samozřejmě souvisí. Má-li redaktor pocit, že ta odpověď nebyla příliš srozumitelná, tak samozřejmě využívá možnosti se na to doptat tak, aby politik odpověděl srozumitelnější formou.

Houska (NOVA): Nemyslím, že by se přizpůsobovali při kladení otázek, ale spíše při psaní textu reportáží a jejich formulování.

Pech (PRIMA): Samozřejmě. Není to pouze o tom, jestli redaktor klade jednodušší otázku, ale o tom, že spousta politiků má občas zájem odpovědět tak, aby tomu nikdo nerozuměl, nebo se snaží odvést pozornost jiným směrem. Musíme to do zpravodajství dostat ve formě, které diváci budou rozumět. V redakci jsme si vytvořili model diváka „Bábu Dymákovou“, která představuje nejnižší stupeň sociální i inteligenční. Představíme si osmdesátiletou babičku na venkově, která se nikdy s politikou nesešla a moc často se na televizi nedívá. Přesto by měla všemu u nás ve zpravodajství rozumět.

#### **4. Je pro vás důležitým faktorem snaha představit událost způsobem, který zabezpečuje atraktivitu a vyvolá zájem publika?**

Mrzena (ČT): Ptáte-li se na to, jestli patří mezi naše ambice vysílat zpravodajství takové, aby ho lidé sledovali s pocitem, že se z něj dozvídají informace, které potřebují, tak v tomto slova smyslu ano. K tomu patří míra toho, co možná. Vy nazýváte atraktivitou. Já o tom budu mluvit jako o profesionalitě, kdy se snažíme využívat audiovizuální médium plnohodnotně. Je-li pro diváka atraktivní informace o volebním výsledku slyšet od redaktora a zároveň ji i vidět v grafickém zpracování v podobě nějakého sloupcového grafu, tak to samozřejmě děláme. Ale ta atraktivita v mém slova smyslu znamená profesionalitu.

Houska (NOVA): Samozřejmě ano, tak jako u každé komerční televize na světě. Pořád ale platí, že informace musí být pravdivé a objektivní, což ale neznamená, že nemohou být podány zajímavým a poutavým způsobem.

Pech (PRIMA): My jsme samozřejmě komerční televize, takže je to pro nás důležité a je to i součástí naší práce. Chceme představit téma tak, aby to člověk nejen pochopil, ale aby to bylo pro něj i obrazově atraktivní. Zpravodajství veřejnoprávní je takové sušší a my do toho chceme dostat šťávu. Říká se tomu infotainment a ten zkrátka v komerčních televizích funguje.

#### **5. Upřednostňujete ve svých relacích některé politické strany?**

Mrzena (ČT): V žádném případě. Ctíme zásadu odstupňované rovnosti, kdy politické strany jsou si v politickém klání rovny.

Houska (NOVA): Ne.

Pech (PRIMA): Ze zpravodajské licence nesmíme upřednostňovat žádné politické strany. Tedy žádné neupřednostňujeme.

## **6. Zajímá televizního diváka ČT/Novy/Primy některá politická strana nebo politická osobnost více, než jiné politické strany či osobnosti?**

Mrzena (ČT): Takové průzkumy si samozřejmě nevedeme, ani se tím moc nezabýváme.

Houska (NOVA): To se takto říct nedá. Obecně ale můžeme vyzorovat, že se lidé zajímají o hlavní politické hráče – v současné době jde zejména o prezidenta Zemana, premiéra Sobotku a ministra financí Babiše. Ze zahraničních politiků se lidé nyní nejvíce zajímají o nového amerického prezidenta Trumpa a jeho rodinu.

Pech (PRIMA): To může upřednostňovat, ale vzhledem k tomu, že musíme dát prostor všem, tak se tím nesmíme řídit.

## **7. Přidáváte do svých reportáží v hlavních zpravodajských relacích prvky infotainmentu? Popřípadě jaké?**

Mrzena (ČT): To určitě lze vyloučit. My se nesnažíme dělat infotainment, my děláme zpravodajství. Pod pojmem infotainment vnímám způsob předávání informací zábavnou formou, která inklinuje k tomu, aby upřednostnila nepodstatné nad podstatné. Takže to samozřejmě neděláme.

Houska (NOVA): Ano, do určité míry. Jak jsem vysvětloval dříve, reportáž může být zajímavě a zábavně podána cílové věkové kategorii, aniž by to změnilo její obsahovou nebo informační hodnotu. Proto některé reportáže, u kterých se to eticky a tematicky hodí, mohou být vtipně napsané, podbarvené hudbou atd. Za typický a oblíbený prvek infotainmentu pak považuji závěrečnou "tečku" (reportáž na konci hlavních zpráv) a rubriku "Borec na konec" ve sportovních novinách.

Pech (PRIMA): Přidáváme. Nicméně do reportáží o volbách to nepřidáváme. Ani se to příliš nedá. Samozřejmě, pokud nám některý politik poskytne příležitost nebo skandál, tak se na rozdíl od veřejnoprávní televize na to zeptáme. Politika to nesmí zesměšňovat. Během voleb se toto hodně tlumí a vlastně infotainment se týká hlavně ostatních reportáží, které nejsou o volbách.

