

**Univerzita Palackého v Olomouci**  
**Filozofická fakulta**  
**Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky**

**Proměny tematické agendy ve zpravodajské relaci**

**Události 2005 až 2015**

*Transformation topics agenda of the main news broadcast Události  
from 2005 to 2015*

*Bakalářská diplomová práce*

**Gabra Čelůstková**

**Vedoucí práce:** Mgr. Zdeňka Burešová

Olomouc 2016

**Čestné prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem předkládanou bakalářskou diplomovou práci zpracovala samostatně pod vedením Mgr. Zdeňky Burešové a použila jen uvedené prameny a literaturu. Přesný počet znaků včetně mezer je 100 040.

V Olomouci dne 21. dubna 2016

Gabra Čelůstková .....

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala Mgr. Zdeňce Burešové za všechny poskytnuté konzultace a její podnětné a cenné připomínky během psaní práce. Rovněž chci poděkovat své rodině a příteli za podporu a pomoc při tvorbě bakalářské práce.

## **Abstrakt**

Bakalářská diplomová práce se zaměřuje na tematickou skladbu hlavní zpravodajské relace Události v rozmezí let 2005 až 2015. Práce vychází z teoretických konceptů agenda-setting, gatekeepingu a konceptu zpravodajských hodnot. Metodika práce je založena na komparační analýze. Na základě komparace předem vypracovaných 23 obsahových analýz zpravodajství ČT práce zjišťuje, jaká témata jsou v daných letech v Událostech nejčastěji prezentována. Jak se během let vyvíjela rozmanitost témat prezentovaných v relaci či jak se měnila délka hlavního zpravodajského pořadu. Dále se práce zabývá tím, jak velký prostor věnovalo zpravodajství jednotlivým politickým stranám a jaký byl způsob referování o těchto stranách. Kolik prostoru v rámci zpravodajské relace bylo během let věnováno jednotlivým krajům či zda v Událostech narůstá počet soft news. Vymezených cílů práce je dosaženo komparací 11 zkoumaných let, tedy 23 vypracovaných analýz zpravodajství ČT, sedmi ročních a 16 čtvrtletních.

## **Klíčová slova**

Zpravodajství, objektivita ve zpravodajství, zpravodajské hodnoty, gatekeeping, agenda-setting, veřejnoprávní média, Česká televize, Události.

## **Abstract**

This bachelor thesis focuses on the topics structure of the main news broadcast Události from 2005 to 2015. The work is based on theoretical concepts of agenda-setting, gatekeeping and the concept of news values. The method utilized is the comparative analysis. Comparing 23 previously analysed ČT news contents, the thesis tries to find out what topics are considered the most important in Události in the given years. It shows how the diversity of topics presented in the broadcast changed during the years and how the length of the main news broadcast changed. The thesis also focuses on the proportion of space given to individual political parties and what the method of reporting about these parties was, how much space within news broadcast was dedicated to individual regions during the years or whether we can see an increasing tendency in the number of soft news in Události. The aims of the thesis are achieved by the comparison of surveyed 11 years, i.e. 23 elaborated analyses of ČT news, seven of which are annual and 16 quarterly.

## **Keywords**

News, objectivity in news, news values, gatekeeping, agenda-setting, public service media, Česká televize, Události.

## Obsah:

<b>1. ÚVOD .....</b>	<b>7</b>
1.1. CÍLE PRÁCE.....	7
<b>2. TEORETICKÁ ČÁST .....</b>	<b>9</b>
2.1. TEORIE ZPRAVODAJSTVÍ .....	9
2.1.1. Zpravodajství .....	9
2.1.2. Televizní zpravodajství .....	10
2.1.2.1. Televizní zpráva .....	10
2.1.2.2. Typologie televizních zpráv .....	11
2.1.3. Pseudoudálost .....	12
2.1.4. Reprezentace reality ve zpravodajství .....	13
2.1.5. Objektivita ve zpravodajství.....	14
2.1.6. Zpravodajské hodnoty .....	17
2.1.7. Zpravodajské rutiny .....	19
2.2. GATEKEEPING.....	21
2.3. AGENDA-SETTING.....	24
2.4. VEŘEJNOPRÁVNÍ MÉDIUM.....	27
2.4.1. Česká televize .....	29
2.4.1.1. Kodex ČT .....	30
2.4.1.2. Hlavní zpravodajská relace České televize .....	32
2.4.1.2.1. Události na zpravodajském trhu .....	32
<b>3. PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>34</b>
3.1. OBSAHOVÁ ANALÝZA .....	34
3.1.1. Tematická agenda a její analýza.....	35
3.2. CÍLE, VÝZKUMNÉ OTÁZKY A METODIKA .....	37
3.3. VÝZKUMNÝ VZOREK .....	39
3.4. POPIS DAT Z ANALÝZ ZPRAVODAJSTVÍ ČT .....	39
3.5. KOMPARACE TEMATICKÉ SKLADBY UDÁLOSTÍ A JEJÍ ZMĚNY .....	41
3.6. KOMPARACE ROZMANITOSTI TÉMAT V UDÁLOSTECH.....	46
3.7. KOMPARACE VÝVOJE DÉLKY UDÁLOSTÍ.....	49
3.8. KOMPARACE POLITICKÉHO ZPRAVODAJSTVÍ V UDÁLOSTECH.....	52
3.8.1. Porovnání četnosti výpovědí o politických stranách s veřejným míněním .....	60
3.9. KOMPARACE ZASTOUPENÍ KRAJŮ V REGIONÁLNÍM ZPRAVODAJSTVÍ UDÁLOSTÍ ...	65

3.10. KOMPARACE HARD NEWS A SOFT NEWS V UDÁLOSTECH .....	69
<b>4. ZÁVĚR .....</b>	<b>71</b>
<b>5. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ .....</b>	<b>74</b>
<b>6. SEZNAM GRAFŮ .....</b>	<b>81</b>
<b>7. SEZNAM TABULEK .....</b>	<b>82</b>

# 1. ÚVOD

„Všechno co vím, jsem se dočetl v novinách.“<sup>1</sup>

William Penn Adair "Will" Rogers

Výrok, kterým zahajoval americký humorista Will Rogers ve 30. letech své sarkastické politické glosy, nebyl jen jízlivým komentářem, který dodával jeho článkům náboj. Rogers dokázal v jedné větě postřehnout skutečnost, že se od masových médií, která nám popisují svět vzdálený našim smyslům, neustále učíme. Vystavováním se jejich vlivu získáváme řadu faktů, z nichž pak mnohé začleňujeme do našich představ a postojů. Dozvídáme se z médií, která témata jsou právě teď ve společnosti nejdůležitější, a zahrnujeme jejich tematickou agendu do své agendy hlavních témat, s nimiž se společnost zrovna potýká.<sup>2</sup> Proces učení se z masových médií se po cirka 80 letech od Rogersova komentáře stále zdokonaluje. Vedle zpravodajství, které nás denně informuje o dění ve světě, se bezmála všechny mediální výstupy stávají součástí „Interaktivní encyklopedie na život“, která své diváky, posluchače i čtenáře nejen informuje, ale také jim radí, oznamuje jim či na ně přímo explicitně apeluje, co dělat, kam jít, co jíst, čeho se bát a co za každou cenu musí mít. Dokonce i zpravodajství, které je považováno za důvěryhodnou reprezentaci reality dělá daleko více, než jen „*upozorňuje na existenci důležitých událostí a témat*“<sup>3</sup>, což je důvodem, proč věnovat pozornost těmto mediálním obsahům.

## 1.1. Cíle práce

Tato bakalářská diplomová práce se zaměřuje na podobu hlavní zpravodajské relace Události České televize (ČT) a její změny během 11 let, od roku 2005 do roku 2015. Hlavním cílem je charakterizovat, jak se proměňovalo ve zvoleném období tematické složení relace. Vedle proměn tematické agendy je součástí práce zachycení vývoje tematické rozmanitosti Událostí a zkoumání změn délky relace během výzkumného období. Dále se práce zabývá preferováním krajů v rámci regionálního zpravodajství Událostí a porovnáním prostoru věnovaného ve vysílání politickým stranám. Tento prostor

---

<sup>1</sup> MCCOMBS, 2009: 25.

<sup>2</sup> MCCOMBS, 2009: 25, 82.

<sup>3</sup> MCCOMBS, 2009: 26.

bude za použití výzkumů volebních preferencí porovnán s veřejným míněním. V práci je zařazeno i zkoumání přítomnosti prvků infotainmentu ve zpravodajství televize veřejné služby. Pro porovnání dat využitých z analýz zpravodajství českých televizí a ČRo (analýzy zpravodajství ČT) za 11 let, které byly získány kvantitativní obsahovou analýzou, budu využívat komparaci.

Podnětem pro volbu tématu bakalářské práce byl fakt, že i přes velký podíl prací, zabývajících se zkoumáním zpravodajství veřejné služby popřípadě rozdílů mezi zpravodajstvím veřejnoprávní a komerční stanice, chybí na akademické půdě více výzkumů věnujících se podobě zpravodajské relace z dlouhodobého hlediska. Také jsem nenašla práce, které by vycházely z předem vypracovaných analýz zpravodajství ČT, tudíž by neměly být proměny hlavní zpravodajské relace během posledních deseti let dosud nikde publikovány.

Hlavním teoretickým východiskem práce je koncept agenda-setting, jehož podstata už je lehce shrnuta v úvodu práce. Blíže je teorie o nastolování témat, jak se také jinak koncept agenda-setting nazývá, představena v teoretické části práce spolu s konceptem gatekeepingu a vybranými koncepty zabývajícími se tvorbou a produkcí zpravodajství. Jelikož analyzuji zpravodajský pořad ČT, bude v závěru teoretické části zařazeno i vymezení veřejnoprávního média a představení samotné relace Události, kterou se má analýza zabývat.

V praktické části proběhne po uvedení cílů práce, výzkumných otázek a metodiky samotná komparace dat, které budu čerpat z už vypracovaných 23 analýz zpravodajství ČT. Výsledky, které shrnu v závěru práce, budou odpovědí na zadané výzkumné otázky:

Jaká témata v jaké době byla prezentována v Událostech jako nejdůležitější? Jak se vyvíjela rozmanitost témat prezentovaných v Událostech? Jak se měnila délka hlavní zpravodajské relace? Odrazily se změny ve stopáži Událostí na počtu prezentovaných témat? Kolik prostoru věnovalo zpravodajství jednotlivým politickým stranám a jaký byl způsob referování o těchto stranách? Jak se měnil v relaci prostor věnovaný jednotlivým krajům? Kolik prostoru zabírají v Událostech soft news?



## 2. TEORETICKÁ ČÁST

### 2.1. Teorie zpravodajství

#### 2.1.1. Zpravodajství

Zpravodajská média zprostředkovávají události, což znamená, že se dostávají jako spojovací článek mezi něco „skutečného“ a svědectví o této skutečnosti, tedy vlastní zkušenost nabízejí těm, kteří neměli možnost „být při tom“.<sup>4</sup>

Potřeba co nejrychlejší informovanosti spadala do hlavní role zpravodajství už od počátku 15. století. S růstem obchodu a zájmem o blízkou budoucnost lidí rostla exponenciálně i poptávka po nejčerstvějších informacích,<sup>5</sup> jejichž nabídka je dnes jedním z požadavků na zpravodajská média.

*„Žurnalistické zpravodajství stojí na faktech a událostech, které vyhledává, shromažďuje, třídí, selektuje, interpretuje a předává prostřednictvím médií recipientům. Mělo by zprostředkovat rozmanité a společensky podstatné informace odrážející myšlenkovou mnohoznačnost té které společnosti.“*<sup>6</sup> Osvaldová vedle definice zmiňuje použití termínu zpravodajství také pro označení oddílu v tištěných či audiovizuálních médiích zabývajících se informováním.<sup>7</sup>

Dalším rozlišením se zabývá Lokšík ve své typologii zpravodajských produktů, kde označuje zpravodajstvím kompoziční formu, pod níž patří stylistické a vypravěčské postupy typické pro zpravodajství. Formát, tedy uspořádání zpráv do ustálených programových typů a žánr, který je řadou sdílených konvencí, apelů a očekávání.<sup>8</sup> *„Žánrové rozlišení mezi informací a zábavou nebo faktem a fikcí jsou pro mediální producenty zásadní, týkají se jich rozdílné druhy etiky a pro diváky jsou rozlišovacím znakem v otázce způsobu vnímání.“*<sup>9</sup>

Vedle informací a faktů má zpravodajství šířit hodnoty a normy dané společnosti. Zprávy jsou často jediným zdrojem informací o událostech, s nimiž lidé nemají možnost bezprostředního kontaktu,<sup>10</sup> jsou „mostem mezi okolním světem a obrazy tohoto světa v naší hlavě“<sup>11</sup>, tudíž to, jaký si příjemci zpráv udělají obrázek o událostech, závisí na zpracování informací médii. Výměnou za důvěru společnosti v pravdivost předkládaných

<sup>4</sup> JIRÁK, KÖPPLOVÁ, 2003: 42.

<sup>5</sup> BEDNAŘÍK, JIRÁK, KÖPPLOVÁ, 2011: 37-38.

<sup>6</sup> OSVALDOVÁ, 2011: 19.

<sup>7</sup> Tamtéž: 19

<sup>8</sup> LOKŠÍK, 2011: 81.

<sup>9</sup> FISKE, 1982 in TRAMPOTA, 2006: 11.

<sup>10</sup> TRAMPOTA, 2006: 12-19.

<sup>11</sup> MCCOMBS, 2009: 51.

zpráv, se od zpravodajství očekává plnění normativních požadavků objektivity a vyváženosti, díky nimž by měl být mediální obraz události odrazem skutečného dění. Co se viditelně odráží v mediálních obrazech, jsou normy etické, profesní a způsoby práce mediálních organizací.<sup>12</sup> Lokšík řadí mezi faktory ovlivňující produkci zpráv charakter a zaměření média (televizní stanice), způsob jeho financování, síť informačních zdrojů, kulturní tradici, diváckou obec či aktuální politickou situaci v zemi.<sup>13</sup>

## 2.1.2. Televizní zpravodajství

*„Televizní zpravodajství je určeno uším a očím diváka. Promlouvá k němu prostřednictvím kombinace pohyblivých obrazů, zvuků a mluveného slova. [...] Na rozdíl od jiných žurnalistických médií je vytváření zpráv pro televizi sdělováním faktům ve vizuálně akustických záběrech a z pohledu žurnalistické práce především myšlením a vyprávěním v obrazech.“<sup>14</sup>* Kvalita vazby mezi obrazem, zvukem a mluveným slovem je určující jak pro správné podání informace, tak pro její následné pochopení.<sup>15</sup>

Zpravodajství má schopnost přenášet informace v časovém souběhu v závislosti na vývoji událostí a nabízet divákům nejaktuálnější zjištění v přímém přenosu, čímž dnes disponuje i internet.<sup>16</sup>

### 2.1.2.1. Televizní zpráva

Walter Lippman považuje za zprávu jakoukoli výpověď o „věci, která se něčím vnucuje“<sup>17</sup>. Tato „věc“ je v Trampotově podání inspirací, na jejímž základě vznikne stylisticky upravená zpráva,<sup>18</sup> když je zaznamenaná v audiovizuální syntetické podobě, pak se jedná o zprávu televizní.<sup>19</sup>

Než se však „věc“, „inspirace“ či téma události stane (televizní) zprávou a dostane se k příjemci, musí projít mnoha selektivními procesy. Tímto výběrem událostí, které překročí „*práh pozornosti médií*“<sup>20</sup>, se zabývá kapitola 2.1.6. Zpravodajské hodnoty.

---

<sup>12</sup> TRAMPOTA, 2006: 12-19.

<sup>13</sup> LOKŠÍK, 2011: 81.

<sup>14</sup> Tamtéž: 73.

<sup>15</sup> Tamtéž: 73.

<sup>16</sup> Tamtéž: 80-81.

<sup>17</sup> MCQUAIL, 2009: 386.

<sup>18</sup> TRAMPOTA, 2006: 25.

<sup>19</sup> LOKŠÍK, 2011: 83.

<sup>20</sup> BURTON, JIRÁK, 2001: 241.

Organickou složkou televizní zprávy, ať už se jedná o jakýkoli zpravodajský produkt je její audiovizuálnost, což znamená v příjemcově podání spojení zraku a sluchu ke správnému dešifrování informace. Na rozdíl od zpráv v jiných médiích se vyznačují ty televizní „*specificky televizní zpravodajskou přítomností*“<sup>21</sup>, což znamená, že divákům nejsou předkládány jen předem natočené zprávy, ale v průběhu vysílání mohou moderátoři, redaktori i další informační zdroje přímo vstupovat do relací a doplňovat aktuální informace.<sup>22</sup>

### 2.1.2.2. Typologie televizních zpráv

Lokšík dělí televizní zprávy na čtené (mají podobu stručné flešové informace bez obrazového materiálu s cílem sdělit nejaktuálnější informace, nebo zpravit diváky o tom, co se teprve stane) a obrazové (obrazový záznam události doplněný čteným textem, zpravidla nejsou delší než 30 sekund. Rozlišuje „*kratřasy*“ a čtené s modifikacemi). Dalšími typy jsou zprávy kombinované, reportážní („*Je autentickým obrazovým zhuštěním události do živé, dynamické formy.[...]Střídá faktickou rovinu komentáře s emocionálním vyzněním zaznamenaných autentických výpovědí účastníků události nebo reálných zvuků a pohybů skutečnosti.*“)<sup>23</sup> a televizní zpravodajský rozhovor (nejčastější formou jsou informativní živé rozhovory mezi moderátorem a kompetentní osobou, patří sem i unilaterály či bilaterály, což je u zahraničních zpravodajů označení vstupů redaktorů do vysílání a vedení dialogu s moderátorem).<sup>24</sup>

Gay Tuchmanová se ve své typologii zpráv opírala o časový průběh události a její časové zakotvení. V první typologii odlišuje horké novinky (hard news) a doplňující informace (soft news). „*Hard news se zabývají důležitými záležitostmi, zatímco soft news záležitostmi zajímavými.*“<sup>25</sup> Podle Pattersona patří mezi hard news nové nečekané události a zvraty, zprávy o politických lídrech, témata zasahující širokou veřejnost, události, které se vymykají běžným každodenním záležitostem, jako například havárie či přírodní katastrofy a podobně. Hard news přinášejí veřejnosti takové informace, které mohou mít dopad na současný i budoucí život obyvatel. Všechny zprávy, které postrádají tyto

---

<sup>21</sup> LOKŠÍK, 2011: 83.

<sup>22</sup> Tamtéž: 83.

<sup>23</sup> Tamtéž: 87.

<sup>24</sup> Tamtéž: 83-88.

<sup>25</sup> TRAMPOTA, 2006: 30-31.

vlastnosti, patří do skupiny soft news.<sup>26</sup> V současných médiích se oba typy v některých podáních událostí překrývají.<sup>27</sup>

Podílem hard news a soft news lze měřit přítomnost infotainmentu ve zpravodajství, který Reifová definuje jako „využívání prvků zábavy ve zpravodajství (nejrůznějších aranžovaných či hereckých projevů v televizním zpravodajství (subjektivní kamera, pohyb reportéra, činnost ilustrující téma zprávy, animace apod.)“<sup>28</sup>.

Ve své druhé typologii Tuchmanová rozděluje zprávy na bezprostřední (spot news), které se objeví v médiích jednorázově a dále už se nevyvíjí. Další kategorií jsou zprávy vyvíjející se (developing news), kdy stále novější informace inovují zprávu a průběžné (continuing news), jež novináři definují jako „sérii příběhů na totožné téma založených na událostech objevujících se během určitého delšího časového období“<sup>29</sup>. I v této typologii se mohou vyskytovat nejasnosti v zařazování zpráv, které mohou projít v závislosti na obsahu události postupně všemi kategoriemi, přesto se jedná o obvyklý způsob označování zpráv.<sup>30</sup>

V praktické části práce využiji ke komparaci tematické agendy zpravodajské relace Události typologii zpráv podle tematického zaměření událostí. Tímto tematickým rozdělením zpráv se zabýval například John Hartley, který v roce 1982 označil za základní typy zpráv události politické, ekonomické, zahraniční, domácí, příležitostné a sport.<sup>31</sup> V práci nebudu využívat přímo toto rozdělení, ale použiji 11 tematických meta-kategorií, které již byly předem nadefinované z vypracovaných analýz zpravodajství ČT, jež analyzuji.

### 2.1.3. Pseudoudálost

Daniel Joseph Boorstin ve své práci *The Image* z roku 1961 charakterizuje pseudoudálosti jako nespontánní tedy plánovaně vzniklé a předem připravené události, které jsou vyrobené pro šíření v médiích, a to mnohdy i opakovaně.<sup>32</sup> „*Za jejich vznikem a tvorbou stojí vědomí, že společenské dění je zprostředkováno právě masovými médii,*

---

<sup>26</sup> PATTERSON, 2000: 3.

<sup>27</sup> TRAMPOTA, 2006: 31-32.

<sup>28</sup> REIFOVÁ, 2004 : 88.

<sup>29</sup> TRAMPOTA, 2006: 31.

<sup>30</sup> Tamtéž: 31-32.

<sup>31</sup> Tamtéž: 29-30.

<sup>32</sup> BOORSTIN, 1987: 11, 39.

*a kdyby tato neexistovala, nebyly by organizovány ani události z kategorie pseudoudálostí.*<sup>33</sup>

Oproti ostatním zprávám mají tendenci být srozumitelnější, dramatičtější, přesvědčivější, zajímavější a atraktivnější. Vztah uměle vytvořených pseudoudálostí k realitě je dvojznačný. „Zatímco se zprávy zajímají o to, co se stalo a jaké to má ve skutečnosti důsledky, zájem pseudoudálostí tkví ve smyslu, v tom zda se to opravdu událo a co mohlo být motivem.“<sup>34</sup> V médiích je zveřejnění těchto událostí často předem ohlašováno, neboť je k jejich vytvoření potřeba financí, a tudíž má každý iniciátor zájem, aby měly co nejširší dopad. Ve zpravodajství jsou předem připravené zprávy vítány často i novináři, kteří si jejich zveřejněním usnadňují práci.<sup>35</sup>

Boorstin je názoru, že „*média deformují pravou mimomediální realitu, [...] rozlišuje aktuální skutečnosti a syntetické zajímavosti a pokládá pseudoudálost za páteř zkreslené syntetické zajímavosti [...]*“<sup>36</sup>.

Pseudoudálosti, které získávají ve zpravodajství stále více prostoru, mění publika v aktéry, neboť je zájmem iniciátorů inscenujících takovou událost, aby přiměla diváky k určité reakci. V mnoha případech se stává dokonce sebenaplňujícím se proroctví, které Trampota vysvětluje na typickém příkladě pseudoudálosti - tiskové konferenci, kde se neodvíví budoucí hospodářská situace společnosti z aktuálního stavu, ale ze stavu, který iniciátoři prezentují jako reálný.<sup>37</sup>

#### **2.1.4. Reprezentace reality ve zpravodajství**

Reprezentací reality se dle Reifové rozumí uchopování skutečnosti prostřednictvím znakového systému – kódu, kterým je nejčastěji přirozený jazyk. Jelikož se jedná o uchopení nějaké minulé či vzdálené skutečnosti, dodává uchopení té dané skutečnosti význam, vzniká její určitá verze.<sup>38</sup> Stuart Hall odlišuje tři přístupy k reprezentaci reality: konstruktivistický, reflexivní a intencionální.<sup>39</sup>

V otázce pojetí reality zprostředkované médii je základním střetem rozdíl mezi prvními dvěma přístupy. Reflexivní přístup je založen na předpokladu, že významy věcí

---

<sup>33</sup> REIFOVÁ, 2004: 197.

<sup>34</sup> BOORSTIN, 1987: 11.

<sup>35</sup> BOORSTIN, 1987: 11, 37- 39.

<sup>36</sup> REIFOVÁ, 2004: 197. S Boorstinovým pojmem pseudoudálost pracují dále David Altheide a Paul Snow, kteří jej využívají k vysvětlení koncepce mediální logiky.

<sup>37</sup> TRAMPOTA, 2006: 35.

<sup>38</sup> REIFOVÁ, 2004: 211-212.

<sup>39</sup> HALL, 1997: 24-25. V Intencionálním přístupu má hlavní schopnost vytvářet významy přímo mluvčí svými záměry.

jsou uloženy v reálném světě jako součást věcí samotných. Jazykové systémy pak fungují jako zrcadla odrážející tento význam, ale neprodukují ho, protože už ve světě existuje. Ve čtvrtém století před naším letopočtem používali Řekové k procesu napodobování, zrcadlení přírody pojmu „mimesis“.<sup>40</sup> Podle tohoto přístupu by měly být události prezentované médií nápodobou, zrcadlem skutečné reality, zastupovat ji.

Naproti reflexivnímu přístupu stojí přístup konstruktivistický, který zastává teorii, že věci v materiálním světě samy o sobě žádné významy nenesou, ale jsou jim přiřazovány lidmi na základě jazykových systémů. Lidé se tak stávají sociálními aktéry, kteří pomocí jazykových, kulturních a další reprezentčních systémů významy teprve konstruují.<sup>41</sup> Podle této teorie nebude nikdy mediální zobrazení reality totožné se skutečností, protože tato skutečnost není bezprostředně přístupná. Naopak bude tato mediální realita nabývat takových významů, které si do ní promítnou lidé pracující v médiích.<sup>42</sup>

Vzhledem k tomu, že zpravodajská relace Události i celé vysílání České televize jako veřejnoprávního média podléhá Kodexu České televize (Kodex), který stanovuje závazné zásady naplňování veřejné služby, čímž utvrzuje veřejnost v předpokladu, že takové zpravodajství odráží dění ve světě, pracuji s reflexivním pojetím.

