

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2016-2018

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Karolína Oehmová

**Analýza hlavních zpravodajských relací ČT, TV Nova a FTV
Prima**

Praha 2018

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Michal Schuster, MBA

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER FULL-TIME STUDIES

2016-2018

DIPLOMA THESIS

Karolína Oehmová

**Analysis of main news programmes of ČT, TV Nova and FTV
Prima**

Prague 2018

Diploma Thesis Work Supervisor: Mgr. Michal Schuster, MBA

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová 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 4. března 2018

Bc. Karolína Oehmová

Poděkování

Děkuji svému vedoucímu diplomové práce, kterým se ochotně stal Mgr. Michal Schuster, MBA, za odborné vedení, cenné připomínky, rady a vstřícnost při vypracování této práce. Mé poděkování také patří PhDr. Jakobovi Železnému a Lucii Borhyové, za spolupráci při tvorbě praktické části.

Anotace

Diplomová práce se zaměřuje na analýzu hlavních zpravodajských relací České televize, televize Nova a televize Prima. V teoretické části práce jsou charakterizovány pojmy z oboru masová média, televizní zpravodajství, televizní žurnalistika a agenda setting. Dále v této části práce je nástin historie televize a analyzovaných médií. V empirické části je analýza a interpretace jednotlivých hlavních zpravodajských relací. Metodologií výzkumu byla zvolena kvantitativní analýza nastolených témat, kterou doplnily rozhovory s moderátory veřejnoprávní a komerční televizní zpravodajské relace. Cílem práce je zjistit, jestli a jaké jsou rozdíly mezi zvolenými zpravodajskými pořady z hlediska výběru témat a jejich zařazení. Hlavní zpravodajské relace byly sledovány po dobu sedmi dní.

Klíčová slova

Agenda setting, Česká televize, komerční televize, mediální komunikace, média, rozhovor, televize Nova, televize Prima, televizní zpravodajství, veřejnoprávní televize.

Annotation

This diploma thesis analyzes the main news broadcasts of Czech television, television Nova and television Prima. The theoretical part focuses on the terms related to mass media, television newscast, television journalism and the agenda-setting theory. An outline of the history of television and aforesaid media is also included. The empirical part focuses on the analysis and interpretation of each broadcast. The quantitative analysis of these subjects was used as the main methodology, accompanied by interviews with moderators from the public and commercial television news broadcasts. The aim of this work was to find out if there are differences between these TV broadcasts and if so, what these differences are with respect to the selected topics and their classification. These main news broadcasts were monitored for seven days.

Keywords

Agenda setting, commercial television, Czech television, interview, media, medial communication, public television, television news, TV Nova, TV Prima

ÚVOD	9
TEORETICKÁ ČÁST	10
1 MÉDIA	10
1.1 Masová média jako komunikační prostředek	12
1.2 Žurnalistika jako povolání	15
1.3 Duální systém vysílání médií.....	19
2 HISTORIE TELEVIZE	20
2.1 Česká televize	23
2.2 TV Nova	24
2.3 FTV Prima	25
3 ZPRAVODAJSTVÍ V TELEVIZI	27
3.1 Specifičnost zpravodajství v televizi	29
3.2 Typy zpravodajských relací	31
3.3 Televizní zpráva.....	32
3.3.1 Specifické vlastnosti televizní zprávy	34
4 AGENDA SETTING	36
4.1 Priming a framing	37
4.2 Vliv agendy setting na vnímání	40
PRAKTICKÁ ČÁST	43
5 METODOLOGIE VÝZKUMU	43
6 KOMPARACE A INTERPRETACE VÝSLEDKŮ VÝZKUMU	46
6.1 Pondělí 19. 2.	47
6.2 Úterý 20. 2.	50
6.3 Středa 21. 2.	52
6.4 Čtvrtek 22. 2.	55
6.5 Pátek 23. 2.....	57
6.6 Sobota 24. 2.	59
6.7 Neděle 25. 2.	62
6.8 Výsledky strukturovaných rozhovorů.....	64
7 VÝSLEDKY VÝZKUMU	67

ZÁVĚR	72
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	74
SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ	77
SEZNAM PŘÍLOH.....	78

ÚVOD

Téma diplomové práce nazvané **Analýza hlavních zpravodajských relací ČT, TV Nova a FTV Prima** si autorka vybrala z důvodu zájmu o zpravodajství, jelikož v něm sama pracuje. Chtěla tedy zjistit, jak jsou na tom hlavní zpravodajské relace z hlediska nastolených témat, a to na stanicích České televize, televize Nova a televize Prima.

Cílem této diplomové práce je ukázat, zda je či není v hlavních zpravodajských relacích *Události, Televizní noviny a Zprávy FTV Prima* vyvážená tematická struktura zpráv a rozdíl mezi veřejnoprávní a komerční televizí ve zpravodajství.

Teoretická část práce popisuje, média jako komunikační prostředek a profesi žurnalisty. Dále se zabývá televizním zpravodajstvím, které je stěžejní pro vypracování této práce, a vysvětluje pojem televizní žurnalistika, televizní zpráva a agenda setting. Pro větší porozumění sledovaných médií je do teoretické části zařazena jejich stručná historie.

Praktická část obsahuje metodologii, analýzu, komparaci, interpretaci sbíraných dat, rozhovory a následné potvrzení či vyvrácení stanovených hypotéz, které jsou uvedeny v metodologické části práce. Vyhodnocení výzkumu je doplněno výsledky z rozhovorů, které autorce poskytly moderátorky hlavní zpravodajské relace v komerční a veřejnoprávní televizi. V závěru práce jsou zároveň stručně představeny.

Během zpracovávání tématu, samotné práce a sběru dat se autorce nevyskytly žádné komplikace. Dostupnosti knižních publikací v českém jazyce byla vyhovující, nebyla tudíž potřeba hledat větší počet cizojazyčných pramenů. Ze zahraničních publikací si autorka vybrala knihy, které již byly přeloženy do češtiny. Jednou z nich je například kniha Maxwella McCombse, která přináší do podrobností problematiku agendy setting.

Smyslem této práce je uvést nové poznatky a potvrdit či vyvrátit ty současné v oblasti televizního zpravodajství. Dále ukázat stávající strukturu zpravodajské relace a specifika jednotlivých televizních stanic. Představit, jaká témata jsou více zpracovávána a prezentována divákovi. Nejdůležitější ale je hlavně uvést komparaci zpravodajských relací nejsledovanějších komerčních stanic a stanice veřejnoprávní.

TEORETICKÁ ČÁST

1 MÉDIA

Je téměř jisté, že mezi nejužívanější pojmy současnosti můžeme řadit **média**. Tento pojem pochází z latinského slova **medium** a v překladu znamená prostředník, prostředek nebo činitel, který zprostředkovává. Vědní obory, které se zaměřují na nejrůznější mezilidské, sociální komunikace, vysvětlují pojem jako to, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení. V různých spojitostech o médiích často píší i hovoří psychologové, politici, sociologové a novináři. Sdělení může obsahovat nějakou zkušenost, poznatek, názor či informaci. Jedná se tedy o médium **komunikační**. (Jirák, Köpplová, 2015, s. 31 - 32).

V hlavní rovině je soubor nástrojů, bez nichž se nemůžeme obejít při žádné komunikaci. Jsou to čtyři typy médií. První, tzv. **primární média**, jsou vývojově nejstarší a rozumí se tím přirozený jazyk, jako je čeština, a prostředky neverbální komunikace (mimika, gestika, postoje apod.). Lze je tedy chápat jako komunikační kódy včetně přirozených jazyků. Tato média jsou původně určena převážně ke komunikaci interpersonální a jsou však závislá na zachování jednoty místa a času, to znamená, že dva lidé vedou rozhovor tváří v tvář. Postupem času lidem tento způsob komunikace nevyhovoval, jelikož byl závislý na tom, kam člověk dohlédne a doslechne (Jirák, Köpplová, 2015, s. 32).

Proto vznikla tzv. **sekundární média**, která se snaží tuto bariéru překonat. Spadají do ní technické vynálezy, které dokáží komunikovat na velkou vzdálenost nebo přes hranice času. s rozvojem populace lidé pocítují větší a větší potřebu komunikovat na delší vzdálenost, rychlejší navázání komunikace a uložení sdělení na co nejdélší čas pro přenos poznatků a zkušeností napříč generacemi. Cílem sekundárních médií je překonat prostorové a časové omezení komunikace tváří v tvář. Sekundární komunikační média jsou ta, která se snaží o záznam sdělení, tedy písmo, tisk, obrázky a různé prostředky nahrávání analogového, mechanického nebo digitálního. Stejně tak prostředky usilující o přenos sdělení, v tomto případě se myslí to, aby se obsah sdělení dostal ke vzdáleným příjemcům. Dříve tak byli sekundárními médii posílčci a později i pošty, kteří přepravovali zásilky se sdělením, různé typy signalizace jako např. bubnování či

kouřové signály a v neposlední řadě i vysílací a přenosová technika od telegrafů po telefony a počítačové komunikační sítě. Od té doby, co se ve velkém začala rozvíjet technika v podobě přenosu digitálních dat, tedy přenos počítačovými sítěmi a jejich aplikací v mobilních telefonech apod., už vzdálenost není překážkou v komunikaci. Sekundární média představují podporu interpersonální komunikace přes hranice prostoru a času, i když jsou komunikanti ochuzeni například o vizuální dojem, jako třeba u psaní sms či telefonování. Citové deficity, které pociťujeme třeba u sms nebo e-mailu, jsou dnes nahrazovány „signály emocí“, tzv. emotikony, v podobě nejrůznějších vyjádření nálad či pocitů, tzv. smajlíků (Jirák, Köpplová, 2015, s. 32 - 33).

Sekundární média představují podporu primárních médií. Postupem času ovšem tato média nestačila, lidé začali být nespokojení a pociťovat nedostatky. Chtěli sdělení předat širšímu publiku než jen od jednotlivce k jednotlivci či menší skupině. Pro organizaci velké skupiny bylo stále důležitější, aby se jejich sdělení dostala z jednoho bodu ke všem jejím členům, bez ohledu na potřeby, individuální zájmy či dispozice. Se stoupající složitostí interního uspořádání lidské společnosti byla potřeba této komunikace stále aktuálnější a vedla ke vzniku a rozvoji **médiích terciárních**. Za ta lze považovat nejrůznější veřejná vystoupení od divadla po vybubnovávaná sdělení. s postupem času a rozvojem společnosti se dnes na jejich místo řadí tisk, televizní a rozhlasové vysílání. V rámci rozvoje už zajišťují celospolečenskou komunikaci a nazývají se **masová média** (Jirák, Köpplová, 2015, s. 33).

Následujícím krokem ve vývoji moderní společnosti jsou síťová (kvartární) média, která podporují nejen interpersonální, ale i masovou komunikaci. Autoři jako síťová média uvádějí například: „*portály tradičních masových médií, ryze internetové zpravodajské portály, vyhledávače.*“ (Jirák, Köpplová, 2009, s. 40)

1.1 Masová média jako komunikační prostředek

Vzhledem k vývoji společnosti, v sociální i kulturní sféře, se **masová média** stala významným činitelem veřejného i soukromého života. Stala se součástí každodenního života jedince a učí ho vnímat sebe sama a svůj svět, stejně tak druhé lidi a jejich světy. Čím dál větší podíl mají média na vytváření názorů společnosti na blízké okolí i dění ve světě, stejně tak mají postupem času větší možnost nahlížet do soukromí, a tím ho učinit předmětem veřejného zájmu a diskuse (Urban, Dubský, Murdza, 2011, s. 47). Masová média jsou tedy hromadné sdělovací prostředky, které hrají významnou roli v životě většiny moderní společnosti. Řadí se mezi ně filmy, časopisy, noviny, internet, rozhlasové a televizní vysílání a jsou součástí nejen naší každodenní činnosti, ale i politického rozhodování či ekonomické existence společnosti. Obsahují nejrůznější sdělení a zaměření a z mnoha důvodů je o ně veliký zájem. k vyhledávání médií může společnost vést z důvodu potřeby získat informace o tom, co se aktuálně děje ve světě, politice, za účelem vzdělávat se nebo jen tak z nudy pro pobavení. Vzhledem k tomu, že jsou k dispozici velkému počtu uživatelů, ovlivňují značnou masu lidí. Podstatou působení médií je, že občas či pravidelně šíří sdělení, které není určeno jen určité osobě či skupině, ale i většímu společenství, společnosti, a tak každý uživatel je do určité míry anonymní příjemce. Autoři Bednařík, Jiráková a Köpplová (2011, s. 13) dále uvádějí, že *„uživatelé nabývají takových rozměrů, že si pro svou početnost a pro skrytost konkrétních uživatelů v anonymitě vysloužili označení masa. Proto se noviny, časopisy, rozhlas, televize a část filmové a knižní produkce označují jako masová média a pro jimi vytvářenou a podporovanou komunikaci se vžilo označení **masová komunikace**.“*

Jak už bylo zmíněno, tak masovými médii se rozumí periodický tisk, televizní a rozhlasové vysílání a nová média (internet). Tato média jsou technologicky vzájemně odlišná, ale mají společné charakteristické rysy:

- a) jsou dostupná a využívaná neomezenému množství uživatelů,
- b) nabízejí jim spoustu obsahů, které pro ně jsou důležitým zdrojem pro vzdělání, poučení, zábavu, návodem k jednání či pro orientaci ve světě,
- c) tyto obsahy jsou nabízeny aktuálně, průběžně nebo pravidelně,

- d) existence tohoto typu komunikace povětšinou závisí na zájmu a potřebách uživatelů (Jirák, Köpplová, 2015, s. 18).

Masová média mají několik funkcí, ale mezi tu nejhlavnější se řadí usnadňování komunikace mezi všemi skupinami. Nelze opominout další neméně důležité funkce a tím je informovat veřejnost, šířit sociální hodnoty a normy, vzdělávat a sloužit k relaxaci, zábavě. Kromě šíření jsou informace také ukládány a uchovávány. Vedle vzdělávání mají velký podíl i na výchově jedince a společnosti (Urban, Dubský, Murdza, 2011, s. 51).

Masová komunikace se řadí mezi typ celospolečenské komunikace, která se uskutečňuje na základě vzniku komunikačních prostředků oslovujících velké množství příjemců. Přináší společnosti zajímavé odpočinkové, vzdělávací a zábavné obsahy, a to díky rozvoji rozhlasu, filmu, televize i periodického tisku. Kromě toho tato média utvářejí ve společnosti osvojení komunikačních aktivit spojovaných s jistým životním stylem, utvářejí osobnost, doporučují náplň pro volný čas, jsou zdrojem zábavy, ale jsou i pomocníkem při rozhodování ve prospěch sebe samého či společnosti. Tento způsob komunikace je obvykle označován pojmem masová komunikace (Jirák, Köpplová, 2009, s. 31).

Jednou z definic masové komunikace je: „*Masová komunikace zahrnuje instituce a postupy, jimiž specializované skupiny využívají technické prostředky (tisk, rozhlas, film, apod.) pro šíření symbolického obsahu směrem k rozsáhlému, nesourodému a široce rozptýlenému publiku.*“ (Janowitz In: McQuil, 2007, s. 31)

Masová média v rámci procesu masové komunikace:

- e) nabízejí nejrůznější aktuální sdělení jako je například zpravodajství a jejich uplatnění je krátkodobé,
- f) tato sdělení vznikají „*formálními organizacemi s vnitřní hierarchií pravomocí a odpovědností*“, (Jirák, Köpplová, 2009, s. 45) využívající technologie pro rozmnožení vytvořeného obsahu a jeho následné rozeslání,
- g) tímto se dostane k různorodému, velkému a anonymnímu počtu jedinců,
- h) naprosto veřejně,
- i) zcela jednosměrně – od zdroje k příjemci,
- j) nepřímě,

- k) vychází v pravidelném intervalu,
- l) pravidelný odběr,
- m) mezi příjemci jsou jednotlivci s vlastní sociální vazbou a co jim média poskytnou, to aktivně zužitkují (Jirák, Köpplová, 2009, s. 45-46).

Proces masové komunikace byl vůbec poprvé popsán Haroldem Lasswellem. Jeho model je na principu:

- někdo,
- říká něco,
- někomu,
- nějakým kanálem,
- a s nějakým účinkem.

Ovšem teoretici jako je např. R. Braddock se snažili o rozšíření Lasswellova modelu. Ten přidal „za jakých okolností“ a „s jakým účelem“. Takový jazykovědec R. Jakobson zavádí do komunikačního procesu kontext. O značném rozšíření modelu se asi nejvíce zasloužil americký badatel G. Gerbner. Jeho model vypadá takto:

- někdo,
- vnímá nějakou událost,
- a reaguje na ni,
- v nějaké situaci,
- pomocí nějakých prostředků,
- aby nabídl materiály,
- v nějaké podobě,
- a v nějakém kontextu,
- a s nějakým obsahem,
- a s nějakými důsledky.

Mezi masovou a mediální komunikací je tedy rozdíl v tom, že veškeré mediální komunikační aktivity se dějí pomocí a prostřednictvím médií, jejichž povaha a technologické vymoženosti ovlivňují podobu mediálních sdělení. Masová komunikace tu mediální znásobuje, zvýrazňuje sociální a společenský rozměr komunikace – povaha skupiny, dosah, mediální účinky (Reifová a kol., 2004, s. 102)

1.2 Žurnalistika jako povolání

Po celém světě televize jako médium pomáhá svou činností k celkové socializaci společnosti. Je hlavním dostupným zdrojem informací a mezi veřejností a vzdálenou realitou slouží jako komunikační kanál. Už od samého počátku společnost toto médium přijala za neodmyslitelnou součást svého každodenního života a své kultury (McQuail, D., 2009, s. 67).

