

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2024

Bc. Martina Kolačná

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Proměny zpravodajství o ukrajinsko-ruském konfliktu
v hlavní zpravodajské relaci TV Nova
od února 2022 do února 2023**

Diplomová práce

Autorka práce: Bc. Martina Kolačná

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.

Rok obhajoby: 2024

Prohlášení

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

V Praze dne 24. 4. 2024

Bc. Martina Kolačná

Bibliografický záznam

KOLAČNÁ, Martina. *Proměny zpravodajství o ukrajinsko-ruském konfliktu v hlavní zpravodajské relaci TV Nova od února 2022 do února 2023*. Praha, 2024. 67. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.

Rozsah práce: 110 488 znaků s mezerami

Abstrakt

Diplomová práce má za cíl analyzovat mediální obraz války na Ukrajině v hlavní zpravodajské relaci TV Nova, konkrétně ve večerních Televizních novinách. Práce popíše, jak se proměnil během roku konfliktu v dané televizní relaci a jakým způsobem o průběhu bojů televize informovala na začátku války a po roce jejího trvání.

Skrze obsahovou analýzu se práce primárně věnuje zprávám, které přinášely lidem aktuální informace o válce a dění Ukrajinsko-ruského konfliktu. Zkoumá četnost zpráv o Ukrajině a také jejich délku a umístění, jak byly v nejsledovanější zpravodajské relaci TV Nova umístěny v průběhu prvního roku války. V závislosti na tom, se teoretická část práce bude zabývat českým televizním zpravodajstvím a na jakých principech funguje, výzkumy zabývající se vztahem lidí k médiím apod. Popsána bude TV Nova s důrazem na zpravodajství a jejich zpravodajský pořad Televizní noviny, které jsou aktuálně nejsledovanější večerní zpravodajskou relací v ČR. Předpokládám, že se s eskalací konfliktu na Ukrajině zvýšil výskyt zpráv ve zpravodajství TV Nova informující o Ukrajině. Dále předpokládám, že budou během roku vidět vlny, kdy se informace o ukrajinsko-ruském konfliktu upozadovaly a byl jim věnován menší prostor. Práce má za cíl zmapovat ve zvoleném období kolik zpráv bylo do vysílání zařazeno a jaká jim byla přikládána důležitost podle umístění v relaci.

Abstract

The aim of this thesis is to analyze the media portrayal of the war Ukraine in the main newscast of TV Nova, namely in the evening news session Televizní noviny. The thesis will describe how the conflict evolved within the course of a year in the specified television program and how the television covered the progress of the war at the beginning and after a year of its duration.

Through content analysis, the thesis primarily focuses on the news that provided people with current information about the war and the events of the Ukrainian-Russian conflict. It examines the frequency of news reports on Ukraine as well as their length and placement as they were featured in TV Nova's most watched newscast during the first year of the war. Depending on this, the theoretical part of the thesis will deal with Czech television news and on what principles it works, research dealing with people's relationship to the media, etc. TV Nova will be described with an emphasis on news and their news

session Televizní noviny, which is currently the most watched evening news session in the Czech Republic. The author assumes that with the escalation of the conflict in Ukraine, there has been an increase in the coverage of news about Ukraine in TV Nova's news programs and that throughout the year, there will be fluctuations where these news items may diminish in importance within the program. The thesis aims to map out how many news items were included in the broadcasts during the selected period and how much importance was attributed to them based on their placement in the program.

Klíčová slova

Média, Rusko, Televizní noviny, TV Nova, Ukrajina, válka, zprávy

Keywords

Media, news, Russia, Televizní noviny, TV Nova, Ukraine, war

Title

Changes in coverage of the Ukrainian-Russian conflict in TV Nova's main news bulletin from February 2022 to February 2023

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala prof. PhDr. Janu Jirákovi, Ph.D. za skvělé vedení práce, užitečné a věcné připomínky, skvělou komunikaci a podporu po celou dobu psaní. Velké díky také patří mé rodině a mému manželovi za podporu a velkou toleranci. Na tomto místě bych chtěla poděkovat i kolegům a všem ze zpravodajství TV Nova, že mi studium umožnili a získala jsem díky nim cenné zkušenosti, které mi pomohli při tvorbě této práce.