## **8. Bylo vaším záměrem, aby se diváci ČT/Novy/Primy v období voleb začali o volby více zajímat?**

Mrzena (ČT): Vlastně asi ano. Česká televize má přinášet divákům informace o tom, co se děje a aby se diváci mohli na základě těchto informací v životě rozhodovat. Konají-li se volby, je naším eminentním zájmem dávat najevo v našem zpravodajství, že se volby konají nebo budou konat. Následně se diváci mohou rozhodnout, zda k volbám chtějí nebo nechtějí jít. Dále aby věděli, kdy se volby konají, jakým způsobem se volí a z koho si budou vybírat. Takže ano, je naším zájmem informovat diváka o tom, že volby jsou, kdo se v nich snaží jejich hlasy získat a samozřejmě i jak volby dopadly.

Houska (NOVA): Samozřejmě.

Pech (PRIMA): Naším cílem to přímo nebylo. Podnítit zájem diváka o volby se podle mě nedá. Kdybyste se mě zeptala, jestli máme nějaký způsob, jak podnítit divákův zájem o volby, tak takový není.

## **9. Jak jste se snažili během interpretace výsledků voleb udržet divákovu pozornost? (Je tím myšleno zdlouhavé vyjmenovávání postupujících kandidátů na senátora a výsledky krajských voleb.)**

Mrzena (ČT): Naší ambicí je přinést kompletní výsledky voleb. Konají-li se například ve stejnou dobu regionální krajské a senátní volby, nemůžeme jednu upřednostnit a druhé vynechat. Nepřístupujeme k informačnímu servisu z hlediska výsledků voleb tak, že bychom vybírali pouze některé volební obvody. Přinášíme kompletní výsledkový servis. Samozřejmě víme, že množství informací, které se muselo zobrazit, bylo neobvykle velké. Snažíme se to dělat tak, aby divák se v tomto množství informací snadno orientoval a aby v nich byla logická posloupnost. Snažíme se v odůvodněných místech vysílání přerušit interpretaci výsledků reportáží, která zase přinese trochu jiný druh informací – než jsou ty grafické. Snažíme se vysílání uspořádat do logických celků, kdy celek uzavřeme například obrazovou reportáží, která je shrnutím výroků některých z politiků.

Houska (NOVA): Pomohlo nám k tomu jednak naše moderní interaktivní studio, které při těchto příležitost patřičně vytěžujeme. Současně pak prokládání vyhodnocených výsledků živými vstupy a bloky reportáží.

Pech (PRIMA): Velmi těžko se udržuje divákova pozornost, protože mi ten blok s těmi výsledky nemůžeme ničím přerušit. Takže se to vlastně nedá.

#### **10. Jak jste se tedy snažili zapůsobit na diváka ve svých relacích a udržet jeho pozornost v období voleb?**

Mrzena (ČT): Vtisknout odpověď do jedné věty je velmi odvážné. Česká televize má svojí povinnost informovat o tom co se děje, tak aby si divák mohl vytvořit vlastní názor. Volby jsou bezesporu vrcholem informačního servisu. A ano, chceme divákovi dodat kompletní informaci o tom, že se volby konají, jaké strany kandidují a s jakým programem. A také aby se divák z našeho zpravodajství dozvěděl jak odvolit, a byl včas seznámen s výsledky voleb.

Houska (NOVA): Snažila se divákovi poskytnout relevantní a pravdivé informace srozumitelnou a atraktivní formou.

Pech (PRIMA): Rozlišujeme blok nezávažných a závažných (volby) témat. Ty nezávažné můžeme podbarvit hudbou, přidat právě ten infotainment. Snažíme se udržet pozornost diváka, ale během voleb je to těžší. Každopádně infotainment je ten správný směr, kterým pozornost spíš udržíme, než kdybychom nudili monoblokem.

#### **SPECIÁLNÍ OTÁZKY PRO NOVU A PRIMU**

#### **11. Věnovali jste v hlavních zpravodajských relacích volebním příspěvkům speciální prostor, který zahrnoval nové grafické úpravy a speciální hudební přechody?**

Houska (NOVA): Ano, speciální volební relace obvykle mají vlastní grafický design. Nejviditelnějším příkladem byl náš americký volební speciál, vysílaný během volební noci ve Spojených státech. Ten měl jak vlastní design, tak speciální hudební přechody.

Pech (PRIMA): Vždy na každé volby se dělá nová grafika, speciální jingly i hudební přechody tak, aby to sedělo k danému tématu. Nedá se použít starý jingle...

**12. V jakých případech a s jakým záměrem přidáváte do reportáže hudbu, která není součástí zvukové reality?**

Houska (NOVA): Nejčastěji ji vkládáme do obrazových reportáží, kam se hodí stříhově.

Pech (PRIMA): Je to jeden z prvků infotainmentu. To se rozhodujeme vždy dle tématu. Většinou dáváme hudbu do reportáží, které jsou ze zahraničí, jsou něčím dramatické nebo zajímavé. Ta hudba má takový odpich, kdy se reportáž nezdá tak dlouhá. Netýká se to ale voleb.

**13. I v období voleb obsahovaly vaše reportáže mnoho slovních přirovnání, např.: „V koalici to tak teď vypadá jako u manželů, kteří odpočítávají poslední minuty do rozvodu.“ – Proč jsou užívána tato přirovnání?**

Houska (NOVA): Opět to souvisí s formou, kterou se snažíme divákům předávat informace a zprávy, které by je třeba jinak nebavily a nezajímaly. Chceme, aby zpráva nejen nesla informaci, ale diváka bavila.