K televizi patří pojem žurnalistika neboli novinářství. Slovo žurnalistika pochází od francouzského *jour*, v překladu to znamená *den*. Z toho vyplývá, že tato aktivita souvisí s denními událostmi. Stejně tak pojem novinářství, jehož kořen *nov* napovídá něco nového, nějakou novinu či novinku. Hlavně se jedná o typ veřejné komunikace, který je založený na systematickém vyhledávání a zpracovávání informací, z nichž distribuuje sdělení, která informují o významných, důležitých a zajímavých událostech. Primárním úkolem žurnalistiky je informovat, vzdělávat, poučovat, přinášet rozptýlení, názor či zábavu. Jejím dalším významem jsou sama distribuovaná sdělení, která mají svá daná výrazová a kompoziční specifika (Jiráček, Köpplová, 2015, s. 69 – 70).

Počátky žurnalistiky sahají do vzdálené minulosti. Odjakživa se lidé chtěli informovat, a tudíž se zajímali o novinky. Je tomu důkazem lidová ústní slovesnost – báje, mýty, pohádky, pověsti, vyprávění, ale i prostřednictvím klepů se informace šířily. První etapa je datována do konce středověku a jedná se o období **prežurnalistické**. V tu dobu předávají informace především písaři, mniši a potulní pěvci či kejklíři. Ti vyprávěli lidem především na tržištích o událostech, které se kde odehrály. Do druhé fáze, nazývané **dopisovatelskou žurnalistikou**, patří hlavně tiskaři a poštovníci. Nelze ale opomenout ani řemeslníky, bankéře, obchodníky, umělce a další lidi, jako jsou vědci a teologové. Tato etapa se řadí do období raného novověku, zhruba od počátku 16. století do poloviny 18. století. Třetí etapa je období **spisovatelské žurnalistiky**, která je v rozmezí přibližně od poloviny 18. století do poloviny 19. století. V této fázi už dochází k vývoji média tištěného, a to především produkce novinové a časopisecké. Jejich vydavateli a autory jsou spisovatelé a vzdělání lidé. Nelze ovšem ještě mluvit o podobě dnešního zpravodajství. Za nejznámější autory se považují Daniel Defoe, Josef Kajetán Tyl, Josef Dobrovský, Honoré de Balzac,

Jonathan Swift, Johann Gottfried a Victor Hugo. Informace v této etapě byly již úzce spjaty s politickými událostmi (vyhlášení nezávislosti Spojených států amerických, napoleonské války, Velká francouzská revoluce atd.). Čtvrtá a zároveň poslední etapa se nazývá **redakční žurnalistika**. Datuje se od poloviny 19. století do 30. let 20. století. V rámci této fáze, s rozvojem technologií, dochází v redakcích podle nově stanovených rubrik k rozdělení novinářské práce. Významnou úlohu tu také sehrává vývoj agenturního zpravodajství. Dochází ke zpracování většího množství informací a tím i ke změně v redakční práci, je nutné zprávy ověřovat a upravovat. Pozice vydavatele a šéfredaktora už není pro jednoho člověka. Vzniká členění distribuce a oddělení inzerce, protože pro žurnalistiku začaly být inzeráty víc a víc důležité. Novinářská práce se v této etapě stává povoláním na celý den (Jiráček, Köpplová, 2015, s. 71 – 72).

Novinář je dnešní společností definován jako osoba, která pro úspěšné vykonávání této profese musí být vybavena následujícími dovednostmi:

- schopnost rozeznat důležité informace,
- schopnost rychlé reakce,
- schopnost správného vyjadřování,
- komunikační dovednosti,
- důstojné vystupování,
- schopnost odolat vnějším vlivům a tlakům,
- tvůrčí schopnosti,
- schopnost improvizovat.

Novinář má informovat veřejnost pomocí hromadných sdělovacích prostředků o aktuálním dění v různých sférách. Z velkého množství zpráv musí vybírat ty, které jsou důležité pro dobré fungování společnosti, a pak je uvést jednoznačně a srozumitelně. Jeho primárním úkolem je tedy aktivní sběr, ověřování, analyzování, zpracování a následně šíření informací. Nedílnou součástí tohoto povolání je domlouvání a uskutečňování rozhovorů se známými a významnými osobnostmi, odborníky či pověřenými osobami (Jiráček, Köpplová, 2009, s. 79).

Autoři Jiráček a Köpplová (2015, s. 71) významu pojmu *novinář* rozumí: „*Označení „novinář“ není v řadě zemí chráněno, takže za novináře se může označit kdokoli.*

Vychází to z koncepce práva na svobodu projevu jako jednoho ze základních lidských práv, jež jsou zakotvena ve většině ústav demokratických zemí. Svoboda projevu znamená, že každý má právo svobodně vyjadřovat a šířit své názory slovem, písmem a obrazem. Novinářská práce a její výsledky jsou chápány jako jeden ze způsobů naplnění tohoto práva – proto ani užití slova novinář není nijak omezováno“.

Všichni čeští a moravští novináři se musí držet pravidel Etického kodexu novinářů, který byl v České republice schválen valnou hromadou Syndikátu novinářů ČR v roce 1998. Syndikát novinářů ČR uvádí, že je: „*dobrovolným profesním sdružením novinářů. [...] je politicky neutrální, nezávislý na ideologických, náboženských, politických a ekonomických státních i soukromých strukturách. Aktivně se angažuje za svobodu shromažďovat se, analyzovat a šířit informace prostřednictvím tištěných a elektronických médií, svobodu vyjadřovat názor včetně svobody kritizovat, oponovat vládám, politickým a ekonomickým strukturám, veřejným nebo soukromým“* (online, cit. 2018-01-03).

Kodexy, které byly přijaty v evropských demokratických zemích, vyžadují držení se těchto důležitých zásad: nestrannost, důvěryhodnost, přesnost, pravdivost, ověřování informací, zákonná a společenská odpovědnost. Slouží k zamezení překrucování podstaty zpráv a následné manipulaci veřejnosti pomocí masově mediálních prostředků. Na druhou stranu chrání Etický kodex žurnalisty před těmi, kteří se stali předmětem medializované zprávy. Pokud novinář dodržuje veškerá pravidla novinářské etiky, nemůže být na něj vyvíjen jakýkoliv nátlak. Ani mediální instituce nemohou vytvářet nátlak na žurnalistu, který je u nich zaměstnán (Kunczik, M., 1995, s. 84 – 86).

Podstatou kodexu je rovněž sladit práva a svobody občanů a novinářů tak, aby mohly koexistovat a vzájemně se neomezovaly ani nevylučovaly. Etický kodex obsahuje tři části. První část pojednává o tom, že každý občan demokratického státu má právo na informace, které jsou pravdivé, včasné, celé a nezkreslené. Rovněž má právo vědět původ podávaných informací. Za veškeré informace, které novinář poskytne, nese plnou odpovědnost. Ve druhé části je vyžadována vysoká novinářská profesionalita a to proto, že hlavním úkolem novinářiny je řádně poskytovat službu veřejnosti, naplňovat její očekávání a jednat ve veřejném zájmu. Dobrý novinář musí odolávat úplatkům, střetům zájmů, chránit soukromí jedince, rozlišovat fakta od osobních názorů, a hlavně nesmí

zamlčovat či překrucovat informace. Je nepřijatelné, aby novinář protlačoval svou osobu nebo zneužíval svou mediální moc. Třetí část vybízí žurnalisty, aby se vyvarovali profesním chybám, protože autorita médií stojí na jejich serióznosti, diskrétnosti, slušnosti a důvěryhodnosti (Syndikát novinářů ČR, online, cit. 2018-01-03).

S příchodem televize dostává žurnalistika nový vzhled, umožnila zprostředkování událostí v aktuálním čase. Divák se stal účastníkem události, která momentálně proběhla. Vzhledem k rychlému, pohotovému, a hlavně aktuálnímu zpravodajství si vydobyla pozici předního informačního média dne (Hladký a kol., 1986, s. 32).

Pro zaujetí televizního diváka je nezbytné, aby se při vytváření zpravodajské reportáže podílel jak novinář, tak i kameraman. Novinář má za úkol pochopit celou podstatu události, kterou má v úmyslu zpracovat na mediální obsah. Dále je u novináře důležité, aby se předem seznámil s problémem. Na celkovém vizuálním projevu se podílí kameraman. Ten se musí velmi často přizpůsobovat prostředí, být pohotový, rychlý a pracovat přesně. To ovšem neznamená, že jeho práce musí být stereotypní, i u něj je zapotřebí kreativita. Stejně jako novinář, tak i kameraman musí být s událostí obeznámen, aby jeho kamerové záběry ukázaly podstatu problému (Hladký a kol., 1986, s. 105).

Novinář vystupující a mluvící v televizi by měl být řádně připraven pro verbální i neverbální projev. Jeho verbální projev by měl být profesionální, srozumitelný a měl by dobře znát svůj jazyk. Redaktor musí mít bohatou slovní zásobu, důvěryhodný přednes a kulturní vystupování. Dohromady s kameramanem tedy předávají základní informace a často přináší emocionální náboj (Prokop, 1988, s. 10).

Redaktor by měl mít několik vlastností a dovedností pro vykonávání žurnalistické profese. Mezi ně se řadí například zvědavost, slušnost, smysl pro spravedlnost, přesnost, smysl pro vhodnost události do zpravodajství, odhodlanost, emocionální odstup, logické myšlení, smysl pro souvislosti atd. Hodně redaktorů má bohužel naopak i negativní vlastnosti jako je arogance, drzost, netaktnost, nezájem o určené téma a nesoustředěnost (Verner, 2010, s. 40).

1.3 Duální systém vysílání médií

Duální systém je zaveden nejen v České republice, ale i v dalších evropských zemích. Stručně řečeno to znamená, že tu zároveň jsou televize, které vysílají na základě přidělené licence a jejich finanční prostředky závisí hlavně na prodeji vysílacího času inzerentům, a televize, které vysílají ze zákona (vysílatelé ze zákona). Ty získávají finance hlavně z koncesionářských poplatků. Mediální instituce s licencí se nazývají soukromé nebo komerční, vysílatelé ze zákona jsou média veřejné služby nebo veřejnoprávní média. Mezi soukromé televize se řadí například TV Nova nebo FTV Prima a mezi veřejnoprávní média Česká televize (Burton, Jirák, 2001, 97).

Díky tomuto systému se Česká republika těšila z mimořádně dynamického rozvoje v oblasti médií. Nový zákon o rozhlasovém a televizním vysílání byl přijat v roce 2001 a převážně stanovuje práva a povinnosti těm, kteří provozují rozhlasové a televizní vysílání. Na správné dodržování zákona dohlíží Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.

Jak už bylo řečeno, mezi provozovatele ze zákona patří Česká televize, ale i Český rozhlas. Obě instituce jsou nezávislé na státu a jejich finanční příjem je z rozhlasových a televizních poplatků a také například z prodeje reklamního času, zisků z autorských práv, pronájmu techniky a podobně. Kontrolu nad činností České televize provádí Rada České televize. Do pravomocí Rady mimo jiné patří i jmenování a odvolávání generálního ředitele České televize, přijímání a rozhodování stížností, které se týkají generálního ředitele, schválení rozpočtu, konečného účtu apod. *Ministerstvo kultury* [online]. © 2018 [cit. 2018-01-20].

2 HISTORIE TELEVIZE

První znaky počátku televize byly datovány už v polovině 19. století v době, kdy byl vynalezen elektrický proud. Pan profesor Berzelius ze Stockholmu v roce 1817 objevil selen. To je chemický prvek, lehce narudlé a používá se k barvení skla. V roce 1873 telegrafista May zjistil, že v zátocě Valencia, přes den a v době slunečního svitu, mají větší intenzitu. Domníval se, že důvodem může být právě selen. Na přenos obrazu na dálku přišel jako úplně první hodinář Alexander Bain už v roce 1843.

Sestavil podmínky:

- 1) obraz se musí rozdělit na několik bodů různých světelných hodnot,
- 2) na elektrické impulsy se musí změnit světelné hodnoty bodů a následně na místě je opět změnit ve světelné,
- 3) je důležité, aby se tento proces dělal synchronně, ve vysílači i přijímači (Verner, 2010, s. 120).

První kopírovací teleautograf byl vynalezen v roce 1843. Název teleautograf je složen ze slov **tele** = **do daleka**, **auto** = **samo**, **graf** = **psát**. Neuměl zprostředkovat pohyb, ale jen jednotlivé obrazy. Proto je zajímavé, že nejdříve se přenášel obraz a až následně zvuk (Verner, 2010, s. 120).

Na Štědrý den, v roce 1883, vynalezl Pavel Nipkow otočný kotouč s průsvitnými pohledy ve spirále ke středu a také postupný řádkový rozklad. Tehdy mu bylo pouhých 23 let. Přístroj po sestrojení nazval elektronický teleskop. Uvedl o něm: „*Přístroj mnou zde tu popsany slouží k tomu cíli, aby předmět mnou tu viděný v bodě A byl současně viditelný v bodě B.*“ (Verner, 2010, s. 120 – 121).

Lidé na celém světě mohli vidět první fungující televizi. Vynález si chtěl nechat Nipkow patentovat, ale chyběly mu peníze. Proto se zcela promyšleně oženil pro peníze, aby jeho manželka mu patent zaplatila. Měla ovšem podmínku, že to byl jeho poslední vynález. Nipkow souhlasil a dal se na seriózní povolání u drah, kde zdokonaloval elektrická signalizační návěští (Verner, 2010, s. 121).

Na pátém ročníku výstavy německého rozhlasu v roce 1928, byl předveden jeho vynález. Obrázek zhruba o velikosti poštovní známky, na výšku, složený z třiceti řádků. Stále se ještě jednalo o Nipkowovu mechanickou televizi (Verner, 2010, s. 121).

Dějiny televize mají dvě zásadní fáze vývoje: **předválečnou a poválečnou**. První fáze se charakterizuje technickými vynálezy. V počáteční fázi se přenos obrazu ubíral dvěma směry – **mechanické**, teprve potom **elektronické** televize. Verner (2010, s. 121) o mechanické televizi uvádí: „*Mechanická televize rozkládala obraz na řádky a body pomocí Nipkowova kotouče. Její rozvoj narazil na fyzikální hranice. Zlepšování kvality přenosu předpokládalo zvětšení počtu řádek, jelikož už nebylo možné přesáhnout hranici 240 řádek, které představovalo obraz velikosti poštovní známky. Malý a nevýhodně na výšku postavený obraz a každá dírka navíc, která znamenala rozšíření obrazu, znamenala i zvýšení otáček na druhou. Při 1200 otáčkách za minutu bylo už dosaženo vrcholu jemné mechaniky.*“

Základ pro elektronickou televizi vytvořil vynález spínací elektronky – ikonoskopu. Ten původně vzešel z Braunovy katodové trubice. s dalším vývojem se její stínítko dostalo do podoby současné televizní obrazovky. Elektronická a mechanická televize se rozvíjela od roku 1923. O dva roky později se o první elektronickou funkční televizi zasloužili J. L. Baird z Anglie a C. F. Jenkins ze Spojených států amerických. Konec vývoje mechanické televize přišel v třicátých letech. Dlouhá léta byla v rámci rozvoje elektronického průmyslu televize otázkou prestiže (Verner, 2010, s. 121, 122).

Jsou tři kategorie televize jako instituce:

- 1) státní,
- 2) veřejnoprávní,
- 3) komerční.

Hlavními rozdíly jsou zdroje financování a způsob řízení. **Státní televize** byla pomocí koncesionářských poplatků a placené reklamy financována státem. Kontrolu provádí dozorčí orgán (Verner, 2010, s. 122).

Definice **veřejnoprávní televize** podle Venera: „*Veřejnoprávní televize je samostatný právní subjekt hospodařící se svým majetkem, který je vytvářen zejména koncesionářskými poplatky a reklamou. Řídí ji nestátní orgán uplatňující právo veřejnosti na kontrolu a uplatňující zájmy poplatníků.*“ Televize je povinna mimo jiné

informovat zdravotně postižené a vysílat pro národnostní menšiny. Tyto regule se liší stát od státu (Verner, 2010, s. 122).

Soukromou a nezávislou institucí je **komerční televize**. Její financování je z reklam a dalších podnikatelských činností. Až na svého majitele, nemá žádnou povinnost k nikomu ani k ničemu. Majitel instituce je povinen řádně platit poplatky za licenci a provoz komunikačního kanálu (Verner, 2010, s. 122).

V Evropě byly převážně veřejnoprávní televize, než přišla ta první komerční v roce 1954 ve Velké Británii a v Lucembursku. Dále jsou televize kabelové, nezávislé, satelitní stanice a placené televize s kódovanými pořady. Ty se platí jen v případě zhlédnutí programu (Verner, 2010, s. 122 – 123).

Počátek televizních programů se datuje roku 1980. Žurnalista Brian Haynes, který pocházel z Velké Británie, založil společnost Satellite Television. To dokázal s pomocí televizního podnikatele T. Turnera ze Spojených států amerických, který měl velmi bohaté zkušenosti v oboru. Kvůli nedostatku financí musel o dva roky později společnost prodat Rupertu Murdochovi, který ji posléze přejmenoval na Sky Channel. Dnes existuje hodně družicových programů, ale za úplně první v historii je v Evropě považován Sky Channel (Verner, 2010, s. 123).