Obsah

Úvod	8
1. Zpravodajství a jeho role v mediálním prostředí.....	9
1.1 Hodnoty zpravodajství.....	10
1.2 Specifika televizního zpravodajství.....	13
1.3 Vliv a účinky zpráv.....	16
1.4 Současné mediální publikum.....	18
1.5 Manipulace ve zpravodajství.....	19
2. Televize Nova.....	23
2.1 Stručná historie.....	24
2.2 Financování.....	25
2.3 Pořad Televizní noviny.....	26
3. Ukrajinsko-ruský konflikt.....	27
3.1 Zobrazení války ve zpravodajství.....	28
3.1.1 Etický kodex v evropských televizích.....	30
3.1.2 Kodex Televize Nova.....	30
4. Metodologická část.....	31
4.1 Kvantitativní obsahová analýza.....	31
5. Analytická část.....	32
5.1 Výzkumné otázky a hypotézy.....	32
5.2 Vymezení analyzovaného materiálu.....	34
5.3 Vymezení kategorií.....	35
6. Analýza ukrajinsko-ruského konfliktu v Televizních novinách.....	35
7. Shrnutí výsledků výzkumu.....	50
Závěr.....	53

Summary.....	54
Použitá literatura.....	54

Úvod

Téma diplomové práce zachycuje velmi složitě uchopitelné téma, kterým se zabýval každý novinář. Válku, jak ji zobrazit a jak o ní informovat širokou veřejnost. Diplomová práce nabídne vhled na to, jak Televize Nova ve večerním pořadu Televizní noviny zobrazovala válku na Ukrajině, a to od jejího prvního dne 24. února 2022 po dobu jednoho roku. Stanici jsem vybrala kvůli tomu, že její hlavní zpravodajská relace má dlouhodobě v Česku nejvyšší sledovanost a tudíž dokáže ovlivnit velké množství diváků. Dále také z důvodu, že jako reportérka domácího zpravodajství jsem měla přístup k potřebným i důležitým informacím, navíc jsem také mohla na vlastní kůži zažít, jak tamní redakce funguje. Cílová skupina stanice jsou diváci od 15 do 54 let. Pomocí obsahové analýzy si dává práce za cíl popsat jednotlivé příspěvky ve vysílání a pomocí dostupné literatury zasadit do širšího kontextu v rámci připravovaných zpravodajských pořadů. Následující text by měl nabídnout alespoň částečnou odpověď na otázky, jak velký prostor dostávaly příspěvky o válce na Ukrajině ve zpravodajství soukromé televizi TV Nova, jaký byl poměr domácích a zahraničních reportáží nebo zda se příspěvky postupem času zkracovaly a ve vysílání byly zařazovány až později, ke konci zpráv.

Válka oficiálně začala v noci na čtvrtek 24. února v roce 2022. Rusko napadlo Ukrajinu bezprostředně poté, co prezident Vladimir Putin v živém televizním vysílání ve čtyři hodiny ráno oznámil, že dal svolení ke spuštění „speciální vojenské operace“ na Donbasu. Rusko však zaútočilo po celé Ukrajině. Česká i světová média se nejdříve zdráhala označit tento akt za válku, proto ze začátku zazníval velmi často termín vojenská operace.

Televize Nova má v české mediální krajině svébytné postavení a to se promítá i do podoby jejího zpravodajství. Proto není překvapivé, že o této události informovala mezi prvními. I v brzkých ranních hodinách reagovala na ukrajinsko-ruský konflikt velice rychle, už 14 minut po projevu ruského prezidenta Vladimira Putina zahájila mimořádné televizní a internetové vysílání. Vysílání běželo po celý den a ve večerním zpravodajském pořadu Televizní noviny, který začal tradičně 19:30, stanice přišla se speciálním vysíláním, které místo klasických zhruba asi 40 minut trvalo hodinu a půl. Celé bylo věnované začínajícímu konfliktu a přímo z Ukrajiny už živě vstupovali i první reportéři Televize Nova. Tato práce by měla ukázat a představit mediální obraz toho, jak televizní zprávy soukromé stanice o takovémto tématu informovaly, a měla by přispět k pochopení toho,

jak tvůrci řeší dilemata s tím spojená.

Co se týče odchylky od původní teze, práce se víceméně udržela v rámci předpokládaného cíle. Ačkoliv byly přesněji definovány výzkumné otázky a zejména hypotézy, které byly v původní tezi plytké a příliš nevypovídající. Při psaní zároveň nebyla využita veškerá literatura uvedená v tezi, protože stěžejní informace byly nakonec nalezeny jinde.

1. Zpravodajství a jeho role v mediálním prostředí

Televize Nova přináší zpravodajství prostřednictvím různých formátů, včetně televizního, které patří v Česku k nejsledovanějším. Než se v práci zaměřím na jejich specifika, je důležité vysvětlit co to zpravodajství obecně je a jakou hraje v dnešní době roli.