### 2.1.5. Objektivita ve zpravodajství

McQuail hovoří o objektivitě jako o zvláštní formě mediální činnosti, jako o postoji k úloze shromažďovat, zpracovávat a rozšiřovat informace. Dle něj dominuje objektivita odstupem a neutralitou ve vztahu k předmětu zpravodajství stejně jako absencí v otázkách stranění a předpojatosti. Je přesná a pravdivá (kritérium relevance a úplnosti), nemá skryté motivy a neslouží třetí straně. Bývá spojována s principem rovnosti a svobody, neboť bez svobody není nezávislosti, která je almou mater pravdivosti a nepředpojatosti. Všechny zmíněné rysy objektivitě posilují důvěru společnosti v mediální sdělení a zvyšují cenu zpráv.<sup>43</sup>

Podle Jörgena Westerstahla souvisí objektivita vedle faktů i s hodnotami a je potřeba od sebe oddělovat *hodnotící soudy*<sup>44</sup> a fakta. Rozložil objektivitu na složku faktičnosti

---

<sup>40</sup> HALL, 1997: 24-25.

<sup>41</sup> HALL, 1997: 25.

<sup>42</sup> REIFOVÁ, 2004: 213.

<sup>43</sup> MCQUAIL, 2009, 210-211.

<sup>44</sup> Bod 5.7 Kodexu ČT: „Česká televize striktně rozlišuje mezi zprávou a hodnotícím soudem (komentářem). Zprávou se rozumí skutkové tvrzení informující o určitém ději, nebo stavu. Zpráva také zpravidla obsahuje informaci o postoji hlavních aktérů události, která je předmětem zprávy. Oproti zprávě vyjadřuje hodnotící soud názory, postoje nebo pocity [...]“

a nestrannosti. Pod faktičnost, jejímž cílem je informativnost oproštěná od hodnotících soudů, zařadil *pravdu*<sup>45</sup> (přesnost a úplnost zprávy bez zatajovaných faktů a matení) a relevanci, která se vztahuje k výběru informací, a to podle zásad důležitosti pro příjemce.<sup>46</sup>

V této práci analyzuji zpravodajskou relaci České televize, která jakožto veřejnoprávní médium má splňovat všechny složky objektivitu, tedy i zásady pro výběr relevantních informací. *„Zařazení a pořadí informací ve zpravodajské agendě se řídí vahou předpokládaných dopadů na život obyvatel České republiky.“*<sup>47</sup> I v případě média veřejné služby však platí, že nakonec je to vždy publikum, které rozhoduje, co je relevantní a co ne.<sup>48</sup>

*„Relevantnější jsou ty příspěvky, které v sobě mají obecně společenský rozměr (tj. mohou sloužit jako hodnotové orientátory), které informují o důležitých aspektech spojených s veřejným zájmem či obecným národně-politickým směřováním. [...] Naopak příspěvky týkající se jednorázových „atraktivních“ témat [...] jsou považovány za méně relevantní.“*<sup>49</sup>

Nestrannosti, tedy druhé složky objektivitu podle švédského analytika lze dosáhnout *neutralitou*<sup>50</sup> a vyvážeností.<sup>51</sup> Zatímco neutrální prezentací se rozumí vyvarování se explicitním a implicitním hodnotícím prvkům ve zpracovávání informací, úkolem vyváženosti je zajistit rovný či proporční přístup aktérů do zpráv, stejně jako jejich rovnocenné předvádění a hodnocení.<sup>52</sup>

*„Zpravodajství neexistuje ve vzduchoprázdnu a ani žurnalistické normy objektivitu a vyváženosti nezabrání tomu, aby se do „fakt“ jednotlivých zpráv promítaly „hodnoty“ jak zdrojů, na které se reportéři obracejí, tak společnosti, ve které média působí, a v neposlední řadě i hodnoty, které sama média vyznávají.“*<sup>53</sup> *A protože si většina médií působících v kapitalistické společnosti cení zisku, tak si i cení takového společenského uspořádání, a takové ideologie, jež je svou podstatou kapitalistická.“*<sup>54</sup>

---

<sup>45</sup> Bod 5.8 Kodexu ČT: *„Zpráva musí být založena na zjištěných a ověřených údajích. Česká televize je při získávání a zpracovávání informací plně podřízena imperativu zjistit a divákům zprostředkovat pravdivý obraz skutečnosti...“*

<sup>46</sup> MCQUAIL, 2009: 212.

<sup>47</sup> Bod 5.4 Kodexu ČT.

<sup>48</sup> MCQUAIL, 2009: 368.

<sup>49</sup> Analýza zpravodajství ČT 2014: 29.

<sup>50</sup> Bod 5.14 v Kodexu ČT říká, že redaktoři, kteří vystupují ve zpravodajství veřejnoprávního televizního vysílání, musí jednat tak, aby divák nerozpoznal, jaký mají na věc, o níž informují, názor.

<sup>51</sup> MCQUAIL, 2009: 212.

<sup>52</sup> TRAMPOTA, 2006: 146.

<sup>53</sup> NOVÁK, 2009: 221.

<sup>54</sup> BURTON, JIRÁK, 2001: 96 in NOVÁK, 2009: 221.

Mnozí novináři a teoretikové zastávají názor, že ve zpravodajství nelze docílit absolutní objektivnosti, protože už jen výběr událostí, jež mají být sděleny veřejnosti, je procesem neobjektivním. Ať se novinář sebevíce snaží vybrat ty nejvýznamnější skutečnosti a zdůraznit v nich s nejlepším předsevzetím důležité aspekty, vždy dochází k vědomé/nevědomé manipulaci s fakty. Dokonce i výběrem jazykových prostředků ke ztvárnění informace může dojít ke zkreslení sdělení.<sup>55</sup> Osvaldová nemožnost absolutní objektivnosti dokládá slovy: „*Neexistuje osoba bez předsudků, ať se jakkoli snaží nahradit tento handicap profesionální objektivností, protože sama objektivnost hodnocená různými jedinci je od přírody nespolehlivým měřítkem.*“<sup>56</sup> Naopak klade důraz na vyváženost, vědomou nezaujatost a zdravý skepticismus.<sup>57</sup>

Podle McQuaila brání maximální objektivitě ve zpravodajství procesy selekce zpráv, na kterých se podílí například *gatekeepéři*<sup>58</sup> či koncept zpravodajských hodnot. Ve výběru takových zpráv jsou ukryty subjektivní soudy, a to jak záměrně, tak nevědomě. Dalším důvodem nedosažitelnosti objektivity je, že „*všechny zprávy musí být umístěny do širšího referenčního rámce, který jim poskytne evaluativní význam*“<sup>59</sup>. Nedostatkem jsou i mediální rutiny působící na konečnou podobu zpráv a kontext externích a interních tlaků, které deformují objektivní realitu.<sup>60</sup>

Fakt, že by novináři byli schopni znázorňovat objektivně realitu, vyvrací i Winfried Schulz ve své práci *Konstrukce reality ve zpravodajských médiích* z roku 1976.<sup>61</sup> „*O tom, co se skutečně stalo, nelze dosáhnout žádného intersubjektivního závazného konsensu. [...] není srovnáváno faktické dění se zprávami v médiích, ale pouze zprávy z různých zdrojů mezi sebou [...]*“<sup>62</sup>

Opakem objektivity je předpojatost, tedy záměrné zkreslení reality, preferování a zdůrazňování vybraných aspektů ve zpravodajství, manipulace s pojmy apod.<sup>63</sup>

---

<sup>55</sup> OSVALDOVÁ, 2011:12.

<sup>56</sup> Tamtéž:11-12.

<sup>57</sup> Tamtéž:11-12.

<sup>58</sup> TRAMPOTA, 2006: 38. Redaktoři, editoři či zpravodajové, kteří „*rozhodují o tom, co se dostane do zpráv a co skončí v koši*“. Koncept gatekeepingu je vysvětlený v kapitole 2.2. Gatekeeping.

<sup>59</sup> REIFOVÁ, 2004: 167.

<sup>60</sup> Tamtéž: 167-168.

<sup>61</sup> SCHULZ 1976 in KUNCZIK, 1995:124-125.

<sup>62</sup> Tamtéž:124-125.

<sup>63</sup> OSVALDOVÁ, 2011: 12-13.



## 2.1.6. Zpravodajské hodnoty

Jak jsem zmínila v předchozí kapitole, maximálně objektivní podobě zpravodajství zabraňují procesy selekce zpráv do zpravodajských relací. Na určování aspektů událostí, které zaujmou média, potažmo novináře a ti pak mají zájem dané skutečnosti upřednostnit před jinými, zpracovat a zařadit je do svých mediálních obsahů, se podílí faktory, jež se nazývají zpravodajské hodnoty.

Reifová definuje zpravodajské hodnoty ve slovníku mediální komunikace jako „*rysy události nebo akcenty v selekci, sestavení a zpracování zprávy, které jsou v daném období a daném sociálním a kulturním prostředí (popř. univerzálně) médií akceptovány jako převažující, pro zpravodajství typické či žádoucí. Jsou tedy v daném kontextu pokládány za směrodatné pro produkci typických, přijatelných zpráv*“<sup>64</sup>.

Výběr dané události, její zpracování do zprávy a umístění ve zpravodajství probíhá podle zažitých a opakujících se kritérií, která se označují jako zpravodajské hodnoty. Termín news value poprvé použil Walter Lippman v roce 1922 a následně popsal pět zpravodajských hodnot, které událost musí mít, aby se mohla stát zprávou ve zpravodajské agendě: jednoznačnost události, její překvapivost, blízkost v prostoru, konflikt a osobní zaujetí.<sup>65</sup>

Prvním empirickým výzkumem zpravodajských hodnot se zabývali v polovině 60. let 20. století norští analytici Johann Galtung a Mari Rugeová, kteří příšli analýzou tištěného zahraničního zpravodajství ke 12 hodnotám (faktorům): frekvence, práh pozornosti, jednoznačnost, význam, souznění, překvapení, kontinuita, variace, vztah k elitním národům, vztah k elitním osobám, personalizace, negativita.<sup>66</sup>

Čím více těchto faktorů splňují události, tím větší je pravděpodobnost jejich zaregistrování médií (výběr). Jakmile je tato zpráva vybrána, stává se skrze tyto faktory, na něž média kladou důraz zkreslenou (zkreslení). Procesy výběru a zkreslení probíhají od prvního zaznamenání možné události až po přijetí zprávy publikem (replikace).<sup>67</sup>

Zpravodajské hodnoty rozdělili Galtung s Rugeovou dále na tři kategorie. Na organizační faktory, jejichž přítomnost má vliv na výběr a konečnou podobu zpráv, patří zde technologické a organizační možnosti média.<sup>68</sup> Dále na sociokulturní vlivy, které se soustředí na jednotlivce či význačné lidi a upřednostňují dramatické, negativní a násilné události. Poslední kategorií jsou faktory žánrové, které zohledňují události splňující

---

<sup>64</sup> REIFOVÁ, 2004: 76.

<sup>65</sup> JIRÁK, KÖPPLOVÁ, 2003: 77.

<sup>66</sup> TRAMPOTA, 2006: 26-27.

<sup>67</sup> GALTUNG, RUGE, 1965: 71.

<sup>68</sup> JIRÁK, KÖPPLOVÁ, 2003: 78.

očekávání publika, například souznění s předchozími zprávami, často jsou řazeny do známého interpretačního rámce.<sup>69</sup>

Westerstahl a Johansson považují za hlavní hodnoty důležitost, blízkost (geografickou, kulturní, obchodní), dramaticčnost, přístup k informacím a ideologii.<sup>70</sup>

Koncept zpravodajských hodnot udávající novinářům směr při výběru zpráv do médií má však i zpětnovazebné důsledky pro společnost. Vede například ke vzniku „mediální události“<sup>71</sup>, což znamená, že průběh některé události bude modifikován aktuální nebo jen předpokládanou přítomností média.<sup>72</sup> Dayan a Katz definují ve své knize Media Events mediální události několika kritérii: jsou přenášeny živě, jsou předem naplánované a ohlášeny veřejnosti, přerušují televizní programové schéma, je pro ně typické odchylovat se z denní rutiny; neorganizují je jen samotná média, ale i organizace mimomediální. Takové události vyvolávají v příjemcích zakořeněné představy a hrdinská vyprávění a jsou doprovázena silnou odezvou publika.<sup>73</sup>

Dalšími problémy konceptu zpravodajských hodnot je vytváření pseudoudálostí či tendence média nadhodnocovat potřebný zpravodajsky hodnotný aspekt, což v mnoha případech zkresluje společnosti význam sdělované události. Neopomenutelným faktem zpravodajských hodnot je jejich možné zneužití za cílem ovlivnění obsahu médií a zosnování událostí.<sup>74</sup>

Koncept zpravodajských hodnot je nedílnou součástí nastolování agendy veřejnosti, protože se podílí na podobě mediální agendy spolu s ostatními mediálními organizacemi a zdroji zpráv.

---

<sup>69</sup> MCQUAIL, 2009: 320.

<sup>70</sup> TRAMPOTA, 2006: 26-27.

<sup>71</sup> JIRÁK, KÖPPLOVÁ, 2003: 78.

<sup>72</sup> REIFOVÁ, 2004: 76.

<sup>73</sup> DAYAN, KATZ, 1992: 102.

<sup>74</sup> REIFOVÁ, 2004: 76.

### 2.1.7. Zpravodajské rutiny

Vedle zpravodajských hodnot se novináři řídí při tvorbě mediálních obsahů i zpravodajskými rutinami, které stejně jako hodnoty potlačují možnost postihnout maximální objektivitu.

Než se skutečnost stane zprávou, která překročí hranici mediální pozornosti k divákům, musí projít mnoha selektivními sítěmi. Podle sociologa Davida M. Whitea má nad výběrem událostí do zpráv absolutní moc gatekeeper či *pán Gates*<sup>75</sup>. Ale ani redaktori v takovém postavení nerozhodují o vhodném výběru zpráv jen podle vlastní intuice, naopak je jejich rozhodnutí podřízeno mnoha vlivům,<sup>76</sup> které Shoemakerová rozdělila na vlivy jednotlivých mediálních pracovníků, mediálních rutin, organizační, vlivy působící vně mediálních organizací a vliv ideologie.<sup>77</sup>

Média mají tendenci formovat svůj obsah podle shodných pravidel zakládajících se na pravidelnosti v chování a myšlení, která se postupně ustálila v zaběhnuté mediální rutiny.<sup>78</sup> Gay Tuchmanová (1978) definuje tyto rutiny ve zpravodajství jako „*pravidelné vzorce jednání zpravodajských organizací usnadňující kontrolu toku práce a umožňující zpracovávat v krátkém časovém horizontu nečekané události*“<sup>79</sup>. Podobně je popisují i Burton s Jirákem, kteří je vidí jako zažitě způsoby, jak vyrábět materiály, jež pocházejí z dílny *mediálních organizací*<sup>80</sup> při produkci zpravodajství.<sup>81</sup>

Na podobu mediálních rutin, jež se podílí na rozhodnutí, které události a jakým způsobem budou zpracovány do zpráv, mají vliv mediální organizace (se svými možnostmi zpracování), zdroje (nabízející informace) a publikum (v otázce přijatelnosti daného sdělení).<sup>82</sup> Podle Jiráka a Köpplové mají zásadní dopad na mediální rutiny vlivy ekonomické, politické a společenské a kulturní.<sup>83</sup>

Rutiny lze pozorovat jak při sestavování zpravodajské agendy, vyhledávání informací a práci se zdroji, tak při konečném zpracování mediálního produktu. Podle toho

---

<sup>75</sup> WHITE, 1950: 388.

<sup>76</sup> TRAMPOTA, 2006: 43.

<sup>77</sup> SHOEMAKER, 1996: 63, 105, 139, 175, 221.

<sup>78</sup> MCQUAIL, 2009: 317-318.

<sup>79</sup> TRAMPOTA, 2006: 55.

<sup>80</sup> JIRÁK, KÖPPLOVÁ, 2003, 74. Institucí označují způsoby, jimiž lidé konají činnost, zatímco organizací se myslí struktury lidí, kteří tuto činnost přímo provádějí a mají vliv na konečnou podobu produktu. BURTON, JIRÁK, 2001: 88. Podle Burtona s Jirákem se označují výrazem mediální instituce média jako společenské instituce, splňující svou sociální roli řízenou nároky společnosti, ale také média jako výrobní organizace, jejichž chod určují jak požadavky společenské tak vlastnické.

<sup>81</sup> BURTON, JIRÁK, 2001: 102.

<sup>82</sup> TRAMPOTA, 2006: 44, 55-56.

<sup>83</sup> JIRÁK, KÖPPLOVÁ, 2009: 106.

můžeme rutiny dělit do třech skupin: zaběhlé způsoby výběru událostí, opakující se praktiky sběru informací a prezentace zpravodajských příběhů.<sup>84</sup>

Přestože se ve zpravodajství denně vyskytují neočekávané události, které znesnadňují tvorbu rutin, mají zpravodajská média spoustu ozkoušených postupů k sestavení mediální agendy, ke kterým silně tíhnou.<sup>85</sup> I navzdory tomu je však mediální produkce do jisté míry nepředvídatelná a novátorská, což je známkou svobodné společnosti.<sup>86</sup> Bantz (1997) podotýká, že silné využívání rutin při produkci zpráv, která se pak podobá výrobě tovární, se může stát problémem při mediaci aktuálních zpráv.<sup>87</sup>

---

<sup>84</sup> TRAMPOTA, 2006: 44, 55-56.

<sup>85</sup> BURTON, JIRÁK, 2001: 102.

<sup>86</sup> MCQUAIL, 2009: 346.

<sup>87</sup> TRAMPOTA, 2006: 57.

## 2.2. Gatekeeping

Demokratické společnosti si zakládají na víře v objektivní sdělování informací, které by mělo být výsledkem objektivizačních postupů novinářů při selekci, produkci i prezentaci zpráv. Zájem o tyto výrobní procesy se neomezuje jen na sledování zpravodajských hodnot,<sup>88</sup> které jsem popsala v kapitole 2.1.6., ale pozornosti se dostává také lidem pracujícím v médiích a procesům rozhodování, motivům a vlivům, které mají vliv na jejich konečné rozhodnutí.<sup>89</sup>

Ve světě se každý den stane spousta událostí, ale zpravodajská média jich publikují jen omezený počet.<sup>90</sup> „Některé informace končí na prvních stránkách novin [...] další uprostřed webových stran a jiné se do zpráv nikdy nedostanou. Stejně tak se může některá událost objevit v určitém druhu zpravodajských médií, ale nemusí zase v jiných. Nebo některým informacím věnují média prominentní umístění, zatímco jiná je zahrabou mezi ostatní zprávy.“<sup>91</sup> O další existenci zpráv a jejich případného umístění v mediální agendě rozhoduje proces gatekeepingu, jehož náplní je především rozhodování, zda událost pustit přes práh zpravodajských médií, a to používáním opakovaných kroků při selekci během připravování zpráv, či nikoli.<sup>92</sup> Gatekeepereři jako vykonavači gatekeepingu jsou pak lidé v mediálních organizacích, „kteří rozhodují, o výběru témat a událostí, které budou zpracovány na mediální obsahy“.<sup>93</sup>

Podle McCombse nejde při gatekeepingu „strážení u brány“<sup>94</sup>, o úmysl či plánovaný vliv, ale spíše o vliv bezděčný, „který je výsledkem potřeby zpravodajských médií vybrat několik témat“<sup>95</sup>, a těm následně zařazením do své mediální agendy přisoudit význam.<sup>96</sup> Autor úlohu gatekeepingu spojuje s konceptem agenda-setting. Gatekeepereři „vybírají nejen téma události, ale také adekvátní informace, aktéry a místa, která do příběhu zahrnout, a která nechat opomenuty – tedy které zamlčí“<sup>97</sup>, a tím ovlivňují představy publika o světě.<sup>98</sup>

Tento selektivní proces označuje Shoemakerová jako průchod události kanálem s několika branami, které vznikající zprávu formují k obrazu gatekeepera, hlídače

---

<sup>88</sup> TRAMPOTA, 2006: 38.

<sup>89</sup> Tamtéž: 38.

<sup>90</sup> SHOEMAKER, VOS, 2009: 24.

<sup>91</sup> Tamtéž: 22.

<sup>92</sup> MCQUAIL, 2009: 318.

<sup>93</sup> REIFOVÁ, 2004: 70.

<sup>94</sup> MCCOMBS, 2009: 167.

<sup>95</sup> Tamtéž: 27.

<sup>96</sup> Tamtéž: 27.

<sup>97</sup> BERKOWITZ 1997 in TRAMPOTA, 2006: 25.

<sup>98</sup> MCQUAIL, 2009: 48.

u pomyslné brány do médií.<sup>99</sup> Jednání gatekeepera je ovlivněno vlivy, které Shoemakerová rozdělila do kategorií, jež zmiňuji v předešlé kapitole.

McQuail rozděluje vlivy působící na hlídače u brány na organizační, které souvisejí s rutinami a ideologické, korelující s hodnotami a kulturními vlivy.<sup>100</sup>

První empirickou studií sociologa Davida M. Whitea (1950) zabývající se selekcí zpráv ve zpravodajství je *The „Gate Keeper“: A Case study in the Selection of News*.<sup>101</sup> Mohlo by se zdát, že paternita termínu gatekeeping tedy náleží Whiteovi, ale není tomu tak. Jako první pojem použil psycholog Kurt Lewin (1947) ve své práci *Frontiers in Group Dynamics II: Channels of Group Life; Social Planning and Action Research*. V rukopise se zabýval hlavně výběrem potravin a změnami stravovacích návyků obyvatelstva.<sup>102</sup>

Je potřeba si uvědomit, že i gatekeepři, kteří mají poslední slovo ohledně budoucnosti zprávy ve zpravodajství, jsou jen jedním článkem selekce, který pracuje už s předvýběrem zpráv. Událost, z níž by se mohla stát zpráva, putuje od jednoho hlídače u brány k druhému.<sup>103</sup> *„Od reportéra k přepisovači, od vedoucího oddělení k editorovi zpráv v jednotlivých tiskových agenturách, proces výběru a zamítání je uplatňován opakovaně.“*<sup>104</sup>

Při redaktorově hlídání u brány může docházet ke střetům mezi různými názorovými proudy ve společnosti či politiky a médiu, a to zejména v otázce pozornosti, kterou se jim média potažmo gatekeeper rozhodli věnovat.<sup>105</sup>

Gatekeepři selekcemi konstruují mediální realitu a tím ovlivňují pohled veřejnosti na svět.<sup>106</sup> *„Každý den vybírají a zveřejňují zprávy, čímž zaměřují naši pozornost a ovlivňují, která denní témata vnímáme jako nejdůležitější. Schopnost ovlivňovat významnost (salience) témat ve veřejné agendě<sup>107</sup> se označuje jako schopnost zpravodajských médií nastolovat agendu.“*<sup>108</sup>

Proces gatekeepingu formoval i podobu zpravodajské relace Události, jejíž změny v průběhu posledních 11 let jsou náplní mé práce. V relaci došlo jak k obměně mnohých gatekeeperů, tak ke změně způsobu práce těch stávajících. S příchodem generálního ředitele Petra Dvořáka v roce 2011 nastala přestavba systému vedení a o rok později i nová

---

<sup>99</sup> SHOEMAKER, VOS, 2009: 22.

<sup>100</sup> MCQUAIL, 2009: 319.

<sup>101</sup> WHITE, 1950.

<sup>102</sup> SHOEMAKER, VOS, 2009: 11-13.

<sup>103</sup> TRAMPOTA, 2006: 39.

<sup>104</sup> Tamtéž: 39.

<sup>105</sup> MCQUAIL, 2009: 319. Viz tlaky na média v kapitole 2.4. Veřejnoprávní médium.

<sup>106</sup> SHOEMAKER, VOS, 2009: 3.

<sup>107</sup> ŠKODOVÁ, 2008:12-13. Veřejnou agendou se myslí to „o čem lidé diskutují, o čem přemýšlí a o co se zajímají“.

<sup>108</sup> MCCOMBS, 2009: 26.

podoba hlavní zpravodajské relace Události, která prošla největší komplexní přeměnou od roku 1998.<sup>109</sup>

---

<sup>109</sup> Online dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1628652-udalosti-v-novem-kabate-nikoli-uplne-novy-nezamenitelny-porad> [cit. 12. 1. 2016].

## 2.3. Agenda-setting

*„Zpravodajská média možná nedokážou lidem s úspěchem říci, co si mají myslet, ale neuvěřitelně úspěšně dokážou svému publiku sdělit, na co má myslet.“<sup>110</sup>*

Na zpravodajství lze nahlížet nejen jako na výběr událostí, kterým jsem se zabývala v předešlých kapitolách, ale taktéž jako na selekci témat, kterých se zprávy týkají. Některým tématům se média věnují častěji, jiným méně nebo vůbec.<sup>111</sup> Koncept agenda setting *„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. [...] všímá si toho jak často a v jakém rozsahu se média věnují problematice“<sup>112</sup>*. V praktické části práce porovnávám proměny tematické agendy, tedy *mediální agendy*<sup>113</sup> zpravodajské relace Události.

Koncept agenda-setting se řadí do skupiny kognitivních účinků spolu s *framingem*<sup>114</sup> a *primingem*<sup>115</sup>.<sup>116</sup> Je jedním z klíčových konceptů v oblasti studia mediálních účinků.<sup>117</sup>

Teorie o nastolování témat předpokládá, že *„médiá, ať už přímo nebo nepřímo, ovlivňují představy, přesvědčení, postoje, hodnoty a chování příjemců“<sup>118</sup>*. Podle Larsona teorie očekává, že *„veřejná agenda - tedy to, o čem lidé diskutují, o čem přemýšlí a o co se zajímají - je silně ovlivněná tím, co ve svých obsazích zveřejňují masová média“<sup>119</sup>*.<sup>120</sup> A to především z důvodu, který popisuje ve své knize Public Opinion (1922) duchovní otec myšlenky nastolování agendy Walter Lipmann. Lipmann tvrdí, že svět, s nímž se potýkáme, je mimo náš dosah, je vzdálený našim smyslům a myšlenkám, takže se lidé setkávají jen se zprostředkovanou skutečností poskládanou ze zpráv novinářů. Veřejné mínění tak nereaguje na okolní prostředí, ale na prostředí, které vytvářejí zpravodajská

---

<sup>110</sup> COHEN, 1963 in MCCOMBS, 2009: 27.