Od roku 2000 počet komerčních televizí stoupá, souvisí to s příchodem kabelové a digitální televize. Přenosová práva se kupují kvůli očekávaným událostem velkých sportovních podniků, jako je například olympiáda, mistrovství světa ve fotbale a v hokeji, tenisové turnaje a vysílání miss. Nastává boj o diváky prostřednictvím různých pořadů. Za každou cenu je důležité přilákat diváky a zvýšit sledovanost, když je potřeba, jde morálka stranou. Čím větší úspěch, tím více draze placených reklam, které přináší velké zisky pro společnost (Verner, 2010, s. 123).

2.1 Česká televize

Československá televize začala své první televizní vysílání v roce 1953. Nejstarší pořad Branky, body, vteřiny vysílá už od roku 1956. První zkušební verzi barevného vysílání spustila v roce 1970, pravidelně vysílala až o tři roky později (Verner, 2013, s. 188).

V roce 1953 nejdříve televize vysílala jen tři dny v týdnu, později se vysílalo čtyři dny a o dva roky později, v roce 1955, se vysílání rozšířilo na 6 dní. Od roku 1958 se televizní pořady vysílaly každý den. Zanedlouho na to začala přibývat další televizní studia v Ostravě, Bratislavě, Brně a Košicích. s rozvojem televize začali přibývat i diváci. Po pár letech bylo do roku 1978 přes čtyři miliony hlášených přijímačů.

Samotná Česká televize vznikla 1. ledna 1992 na základě zákona o České televizi. Byla založena jako televizní služba veřejnosti České republiky. Při vzniku stále nebyly vyřešeny otázky kolem činnosti televize a jejího financování. Důležité události se odehrály během ledna 1992. Od prvního ledna začala Česká televize vysílat své vlastní zpravodajství a tentýž měsíc vznikla i její organizační struktura a programová koncepce. Od Československé televize přinesla Česká televize důležitou změnu ve vztahu mezi řízením programu, výrobou, vlastní tvorbou a hledisky z oblasti ekonomiky. Podmínkou tohoto vztahu bylo zrušení tak zvaných hlavních redakcí, značným zúžením dramaturgie a dalších kategorií pracovníků redakce. Následoval přechod na více tvůrčích skupin směřovaných jen do několika producentských center a studií.

Během těchto změn se konala dvě kola výběrového řízení Rady České televize na pozici generálního ředitele České televize. Z 38 uchazečů byl jmenován generálním ředitelem Ivo Mathé. V polovině dubna roku 1992 byl Radou České televize, na návrh generálního ředitele, schválen první Statut České televize. *Česká televize* [online]. © 1996-2018. [cit. 2018-01-20].

2.2 TV Nova

TV Nova se poprvé zapnula dne 4. února 1994 v pět hodin ráno pod vedením generálního ředitele, a jednoho ze zakladatelů, Vladimíra Železného. Oficiálně začala vysílat až v 19 hodin večer přímým přenosem z Národního muzea v Praze. Přesně o půl hodiny později odstartovala poprvé na televizních obrazovkách TV Nova zpravodajská relace Televizní noviny. Po nich byly odvysílány Sportovní noviny a Počasí. První film na obrazovkách televize Nova byl Obecná škola a hned po něm zahraniční komedie Krotitelé duchů. Dospělé diváky Nova nasýtila erotickým magazínem Penthouse. Svůj první vysílací den televize ukončila v jednu hodinu ráno.

Televize Nova neměla s Českou televizí ty nejlepší vztahy, a to z důvodu, že se generální ředitel Novy Vladimír Železný nejdříve ucházel o místo ředitele v České televizi. Některé pořady, které TV Nova představila v době, kdy začínala, se vysílají dodnes. Jsou jimi například už zmiňované Televizní noviny, Sportovní noviny a Počasí, které koncepčně zůstaly stejné a mění se jen vizuálně. Za několik let se Vladimír Železný s televizí Nova přestěhoval do garáží filmových ateliérů na Barrandově, kde vysílal. Po dobu jeho působení na postu generálního ředitele se pořady nesly ve stylu soutěžním, zábavném a politickém. V roce 2003 byl Železný nahrazen Petrem Dvořákem.

S novým ředitelem některé pořady dále pokračovaly a jiné byly zrušeny. Pořad Volejte řediteli, který Vladimír Železný uváděl, byl přejmenován na nynější Volejte Novu a od té doby ho moderují známé tváře z Novy. s Petrem Dvořákem přichází na televizní obrazovky první reality show a pěvecká soutěž Česko hledá SuperStar, která poprvé odstartovala v roce 2004. U diváků měla tak velký úspěch, že se později Nova rozhodla spolupracovat s TV Markíзой a společně uvedly mezinárodní Česko Slovenskou SuperStar.

Pod vedením nového ředitele Jana Andruška, se v roce 2012 na obrazovky vrací pořady, které diváci sledovali ještě za dob Vladimíra Železného. Jsou jimi pořady Na vlastní

oči a Prásk!. Vracejí se na televizi Nova i hvězdy investigativní žurnalistiky Janek Kroupa a Josef Klíma a s nimi i pořad Na vlastní oči.

Od roku 2013 do současnosti je generálním ředitelem a jednatelem televize Christoph Mainusch. TV Nova se neustále vyvíjí a momentálně kromě hlavního kanálu Nova, provozuje i stanice Nova 2, Nova Cinema, Nova Action, Nova Gold, Nova Sport 1 a 2, Nova International. TV Nova [online]. © 4. 2. 2018. [cit. 2018-01-20].

2.3 FTV Prima

Prima, dříve se jmenovala Prima Family, dostala licenci pro vysílání v roce 1992. Poprvé začala vysílat až o rok později pod názvem FTV Premiéra, ale jen pro Prahu a okolí. O další rok později vysílání rozšířila na celou republiku. Komerční stanice měla název FTV Premiéra a jejím prvním generálním ředitelem byl Jiří Mejstřík. V roce 1994 získala televize licenci pro celostátní vysílání a s tím změnila i svůj název na Premiéra TV. s příchodem televize Nova, která měla velkou sledovanost, se zájem o Premiéru ztratil. Nepomohly tomu české ani zahraniční pořady, které Premiéra vysílala. Poslední záchranou, jak u diváků uspět, byla velká změna.

Z Premiéry se rázem stává Prima televize s poutavým sloganem „Prima je prima!“. Mění se i vedení, novou generální ředitelkou se stává Kateřina Fričová, která distancuje Primu od bojů s TV Nova. Tyto změny začaly postupem času fungovat a televizi začíná stoupat přízeň diváků. To i díky pořadům typu Prima jízda, Nikdo není dokonalý, Carusošou a podobně.

Prima se začíná soustředit na svůj vizuální obraz a upozorňuje na sebe díky vlastní tvorbě. K jejímu stoupajícímu úspěchu přispěly pořady jako Sauna, Prima jízda, Další, prosím!, Mňam aneb Prima vařečka nebo Receptář prima nápadů a v roce 2002 dosáhla největší sledovanosti. O dva roky později Prima startuje svůj první seriál Rodinná pouta, který má velkou úspěšnost.

V roce 2005 televize Prima rozšiřuje své seriály o nové řady a začíná vysílat fenomenální reality show VyVolení. Takticky ji spustila o týden dříve, než konkurenční

televize Nova spustila reality show Big Brother. Vyvolení se stávají večerním programem pro několik milionů diváků. O tři roky později Prima začíná vysílat první českou telenovelu Ošklivka Katka, která má nečekaný úspěch.

Později Prima představuje svůj první odloučený kanál, stejně jako Nova, s názvem Prima Cool. Stanice přináší divákům známé americké seriály a pořady jako jsou Simpsonovi nebo Top Gear. Díky úspěchu za dva roky představuje další kanál Prima Love. Ten je určen spíše pro dámské divačky a nabízí různé zahraniční seriály.

1. ledna 2012 nahrazuje Primu nový kanál Prima family a to z důvodu problémů s regionální televizí. Prima vrací licenci a na pozici generálního ředitele Primy family nastupuje Martin Konrád. V srpnu 2013 se ale původní název stanice vrací a je z ní opět televize Prima.

Od roku 2016 stanice prodává reklamu ve věkové kategorii 15–69 let. V tomto roce Prima odvysílala svůj první krimi seriál V.I.P. vraždy, který má velký úspěch. Další projekt, který přichází na televizní obrazovky je seriál Ohnivý kuře, které Primě zajistilo vítězství ve sledovanosti v pondělním a středečním hlavním vysílacím čase. (FTV Prima [online]. © 2018. [cit. 2018-01-20]).

3 ZPRAVODAJSTVÍ V TELEVIZI

Z novinářského hlediska lze zpravodajství definovat dvěma způsoby, jako přípravnou fází novinářské činnosti, při které se vyhledávají a vybírají informace, nebo jako fází konečnou, při které se sdělují informace (tzv. zprávy) prostřednictvím časopisů, novin, televize, rozhlasu a takzvaných nových médií. V obou fázích jde o akci, kterou jsou distribuovány pro společnost užitečné, důležité a zajímavé informace. Tím pomáhá utvářet názor, podílí se na vnímání veřejnosti, rozhodování v politice, stavu společnosti apod. Má tedy hlavně informační funkci (Osvaldová In: Osvaldová a kol., 2001, s. 21).

Nevykonává ale jen informační funkci, ale i další funkce pro společnost tím, že udržuje její spojitost a národní identitu, utváří společenské hodnoty, postoje, názory a jelikož zpravodajství vytváří souvislé události, plní také funkci korelace. Důvodem je, že zpravodajství se ve většině případech stává pro společnost klíčovým a často jediným zdrojem informací o aktuálním dění doma i ve světě. Lidé ho mají za dodavatele důvěryhodných informací o jiných lidech, světě i společnosti, s kterými nepřicházejí každý den do bezprostředního kontaktu. Zpravodajství tak publiku přináší možnost neomezeného kontaktu se světem, událostmi a společností. To je hlavní důvod, proč je o zpravodajství ze strany společnosti takový zájem (Trampota, 2006, s. 10-12).

Průběh celého zpravodajství začíná od vyhledávání a shromažďování informací přes jejich roztrídění až po zpracování a následné předávání různým příjemcům. Zpravodajství žurnalistické nemůže být subjektivní, na rozdíl od publicistiky, ale musí být věcné, přesné, aktuální, nezaujaté a vyvážené, bez jakéhokoliv vlastního názoru. Všechny zprávy musí být ověřené minimálně ze dvou důvěryhodných a navzájem nezávislých zdrojů (Osvaldová In: Osvaldová a kol., 2001, s. 21).

Základní požadavky pro kvalitní zpravodajství, které se týkají konkrétních výstupů, jsou vyváženost, nestrannost a objektivita. Pojem objektivita vyjadřuje oddělení skutečnosti od názoru. Fakta a zobrazení reálných událostí se musejí co nejvíce shodovat s reálným stavem (Trampota, 2006, s. 144). Toho se dá dosáhnout např. výslechem svědků či expertů, podávání zprávy bez emočního vypětí, stručně a bez výrazné mimiky a zveřejňováním důkazů (Bentle, G. In: Kunczik, M. Základy masové komunikace, 1995, s. 111). Už na samém začátku zpravodajské práce lze docílit

objektivitu, a to během sběru informací. Tato činnost musí probíhat nezaujatě. Také je nutné objektivně zvážit jejich kvalitu, věrohodnost zdroje a hodnotu daných informací (Michálek, Pokorný, Stieranka, Marko, 2013, s. 52). Vyváženost se zaobírá jen tím, jestli všichni zúčastnění mají možnost na vyjádření se k události, a to hlavně rovným dílem. Dále také, jestli je na událost hleděno z různých úhlů a jestli zpravodajství celkově přináší všechna témata, která jsou důležitá. V případě nestrannosti jde hlavně o to, jaký způsob je zvolen pro zpracování informací, jestli zpráva není zaujatá vůči osobě či jiné věci a zda neobsahuje informace, které jsou zkreslené. Zpravodajství musí být nestranné, tudíž nemůže být na ničí straně. Všechny názory i fakta musí být řádně zpracovány a zprostředkovány divákovi, nemohou být přetvářeny k obrazu svému. Jsou i výjimky, kdy nejde být ve zprávě zcela nestranný. To jsou ty zprávy, které jsou v rámci investigativní žurnalistiky, obsahují smutné lidské příběhy nebo velmi emotivní zprávy (např. teroristický útok) (Reifová a kol., 2004, s. 163-164).

Zpravodajství se hlavně zaměřuje na aktuální nebo ne moc staré události. Výjimka je v případě, že v rámci staré události se vynořují nové souvislosti. Jde totiž o faktické informace a ty se pokaždé vztahují k minulosti, proto musí být uveřejněny co nejdříve, aby neztratily svou hodnotu. V procesu zpracování zpráv se zpravodajství zaměřuje na co nejužší vazbu s danými událostmi, tzn. přímé svědectví novináře. Novinář by měl být na místě dění, pořádat rozhovory se svědky, aby podávané informace byly poutavé, zajímavější, přehlednější, osobité a srozumitelné. k tomu zpravodajství aplikuje jednotné postupy a tím se zprávy stávají stejné, je potlačena originalita a pestrost. Na druhou stranu velké zasahování a zkoušení něčeho nového by mohlo diváka mást a dezorientovat (Osvaldová In: Osvaldová a kol., 2001, s. 22-23).

Zpravodajství v televizi se samozřejmě vyvíjelo až s příchodem televizního vysílání. V České republice začalo pravidelné vysílání Československé televize v roce 1953 (viz kapitola 2.1), ale ve světě už v roce 1936 (BBC). První dva roky od počátku televize bylo zpravodajství vysíláno rozhlasově, a to v rubrice *Rozhlasové noviny*. Dlouhé dva roky se novináři učili profesi televizního žurnalisty, aby pak mohlo dojít k vývoji zpravodajství v televizi. První zpravodajskou relací tak byly *Televizní aktuality a zajímavosti*, které televize spustila na obrazovkách v roce 1957. O rok později se změnila na již známé *Televizní noviny*. Se začátkem jejich vysílání

přichází i hlavní zpravodajská redakce, která denně zajišťuje téměř půlhodinové zpravodajství (Hladký a kol., 1986, s. 47-48).

Důležitou roli hraje pro televizní zpravodajství rozvoj technologií, jelikož stojí na včasnosti a aktuálnosti. Vynálezy typu bezdrátového mikrofónu nebo přenosné kamery dovolily být reportérovi v terénu rychlejší a mobilnější. Velký technický pokrok byl i v případě umožnění přímého přenosu z místa události do studia v televizní budově. To se stalo v roce 1955, když bylo v Československu uvedeno do provozu první přenosové auto. Příjemci tak měli možnost vidět živě zápas v hokeji mezi Prahou a IF Leksands, mohli sledovat živě divadelní hru Prodaná nevěsta, která se odehrávala v Národním divadle nebo přímý přenos spartakiády (Hladký, 1986, s. 47-48).

Zpravodajství má jisté místo v programovém schématu každé televize. Je důležitou součástí programu, a proto má i nárok na hlavní vysílací čas, tedy primetime. Denně televizní zpravodajství dodává divákovi informace. Ty se mohou vázat na aktuální den nebo se vrátit ke kauzám a událostem, které již proběhly. Umožňuje divákovi shlédnutí přímého přenosu, to znamená, že podává audiovizuální informace z místa události v aktuálním dění (Osvaldová a kol., 2001, s. 79).

Televizní zpravodajství veřejnoprávní televize se od té komerční liší v tom, že upřednostňuje zprávy, které jsou přínosné pro všechny, jednotlivé potřeby příjemců jdou stranou. Není pro ni na prvním místě porozumění diváka, ale důležitost. Není podstatné, že někteří diváci informaci nepochopí, jsou ale součástí populace, které je sdělení určeno. Komerční televize ale diváka zohledňuje a servíruje mu ty zprávy, které jsou pro něj zajímavé. Selektce zpráv je provedena na základě sledovanosti, tedy zájmu diváků. Publikum těchto televizí je ovlivněno a za důležité považuje informace, které z objektivního hlediska vůbec důležité nejsou (Vágner, 1997, s. 41).

3.1 Specifičnost zpravodajství v televizi

Divák vnímá televizní zpravodajství sluchově i vizuálně. Jedná se o kombinaci obrazů v pohybu, zvuku a mluveného slova. Vzájemný vztah těchto faktorů je podstatou pro

finální prezentování sdělení. Jelikož je styl zpravodajství v televizi osobitý, užívá pro své účely specifické složky, kterými jsou záběr, audiovizuální jazyk, skladba střihu a vizuální kontinuita (Lokšík In: Osvaldová a kol., 2001, s. 73).

Záběr, jako základní stavební jednotka obrazu, je typický svými rysy, funkcemi a velikostí. Jeho vlastností je postavení a pohyb kamery, kompozice a úhel. Dosahuje funkce emotivní, symbolické, orientační apod. Velikost záběru má tři podoby: detail, polocelek a celek. Celek zabírá prostor, kde se situace odehrává, tzn. lokalizuje prostředí, dává přehled o dění a počtu zúčastněných. Ze záběru se také divák dozví, v jaké části dne se událost stala, zda v noci nebo ve dne, v zimě či v létě. To je důvodem, proč se tyto záběry dávají na úvod nebo závěr zprávy. Na začátku příjemce seznamují, na konci mu shrnují prezentovanou skutečnost. Detailní záběry opouští od okolí, a naopak se zaměřují jen na hlavní předmět obrazu, a tím upozorní na jeho podstatu. Často odpovídají na otázku, jak a proč k něčemu došlo. Přejít z celku na detail obstarává tzv. polocelek. Ten se zaměřuje na hlavní objekty a účastníky události, odpovídá tak na otázku, kdo či co je důvodem, činitelem nebo nositelem vzniklé události. Polocelek je také nejvhodnější pro zaznamenání pohybu (Lokšík In: Osvaldová a kol., 2001, s. 74-75).