Zpravodajství, jako základní pilíř žurnalistiky je nezastupitelnou součástí mediálního prostředí a hraje klíčovou roli v informování veřejnosti o aktuálních událostech a dění z domova i ze světa. Jeho definice a role jsou klíčové pro pochopení jeho významu a fungování v rámci žurnalistiky a společnosti jako celku. Podle mediálního teoretika Tomáše Trampoty lze definovat zpravodajství takto: „Zpravodajství je nabízení informací (tzv. zpráv) o rozmanitých událostech, které by mohly být pro příjemce důležité, užitečné – nebo alespoň zajímavé.“¹

Podle McQuaila spočívá definice zpravodajství v procesu sběru, zpracování a prezentace aktuálních událostí a informací prostřednictvím různých médií.² Tento proces vyžaduje ověřené a faktické informace, které jsou předávány divákům, posluchačům nebo čtenářům s cílem poskytnout jim objektivní a vyvážený obraz dění ve společnosti. Tento specifický žánr je postaven na ověřených faktech a informacích, které musejí být minimálně ze dvou nezávislých zdrojů.

V dnešní době se zpravodajství často stává hlavním, ba dokonce jediným zdrojem informací o událostech, ke kterým lidé nemají přímý přístup. Lidé se tak často spoléhají na média jako prostředníka mezi nimi a děním kolem nich. Tato závislost na zpravodajství přináší s sebou určitá očekávání veřejnosti ohledně toho, jakým způsobem média prezentují události a jaký je vztah jejich obrazu k realitě. Tento fenomén reflektuje nejen význam zpravodajství v moderní společnosti, ale i jeho potenciální vliv na formování

¹ TRAMPOTA, T. Zpravodajství. vyd. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7096-8, s. 23.

² McQUAIL, D. Úvod do teorie masové komunikace. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5, s. 252.

veřejného mínění a chápání aktuálních událostí.³

Co se týče role zpravodajství v mediálním prostředí, tak ta je podle další teoretiků označována za mnohostrannou. Hallin a Mancini zdůrazňují, že první a nejzásadnější rolí je informování veřejnosti.⁴ Zpravodajství představuje důležitý zdroj informací pro lidi a umožňuje jim sledovat aktuální události. Entman dále uvádí, že má zpravodajství také roli kontroly moci, která spočívá v monitorování a hodnocení aktivity vlády, politických institucí a dalších mocenských struktur.⁵ Tato role je klíčová pro zachování demokratických principů a odhalování případných zneužití moci. V neposlední řadě má zpravodajství roli ve vytváření veřejného diskurzu. Tím, že vybírá témata a interpretuje události, ovlivňuje veřejné diskuse, názory a postoje občanů.⁶ Zpravodajství tak hraje klíčovou roli ve formování veřejného mínění a politických rozhodnutí. Zprostředkování informací, hraje v moderních společnostech klíčovou roli. Zpravodajství však není objektivním odrazem reality, ale zahrnuje procesy selekce a interpretace informací, které k nám dosahují skrze média. S rozvojem technologií se stále více komunikace odehrává prostřednictvím digitálních médií, což ovlivňuje naši osobní i veřejnou komunikaci.

Celkově lze konstatovat, že zpravodajství představuje nedílnou součást mediálního prostředí a má významný vliv na informovanost a demokratickou kvalitu společnosti. V následujících podkapitolách si fungování zpravodajství a na čem je založeno ještě vysvětlíme.

1.1 Hodnoty zpravodajství

Zpravodajské hodnoty představují soubor principů a kritérií, která formují a ovlivňují proces selekce, prezentace a interpretace událostí ve zpravodajství. Tato témata jsou klíčová nejen pro mediální pracovníky, ale i pro veřejnost, jelikož ovlivňují, jak jsou informace prezentovány a jakým způsobem jsou vnímány.

Jednou z nejdůležitějších zpravodajských hodnot je objektivita. Tato hodnota zdůrazňuje nutnost prezentovat události a informace bez jakéhokoli zkreslení či předsudků

³ TRAMPOTA, T. Zpravodajství. vyd. Praha: Portál, 2006. ISBN 807367096-8, s. 12.

⁴ HALLIN, D. C. a MANCINI, P. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. vyd. Velká Británie: Cambridge University Press, 2004, ISBN 978-05-2154-308-8, s. 86.

⁵ ENTMAN, R. M., Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. vyd. Journal of Communication, 1993, 43, 4; ABI/INFORM Global, s. 51.