**14. Po skončení krajských voleb, 9. října 2016, odvysílala Prima první reportáž o Babišovi, který je zaznamenán jako vítěz krajských voleb a hraje hudba od Queen – We are the champions. To je také prvek infotainmentu, že?**

Pech (PRIMA): Lze to tak udělat, kdy se hudbou podbarví reportáž. V tu chvíli se to tam nabízí, když se zpomalí záběry Babiše, který vyhrál volby.



## PŘÍLOHA C: VÝSTUPNÍ DATA ANALÝZY

<b>6.10. ČTVRTEK</b>	<b>NOVA</b>		<b>PRIMA</b>		<b>ČT</b>	
Čas dnešní relace	41 min. 17 sec.		28 min. 31 sec.		48 min.	
Téma voleb začala v X/Y příspěvku	0		6.		2.	
TÉMA zprávy (viz. metodika)	-	-	3	2	3	3
Vyjádření stran ke KRAJSKÝM VOLBÁM	-	-	-	-	-	-
ČSSD	-	-	-	-	-	-
ANO	-	-	-	-	-	-
ODS	-	-	-	-	-	-
TOP09	-	-	-	-	-	-
KDU-ČSL	-	-	-	-	-	-
STAN	-	-	-	-	-	-
KSČM	-	-	-	-	-	-
OSTATNÍ	-	-	1	-	-	-
Vyjádření stran k SENÁTNÍM VOLBÁM	-	-	-	-	-	-
ČSSD	-	-	-	1	-	-
ANO	-	-	-	1	-	-
ODS	-	-	-	-	-	-
TOP09	-	-	-	-	-	-
KDU-ČSL	-	-	-	-	-	-
STAN	-	-	-	-	-	-
KSČM	-	-	-	-	-	-
OSTATNÍ	-	-	-	2	-	-
Stopáž příspěvků KRAJSKÝCH V. v sec.	-	-	108	-	99	64
Stopáž příspěvků SENÁTNÍCH V. v sec.	-	-	-	153	-	-
V rámci obou voleb se vyjádřily v sec.:	-	-	-	-	-	-
ČSSD (sec.)	-	-	-	18	-	-
ANO (sec.)	-	-	-	12	-	-
ODS (sec.)	-	-	-	-	-	-
TOP09 (sec.)	-	-	-	-	-	-
KDU-ČSL (sec.)	-	-	-	-	-	-
STAN (sec.)	-	-	-	-	-	-
KSČM (sec.)	-	-	-	-	-	-
OSTATNÍ (sec.)	-	-	13	23	-	-
DRUH zprávy (viz. metodika)	-	-	4	3	3	4

7.10. PÁTEK	NOVA			PRIMA		ČT												
Čas dnešní relace	41 min. 25 sec.			28 min. 06 sec.		48 min.												
Téma voleb začala v X/Y příspěvku	4.			1.		1.												
TÉMA zprávy (viz. metodika)	3	1	3	3	2	3	3	3	3	3	1	1	3	3	1	3	3	3
Vyjádření stran ke KRAJSKÝM VOLBÁM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ČSSD	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ANO	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ODS	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOP09	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KDU-ČSL	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
STAN	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KSČM	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OSTATNÍ	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vyjádření stran k SENÁTNÍM VOLBÁM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ČSSD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ANO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ODS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOP09	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KDU-ČSL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
STAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KSČM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OSTATNÍ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Stopáž příspěvků KRAJSKÝCH V. v sec.	103	120	111	145	-	183	45	148	155	103	100	157	58	128	67	22	161	67
Stopáž příspěvků SENÁTNÍCH V. v sec.	-	-	-	-	86	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
V rámci obou voleb se vyjádřily v sec.:	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ČSSD (sec.)	-	-	4	3	-	-	-	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ANO (sec.)	-	-	3	3	-	-	-	22	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ODS (sec.)	-	-	5	4	-	-	-	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOP09 (sec.)	-	-	14	9	-	-	-	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KDU-ČSL (sec.)	-	-	4	5	-	-	-	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
STAN (sec.)	-	-	-	-	-	-	-	12	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KSČM (sec.)	-	-	7	4	-	-	-	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OSTATNÍ (sec.)	-	-	-	-	-	-	-	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
DRUH zprávy (viz. metodika)	3	4	3	3	4	3	1	3	4	3	3	3	4	3	4	1	4	3