Audiovizuální jazyk se rozděluje na dvě složky, zvukovou a obrazovou. Obrazová se skládá z různých druhů obrazových nosičů záznamu (např. přímý přenos), počítačové grafiky (animace, efekty apod.) a různé druhy psaného textu. Zvuková oblast se skládá většinou z mluveného slova, různých zvuků a ruchů, občas z hudby a ticha. Opravdové ruchy z nahrávaného prostředí dopomáhají k autenticitě sdělované události, dávají mu jeho osobitý a přirozený obraz. Ve zpravodajství může být mluvené slovo v různých formách – monolog jako synchronní výpověď, rozhovor, dialog, čtený text apod. Na výsledném přednesu sdělení se dohromady s řečí podílí parajazyk. Paralingvistickými charakteristikami řeči je výška tónu, intonace, hlasitost, rychlost, frázování, plynulost a správná výslovnost. Konečný dojem značně ovlivňuje i řeč těla nebo zvolené oblečení (Lokšík In: Osvaldová a kol., 2001, s. 73-74).

Díky následnosti tří záběrů (tzv. záběrové triády), které jsou zmíněné výše, dochází k **vizuální kontinuitě**. s jejich pomocí a různou kombinací se zaznamená celá

událost, důležitá fakta a souběžně s komentáři se odpoví na základní otázky, které jsou obsahem každé standardní zprávy v médiích (Lokšík In: Osvaldová a kol., 2001, s. 75).

V rámci **stříhové skladby** se spojují a dávají se do návaznosti jednotlivé záběry, a to pro časovou a dějovou plynulost sdělení. Každý záběr totiž může být samostatným nebo dílčím záznamem události. Cílem obrazové skladby a stříhu je tyto záznamy dát dohromady do ucelených sekvencí, a tím vytvořit souvislý a plynulý sled obrazů. Příjemci se díky tomu tak spustí celý průběh události. Všechny televizní zprávy by měly mít logický průběh, tedy začátek, střed a závěr (Lokšík In: Osvaldová a kol., 2001, s. 74-75).

3.2 Typy zpravodajských relací

Televizní zpravodajství se z pohledu pokrytí rozděluje na lokální, regionální a celoplošné. Dále se dělí i dle tématu, a to na domácí, zahraniční, dopravní, politické, ekonomické, kulturní, meteorologické, sportovní nebo všeobecné (Lokšík In: Osvaldová a kol., 2001, s. 79).

Momentálně v televizní zpravodajské produkci jsou dva hlavní stabilní programové typy, kratší **zpravodajské pořady** a **hlavní zpravodajské relace**. První typ přináší divákovi informace po celý den. Tyto zpravodajské pořady, stejně jako ty večerní, mají v průběhu celého dne přesně stanovený čas – většinou jsou ranní, polední a odpolední. Povaha kratších zpravodajských pořadů se odlišuje v souvislosti s povahou dané televizní stanice. Většinou sdělují pět až šest krátkých zpráv vždy s mluveným slovem moderátora v úvodu. Zhruba pět minut trvají tyto zpravodajské příspěvky. Ostatní pro změnu vysílají jen stručný zpravodajský přehled informací, které mají titulkový charakter (Lokšík, 2001, s. 80).

Hlavní zpravodajské relace, které jsou tématem této práce, sdělují kompletní audiovizuální přehled událostí z celého dne. Celá relace obsahuje rozdílné prvky, jsou to telefonické rozhovory, obrazové příspěvky, natočené záběry z místa události, přímé přenosy s reportéry z domova i zahraničí, a to celé je provázeno ze studia mluveným

slovem moderátorů. Nedílnou součástí hlavní zpravodajské relace je stálá formální i grafická podoba, například hlavní znělka, upoutávka, zvukový podkres. Přibližně patnáct až třicet minut trvá celý hlavní zpravodajský pořad, ve kterém se objeví deset až osmnáct událostí. Většinou pak následuje sportovní a meteorologické zpravodajství, které jsou odděleny jako samostatné pořady (Lokšík In: Osvaldová, 2001, s. 80).

Důležité je říci, že struktura hlavních zpravodajských pořadů se liší podle televizní stanice. Výběr událostí a následné poskládání zpráv si každá televize volí dle svých preferencí. Jsou zpravodajství, kde většina zpráv má společenskou hodnotu, jinde zase třeba převažují události dle zajímavosti, senzace nebo zábavnosti (Lokšík In: Osvaldová, 2001, s. 80).

3.3 Televizní zpráva

Zpráva patří mezi nejstarší žurnalistický útvar. Je nedílnou součástí zpravodajských sekcí v kterémkoli médiu. Je základem pro zpravodajství. Jde o výsledek zpracování nashromážděných údajů o aktuálním dění, činnosti, o změně nějaké skutečnosti, která se udála nebo neudála, bude se dít nebo nebude. Zpráva může být v podstatě o čemkoli, co je ojedinělé, čerstvé, aktuální a svým způsobem nenormální. Součástí novinářiny je také sdělovat informace předvídané a očekávané. Další vlastností je i emotivní neutrálnost a věcná správnost (Osvaldová In: Osvaldová a kol. Zpravodajství v médiích, 2001, s. 24).

Burns (2004, s. 62) uvádí, že *„zprávy, ty důležité i povrchní, mohou napomáhat při vytváření vazeb mezi lidmi ve společnosti a mohou je přimět, aby spolu hovořili. Poskytují lidem také informace, které potřebují, aby si mohli udělat úsudek o tom, co se děje v okolním světě. Lidé se s pomocí zpráv rozhodují a díky nim mohou jednat jako informovaní občané. Zprávy jim také pomáhají lépe si zorganizovat každodenní život, neboť jim přinášejí informace o počasí, o dopravě nebo nadcházejícím turné oblíbeného divadelního souboru.“*

Události, které novináři zprostředkovávají každý den, se nazývají **očekávané zprávy**. Novináři jsou o těchto událostech informováni ze zpráv pro tisk, z pozvánek a dalších upozornění. Pak existují **neočekávané zprávy**. Ty si redaktor zjišťuje například opakovaným voláním na místní policejní stanici. Lze do nich zařadit i zprávy, které novinář sám vyzkouší, je informován od občanů či skrze své kontakty (Burns, 2004, s. 62).

Jednoznačně cílem jakékoli zprávy je co nejjednodušeji pro pochopení sdělit hlavní informace o události. Ovšem vypracování musí být jasné, přesné, krátké, ale přesto zajímavé, aby zaujaly. Stručné zpracování zprávy ovšem nesmí zapříčinit, aby redaktor nesdělil podstatu děje. Všechny zprávy musí odpovídat na otázky *kdo, co, kdy, kde, případně jak a proč*. Bezpodmínečně musí zachovat jednotu času, místa a děje (Osvaldová In: Osvaldová a kol., 2001, s. 24).

Typologie zpráv se dá vytvořit dvěma způsoby. Nejpoužívanější je typologie podle tematického zaměření událostí na: **politické, zahraniční, domácí, ekonomické, příležitostné a sportovní**. Přišel s ní John Harley a je známá jako obecná. Druhý způsob, jak na typologii nahlížet, je odlišit zprávy na základě časového průběhu a zakotvení události s ohledem na konkrétní čas přijetí zpráv publikem. Tuto typologii vytvořila Gay Tuchmanová. První typologie – časový průběh – dělí zprávy na **horké novinky** (hard news – podstatné informace, o kterých by měl být každý informován) a **doplňující informace** (soft news – události spojené s každodenním životem). Druhou – časové zakotvení – rozděluje zprávy dle způsobu postupného odtajňování informací o události a jejím následném vývoji. Jsou to tedy zprávy **bezprostřední** (spot news – zprávy bez následného vývoje), **vyvíjející se** (developing news – průběžné shromažďování informací a následné vylepšení zprávy) a **průběžné** (continuing news – soubor informací na totožné téma, které se objevuje v průběhu času, např. informace před volbami a po volbách (Trampota, 2006, s. 29-31).

Všechny uvedené podstatné znaky zpráv jsou typické i pro televizní zprávu, která je ovšem zaznamenává pomocí techniky v rámci audiovizuální podoby, což ji prakticky odlišuje od ostatních médií. Audiovizuální forma je hlavním prvkem televizního vysílání. Televize převzala různé postupy zpráv z oblasti stylistiky od tisku a z rozhlasu, ale svůj osobitý charakter získala až s technickým vývojem elektroniky přenosové,

snímací a záznamové. s příchodem nových technologií vznikl podnět na vývoj speciální vlastnosti tzv. televizní zpravodajské přítomnosti. Zde dochází k vysílání pomocí přímých vstupů nebo zpravodajské moderace naživo přímo ze studia. Tento jev dává možnost rychle doplnit zprávu o další informace ve stejném čase (Lokšík In: Osvaldová a kol., 2001, s. 81).

3.3.1 Specifické vlastnosti televizní zprávy

Zpravodajská produkce médií má jeden stejný prvek – **titulek**. Ovšem jen u televizního zpravodajství se uvádí ve dvou provedeních. První se vyskytuje v úvodu každé zprávy jako obraz spolu s textem, který se skládá maximálně z dvou slov. Druhá podoba jako headline je souhrn událostí hned v úvodu zpravodajského pořadu. Ten má diváka přilákat na sledování relace. Titulek je velmi zkrácen a pro televizní podobu hojně strukturován. Jeho obsahem je pět prvků – mluvený, hudební, obrazový, textový a grafický. První stručně popisuje událost, druhý udává rychlost mluvené informace, třetí ukazuje klíčový okamžik události, maximálně tři slova skládají jeho textovou část vyjadřující podstatu sdělení a grafika dodává zprávě význam. Podtitulek jen doplňuje zprávu v televizi a tzv. jmenovka napomáhá určit, kdo je osoba mluvící na kameru (Lokšík In: Osvaldová a kol., 2001, s. 83-84).

Kompozice zprávy v televizi se může vytvářet na základě čtyř postupů – chronologický, logický, akcentující a kruhový. Logický postup je na principu tzv. obrácené pyramidy. To znamená, že informace postupují logicky od nejdůležitějších po méně důležité. Moderátor tedy ze studia uvede zprávu s důležitými fakty a následná obrazová pasáž je už pouze doplňující. Pro televizní zpravodajství je ovšem více vyhovující akcentující postup, jelikož v úvodu je vyzdvihnuta nejdůležitější a nejzajímavější záležitost události, aniž by dodržovala posloupnost faktickou nebo časovou. Na začátku televizního zpravodajství se zprávy převážně uspořádávaly, jak šly postupně za sebou, tedy chronologicky. Nyní se tato kompozice vyskytuje spíše ve sportovním zpravodajství, kde je podstatné zachovat časovou

posloupnost při vývoji hry. Obrazové sdělení se převážně zakládá na kruhové kompozici, jelikož obraz a zvuk je sestaven tak, aby byla kompletní zpravodajskou jednotkou a kompenzovala tak slova moderátora (Lokšík In: Osvaldová a kol., 2001, s. 82-84).

Hudbu lze ve zpravodajském pořadu slyšet v předělu, znělce, upoutávce a headlinu, je to tedy velmi důležitý bod kompozice. Také se používá k hudebnímu podkresu samotného příspěvku. s jeho pomocí se vyvolávají emoce, domáhá se pozornosti diváka a udává zprávám dynamiku a rytmus (Lokšík In: Osvaldová a kol., 2001, s. 76).

Stand-up, synchronní monolog reportéra před kamerou, je charakteristickým a nezbytným úkonem pro televizní zpravu. Smysl spočívá v podání svědecké výpovědi reportéra z místa události nebo doplnění zprávy o nová fakta. Stand-up je používán v úvodu, středu a závěru zpravodajské reportáže. Často se ale na konci zprávy vyskytuje jako domicil, tedy pro uvedení místa události, identifikaci moderátora a název televizní stanice (Lokšík In: Osvaldová a kol., 2001, s. 77).

Komentář doprovází obraz a současně s ním informuje o stavu dění. Popisuje, co obraz ukazuje i co na něm není vidět, a zpravu časově i prostorově zařadí. Komentářem redaktor sděluje divákovi faktické informace, které nejsou zaznamenány na kameře. Také komentář by měl zvyšovat pozornost diváka u nezajímavých a nic neříkajících záběrech (Prokop, 1988, s. 9-10).

Jazyk také patří mezi specifika televizního zpravodajství. Všichni reportéři, moderátoři nebo redaktoři dodržují principy spisovného jazyka. Věta by neměla být složitá, kratší věty jsou srozumitelnější a zapamatovatelnější pro širší publikum. Při aktuálních zprávách se používá přítomný čas a činný rod u sloves. Řečník by neměl používat cizí slova, odborné výrazy nebo úřední fráze. V případě užití těchto formulací dochází k dezinformaci diváka. Důležité jsou také pauzy v projevu, kadence, rychlost a dynamika řeči, s nimi je projev srozumitelnější (Lokšík In: Osvaldová a kol., 2001, s. 78).

Maximální **délka** televizní zpravodajské reportáže i s uvedením ve studiu je zhruba dvě minuty. V průměru jsou ovšem dlouhé pouze jednu minutu a deset sekund, nějaké můžou být jen třicet vteřin (Lokšík In: Osvaldová a kol., 2001, s. 76).

4 AGENDA SETTING

Agenda setting, neboli nastolování témat, název pochází z anglického jazyka. Konkrétně se jedná o propagování daných témat do veřejného rozhovoru. Agenda setting se snaží porozumět, z jakého důvodu se nějaká témata stanou součástí veřejné debaty a z jakého důvodu jsou některá témata důležitější než ostatní (Reifová a kol., 2004, s. 16). Během procesu agendy setting dochází k nepřetržitému konkurování mezi tématy, která se pokouší o získání pozornosti masových médií, veřejnosti a politických aparátů (Dearing, Rogers, 1996, s. 2).

Kalvas (2009, s. 13) agendu setting rozděluje na „(a) politickou agendu (tj. které problémy a témata se stávají prioritami politického aparátu), (b) mediální agendu (tj. zda a jak výrazně se různá témata a problémy objevují v mediálních obsazích) a (c) veřejnou agendu (tj. která témata a problémy považuje veřejnost za důležité).“ Veřejná agenda ovlivňuje politickou a ta zase mediální agendu. Pro vypracování této diplomové práce je však prioritní pouze agenda zpravodajských médií.

Řada teoretiků upozorňovala na schopnosti médií v nastolování důležitých témat ve veřejném mínění, řadí se mezi ně například Robert Ezra Park, Walter Lippman, Paul Felix Lazarsfeld, Harold Lasswell a Robert Kin Merton. Tyto předpoklady prvně empiricky testovali McCombs, Maxwell E. a Donald L. Shaw v knize Chapel Hill Study. Během amerických prezidentských voleb udělali výzkum a tím se snažili zjistit, zda existuje korelace mezi tematickou agendou zpravodajských médií a vizí voličů o důležitých tématech. V rámci kvantitativní obsahové analýzy a dotazníkového šetření, které uváděl důležitost témat dle voličů, výsledkem bylo, že existuje vztah mezi veřejnou a mediální agendou (Kalvas, 2009, s. 13). Společnost tedy přisuzuje větší význam stejným tématům, kterým se věnují i média. Z toho vyplývá, že dokážou diváka přimět, aby určitá témata považoval za důležitější než jiná. Tento výzkum je základním stavebním kamenem pro další studie agendy setting ve zpravodajství.

Zpravodajská média, tedy média, která se věnují zpravodajství alespoň z části, nastolují témata, ze kterých se zpravodajství skládá. Přesněji tedy témata vyhledávají, preferují a vracejí se k nim. Média si určují, o čem a jakým způsobem budou témata předkládat svým příjemcům. Z tohoto hlediska se daná činnost nazývá nastolování

agendy neboli agenda setting. Zaměstnanci např. televizního média se tedy rozhodují, jaké téma bude zveřejněno na začátku zpravodajského pořadu. Docílí tím, že divák bude jimi zvolené téma považovat za důležité, jelikož je nepsané pravidlo, že informace na titulních stranách či v rychlém přehledu zpráv na začátku zpravodajského pořadu, jsou důležitější než ty, co následují (Burton, Jiráček, 2001, s. 239-240).

Agenda médií tedy ukazuje, že více propagovaná témata se stávají viditelnými, a to pak ovlivní šíření informací mezi publikem. Sice se pro diváka stávají viditelnější témata důležitými, ale jejich názory přímo neovlivňují. Masová média jen určují, co se bude daný den předkládat příjemcům. Tím předhazují témata, která se budou na veřejnosti probírat a o čem bude společnost přemýšlet (Kunczik, 1995, s. 198-199).

Média si sice vybírají a zpracovávají témata, ale jsou situace, kdy o struktuře agendy setting rozhodují jiné faktory. Současná společenská situace (např. předvolební období, ekonomická krize) je pro média bod, který musí brát v potaz. Samozřejmě také záleží, o jaký typ média jde, jak moc je důvěryhodné a jak veliké má publikum. Také záleží na divácích, např. jestli už se nějaká událost zúčastnila veřejné agendy (Kunczik, 1995, s. 199).