⁶ McQUAIL, D. Úvod do teorie masové komunikace. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5, s. 225.

a umožnit divákům vytvořit si vlastní názor na dané téma. Objektivita je základem důvěryhodného zpravodajství a klíčovým prvkem etického novinářství.⁷ Další důležitou hodnotou je vyváženost.

Vyvážené zpravodajství se snaží zahrnout různé perspektivy a hlediska do prezentace událostí, aby diváci získali komplexní a vyvážený obraz situace. To vyžaduje pečlivou selekci zdrojů a vyvážený přístup k prezentaci informací.⁸ Je tedy klíčové, aby v diskusi měly možnost vyjádřit se všechny strany, což umožní divákovi získat přehled o různých názorech a perspektivách týkajících se problematiky.

Důležitou zpravodajskou hodnotou je také relevance. Relevance určuje, jakým způsobem jsou události selektovány a prezentovány ve zpravodajství. Tento princip stanovuje, že události by měly být prezentovány podle svého významu a důležitosti pro diváky, přičemž je třeba brát v úvahu jejich zájmy a potřeby.⁹

Podle Lipmanna je ale zpravodajských hodnot víc. Považoval za důležité například i jednoznačnost události, její překvapivost, negativitu (konflikt) a prostorovou blízkost. Vedle již zmíněných sem podle něj patří i jednoduchost, kulturní pochopitelnost a možnost dalšího vývoje, dále vztah k elitním národům či státům a k celebritám.¹⁰

- **Novost** – Ve zpravodajství se klade důraz také na novost zpráv. Přednost dostane vždy novější zpráva než starší, a to kvůli tomu, že ji divák již mohl zachytit na internetu, kvůli kterému zprávy rychle stárnou.
- **Význačnost** - Do vysílání se spíše dostanou události nebo informace, které jsou důležité či významné z hlediska společenského, politického, ekonomického nebo kulturního vývoje a mají potenciál ovlivnit veřejné mínění a rozhodování. Takové události se často týkají známých osobností - politiků, hlav státu, herců nebo třeba zpěváků.
- **Personalizace** – Hodnotnější zprávy jsou o konkrétní osobě než zprávy obecné. Konkrétní příběh vždy dodá do zprávy emoce a divák se s ním může lépe ztotožnit.

⁷ McQUAIL, D. Úvod do teorie masové komunikace. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5, s. 38.

⁸ CURRAN, J. Media and democracy. vyd. Taylor & Francis, 2011, ISBN: 978-11-3437-222-5 s. 182.

⁹ SCHUDSON, M. The Sociology of News. vyd. W. W. Norton & Company, 2003, ISBN 978-03-9391-287-6, s. 104.

¹⁰ LIPPMANN, W. Public Opinion. vyd. New York: The Free Press, 1997, ISBN: 978-06-8483-327-9, s. 51.

- **Negativita** – Tragické události jsou zajímavější než běžné nebo pozitivní. To je i důvod proč je větší množství zpráv věnováno materiálním škodám, závažným zraněním či nehodám a vraždám.
- **Překvapení** – Zprávy originální, překvapivé a nečekané budou pro diváka vždy zajímavější než každodenní události všedního života. V tomto případě to mohou být významné objevy nebo třeba i změny počasí.
- **Blížkost** – Čím blíže k bydlišti diváka se událost stala, tím větší má pro něj význam. Zpravodajství proto upřednostňuje bližší zprávy jak geograficky, kulturně tak i sociálně. Více tak Čecha vyděsí autonehoda s mrtvou rodinou v tuzemsku než genocida ve Rwandě.
- **Variace** – Variace zpráv na jednu hlavní událost tedy uchopení zprávy z více úhlů pohledu. V případě epidemie nejen informace o stavu nakažených v jednotlivých krajích, ale také zpráva o stavu nemocnic nebo v období migrační krize sledovat chování arabských lázeňských návštěvníků v teplickém parku.
- **Průběžnost** – Důležitá kontinuita zpráv tedy sledovat událost od začátku až do konce. Nejčastěji se jedná o soudní procesy, teroristické útoky či různá vyšetřování.
- **Následky** – Události, které mají velký dopad a jejich následky se týkají velkého množství lidí – počet mrtvých nebo bez přístřeší po katastrofách, dopady nových zákonů apod.