9.10. NEDELE	NOVA		PRIMA		ČT	
	41 min. 06 sec.	1.	26 min. 33 sec.	1.	44 min.	1.
Čas dnešní relace						
Téma voleb začala v X/Y příspěvků	1 1 1 1 1 2 1 1 1 1 1 1		1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1		1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	2 2 2 3
TÉMA zprávy (viz. metodika)	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - - -
Vyjádření stran ke KRAJSKÝM VOLBÁM	2 2 1 - - - - - - - - - -		- 2 1 1 - - - - - - - - -		1 2 2 - 1 1 - - - - -	1 1 - - - - - - - - -
ČSSD	3 2 - - - - - - - - - -		1 1 - 1 - - - - - - - - -		2 - - - 1 1 1 - - - -	- - - - - - - - - - -
ANO	1 2 - - - - - - - - - -		- - - 1 - - - - - - - - -		1 - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
ODS	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
TOP09	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
KDU-ČSL	1 2 - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		1 - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
STAN	- 1 - - - - - - - - - -		1 - - - - - - - - - -		- 1 - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
KSČM	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - 1 - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
OSTATNÍ	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
Vyjádření stran k SENÁTNÍM VOLBÁM	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
ČSSD	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
ANO	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
ODS	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
TOP09	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
KDU-ČSL	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
STAN	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
KSČM	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
OSTATNÍ	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
Stopáž příspěvků KRAJSKÝCH V. v sec.	150 126 230 87 63 - 90 103 105 48		117 205 91 112 216 88 108 89 120 87 77 210 101 78 - - 140		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
Stopáž příspěvků SENÁTNÍCH V. v sec.	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
V rámci obou voleb se vyjádřily v sec.:	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
ČSSD (sec.)	9 12 148 - - - - - - - -		- - - 14 7 34 25 18 - 7 8 - - 6 19 17 - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
ANO (sec.)	10 10 - - - - - 4 - - - -		8 16 - 8 19 - - - - - -		- - - - - 10 12 14 - - -	- - - - - 5 - - - - -
ODS (sec.)	6 7 - - - - - - - - - -		- - - - - 8 5 - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - 5 - 28 - -
TOP09 (sec.)	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
KDU-ČSL (sec.)	4 14 - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - 7 - - - - - 59 - - -	- - - - - - - - - - -
STAN (sec.)	- 3 - - - - - - - - - -		8 - - - - - - - - - -		- - - - - 9 - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
KSČM (sec.)	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - 16 - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
OSTATNÍ (sec.)	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
DRUH zprávy (viz. metodika)	3 3 4 3 1 3 1 3 3 3 3		3 3 4 3 3 3 3 3 3 3 3		3 4 3 4 4 4 4 4 4 4 3 4 3 4 3 5 3 3	- - - - - 22 - - - - -
ČAS interpretace výsled. KRAJSKÝCH v sec.	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - - - - - - -
ČAS interpretace výsled. SENÁTNÍCH v sec.	- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -		- - - - - - - - - - - -	- - - - - 67 - - - - -

<b>10.10. PONDĚLÍ</b>	<b>NOVA</b>						<b>PRIMA</b>		<b>ČT</b>							
Čas dnešní relace	41 min. 14 sec.						25 min. 55 sec.		48 min.							
Téma voleb začala v X/Y příspěvku	1.						2.		1.							
TÉMA zprávy (viz. metodika)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Vyjádření stran ke KRAJSKÝM VOLBÁM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ČSSD	-	1	1	-	-	3	-	1	1	-	-	-	-	1	1	-
ANO	-	1	2	-	1	-	-	1	2	1	2	1	-	1	-	-
ODS	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	2	-	-	1	-	-
TOP09	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
KDU-ČSL	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	2	-	-	-	1	-
STAN	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
KSČM	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-
OSTATNÍ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
Vyjádření stran k SENÁTNÍM VOLBÁM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ČSSD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ANO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ODS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOP09	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KDU-ČSL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
STAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KSČM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OSTATNÍ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Stopáž příspěvků KRAJSKÝCH V. v sec.	-	22	58	-	177	104	132	113	217	44	169	106	79	109	170	127
Stopáž příspěvků SENÁTNÍCH V. v sec.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
V rámci obou voleb se vyjádřily v sec.:	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ČSSD (sec.)	-	3	6	-	-	37	-	7	5	-	-	-	-	8	7	-
ANO (sec.)	-	2	11	-	117	-	-	9	21	28	13	56	-	5	-	-
ODS (sec.)	-	-	-	-	-	-	-	-	9	-	16	-	-	4	-	-
TOP09 (sec.)	-	7	-	-	-	-	-	-	10	-	-	-	-	-	-	-
KDU-ČSL (sec.)	-	-	-	-	-	-	-	-	11	-	13	-	-	-	7	-
STAN (sec.)	-	-	-	-	-	-	-	-	6	-	-	-	-	-	-	-
KSČM (sec.)	-	-	12	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-	-
OSTATNÍ (sec.)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7	-
DRUH zprávy (viz. metodika)	5	3	3	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4
ČAS interpretace výsled. KRAJSKÝCH v sec.	38	-	-	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ČAS interpretace výsled. SENÁTNÍCH v sec.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

<b>11.10. ÚTERÝ</b>	<b>NOVA</b>				<b>PRIMA</b>		<b>ČT</b>			
Čas dnešní relace	40 min. 21 sec.				26 min. 04 sec.		48 min.			
Téma voleb začala v X/Y příspěvku	5.				8.		1.			
TÉMA zprávy (viz. metodika)	1	1	1	1	1	–	1	1	1	1
Vyjádření stran ke KRAJSKÝM VOLBÁM	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
ČSSD	–	1	1	–	–	–	2	–	3	–
ANO	1	–	–	–	1	–	3	–	1	–
ODS	2	–	–	–	1	–	–	–	–	–
TOP09	–	–	–	–	–	–	–	–	–	2
KDU-ČSL	1	–	–	–	–	–	1	–	1	–
STAN	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
KSČM	–	–	–	–	–	–	–	–	–	1
OSTATNÍ	–	–	–	–	–	–	–	–	–	1
Vyjádření stran k SENÁTNÍM VOLBÁM	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
ČSSD	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
ANO	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
ODS	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
TOP09	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
KDU-ČSL	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
STAN	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
KSČM	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
OSTATNÍ	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Stopáž příspěvků KRAJSKÝCH V. v sec.	104	92	105	89	130	–	198	135	171	180
Stopáž příspěvků SENÁTNÍCH V. v sec.	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
V rámci obou voleb se vyjádřily v sec.:	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
ČSSD (sec.)	–	22	13	–	–	–	19	–	21	–
ANO (sec.)	6	–	–	–	10	–	15	–	6	–
ODS (sec.)	9	–	–	–	9	–	–	–	–	–
TOP09 (sec.)	–	–	–	–	–	–	–	–	–	20
KDU-ČSL (sec.)	4	–	–	–	–	–	7	–	6	–
STAN (sec.)	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
KSČM (sec.)	–	–	–	–	–	–	–	–	–	18
OSTATNÍ (sec.)	–	–	–	–	–	–	–	–	–	7
DRUH zprávy (viz. metodika)	3	4	3	3	3	–	3	4	3	3