Na zpravodajství je tak možné nahlížet jako na výběr určitých témat a ne událostí. Jak už bylo zmíněno, některá média se totiž vybraným tématům věnují více než jiným. „*Nastolování agendy tak nepojednává o výběru jedné události do zpráv, ale týká se spíše dlouhodobějšího a kumulativního účinku opakovaného výběru. Jde o agregovaný vliv velkého množství sdělení, přičemž každé z nich má rozdílný obsah, ale všechny pojednávají o stejném tématu.*“ (Trampota, 2006, s. 113)

4.1 Priming A framing

Jde o atributy, které spadají do výzkumu nastolování agendy druhého stupně. V rámci této analýzy je hlavní to, jak se témata zpracovávají a zobrazují (Nečas In: Škodová a kol., 2008, s. 23). V analýze agendě setting je zkoumáno, která témata

jsou vhodná a důležitá. Analýza druhého stupně zkoumá, jaký atribut určí jako prioritní (McCombs, 2009, s. 133).

Všechny události obsahují charakteristické znaky a princip framingu (zarámování, rámování, rámcování) se zakládá na zvolení těchto znaků, ty se zdůrazňují při vytváření mediálních obsahů. Zbylé se buď potlačí nebo opomenou. Zdůrazněním těchto aspektů dochází k vzrůstu jejich významu a následně určitému smyslu události. Zpracovat lze jednu událost několika zarámováními, to závisí na výběru prvků (Trampota, 2006, s.113). Důležitost zprávy může být podpořena různými způsoby, např. opakováním. Pokud už samotné téma má pro diváka význam, lze této hodnoty docílit i takto. Rámce je možné tedy nalézt nejen v textu nebo u zpracovatele, ale také u adresáta nebo ve společnosti (Entman, 2008, s. 31). Jejich vznik u zpracovatele ovlivňují třeba jeho zásady novinářiny v určitém médiu, vize o divácích, profesní rutiny apod. Pouze vliv zarámování na vysvětlení určité zprávy příjemcem nestačí, protože je ovlivněn svými hodnotami, jako třeba zkušenostmi, orientací a znalostí daného problému (Scheufele In: Škodová a kol., 2008, s. 32).

Teorie framingu vysvětluje, jestli a kterým způsobem významy mediálních sdělení ovlivňují příjemce při utváření názorů. Jeho pojetí totiž vypovídá, že sdělení média prezentují už v dopředu připravené podobě (interpretačním rámu), a tím určují divákům, jak si mají informace o události vyložit. Tím teorie framingu uceluje znění teorie agendy setting. Z toho vyplývá, že zpravodajské reportáže určují, o čem má příjemce přemýšlet a kterým způsobem bude sdělení vyhodnocovat. Je tedy zřejmé, že může jít o prostředek manipulace, a to může mít vliv na samostatné a demokratické rozhodování obyvatel (Hurtíková, 2016, s. 58-60).

Počátky definice framingu sahají až do poloviny 70. let 20. století. Tehdy vznikla první studie, která se zabývala touto problematikou. Později toto vymezení nedostačovalo a framing se začal definovat jako kontext sdělení. Podle tohoto kontextu se dle vědců objevuje rám, který ukazuje kompletní význam sdělení. Z něho vyplývá nejvíce citovaná definice, kterou uvedl Robert Entman. Dle něho rámovat znamená *„vybírat určité aspekty z vnímané reality a učinit je v komunikovaném sdělení výraznějšími než ostatní, a to takovým způsobem, aby došlo k zamýšlené interpretaci*

sdělení, morálnímu hodnocení či doporučení k vyhodnocení poskytnuté informace“ (Entman In: Hurtíková, 2009, s. 65-66).

Rámec zpravodajského sdělení, jak už bylo řečeno, je vymezen kontextem. Tyto rámce určují, kterým způsobem má divák o tématu rozmýšlet. Jsou také dopředu vytvořené a musí se oddělit od zbylého zpravodajského obsahu. Mají tedy určité textové nebo vizuální prvky, které tak formulují podobu představované události na principu požadovaného znění a charakteru média. Totožná témata proto mohou v jiném kontextu získat odlišný význam (Hurtíková, 2009, s. 67).

Framing má různé typy interpretačních rámců, v této práci jsou popsány pouze tři příklady. Jako první jsou tematické a epizodické, veřejná témata jsou přednesena v pozadí určitých prvků nebo událostí. Epizodické rámování se používá na konkrétních událostech, na konkrétních příkladech. Například epizodické zarámování nezaměstnanosti by vypadalo tak, že se nejdříve představí nezaměstnaný jedinec a jeho příběh, následně by bylo uvedeno, jak se s nezaměstnaností dokáže vyrovnat. Naopak tematické zarámování uvádí témata v širším kontextu. Tedy v případě tématu nezaměstnanosti, by byla uvedena statistika nebo prognóza (Perseová In: Trampota, 2006, s. 123).

Mezi další se řadí soutěžní a strategický framing. Hlavně ve volebním období se objevují ve zpravodajství příspěvky strategického a soutěžního rámu. Jak už název napovídá, tak soutěžní framing se u témat orientuje na výhru nebo prohru kandidáta a hodnotí jeho úspěch či neúspěch v rámci výzkumů veřejného mínění. Pro změnu strategický framing se zaměřuje na přednes osobních kvalit jednotlivých kandidátů, jejich vystupování na veřejnosti a taktiky, kterými se snaží dosáhnout volebních cílů. Třetí typ zarámování je generický a specifický. Hodnocení těchto rámců je na základě určitého tématu. Specifický typ se soustředí na jednotlivá témata nebo události, ale generický je zjištěn přes více událostí stejného tématu v čase (Hurtíková, 2009, s. 73-74).

Priming je možné brát jako součást zarámování, jedná se totiž o vypíchnutí daných vlastností či detailů, které se vztahují k události. Může tak být ovlivněno příjemcovo vnímání významu tématu, které je zobrazováno. Trampota (2006, s. 124) o primingu dále uvádí, že: *„Představuje například zdůraznění určitých podrobností k události,*

zdůraznění vlastností aktéra a podobně. Při zkoumání primingu si můžeme všimnout, jakými prostředky a co médium zdůrazňuje při reportování o události.“

S primingem se lze setkat, když při zvolení hlavní události do zpravodajské relace jsou příjemci podsunuta daná kritéria pro zhodnocení veřejných věcí. Výsledek se následně projeví ve chvíli, kdy si divák utváří svá rozhodnutí na základě měřítek, která mu byla podstrčena prezentováním ve zpravodajském pořadu. V praxi to vypadá tak, že když v mediální agendě je víc témat o korupčních skandálech, projeví se priming ve chvíli, kdy se pře politiků kvůli zkorumpování stává pro lidi důležitým kritériem pro hodnocení politických aktivit (Hurtíková, 2009, s. 59-60).

4.2 Vliv agendy setting na vnímání

Typickou sférou mediálního studia je průzkum vlivu mediálních obsahů na jedince. Sledování účinků zpráv na příjemce dokazuje opravdovou funkci médií v dnešní společnosti. Pomocí výzkumu lze zjistit, jak důležitá jsou dnes pro společnost média, jestli jim důvěřuje a má je za nedílnou součást svého života. Tím se pak odhalí potenciální moc médií (Trampota, 2006, s. 104).

Masová média mají sociální vliv na příjemce z nepřímého a dlouhodobého hlediska. Dobrým příkladem je to, že média si zvolí nějaká témata, která opakují po delší dobu ve zpravodajství, a tím dochází k nepřímému a dlouhodobému vlivu zpráv na nastolování tematické agendy veřejnosti. Tím dosahují vlivu na divákovu vnímání, a ten zvolená témata hodnotí jako důležitější než ta, která se v médiích neobjevují (Trampota, 2006, 104).

Média s pomocí agendy setting ovlivňují mysl příjemce tím, že jimi zvolená témata se stávají součástí agendy a jiná ne, nebo prostřednictvím pořadí zpráv předurčují jejich důležitost a dalšími nástroji předpovídají jejich možnou interpretaci (Jirák, Köpplová, 2009, s. 181).

Diváci zpravodajských relací přijímají jejich obsahy z rozdílných důvodů a s různou motivací. To je může ovlivňovat ve způsobu pohledu, jak budou zpravodajské texty nadále zpracovávat, co upoutá jejich pozornost a co si z nich uchovají v paměti a co si s odstupem času vybaví. Zprávy tedy mohou mít vliv na každého příjemce odlišnými způsoby z hlediska povolání, vzdělání, vlastností jak sociálních, tak i psychických, věku a také je důležitý kontext v momentě přijetí sdělení (Trampota, 2006, s. 103).

Mediální účinky, které jsou nejvíce spojovány s agendou setting jsou:

- 1) **zpětný účinek** – jedinec se v přítomnosti médií chová jinak; událost je ovlivněna médii,
- 2) **mainstreaming** – neustálý přísun hlavního proudu mediálních sdělení směřuje k přiblížení hodnot i názorů mezi různorodými diváky,
- 3) **lavinový účinek** – představy ze zpravodajství (nesprávný dojem o realitě) ovlivňují názor a chování lidí,
- 4) **knowledge gaps** – kvůli informačním rozdílům se navyšuje rozšiřující produkce masmédií,
- 5) **rezonance** – mediální produkt se shoduje s osobním zážitkem recipienta, pak dochází k zesílení vlivu zprávy,
- 6) **kultivační teorie** – je sníženo vnímání reality u příjemce a nahrazeno percepcí skutečnosti skrze mediální konstrukce, tzn. že nastává ovlivnění chování lidí, a tím i formulace nebo kultivování jejich přesvědčení (Škodová, Trampota In: Škodová, Nečas, 2009, s. 13).

Podstatou **zpětného účinku** je ovlivnění průběhu určitého dění skrze médium, které je přítomné (třeba kamera). Jedinci kvůli tomu mění své jednání. Může se jednat například o odezvu na přítomnost média tím, že se dívají a zamávají do kamery nebo i o zesílenou reakci na událost (např. demonstrace). (Jirák, Köpplová, 2009, s. 181)

Média mohou zvolením určitých témat a jejich následným vypracováním na mediální obsah utvořit napodobeninu skutečné události. **Lavinový účinek** nastává poté, co tato mylná představa později ovlivní i názor a vztah recipienta k realitě (Jirák, Köpplová, 2009, s. 181).

Mainstreaming je odvozeno z anglického slova mainstream, což znamená hlavní proud. Jedná se o proces, při kterém si divák z různých sociálních a kulturních vrstev

vytváří totožné názory a hodnoty, to hlavně kvůli neustálému příjmu stereotypních sdělení z médií. To se většinou stane při častém sledování televize, slabí diváci si uchovávají své rozdílné myšlení (Reifová a kol, 2004, s. 126).

Teorie **knowledge gaps** ukazuje, že u každého člena ve společnosti je získávání informací nerovnoměrné. Tím se rozdělují na dvě skupiny: na rozdíl od vzdělaných lidí, ti s nízkým vzděláním nemají potřebu hledat a sbírat informace. Lidé s vyšší úrovní vzdělání mají větší přehled o problematice veřejných záležitostí. Masová média nevědomost nevzdělaných lidí ještě zvedají, jelikož povaha produkovaných informací je orientována spíše na jedince s vyšším socioekonomickým statutem. k tomu lidé s vyšší vzdělaností jsou schopni pojmout větší přísun informací z masmédií než lidé s nižší inteligencí a vzděláním, a tím dochází k informační propasti. *Knowledge gap* [online] © 19. 9. 2017. [cit. 2018-02-23].

Efekt **rezonance** se objevuje, když daná televizí vedená skutečnost se podobá osobní zkušenosti diváka, vliv televize na mediální realitu rezonuje – je posílen (Reifová a kol., 2004, s. 126)

Kultivační teorie je jednou z nevlivnějších teorií o účincích na člověka. Označení kultivace tady není používáno v jeho kladném smyslu zušlechťování. Hlavní je, že mediální sdělení „kultivují“ vize diváků o světě, jejich vnímání reality je slabší a střídá ji konstruování reality ve zprávách. Čím častěji je člověk před obrazovkou, tím více je ovlivňován zprostředkovanou skutečností a tím méně jedná dle vlastních zkušeností (Reifová a kol., 2004, s. 18).

PRAKTICKÁ ČÁST

5 METODOLOGIE VÝZKUMU

V empirické části diplomové práce chce autorka zjistit, jaká je agenda setting v České televizi a u komerčních stanic TV Nova a FTV Prima. Smyslem praktické části je prověřit, jestli a jak se zvolené zpravodajské relace liší dle výběru témat, jejich následného zpracování a zařazení ve vybraných televizích. Hlavní otázka výzkumu je zvolena na základě stanoveného cíle diplomové práce. Její znění je: *Jak moc se liší agenda setting u sledované veřejnoprávní relace Události a komerčních relací Televizní noviny a Zprávy FTV?*

Na základě poznatků, získaných při analýze zvolených zpravodajských relací a rozhovoru s moderátory hlavních zpravodajských pořadů, si autorka ověřila stanovené hypotézy. Formulované hypotézy jsou zvoleny na základě vlastní divácké zkušenosti, jsou tak autorčiným očekáváním.

Hypotéza č. 1: Komerční televize denně odvysílá méně zpráv než Česká televize. Tato hypotéza vychází z poznatku, že délka komerčních hlavních zpravodajských relací je kratší než relace veřejnoprávní.

Hypotéza č. 2: FTV Prima se více soustředí na divácky atraktivní témata než ostatní televize.

Téma, ve kterém je obsažena negativita a elitní osoby bude považované jako atraktivní téma.

Hypotéza č. 3: Česká televize odvysílá více politických témat než soukromé televize.

Výsledek bude z porovnání celkového počtu zpráv z oblasti politiky v relaci *Události* a celkového počtu ve *Zprávách* a *Televizních novinách*.

Hypotéza č. 4: Česká televize se věnuje více zahraničním tématům než komerční televize.

Počet příspěvků bude posuzován dle lokality, tedy domácí a zahraniční, bez ohledu na obsahované téma.

Do analýzy byly zařazeny hlavní zpravodajské relace celoplošných televizních stanic ČT, TV Nova a FTV Prima. Česká televize vysílá svoji hlavní zpravodajskou relaci denně od 19:00 hodin pod názvem *Události*. V nich divákovi ukazuje souhrn nejdůležitějších událostí dne v České republice i zahraničí. Běžná délka hlavní zpravodajské relace je okolo 40 minut. Hlavní odlišností zpravodajství České televize od komerčních stanic je, že je moderováno jednou osobou a většinou vestoje. V současné době *Události* moderují Marcela Augustová, Jakub Železný, Michal Kubal a Daniela Písařovicová. V rámci pořadu jsou vysílané následující *Branky, body, vteřiny*, které přinášejí zajímavé informace ze sportu z domova i ze zahraničí. Také obsahují informace o počasí, které startují vždy před hlavní zpravodajskou částí.

Hlavní zpravodajská relace *Televizní noviny* na TV Nova začíná vždy v 19:30 hodin. Následují *Sportovní noviny* a *Počasi*. Obvyklá stopáž pořadu je 37 minut. Televizní noviny pokaždé moderuje dvojice sedící za stolem, skládá se vždy z muže a ženy. V současné době moderátorskými páry jsou Lucie Borhyová a Reynolds Koranteng, Renáta Czadernová a Petr Suchoň, Kristina Kloubková a Martin Pouva.

Televize Prima vysílá svou hlavní zpravodajskou relaci *Zprávy* denně od 18:55 hodin. Její celková stopáž je pokaždé 27 minut. i tady jsou hlavními moderátory páry sedící za stolem a tvoří je Klára Doležalová a Karel Voříšek, Gabriela Lašková a Roman Šebrle, Terezie Kašparovská a Tomáš Hauptvogel. Prima je jedinou stanicí, která v hlavním večerním zpravodajství nepřináší divákům informace o počasí a sportu. Je jedinečná i v případě rozdělení zpráv z kriminálního prostředí a ze života známých osobností na jednotlivé zpravodajské relace. Večerní zpravodajský blok na Primě tedy obsahuje *Krimi zprávy*, *Divácké zprávy* a *TOP STAR* magazín.

Výzkumný vzorek autorka sledovala v rámci jednoho týdne, tedy sedmi dní. Týden od 19. února do 25. února byl vybrán zcela náhodně. Analýza médií a následná interpretace bude prováděna postupně po jednotlivých dnech. Zaměření analýzy bude hlavně na to, kterým událostem dávaly televizní stanice prostor.

Autorka použila kvantitativní metodu obsahové analýzy a metodu strukturovaného rozhovoru. Pomocí kvantitativní analýzy bude zjištěno, kolik témat je obsahem jedné relace a jaká témata se objevují nejčastěji. Rozhovor byl proveden s Lucií Borhyovou, jako zástupkyní za komerční televize a Jakubem Železným, za veřejnoprávní televizi.

Sběr dat byl proveden z nahraných jednotlivých relací televizního zpravodajství, jelikož nebylo realizovatelné sledovat hlavní zpravodajské relace na všech stanicích ve stejný den, neboť vysílací časy stanic se navzájem překrývají.

6 KOMPARACE A INTERPRETACE VÝSLEDKŮ VÝZKUMU

Tuto kapitolu autorka věnuje rozboru získaných dat a následně jejich interpretaci. Tu provede na základě výsledků analýzy, která je vytvořena ze stanovených výzkumných hypotéz. Rozebíraná data jsou součástí vybraného vzorku hlavních zpravodajských pořadů TV Nova, FTV Prima a České televize. V rámci týdenního zkoumaného období byla zpracována data z celkem 21 zpravodajských relací, tedy celkem 13 hodin čistého času. Závěr empirické části bude obsahovat komplexní komparaci všech tří televizních stanic. Interpretované výsledky budou doplněny výsledky rozhovorů s moderátory hlavních zpravodajských relací z veřejnoprávní a komerční televize.