Zpravodajské hodnoty mají významný vliv na utváření veřejného mínění a vnímání událostí ve společnosti. Jejich dodržování je klíčové pro zachování důvěryhodnosti a integrity zpravodajství a pro podporu kritického myšlení veřejnosti. V tuzemsku je to ukotveno i v legislativě. „*V českém prostředí např. klade legislativa na rozhlasové a televizní vysílání požadavek, aby poskytovalo objektivní a vyvážené informace nezbytné pro svobodné vytváření názorů (§ 4 odst. 2 zákona č. 468/1991 Sb, o provozování*

rozhlasového a televizního vysílání v platném znění).“¹¹

1.2 Specifika televizního zpravodajství

Televizní zpravodajství, které je konkrétní náplní této práce, zaujímá výjimečné místo v mediálním prostředí a to díky svému jedinečnému formátu. Jak uvádí Trampota, hlavními znaky televizního zpravodajství jsou rychlost, stručnost a bezprostřednost, které umožňují divákům rychle a efektivně získat potřebné informace.¹² Šíří informace prostřednictvím mediální prezentace informací, která kombinuje vizuální a zvukové prvky s vysokou mírou rychlosti, bezprostřednosti a dynamikou přenosu událostí.¹³ Zjednodušuje to přenos informací a vytváří tak nejpřirozenější formu komunikace a vstřebatelnosti pro diváka. Tento audiovizuální formát tak poskytuje komplexní zážitek a umožňuje lidem lépe porozumět situaci než pouhé psané či tištěné texty. Při tvoření reportáže do televizních zpráv je klíčový princip kompozičního postupu obrácené pyramidy, kde nejdůležitější informace jsou prezentovány jako první, následované doplňujícími detaily a kontextem.¹⁴

Podle Jakuba Kordy je do velké míry televizní zpravodajství vlajkovou lodí televizní stanice. „Její moderátoři jsou „televizními hvězdami“ a jejich status je budován i díky jejich reprezentacím v rámci dalších pořadů dané stanice, z hlediska sledovanosti se jedná o tradičně nejméně úspěšnější pořady, které mají potenciál přitáhnout k obrazovkám velkou a různorodou publiku.“¹⁵

Zřetel se musí brát i na do určité míry svazující pravidla zpravodajství. Je svázáno časovými a prostorovými omezeními. Zprávy musí být často krátké a stručné, aby se vešly do vymezeného časového rámce vysílacího bloku, což může vést k zjednodušení a povrchnosti informací. Dále je zpravodajství omezeno geografickými faktory, kdy jsou preferovány události blíže k místu vysílání a záznamovým zařízením. Jeho kompoziční struktura a omezení tak mohou ovlivnit způsob, jakým jsou informace prezentovány a jakým způsobem jsou vnímány diváky.

Jedná se o formát, který se neustále mění a vyvíjí pod vlivem různých faktorů, jako je charakter televizní stanice, způsob financování, technologické možnosti a personální

¹¹ JIRÁK, J. a KÖPPLOVÁ B. Masová média. 2., přepracované vydání. vyd. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. s. 291.

¹² TRAMPOTA, T. Zpravodajství. vyd. Praha: Portál, 2006. ISBN 807367096-8, s. 11.

¹³ OSVALDOVÁ, B. a kol. Zpravodajství v médiích. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0248-2, s. 79.

¹⁴ TRAMPOTA, T. Zpravodajství. vyd. Praha: Portál, 2006. ISBN 807367096-8, s. 18.

¹⁵ KORDA, J. Úvod do televize 2: Faktuální televize a její žánry. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. ISBN 978-80-244-3611-1. s. 31.

zabezpečení.¹⁶ Obsah zpravodajství tak může odhalit hodnoty a normy, které daná mediální organizace uplatňuje, a poskytnout náhled na etické a profesní normy, které jsou v ní dodržovány.

V televizním vysílání je klíčové nejen zajistit relevanci programu a v něm zmíněných informací, ale také rozmanitost pro diváky. Jedním z hlavních cílů je kombinovat různé formáty zpráv tak, aby vytvářely poutavý a vyvážený obsah.¹⁷ Na jednotlivé formáty se budu také odkazovat ve své praktické části, proto považuji za důležité je alespoň stručně charakterizovat.