<b>12.10. STŘEDA</b>	<b>NOVA</b>			<b>PRIMA</b>		<b>ČT</b>				
Čas dnešní relace	40 min. 34 sec.			26 min. 01 sec.		48 min.				
Téma voleb začala v X/Y příspěvku	2.			10.		1.				
TÉMA zprávy (viz. metodika)	1	1	1	1	–	1	1	1	1	1
Vyjádření stran ke KRAJSKÝM VOLBÁM	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
ČSSD	–	–	–	1	–	–	–	1	–	–
ANO	3	1	–	1	–	4	–	1	–	–
ODS	1	–	–	–	–	1	–	–	–	–
TOP09	1	–	–	–	–	3	–	–	–	–
KDU-ČSL	–	–	–	1	–	–	–	–	–	–
STAN	1	–	–	–	–	1	1	–	–	–
KSČM	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
OSTATNÍ	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Vyjádření stran k SENÁTNÍM VOLBÁM	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
ČSSD	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
ANO	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
ODS	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
TOP09	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
KDU-ČSL	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
STAN	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
KSČM	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
OSTATNÍ	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Stopáž příspěvků KRAJSKÝCH V. v sec.	109	88	15	68	–	206	155	92	120	14
Stopáž příspěvků SENÁTNÍCH V. v sec.	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
V rámci obou voleb se vyjádřily v sec.:	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
ČSSD (sec.)	–	–	–	6	–	–	–	14	–	–
ANO (sec.)	26	73	–	17	–	43	–	13	–	–
ODS (sec.)	4	–	–	–	–	6	–	–	–	–
TOP09 (sec.)	4	–	–	–	–	23	–	–	–	–
KDU-ČSL (sec.)	–	–	–	12	–	–	–	–	–	–
STAN (sec.)	3	–	–	–	–	4	96	–	–	–
KSČM (sec.)	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
OSTATNÍ (sec.)	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
DRUH zprávy (viz. metodika)	3	3	2	3	–	3	4	4	4	1

13.10. ČTVRTEK	NOVA					PRIMA		ČT					
Čas dnešní relace	41 min. 30 sec.					26 min. 50 sec.		48 min.					
Téma voleb začala v X/Y příspěvku	1.					0		1.					
TÉMA zprávy (viz. metodika)	1	1	1	1	1	-	-	1	1	1	1	1	2
Vyjádření stran ke KRAJSKÝM VOLBÁM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ČSSD	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-
ANO	1	-	1	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-
ODS	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-
TOP09	-	-	3	-	-	-	-	3	-	1	-	-	-
KDU-ČSL	1	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-
STAN	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-
KSČM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-
OSTATNÍ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vyjádření stran k SENÁTNÍM VOLBÁM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ČSSD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ANO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ODS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOP09	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KDU-ČSL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
STAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KSČM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OSTATNÍ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Stopáž příspěvků KRAJSKÝCH V. v sec.	108	86	104	57	92	-	-	148	41	119	50	102	-
Stopáž příspěvků SENÁTNÍCH V. v sec.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120
V rámci obou voleb se vyjádřily v sec.:	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ČSSD (sec.)	10	-	-	-	-	-	-	-	-	15	-	-	-
ANO (sec.)	16	-	13	-	-	-	-	12	-	4	-	-	-
ODS (sec.)	-	-	-	-	-	-	-	6	-	-	-	-	-
TOP09 (sec.)	-	-	41	-	-	-	-	29	-	10	-	-	-
KDU-ČSL (sec.)	18	40	-	-	-	-	-	-	-	7	-	-	-
STAN (sec.)	-	-	-	-	-	-	-	5	-	-	-	-	-
KSČM (sec.)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	19	-	-
OSTATNÍ (sec.)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
DRUH zprávy (viz. metodika)	3	3	3	4	3	-	-	3	4	3	4	4	3



<b>14.10. PÁTEK</b>	<b>NOVA</b>			<b>PRIMA</b>		<b>ČT</b>					
Čas dnešní relace	40 min. 26 sec.			26 min. 28 sec.		48 min.					
Téma voleb začala v X/Y příspěvku	4.			1.		1.					
TÉMA zprávy (viz. metodika)	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
Vyjádření stran ke KRAJSKÝM VOLBÁM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ČSSD	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-
ANO	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ODS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOP09	4	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-
KDU-ČSL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
STAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KSČM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OSTATNÍ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vyjádření stran k SENÁTNÍM VOLBÁM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ČSSD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ANO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ODS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOP09	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KDU-ČSL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
STAN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KSČM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OSTATNÍ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Stopáž příspěvků KRAJSKÝCH V. v sec.	102	-	-	-	-	-	-	-	-	126	118
Stopáž příspěvků SENÁTNÍCH V. v sec.	-	80	100	129	85	159	46	203	113	-	-
V rámci obou voleb se vyjádřily v sec.:	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ČSSD (sec.)	-	-	-	7	-	-	-	-	-	7	-
ANO (sec.)	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ODS (sec.)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOP09 (sec.)	27	-	-	-	-	-	-	-	-	21	-
KDU-ČSL (sec.)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
STAN (sec.)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KSČM (sec.)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OSTATNÍ (sec.)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
DRUH zprávy (viz. metodika)	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3