Každý výzkumný den bude v rámci jedné podkapitoly. Ta bude na základě kvantitativní analýzy obsahovat tabulku s tématy, která se v určitý den na všech třech stanicích objevila a kolikrát. Témata byla vložena do podkategorie, které autorka vyhodnotila jako základní. Během přiřazení témat do kategorie bylo stěžejní, čeho se zpráva primárně týkala.

6.1 Pondělí 19. 2.

Tabulka č. 1: Tematická struktura domácích a zahraničních zpráv

TÉMATA	ČETNOST V RELACI		
	ČT	TV NOVA	FTV PRIMA
Armáda	1		
Celebrity a showbyznys		2	
Doprava	2	1	1
Finance a ekonomika	2	1	1
Krimi	2	6	3
Kultura	1		1
Neštěstí a přírodní katastrofy	2		
Ostatní	3	3	4
Počasí			
Politika	4	1	
Průmysl a obchod	1		
Sociální sféra	1		1
Soudy, justice	2	1	1
Sport	1	2	
Školství			
Zajímavosti		1	1
Zdravotnictví			
Zemědělství			
Životní prostředí	1		1

Zdroj: K. Oehmová, 2018 (vlastní šetření)

Česká televize

Z kraje týdne Česká televize odvysílala 23 příspěvků v hlavní zpravodajské relaci, z toho se zaměřila na 13 témat. Úvodní headliny obsahovaly témata: plány ČSSD po sjezdu, Polsko-izraelský spor a úmrtí Miroslava Liškutína. První dva headliny se objevily hned po sobě na začátku zpravodajské relace, třetí místo ovšem obsadila zpráva o uzavření mostu u Černé Hory. Smrt Miroslava Liškutína tedy spadla až na desátou pozici. Z 23 zpravodajských příspěvků bylo 15 z domácího prostředí a zbylých osm ze zahraničí. V rámci relace byly odvysílány tři negativní příspěvky a dva o elitních osobách.

TV Nova

První den v týdnu televize Nova odvysílala celkem 18 zpravodajských příspěvků v rámci devíti témat. Headliny upozorňovaly: o osudech cizinců rozhodovaly dva soudy, hráč curlingu na olympiádě neprošel kontrolou na doping a podpora vzniku zubařských ordinací v odlehlých oblastech. První téma bylo zařazeno až na třetí pozici relace, druhé na pátou pozici a třetí téma až na dvanáctou. První dvě příčky obsadilo jednání o vládě a společná večeře prezidenta Miloše Zemana a premiéra v demisi Andreje Babiše. Převládaly zprávy z domova, a to s 11 příspěvky, zbylých sedm bylo ze zahraničního prostředí. Negativních zpráv TV Nova odvysílala osm a tři příspěvky byly o elitních osobách.

FTV Prima

Televize Prima hned na začátku týdne divákům poskytla 14 zpravodajských příspěvků obsažené v devíti tématech. Jako headliny byly zvoleny: odhalení třinácti migrantů s konopím na jihu Rakouska, čtyři muži řídící kamiony s běženci skončili ve vazbě a dotace do lokalit bez zubařských ordinací. Druhý headline byl jako první příspěvek relace. Poté následoval příspěvek o hrůzných podmínkách v hřebčíně, kde se nacházejí koně ve velmi špatném zdravotním stavu a poté bylo odvysíláno téma třetího headlinu. První hlavní téma spadlo až na páté místo, hned po problému se zakrýváním dopravních značek. V této pondělní relaci převažovala domácí témata, a to s deseti

příspěvky, zbylé čtyři se týkaly zahraničí. Odvysílány byly dva negativní příspěvky, jeden byl o elitní osobě.

Všechny sledované stanice měly v tento den společná témata: podpora vzniku zubařských ordinací v odlehlých oblastech a agresivní řidič ohrožoval v tunelu svou jízdou jiného řidiče.

6.2 Úterý 20. 2.

Tabulka č. 2: Tematická struktura domácích a zahraničních zpráv

TÉMATA	ČETNOST V RELACI		
	ČT	TV NOVA	FTV PRIMA
Armáda			
Celebrity a showbyznys			
Doprava			1
Finance a ekonomika		2	
Krimi	2	5	2
Kultura	2		
Neštěstí a přírodní katastrofy	4	4	1
Ostatní	3	4	2
Počasí			1
Politika	2	2	
Průmysl a obchod			
Sociální sféra	2		1
Soudy, justice	1	1	2
Sport	1	1	
Školství			
Zajímavosti	4	2	
Zdravotnictví			2
Zemědělství			
Životní prostředí	1		

Zdroj: K. Oehmová, 2018 (vlastní šetření)

Česká televize

Druhý den v týdnu odvysílala televize v rámci hlavní zpravodajské relace 22 příspěvků obsažených v deseti tématech. Headliny zvolila: jednání o úpravě pravidel v případě

společnosti Uber, referendum o koalici v Německu a korupční případ hejtmána Půty. První dvě hlavní témata byla odvysílána v úvodu relace ve stejném pořadí. Poté následoval příspěvek o boji v Sýrii a po něm třetí hlavní téma o obžalobě hejtmána Půty. Z 22 zpráv jich bylo 16 lokalizováno jako domácí a zbylých šest bylo ze zahraničí. Negativní zprávy byly čtyři a jedna o elitní osobě.

TV Nova

Televize Nova odvysílala v rámci zpravodajské relace 21 zpráv, které se vyskytly v osmi tématech. Úterní headliny byly zvoleny: vrah z floridské střední školy před soudem, policie zadržela 40 lidí z gangu obchodujícího s pervitinem a velká revoluce v politice. První zpráva relace byla o tom, zda se ČSSD chystá do vlády s Andrejem Babišem, na druhé pozici je první hlavní téma o vrahovi z floridské střední školy, další headline byl odvysílán až na 16. místě. Třetí hlavní téma o revoluci v politice bylo zařazeno na čtvrté místo, hned po zprávě, že Nový Zéland sužuje cyklon Gita. Domácích zpráv bylo v úterní relaci 15 a zahraničních událostí šest. Negativních zpráv Nova odvysílala osm a dvě o elitních osobách.

FTV Prima

Hlavní zpravodajská relace obsahovala 12 příspěvků v osmi tématech. Headliny: do Čech přijde ledový vzduch od pólu, požár skládky zaměstnal desítky hasičů a Češi jsou nejtlustší v historii. Všechny tři headliny zůstaly i na začátku relace, jen v jiném pořadí. První příspěvek informoval o tom, že Češi jsou nejtlustší v historii, další o požáru skládky a poslední o příchodu mrazů do Čech. V úterní relaci absolutně převyšovaly domácí zprávy, celkem 10 a zbylé dvě byly ze zahraničí. Negativní zprávy se odvysílaly dvě a tři o elitních osobách.

Žádné téma nespojovalo v úterní hlavní zpravodajské relaci sledované stanice.

6.3 Středa 21. 2.

Tabulka č. 3: Tematická struktura domácích a zahraničních zpráv

TÉMATA	ČETNOST V RELACI		
	ČT	TV NOVA	FTV PRIMA
Armáda			
Celebrity a showbyznys		1	1
Doprava	1		2
Finance a ekonomika	3	1	1
Krimi	1	3	1
Kultura	2		
Neštěstí a přírodní katastrofy		1	1
Ostatní	3	2	1
Počasí		1	
Politika	3	4	2
Průmysl a obchod	2		1
Sociální sféra	2	1	1
Soudy, justice	1	1	2
Sport	1	1	
Školství	1		
Zajímavosti	3	3	
Zdravotnictví	1		2
Zemědělství			
Životní prostředí			

Zdroj: K. Oehmová, 2018 (vlastní šetření)

Česká televize

Pro středeční zpravodajství bylo zpracováno 24 příspěvků, které byly obsaženy ve třech tématech. Headliny obsahovaly: rozhovory o vládě s ČSSD, francouzská vláda

představila přísnější migrační zákony a byly zamítnuty stížnosti na volby prezidenta. První dva příspěvky v relaci mají totožné téma i pořadí s headliny. Za nimi byla odvysílána reportáž o zamítnutí zrušení předškolních zařízení pro pětileté děti a tím poslední hlavní téma spadlo na čtvrté místo. Z domácího zpravodajství bylo zveřejněno 17 zpráv a dalších sedm se týkalo zahraniční tematiky. Negativních příspěvků bylo odvysíláno pět a dvě o elitní osobě.

TV Nova

Televize Nova uprostřed pracovního týdne odvysílala v hlavní zpravodajské relaci 19 příspěvků, které obsáhla do 11 témat. Jako headliny byly zvoleny: jednání o nové vládě, bílý dům chce zpřísnit pravidla pro držení zbraní a podle ekonomů je nejlepší čas na to říct si o vyšší plat. Hlavní témata tentokrát nebyla zařazena na začátek relace. Zpráva o tom, že chce bílý dům zpřísnit pravidla pro držení zbraní, byla zařazena až na třetí místo. Hned po příspěvcích o vyhocení jednání zastupitelstva a možnosti sledovat živě jednání zastupitelstev. Téma jednání o nové vládě bylo prezentováno na páté pozici, předcházela zpráva o počtu mrtvých při boji v Sýrii. Hned na šestém místě už následovala informace z třetího headlinu o zvýšení platu. Tato relace byla s absolutní převahou domácích událostí a to v 16 příspěvcích, zbylé tři byly ze zahraničí. Negativních příspěvků se vyskytlo sedm a o elitních osobách jich bylo pět.

FTV Prima

Hlavní televizní zprávy na primě odvysílaly 15 příspěvků, které se týkaly 11 témat. V headlinech byla tato témata: gang pašeráků převezl přes ČR už 200 lidí, výsledek jednání o vládě s ČSSD a záchranáři mají problém s převozem obézních pacientů. Prima zanechala všechny tři headliny na předních pozicích, jen na druhém místě byla zpráva o obviněném tajemníkově SPD za rasistické komentáře. Na prvním místě zůstala informace o odhalení pašeráků migrantů, na třetí pozici byla odvysílána zpráva o problematice zdravotníků s transportem obézních pacientů a třetí headline s výsledkem jednání o vládě s ČSSD byl umístěn na čtvrtou pozici. i v televizi Prima uprostřed týdne převládalo domácí zpravodajství a to s 13 příspěvků, zbylé dva byly zahraniční. Negativní zprávy se odvysílaly čtyři a o elitní osobě byla jedna.

Společné příspěvky ve všech třech sledovaných zpravodajských relacích: jednání o nové vládě a Donald Trump chce zakázat prodej součástí zbraní na urychlení střelby.

6.4 Čtvrtek 22. 2.

Tabulka č. 4: Tematická struktura domácích a zahraničních zpráv

TÉMATA	ČETNOST V RELACI		
	ČT	TV NOVA	FTV PRIMA
Armáda			
Celebrity a showbyznys		2	
Doprava		1	1
Finance a ekonomika	4	3	3
Krimi		2	
Kultura			
Neštěstí a přírodní katastrofy	1	2	3
Ostatní	3	1	1
Počasí			1
Politika	4	3	
Průmysl a obchod	1		1
Sociální sféra	2	1	2
Soudy, justice		1	
Sport	2	1	
Školství			
Zajímavosti	3	5	1
Zdravotnictví	2		
Zemědělství	1		1
Životní prostředí			

Zdroj: K. Oehmová, 2018 (vlastní šetření)

Česká televize

V hlavní zpravodajské relaci bylo odvysíláno 23 zpráv, které zahrnovaly 10 témat. Pro headlines byly vybrány: odložené snížení odvodů pro firmy, EU před summitem a opatření kvůli moru prasat. Česká televize odvysílala headlines v úvodu relace a ve stejném pořadí. Jen na třetí pozici byla zařazena zpráva o vyjednávání ANO a STAN a tím se poslední headline, který obsahoval informaci o opatření kvůli moru prasat, posunul na čtvrtou pozici. Ve čtvrté relaci odvysílala Česká televize 19 domácích událostí, zbylé čtyři ze zahraničí. Negativní zprávy byly tři a další dvě o elitní osobě.

TV Nova

Televizní noviny odvysílaly 22 zpravodajských příspěvků, které byly zkomprimovány do 11 témat. Jako headlines Nova zvolila: inaugurace prezidenta Miloše Zemana, podle Trumpa by učitelé měli být ozbrojeni a řidiči kamiónů chtějí v Německu žalovat své zaměstnavatele. Všechny tři headlines byly zařazeny do úvodu relace, pouze pořadí se změnilo. Druhé hlavní téma bylo posunuto na třetí pozici a tím se informace o žalobě řidičů kamiónů kvůli nízké mzdě posunula o pozici výš. Domácích příspěvků bylo ve čtvrtém zpravodajství 17, zahraničních tedy pouze pět. Negativních zpráv obsahovala relace sedm a šest bylo o elitní osobě.

FTV Prima

Zprávy FTV Prima odvysílaly pouze 16 zpráv, které se věnovaly 9 tématům. Headlines byly zvoleny: blíží se mrazy a venku přituhuje, zamořená oblast s morem prasat se zvětšila a čeští řidiči kamiónů se chtějí soudit kvůli nízké mzdě v Německu. Hlavní témata byla zachována v úvodu relace, pořadí ovšem bylo změněno. Nejdříve Prima odvysílala reportáž o řidičích kamionů, kteří jsou nespokojení se svojí mzdou. Následovala zpráva o mrazech, které postihnou Českou republiku a jako poslední diváci shlédli reportáž s problematikou moru prasat. Zpráv z domova bylo odvysíláno 12 a ze zahraničí čtyři. Negativní zprávy klesly na tři a jeden příspěvek o elitní osobě.

Nebylo vyzpozorováno žádné téma, které by se objevovalo ve všech sledovaných relacích.

6.5 Pátek 23. 2.

Tabulka č. 5: Tematická struktura domácích a zahraničních zpráv

TÉMATA	ČETNOST V RELACI		
	ČT	TV NOVA	FTV PRIMA
Armáda			
Celebrity a showbyznys		1	1
Doprava			1
Finance a ekonomika	2	1	
Krimi	2	2	
Kultura			
Neštěstí a přírodní katastrofy	1	3	4
Ostatní	6	4	3
Počasí	1		
Politika	2	2	3
Průmysl a obchod		1	
Sociální sféra	4	1	1
Soudy, justice		1	
Sport		1	
Školství			
Zajímavosti	7	3	
Zdravotnictví	1		
Zemědělství			
Životní prostředí			

Zdroj: K. Oehmová, 2018 (vlastní šetření)

ČT1

Poslední všední den odvysílala ČT1 26 zpráv a obsáhla je v 11 tématech. Jako headliny zvolila tyto zprávy: jednání o rozpočtu EU, reakce na odvolání ředitele České

pošty a epidemie chřipky. První hlavní téma bylo zařazeno i na začátek relace, následovalo jednání EU o migraci. Další příspěvek poukazyval na spory kvůli odvolání ředitele České pošty, což byl zároveň i druhý headline. Třetí hlavní téma se zdravotní tematikou oslovilo diváky až jako deváté v pořadí. Příspěvků z domácího prostředí bylo odvysílán 20 a ze zahraničního šest. Negativní zpráva zazněla v relaci jedna a dvě se týkala elitních osob.

TV Nova

Televizní noviny v pátek odprezentovaly 20 příspěvků, které spadaly do 11 témat. Headliny TV Nova zvolila: poslanecká kantýna zdražuje, rozsáhlý požár v areálu bývalých mrazíren a Andrej Babiš na summitu Evropské rady. První nepodstatné téma headlinu o zdražení v poslanecké kantýně bylo zařazeno na úvod relace s plynulou návazností na problematiku alkoholu tamtéž. Třetí zpráva podrobněji analyzovala situaci vzniku a hašení požáru v areálu bývalých močovských mrazíren, jejíž stručné sdělení bylo obsahem druhého headlinu. Poslední hlavní téma o Andrejovi Babišovi na summitu Evropské rady bylo odsunuto až na sedmé místo, hned po krádeži vzácného výra. V Televizních novinách jsme shlédli celkem 17 domácích zpráv a tři zahraniční. Negativní byly dvě a šest o elitních osobách.

FTV Prima

Páteční zprávy odvysílaly 13 reportáží týkající se 7 témat. Jako headliny televize Prima zvolila: ministr vnitra odvolal šéfa České pošty, v Thajsku zemřel český turista a Merkelová vyzvala k větší solidaritě. První dva hlavní příspěvky zazněly na začátku relace a ve stejném pořadí. Zpráva, která informovala o výzvě Angely Merkelové byla zařazena až na osmou pozici hned po reportáži o neutracení krotkého jelena Standy, který nešťastně zranil turistu. V rámci relace bylo odvysíláno deset domácích zpráv a tři zahraniční. Negativní zprávy se diváci dozvěděly tři a jednu o elitní osobě.

Všechny tři sledované stanice měly společná tato témata: ministr vnitra odvolal ředitele České pošty, jelen Standa nebude utracen za napadení turistu a rozsáhlý požár mrazíren v Mochově.