- **Headline** - Tzv. „headlinové zprávy“ jsou upoutávkou na nejzajímavější témata, která nabídne zpravodajská relace. Nejčastěji jsou headlines tři. Každý trvá okolo 10-15 vteřin a říká je moderátor, a to na začátku zpráv a pak většinou v polovině, kdy chce nalákat diváka na další část pořadu.
- **Studio** – Studio je krátký úvod reportáže – „výkladní skříň“. Moderátor ve studiu předesílá, co rozvede redaktor ve svém příspěvku. Neměly by v něm být informace, které pak najdeme znovu v reportáži. Délka je okolo 20 vteřin.
- **Reportáž** – Jiný název pro reportáž je CRT a čte se „kárt“. Reportáž je předem natočený příspěvek, který detailně zpracovává konkrétní událost, situaci nebo téma. Je jedním z klíčových formátů televizního zpravodajství. Hlavním rysem reportáže je jeho vizuální složka. Kombinuje živé záběry, rozhovory, archivní materiály a další prvky, které pomáhají divákům lépe porozumět události.¹⁸ Reportáž může mít hned několik podob. Nejčastější typ je složený z komentářů redaktora, synchronů respondentů a stand-upu. Může být ale i stand-upová reportáž – neboli příspěvek složený jen ze stand-upu redaktora a synchronů respondentů. Současným oblíbeným formátem v tuzemských televizích je reportáž „jdu – ptám se – zkusím“. Jde o příspěvek, kde redaktor v reportáži aktivně vystupuje. Vede s někým v obraze rozhovor nebo sám něco testuje. Důležitou složkou reportáží jsou takzvané ruchy - zvuky natočené přímo v terénu. Reportér se musí snažit o

¹⁶ OSVALDOVÁ, B. a kol. Zpravodajství v médiích. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0248-2, s. 79.

¹⁷ McQUAIL, D. Úvod do teorie masové komunikace. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5, s. 142.

¹⁸ CURRAN, J. Media and democracy. vyd. Taylor & Francis, 2011, ISBN: 978-11-3437-222-5, s. 46.

atraktivní zpracování tématu. Pouze poskládat za sebe rozhovory s komentářem a stand-upem nestačí. Dobře provedená reportáž by měla být objektivní, vyvážená a založená na ověřených faktech. Je důležité, aby reportéři při tvorbě reportáže zachovávali novinářskou etiku a vyhýbali se jakémukoli zkreslování či zaujatosti.

- **Živý vstup** – Živý vstup, neboli LIVE, se do vysílání dostává díky přenosovému vozu nebo takzvanému batohu. Přenosový vůz se nazývá také SNG podle zkratky technologie přenosu - Satellite News Gathering. Původně se tento formát používal hlavně u témat, kde se zrovna něco v aktuální čas vysílání dělo. Teď ho editoři volí i v případě témat, která nejdou žádným jiným formátem vyjádřit například kvůli nedostatku obrazového materiálu k danému tématu nebo v případě časové tísně. Redaktor by se například po skončení zastupitelstva nestihl vrátit do redakce a postříhat reportáž. Live může vystupovat redaktor, ale i host, který může téma ještě povysvětlit či doplnit. V českých zpravodajských relacích jako hosté nejčastěji vstupují politici, ekonomové, politologové, vědci, analytici a podobně.
- **Mrtvý vstup** - Mrtvý vstup používají především komerční stanice. Jde o vstup redaktora, který vypadá jako live, ale je předtočený. Reportér není v době vysílání pořadu na místě, ze kterého informuje. Začal se používat především z ekonomických a organizačních důvodů: je několikanásobně levnější poslat předtočený příspěvek než platit přenos živého signálu. Navíc redaktor natočí "vstup" v době, která se mu hodí, a během vysílání zpráv už může dělat něco jiného: pracovat na jiném tématu, sledovat vývoj dané události nebo se připravovat na další den.
- **Čtená** - Krátká zpráva, kterou čte moderátor ve studiu. Na rozdíl od studia je ale z části pokryta obrázky ilustrující téma. Do tohoto formátu se zpracovávají témata, ke kterým například chybí dost obrazového materiálu, nejde o zásadní informaci, spíš o zajímavost nebo zkrátka stačí jen krátká zpráva o tématu. Čtená ale může být do zpravodajské relace zařazena i v případě aktuálních událostí nebo zásadního vývoje tématu vysílaného dříve v relaci.
- **Infografika** – Jinak také WALL z anglického slova zeď, stěna. Na Nově se to

nazývalo také PLAZMA. Poukazuje na fakt, že se infografika promítá právě na stěnu či velkou obrazovku ve studiu, z které dané informace čte reportér nebo moderátor. Většinou se jedná o doplňující informace, které navazují na reportáž. Jedná se o promítané grafiky – mapy, animace, tabulky – vytvořené grafickým oddělením, které moderátor nebo reportér vysvětluje a ukazuje divákům, pro lepší ilustraci.

- **Bez komentáře** – Jinak označován také jako „No comment“. Formát, který se objevuje buď v případě zásadních informací (například přírodních katastrof) jako taková upoutávka na dále rozpracované téma nebo naopak u zajímavostí bohatých na obrazový a ruchový materiál. Komerční televize často tento příspěvek doplňují hudebním doprovodem.