<sup>111</sup> TRAMPOTA, 2006: 113.

<sup>112</sup> Tamtéž: 113.

<sup>113</sup> TRAMPOTA, 2008: 40.

<sup>114</sup> ENTMAN 1993 in MCCOMBS, 2009: 133. Provádět rámování (framing) - rámcovat *„znamená vybírat určité aspekty vnímané reality a zvýšit jejich významnost ve sdělovaném textu tak, že se prosazuje určitá definice problému, kauzální vysvětlení, morální hodnocení či také doporučené řešení popisované záležitosti“*. MCCOMBS, 2009: 132-133. Spolu s primingem jsou konceptuálními doplňky nastolování agendy druhého stupně, zajímající se vedle témat i o rámce.

<sup>115</sup> MCQUAIL, 2009: 480. Priming (vypíchnutí) je zdůrazňování kritérií pro hodnocení veřejných událostí nebo osobností médií.

<sup>116</sup> KALVAS, 2009: 8.

<sup>117</sup> ŠKODOVÁ, 2008: 11-12.

<sup>118</sup> BURTON, JIRÁK, 2001: 347.

<sup>119</sup> ŠKODOVÁ, 2008:12-13.

<sup>120</sup> Tamtéž: 11-13.



média – pseudoprostředí.<sup>121</sup> Okrajově se ve stejné době vlivem médií na veřejné mínění zabýval i Robert Park, označovaný díky „*spojení selektivity mediální pozornosti s vývojem veřejných témat*“<sup>122</sup> za dalšího předchůdce teorie nastolování agendy.<sup>123</sup>

Rogers a Dearing vytyčili tři základní složky procesu nastolování agendy, které se navzájem ovlivňují: agendu mediální, veřejnou a politickou. Cesta vlivu směřuje „*od priorit politických či jiných zájmových skupin ke zpravodajským prioritám médií, kde hrají velkou roli zpravodajské hodnoty a zájmy publika a odtud k názorům veřejnosti*“<sup>124</sup>. Tyto agendy jsou vytvářeny jak událostmi ve světě, tak osobní zkušeností a interpersonální komunikací. Mediální agendu, kterou se zabývám v praktické části práce, formuje navíc proces gatekeepingu, agenda médií a pseudoudálosti.<sup>125</sup>

Míru vlivu masových médií na vnímání důležitosti témat veřejností utužují či naopak omezují psychologické aspekty příjemců, které popisuje Nečas jako zájem jedinců o mediované obsahy, stupeň neurčitosti vztahující se k obsaženému tématu a míra úsilí vynaloženého při hledání relevantního zdroje informací. První dva faktory spojuje McCombs se Shawem v publikaci *The Agenda-Setting Function of the Mass Media* z roku 1972 do společné kategorie – potřeba orientace, což je snaha příjemců vyhledávat mediální obsahy.<sup>126</sup> Podobně popisuje psychologický faktor potřeby jedince orientovat se McCombs v knize *Agenda-setting* z roku 2009. Podle tohoto zdroje potřebu orientace definují koncepty relevance a nejistoty. U témat, kde je relevance pro příjemce nízká nebo žádná, je potřeba orientace malá. Druhou podmínkou potřeby orientace je míra nejistoty, která je nízká v případech, kdy mají jedinci o tématu veškeré informace, které si přejí mít. K omezení vlivu nastolování agendy dochází v případech, kdy veřejnost projevuje „*malou potřebu orientace a malou potřebu naslouchat mediální agendě*“<sup>127</sup> <sup>128</sup>.

Harold G. Zucker, který se zabýval povahou vlivu osobní zkušenosti na přenesení důležitosti témat z mediální agendy do veřejné, rozdělil témata na vtíravá, která se spojují s přímou zkušeností s tématem a nevtíravá.<sup>129</sup> „*Čím méně přímé zkušenosti s daným tématem jedinci mají, tím více spoléhají na zpravodajská média ohledně informací a interpretací v příslušné oblasti.*“<sup>130</sup> Dearing s Rogersem označují za další proměnné věrohodnost média, vliv interpersonální komunikace a osobní zkušenost příjemce

---

<sup>121</sup> MCCOMBS, 2009: 25, 28.

<sup>122</sup> NEČAS, 2008: 15.

<sup>123</sup> Tamtéž: 15.

<sup>124</sup> MCQUAIL, 2009: 528-529.

<sup>125</sup> KALVAS, 2009: 7.

<sup>126</sup> NEČAS, 2008: 20.

<sup>127</sup> MCCOMBS, 2009: 95.

<sup>128</sup> Tamtéž: 92-95.

<sup>129</sup> KALVAS, 2009: 30.

<sup>130</sup> Tamtéž: 30.

s tématem. Dalšími psychologickými, demografickými či behaviorální faktory příjemců, o kterých se zmiňuje Wanta<sup>131</sup> se dále nezabývám, protože spadají do výzkumu veřejné agendy, který není náplní mé práce.

Úspěšnost přenosu významnosti z mediální agendy na veřejnou záleži vedle zmiňovaných faktorů také na otevřeném politickém systému se svobodnými volbami a na médiích nezávislých na vládě či politických stranách. V zemi s těmito podmínkami, jakou je i Česká republika, přebírá veřejnost ze zpravodajství podstatnou část tematické agendy.<sup>132</sup>

S prvním výzkumem teorie agenda-setting pod názvem Chapel Hill Study (podle města v Severní Karolíně, kde výzkum probíhal) přišli McCombs se Shawem v roce 1968. Během předvolební prezidentské kampaně ověřili na nerozhodnutých voličích hypotézu,<sup>133</sup> že „masová média nastolují agendu témat politické kampaně tím, že ovlivňují, jak voliči vnímají významnost témat“<sup>134</sup>. Zjištěním, že významnost témat mezi voliči byla téměř identická s významností stejných témat ve zpravodajství, potvrdili hlavní tvrzení teorie, že mediální agenda nastoluje veřejnou agendu a dokázali tvrzení Bernarda Cohena z úvodu této kapitoly.

O čtyři roky později proběhl druhý výzkum otců teorie agenda-setting s názvem Charlotte study, ve kterém došlo k upřesnění definice konceptu nastolování agendy. Vedle toho vyvrátili hypotézu o vlivu veřejné agendy na mediální a zjistili, že různé typy médií mají při nastolování agendy rozdílnou moc. Neopomenutelnou roli při úspěšném procesu hraje i intenzita spotřeby mediálních obsahů příjemci.<sup>135</sup>

---

<sup>131</sup> TRAMPOTA, 2006: 122.

<sup>132</sup> MCCOMBS, 2009: 70.

<sup>133</sup> TRAMPOTA, 2006: 116.

<sup>134</sup> MCCOMBS, 2009: 29.

<sup>135</sup> TRAMPOTA, 2006: 118-119; MCCOMBS, 2009: 36.

## 2.4. Veřejnoprávní médium

*„Veřejnoprávní vysílání je dosud vnímáno jako jeden z mála obranných prvků proti selhání mediálních trhů, jako záruka mediální rozmanitosti a jako nástroj kulturní politiky.“<sup>136</sup>*

Cílem mediálních institucí je ovládnout výrobu, výrobní prostředky, distribuci a prodej výrobků. Většina mediálních organizací funguje na komerčním základě, z čehož vyplývá, že jejich hlavní prioritou není spokojenost zákazníků s kvalitními produkty, ale zisk, jehož množství je závislé na reklamě. Pro tento typ mediálních organizací je vedle zisku určující také velikost kupní síly příjemců sdělení a kapitalistické uspořádání společnosti. Komerční média mají licenci uděleno povolení vysílat a zisk jim jistí inzerenti koupí vysílacího času.

Vedle soukromých organizací existují média veřejné služby (veřejnoprávní média), jejichž povolení vysílat zajišťuje zákon a finance na fungování čerpají z koncesionářských poplatků. Veřejnoprávními médii v České republice jsou Česká televize a Český rozhlas.<sup>137</sup>

Prvotním zdrojem veřejnoprávních médií jsou tedy koncesionářské poplatky, které jsou vybírány za držení technicky způsobilého televizního či rozhlasového přijímače. Dalším zdrojem příjmů jsou reklamy, díky poplatkům na nich však není tento typ médií tolik závislý a mediální obsahy nejsou deformovány komerčními tlaky,<sup>138</sup> v takovém množství jako obsahy médií soukromých.<sup>139140</sup>

Komerční tlaky však nejsou jedinými tlaky, kterým jsou veřejnoprávní média vystavována. Vysílání, které je *„spojeno s licenci, koncesemi nebo je regulováno, je předmětem politického tlaku v okamžiku, kdy se dotýká problémů spjatých s těmi, kdož jsou u moci“<sup>141</sup>*. Média veřejné služby jsou mnohdy konfrontována politickými tlaky více než komerční, protože vlastníkům soukromých médií patří v rámci jejich organizací větší

---

<sup>136</sup> MCQUAIL, 2009: 193.

<sup>137</sup> BURTON, JIRÁK, 2001: 94-97.

<sup>138</sup> Tamtéž: 95-98.

<sup>139</sup> Úplně však těmto tlakům Česká televize nezamezila, naopak vešla v účinnost od 1. června 2010 novela zákona o rozhlasovém a televizním vysílání, která umožňuje umístování produktů a služeb v pořadech na televizní obrazovce. Online dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/reklama/product-placement/> [cit. 10. 2. 2016].

<sup>140</sup> V jednotlivých letech byly příjmy České televize z product placementu (umístování produktů do pořadů za úplaty) následující; rok 2010: 0 Kč, rok 2011: 7 miliónů Kč, rok 2012: 11 miliónů Kč, rok 2013: 18 miliónů Kč, rok 2014: 22 miliónů Kč (ceny uvedeny bez DPH). Chybí příjmy za rok 2015, neboť ČT poskytovala tyto informace v loňském roce na vyžádání serveru Ústav nezávislé žurnalistiky (Hlidacipes.org) a to za finanční úhradu na úkor času, který vyhledávání zabralo zaměstnancům ČT. (Pozn.) Online dostupné z: <http://hlidacipes.org/product-placement-ct-zatim-prinesl-58-milionu-korun-a-hokejovou-ostudu-s-mcdonalds/> [cit. 10. 2. 2016].

<sup>141</sup> KELLEY, DONWAY, 1990 in JIRÁK, ŘICHOVÁ, 2000: 119.

legitimita, než jaké mohou užívat ministři.<sup>142</sup> Důvod k politickým tlakům na veřejnoprávní média zavrhuje i fakt, že Česká televize jako televize veřejné služby působí pod kontrolou Rady České televize (Rada ČT)<sup>143</sup>, jejíž členové jsou zvoleni Poslaneckou sněmovnou Parlamentu České republiky (Poslanecká sněmovna).<sup>144</sup>

Vysílání médií veřejné služby „vychází z evropské kulturní tradice a evropské státy sdružené v Evropské unii jej podporují, [...] má životní význam pro zajištění demokracie, plurality, sociální soudržnosti a jazykové rozmanitosti“<sup>145</sup>.

McQuail uvádí jako hlavní cíle veřejnoprávního vysílání především celoplošné pokrytí, rozmanitost při naplňování všech hlavních zájmů, potřeb a zálib a službu pro menšiny. Média veřejné služby musí projevovat zájem o národní kulturu, jazyk a identitu, poskytovat vyvážené a nestranné informace o sporných záležitostech a mít specifický zájem o kvalitu definovanou různými způsoby. Nemá klást finanční cíle před veřejný zájem.<sup>146</sup>

Zákon České národní rady o České televizi formuluje úkoly veřejné služby v oblasti televizního vysílání obdobně. Vedle objektivních, ověřených, vyvážených a všestranných informací má přispívat k právnímu vědomí obyvatel České republiky, rozvíjet jejich kulturní identitu stejně jako identitu příslušníků národnostních a etnických menšin. Další povinností je vytvářet a šířit programy a poskytovat vyváženou nabídku pořadů s ohledem na různé věkové kategorie, pohlaví, sociální, národnostní a etnický původ, vyznání, kulturu či odlišné filosofické směry. Nesmí být opomenuta výroba a vysílání jak zpravodajských tak publicistických, dokumentárních, zábavných a dalších pořadů.<sup>147</sup>

Veřejnoprávní média nesou vůči společnosti velikou odpovědnost. Přijímají peníze od poplatníků a na oplátku se od nich očekává uspokojující plnění cílů „určených společností ve veřejném zájmu a naplňování požadavků publika jako souboru spotřebitelů na mediálním trhu“<sup>148</sup>. Postavení těchto médií ještě více problematizuje silná konkurence na trzích a neschopnost soupeřit s komerčními médii v totožných podmínkách.<sup>149</sup>

---

<sup>142</sup> JIRÁK, ŘICHOVÁ, 2000: 127. „Ti, kteří na vysílání dozírají, se mohou spolčovat s těmi, kteří podporují vládu; může se objevit finanční tlak odmítnutím zvýšit dotace z veřejných prostředků; ostrou veřejnou kritiku lze využít ve snaze vrazit klín mezi ty, kteří vysílají, a veřejnost; neformálními i formálními vystoupeními lze podpořit autocenzuru; nejučinnější je však obava z legislativních úprav, které mohou ohrozit budoucnost organizací podléjících se na vysílání.“

<sup>143</sup> Rada ČT volí generálního ředitele.

<sup>144</sup> Viz kapitola 2.4.1. Česká televize.

<sup>145</sup> ŠMÍD, 2002: 13. Podle rezoluce Evropské rady o veřejném vysílání z 25. ledna 1999.

<sup>146</sup> MCQUAIL, 2009: 192.

<sup>147</sup> Zákon č. 483/1991 Sb.

<sup>148</sup> MCQUAIL, 2009: 192.

<sup>149</sup> Tamtéž: 192.

### 2.4.1. Česká televize

Vysílání České televize má podle zákona poskytovat „*službu veřejnosti tvorbou a šířením televizních programů, popřípadě dalšího multimediálního obsahu a doplňkových služeb na celém území České republiky za účelem naplňování demokratických, sociálních a kulturních potřeb společnosti a potřeby zachovat mediální pluralitu*“<sup>150</sup>. Má zajišťovat „*zdroj informací, kritické reflexe, umělecké tvorby a zábavy, které jsou chráněny před lobbistickými tlaky*“<sup>151</sup>.

Česká televize jako veřejnoprávní médium byla zřízena 1. ledna 1992 zákonem České národní rady o České televizi (zákon č. 483/1991 Sb.). Působí jako právnická osoba pod kontrolou Rady ČT složené z 15 členů, kterou volí Poslanecká sněmovna.<sup>152</sup>

Česká televize je financována primárně z televizních poplatků, které jí odvádí fyzické a právnické osoby vlastníci televizní přijímač.<sup>153</sup> Aktuální výše měsíčního poplatku činí 135 Kč.<sup>154</sup> Vedlejším příjmem televize je vlastní podnikatelská činnost, jež souvisí s předmětem její činnosti, ale nesmí ohrožovat její úkoly.<sup>155</sup> „*Finanční zdroje používá Česká televize k plnění svých úkolů stanovených zákonem.*“<sup>156</sup>

Dodržovat hlavní cíle *veřejnoprávního vysílání*<sup>157</sup> České televize pomáhá vedle Rady ČT také Kodex, který stanovuje závazné zásady naplňování veřejné služby<sup>158</sup>, Statut ČT, jenž formuluje poslání a povinnosti České televize<sup>159</sup>, či rezoluce Evropské rady o veřejném vysílání.<sup>160</sup>

---

<sup>150</sup> § 2 dle zákona č. 483/1991 Sb., o České televizi.

<sup>151</sup> Kodex ČT 2003: 4.

<sup>152</sup> Zákon č. 483/1991 Sb.

<sup>153</sup> § 2 dle zákona č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích.

<sup>154</sup> § 6 dle zákona č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích.

<sup>155</sup> § 10 dle zákona č. 483/1991 Sb., o České televizi.

<sup>156</sup> § 11 dle zákona č. 483/1991 Sb., o České televizi.

<sup>157</sup> Viz kapitola 2.4. Veřejnoprávní médium.

<sup>158</sup> Kodex ČT 2003: 3.

<sup>159</sup> Základní informace o Statutu ČT. Online dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/statut-ct/> [cit. 10. 1. 2016].

<sup>160</sup> ŠMÍD, 2002: 13.

### 2.4.1.1. Kodex ČT

Kodex České televize byl předložen v roce 2003 Radou ČT a následně byl schválen Poslaneckou sněmovnou. Posláním Kodexu složeného z 26 článků je stanovit zásady naplňování veřejné služby televizního vysílání. Dodržování stanovených norem je závazné jak pro Českou televizi, tak pro její zaměstnance.<sup>161</sup>

Ve své práci analyzuji zpravodajskou relaci České televize, proto se v této kapitole zabývám hlavně článkem pět v Kodexu s názvem Péče o informace ve zpravodajství a aktuální publicistice. Podle tohoto článku má zpravodajství divákům vždy poskytnout informace „*důležité pro jejich všestrannou orientaci a svobodné utváření názorů*“<sup>162</sup>.<sup>163</sup> Nedílnou součástí programu má být i regionální zpravodajství, na které po spuštění zmodernizované podoby Událostí kladl důraz i ředitel zpravodajství Zdeněk Šámal, když hovořil o snaze relace věnovat se více regionálním tématům. Zdůrazňoval také zpracování témat, které komentoval slovy: „*Právě špatný způsob zpracování je často to, co může jakékoli téma marginalizovat a na to budeme myslet*“<sup>164</sup>.<sup>165</sup>

Kodex se zabývá také tím, jaké informace a v jakém pořadí se objevují dennodenně v tematické skladbě zpravodajství. Podle této zásady jsou zprávy, které Česká televize vysílá, v mediální agendě seřazeny podle domnělých dopadů na život obyvatel.<sup>166</sup> „*Média veřejné služby při rozhodování o zařazení či nezařazení příspěvku do vysílání dávají výběrovým kritériím jinou váhu než média soukromá. Hodnota zprávy je přitom určována třemi základními atributy: aktuálností, relevancí a „mírou neobvyklosti“.* Zatímco soukromé televize „*maximalizují*“ hodnotu zprávy zařazením co nejméně obvyklých informací na úkor relevantních zpráv, editoři médií veřejné služby se soustředí na výběr relevantních příspěvků. Rozdíl ve výběru zpráv pak má své důsledky i v míře sledovanosti. *Kurióznější, byť méně relevantní zpravodajství je mezi diváky sledovanější.*“<sup>167</sup> Zde platí opět Kodex, který zabraňuje možným snahám České televize povyšovat kritérium sledovanosti pořadů nad jejich maximální možnou kvalitu.<sup>168</sup>

Ředitel zpravodajství v otázce sledovanosti nové podoby Událostí prohlásil: „*Čísla jsou sice signifikantní, nicméně hlavní je spokojenost diváků. Události jsou zprávy, které*

<sup>161</sup> Kodex ČT, 2003: 3.

<sup>162</sup> Bod 5.1 v Kodexu ČT.

<sup>163</sup> Kodex ČT, 2003: 14

<sup>164</sup> Online dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1628652-udalosti-v-novem-kabate-nikoli-uplne-novy-nezamenitelny-porad> [cit. 12. 1. 2016].

<sup>165</sup> Tamtéž: [cit. 12. 1. 2016].

<sup>166</sup> Bod 5.4 v Kodexu ČT.

<sup>167</sup> Analýza zpravodajství ČT 2012: 23.

<sup>168</sup> Kodex ČT, 2003: 4.

*sleduje životně aktivní publikum, publikum vzdělanější. Kdybychom zjistili, že sice počet diváků zůstává stejný, ale tito lidé odcházejí, to by byl pro nás špatný signál. To je pro nás kritérium úspěšnosti.“<sup>169</sup>*

Podle dalšího bodu v Kodexu má být zpravodajství přesné a nestranné, což spočívá hlavně ve zjišťování a ověřování informací.<sup>170</sup> Na tento požadavek navazuje bod osm, který říká, že: *„Česká televize je při získávání a zpracovávání informací plně podřízena imperativu zjistit a divákům zprostředkovat pravdivý obraz skutečnosti a v případech, kdy to pro nemožnost opatřit si všechny informace není beze zbytku uskutečnitelné, postupovat s cílem pravdě se maximálně přiblížit“<sup>171</sup>.*

S tím souvisí i ověřování zpráv, kdy se smí ve zpravodajství objevit jen informace ověřené minimálně dvěma důvěryhodnými zdroji, které na sobě nejsou závislé. U informací z veřejných úřadů a institucí stačí jen jeden oficiální zdroj, musí být ovšem zřejmé, že se nejedná o nepravdivá fakta.<sup>172</sup>

*„Česká televize striktně rozlišuje mezi zprávou a hodnotícím soudem (komentářem). [...] je vždy subjektivní a není ze své povahy podrobitelný důkazu pravdy.“<sup>173</sup>*

Neopomenutelným požadavkem na práci redaktorů ve zpravodajství je i nestranné vystupování, kdy podle bodu čtrnáct musí pracovníci České televize jednat tak, aby nemohl divák rozpoznat, jaký mají názor na skutečnosti, o nichž informují.<sup>174</sup>

V otázce politického zpravodajství dbá Česká televize na to, aby byl *„časový prostor, který je dán jednotlivým politickým stranám a hnutím, ve svém celku vyvážený. Vyváženost se posuzuje zejména podle váhy jednotlivých politických stran v demokratické společnosti odvozené především z výsledků voleb do hlavních orgánů zastupitelské demokracie“<sup>175</sup>.*

---

<sup>169</sup> Online dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1628652-udalosti-v-novem-kabate-nikoli-uplne-novy-nezamenitelny-porad> [cit. 12. 1. 2016].

<sup>170</sup> Bod 5.6 v Kodexu ČT.

<sup>171</sup> Bod 5.8 v Kodexu ČT.

<sup>172</sup> Bod 5.9 v Kodexu ČT. *„Pokud je v naléhavých případech pro nemožnost ověřit informaci u druhého zdroje a s ohledem na váhu veřejného zájmu, k němuž se zpráva vztahuje, výjimečně nezbytné odvolat informaci pocházející pouze z jednoho zdroje, musí na to být divák upozorněn.“*

<sup>173</sup> Bod 5.7, 5.10 v Kodexu ČT.

<sup>174</sup> Bod 5.14 v Kodexu ČT.

<sup>175</sup> Bod 6.2 v Kodexu ČT.

## 2.4.1.2. Hlavní zpravodajská relace České televize

V praktické části práce komparuji změny tematické skladby hlavní zpravodajské relace Události, pro lepší pochopení přiblížím některé základní informace o relaci. Televizní zpravodajství Události je pilotním pořadem na kanálu ČT1 veřejnoprávní televize. Relace přinášející v 50 minutách souhrn *nejdůležitějších*<sup>176</sup> událostí z Česka i ze světa začíná každý den v 19 hodin.

### 2.4.1.2.1. Události na zpravodajském trhu

*„Události jsou na tom jako Golf mezi vozy nižší střední třídy: i když ostatní značky přicházejí mnohem častěji s výkonnějšími, atraktivnějšími a cenově přístupnějšími modely, názor na jejich hodnotu si vlivnější část veřejnosti odvozuje od momentální podoby Golfu, jakkoli se momentálně více prodává jiný model jiné firmy. Stejně tak si názor na podobu světa vlivnější část divácké veřejnosti odvozuje od Událostí ČT, jakkoli větší část populace sleduje jiné televizní zpravodajství.“*<sup>177</sup>

Rok a půl po zřízení České televize se na mediální scéně objevila první soukromá komerční televize - Premiéra TV, která své vysílání zahájila v Praze v červnu 1993. Její vysílání probíhalo pouze v pražském regionu, a proto ji Česká televize nepovažovala za mocného konkurenta. Soupeření na poli vysílání začalo až o osm měsíců později, když spustila svůj program 4. února 1994 TV Nova. Licencované vysílání Nově zajišťovala Česká nezávislá televizní společnost, která byla společným podnikem CET 21, amerického investora CEDC/CME a České spořitelny. Nova využila nástrojů komerčních televzí, kterými nastolila na české televizní scéně změnu a zásluhou za to jí rychle vzrostla sledovanost. Už během prvních měsíců vysílání byla sledovanost větší, než měly oba programy České televize. ČT naopak hledala cesty, jak přesvědčit společnost o kvalitách nekomerční televize veřejné služby.<sup>178</sup>

Velký boj s televizí Novou sváděla Česká televize hlavně v otázce zpravodajství. Hlavní veřejnoprávní zpravodajství Události v 19:30 hodin sledovalo méně než deset procent všech televizních diváků, zatímco více než 80 procent domácností mělo podle *peplemetru*<sup>179</sup> nastaveno ve stejný čas Televizní noviny, komerční zpravodajství Novy.

<sup>176</sup> Bod 5.4 v Kodexu ČT: Podle váhy předpokládaného dopadu na život obyvatel ve státě.

<sup>177</sup> VEIS, 2002: 23.

<sup>178</sup> ŠMÍD, 2002: 10-11.

<sup>179</sup> REIFOVÁ, 2004: 182. „Elektronické zařízení, které slouží k zaznamenávání programových preferencí



To Českou televizi přimělo posunout v roce 1997 svůj *prime time*<sup>180</sup> z 19:30 hodin na 19:15 hodin a prodloužit relaci<sup>181</sup> „*aby se jejich první, podstatnější část vymanila ze stínu Novy*“<sup>182</sup>. V boji o větší pozornost pro veřejnoprávní zpravodajství se prime time nakonec ustálil u Událostí na 19 hodin, na Nově vysílání Televizních novin zůstalo ve svém původním čase 19:30 hodin a na třetím nejsledovanějším kanále TV Prima (Premiéra) začínají komerční Zprávy FTV Prima už v 18:55 hodin.