6.6 Sobota 24. 2.

Tabulka č. 6: Tematická struktura domácích a zahraničních zpráv

TÉMATA	ČETNOST V RELACI		
	ČT	TV NOVA	FTV PRIMA
Armáda			
Celebrity a showbyznys			1
Doprava			
Finance a ekonomika	2		1
Krimi	1	6	2
Kultura			
Neštěstí a přírodní katastrofy	1	3	1
Ostatní	2	3	2
Počasí	1	3	1
Politika	2	1	
Průmysl a obchod			
Sociální sféra	4	2	
Soudy, justice			1
Sport	5	2	1
Školství			1
Zajímavosti	3	3	1
Zdravotnictví			
Zemědělství			
Životní prostředí			

Zdroj: K. Oehmová, 2018 (vlastní šetření)

Česká televize

Hlavní zpravodajská relace Události odvysílala první víkendový den 21 příspěvků, které se zabývaly devíti tématy. Jako headliny byly zvoleny tyto zprávy: referendum bez

podpory, snaha o syrské příměří a vítězství Ester Ledecké. Všechny tři headlines byly zařazeny na začátek relace, jen v jiném pořadí. První reportáž byla o úspěchu Ester Ledecké na olympijských hrách, po ní následoval náhled do sporů o referendum a poslední hlavní zpráva diváky informovala o snaze o příměří v Sýrii. S končící olympiádou vzrostl i počet sportovních příspěvků o českých reprezentantech. Domácí zprávy obsahovalo 16 příspěvků a zbylých 5 cílilo za hranice. Negativní reportáž byla jen jedna a dvě o elitní osobě.

TV Nova

Televizní noviny odvysílaly první víkendový den 23 zpravodajských příspěvků, které se týkaly osmi témat. Headliny relace: Ledecká završila olympijský zázrak druhým zlatem, výstraha ČHMÚ - Česko zachvátí arktický mráz a pátá řada show SuperStar startuje už dnes večer. Největší sportovní úspěch v historii, o který se zasloužila Ester Ledecká pochopitelně zařazen hned na první místo relace, stejně jako headline. Druhý hlavní příspěvek se propadl až na šesté místo, až po informaci o obviněném muži z vraždy. Tomuto příspěvku předcházela zpráva o pošťákovi, který vyhazoval v pracovní době zásilky, které měl doručit. Domácích zpráv bylo divákům odprezentováno 20 a pouhé tři byly ze zahraničí. Relace odvysílala deset negativních příspěvků a pět o elitní osobě.

FTV Prima

Zprávy na Primě odvysílaly v sobotu 12 příspěvků, které obsáhly deset témat. Headliny byly zvoleny: druhé zlato pro českou šampionku, meteorologové nabádají k opatrnosti před mrazy a po útěku na samici vlka upozornili obyvatelé. Na začátku relace byla divákům poskytnuta zpráva o příchodu mrazivých dnů, pak následovala reportáž o úspěchu Ester Ledecké na olympijských hrách. Poslední headline o nalezené vlčici, která utekla z jihlavské ZOO, byl zařazen na třetí pozici relace. Všechny hlavní zprávy tedy obsadily na začátku relace první tři pozice. Sobotní relace obsahovala například i reportáž o prasklém potrubí, z kterého voda vyplavila lidské ostatky. Z domácího prostředí bylo odvysíláno deset příspěvků a ze zahraničí dva. FTV Prima předložila divákům pět negativních zpráv a jednu o elitní osobě.

Společná témata všech tří sledovaných hlavních zpravodajských relací: Ester Ledecká si odváží dvě zlaté medaile z olympijských her, požár bývalých mrazíren v Mochově už je pod kontrolou a meteorologové varují před velkými mrazy.

6.7 Neděle 25. 2.

Tabulka č. 7: Tematická struktura domácích a zahraničních zpráv

TÉMATA	ČETNOST V RELACI		
	ČT	TV NOVA	FTV PRIMA
Armáda			
Celebrity a showbyznys		1	1
Doprava		1	1
Finance a ekonomika	1	2	2
Krimi	2	2	2
Kultura	1	1	
Neštěstí a přírodní katastrofy	1	1	1
Ostatní	2	5	
Počasí	1		
Politika	5	2	1
Průmysl a obchod			
Sociální sféra	3	1	1
Soudy, justice			
Sport	2	2	2
Školství	1	1	
Zajímavosti	6	3	1
Zdravotnictví			1
Zemědělství	1	1	
Životní prostředí			

Zdroj: K. Oehmová, 2018 (vlastní šetření)

Česká televize

Poslední den v týdnu Česká televize odvysílala v hlavní zpravodajské relaci 27 zpráv zpracovaných do 12 témat. Jako headliny zvolila: spor o vládu v demisi, olympijské hry skončily a varování před mrazem. Téma prvního headlinu zaznělo hned na začátku zpravodajské relace, na něj navazoval příspěvek s názory veřejnosti na politiku. Na třetí pozici se dostala reportáž o zakončení zimních olympijských her. Poslední hlavní zpráva o varování před mrazy se objevila na páté pozici, hned po sdělení, že v Praze policie zadržela předáka syrských Kurdů. Za zajímavou zprávu dne je možné označit nalezení funkčního granátu v pražské Vltavě. Nedělní Události odvysílaly 22 domácích příspěvků a 5 zahraničních. Negativní příspěvek zazněl jediný a 2 zprávy byly věnovány elitní osobě.

TV Nova

Nedělní Televizní noviny odvysílaly 23 příspěvků z celkem 13 témat. Headliny upozornily na následující zprávy: rekordní zima - arktický mráz zasáhl Česko, hasiči po dvou dnech uhasili mohutný požár v Mochově a skončila olympiáda v jihokorejském Pchjongčechangu. Zpravodajská relace začala zprávou, že hřbitovy řady měst v Česku jsou přeplněné. Následoval první headline o rekordní zimě, která zasáhla Českou republiku. Druhá hlavní zpráva se v pořadí propadla až na desátou pozici a ještě hlouběji, na třinácté příčce, skončila reportáž o závěru olympiády. Tu předcházela tragická zpráva, že řidička, která způsobila autonehodu, za ni zaplatila životem. Příspěvků z domácího prostředí diváci shlédli 20 a 3 pocházely ze zahraničí. Nedělní relace odvysílala 11 negativních zpráv 4 o elitních osobách.

FTV Prima

Televize Prima poslední den v týdnu odvysílala v hlavní zpravodajské relaci 13 reportáží v rámci deseti témat. Do headlinů zařadila zprávy: mrazy budou pokračovat, bývalý vůdce syrských Kurdů a nechápe proč byl zrušen zákaz vjezdu. První headline, který obsahoval zprávu o mrazech odstartoval nedělní relaci. Druhá hlavní zpráva o zadržení Sáliha Muslima v Praze, což je bývalý spolupředseda strany Demokratické

unie, zařazena na třetí pozici. Před ní se dostala zpráva o problematice kamiónů v Říčanech. Zprávy FTV také zveřejnily informaci, že veterináři stále bojují proti africkému moru prasat. Z domácího prostředí bylo odvysíláno 11 reportáží, zbylé dvě byly lokalizovány ze zahraničí. Negativní zprávy se objevily dvě a elitní osobu prezentoval jeden příspěvek.

Všechny tři relace zařadily do nedělního zpravodajství příspěvek o závěru zimních olympijských her a zadržení předáka syrských Kurdů v Praze. Diváky svorně upozornili na pokračování silných mrazů i v následujícím týdnu a v rámci připomenutí aktuálního výročí zavzpomínali na negativa totalitního režimu.

K překvapení autorky prezentovaly všechny relace v průběhu jednoho týdne celkem vyvážený počet pozitivních a negativních zpráv. Tento fakt mohla ovlivnit i zrovna probíhající zimní olympiáda a medailové úspěchy našich sportovců, které se promítly do většího množství pozitivně laděných sportovních příspěvků.

6.8 Výsledky strukturovaných rozhovorů

Ve strukturovaném rozhovoru moderátorky odpovídaly na otázky, týkající se veřejnoprávní televize, komerčních televizí a jejich komparace. Smyslem rozhovoru bylo zjistit profesionální názor na dva odlišné mediální subjekty. Rozhovor poskytla za komerční televize Lucie Borhyová a za veřejnoprávní televizi PhDr. Jakub Železný.

Lucie Borhyová

Lucie Borhyová je česká moderátorka, která se narodila 16. 4. 1978 v Praze. V roce 1996 úspěšně absolvovala Gymnázium Františka Palackého v Neratovicích. Následně, po neúspěšném přijetí na Karlovu Univerzitu, začala studovat Vyšší odbornou školu publicistiky. V televizi Nova nejdříve pracovala jako redaktorka zpravodajství. Od roku 1998 pracuje jako moderátorka Televizních novin a jejím televizním partnerem je

Reynolds Koranteng. Později se Lucie Borhyová začala objevovat ještě v roli moderátorky Odpoledních televizních novin a magazínu Víkend.

Ve strukturovaném rozhovoru moderátorka Lucie Borhyová mimo jiné uvedla, na co všechno si musí dávat moderátor pozor, aby o něm nebyl vytvořen špatný mediální obraz a tím mohla klesnout i sledovanost televizního zpravodajství, ve kterém se vyskytuje. Na to navázala, že sledovanost zpravodajství určitě ovlivňuje popularita moderátorů. Na některé otázky moderátorka nechtěla odpovídat nebo se k nim více vyjadřovat, jelikož ji prý nenáleží hodnotit své kolegy z jiných televizí.

Respondentka dále uvedla svůj názor na odlišnosti mezi zpravodajstvím v komerční a veřejnoprávní televizi. Podle ní, tam rozdíl samozřejmě je. Už jenom třeba proto, že veřejnoprávní televize se průměrně věnuje více politickým tématům než komerční. Co se týká reportérů, tak tam rozdíl nevidí. Jak sama uvádí, když je dobrý reportér, tak nezáleží, v jaké televizi pracuje. Profesionál odvede svojí práci vždy dobře a s pečlivostí.

Co se týče denního pokrytí ve zpravodajství, tak moderátorka dává za pravdu, že komerční televize mají méně pokrytí než veřejnoprávní. Důležité je také období vysílání zpráv, kdy například v období voleb jsou politická témata obsáhlejší než obvykle. Podle respondentky je zpravodajství v komerční televizi vždy vyvážené, i když má nižší denní pokrytí.

PhDr. Jakub Železný

Novinář, televizní a rozhlasový moderátor PhDr. Jakub Železný se narodil v Praze roku 1973. Jeho otec je politik a mediální podnikatel Vladimír Železný. Vystudoval mediální studia na Karlově Univerzitě a v roce 2011 získal doktorát. Je učitelem předmětu Televizní zpravodajství veřejné služby na škole, kterou sám absolvoval. Od roku 1994 pracuje na Českém rozhlase, kde působí jako moderátor. Také spolupracoval s komerční televizí Nova v rámci sportovního vysílání. Na konci 90. let působil i na televizi Prima v publicistickém pořadu K věci. V roce 1999 začal vystupovat v České televizi, kde působí dodnes jako moderátor hlavní zpravodajské relace Události

Ve strukturovaném rozhovoru moderátor, mimo jiné, prozradil, že obsah komerční televize nesleduje a vyloženě ho nezajímá, ale je přesvědčen, že kvalita moderátorů ve zpravodajství České televize je na vysoké úrovni. Co se týká vnímání moderátorů, tak podle pana Železného, na to vliv bulvár mít může. To se pak odráží na sledovanosti určité relace, jelikož to, jak divák vnímá moderátora, ovlivňuje pak jeho volbu televizního programu.

Rozdíl mezi komerčním a veřejnoprávním zpravodajstvím vidí moderátor nepochybně zásadní. Dle jeho názoru, nelze vůbec poměřovat zpravodajství těchto dvou stanic. Navíc když je přesvědčen, že reportéři České televize jsou pečlivější ve zpracování zpráv než komerční televize. Dále uvádí, že Česká televize má více denního pokrytí zpravodajstvím a relace Události vysílá nejvíce politických témat.

7 VÝSLEDKY VÝZKUMU

V předchozí kapitole se výzkum zaměřuje na uspořádání zpravodajských relací na základě kategorizace témat, důležitosti zpráv, počtu příspěvků, lokalizace a zařazení. V této kapitole autorka provede komparaci a ověří hypotézy dle zjištěných dat.

Hypotéza č. 1: Komerční televize denně odvysílá méně zpráv než Česká televize.

Celkem autorka shlédla 166 zpráv na České televizi, 146 zpráv na televizi Nova a 95 příspěvků na televizi Prima. Největšího počtu odvysílaných zpráv dosáhla Česká televize na konci týdne v neděli, kdy odprezentovala 27 příspěvků. Naopak nejnižší počet příspěvků měla televize Prima v úterý a v sobotu, a to pouhých 12. Spočítáním průměrných hodnot počtu zpráv České televize a jejím následným zaokrouhlením vyplynulo, že vysílá průměrně 24 zpráv denně. Televize Nova je na tom o něco hůř, odvysílá průměrně 21 příspěvků v rámci jedné relace. Podstatně nejhůř je na tom televize Prima s 14 příspěvků. Již uvedené poznatky jsou zaznamenány v Tabulce 9. Denní počet zpráv v hlavních zpravodajských relacích prezentuje Tabulka 8.

Tabulka 8: Počet zpráv v rámci jednoho dne v relacích ČT, TV Nova a FTV Prima

Stanice	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Neděle	Celkem
ČT	23	22	24	23	26	21	27	166
Nova	18	21	19	22	20	23	23	146
Prima	14	12	15	16	13	12	13	95

Zdroj: K. Oehmová, 2018 (vlastní šetření)

Tabulka 9: Počet zpravodajských příspěvků na stanicích ČT, TV Nova a FTV Prima

Stanice	Počet zpráv	Největší počet zpráv	Nejmenší počet zpráv	Průměrný počet zpráv
ČT	166	27	21	24
Nova	146	23	18	21
Prima	95	16	12	14

Zdroj: K. Oehmová, 2018 (vlastní šetření)

Lucie Borhyová s tímto tvrzením nesouhlasí a uvádí: „*Nemyslím si to. Každá televize má svoji specifickou skupinu sledovatelů a pochopitelně se snaží jim přinášet to, co od ní očekávají.*“ PhDr. Jakub Železný je však zcela odlišného názoru: „*To je snad zcela zjevné, stačí se podívat do televizního programu.*“

Na základě provedené analýzy a strukturovaného rozhovoru se **hypotéza č. 1 potvrzuje**. Pouze v jednom případě se stalo, že komerční televize Nova odvysílala více příspěvků než Česká televize, a to v sobotu. Konečný výsledek tedy je, že komerční televize denně odvysílá méně zpráv než Česká televize.

Hypotéza č. 2: FTV Prima se více soustředí na divácky atraktivní témata než ostatní televize.

Divácky atraktivní témata vystihují zpravodajské hodnoty, které se v nich vyskytují. Tyto hodnoty byly součástí analýzy. Atraktivním tématem bylo v analýze považováno to, ve kterém byla obsažena negativita či elitní osoba. Zprávy o elitních osobách se nejvíce vyskytovaly na TV Nova, a to ve čtvrtek a pátek v šesti příspěvcích. Nejmenší počet příspěvků měla Prima, kromě úterý odvysílala každý den pouze jeden příspěvek o elitní osobě.

Negativních příspěvků odvysílala nejméně Česká televize. V pátek, sobotu a neděli dokonce jen jednu za den. Je to možná tím, že v těchto dnech, kdy lidé spíše odpočívají, chtějí slyšet více pozitivních informací. Nejvíce špatných zpráv Česká televize odvysílala ve středu. Je v tom možná jistá systematickost, jelikož uprostřed týdne jsou lidé nejvíce produktivní a zařazení do pracovního procesu, tudíž zvládnou více

negativních zpráv než na začátku týdne či o víkendu. Nejvíce negativních zpráv odvysílaly Televizní noviny v nedělní relaci, a to 11 příspěvků. Podobně na tom byla Nova i v sobotu, kdy odvysílala takových příspěvků 10. Prima měla nejvíce negativních příspěvků v úterý, a i tak pouze tři. Tabulky 10 a 11 ukazují výše uvedená témata.

Tabulka 10: Počet zpráv o elitní osobě na ČT, TV Nova a FTV Prima

Stanice	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Neděle	Celkem
ČT	2	1	2	2	2	2	2	13
Nova	3	2	5	6	6	5	4	31
Prima	1	3	1	1	1	1	1	9

Zdroj: K. Oehmová, 2018 (vlastní šetření)

Tabulka 11: Počet negativních zpráv

Stanice	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Neděle	Celkem
ČT	3	4	5	3	1	1	1	18
Nova	8	8	7	7	2	10	11	53
Prima	2	2	4	3	3	5	2	21

Zdroj: K. Oehmová, 2018 (vlastní šetření)

Na základě analýzy a strukturovaného rozhovoru bylo zjištěno, že **hypotéza č. 2 se zamítá**. U televize Prima se pouze 30 zpráv týkalo elitní osoby a negativity. U ostatních televizí byla četnost těchto zpráv podstatně vyšší.

Hypotéza č. 3: Česká televize odvysílá více politických témat než soukromé televize.

Během analýzy bylo vyzkoumáno, že nejvíce politických témat na České televizi se vyskytovalo v neděli. V Televizních novinách se politické téma nejvíce objevovalo ve středu, a to ve čtyřech příspěvcích. Naopak nejméně politicky zaměřených příspěvků

měla TV Nova v pondělí a sobotu. Může v tom být spatřován záměr, že v tyto dny lidé nemají většinou náladu na politiku. Jsou buď unavení z prvního pracovního dne nebo chtějí po náročném pracovním týdnu odpočívat. Zprávy na Primě se politikou moc nezabývaly. V pondělí, úterý, ve čtvrtek a v sobotu dokonce neodvysílaly jediné téma týkající se politiky. Největší četnost politických příspěvků měla Prima v pátek. Tabulka 12 je podkladem pro výše uvedené informace.