## PŘÍLOHA D: VOLEBNÍ KODEX TV NOVA



### Volební kodex redakce zpravodajství a publicistiky

Směrnice

ID kód: S-3.4.3

Verze: 2

Stránky: 1 z 6

<b>Název interní normy</b>	<b>Volební kodex redakce zpravodajství a publicistiky</b>				
<b>Typ interní normy</b>	Směrnice	<b>ID kód</b>	S-3.4.3	<b>Verze</b>	2
<b>Datum vydání</b>	23. 3. 2010				
<b>Účinnost od</b>	24. 3. 2010				
<b>Umístění interní normy</b>	Intranet				
<b>Účel interní normy</b>	je nastavit pravidla komunikace zpravodajství a publicistiky společnosti CET 21 spol. s r.o., IČ: 458 00 456, se sídlem Křiženeckého nám. 1078/5, Praha 5, PSČ: 152 00, zapsané v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C. vložka 10581 (dále jen „Společnost“) a politických stran a uskupení v době volební kampaně.				
<b>Určení platnosti</b>	Směrnice je určena pouze pro vnitřní potřebu CET 21 a je platná pro redaktory, reportéry, editory/vedoucí vydání, moderátory, produkční a režiséry zúčastněné na vzniku a vysílání zpravodajských a politicko-publicistických a ostatních publicistických pořadů.				
<b>Nahrazuje verzi</b>	–				
<b>Anotace změn</b>	Podněty k aktualizaci a/nebo změnám této interní normy se podávají zpracovateli. Aktualizace a změny se provádějí vydáním nového znění celé interní normy.				
<b>Přílohy</b>	–				
<b>Související dokumenty</b>	O-3.4 Etický kodex Etický kodex Asociace televizních organizací (ATO)				
<b>Kontroly</b>	Aktuálnost a efektivnost působení této interní normy kontroluje zpracovatel nejméně jednou ročně a o výsledcích kontrol vede záznamy.				
<b>Anglická verze</b>	Tato interní norma je vydávána v české a anglické jazykové verzi. V případě rozporů mezi oběma jazykovými verzemi bude česká verze považována za rozhodující.				

Garant:	Jméno a příjmení	Podpis: .....
Funkce: Specialista projektového řízení	Martin Marek	Datum: .....
Zpracovatel:	Jméno a příjmení	Podpis: .....
Funkce: Ředitel Sekce zpravodajství a publicistiky	Martin Ondráček	Datum: .....
Za Oddělení mediálního práva:	Jméno a příjmení	Podpis: .....
Funkce: Právnik Senior	Markéta Havlová	Datum: .....

## 1 OBSAH

2	Definice pojmů a vysvětlení zkratk	2
3	Obecná ustanovení	2
4	Rozsah pokrytí volebních kampaní	3
5	Rovnost příležitostí pro všechny kandidáty, strany a uskupení	3
6	Účast kandidátů, představitelů stran a uskupení v živém vysílání	4
7	Restrikce propagandy a zákaz skryté agitace po dobu volební kampaně	4
7.2	Osobní prospěch	4
8	Principy týkající se přesnosti, objektivity, nezájatosti a vyváženosti informací	5
8.2	Ověření informací jako hlavní způsob zajištění přesnosti	5
8.3	Nestrannost	5
9	Uveřejnění oficiální informace a výsledků voleb	6
9.1	Oficiální informace	6
9.2	Výsledky voleb	6
10	Zodpovědnost novinářů	6
11	Šetření	6
12	Kontaktní informace	6

## 2 DEFINICE POJMŮ A VYSVĚTLĚNÍ ZKRATEK

Novinář	– pro účely kodexu se novinářem rozumí: redaktoři, reportéři, editoři/vedoucí vydání, moderátoři, produkční a režiséři zúčastnění na vzniku a vysílání zpravodajských a politicko-publicistických a ostatních publicistických pořadů
SZP	– Sekce zpravodajství a publicistiky TV NOVA

## 3 OBECNÁ USTANOVENÍ

### 3.1

Tento Kodex SZP stanoví pravidla pro Novináře po dobu volební kampaně politických voleb, které se v České republice konají (parlamentní volby, volby krajské, obecní volby, volba prezidenta, volby do EP, možná referenda apod.), dále jen „volební kampaň“.

Pro účely tohoto kodexu se rozumí dobou volební kampaně doba, která počíná běžet ode dne oficiálního uzavření kandidátních listin (kdy již nelze měnit registraci kandidátů) až do dne následujícího po ukončení voleb; pro volby do EP až do okamžiku ukončení hlasování v posledním státu EU.

Tento Kodex navazuje na platný Etický kodex Asociace televizních organizací (ATO) a na etický kodex CME.

### 3.2

Tento kodex je závazný pro všechny Novináře. Každý Novinář je povinen tento kodex podepsat, čímž potvrzuje, že se s obsahem tohoto kodexu seznámil a že souhlasí s tím, že se bude řídit tímto kodexem.