České trojkombinaci, jak se občas říká tomuto zpravodajskému rozložení, dominují „*nejsledovanější, nejdynamičtější, nejpoprchnější a nejpozději vysílané Televizní noviny, [...] nepokoušejí se zastírat svoji roli televizního bulváru, soustředěného na směs skandálů, krimihistorek a soft sexu [...]*“<sup>183</sup>. V opozici jim stojí nejstarší, nejserióznější, ale také nejvíce kritizované Události ČT, které jsou i přes kritiku, pochyby a sledovanost používány jako to „*pootevřené okno do světa*“<sup>184, 185</sup>.

Podle Jaroslava Veise se s příchodem komerční Novy začaly ve zpravodajství České televize objevovat prvky *infotainmentu*<sup>186</sup>, které však nenabývají takových rozměrů jako v komerčním vysílání.<sup>187</sup> Zda platí Veisovo čtrnáct let staré tvrzení o objevujícím se infotainmentu ve zpravodajské relaci Události zjistím v analýze, kde budu sledovat, zda a kolik prostoru ve vysílání je věnováno soft news.

---

*televizních diváků.*“ Jeden peplemetr s dálkovým ovládním připadá na jeden televizní přijímač v domácnosti. Pomocí ovladače se diváci přihlašují do systému, když sledují program a odhlašují.

<sup>180</sup> REIFOVÁ, 2004: 191. Časový úsek programového schématu, který má nejvyšší sledovanost.

U televizního vysílání prime time označuje čas od 19 do 23 hodin.

<sup>181</sup> ŠMÍD, 2002: 10-13.

<sup>182</sup> VEIS, 2002: 25.

<sup>183</sup> Tamtéž: 25.

<sup>184</sup> Tamtéž: 25.

<sup>185</sup> Tamtéž: 25.

<sup>186</sup> OSVALDOVÁ, 2011: 21. Definuje infotainment jako podávání informací zábavnou formou. Ve zpravodajství takhle „*zdůrazňovaná zajímavost deformuje užitečnost informace.*“ REIFOVÁ, 2004: 88-89. Vznik a využívání infotainmentu je spojováno s rozvojem kabelových televizí v USA ve třetí třetině 20. století.

<sup>187</sup> VEIS, 2002: 25.

## 3. PRAKTICKÁ ČÁST

### 3.1. Obsahová analýza

V praktické části pracuji s daty získanými *kvantitativní obsahovou analýzou*<sup>188</sup>, proto považuji za vhodné zmínit v této kapitole některé zákonitosti obsahové analýzy a její využití. Díky tomu pochopím, jak jednotlivé analýzy vznikaly, jaký si výzkumníci určili vzorek zkoumání, jednotku měření či základní tematické kategorie.

Neuendorfová (2002) zmiňuje, že obsahová analýza je jednou z nejčastěji užívaných technik v oblasti výzkumu médií. Analýza mapuje, jaká témata, hodnoty či jevy představují mediované obsahy,<sup>189</sup> v našem případě zpravodajská relace Události.

Za otce obsahové analýzy je považován sociolog a sociální psycholog Bernard Berelson, který ji v roce 1952 metodologicky ukotvil ve své práci *Content Analysis in Communication Research*.<sup>190</sup>

Scherer popisuje obsahovou analýzu jako „*systematický a intersubjektivně ověřitelný způsob popisu mediálních obsahů*“<sup>191</sup>. Rysem charakterizujícím tuto metodu je vysoká míra strukturovanosti s vysokým stupněm ověřitelnosti.<sup>192</sup> Strukturovanost vidí Sedláková především v přesné specifikaci postupu a pravidel, podle nichž analýza s texty pracuje. Intersubjektivní ověřitelností naopak myslí systematický výzkumný postup, podle něhož dojde ke stejným zjištěním jakékoli spektrum výzkumníků.<sup>193</sup>

Mezi přednosti obsahové analýzy dle Trampoty a Vojtěchovské patří především to, že je přenositelná, poskytuje objektivní výsledky nezávislé na výzkumnících a dokáže zpracovávat velké množství mediálních obsahů.<sup>194</sup> Výsledkem těchto analýz je tedy „*popis výskytu vybraných znaků ve zkoumaných textech*“<sup>195</sup>.

Právě kvůli tomuto popisu „*tvrdých dat*“ – „*podíly a závislostní korelace zkoumaných kategorií*“<sup>196</sup> – který je oproštěn od vysvětlení proč je to tak a co to znamená, si metoda výzkumu získala řadu kritiků. Data, která se tváří jako objektivně daná, jsou jen

---

<sup>188</sup> TRAMPOTA, VOJTĚCHOVSKÁ, 2010: 103. Kvantitativní obsahová analýza drží výsadní postavení mezi metodami výzkumu obsahů, proto je někdy označována jen jako obsahová analýza.

<sup>189</sup> NEUENDORFOVÁ 2002 in SEDLÁKOVÁ, 2014: 295.

<sup>190</sup> SEDLÁKOVÁ, 2014: 291-295.

<sup>191</sup> SCHERER, 2004: 34.

<sup>192</sup> SCHERER, 2004: 29.

<sup>193</sup> SEDLÁKOVÁ, 2014: 295.

<sup>194</sup> TRAMPOTA, VOJTĚCHOVSKÁ, 2010: 103.

<sup>195</sup> SEDLÁKOVÁ, 2014: 295.

<sup>196</sup> TRAMPOTA, VOJTĚCHOVSKÁ, 2010: 110.

výsledkem badatelova kategorizačního systému.<sup>197</sup> „*To jak jsou jednotlivé proměnné kategorizovány, má na konečný výsledek zásadní vliv.*“<sup>198</sup>

### 3.1.1. Tematická agenda a její analýza

V práci se zabývám změnou tematické agendy Událostí za posledních 11 let, proto přiblížím samotný pojem tematická agenda a také způsob, jakým se analyzuje. Tato kapitola tak může ilustrovat teoretická východiska, ze kterých vycházeli výzkumníci z Media Tenoru, jež analýzu tematické agendy připojili k prováděným analýzám zpravodajství ČT.

Ve světě se každý den stane nespočet událostí, které novináři nedokážou pochytit, což vede spolu s omezeným časem vysílání televizního zpravodajství k silné konkurenci mezi tématy, jež se mají objevit ve zpravodajské agendě.<sup>199</sup> Média se věnují v různých obdobích různým tématům, a to vždy na úkor těch dalších. Jestli si nějaké téma vyberou a věnují mu určitý čas a prostor, je pak pro veřejnost známkou důležitosti<sup>200</sup>, neboť jak zmiňují Miller s Krosnickem, společnost hledající objektivní zdroj informací předpokládá, že média vždy vybírají ty nejpodstatnější události a v tomto smyslu jsou věrným odrazem reality.<sup>201</sup> „*Ve světě, kde média nastolují veřejnou agendu a určují diskusi, pak věci, jež média ignorují, prakticky neexistují.*“<sup>202</sup> Tímto výběrem událostí novináři sestavují mediální obsah, agendu vybraných témat, která putuje do produkce a následně do povědomí veřejnosti. Tematickou agendou je tedy paleta témat, kterým média poskytla v určité době prostor a čas.<sup>203</sup>

Podle McCombse tvoří tuto agendu tři prvky: hlavní zdroje informací pro zprávy, jiná zpravodajská média<sup>204</sup> a zpravodajské normy<sup>205</sup>.<sup>206</sup>

Dearing a Rogers ve výzkumu mediální agendy označili za hlavní závislou proměnnou *důležitost*<sup>207</sup>, kterou připisují masová média tématům ve své mediální agendě.

<sup>197</sup> TRAMPOTA, VOJTĚCHOVSKÁ, 2010: 110.

<sup>198</sup> Tamtéž: 110.

<sup>199</sup> MCCOMBS, 2009: 71-72.

<sup>200</sup> TRAMPOTA, VOJTĚCHOVSKÁ, 2010: 100.

<sup>201</sup> MILLER, KROSNICK 2000 in KALVAS, 2009: 29.

<sup>202</sup> PITTS 2001 in MCCOMBS, 2009: 170.

<sup>203</sup> TRAMPOTA, VOJTĚCHOVSKÁ, 2010: 250.

<sup>204</sup> MCCOMBS, 2009: 166. Tato tendence využívat jiných médií jako zdrojů informací při sestavování mediální agendy se označuje jako intermediální agenda. „*Novináři často sledují – a následně kopírují – zprávy svých kolegů, aby tak potvrdili správnost svých vlastních zpravodajských závěrů ohledně událostí daného dne.*“

<sup>205</sup> NEČAS, 2008: 23. Do této vrstvy patří např. organizační faktory, koncepty zpravodajských hodnot, rutiny v médiích či gatekeeping.

<sup>206</sup> MCCOMBS, 2009: 148-166.

Tato proměnná se v množině témat měří prostorem, který v médiích zabírají, a to buď počtem či délkou příspěvků o daném tématu.<sup>208</sup> McCombs dodává, že důležitost témat v televizní zpravodajské agendě divákům signalizuje už jen samotná zmínka zprávy ve vysílání, stejně jako její pozice či délka trvání.<sup>209</sup>

Při zkoumání tematické agendy se používá obsahová analýza. Zkoumání této agendy je běžným předmětem výzkumů mediálních obsahů. Aplikace výzkumu tematické agendy umožňuje ve své kvantitativní podobě sledovat, jak média plní normativní očekávání společnosti a zda nabízejí veřejnosti zprávy ze všech oblastí společenského života. Další možností je srovnávat obsah média a mapovat jeho proměny v různých časových obdobích<sup>210</sup>, což je náplní mé praktické části práce, kde sleduji a porovnávám proměny již zanalyzované tematické skladby Událostí za období let 2005 až 2015.

Náplní zkoumání tematické agendy relace, která je součástí analýz zpravodajství ČT prováděných společností Media Tenor, je rozložení obsahu zkoumaného vzorku média do předem zvolených tematických kategorií. Následuje měření prostoru, jež zpravodajství těmto kategoriím věnuje.<sup>211</sup>

Z komparace vybraných dat z vypracovaných obsahových analýz zpravodajství ČT lze nalézt odpovědi na mé výzkumné otázky.

---

<sup>207</sup> McCombs užívá pro důležitost, významnost tématu anglický termín salience.

<sup>208</sup> DEARING, ROGERS 1996 in TRAMPOTA, 2008: 40.

<sup>209</sup> MCCOMBS, 2009: 26.

<sup>210</sup> TRAMPOTA, VOJTĚCHVSKÁ, 2010: 100.

<sup>211</sup> Tamtéž: 101.

## 3.2. Cíle, výzkumné otázky a metodika

Cílem práce je zjištění, jestli a jak se změnila tematická agenda zpravodajské relace Události ČT v letech 2005 až 2015. Pomocí čtvrtletních a ročních obsahových analýz zpravodajství ČT, které si nechává Česká televize od roku 2001 pravidelně zpracovávat společností Media Tenor, analyzuji proměnu tematické skladby Událostí. Výhoda těchto veřejně dostupných analýz na webu *České televize*<sup>212</sup> spočívá pro danou práci v tom, že není potřeba provádět analýzy znovu, což by ani nebylo možné v takové kvalitě a rozsahu. Následně zjišťuji prostřednictvím komparace, jestli a kam se postupně přesunula důležitost, kterou kladlo zpravodajství na určitá témata v agendě během 11 let.

Dále práce odhaluje, jak se vyvíjela ve zkoumaných letech délka zpravodajské relace, kolik prostoru věnovalo zpravodajství jednotlivým krajům a zjišťuje přítomnost prvků infotainmentu v Událostech. Součástí práce je i komparace prostoru věnovaného v relaci za posledních 11 let politickým stranám.

Popis tematické agendy a její srovnání v průběhu několika let je důležité z hlediska konceptu nastolování témat, neboť „*členové publika posuzují relativní důležitost tématu na základě množství mediálních sdělení k danému tématu, kterému jsou vystaveni*“<sup>213</sup>. Vzhledem k této návaznosti porovnávám prostor věnovaný v Událostech politickým stranám s dobovým veřejným míněním, k čemuž mi dopomohou volební průzkumy veřejného mínění.

K cíli práce se dopravuji zodpovězením výzkumných otázek, které jsou založeny na skutečnosti, že veřejnoprávní média, mají být vnímána jako „*jeden z mála obranných prvků proti selhání mediálních trhů, jako záruka mediální rozmanitosti a jako nástroj kulturní politiky*“<sup>214</sup>, což by se dalo v českém prostředí vztáhnout na Českou televizi. V případě této práce nejsou stanoveny hypotézy, protože náplní práce není testování teorií, ale rešerše a porovnání dat získaných z 23 analýz zpravodajství ČT. Zpravodajskou relaci Události analyzuji z hlediska tematické podoby a délky, jak ukazují výzkumné otázky, na které se chci zaměřit.

**VO1 - Jaká témata v jaké době byla v Událostech prezentována jako nejdůležitější a na která jiná témata se tato důležitost postupně přesouvala?**

**VO2 - Jak se vyvíjela rozmanitost témat prezentovaných v Událostech?**

---

<sup>212</sup>Analýzy zpravodajství ČT. Online dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/sledovanost-a-spokojenost/mereni-verejne-sluzby/analyza-zpravodajstvi-a-publicistiky/> [cit. 15. 2. 2016].

<sup>213</sup>TRAMPOTA, 2008: 40.

<sup>214</sup>MCQUAIL, 2009: 193.

**VO3 - Jak se měnila délka hlavní zpravodajské relace během analyzovaných let? Odrazily se změny ve stopáži Událostí na počtu prezentovaných témat?**

**VO4 - Kolik prostoru věnovalo zpravodajství jednotlivým politickým stranám během uplynulých 11 let a jaký byl způsob referování o těchto stranách?**

**VO5 - Jak se měnil v relaci prostor věnovaný jednotlivým krajům? Docházelo v Událostech během zkoumaných let k růstu vysílacího prostoru věnovaného Praze?**

**VO6 - Kolik prostoru zabírají v Událostech soft news?**

Odpovědi na položené výzkumné otázky vyhledávám ve 23 obsahových analýzách zpravodajství ČT, sedmi ročních a 16 čtvrtletních. Důvodem tohoto rozdělení je nedostupnost všech 11 ročních analýz. Ve čtyřech případech, letech pracuji se čtyřmi čtvrtletními. Těchto 23 analýz mezi sebou porovnávám a sleduji, jaká témata byla v jaké době prezentována v médiu jako nejdůležitější a na která jiná témata se tato důležitost postupně přesouvala. Jak se vyvíjela tematická rozmanitost zpravodajské relace během let a jakou změnou prošla délka Událostí. Jaký byl vývoj procentuálního pokrytí vysílacího prostoru jednotlivými kraji, a jak se změnil v Událostech prostor a hodnocení politických stran. Sleduji také přítomnost prvků infotainmentu, které se podle 14 let starého tvrzení Jaroslava Veise vyskytují ve zpravodajství České televize.<sup>215</sup>

V případě čtyř let (2005, 2006, 2007, 2011) proti sobě stavím nejprve čtyři čtvrtletní analýzy zpravodajství ČT. Následně zprůměruji hledané hodnoty čtyř čtvrtletí každého roku a dostanu průměr těchto hodnot za každý rok. Takto zprůměrované hodnoty budu porovnávat jak mezi sebou, tak mezi hodnotami ze sedmi ročních analýz.

Při komparaci tematické skladby zpravodajství využiji diachronní postup, který Sedláková charakterizuje jako soustředění se pouze na jeden objekt, u něhož jsou sledovány vývoj a proměny v určitém časovém rozmezí,<sup>216</sup> v mém případě je objektem relace Události a časovým rozmezím je období od roku 2005 do roku 2015.

---

<sup>215</sup> VEIS, 2002: 25.

<sup>216</sup> SEDLÁKOVÁ, 2014: 388.

### 3.3. Výzkumný vzorek

Pro komparaci změn tematické agendy jsem si zvolila hlavní zpravodajskou relaci Události, jejíž změny na poli tematického složení sleduji od roku 2005 do roku 2015. Porovávat budu ve vypracovaných analýzách zpravodajství ČT tematickou skladbu celé relace. Společnost Media Tenor, která jednotlivé analýzy zhotovovala, pracovala s relacemi bez úvodní a závěrečné znělky a headlinů, tedy od začátku prvních příspěvků po konec posledních.

### 3.4. Popis dat z analýz zpravodajství ČT

Data, se kterými pracuji, zpracovává pro Českou televizi zmíněná společnost Media Tenor, která se dlouhodobě zabývá obsahovou analýzou mediálních sdělení. Tyto veřejně dostupné analýzy mohou poukázat na směr, jakým se může v budoucnu utvářet myšlení lidí.<sup>217</sup>

Z těchto analýz, jejichž úkolem je posuzovat kvalitu zpravodajství České televize využívám ke komparaci data o:

- **Tematické variabilitě a struktuře zpravodajství**

Tematická variabilita ukazuje jaká je různorodost a relevance domácího a zahraničního zpravodajství. „Čím je zpravodajství obsahově variabilnější, tím více podnětů dostává divák pro nezávislé vytvoření vlastního názoru“<sup>218</sup>, což je v souladu s bodem 5.1 v Kodexu ČT. Z tematické struktury je možné naopak odhadnout relevanci agendy. Obecněji platná témata, která slouží mnohdy jako „hodnotové orientátory“ jsou ta, jež se dotýkají veřejnosti. Jako taková „jsou považována za relevantnější než témata, která se týkají pouze individuálních činů/skutků, nebo která jsou zařazována s cílem poskytnout zábavu“<sup>219, 220</sup>.

- **Vztažné oblasti zpravodajství**

Abych mohla porovnat, jak se měnil v relaci prostor věnovaný jednotlivým krajům, využívám z vypracovaných analýz ČT data týkající se variability zpravodajství o geografických oblastech, přesněji vyváženosti zpráv z krajů. Výzkumníci v analýzách zpravodajství ČT monitorovali pro každý jeden příspěvek oblast, ke které se ve své většině

---

<sup>217</sup> Analýza zpravodajství ČT 2015: 50.

<sup>218</sup> Analýza zpravodajství ČT 2008: 5.

<sup>219</sup> Tamtéž: 5.

<sup>220</sup> Tamtéž: 5.

vztahuje, prvořadé pro toto určení vztažné oblasti si stanovili dopad informace. U domácího zpravodajství sledovali oblasti na úrovni obcí, okresů a krajů.<sup>221</sup>

- **Politické zpravodajství**

Způsob, jakým média referují o politických stranách a prostor, který těmto stranám ve vysílání věnují, napovídá o vyváženosti politického zpravodajství a může prozrazovat jisté politické tlaky či vztahy politiků s médii. Proti tomu se však staví požadavek neutrality a odstupu média od sdělovaných faktů.<sup>222</sup> Výzkumníci z Media Tenoru v analýzách zpravodajství ČT vycházeli z předpokladu, „že jednotliví novináři zachovávají od popisovaných/citovaných politiků/stran odstup a nemají žádný důvod informace prezentovat v negativním nebo pozitivním kontextu“<sup>223</sup>.

- **Stopáž relace**

Data o celkové roční stopáži hlavní zpravodajské relace, jejíž vývoj během 11 let porovnávám, je v případě let 2013 a 2014 uveden v ročních analýzách zpravodajství ČT. Délku relace za rok 2015 mi poskytl odpovědný pracovník z Media Tenoru, který se analýzami pro Českou televizi zabývá. Jelikož začali výzkumníci délku relace měřit až po přechodu na nový kódovací software, jsou první data o stopáži známé až od roku 2013. Díky zjištění, že dosavadní zkoumaná celková délka relace byla měřená od začátku prvních příspěvků po konec posledních<sup>224</sup>, jsem vypočítala pomocí relací uložených v *archivu ČT*<sup>225</sup> průměrnou přibližnou délku relace za chybějících osm let, tedy od roku 2005 do roku 2012. Stopáž jsem měřila vždy za první týden v listopadu každého roku. Týdenní vzorek jsem zvolila z toho důvodu, že délka Událostí je o víkendech ve většině případů kratší, než ve všední dny. Z celkové týdenní stopáže jsem následně vypočítala průměr za jeden den, tuto hodnotu jsem vynásobila počtem dnů v roce a zjistila přibližnou roční délku zbývajících relací.

- **Hard news a soft news**

Vývoj poměru mezi hard news a soft news ve sledovaném období je zjišťován na základě rozdělení deseti nejčastějších témat za každý rok do tematických meta-kategorií, které si již předem nadefinovali výzkumníci provádějící analýzy zpravodajství ČT. Zvolené nadkategorie jsou následně rozděleny na soft a hard news.<sup>226</sup>

---

<sup>221</sup> Tamtéž: 5.

<sup>222</sup> Analýza zpravodajství ČT 2014: 16.

<sup>223</sup> Analýza zpravodajství ČT 2008: 5.

<sup>224</sup> Viz kapitola 3.3. Výzkumný vzorek.

<sup>225</sup> Archiv ČT. Online dostupný z: <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/podle-data-vysilani> [cit. 21. 2. 2016].

<sup>226</sup> Rozdělení proběhlo na základě kritérií popisovaných v kapitole 2.1.2.2. Typologie televizních zpráv.



### 3.5. Komparace tematické skladby Událostí a její změny

#### Výzkumná otázka č. 1

**Jaká témata v jaké době byla v Událostech prezentována jako nejdůležitější a na která jiná témata se tato důležitost postupně přesouvala?**

Analýzy od roku 2005 do roku 2008 nezmiňují žádná fakta o možné podobě tematické skladby, proto upravím v tomto případě zkoumané období na rozmezí let 2008 až 2015.<sup>227</sup>

Výzkumníci z Media Tenoru při analýzách používali stabilně 28 tematických kategorií a u nich měřili buď procentuální podíl na stopáži, či počet příspěvků za rok. Pro jednodušší pohled na tematickou strukturu zpravodajské relace nepracuji přímo s těmito skupinami témat, ale s jejich nadkategoriemi (meta-kategoriemi), které vznikly spojením kategorií s podobným tematickým zaměřením.<sup>228</sup>

Tematické meta-kategorie:<sup>229</sup>

- 1) Politika a státní správa
- 2) Kriminální činy
- 3) Bezpečnost, justice a armáda
- 4) Kalamity a nehody
- 5) Zahraničí
- 6) Hospodářství, průmysl a zemědělství
- 7) Zdravotnictví
- 8) Kultura, společnost a náboženství
- 9) Vzdělávání a média
- 10) Zábava, volný čas a sport
- 11) Životní prostředí

---

<sup>227</sup> Od roku 2008 do roku 2010 nabízí analýzy pouze tematickou strukturu otvíráků (pořadí od nejčastějších), kterou využiji jako ilustraci nejčastějších témat za dané roky, a to proto, aby práce nabídla pohled na nejvíce prezentovaná možná témata za období 2008-2010. V letech 2011 a 2013 není bráno pořadí nejčastějších témat v relaci (nejsou ve vypracovaných analýzách zveřejněny), ale nejčastějších témat v reportážích Událostí.

<sup>228</sup> Tematické nadkategorie jsem převzala z analýzy zpravodajství ČT za rok 2013. Tyto meta-kategorie byly sice v předem vypracované analýze zmíněny, stěžejním však bylo pro všechny analýzy zpravodajství ČT rozdělení do zmiňovaných 28 kategorií.

<sup>229</sup> Analýza zpravodajství ČT 2013: 7.

Do těchto nadkategorií jsem následně rozřadila deset nejčastějších témat každého zkoumaného roku. Do tematického celku **politika a státní správa** jsem zařadila témata o prezidentovi a jeho volbě, o Občanské demokratické straně (ODS) a Křesťanské a demokratické unii – Československé strany lidové (KDU-ČSL), o vládě, o státním rozpočtu a platech státních zaměstnanců, o povolební situaci a korupci ve státní správě, o Poslanecké sněmovně, o daňové politice a reformách i o imigrační a azylové politice.

Skupina **kriminální činy** sdružovala témata o kriminálních činech, o vyšetřování kauzy metyl alkoholu, o korupci a úplatcích, o násilných trestných činech a teroristických útocích.

Obsahem meta-kategorie **bezpečnost, justice a armáda** byly ozbrojené konflikty, soudní spory a procesy, násilí při demonstracích a bezpečnostní politika.

Pod **kalamity a nehody** jsem zařadila přírodní kalamity, dopravní nehody, povodně a kalamity z extrémního počasí.

Do nadkategorie **zahraničí** jsem zahrnula témata týkající se mezinárodního obranného systému, instituce Evropské unie a integrace Evropské unie, vztahy mezi zeměmi či mezinárodní boj s terorismem.

Celek **hospodářství, průmysl a zemědělství** seskupoval témata o mikroekonomické krizi, informace o podnicích, o ropovodech a plynovodech a o stavbách silnic a dálnic.