1.3 Vliv a účinky zpráv

Tato kapitola sice úplně nesouvisí s tématem mé práce, ale otázka vlivu zpravodajství a jejich účinky na publikum jsou významným faktorem společenské role médií, a proto jsem i tomuto tématu věnovala trochu prostoru.

Zprávy mají významný vliv na veřejné mínění a chování lidí. K divákům se prostřednictvím zpravodajství totiž dostává, už pouze selekce zpráv a jejich zpracování v nich může zanechat určitou stopu a mohou si podle toho vytvořit i názor na danou problematiku. To se týká i rusko-ukrajinského konfliktu, proto jsem se i této kapitole v diplomové práci okrajově věnovala.

Vlivu zpravodajství je důležité si být vědomi. Média ovlivňují naše vnímání světa, a proto je důležité kriticky přistupovat k prezentovaným informacím. Podle agenda-setting teorie mohou média ovlivnit to, co je důležité a tím formovat priority a postoje lidí k různým tématům.¹⁹ Tento fenomén je známý jako schopnost médií nastavovat agendu, tedy určovat, o čem se ve společnosti diskutuje a co je považováno za klíčové.

Média mohou pomocí různých rámců ovlivnit to, jak jsou události chápány a vnímány veřejností. Tento proces může formovat názory a postoje jednotlivců k daným tématům. Kromě toho může způsob prezentace zpráv ovlivnit i emocionální reakce a postoje diváků. Negativní zpravodajství může vést k pocitům strachu, nejistoty a nedůvěry

¹⁹ McCOMBS, M. Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion, vyd. Polity Press, 2013, ISBN: 978-07-4563-713-6, s. 176 – 181.

veřejnosti.²⁰ Zprávy o konfliktech, katastrofách a negativních událostech mají tendenci přitahovat více pozornosti, což může vést k vnímání světa jako nebezpečného a nepřátelského místa.

Podle Trampoty lidé zpravodajství sledují s různou motivací a s odlišnými pohnutkami. „Zprávy tak mohou jednotlivé příjemce ovlivňovat různým způsobem vyplývajícím mimo jiné z jejich kognitivních vlastností, sociálních a psychických charakteristik, ale také z momentálního kontextu příjmu zpravodajského sdělení.“²¹

Jiráček a Köpplová rozlišují různé typy účinků médií, které lze kategorizovat podle jejich povahy, úrovně vlivu a délky trvání. Jedná se o vliv krátkodobý nebo dlouhodobý, přímý nebo nepřímý a plánovaný a neplánovaný.²²

Dalšími významnými faktory ovlivňujícími účinky médií jsou například náchyllost příjemců, skupinové normy, rozšiřování obsahu masové komunikace mezi jednotlivci a povaha masových médií samotných.²³ Tyto faktory mohou posílit nebo oslabit účinky médií na společnost a jednotlivce. Účinky mohou být různé, někdy jsou zprávy prezentovány s jistotou a doloženými důkazy, někdy se jedná o pouhou domněnku nebo spekulaci. Takových příkladů, jak média ovlivňují naše každodenní rozhodování a chování, nám přináší každodenní realita hned několik. Od toho, jak si vybíráme oblečení podle předpovědi počasí, přes nákupy inspirované reklamou nebo podle toho co nosí celebrity, až po výběr filmu, na který jsme viděli upoutávku. Naše mysl je neustále nasycena informacemi a dojmy z médií. Ty se samotná považují za mocný nástroj, schopný ovlivnit naše myšlení a jednání. Ačkoliv každý z nás formuje svůj názor zčásti díky médiím, dosažení zamýšlených účinků pro média vyžaduje značné úsilí a finanční prostředky. Není to celé jen o negativních vlivech. Média také obohacují naše obzory, pomáhají nám v politických a spotřebitelských rozhodnutích, ale nesmíme zapomínat a na druhou stranu. Média mají moc vyvolávat napětí, děsit nás a dokonce nás vést k nežádoucímu chování nebo dezinformacím. Záleží jen na každém z nás, jak moc se nechá ovlivnit.

²⁰ IYENGAR, S. Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues. vyd. University of Chicago Press, 1994, ISBN: 978-02-2638-853-3, s. 93.

²¹ TRAMPOTA, T. Zpravodajství. vyd. Praha: Portál, 2006. ISBN 807-36-7096-8, s. 103.

²² JIRÁK, J. a KÖPPLOVÁ B. Masová média. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. s. 171.

²³ KUNCZIK, M. Základy masové komunikace. vyd. Praha: Karolinum, 1995, ISBN 978-80-7184-134-0 s. 159.