### 3.3

Hlavním cílem tohoto kodexu je v průběhu volebních kampaní zajištění práva občanů na objektivní a vyvážené informace. Nebránit občanům ve svobodném utváření jejich názorů a současně zachovat rovnost šancí kandidujících politických stran vycházející z rovné soutěže politických stran, hnutí a uskupení, tedy jednostranně nezvýhodňovat žádnou politickou stranu nebo hnutí, popřípadě jejich názory nebo názory jednotlivých skupin veřejnosti. Rovněž respektování zásady, že volební kampaň musí probíhat čestně a poctivě, zejména nesmějí být o kandidátech a politických stranách nebo koalicích, na jejichž kandidátních listinách jsou uvedeni, zveřejňovány nepravdivé údaje.

### 3.4

Tento kodex klade zvláštní důraz na princip ověřování informací a editorskou nezávislost televizního zpravodajství a publicistiky s cílem, aby informace v době volebních kampaní byly pravdivé, vyvážené a nezaujaté (blíže Kodex Asociace televizních organizací ČR (ATO)).

## 4 ROZSAH POKRYTÍ VOLEBNÍCH KAMPANÍ

### 4.1

Televizní zpravodajství má za úkol informovat diváky o všeobecných záležitostech týkajících se daných voleb – např. na jaké posty budou volby probíhat, kolik kandidátů bude mezi sebou soupeřit, kteří kandidáti kandidují na dané posty, jaké jsou náklady na kampaně a další relevantní informace. Zpravodajství také může rámcově seznámit diváky s programy kandidátů či kandidujících stran.

## 5 ROVNOST PŘÍLEŽITOSTÍ PRO VŠECHNY KANDIDÁTY, STRANY A USKUPENÍ

### 5.1

Za účelem vytvoření rovné příležitosti pro všechny kandidáty a politické strany a hnutí, kandidáti, představitelé stran, členové jejich rodin a také jimi pověřené osoby (např. tiskoví mluvčí) by se neměli objevovat v reportážích, neměli by vystupovat v žádném zpravodajském ani publicistickém pořadu jako hosté ve studiu, nejedná-li se však o program nebo pořad, který se přímo problematice voleb věnuje.

### 5.2

Pokud kandidát nebo politická strana či hnutí učiní něco, co není nijak spojeno, ať už přímo či nepřímo, s volební kampaní, či dojde k nějaké události v souvislosti s těmito osobami, lze o takovém činu, jednání, či události informovat veřejnost v souladu se zpravodajskou povinností, ale v televizní reportáži bude taková informace zařazena tak, že nebude obsahovat žádný komentář ve prospěch či v neprospěch takové události, jednání, činu kandidáta nebo politické strany. Míru možného spojení s volební kampaní je však povinen novinář vždy důsledně prověřit.

## 6 ÚČAST KANDIDÁTŮ, PŘEDSTAVITELŮ STRAN A USKUPENÍ V ŽIVÉM VYSÍLÁNÍ

### 6.1

Účast kandidátů, představitelů stran a hnutí musí být v živém vysílání, ve zpravodajství v době volební kampaně, přísně posuzována. Důvodem je vytvoření rovné příležitosti pro všechny kandidáty, politické strany a hnutí.

## 7 RESTRIKCE PROPAGANDY A ZÁKAZ SKRYTÉ AGITACE PO DOBU VOLEBNÍ KAMPANĚ

### 7.1

Výkonní editoři /vedoucí vydání/ jsou povinni dohlížet na ostatní Novináře a nesmějí v době volební kampaně ve vysílání připustit žádný náznak propagandy ani vyjádření Novinářova vlastního úsudku v reportážích. Jakákoli zmínka o kandidátech nebo politických stranách a koalicích musí být obhajitelná z pohledu editora.

Každá jednotlivá reportáž musí být politicky vyvážená, nepřipustné jsou komentáře, podprahová sdělení, záměrné emotivní manipulace atd. Na vyváženost je nutné dbát i při zpracování obrazové složky. Nepřípustné je bezdůvodné zesměšňování kandidátů, nadměrné používání záběrů volebních sloganů, manipulování jednotlivými kandidáty pomocí střihu atd.

Všechna politická témata v době volební kampaně do vysílání zpravodajství schvaluje ředitel SZP nebo šéfredaktor zpravodajství. Tyto dvě osoby jsou také výhradně oprávněny schvalovat finální text reportáže nebo živého vstupu před vysíláním. Pro publicistické pořady má tuto pravomoc vedle ředitele SZP šéfredaktor publicistiky.

Je nepřipustné, aby Novinář osobně komunikoval s lobbisty, zaměstnanci, pověřenci nebo členy jednotlivých politických stran. Pro případ, že vznikne potřeba zástupců politických stran cokoliv sdělit, mohou tak učinit prostřednictvím šéfredaktora zpravodajství.

### 7.2 Osobní prospěch

Novinář nesmí přijmout žádnou formu odměny nebo jiných osobních výhod za to, že by nějakým způsobem šířil informace nebo naopak zamezoval jejich šíření, a přímo či nepřímo by tak podpořil kandidáta nebo stranu. Přijetí darů, služeb a jiných benefitů je stejně tak nepřipustné.

Je nepřipustné, aby Novinář navštěvovali agitační i společenské akce politických stran a hnutí s výjimkou přímého pověření za účelem natáčení.