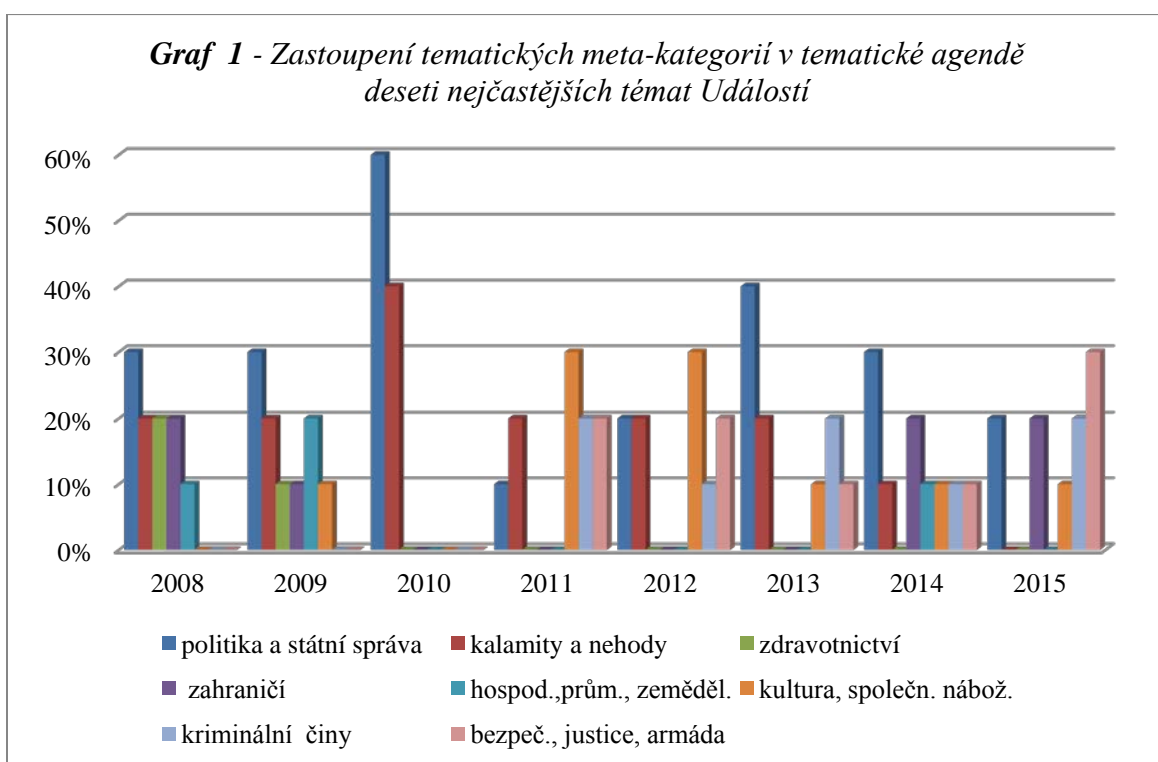
Do skupiny **zdravotnictví** jsem zařadila témata týkající se reformy ve zdravotnictví, hrazení zdravotní péče a zdraví obyvatel.

Meta-kategorie **kultura, společnost a náboženství** sdružovala témata jako oslavy svátků, výročí, piety, veřejné názorové projevy, kinematografie či muzejnictví.

Do nadkategorií **vzdělávání a média, zábava, volný čas a sport a životní prostředí** jsem nezařadila žádné téma, neboť se témata patřící do těchto meta-kategorií během 11 let neobjevila mezi deseti nejčastějšími. Vzhledem k této absenci v posledních třech tematických celcích nejsou tyto nadkategorie zařazeny ani v tabulce 1, která shrnuje rozdílné zastoupení meta-kategorií na deseti nejčastějších tématech ve zkoumaných letech a ani v grafu 1, jenž toto zastoupení názorně ilustruje.

**Tab. 1** Procentuální zastoupení tematických meta-kategorií v tematické agendě deseti nejčastějších témat Událostí

	politika a státní správa	kalamity a nehody	zdravotnictví	zahraničí	hospod., prům., zeměděl. <sup>230</sup>	kultura, společnost, nábož. <sup>231</sup>	kriminální činy	bezpeč., justice, armáda <sup>232</sup>
2008	30 %	20 %	20 %	20 %	10 %	0 %	0 %	0 %
2009	30 %	20 %	10 %	10 %	20 %	10 %	0 %	0 %
2010	60 %	40 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
2011	10 %	20 %	0 %	0 %	0 %	30 %	20 %	20 %
2012	20 %	20 %	0 %	0 %	0 %	30 %	10 %	20 %
2013	40 %	20 %	0 %	0 %	0 %	10 %	20 %	10 %
2014	30 %	10 %	0 %	20 %	10 %	10 %	10 %	10 %
2015	20 %	0 %	0 %	20 %	0 %	10 %	20 %	30 %



Z údajů z tabulky 1 vyplývá, že ve zkoumaných letech se deset nejčastějších témat stabilně týkalo zmíněných osmi tematických meta-kategorií. Jak už jsem zmínila, prostor v top desítce ani v jednom roce nedostala témata z nadkategorií **vzdělávání a média, zábava, volný čas a sport a životní prostředí**.

V prvních třech letech měla největší zastoupení mezi deseti nejvíce prezentovanými tématy v Událostech skupina témat **politika a státní správa**, což bylo z velké části způsobeno:

<sup>230</sup> Hospodářství, průmysl a zemědělství.

<sup>231</sup> Kultura, společnost a náboženství.

<sup>232</sup> Bezpečnost, justice a armáda.

- V roce 2008 volbou prezidenta, kauzou poslance ODS *Jana Moravy*<sup>233</sup> či následným prosincovým volebním kongresem.<sup>234</sup>
- V roce 2009 vyslovením nedůvěry vládě, její demisi, obměně členů vlády a tématy o státním rozpočtu a výši rozpočtového schodku.<sup>235</sup>
- V roce 2010 uvedením nových ministrů do úřadu, příspěvky týkajícími se vyslovení důvěry vládě a následné hlasování o její nedůvěře. V červnu pak řešením podoby nové vládní koalice.

Zajímavostí je, že v roce 2010 dostaly nejvíce prostoru jen dvě tematické nadkategorie. První již byla zmíněna výše, tou druhou je meta-kategorie **kalamity a nehody**, která si své umístění zasloužila především kvůli sněhovým kalamitám a zemětřesení na Haiti. Dalšími událostmi byly srpnové povodně v severních Čechách a záplavy v Moravskoslezském kraji.<sup>236</sup>

Smrt a pohřeb bývalého prezidenta Václava Havla spolu se smrtí českých hokejistů v Jaroslavli vyzvedly v roce 2011 tematický celek **kultura, společnost a náboženství** na první místo v žebříčku nejčastějších témat. Tuto skupinu témat následovaly nadkategorie **kalamity a nehody, kriminální činy a bezpečnost, justice a armáda**<sup>237</sup> Zmiňované tematické celky obsahovaly především zprávy o letecké havárii hokejového mužstva, o konfliktech v Libyi a jiných arabských státech či zprávy o likvidaci teroristy Usámy bin Ládina.<sup>238</sup>

V roce 2012 se zprávy věnovaly opět nejvíce meta-kategorii **kultura, společnost a náboženství**, kam spadaly hlavně medailonky o možných budoucích prezidentech. V nadkategorii **bezpečnost, justice a armáda** dominovaly korupční kauzy politiků (zejména Davida Ratha, Vlasty Parkanové, Vladimíra Šišky nebo Víta Bárty s Jaroslavem Škárkou).<sup>239</sup> Vliv na tematickou agendu měla ve stejném roce i aféra s metylalkoholem.<sup>240</sup>

<sup>233</sup> Kauza Jana Moravy. Online dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1442322-kauza-morava-vyvolala-diskuse-o-eticke-strance-zurnalistiky> [cit. 22. 3. 2016].

<sup>234</sup> Analýza zpravodajství ČT 2008: 12.

<sup>235</sup> Analýza zpravodajství ČT 2009: 11.

<sup>236</sup> Analýza zpravodajství ČT 2010: 11.

<sup>237</sup> Ozbrojené konflikty jsem zařadila do meta-kategorie **bezpečí, justice a armáda**, terorismus a témata s ním související jsem zařadila do nadkategorie **kriminální činy**. V případě tohoto roku lze zmiňovaná témata zařadit i do nadkategorie **zahraničí**, do které také spadají.

<sup>238</sup> Analýza zpravodajství ČT 2011, Q2: 4, Q3: 6, Q4: 5. Pořadí deseti nejčastějších témat je v roce 2011 bráno ze tří čtvrtletí (Q2+Q3+Q4), a to z důvodů, že první čtvrtletí neuvádí žádné informace o pořadí témat, tematických kategorií ani nejčastějších otvíráků.

<sup>239</sup> Tyto kauzy byly výzkumníky z Media Tenoru už předem zařazeny do kategorie bezpečnost.

<sup>240</sup> Analýza zpravodajství ČT 2012: 5.

V roce 2013 měla nejvíce příspěvků z deseti nejčastějších témat nadkategorie **politika a státní správa**, kde dominovalo téma - novoroční proslov prezidenta Václava Klause. Častými tématy byly i prezidentská amnestie či přímá volba prezidenta.<sup>241</sup>

O rok později byla stále nejčastěji prezentovanou tematickou meta-kategorií **politika a státní správa**. Na druhé místo se zařadil tematický celek **zahraničí**, kde se nejvíce příspěvků věnovalo sporům mezi Ruskem a Ukrajinou. Své pravidelné místo už získala mezi tématy s největším množstvím příspěvků meta-kategorie **kultura, společnost a náboženství**. V této skupině témat převládaly příspěvky o 100. výročí od začátku první světové války, 70. výročí od vylodění v Normandii či 25. výročí od sametové revoluce.<sup>242</sup>

V roce 2015 zůstala v pozadí meta-kategorie **politika a státní správa**, která byla do roku 2014 jednou z nejvíce prezentovaných kategorií a do popředí se naopak dostala nadkategorie **bezpečnost, justice a armáda**, kterou prezentovaly spolu s meta-kategorií **zahraničí** hlavně témata uprchlické krize a boje s Islámským státem.<sup>243</sup>

Nejmenšího zastoupení (vedle třech meta-kategorií - **vzdělávání a média, zábava, volný čas a sport** a **životní prostředí** - které neměly žádné tematické zastoupení mezi deseti nejčastějšími tématy) se v tematické agendě Událostí dostalo během výzkumných let nadkategoriím **zdravotnictví a hospodářství, průmysl a zemědělství**.

---

<sup>241</sup> Analýza zpravodajství ČT 2013: 4.

<sup>242</sup> Analýza zpravodajství ČT 2014: 7, 9.

<sup>243</sup> Analýza zpravodajství ČT 2015: 6.

### 3.6. Komparace rozmanitosti témat v Událostech

#### Výzkumná otázka č. 2

#### Jak se vyvíjela rozmanitost témat prezentovaných v Událostech?

Čím větší je tematická různorodost Událostí, tím širší má zpravodajská relace záběr. Ve všech zkoumaných letech jsou témata prezentovaná ve zpravodajství rozdělena na domácí (se vztahem k České republice) a zahraniční (bez vztahu k České republice).<sup>244</sup> Analýzy z roků 2005 až 2010 navíc rozdělují počty odvysílaných témat do dvou kategorií; na formy delší, kam patří filmové reportáže, rozhovory a živé vstupy a na všechny formy, které zahrnují i přehledy zpráv, zprávy čtené ve studiu či obrazové. Větší vliv na rozsah tematického záběru mají témata delších forem<sup>245</sup>, proto jsou tyto formy v práci považovány za stěžejní. Zbývající analýzy nezmiňují dělení témat na formy, ale zveřejňují počty různých hlavních témat.<sup>246</sup>

**Tab. 2** – Počet různých prezentovaných témat<sup>247</sup>

	Počet témat -se vztahem k ČR-	Počet témat -bez vztahu k ČR-
2005	217 (246)	101 (130)
2006	219 (247)	97 (115)
2007	234 (272)	124 (160)
2008	443 (477)	250 (305)
2009	448 (483)	244 (301)
2010	430 (471)	259 (310)
2011	468	141
2012	513	299
2013	393	263
2014	415	259
2015	412	278

<sup>244</sup> Analýza zpravodajství ČT 2013: 7. V případě tohoto dělení témat je třeba počítat jen s přibližnou hodnotou, protože některé příspěvky (např. o mezinárodních událostech, Evropské unii, obraně a NATO) se často týkají spíše dění v zahraničí, v úvahu je však potřeba brát i případy, kdy mohou mít takto tematizované příspěvky určitý vztah k České republice.

<sup>245</sup> Analýza zpravodajství ČT 2008: 8.

<sup>246</sup> Jelikož analýzy z let 2011 až 2015 nedělí témata na formy, ale zmiňují jen počty hlavních témat, budu předpokládat, že se jedná o formy dlouhé, které se tématům věnují více, než jen v přehledech, či čtením ve studiu.

<sup>247</sup> Počty témat všech forem jsou uvedeny v závorkách.

Tabulka 2 ukazuje, kolik různých témat bylo během výzkumného období v Událostech prezentováno. Z dat v tabulce lze vyčíst, že se zvýšil počet témat, kterým se relace v jednotlivých letech věnovala. V roce 2012 bylo zaznamenáno nejvíce různých témat za celé analyzované období. Tuto výchytku, která se v následujících letech už nezopakovala, lze s největší pravděpodobností připsat spuštění nové podoby Událostí.<sup>248</sup> Celkový nárůst témat během výzkumného období proběhl jak u domácích, tak u zahraničních zpráv.

S tematickým záběrem Událostí souvisí i prostor, který relace věnuje ve svém vysílání deseti nejčastějším tématům, neboť čím více prostoru je těmto tématům ve zpravodajství vyhrazeno, tím méně místa pak zbývá pro ostatní ne tak frekventovaná témata. Čím méně prostoru je tedy ve vysílání věnováno deseti nejčastějším tématům, tím více místa zbývá pro prezentování těch ostatních - a jak označují výzkumníci z Media Tenoru - „*tím rovnoměrněji zpravodajství pokrývá realitu*“<sup>249, 250</sup>

Tato „rovnoměrnost pokrytí zpravodajství“ indikující tematickou rozmanitost je v případě mé práce měřena pouze na domácím zpravodajství<sup>251</sup>, a to podílem prostoru, který relace věnovala každoročně deseti nejčastějším tématům s prostorem, který pak v Událostech zbyl pro ostatní témata.

Kvůli chybějícím údajům v některých vypracovaných analýzách zpravodajství ČT, bylo výzkumné období upraveno na rozmezí let 2005-2012.<sup>252</sup> Měření „rovnoměrnosti pokrytí domácího zpravodajství“ proběhlo za pomoci každoročních údajů o podílu deseti nejčastějších domácích témat na celkovém množství příspěvků se vztahem k ČR<sup>253, 254</sup>

Graf 2 ukazuje, že nejvíce prostoru pro všechna ostatní témata (vyjma deseti nejčastějších) bylo v relaci věnováno v roce 2012. Opět je na místě zmínit, že se jedná o rok „nové podoby“ Událostí.<sup>255</sup> I když se ostatním tématům ve zkoumaném období nedostávalo pravidelně více prostoru ve vysílání, „rostla rovnoměrnost pokrytí domácího

---

<sup>248</sup> Před spuštěním modernějších Událostí proklamoval šéfredaktor zpravodajství ČT Petr Mrzena, že relace bude pestřejší. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1628652-udalosti-v-novem-kabate-nikoli-uplne-novy-nezamenitelny-porad> [cit. 12. 1. 2016].

<sup>249</sup> Analýza zpravodajství ČT 2008: 8.

<sup>250</sup> Tamtéž: 8.

<sup>251</sup> „Rovnoměrnost pokrytí zahraničního zpravodajství“ není pro nedostatek dat o zastoupení nejčastějších zahraničních témat ve vysílání měřena.

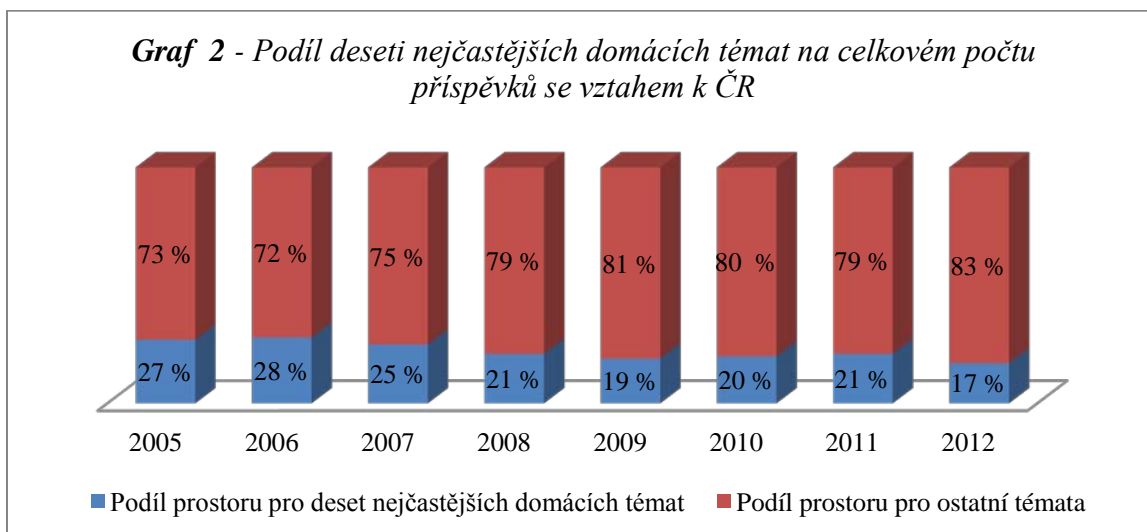
<sup>252</sup> Ve zbylých třech letech bylo z analýz zpravodajství ČT možné dopočítat, na základě délky relace a času věnovanému nejvíce prezentovaným tématům v relaci, pouze data o podílu deseti nejčastěji prezentovaných témat Událostí na roční stopáži relace, čímž nelze zjistit měřenou „rovnoměrnost pokrytí domácího zpravodajství“. Nejen, že chybí data o podílu na celkovém množství domácích témat, ale nejčastěji prezentovaná témata nejsou rozdělena na témata se vztahem/bez vztahu k ČR.

<sup>253</sup> Témata patří mezi delší formy.

<sup>254</sup> Analýza zpravodajství ČT 2008: 8.

<sup>255</sup> Hodnoty naměřené v roce 2012 mohou být reakcí na novou podobu hlavní zpravodajské relace, stejně jako v případě nárůstu prezentovaných témat. (Pozn.)

zpravodajství“. Prostor věnovaný v Událostech ostatním tématům vzrostl během osmi let o deset procentních bodů.



Ke zjištění, jak spolu souvisí množství odvysílaných témat a prostor rozdělený mezi top desítku a ostatní témata, slouží korelační koeficient. Rozpětí korelačního koeficientu „je od  $+1,0$  (dokonalá pozitivní korelace), přes  $0$  (žádná souvislost) až po  $-1,0$  (dokonalá negativní korelace)“<sup>256</sup>. Korelace mezi nárůstem prezentovaných témat a rozdělením prostoru mezi top desítku témat a ostatní témata ve vysílání je  $+0,96$ <sup>257</sup>, což signifikuje podstatnou souvislost. S množstvím témat, která dostanou prostor ve vysílání, souvisí i délka relace, kterou se zabývá další výzkumná otázka.

<sup>256</sup>MCCOMBS, 2009: 36.

<sup>257</sup> Pro posuzování vztahu mezi hodnotami je potřeba mít dostatečné množství dat. Zda je množství dat postačující nebo ne, lze vyčíst z tabulky kritických hodnot pro korelační koeficient. Dostupné z: [http://www.kmt.zcu.cz/person/Kohout/info\\_soubory/letnise/ruzne/krihodkorkoef.pdf](http://www.kmt.zcu.cz/person/Kohout/info_soubory/letnise/ruzne/krihodkorkoef.pdf) [cit. 20. 3. 2016].



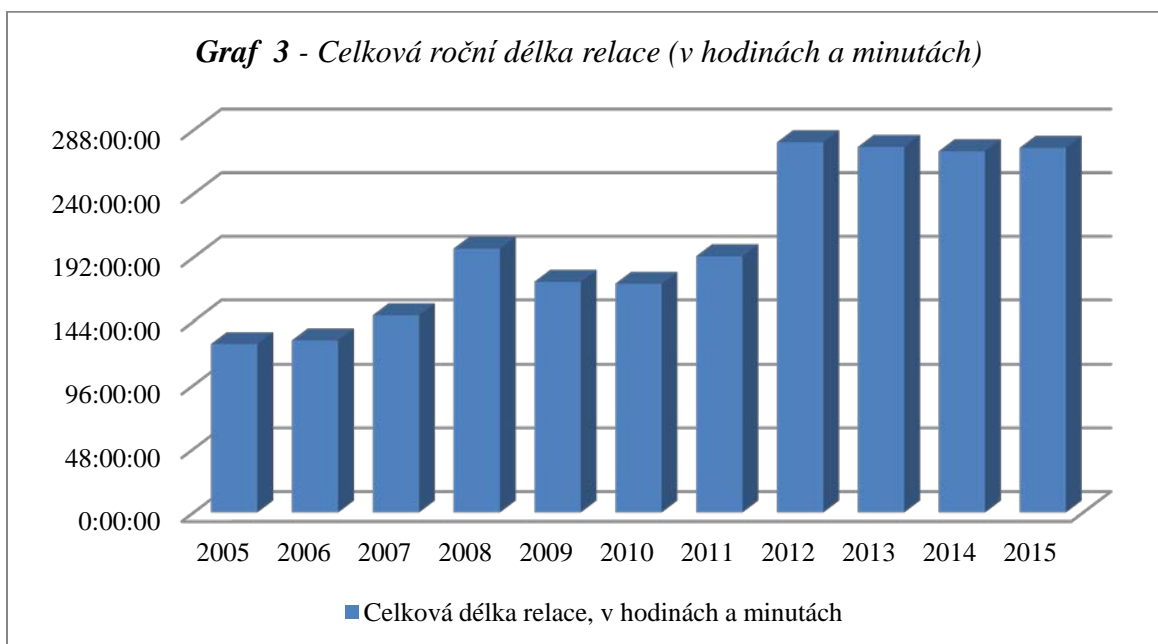
### 3.7. Komparace vývoje délky Událostí

#### Výzkumná otázka č. 3

**Jak se vyvíjela délka hlavní zpravodajské relace během analyzovaných let?  
Odrážely se změny ve stopáži Událostí na počtu prezentovaných témat?**

Jak už jsem zmínila v kapitole 3.4. Popis dat z analýz zpravodajství ČT, jen analýzy z let 2013 a 2014 obsahují data o celkové roční stopáži. Stopáž za rok 2015 mi poskytl pracovník ze společnosti Media Tenor. Délku hlavní zpravodajské relace za zbývajících osm let jsem vypočítala pomocí relací uložených v archivu ČT.

Z grafu 3 a z ilustrační tabulky 3 vyplývá, že nejdelší vysílání Událostí bylo v roce 2012, což jak jsem zmiňovala už při šetření předešlých výzkumných otázek, může být zapříčiněno příslibem „nových“ Událostí.<sup>258</sup> Dále lze z grafu vyčíst, že se během deseti let více než zdvojnásobila délka relace.



<sup>258</sup> „Nebude to jen délka vysílání, celá relace Události bude vystavěna na tom, co ČT a její zpravodajství charakterizuje – důraz na veřejnoprávní agendu s využitím sítě zahraničních a regionálních zpravodajů, vlastní ekonomické a kulturní redakce. Již dnes jsou pevně dané počty reportáží, které jednotlivé redakce do Událostí pravidelně dodávají. S tím souvisí i čas věnovaný jednotlivým oblastem – a není ho málo: zahraničním zprávám například připadne více než 300 minut měsíčně, regionální tematika bude ve vysílání Událostí až 400 minut za měsíc. Vysílací schéma Událostí zase zaručí, aby divák získal informace ze všech oblastí života rovnoměrně a pravidelně každý den.“ Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1628652-udalosti-v-novem-kabate-nikoli-uplne-novy-nezamenitelny-porad> [cit. 12. 1. 2016].

**Tab. 3 – Průměrná délka jedné relace (v minutách a sekundách)<sup>259</sup>**

	Průměrná délka jedné relace
2005	20:52
2006	21:19
2007	24:22
2008	32:38
2009	28:31
2010	28:16
2011	31:41
2012	45:49
2013	45:14
2014	44:42
2015	45:07

Už jsem zjistila, že ve zkoumaném období rostla jak délka hlavní zpravodajské relace, tak i počet různých témat, kterým Události ve vysílání věnovaly prostor. Co však není zcela zřejmé, je, zda obě hodnoty rostly současně, tedy jestli následoval po prodloužení relace i nárůst témat, nebo byl vyšetřený čas využit k jiným účelům.<sup>260</sup>

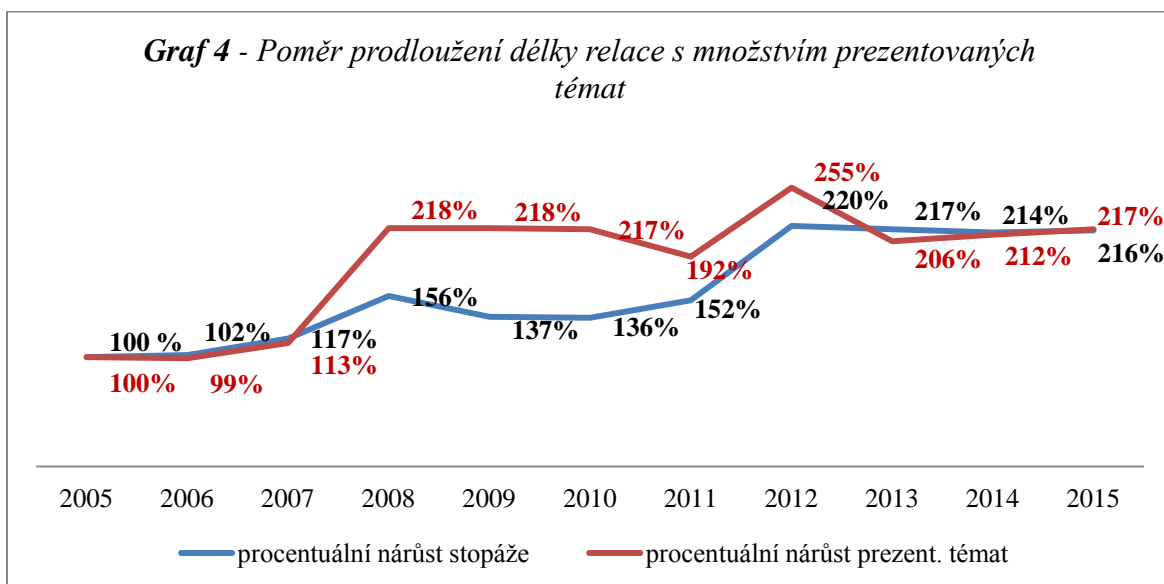
Z porovnání procentuálního nárůstu prezentovaných témat s procentuálním nárůstem délky relace v grafu 4 (str. 51) vyplývá, že v letech 2005 až 2007 a 2014 až 2015 narůstal s prodlužováním délky relace kontinuálně i počet prezentovaných témat. Odlišná situace však nastala ve zbývajících šesti zkoumaných letech, kdy byl procentuální nárůst množství témat vyšší, než nárůst délky vysílacího času. Vlivem toho lze předpokládat, že v tomto období byly sice relace tematicky nejrozmanitější, ale čas vymezený pro tato témata byl kratší.