Tabulka 12: Počet politických témat na ČT, TV Nova a FTV Prima

Stanice	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Neděle	Celkem
ČT	4	2	3	4	2	2	5	22
Nova	1	2	4	3	2	1	2	15
Prima	0	0	2	0	3	0	1	6

Zdroj: K. Oehmová, 2018 (vlastní šetření)

Na otázku, jaká hlavní zpravodajská relace se nejvíce věnuje politickým tématům pan Železný uvedl: „*Jsem přesvědčen, že v Událostech v České televizi.*“ Respondentka Lucie Borhyová byla stejného názoru, i když ne tak zcela přesvědčena: „*Na to nelze odpovědět jednoznačně, ale zřejmě na veřejnoprávní televizi, protože k té to i patří...*“

Z výše uvedené analýzy a strukturovaného rozhovoru vyplynulo, že **hypotéza č. 3 je potvrzena**. Politická témata se v České televizi vyskytovala každý den ve větším počtu než na ostatních stanicích, kromě středy a pátku, kdy o jeden příspěvek převládaly komerční televize.

Hypotéza č. 4: Česká televize se věnuje více zahraničním tématům než komerční televize.

V období probíhající analýzy se nejvíce objevovaly ve zpravodajských relacích domácí příspěvky. Co se týče zahraničních příspěvků, tak ty nejvíce prezentovala Česká televize, a to celkem ve 41 zprávách. Televize Nova celkem za celé sledované období odvysílala 30 zahraničních příspěvků. Nejvíce odvysílaných zahraničních témat na České televizi bylo v pondělí, naopak nejméně ve čtvrtek. To byl také jediný den, kdy

odvysílala více zahraničních příspěvků TV Nova ve své relaci Televizní noviny. Ve zbylých šesti dnech ČT vždy odprezentovala více zahraničních témat než komerční televize. Tabulka 13 je podkladem pro výše uvedená fakta.

Tabulka 13: Počet zahraničních zpráv na ČT, TV Nova a FTV Prima

Stanice	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Neděle	Celkem
ČT	8	6	7	4	6	5	5	41
Nova	7	6	3	5	3	3	3	30
Prima	4	2	2	4	3	2	2	19

Zdroj: K. Oehmová, 2018 (vlastní šetření)

Na základě výsledků, které byly zjištěny z analýzy a rozhovoru, se **hypotéza č. 4 potvrzuje**. Ve všech dnech, kromě čtvrtku, bylo v hlavní zpravodajské relaci Události odvysíláno více zahraničních témat než na komerčních televizích.

ZÁVĚR

Tato diplomová práce analyzovala hlavní zpravodajské relace České televize, televize Nova a televize Prima nesoucí název Události, Televizní noviny a Zprávy. Ty autorka sledovala a následně analyzovala po sedm dní, od pondělí do neděle. Cílem práce bylo zjistit, jestli a jak velké rozdíly jsou mezi komerčními relacemi a veřejnoprávní relací z hlediska nastolených témat. V rámci analýzy bylo zjišťováno, kolik témat stanice odvysílají, jestli je jich víc domácích či zahraničních a jestli jsou prezentována na základě důležitosti nebo zábavnosti. Ze zjištěných výsledků autorka ověřovala stanovené hypotézy, které uvedla do metodologické části.

Byly potvrzeny hypotézy č. 1, 3 a 4. Hypotéza č. 1 se zabývala tím, že Komerční televize denně odvysílá méně zpráv než Česká televize. Na základě sledování a provedených výpočtů Česká televize odvysílá v průměru denně o tři zprávy více než televize Nova a o deset zpráv více než televize Prima. Každý den Česká televize odvysílala více příspěvků než komerční televize. Tento fakt platí pro všechny sledované dny kromě soboty, kdy televize Nova odvysílala o dvě zprávy více než veřejnoprávní televize. Výsledné zjištění autorka podložila tabulkou č. 8 a č. 9, kde uvedla všechny číselné údaje.

Hypotéza č. 3 obsahovala tvrzení, že Česká televize odvysílá více politických témat než soukromé televize. Dle autorčiných zjištění odvysílala veřejnoprávní televize za sledované období o 7 politických zpráv více než televize Nova a o 16 politických příspěvků více než televize Prima. Česká televize odvysílala v pěti dnech ze sedmi více politických zpráv než komerční televize. Uvedená fakta autorka podložila výslednou tabulkou č. 12.

Hypotéza č. 4 se zabývala tvrzením, že Česká televize se věnuje více zahraničním tématům než komerční televize. Toto tvrzení bylo potvrzeno, jelikož Česká televize za celé týdenní sledované období odvysílala 41 zahraničních příspěvků, což bylo o 11 více než televize Nova a o 22 více než televize Prima. I v tomto případě autorka výsledné tvrzení podložila tabulkou č. 13.

Hypotéza č. 2, která obsahovala tvrzení, že FTV Prima se více soustředí na divácky atraktivní témata než ostatní televize, byla na základě autorčinných výsledků nepotvrzena. Atraktivním tématem analýza považovala to, ve kterém byla obsažena negativita či elitní osoba. V obou případech nejvíce takových zpráv odvysílala televize Nova, tudíž bylo prokázáno, že televize Prima se v tak velké míře na divácky atraktivní témata nezaměřuje. Zhodnocení výsledků bylo podloženo tabulkou č. 10 a č. 11.

Z výsledků analýzy hlavních zpravodajských relací vyplynulo, že Česká televize si pořád udržuje serióznost svých příspěvků a také hojně využívá své zahraniční reportéry. Autorka zjistila, že televize Nova se trochu odlišuje svým uspořádáním a volením témat od ostatních stanic. Je jasné, že více směřuje k bulvarizaci. Témata, kterým se věnuje, mají spíše negativní charakter, ať už se jedná o dopravní nehody, kriminalitu, násilí či přírodní katastrofy.

V závěru práce autorka navrhuje její rozšíření či pokračování o průzkum přímo ve sledovaných televizních stanicích. V rámci dotazníkového šetření by mohlo být od reportérů a redaktorů zjištěno, jaké postupy při tvoření zprávy používají a na základě jakého kritéria dochází k výběru událostí.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

BURNS, L. S. *Žurnalistika*. Překlad H. Loupová. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-871-6.

BURTON, G.; JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. Vyd. 1. Brno: BARRISTER & PRINCIPAL, 2001. ISBN 80-85947-67-6.

HLADKÝ, M. a kol. *Žurnalistika v televizi*. Vyd. 1. Praha: Novinář, 1986.

HURTÍKOVÁ, H. *Framing televizního zpravodajství a jeho účinek na formování politických postojů veřejnosti: případová studie pádu vlády Mirka Topolánka v roce 2009*. Vyd. 1. Brno: CDK, 2016. ISBN 978-80-7325-400-1.

JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.

KALVAS, F. *Nastolování agendy: Role masové a interpersonální komunikace, osobní zkušenosti a genderu*. Vyd. 1. Plzeň: Západočeská univerzita, 2009. ISBN 978-80-7043-805-3.

KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X.

MCCOMBS, M. *Agenda setting*. Překlad T. Kačer a V. Nečas. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.

MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Překlad H. Loupová. Vyd. 4. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.

OSVALDOVÁ, B. a kol. *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. ISBN 80-246-0248-2.

PROKOP, P. *Teorie televizní a filmové tvorby: televizní zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: SPN, 1988.

REIFOVÁ, I. a kol. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Překlad B. Köpplová. Vyd. 3. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4.

REIFOVÁ, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

ŠKODOVÁ, M. a kol. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. Vyd. 1. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2008. ISBN 978-80-7330-151-4.

ŠKODOVÁ, M.; NEČAS, V. a kol. *Veřejná a mediální agenda: komparativní analýza tematizace veřejné sféry*. Vyd. 1. Praha: Professional Publishing, 2009. ISBN 978-80-7431-009-6.

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

URBAN, L., DUBSKÝ, J., MURDZA, K., *Masová komunikace a veřejné mínění*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3563-4.

VÁGNER, I. *Televizní zprávy – psychický nátlak?* Vyd. 1. Praha: Argo, 1997. ISBN 80-7203-160-0.

VERNER, P. *Zpravodajství a publicistika*. Vyd. 2. Praha: UJAK, 2010. ISBN 978-80-86723-88-4.

Seznam použitých zahraničních zdrojů

DEARING, J. W.; ROGERS, E. M. *Agenda-setting*. Thousand Oaks: Sage, 1996. ISBN 0-7619-0563-4.

Seznam použitých internetových zdrojů

FTV PRIMA. *Historie společnosti*. [online]. © 2018. [cit. 2018-01-20]. Dostupné z: <http://www.iprima.cz/o-spolecnosti/historie-spolecnosti>

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Rozhlasové a televizní vysílání v ČR*. [online]. ©2018 [cit. 2018-01-28]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/rozhlasove-a-televizni-vysilani-v-cr-484.html>

ČESKÁ TELEVIZE. *Historie československé televize*. [online]. ©1996–2018 [cit. 2018-01-18]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/prehistorie/>

Knowledge gap [online]. ©27. 2. 2017 [cit. 2017-03-05]. Dostupné z: https://www.utwente.nl/en/bms/communication-theories/sorted-bycluster/Mass%20Media/knowledge_gap/

SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČR. *Syndikát novinářů*. [online]. ©2017 [cit. 2018-02-15]. Dostupné z: <https://syndikat-novinaru-cr-z-s.webnode.cz/>

TV NOVA. *Naše značky, televize*. [online]. ©2018 [cit. 2018-02-05]. Dostupné z: <http://www.novagroup.cz/nase-znacky/televize>

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Seznam tabulek

Tabulka 1: Tematická struktura domácích a zahraničních zpráv	47
Tabulka 2: Tematická struktura domácích a zahraničních zpráv	50
Tabulka 3: Tematická struktura domácích a zahraničních zpráv	52
Tabulka 4: Tematická struktura domácích a zahraničních zpráv	55
Tabulka 5: Tematická struktura domácích a zahraničních zpráv	57
Tabulka 6: Tematická struktura domácích a zahraničních zpráv	60
Tabulka 7: Tematická struktura domácích a zahraničních zpráv	63
Tabulka 8: Počet zpráv v rámci jednoho dne v relacích	68
Tabulka 9: Počet zpravodajských příspěvků na stanicích	69
Tabulka 10: Počet zpráv o elitní osobě	70
Tabulka 11: Počet negativních zpráv	70
Tabulka 12: Počet politických témat na ČT, TV Nova a FTV Prima	71
Tabulka 13: Počet zahraničních zpráv na ČT, TV Nova a FTV Prima	72

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Rozhovor: Lucie Borhyová.....	I
Příloha B - Rozhovor: PhDr. Jakub Železný	III
Příloha C – Obrázek: Lucie Borhyová	V
Příloha D – Obrázek: PhDr. Jakub Železný	V

Příloha A – Rozhovor: Lucie Borhyová

Myslíte si, že vnímání moderátorů zpravodajství diváky je ovlivněno bulvárními články?

Moderátor je člověk veřejného zájmu. Vše, co se kolem něj děje, veřejnost zajímá. Proto je pro moderátora důležité dávat si pozor, jak se chová a co říká. To znamená, že určité články dokáží ovlivnit vnímání dotyčného člověka. Všichni ví, že bulvární články jsou často smyšlené, ale přesto jim věří. Existuje takový všeobecně známý bonmot: „Každý říká, že bulvár nesleduje, ale každý ví, co v něm je“. Proto jsem ráda, že existují i časopisy a noviny nebulvární, kde člověk může poskytnout autorizovaný rozhovor a vše uvést na pravou míru. Tím je to pak pro diváka vyvážené a může si utvořit svůj vlastní názor. Takže ano, vše, co se kde děje utváří mediální obraz jednotlivých moderátorů.

Co si myslíte o tvrzení, že moderátoři zpravodajství v České televizi jsou profesionálnější než v komerční?

To je otázka, ke které bych se nechtěla vyjadřovat. Nemám nárok, a ani nechci, soudit jiné moderátory.

Myslíte si, že sledovanost zpravodajství ovlivňuje popularita moderátorů?

Určitě ano. Podle toho, jaký má moderátor mediální obraz (viz. první odpověď), tak divák buď moderátora má rád, nebo naopak nemá, či má na něj neutrální názor, a to je strašně důležité, protože jsou moderátoři, kteří nechávají diváka chladným nebo naopak kvůli nim televizní stanici přepíná.

Myslíte si, že věrohodnost zprávy závisí na způsobu prezentování moderátorem?

Neřekla bych, že úplně. Přesto je velmi důležité, jak zprávu moderátor podá. My si svoje vstupy upravujeme podle toho, jak je my chceme divákovi přednést. To znamená, že obsah a podstata musí zůstat stejná, ale je na nás, jakou formu prezentace si zvolíme. A to, si myslím, že je důležité.

Vnímáte rozdíl mezi zpravodajstvím České televize a TV Nova? Jaký?

Ano, samozřejmě trochu tam rozdíl je. Veřejnoprávní televize versus komerční televize, to už samo o sobě mluví, že jsou tam rozdíly.

Myslíte si, že reportéři České televize jsou pečlivější ve zpracování zpráv než komerční televize?

Určitě ne. Myslím si, že pokud je dobrý novinář, tak je úplně jedno, jestli je na veřejnoprávní nebo komerční televizi.

Mají podle vás komerční televize ve zpravodajství vyvážená témata?

Určitě ano.

Mají podle vás komerční televize méně denního pokrytí zpravodajstvím než Česká televize?

Nemyslím si to. Každá televize má svoji specifickou skupinu sledovatelů a pochopitelně se snaží jim přinášet to, co od ní očekávají. Divák je velmi pozorný a náročný, a má absolutní nadvládu – tím myslím prst na přepínači kanálů. Sledovanost TV Nova podle mne dokazuje, že je s námi divák spokojen. TV Nova měla období, kdy neměla tolik politických témat. Vše se ale mění v čase, respektive zpravodajství je vždy vyvážené, ale třeba nedávno jsme měli volební speciály, takže té politiky bylo víc. Záleží tedy na období, jakým směrem kdo televizi vede.

Na jaké stanici, v rámci hlavní zpravodajské relace, se podle vás nejvíce věnují politickým tématům?

Na to nelze odpovědět jednoznačně, ale zřejmě na veřejnoprávní televizi, protože k té to i patří. TV Nova měla období, kdy neměla tolik politických témat. Vše se ale mění v čase, respektive zpravodajství je vždy vyvážené, ale třeba nedávno jsme měli volební speciály, takže té politiky bylo víc. Záleží ale i na vnějších faktorech, tedy například na tom, jak v rámci zpravodajské licence, či „pojetí“, chcete-li, ten který subjekt vnímá společenské klima a zpravodajskou poptávku.

Příloha B – Rozhovor: PhDr. Jakub Železný

Myslíte si, že vnímání moderátorů zpravodajství diváky je ovlivněno bulvárními články?

Vzhledem k tomu, že bulvární média nesleduji, nejsem schopen kvalifikovaně odpovědět. Nepochybně ale obecně platí, že vnímání jakékoli –zvláště viditelné – profese je do značné míry determinováno i jinými vlivy, než je vykonávání profese samotné.

Co si myslíte o tvrzení, že moderátoři zpravodajství v České televizi jsou profesionálnější než v komerční?

Opět se obávám, že nedokážu odpovědět zcela kvalifikovaně, komerční televize nesleduji, jejich obsah mě opravdu nezajímá. Jsem ale přesvědčen, že kvalita moderátorů ve zpravodajství České televizi je na opravdu vysoké úrovni.

Myslíte si, že sledovanost zpravodajství ovlivňuje popularita moderátorů?

Je potřeba se ptát, co je to „popularita“. Je to „obecná známost“? To, jak o moderátorovi referují třeba právě zmíněná bulvární média? Nepochybně ale platí, že to, jak divák vnímá moderátora, ovlivňuje pak jeho volbu televizního programu. Myslím ale, že v případě České televize se jedná spíš než o „popularitu“, o jiné ukazatele: věrohodnost, respekt a podobně.

Myslíte si, že věrohodnost zprávy závisí na způsobu prezentování moderátorem?

Viz předchozí odpověď. Tedy: určitě ano.

Vnímáte rozdíl mezi zpravodajstvím České televize a TV Nova? Jaký?

Nepochybně je zcela zásadní. Nelze vůbec poměřovat zpravodajství komerčního kanálu a televizi veřejné služby.

Myslíte si, že reportéři České televize jsou pečlivější ve zpracování zpráv než komerční televize?

Věřím, že ano.

Mají podle vás komerční televize ve zpravodajství vyvážená témata?

Nevím.

Mají podle vás komerční televize méně denního pokrytí zpravodajstvím než Česká televize?

To je snad zcela zjevné, stačí se podívat do televizního programu.

Na jaké stanici, v rámci hlavní zpravodajské relace, se podle vás nejvíce věnují politickým tématům?

Jsem přesvědčen, že v Událostech v České televizi.

Příloha C – Obrázek: Lucie Borhyová



Zdroj: Lucie Borhyová, online, cit. 2018-03-01

Příloha D – Obrázek: PhDr. Jakub Železný



Zdroj: PhDr. Jakub Železný, online, cit. 2018-03-01

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Bc. Karolína Oehmová

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: prezenční

Název práce: Analýza hlavních zpravodajských relací ČT, TV Nova a FTV Prima

Rok: 2018

Počet stran textu bez příloh: 65

Celkový počet stran příloh: 5

Počet titulů českých použitých zdrojů: 19

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 1

Počet internetových zdrojů: 6

Vedoucí práce: Mgr. Michal Schuster, MBA