## 8 PRINCIPY TÝKAJÍCÍ SE PŘESNOSTI, OBJEKTIVITY, NEZAUJATOSTI A VYVÁŽENOSTI INFORMACÍ

### 8.1

Veškeré odvysílané informace, týkající se voleb musejí přesně korespondovat se skutečnými událostmi nebo fakty. Použití citací nebo úryvků z textu nesmí změnit obsah prohlášení, výroku nebo kontextu.

Záměrná dezinterpretace nebo pozměnění faktů včetně manipulace s fakty (neúplné znění, úmyslné přehlédnutí, neopodstatněný důraz, pseudosenzace) je zakázána.

Audio a video materiály, fotografie a další znázornění ve vysílání nesmějí být v rozporu s informačním obsahem zprávy. Audio a video materiály, fotografie a další znázornění musejí být autentické a použití editace, počítačového zpracování a jiných technických úprav nebo inscenování, zaměřených na upoutání pozornosti nebo posílení image, nesmějí odvádět pozornost veřejnosti od autenticity materiálů, okolností a událostí, které zachycují. Pokud budou použity archivní materiály, musejí být přesně označeny

### 8.2 Ověření informací jako hlavní způsob zajištění přesnosti

Každá informace týkající se voleb musí být přesná a musí být odpovědně a přesně získaná, zpracovaná a odvysílaná. Každá zpráva vztahující se k volbám musí být prověřena ze dvou nezávislých zdrojů.

Je nutno obezřetně přistupovat k nezdrojovaným zprávám s politickým podtextem a dopadem. Každá nezdrojovaná zpráva je považována za nepravdivou do doby než se jí podaří ověřit ze 2 nezávislých zdrojů a jako s takovou je třeba s ní nakládat.

Při shánění informace musí vždy novinář učinit vše pro to, aby ji získal individuálně z primárního zdroje. Pouze pokud to není možné, má ji získat od toho, kdo ji z primárního zdroje získal. Informace o osobě vyjádřená druhou osobou musí být ověřena jak samotným zdrojem informace, tak osobou, které se taková informace týká.

Každá zpráva s politickým podtextem z jiného média musí být důsledně prověřena a bez ověření nesmí být přejímána a vysílána ani s odkazem na zdroj média.

### 8.3 Nestrannost

Nestrannost je jedním ze základních principů televizního zpravodajství, jak je stanoveno v Etickém kodexu ATO. Novináři musejí stejnoměrně, nestranně a nezájmovaně pokrýt volební kampaň ve zpravodajských výstupech. Novináři nemají právo podávat svůj vlastní názor na žádný z aspektů volební kampaně ani na kandidáty či politické strany ve volební kampani.

Při podávání informací o volbách a volebních kampaních se musejí novináři vyhnout používání úsudkových výrazů ve svých reportážích a zůstat nezájmoví. Cokoli, co by mohlo na novinářově vzhledu jakkoli upozornit na někoho z účastníků voleb, musí být eliminováno.

Vyváženost vysílání SZP je sledována vždy v krátkodobém časovém úseku na denní bázi šéfredaktory a ředitelem SZP, dlouhodobě pak analýzy zajišťuje společnost Mediatenor na základě dlouhodobé smlouvy.

## 9 UVEŘEJNĚNÍ OFICIÁLNÍ INFORMACE A VÝSLEDKŮ VOLEB

### 9.1 Oficiální informace

V souvislosti s uveřejněním informace z oficiálních zdrojů (informace od orgánů státní správy, místních úřadů, tiskových agentur atd.) musejí Novináři označit oficiální zdroj, který informace poskytl, a pak nenesou osobní zodpovědnost za obsah takové informace.

### 9.2 Výsledky voleb

V souvislosti s uveřejněním výsledků voleb musí zpravodajství uvést pouze oficiální informace Státní volební komise.

## 10 ZODPOVĚDNOST NOVINÁŘŮ

Ředitel SZP a příslušní šéfredaktoři musejí zajistit, že všichni Novináři budou pracovat ve shodě s tímto kodexem. Pokud Novinář nebude pracovat v souladu s tímto kodexem, mohou být vůči němu uplatněny sankce.

## 11 ŠETŘENÍ

Pokud by kdokoliv měl důvodné podezření, že někdo jedná v rozporu s kodexem, má povinnost tuto skutečnost nahlásit vedoucímu právního oddělení Společnosti.

Vedoucí pracovník, který je bezprostředně nadřízený osobě, u níž je důvodné podezření, že jednala v rozporu s kodexem, má právo po projednání s vedoucím právního oddělení pozastavit činnost takové osoby do doby prošetření nahlášené skutečnosti.

## 12 KONTAKTNÍ INFORMACE

Vedoucí právního oddělení    Štěpán Pechl    [stepan.pechl@nova.cz](mailto:stepan.pechl@nova.cz)    +420 242 464 146

\* \* \*

.....  
Petr Dvořák, v.r.  
jednatel

.....  
Milan Cimirot, v.r.  
jednatel



## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora: Dominika Nováková**

**Obor: Sociální mediální komunikace**

**Forma studia: prezenční**

**Název práce: Analýza zpracování vybrané politické události ve zpravodajství ČT,  
TV Nova a FTV Prima**

**Rok: 2017**

**Počet stran textu bez příloh: 76**

**Celkový počet stran příloh: 25**

**Počet titulů českých použitých zdrojů: 15**

**Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 0**

**Počet internetových zdrojů: 7**

**Vedoucí práce: Mgr. Michal Schuster, MBA**