I když délka relace a množství témat v relaci nenarůstají kontinuálně, existuje mezi těmito dvěma hodnotami vztah, a nárůst vysílací délky Událostí tedy souvisí s množstvím témat v relaci prezentovaných. Ke zjištění, jaká je souvislost mezi časem a počtem témat, posloužil korelační koeficient, jehož rozpětí již bylo zmíněno v kapitole 3.6. Korelace mezi

<sup>259</sup> Od roku 2005 do roku 2012 je průměrná délka relace vypočítaná z jednotlivých relací z archivu ČT. Jedná se o přibližné hodnoty, proto jsou v tabulce barevně odlišeny od hodnot vypočítaných výzkumníky z Media Tenoru.

<sup>260</sup> Například k detailnějšímu pokrytí vybraných témat či k sebereprezentaci média. Analýza zpravodajství ČT 2015: 48. Sebereprezentace je dělená na interní (upoutávka) a externí (citace) zdroje, kdy se upoutávkou míní například předtočený spot, kterým médium upoutává ke sledování pořadu, dále se jedná také o obsah relace („dále uvidíte“) či odkaz například „více na tn.cz“, „podle CNN“ nebo citace jiného média. Externí zdroje jsou označeny jako citace.

délkou Událostí a množstvím odvysílaných témat je +0,77, což signifikuje pozitivní souvislost.



### 3.8. Komparace politického zpravodajství v Událostech

#### Výzkumná otázka č. 4

**Kolik prostoru věnovalo zpravodajství jednotlivým politickým stranám během uplynulých 11 let a jaký byl způsob referování o těchto stranách?**

Při zjišťování odpovědi na čtvrtou výzkumnou otázku jsem pracovala s politickými stranami, které byly v analýzách zpravodajství ČT označeny za nejčastěji prezentované strany v Událostech, a to na základě četnosti *výpovědi*<sup>261</sup> o těchto stranách. Počet politických subjektů, o nichž bylo v relaci odvysíláno nejvíce příspěvků, a které zařadili výzkumníci do analýz zpravodajství, se pohyboval během každého roku od pěti do devíti stran.

Z tabulky 4 a grafu 5 je patrné, že nejvyššího počtu příspěvků o straně za rok dosáhla ODS, která byla nakonec po České straně sociálně demokratické (ČSSD) druhou nejčastěji prezentovanou stranou v Událostech. První ČSSD dosáhla maximálního počtu výpovědí ve čtyřech výzkumných letech a celkově vedla přibližně o 1 000 příspěvků nad ODS, které se podařilo být sedmkrát nejčastěji prezentovanou stranou v relaci.

O nejvíce zastupované politické straně v tematické agendě Událostí bylo mezi lety 2005 až 2015 odvysíláno 41 369 výpovědí, což činilo například v porovnání s Komunistickou stranou Čech a Moravy (KSČM), která se zařadila také na celé výzkumné období mezi top nejčastější strany v Událostech, více než pětinasobek výpovědí o straně. Mezi strany, o nichž bylo v relaci vysíláno velké množství výpovědí, patřila i TOP09, která se mezi nejčastěji prezentovanými stranami objevovala pravidelně sice až od roku 2009<sup>262</sup>, přesto se v počtu výpovědí zařadila na čtvrté místo před zmiňovanou KSČM, nad kterou vedla po šesti letech o 4 668 výpovědí o straně.

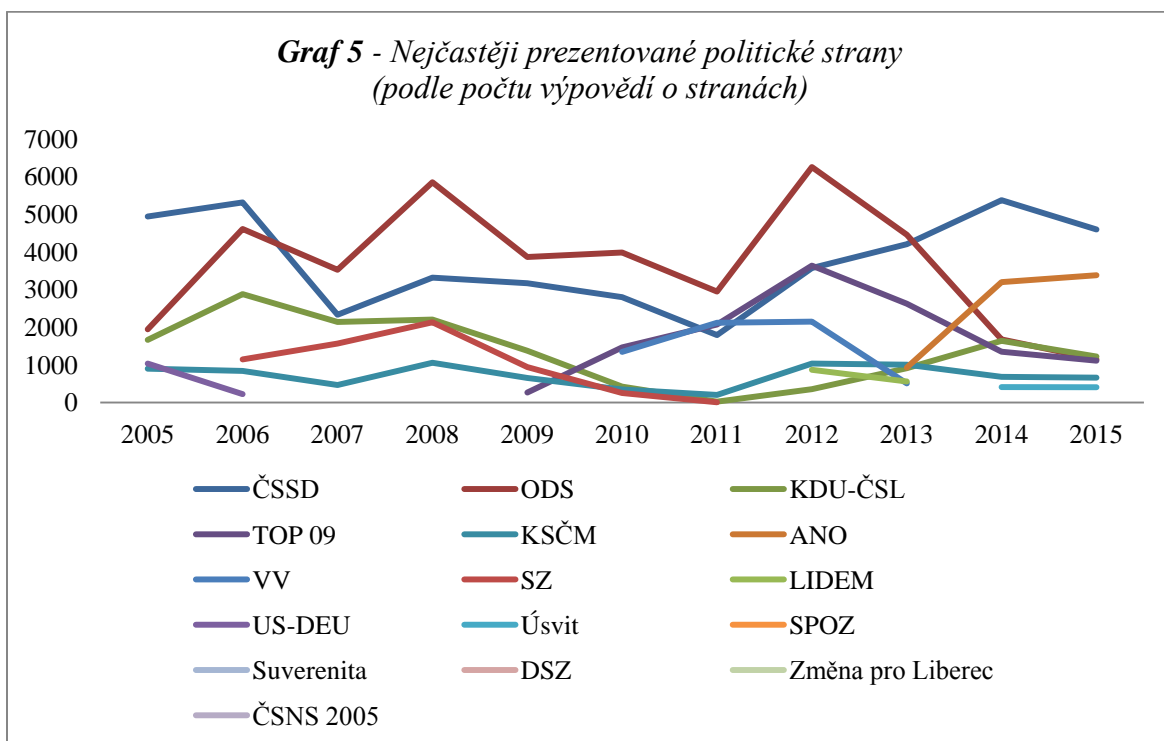
---

<sup>261</sup> Analýza zpravodajství ČT 2009: 21. Podle analýz zpravodajství ČT 2005 až 2015 jsou původci výpovědí i možného způsobu referování (negativní, neutrální, pozitivní) o politických stranách nejen reportéři, ale hodnocení může pocházet i od expertů, obyvatel či politických odpůrců.

<sup>262</sup> Rok založení strany.

**Tab 4<sup>263</sup>** – Souhrn nejčastěji zmiňovaných politických stran a četnost výpovědí o těchto stranách v hlavní zpravodajské relaci

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	celkem	pořadí
ČSSD	4934	5310	2330	3315	3166	2797	1791	3567	4201	5367	4591	41369	1
ODS	1942	4605	3520	5845	3860	3979	2945	6247	4454	1674	1150	40221	2
KDU-ČSL	1661	2875	2140	2202	1375	424	23	355	910	1639	1219	14823	3
TOP09					267	1463	2070	3633	2621	1348	1109	12511	4
KSČM	897	840	465	1056	651	348	203	1036	1005	682	660	7843	5
ANO								927	3196	3378		7501	6
VV						1344	2118	2147	506			6115	7
SZ		1145	1565	2128	941	253	8					6040	8
LIDEM								867	560			1427	9
US-DEU	1033	225										1258	10
Úsvit <sup>264</sup>									408	404		812	11
SPOZ								279				279	12
Suverenita								164				164	13
DSZ					84							84	14
Změna pro Liberec							20					20	15
ČSNS2005							17					17	16



<sup>263</sup> Zkratky stran v tabulce 4: ČSSD (Česká strana sociálně demokratická), ODS (Občanská demokratická strana), KDU-ČSL (Křesťanská a demokratická unie – Československá strana lidová), KSČM (Komunistická strana Čech a Moravy), ANO (ANO 2011), VV (Věci veřejné), SZ (Strana zelených), US-DEU (Unie svobody – Demokratická unie), SPOZ (Strana práv občanů – Zemanovci), DSZ (Demokratická strana zelených), ČSNS 2005 (Česká strana národně socialistická).

<sup>264</sup> Úsvit, později Úsvit - Národní Koalice (Ú-NK).

Kdyby Události během zkoumaných let vymezily nejčastěji zmiňovaným politickým stranám vyvážený prostor, tak by podle počtu členů jednotlivých stran, který je ilustrován v tabulce 5<sup>265</sup>, připadlo nejvíce místa v relaci KSČM, která je svými 51 000 členy největší politickou stranou v České republice. Naopak ČSSD by mělo v relaci náležet až třetí místo, za druhou nejpočetnější stranou KDU-ČSL.<sup>266</sup>

**Tab 5** – *Přehled nejčastěji zmiňovaných politických stran v relaci a počty jejich straníků*<sup>267</sup>

Nejčastěji zmiňované strany v relaci	Počet členů (2013-2014)
ČSSD	22 881
ODS	17 944
KDU-ČSL	28 541
TOP09	3 825
KSČM	51 000
ANO	1 600
VV	800
SZ	1 333
Úsvit	9

Podle kodexu ČT se vyváženost prostoru pro politické strany posuzuje podle váhy politických stran odvozené z výsledků voleb.<sup>268</sup> Ze srovnání tabulky 6 (str. 55), kde jsou shrnuty výsledky voleb do Poslanecké sněmovny, a souhrnu nejčastěji zmiňovaných politických stran dle četnosti výpovědí (tabulka 4) lze vyčíst, že v případě ODS, která měla ve volbách v roce 2006 nejvíce hlasů, a stejně tak v případě druhé ČSSD, bylo v Událostech v období mezi lety 2006 až 2010 věnováno nejvíce výpovědí o straně právě těmto stranám. Nejméně příspěvků bylo prezentováno o třetí KDU-ČSL, kterou počtem výpovědí předběhla poslední zvolená strana Strana zelených (SZ).<sup>269</sup>

<sup>265</sup> Údaje o počtech straníků jsou čerpány ze Čtrnáctideníku Vysoké školy CEVRO INSTITUTU z rozmezí let 2013-2014, oproti dřívějším letům měly strany sice více členů než dnes, přesto se pořadí nejpočetnějších stran během let nezměnilo. Online dostupné z: [http://www.cevro.cz/web\\_files/soubory/ctnaci-deniky/2014/14denik\\_15\\_2014.pdf](http://www.cevro.cz/web_files/soubory/ctnaci-deniky/2014/14denik_15_2014.pdf) [cit. 15. 2. 2016].

<sup>266</sup> Tamtéž: [cit. 15. 2. 2016].

<sup>267</sup> Řazeno sestupně od nejčastěji prezentovaných stran v Událostech. Online dostupné z: [http://www.cevro.cz/web\\_files/soubory/ctnaci-deniky/2014/14denik\\_15\\_2014.pdf](http://www.cevro.cz/web_files/soubory/ctnaci-deniky/2014/14denik_15_2014.pdf) [cit. 15. 2. 2016].

<sup>268</sup> Bod 6.2 v Kodexu ČT.

<sup>269</sup> Do srovnání výsledků voleb s počtem výpovědí o straně nebyly zahrnuty volební roky (2006, 2010, 2013), a to z toho důvodu, že jsou to roky volební, tudíž by nemusel být počet výpovědí o nově zvolených stranách shodný s jejich umístěním ve volbách.

V období 2010 až 2013 by měla být podle výsledků voleb nejvíce prezentovanou stranou ČSSD, před kterou se však zařadily počtem výpovědí nejen ODS, ale v některých letech i TOP09 či VV.

Od roku 2013 do roku 2015 byly ČSSD a ANO jak na prvních místech s počtem hlasů ve volbách, tak i v množství výpovědí prezentovaných ve zpravodajství. O KSČM bylo v tomto období odvysíláno méně výpovědí než o většině jiných stran, přesto by podle volebních výsledků měla být třetí nejčastěji prezentovanou stranou.

Tato zjištění vedla k závěru, že politické subjekty ve zpravodajství nebyly zastupovány obdobnou měrou zpráv, a to nejen v případě posouzení podle počtu členů politických stran, ale také podle váhy stran odvozené z voleb.

**Tab. 6 – Výsledky voleb do PS PČR<sup>270</sup>**

2006	politické strany	počet hlasů
	ODS	35,40%
	ČSSD	32,30%
	KSČM	12,80%
	KDU-ČSL	7,20%
2010	SZ	6,30%
	politické strany	počet hlasů
	ČSSD	22,08%
	ODS	20,22%
	TOP09	16,70%
2013	KSČM	11,27%
	VV	10,88%
	politické strany	počet hlasů
	ČSSD	20,50%
	ANO 2011	18,70%
	KSČM	14,90%
	TOP09	12,00%
ODS	7,70%	
Úsvit	6,90%	
KDU-ČSL	6,80%	

Už bylo zjištěno, že se nedostalo v relaci všem politickým stranám stejného prostoru, což však mnohdy nemusí být na škodu, zejména v případě, když je tento prostor ve zpravodajství zaplněn příspěvkem o straně s negativním kontextem hodnocení.

<sup>270</sup> Výsledky voleb. Online dostupné z: <http://volby.cz/> [cit. 11. 3. 2016].

Každá výpověď o politické straně zaznamenaná v analýzách zpravodajství ČT byla zkoumaná samostatně. U výpovědí bylo sledováno: o které je straně či politikovi, jaká je její tematická souvislost, jaký je kontext (jak byl v příspěvku politický subjekt představen), či kdo je původcem výpovědi (od koho informace, případně hodnocení a kontext výpovědi o straně pochází).<sup>271</sup> „Původcem hodnocení přitom nemusí být reportér. Hodnocení může pocházet od politického odpůrce, obyvatel, expertů apod. Například: analytici mohou kritizovat důchodovou reformu připravenou ministrem financí,“<sup>272</sup> tudíž nelze následné prozkoumání vývoje počtu neutrálních příspěvků o politických subjektech stavět pouze na odstupu a neutrálním postoji redaktorů při výrobě a produkci zpráv, který deklaruje Kodex<sup>273</sup>, ale také na celkové vyváženosti zpravodajství.<sup>274</sup>

Do komparace nejsou zahrnuty Demokratická strana zelených (DSZ), sdružení Změna pro Liberec, Česká strana národně socialistická (ČSNS 2005), Suverenita<sup>275</sup> a Strana práv občanů - Zemanovci (SPOZ). Zmíněné subjekty se dostaly počtem příspěvků, které o nich informovaly, mezi nejčastěji prezentované strany v Událostech pouze v jednom roce, tudíž u nich nelze zkoumat vývoj výpovědí s neutrálním kontextem hodnocení, který zjišťují u politických subjektů, jež se zařadily mezi nejčastěji zmiňované strany minimálně dvakrát. V následující tabulce 7 je znázorněn vývoj příspěvků o politických stranách s neutrálním kontextem hodnocení během zkoumaného období.<sup>276</sup>

---

<sup>271</sup> Analýza zpravodajství ČT 2010: 20.

<sup>272</sup> Analýza zpravodajství ČT 2010: 20.

<sup>273</sup> Bod 5.14. Kodexu ČT.

<sup>274</sup> TRAMPOTA, 2006: 146. Úkolem vyváženosti je zajistit rovný či proporční přístup aktérů do zpráv, stejně jako jejich rovnocenné předvádění a hodnocení.

<sup>275</sup> Strana několikrát změnila název, v roce 2016 funguje pod názvem Strana zdravého rozumu.

<sup>276</sup> Základní výzkumné období je od roku 2005 do roku 2015. V některých grafech jsou období zkrácena, což je zapříčiněno buď pozdějším vznikem stran, jejich zánikem či ročními součty výpovědí o těchto stranách, které nebyly tak vysoké, aby je výzkumníci z Media Tenoru zařadili mezi nejčastěji zmiňované politické strany.



**Tab. 7 – Procentuální podíl neutrálních výpovědí o politických stranách na celkovém množství výpovědí o těchto stranách**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ČSSD	95 %	91 %	94 %	82 %	80 %	75 %	82 %	86 %	89 %	92 %	93 %
ODS	94 %	90 %	94 %	80 %	84 %	79 %	81 %	88 %	84 %	89 %	93 %
KDU-ČSL	97 %	97 %	90 %	81 %	85 %	76 %	83 %	88 %	96 %	93 %	92 %
TOP 09					84 %	86 %	83 %	86 %	85 %	93 %	93 %
KSČM	92 %	94 %	97 %	81 %	79 %	80 %	82 %	81 %	86 %	95 %	94 %
ANO									94 %	87 %	90 %
VV						90 %	74 %	78 %	85 %		
SZ		96 %	94 %	81 %	83 %	85 %	75 %				
LIDEM								86 %	88 %		
US-DEU	97 %	89 %									
Úsvit										96 %	91 %

Podle hodnot z tabulky lze konstatovat, že ČSSD byla v Událostech prezentována s největší mírou neutrality v roce 2005. V ostatních letech hodnota neutrálních příspěvků kolísala na nižších úrovních. Největší výchylkou je rok 2010, kdy neutralita klesla až na 75%, na čemž se podílely především „kritika vystupování Jiřího Paroubka, jeho odstoupení z čela strany po výsledcích parlamentních voleb, nesouhlas s osobou Davida Ratha ve vedení ČSSD, kontroverzní vystupování Davida Ratha ve Sněmovně a jeho spory s politiky vládní koalice i se spolustraníky“<sup>277</sup>. Od kritického roku 2010 po rok 2015 je opět znatelný růst příspěvků s neutrálním hodnocením strany, který však už nedosáhl takových hodnot, jako v prvním zkoumaném roce.

U ODS počet neutrálních příspěvků během let kolísal. Nejvyšší neutrality dosáhly příspěvky v prvních a posledních letech, stejně jako u ČSSD je rok 2010 obdobím nejnižší neutrality příspěvků o straně, což je způsobeno podle výzkumníků z Media Tenoru korupčními aférami „starosty Brna-Žabovřesk Antonína Kvapila, místostarosty Kolína Radovana Pekárka a kauzou na Státním fondu životního prostředí, která měla za následek rezignaci Pavla Drobila, a výroky Mirka Topolánka pro magazín Lui na adresu menšin“<sup>278</sup>.

Se snížením míry neutrality referování o stranách se potýkala i KDU-ČSL, ta sice nabyla v příspěvcích z prvních dvou let nejvyšší míry neutrality za celé období, o to znatelnější ji však čekal pokles neutrálních výpovědí o straně po neúspěšných volbách v roce 2010. Na negativním hodnocení strany se tehdy podílela i kauza náměstka ministra

<sup>277</sup> Analýza zpravodajství ČT 2010: 22-23.

<sup>278</sup> Analýza zpravodajství ČT 2010: 22, 23

obranu Jaroslava Kopřivy, který plánoval zmanipulovat výběrové řízení na nákup minometů.<sup>279</sup>

Pravicová strana TOP 09 se zařadila už v roce svého vzniku na žebříček nejčastěji zmiňovaných stran v Událostech. Z tabulky lze vysledovat, že TOP 09 je zatím první stranou, u které byl zaznamenán během zkoumaných let nárůstu neutrality příspěvků o straně, a to až o devět procentních bodů. Podle analýz prováděných společnostmi Media Tenor byl nižší podíl neutrality příspěvků v prvním roce TOP 09 způsoben nikoliv negativními referencemi, ale „*vysokým podílem pozitivivity [...] Pozitivní konotace byly spojovány s osobou Karla Schwarzenberga a výzkumy volebních preferencí*“<sup>280</sup>.

Kolísavě se v relaci vyvíjela neutralita prezentování KSČM. Strana dosáhla v roce 2007 nejvyšší míry neutrality za celé zkoumané období. O dva roky později byla označena za stranu s nejvyšším podílem negativních výpovědí, na čemž se mimo jiné podíleli i místopředsedové KSČM Jiří Dolejš a Čeněk Milota, kteří za vidinou úplatku usilovali o změnu loterijního zákona.<sup>281</sup> I přes tyto výchyly lze u KSČM zpozorovat mezi prvním a posledním výzkumným rokem lehký nárůst neutrality.

Politické hnutí ANO 2011 (ANO) se mezi nejčastěji prezentované strany ve zpravodajství zařadilo rok po svém vzniku. Byť nedošlo k nějakému kritickému vychýlení, tak lze vysledovat během dosavadních let kolísavě klesající míru neutrálního referování o této straně.

Politická strana Věci veřejné (VV)<sup>282</sup> byla zařazena mezi nejčastěji zmiňované strany ve zpravodajství od roku 2010. Rok na to došlo v otázce neutrálních výpovědí o straně k viditelnému propadu, který byl zapříčiněn vnitřními nepokoji ve straně, kauzou s odposlechy, nařčením Víta Bárty z uplácení či jeho odchodem z vlády.<sup>283</sup>

Parlamentní politická strana SZ se mezi top strany ve zpravodajství dostala v roce 2006 a setrvala zde do roku 2011. Počet neutrálních výpovědí o SZ, v poměru všech příspěvků o tomto politickém subjektu, během zkoumaných let klesal. V posledním roce bylo o straně vyzkoumáno jen osm výpovědí, z nichž šest bylo neutrálních. V roce 2008, kdy byl zaznamenán první znatelný úbytek neutrálních výpovědí o SZ, bylo o straně referováno s negativními konotacemi kvůli interním sporům, napětí uvnitř strany či kvůli nejednoznačnému postoji k návrhům reformních zákonů, a to hlavně v oblasti zdravotnictví. Po podzimních krajských a senátních volbách byla koaliční strana ve

<sup>279</sup> Analýza zpravodajství ČT 2010: 22-23.

<sup>280</sup> Analýzy zpravodajství ČT, 2009: 23.

<sup>281</sup> Analýza zpravodajství ČT 2009: 23.

<sup>282</sup> Od roku 2015 se politická strana VV přeměnila ve spolek VV.

<sup>283</sup> Analýza zpravodajství ČT 2011, Q2: 9.

výpovědích prezentována jako poražená.<sup>284</sup> Další nárůst negativních výpovědí o SZ v roce 2010 zapříčinil hlavně neúspěch ve volbách.<sup>285</sup>

V roce 2012 založilo několik politiků z VV hnutí LIDEM – liberální demokraté (LIDEM).<sup>286</sup> Politické hnutí se zařadilo v období svého vzniku a rok poté mezi nejčastěji prezentované strany v relaci. Spolu s TOP 09 a KSČM patří mezi politické subjekty, u nichž narostl ve výpovědích během let počet neutrálních referencí.

Vývoj neutrálních příspěvků o Unii svobody – Demokratické unii (US-DEU), která působila v politice od roku 1998 do roku 2010 a počtem příspěvků se zařadila mezi nejvíce zmiňované strany v Událostech v letech 2005 a 2006, poklesl o osm procentních bodů.

Poslední zkoumanou stranou je hnutí Úsvit přímé demokracie (Úsvit) založené v roce 2013.<sup>287</sup> Ve sledovaném období je možné vyzorovat slabší pokles neutrálních výpovědí na celkovém množství výpovědí o tomto hnutí.<sup>288</sup>

Z 11 zkoumaných politických stran a hnutí, bylo pouze u tří zaznamenáno navýšení neutrálních výpovědí o těchto stranách.

---

<sup>284</sup> Analýza zpravodajství ČT 2008: 23.

<sup>285</sup> Analýza zpravodajství ČT 2010: 22.

<sup>286</sup> Od 2014 do 2015 název VIZE 2014, dnes Řád národa.

<sup>287</sup> Dnes Úsvit – Národní Koalice. Současné podobě názvu strany předcházelo několik drobných úprav.

<sup>288</sup> Za možným poklesem politického hnutí může stát i vyloučení zakladatele a předsedy hnutí Tomio Okamury. (Pozn.)

### 3.8.1. Porovnání četnosti výpovědí o politických stranách s veřejným míněním

Komparace *prostoru*<sup>289</sup> věnovaného politickým stranám v Událostech s volebními výzkumy veřejného mínění může posloužit jako ukázka o možném vlivu mediální agendy na agendu veřejnou, protože jak už bylo zmíněno v teoretické části, příjemci odhadují důležitost tématu převážně podle množství sdělení o tématu, kterému jsou skrze média vystaveni.<sup>290</sup>

Veřejně dostupná data o stranických preferencích, jež „*představují aktuální rozložení sympatií k politickým stranám v celé společnosti*“,<sup>291</sup> mi poskytlo Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM), výzkumné oddělení Sociologického ústavu Akademie věd České republiky (AV ČR), které pravidelně provádí průzkumy veřejného mínění.<sup>292</sup>

Měsíčně měřené stranické preference byly zjišťovány na základě odpovědí dotazovaných na otázky typu: „*Představte si, že by příští týden byly volby do Poslanecké sněmovny. Šel byste volit? [...]* „*Kterou stranu byste volili ze předpokladu, že k volbám půjdete?*“<sup>293</sup>

Jelikož nebyly data o stranických preferencích dostupná za všechny měsíce každého roku, pracovala jsem s průměry ročních preferencí, které jsem vypočítala zprůměrovaním čtyř měsíců každého roku, přesněji ledna, dubna, června/července<sup>294</sup> a října, tak aby bylo zastoupeno každé čtvrtletí.

Strany, které se v některém roce objevily v Událostech mezi nejčastěji zmiňovanými stranami, ale jejich preference u veřejnosti nedosahovaly více než jednoho procenta, nejsou v porovnání zahrnuty, neboť je výzkumníci z CVVM zařadili do kategorie: ostatní strany. Těmito případy jsou hnutí LIDEM, Změna pro Liberec, ČSNS 2005 a DSZ.

Mezi stranami vyloučenými z komparace byly i SPOZ a Suverenita, které se objevily pouze v jednom roce mezi nejčastěji zmiňovanými stranami v relaci, a tudíž u nich nelze sledovat vývoj míry vlivu mezi prostorem věnovaným stranám a veřejným míněním o těchto stranách.

---

<sup>289</sup> V mém případě se prostorem myslí četnost výpovědí o politických stranách.

<sup>290</sup> DEARING, ROGERS, 1996 in TRAMPOTA, 2008: 40

<sup>291</sup> Stranické preference v říjnu 2008:2. Online dostupné z:

[http://cvvm.soc.cas.cz/media/com\\_form2content/documents/c1/a3556/f3/100832s\\_pv81029.pdf](http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a3556/f3/100832s_pv81029.pdf)  
[cit. 12. 3. 2016].

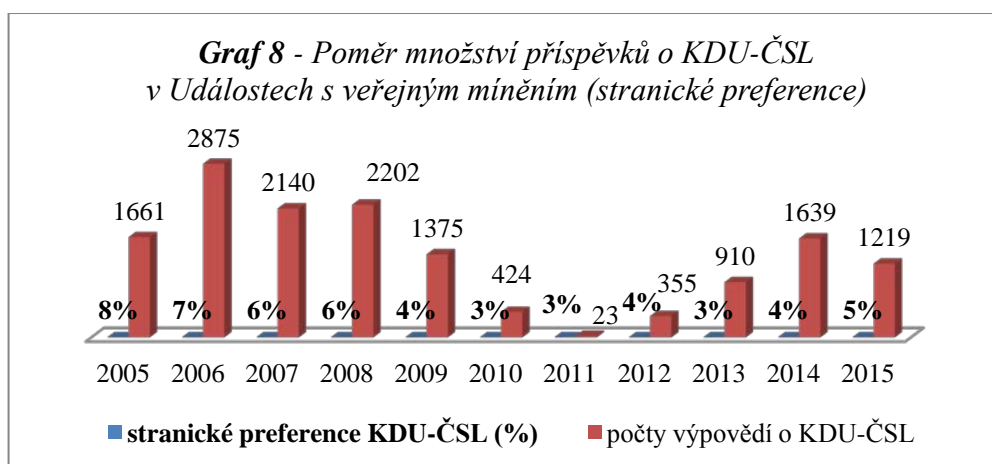
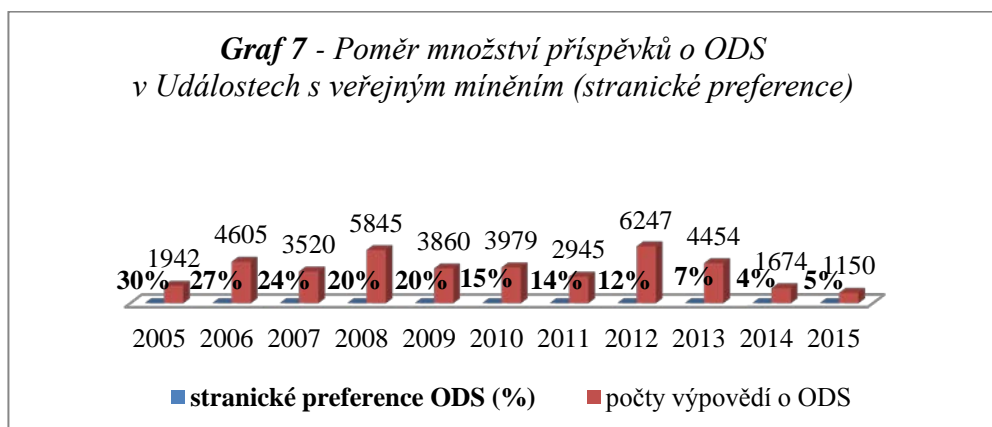
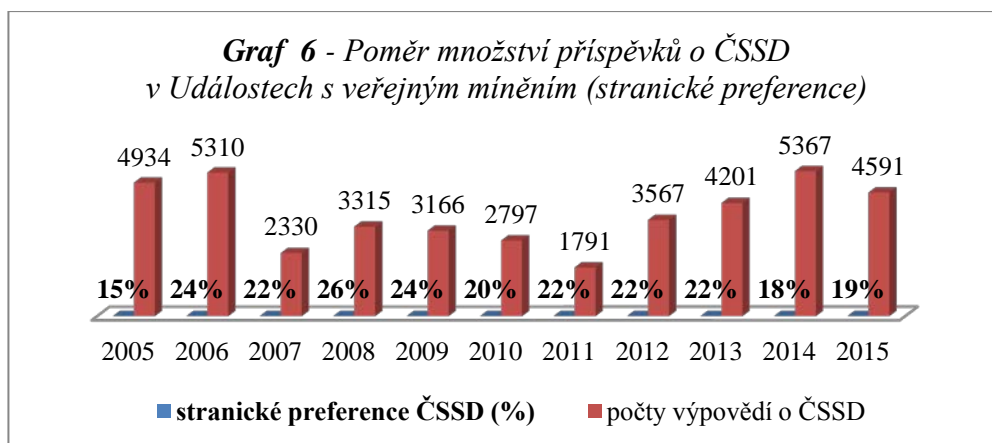
<sup>292</sup> Centrum pro výzkum veřejného mínění. Online dostupné z: <http://cvvm.soc.cas.cz/> [cit. 12. 3. 2016].

<sup>293</sup> Stranické preference v říjnu 2008:2. Online dostupné z:

[http://cvvm.soc.cas.cz/media/com\\_form2content/documents/c1/a3556/f3/100832s\\_pv81029.pdf](http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a3556/f3/100832s_pv81029.pdf)  
[cit. 12. 3. 2016].

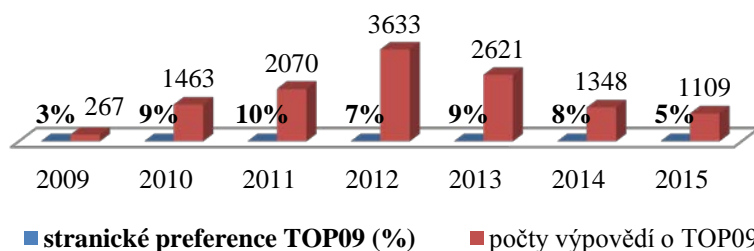
<sup>294</sup> Dle dostupnosti.

V následujících grafech ( graf 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12 13; 14; 15<sup>295</sup> ) jsou znázorněny vývoje vlivu mezi počtem výpovědí o stranách a preferencemi veřejnosti k těmto stranám. Každý z grafů pojednává o jedné z politických stran zařazených mezi top nejčastější strany v Událostech.

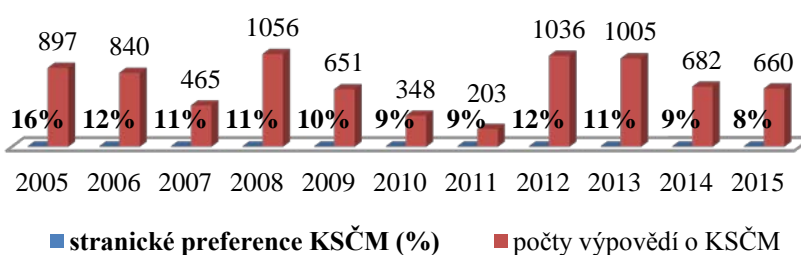


<sup>295</sup> Graf 14 se věnuje straně US-DEU, která sice v politice už nepůsobí, ale splnila požadavky pro zařazení do komparace.

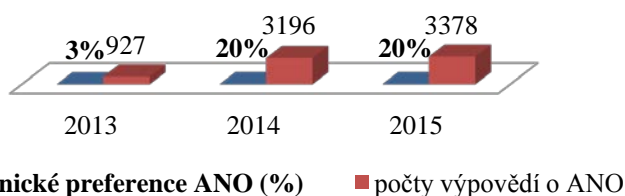
**Graf 9 - Poměr množství příspěvků o TOP 09 v Událostech s veřejným míněním (stranické preference)**



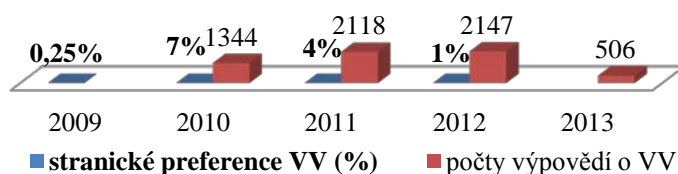
**Graf 10 - Poměr množství příspěvků o KSČM v Událostech s veřejným míněním (stranické preference)**



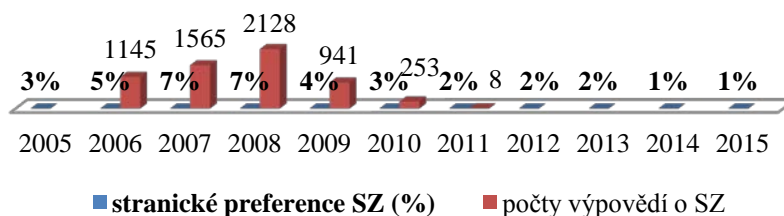
**Graf 11 - Poměr množství příspěvků o ANO v Událostech s veřejným míněním (stranické preference)**



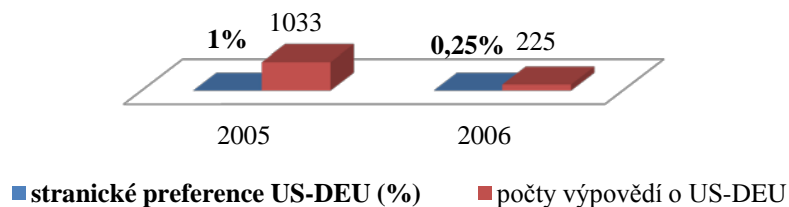
**Graf 12 - Poměr množství příspěvků o VV v Událostech s veřejným míněním (stranické preference)**



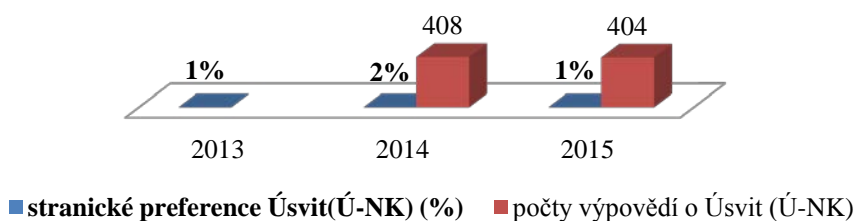
**Graf 13 - Poměr množství příspěvků o SZ v Událostech s veřejným míněním (stranické preference)**



**Graf 14 - Poměr množství příspěvků o US-DEU v Událostech s veřejným míněním (stranické preference)**



**Graf 15 - Poměr množství příspěvků o Úsvitu (Ú-NK) v Událostech s veřejným míněním (stranické preference)**



Grafy doplňuje tabulka 8, která srovnává korelační koeficienty, jež určují míru souvislosti mezi prostorem věnovaným stranám v relaci s veřejným míněním o těchto stranách.

Podle této tabulky existuje mezi četností výpovědí o politických stranách a stranickými preferencemi jistý vztah, což znamená, že spolu v některých případech souvisí množství výpovědí o politických subjektech a rozhodnutí veřejnosti komu dát hlas v hypotetických volbách. V takovém případě rozhoduje o vztahu prostoru a preferencí právě hodnota korelačního koeficientu.

V případě ČSSD a VV nabývá koeficient záporných hodnot. V této situaci dochází - s přibývajícím prostorem věnovaným výpovědím o stranách - ve společnosti ke snižování sympatií k těmto politickým subjektům, za čímž může stát mnoho faktorů, mezi nimi například malá potřeba příjemců orientovat se, vtíravost/nevtíravost témat týkajících se politických subjektů, malá potřeba naslouchat tematické agendě<sup>296</sup> zpravodajství či nárůst negativních výpovědí o stranách. Právě „intenzivní negativní mediální prezentace strany se s určitým zpožděním promítá do poklesu jejích volebních preferencí“<sup>297</sup>. Tím se potvrzuje i výrok Bernarda Cohena zmíněný v úvodu kapitoly 2.3. Agenda-setting. „Zpravodajská média možná nedokážou lidem s úspěchem říci, co si mají myslet, ale neuvěřitelně úspěšně dokážou svému publiku sdělit, na co má myslet.“<sup>298</sup>

<sup>296</sup> MCCOMBS, 2009: 95, 100.

<sup>297</sup> Analýza zpravodajství ČT 2015.

<sup>298</sup> COHEN, 1963 in MCCOMBS, 2009: 27.

Pozitivní vztah mezi prostorem ve zpravodajství a stranickými preferencemi signifikuje KDU-ČSL, TOP 09, KSČM, ANO, SZ, Úsvit a US-DEU.

U ODS je patrná pouze minimální souvislost mezi četností výpovědí a veřejným míněním o této straně.

Pozitivní souvislost mezi mediální agendou a agendou veřejnosti byla tedy vysledována v osmi případech z deseti.<sup>299</sup>

**Tab 8** – *Vztahy mezi prostorem věnovaným v relaci nejčastěji zmiňovaným stranám<sup>300</sup> a veřejným míněním o těchto stranách<sup>301</sup>*

Nejčastěji zmiňované strany v relaci	Korelační koeficient <sup>302</sup>
ČSSD	-0,4
ODS	0,21
KDU-ČSL	0,77
TOP 09	0,54
KSČM	0,54
ANO	1
VV	-0,88
SZ	0,97
US-DEU	1
Úsvit	1

<sup>299</sup> Nutno poznamenat, že se jedná jen o přibližné hodnoty, které se mohou zveřejněním dosud nezveřejněných dat lišit, a to například zpřístupněním volebních preferencí za všechny měsíce každého roku,...(Pozn.)

<sup>300</sup> Podle četnosti výpovědí o těchto stranách.

<sup>301</sup> Měřeno za období, kdy se vyskytovaly strany mezi top stranami s nejvyšší četností výpovědí a zároveň jim společnost v této době projevila sympatie.

<sup>302</sup> V některých případech mám nedostatečné množství dat pro výpočet korelačního koeficientu, což je zapříčiněno nepravidelnými výskyty některých politických subjektů v top nejčastěji zmiňovaných stranách v Událostech či ve stranických preferencích.



### **3.9. Komparace zastoupení krajů v regionálním zpravodajství Událostí**

#### **Výzkumná otázka č. 5**

**Jak se měnil v relaci prostor věnovaný jednotlivým krajům? Dochází v Událostech během zkoumaných let k růstu prostoru věnovaného Praze?**

Analýzy, se kterými pracuji, sice šetří každým rokem totožná data, avšak jejich zpracování se během let nepatrně mění, proto musím z výzkumného období vyřadit rok 2014<sup>303</sup> a dopočítat procentuální podíly příspěvků z jednotlivých krajů v letech 2013 a 2015, analýzy v tomto období totiž neobsahují data o procentuálním zastoupení krajů v relaci, ale pracují pouze s časem věnovaným jednotlivým krajům v regionálním zpravodajství Událostí.

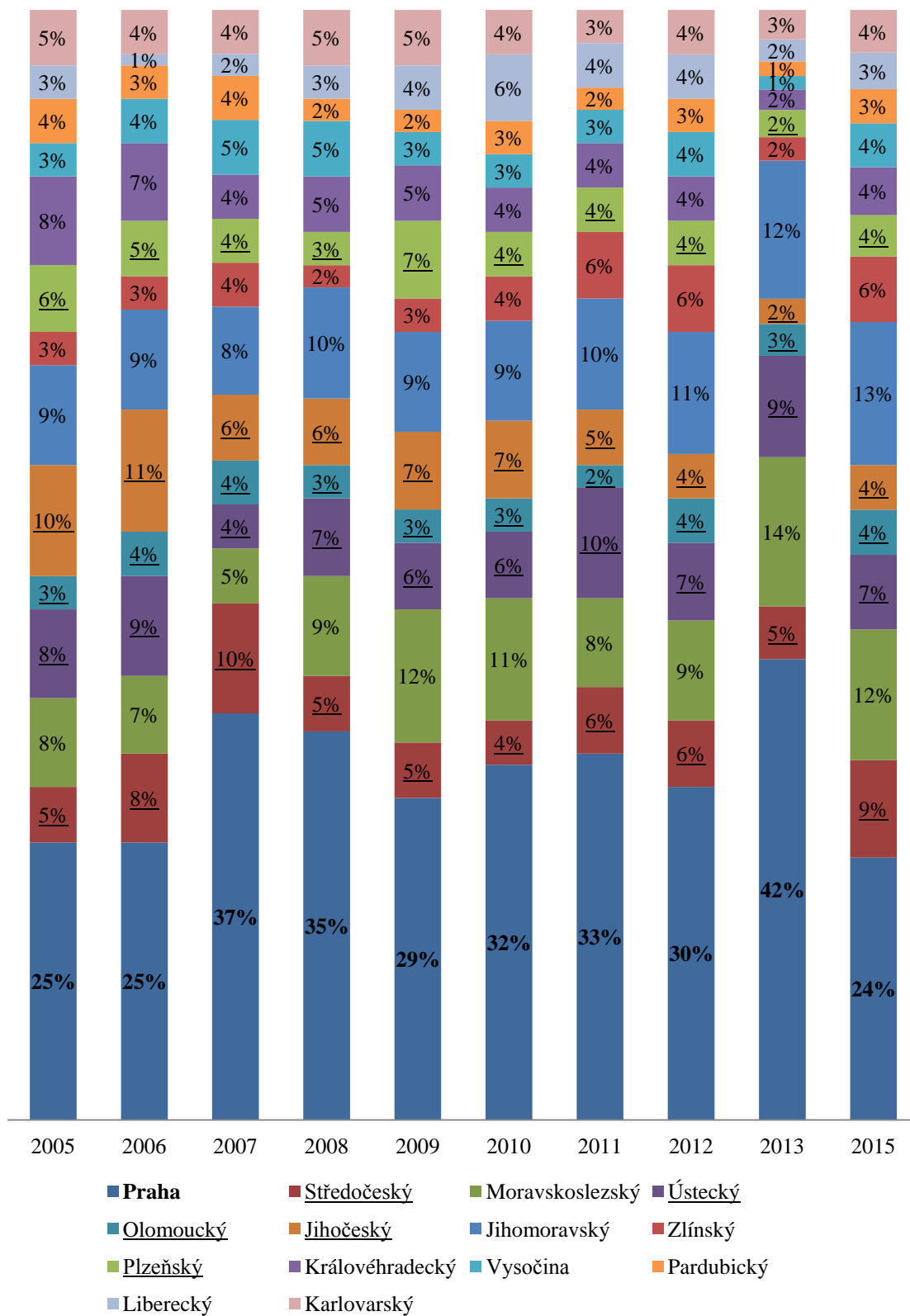
Z grafu 16<sup>304</sup> vyplývá, že v letech 2007 a 2013 došlo ve zpravodajství k největšímu nárůstu prostoru věnovaného Praze, a to bezmála o 20 %, čímž se Praha také stala krajem, u něhož byl zaznamenán největší nárůst prostoru ze všech oblastí. Vyjma posledního zkoumaného roku kolísavě narůstalo ve vysílání místo pro prezentaci tohoto regionu. U Středočeského, Moravskoslezského, Jihomoravského a Zlínského kraje došlo také k navýšení prostoru pro prezentování, nikoli však tolik, jako v případě Prahy. Pro příspěvky týkající se Pardubického, Libereckého, Karlovarského a Olomouckého kraje a Vysočiny, zůstal prostor v Událostech během deseti let skoro stejný.

---

<sup>303</sup> Analýzy z tohoto roku nezveřejňují procentuální zastoupení krajů ani čas věnovaný jednotlivým krajům v Událostech, ale čas vyhrazený pro nejčastěji zmiňované obce v celostátním zpravodajství ČT24. Praze zde bylo věnováno přes 133 hodin.

<sup>304</sup> Kvůli zpřehlednění jsou hodnoty podobné a opakující se barvy znázorňující jednotlivé kraje zvýrazněny (podtržením či tučným písmem).

**Graf 16 - Roční procentuální zastoupení jednotlivých krajů  
v regionálním zpravodajství Událostí**



Odpovědi na předešlé výzkumné otázky potvrdily znatelný vztah mezi délkou vysílacího času hlavní zpravodajské relace a počtem témat prezentovaných ve zkoumaném pořadu. Z analýz z let 2013 a 2015 obsahujících data o čase vymezeném v relaci pro jednotlivé kraje lze vyzkoumat, jak se v rozmezí těchto let změnil prostor věnovaný regionálnímu zpravodajství v relaci. Souvislost mezi nárůstem délky Událostí a zastoupením regionálního zpravodajství v této relaci, zjištěná z analýz zpravodajství ČT za rok 2013 a 2015, je shrnuta v tabulce 9.<sup>305</sup> Z tabulky vyplývá, že se Události v roce 2015 zabývaly zpravodajstvím z regionů více než v roce 2013, a to na úkor jiných tematických oblastí, neboť roční délka relace byla v roce 2015 o 47 minut kratší než v roce 2013, zatímco součet přírůstku času všech krajů byl 91 hodin a 59 minut.<sup>306</sup>

**Tab. 9** – *Vztah mezi roční délkou relace a prostorem věnovaným krajům v Událostech (v hodinách a minutách)*

	Celková délka relace	prostor věnovaný krajům
2013	275:14	82:03
2015	274:27	174:02

Tabulka 10 (str. 68) ilustruje, o jaký čas během let 2013 až 2015 vzrostl v Událostech prostor věnovaný jednotlivým krajům. Z tabulky lze vyčíst, že největšího nárůstu prostoru se dostalo Jihomoravskému a Středočeskému kraji. Skoro sedm hodin příspěvků navíc bylo věnováno v hlavní zpravodajské relaci Praze.

<sup>305</sup> Z analýz za rok 2013 a 2015 využiji data o časech věnovaných v relaci krajům, které však nabízejí pouze tyto dvě analýzy.

<sup>306</sup> Viz. Kapitola 3.7. Komparace délky Událostí.

**Tab. 10** - Navýšení času věnovaného v relaci krajům mezi lety 2013-2015  
(v hodinách a minutách)

	Navýšení času 2013-2015
Jihomoravský	12:12:00
Středočeský	11:23:00
Moravskoslezský	9:23:00
Zlínský	8:31:00
Praha	6:56:00
Královéhradecký	6:00:00
Vysočina	5:52:00
Jihočeský	5:07:00
Olomoucký	4:42:00
Karlovarský	4:31:00
Plzeňský	4:28:00
Liberecký	4:26:00
Pardubický	4:16:00
Ústecký	4:12:00

### 3.10. Komparace hard news a soft news v Událostech

#### Výzkumná otázka č. 6

##### **Kolik prostoru zabírají v Událostech soft news?**

Jak jsem zmiňovala v kapitole 2.1.2.2. Typologie televizních zpráv, lze na podílu hard news a soft news ve zpravodajství sledovat možný infotainment, tedy prvky zábavy a jejich nárůst či naopak úbytek. Reifová mezi prvky zábavy řadí například herecké projevy moderátorů, pohyby reportéra či animaci apod,<sup>307</sup> které jsem však ze svého výzkumu vyřadila, a to proto, že mé šetření probíhá pouze v tematické rovině, v níž byly zpracovány i analýzy zpravodajství, se kterými pracuji.

Při výzkumu poměru mezi hard news a soft news v Událostech jsem vycházela z dat používaných při komparaci tematické skladby relace, odkud jsem využila 11 předdefinovaných tematických meta-kategorií. Jelikož bylo do těchto nadkategorií rozřazováno deset nejčastějších témat každého roku, proběhl i výzkum poměru hard/soft news vždy mezi deseti nejčastěji prezentovanými tématy ve zpravodajství. Stejně jako bylo potřeba upravit výzkumné období u komparace tematické skladby, tak je třeba jej změnit na rozmezí let 2008 až 2015 i při zjišťování prvků infotainmentu v tematické rovině.<sup>308</sup>

V tabulce 11 je znázorněno rozdělení tematických meta-kategorií na hard a soft news. Jak už bylo zjištěno při komparaci tematické skladby, nebylo ani v jednom ze zkoumaných let věnováno nadkategorii **vzdělávání a média, zábava, volný čas a sport** a **životní prostředí** tolik prostoru, aby se zařadily mezi top desítku nejčastěji prezentovaných témat, čímž se zúžil okruh meta-kategorií spadajících do soft news na nadkategorii **kultura, společnost a náboženství**.

---

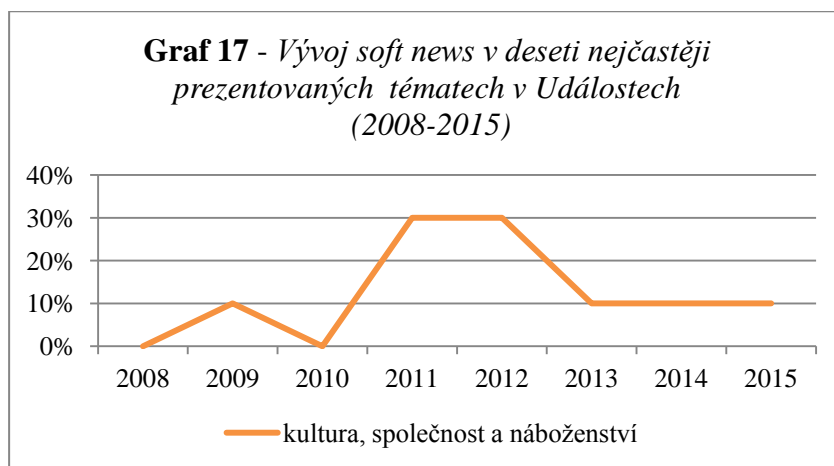
<sup>307</sup> REIFOVÁ, 2004 :88.

<sup>308</sup> Důvodem je opět nedostupnost dat o tematické skladbě Událostí.

**Tab. 11** – Rozdělení tematických nadkategorií v Událostech na hard news a soft news

HARD NEWS
hospodářství, průmysl a zemědělství
politika a státní správa
kriminální činy
bezpečnost, justice a armáda
kalamity a nehody
zahraničí
zdravotnictví
SOFT NEWS
kultura, společnost a náboženství
vzdělávání a média
zábava, volný čas a sport
životní prostředí

Graf 17 ukazuje, jak se během výzkumného období vyvíjel v Událostech počet zpráv spadajících do kategorie soft news. Z grafu lze vyčíst, že v hlavní zpravodajské relaci přibývá počet soft news. Mezi top desítkou nejčastějších témat si tento typ zpráv vydobyl své pravidelné místo od roku 2011. Právě v roce 2011 a o rok později dosáhl počet soft news v relaci největšího prostoru za celé zkoumané období. V posledních třech letech se počet soft news stabilně ustálil na desetiprocentní hranici, z čehož plyne, že na devět témat vztahujících se pod kategorií hard news připadá jedno spadající pod soft news.



## 4. ZÁVĚR

Cílem mé práce bylo zjistit, zda a jaké změny proběhly na poli tematického složení hlavní zpravodajské relace Události ČT v rozmezí let 2005 až 2015. Prozkoumáním a následnou komparací 23 analýz<sup>309</sup> zpravodajství ČT, které si nechává Česká televize pravidelně zpracovávat společností zaměřenou na analýzy mediálních sdělení, mělo být zjištěno, kam se přesouvala během let důležitost, kterou kladlo zpravodajství na určitá témata v mediální agendě. Dále se práce zabývala vývojem délky relace, množstvím témat prezentovaných v této relaci a porovnáním prostoru věnovaného v Událostech jednotlivým krajům. Dalším cílem bylo změřit na množství výpovědí o politických stranách prostor, věnovaný ve zpravodajství těmto stranám a následně jej porovnat s veřejným míněním za použití výzkumů volebních preferencí. Závěr praktické části se zabývá zkoumáním přítomnosti prvků infotainmentu ve veřejnoprávním zpravodajství ČT.

V teoretické části práce jsem popsala koncepty a informace, které přiblížily jak pohled na samotné zpravodajství, tak i problematiku spojenou s jeho tvorbou a produkcí.

V praktické části práce jsem vycházela především z tvrzení Dearinga a Rogerse, a to že prostor, který v médiích zabírají jednotlivá témata, indikuje míru důležitosti, jakou přikládají média těmto tématům.<sup>310</sup> Podle pořadí deseti nejčastějších témat každého roku v Událostech bylo zjištěno, že nejvíce prostoru v pěti z osmi zkoumaných let zaujímal témat z nadkategorie politika a státní správa. Kalamitám a nehodám připadl druhý největší prostor ve vysílání za osmileté zkoumané období. V posledním zkoumaném roce 2015 dostaly ve vysílání nejvíce prostoru témata z meta-kategorie bezpečnost, justice a armáda. Nejmenšího zastoupení se v tematické agendě Událostí dostalo tématům z nadkategorií vzdělávání a média; zábava, volný čas a sport; životní prostředí; zdravotnictví a hospodářství, průmyslu a zemědělství.

Míra důležitosti, jakou přikládalo zpravodajství 14 krajům, byla zjišťována dvěma způsoby. V základním výzkumném období 2005 až 2015 bylo zastoupení jednotlivých krajů v tematické skladbě měřeno dle procentuálního podílu příspěvků z jednotlivých krajů na regionálním zpravodajství Porovnání prostoru, který v relaci zabíraly kraje, ukázalo, že až na poslední rok neustále kolísavě narůstal prostor pro prezentování Prahy, a to v některých letech dokonce o polovinu svého původního prostoru. Pro příspěvky týkající se Pardubického, Libereckého, Karlovarského a Olomouckého kraje a Vysočiny,

<sup>309</sup> Sedm analýz ročních a šestnáct čtvrtletních.

<sup>310</sup> DEARING, ROGERS, 1996 in TRAMPOTA, 2008: 40.

zůstal prostor v Událostech během deseti let skoro stejný. U Moravskoslezského, Zlínského či Jihomoravského kraje byl zaznamenán nárůst prostoru, který však v žádném roce nepřesáhl více než 7 % (Praha přesáhla i 16 %).

Ve druhém způsobu, který zahrnoval roky 2013 a 2015, jsem porovnávala míru důležitosti jednotlivých krajů podle času, který jim byl ve vysílání věnován. Zajímavostí komparace těchto dvou let je, že mezi lety 2013 a 2015 došlo u všech 14 krajů k několikahodinovému nárůstu prezentovaného času, a tedy i k růstu důležitosti, kterou Události zprávám z krajů přikládaly. V roce 2015 dokonce tato důležitost zastínila i jiné tematické oblasti, neboť roční délka relace byla tehdy o 47 minut kratší než v roce 2013, a přesto činil součet přírůstku prostoru všech krajů 91 hodin a 59 minut.

McCombsovo tvrzení, že nejmocnějším sdělením o důležitosti tématu je jeho četnost výskytu v médiích,<sup>311</sup> bylo východiskem při posouzení míry důležitosti, jakou přikládala hlavní zpravodajská relace během let 2005 až 2015 jednotlivým politickým stranám. Nejčastěji zastupovanými politickými stranami v tematické agendě Událostí na základě četnosti výpovědí o těchto stranách byly během zkoumaného období ČSSD a ODS. První zmíněná strana dosáhla maximálního počtu výpovědí ve čtyřech výzkumných letech a celkově vedla přibližně o tisíc příspěvků nad druhou ODS, které se podařilo být sedmkrát neprezentovanější stranou v relaci. Obě strany byly sice zastoupeny v tematické skladbě oproti ostatním i pětinasobně, což se však ne vždy podepsalo pozitivně na tónu výpovědí o stranách, neboť u obou politických subjektů během let klesl počet neutrálních výpovědí. Velký prostor ve vysílání věnovaný ČSSD a ODS neměl pozitivní dopad ani na veřejné mínění o těchto stranách zjišťované pomocí volebních výzkumů veřejného mínění. Zatímco u ODS nebyl patrný skoro žádná souvislost mezi četností výpovědí o straně a sympatiemi veřejnosti ke straně, u ČSSD docházelo naopak dokonce s přibývajícemi příspěvky o straně ke snižování sympatií veřejnosti k ČSSD.

S rostoucí tematickou heterogenitou zpravodajské relace roste i záběr relace. Generální ředitel ČT Petr Dvořák hovořil v roce 2012 při spuštění nové podoby Událostí o tom, že relace nabídne divákům to, co nenajdou v jiných televizích, a zpravodajství České televize „*tak naplní své poslání veřejnoprávní instituce*“,<sup>312</sup> kdy má podle kodexu ČT „*divákům poskytovat informace důležité pro jejich všestrannou orientaci a svobodné utváření názorů*“<sup>313</sup>. Od začátku výzkumného období, kdy bylo v Událostech odvysíláno 217 různých domácích a 101 zahraničních témat, narostl počet těchto témat v případě

<sup>311</sup> MCCOMBS, 2009: 26.

<sup>312</sup> Online dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1628652-udalosti-v-novem-kabate-nikoli-uplne-novy-nezamenitelny-porad>

<sup>313</sup> Bod 5.1 Kodexu ČT.



domácích bezmála o dvojnásobek, v případě zahraničních dokonce o více než dvojnásobek. Rok spuštění nových Událostí se stal i rokem s nejpestřejší tematickou skladbou celého zkoumaného období. S rostoucí tematickou různorodostí rostla i délka zpravodajské relace, která se během rozmezí let 2005 až 2015 více než zdvojnásobila.

Podle Jaroslava Veise se s příchodem komerční Novy začaly ve zpravodajství České televize objevovat prvky infotainmentu.<sup>314</sup> I já jsem při komparaci deseti nejčastějších témat v rozmezí let 2008 až 2015 zaregistrovala nárůst témat spadající do kategorie soft news, která je ve zpravodajství indikátorem infotainmentu. Nejvíce prostoru v tematické agendě zabraly soft news v letech 2011 a 2012. V následujících letech se sice snížila četnost výskytu tohoto typu zpráv, avšak úplně nevymizel, naopak si našel ve zpravodajství své stabilní místo vedle hard news, kde na devět témat vztahujících se pod kategorii hard news připadá jedno spadající pod soft news.

Výsledky získané touto prací jsou souhrnem nejzákladnějších změn tematické podoby Událostí v rozmezí 11 let. Práce nabízí další přesahy, neboť data použita z analýz zpravodajství ČT představují pouze zlomek toho, co výzkumníci ze společnosti Media Tenor v analýzách zkoumali. Abych obsáhla co nejkompaktněji zvolený cíl, nebyla některá data zanalyzována tak podrobně, jak by si určitě zasloužila, ze zkoumání bylo vyřazeno zahraniční zpravodajství, prostor věnovaný ekonomickému zpravodajství a spousta jiných zajímavých dat, která by mohla vést k dalšímu zkoumání. Zajímavé výsledky by určitě přinesla i komparativní analýza jiných zpravodajských pořadů, neboť analýzy zpravodajství ČT neobsahovaly jen data o hlavní zpravodajské relaci, ale stejné výzkumy pro porovnání prováděly i u komerčních zpravodajských pořadů (Nova, Prima).

---

<sup>314</sup> VEIS, 2002: 25

## 5. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ

### Literatura:

- BEDNAŘÍK, Petr, JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8.
- BOORSTIN, Daniel J. *The image: a guide to pseudo-events in America*. 25th anniversary ed. New York: Atheneum, c1987. ISBN 0689702809.
- BURTON, Graeme, JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister and Principal, 2001. ISBN 8085947676.
- DAYAN, Daniel, KATZ, Elihu. *Media events: the live broadcasting of history*. 1st ed. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, c1992. ISBN 0-674-55956-8.
- GALTUNG, Johann, RUGE, Holmboe Mari. *The Structure of Foreign News*. In: *Journal of Peace Research*, SAGE Publications, 1965. Vol. 2, No. 1. Available from WWW: <http://blisty.cz/files/2010/07/20/galtung-structure-foreign-news-1965.pdf> [cit. 2016-1-12].
- HALL, Stuart (ed.). *Representation: cultural representations and signifying practices*. 1st pub. London: SAGE Publications, 1997. Culture, media and identities. ISBN 0-7619-5432-5.
- JIRÁK, Jan, ŘÍCHOVÁ, Blanka (eds.). *Politická komunikace a média*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-246-0182-6.
- JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.
- JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7.
- KALVAS, František. *Nastolování agendy: role masové a interpersonální komunikace, osobní zkušenosti a genderu*. 1. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2009. ISBN 978-80-7043-805-3.
- KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X.
- LOKŠÍK, Martin. *Televizní zpráva a televizní zpravodajství*. In: *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 2. Praha: Karolinum, 2011. ISBN: 978-80-246-1899-9.
- MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.

- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.
- NEČAS, Vlastimil. *Tradice výzkumů agenda-setting*. In: *Agenda-setting: teoretické přístupy*. 1. vyd. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008. ISBN 978-80-7330-151-4.
- NOVÁK, Arnošt. *Zpravodajské pokrytí environmentální tematiky*. *Kultura – Média - Komunikace*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009-. ISSN 1804-0365.
- OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9.
- PATTERSON, Thomas E. *Doing well and doing good: How Soft News and Critical Journalism Are Shrinking*. The Joan Shorenstein Center for Press, Politics, & Public Policy at Harvard University, 2000. Available from WWW: [http://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2012/03/soft\\_news\\_and\\_critical\\_journalism\\_2000.pdf](http://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2012/03/soft_news_and_critical_journalism_2000.pdf) [cit. 2016-1-12].
- REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.
- SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3568-9.
- SHOEMAKER, Pamela J., VOS, Tim P. *The Gatekeeping Theory*. New York: Routledge, 2009. ISBN: 0-203-93165-2. Available from WWW: [http://samples.sainsburysebooks.co.uk/9781135860608\\_sample\\_509123.pdf](http://samples.sainsburysebooks.co.uk/9781135860608_sample_509123.pdf) [cit. 2015-12-12].
- SHOEMAKER, Pamela J.; REESE, Stephen D. *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. 2. vyd. New York: Longman Publishers USA, 1996. ISBN 0-8013-1251-5. Available from WWW: <https://journalism.utexas.edu/sites/journalism.utexas.edu/files/attachments/reese/mediating-the-message.pdf> [cit. 2015-12-27].
- SCHERER, Helmut. *Úvod do metody obsahové analýzy*. In: *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2., přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 8024608278.
- ŠKODOVÁ, Markéta. *Zasazení konceptu agenda-setting do uvažování o médiích*. In: *Agenda-setting: teoretické přístupy*. 1. vyd. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008. ISBN 978-80-7330-151-4.
- ŠMÍD, Milan. *Desetiletí České televize*. In: *(Prvních) 10 let České televize*. Praha: Česká televize, 2002. ISBN 80-85005-37-9.

- TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. ISBN 8073670968.
- TRAMPOTA, Tomáš, VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.
- TRAMPOTA, Tomáš. *Mediální agenda*. In: *Agenda-setting: teoretické přístupy*. 1. vyd. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008. ISBN 978-80-7330-151-4.
- VEIS, Jaroslav. *Boj o pozornost: Deset let zpravodajství České televize*. In: (Prvních) 10 let České televize. Praha: Česká televize, 2002, s. 23-26. ISBN 80-85005-37-9.
- WHITE, David Manning. The Gate Keeper: A Case Study in the Selection of News. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 1950, 27.4: 383. Available from WWW: <http://www.aejmc.org/home/wp-content/uploads/2012/09/Journalism-Quarterly-1950-White-383-90.pdf> [cit. 2016-1-11].

### Online zdroje:

- /online/ BŘEŠŤAN, Robert. *Product placement ČT zatím přinesl 58 miliónů korun. A hokejovou ostudu s McDonald's*. 2015. Dostupné z: <http://hlidacipes.org/product-placement-ct-zatim-prinesl-58-milionu-korun-a-hokejovou-ostudu-s-mcdonalds/> [cit. 10-2-2016].
- /online/ MAŇÁK, Vratislav. *Kauza Morava vyvolala diskuse o etické stránce žurnalistiky*. 2008. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1442322-kauza-morava-vyvolala-diskuse-o-eticke-strance-zurnalistiky> [cit. 22-3-2016].
- /online/ STRAŠÍKOVÁ, Lucie. *Události v novém kabátě? Nikoli, úplně nový nezaměnitelný pořad*. 2012. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media/1628652-udalosti-v-novem-kabate-nikoli-uplne-novy-nezamenitelnny-porad> [cit. 12-1-2016].
- /online/ RIEGER, Lukáš. *Počet členů stran včera a dnes*. 2014. Dostupné z: [http://www.cevro.cz/web\\_files/soubory/ctnacni-deniky/2014/14denik\\_15\\_2014.pdf](http://www.cevro.cz/web_files/soubory/ctnacni-deniky/2014/14denik_15_2014.pdf) [cit. 15. 2. 2016].
- /online/ Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/podle-data-vysilani> [cit. 21. 2. 2016].<sup>315</sup>
- /online/ Dostupné z: [http://www.kmt.zcu.cz/person/Kohout/info\\_soubory/letnise/ruzne/krihodkorkoef.pdf](http://www.kmt.zcu.cz/person/Kohout/info_soubory/letnise/ruzne/krihodkorkoef.pdf) [cit. 20. 3. 2016].<sup>316</sup>

<sup>315</sup> Archiv ČT. Použit pro výpočty délek relací za roky 2005-2012.

<sup>316</sup> Tabulka kritických hodnot pro korelační koeficient. Použita při výpočtech korelačních koeficientů.

- /online/ Dostupné z: <http://volby.cz/> [cit. 11-3-2016].<sup>317</sup>
- /online/ Dostupné z: <http://cvvm.soc.cas.cz/volby-a-strany/> [cit. 12-3-2016].<sup>318</sup>
- /online/ Stranické preference v říjnu 2008. Dostupné z: [http://cvvm.soc.cas.cz/media/com\\_form2content/documents/c1/a3556/f3/100832s\\_pv81029.pdf](http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a3556/f3/100832s_pv81029.pdf) [cit. 12-3-2016].
- /online/ Centrum pro výzkum veřejného mínění. Dostupné z: <http://cvvm.soc.cas.cz/> [cit. 12-3-2016].

## Dokumenty ČT:

- /online/ *Kodex České televize: zásady naplňování veřejné služby v oblasti televizního vysílání*. Praha: Česká televize, 2003. ISBN 80-85005-46-8. Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/kodex-ct/pdf/kodex-ct.pdf> [cit. 28-1-2016].
- /online/ Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/reklama/product-placement/> [cit. 10-2-2016].<sup>319</sup>
- /online/ *Statut ČT*. 2012. Dostupné z: dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/statut-ct/> [cit. 10-1-2016].
- /online/ *Zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů*. 2005. Dostupné z: <http://img1.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/zakony/pdf/zakon-o-rozhlasovych-a-televiznich-poplaticich.pdf?verze=2011-11-18-17:26:39> [cit. 15-1-2016].
- /online/ *Zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi*. 1991. Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/zakony/pdf/zakon-o-ceske-televizi.pdf?verze=2015-12-16-21:07:30> [cit. 15-1-2016].

<sup>317</sup> Výsledky voleb. Použito k ověření vyváženého zastoupení politických stran v Událostech.

<sup>318</sup> Použito k výpočtu ročních stranických preferencí.

<sup>319</sup> Novela zákona o rozhlasovém a TV vysílání. 2010.

## Použité analýzy zpravodajství ČT:<sup>320</sup>

- /online/ *Analýzy zpravodajství ČT*. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/sledovanost-a-spokojenost/mereni-verejne-sluzby/analyza-zpravodajstvi-a-publicistiky/> [cit. 15-2-2016].
- *Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (rok 2005)*  
/online/ Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/press/2.pdf> [cit. 18-12-2015].  
/online/ Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/press/20.pdf> [cit. 18-12-2015].  
/online/ Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/press/207.pdf> [cit. 18-12-2015].  
/online/ Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/press/113.pdf> [cit. 18-12-2015].
- *Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (rok 2006)*  
/online/ Dostupné z:  
<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/sledovanost-a-spokojenost/mereni-verejne-sluzby/analyza-zpravodajstvi-a-publicistiky/?id=1583&strana-5=9&category=5>  
[cit. 21-12-2015].  
/online/ Dostupné z:  
<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/sledovanost-a-spokojenost/mereni-verejne-sluzby/analyza-zpravodajstvi-a-publicistiky/?id=1749&strana-5=8&category=5>  
[cit. 21-12-2015].  
/online/ Dostupné z:  
<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/sledovanost-a-spokojenost/mereni-verejne-sluzby/analyza-zpravodajstvi-a-publicistiky/?id=1909&strana-5=8&category=5>  
[cit. 21-12-2015].  
/online/ Dostupné z:  
<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/sledovanost-a-spokojenost/mereni-verejne-sluzby/analyza-zpravodajstvi-a-publicistiky/?id=2118&strana-5=8&category=5>  
[cit. 21-12-2015].
- *Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (rok 2007)*  
/online/ Dostupné z:  
<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/sledovanost-a-spokojenost/mereni-verejne-sluzby/analyza-zpravodajstvi-a-publicistiky/?id=2363&strana-5=8&category=5>  
[cit. 22-12-2015].  
/online/ Dostupné z:

---

<sup>320</sup> V případě let 2005, 2006, 2007 a 2011 bylo pracováno se čtvrtletními analýzami (Q1-Q4)

<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/sledovanost-a-spokojenost/mereni-verejne-sluzby/analyza-zpravodajstvi-a-publicistiky/?id=2877&strana-5=8&category=5>  
[cit. 22-12-2015].

/online/ Dostupné z:

<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/sledovanost-a-spokojenost/mereni-verejne-sluzby/analyza-zpravodajstvi-a-publicistiky/?id=2879&strana-5=7&category=5>  
[cit. 22-12-2015].

/online/ Dostupné z:

<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/sledovanost-a-spokojenost/mereni-verejne-sluzby/analyza-zpravodajstvi-a-publicistiky/?id=3001&strana-5=7&category=5>  
[cit. 22-12-2015].

- *Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (rok 2008)*

/online/ Dostupné z:

<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/sledovanost-a-spokojenost/mereni-verejne-sluzby/analyza-zpravodajstvi-a-publicistiky/?id=3735&strana-5=6&category=5>  
[cit. 22-12-2015].

- *Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (rok 2009)*<sup>321</sup>

/online/ Dostupné z: [www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=64456](http://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=64456) [cit. 26-12-2015].

- *Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (rok 2010)*

/online/ Dostupné z:

[http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní\\_zpravy/prilohy\\_10/53.pdf](http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/rada-ct/vyrocní_zpravy/prilohy_10/53.pdf)  
[cit. 26. 12. 2015].

- *Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (rok 2011)*

/online/ Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/press/1937.pdf> [cit. 27-12-2015].

/online/ Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/press/1943.pdf> [cit. 27-12-2015].

/online/ Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/press/1935.pdf> [cit. 27-12-2015].

/online/ Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/press/2117.pdf> [cit. 27-12-2015].

- *Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (rok 2012)*

/online/ Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/press/2460.pdf> [cit. 28-12-2015].

- *Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (rok 2013)*

/online/ Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/press/2769.pdf> [cit. 29-12-2015].

- *Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (rok 2014)*

/online/ Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/press/3274.pdf> [cit. 29-12-2015].

---

<sup>321</sup> Pro náhled na analýzu je potřeba ji nejdříve stáhnout na uvedeném odkazu.

- *Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (rok 2015)*

/online/ Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/press/3801.pdf> [cit. 30-12-2015].

### **Diplomové práce<sup>322</sup>:**

- FALTÝNKOVÁ, Ivana. *Analýza hlavní zpravodajské relace České televize a TV Nova*. Olomouc, 2011. Magisterská diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Dostupné z: <http://theses.cz/id/lr1iix/>.
- BRIJAROVÁ, Lucie. *Proměna hlavní zpravodajské relace ČTI v souvislosti s nástupem Petra Dvořáka do funkce ředitele média*. Olomouc, 2013. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Dostupné z: <http://library.upol.cz/arl-upol/cs/csg/?repo=upolrepo&key=23756700908>

---

<sup>322</sup> Z diplomových prací není citováno ani parafrázováno. V seznamu literatury jsou zařazeny proto, že do nich bylo v průběhu vypracování této bakalářské práce nahlíženo.



## 6. SEZNAM GRAFŮ

<b>Graf 1:</b> Zastoupení tematických meta-kategorií v agendě deseti nejčastějších témat.....	43
<b>Graf 2:</b> Podíl deseti nejčastějších domácích témat na celkovém počtu .....	48
<b>Graf 3:</b> Celková roční délka relace.....	49
<b>Graf 4:</b> Poměr prodloužení délky relace s množstvím prezentovaných témat.....	51
<b>Graf 5:</b> Nejčastěji prezentované politické strany.....	53
<b>Graf 6:</b> Poměr množství příspěvků o ČSSD v Událostech s veřejným míněním.....	61
<b>Graf 7:</b> Poměr množství příspěvků o ODS v Událostech s veřejným míněním.....	61
<b>Graf 8:</b> Poměr množství příspěvků o KDU-ČSL v Událostech s veřejným míněním.....	61
<b>Graf 9:</b> Poměr množství příspěvků o TOP 09 v Událostech s veřejným míněním.....	62
<b>Graf 10:</b> Poměr množství příspěvků o KSČM v Událostech s veřejným míněním.....	62
<b>Graf 11:</b> Poměr množství příspěvků o ANO v Událostech s veřejným míněním.....	62
<b>Graf 12:</b> Poměr množství příspěvků o VV v Událostech s veřejným míněním.....	62
<b>Graf 13:</b> Poměr množství příspěvků o SZ v Událostech s veřejným míněním.....	62
<b>Graf 14:</b> Poměr množství příspěvků o US-DEU v Událostech s veřejným míněním.....	63
<b>Graf 15:</b> Poměr množství příspěvků o Úsvitu v Událostech s veřejným míněním.....	63
<b>Graf 16:</b> Roční procentuální zastoupení krajů v regionálním zpravodajství Událostí.....	66
<b>Graf 17:</b> Vývoj soft news v deseti nejčastěji prezentovaných tématech v Událostech.....	69

## 7. SEZNAM TABULEK

<b>Tab 1:</b> Procentuální zastoupení tematických meta-kategorií v agendě deseti nejčastějších témat .....	43
<b>Tab 2:</b> Počet různých prezentovaných témat .....	46
<b>Tab 3:</b> Průměrná délka jedné relace .....	50
<b>Tab 4:</b> Nejčastěji zmiňované politické strany a četnost výpovědí o stranách v relaci .....	53
<b>Tab 5:</b> Nejčastěji zmiňované politické strany v relaci a počty stránek .....	54
<b>Tab 6:</b> Výsledky voleb do PS PČR .....	55
<b>Tab 7:</b> Podíl neutrálních výpovědí o politických stranách na všech výpovědích .....	57
<b>Tab 8:</b> Vztahy mezi prostorem věnovaným v relaci nejčastěji zmiňovaným stranám a veřejným míněním o těchto stranách .....	64
<b>Tab 9:</b> Vztah mezi roční délkou relace a prostorem věnovaným krajům v Událostech .....	67
<b>Tab 10:</b> Vztah mezi roční délkou relace a prostorem věnovaným krajům v Událostech .....	68
<b>Tab 11:</b> Rozdělení tematických nadkategorií v Událostech na hard/soft news .....	70