1.4 Současné mediální publikum

Vliv médií umocňuje právě současná populace (tzv. nová generace). Ta je natolik ovlivněna médii, a to už od dětství, že se často označuje jako tzv. „mediální populace nebo mediální dětství (televizní nebo počítačové dětství)“.²⁴ Člověk tráví konzumací médií každý den i několik hodin, ať už na televizi, počítači, internetu nebo mobilním telefonu. Množství času věnovaného používání médií je u člověka v průměru 2 – 4 hodiny denně. Při tak častém vystavení médiím se nelze vyhnout jejich vlivu, který médií prokazatelně mají, jak už bylo zmíněno.

Božena Matyjas, profesorka na Univerzitě Jana Kochanowského v polských Kielcích, specializující se na pedagogické a sociální problémy moderních rodin, zdůrazňuje, že pouze pokud je jedinec dostatečně dospělý a schopen kriticky posuzovat mediální obsah, může mít konzumace médií pozitivní vliv.²⁵ Podle Ejsmonta a Kosmalka je důležité brát v úvahu různé faktory, které ovlivňují vnímání mediálních obsahů. Mezi tyto faktory patří věk příjemce, který ovlivňuje vnímání daného mediálního obsahu. Dalším faktorem je pohlaví. To zase ovlivňuje preference v pořadech. Dále je důležitá úroveň inteligence, která určuje schopnost porozumění a kritického myšlení. Také úroveň identifikace s televizními postavami hraje roli; čím více se divák identifikuje s postavou, tím pravděpodobněji bude napodobovat její chování. Nakonec je zde i úroveň vnímání reality, která ovlivňuje míru, jak moc lidé chápou televizní obsah jako realistický, a ti, kteří ho chápou realističtěji, mají větší tendenci napodobovat chování prezentované v pořadech.²⁶

Televize byla a možná ještě je neoblíbenější a nejsledovanější médium, zejména tedy u mladších diváků a seniorů. Je základním vybavením většiny domácností, i když se stále častěji stává poslední dobou trendem televizi nevlastnit. Přesto podle společnosti ATO (Asociace televizních organizací) sleduje každý den v Česku televizi zhruba 7 milionů lidí.²⁷

Tvůrci médií jsou si vědomi toho, jaký vliv může jejich obsah na diváka mít, a

²⁴ MATYJAS B. Mass Media and Children. *Globality in Everyday Life: Procedia - Social and Behavioral Sciences* [online]. Elsevier, 2015 [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281501085X>.

²⁵ BOŽENA, M. Mass Media and Children. *Globality in Everyday Life: Procedia - Social and Behavioral Sciences* [online]. Elsevier, 2015 [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281501085X>.

²⁶ EJSMONT, M a KOSMALKÁ, B. *Media, wartości, wychowanie*, vyd. Kraków: Impuls, 2010, ISBN 978-83-7587-510-2, s. 92.

²⁷ Světový den televize: rekordní rok pro TV. Asociace televizních organizací [online]. [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://www.ato.cz/2021/svetovy-den-televize-rekordni-rok-pro-tv/>.

proto ho často utvářejí tak, jak si myslí, že by měl, působil. Místo zobrazení reálných záběrů katastrof tak média často volí například raději vysvětlení od odborníka.

1.5 Manipulace ve zpravodajství

Fake news, hoaxy, dezinformace. Účelové lži, zavádějící informace, manipulace. Cíl je vždy stejný: člověka oklamat, vyděsit falešným nebezpečím, oslabit jeho schopnost racionálního uvažování, rozkolísat důvěru ve společenství, rodinu, stát. Dezinformační obsah zpravidla podkopává autoritu institucí, veřejnoprávních i soukromých seriózních médií, odborníků nebo politiků.²⁸ Boj s nimi je jednou z největších výzev, před kterými Česko i demokratický svět ve 21. století stojí.

Velkou hrozbou manipulace ve zpravodajství představuje především příchod umělé inteligence. Díky ní se vše stává reálnějším a pak se pravda od lži dá velice špatně rozeznat a pro běžného člověka je to kolikrát i nemožné. Psychologické výzkumy ukazují, že autoři dezinformace navrhují tak, aby dokázaly obejít i pečlivé analytické uvažování. Nikdo proti tomu není zcela imunní, a to ani vysoce vzdělaní a inteligentní lidé. Ti jsou na tom ve skutečnosti často ještě hůř, neboť si následně dokážou přebrané stanovisko dobře obhájit.²⁹

Šíření dezinformací je natolik závažné, že může ohrozit i bezpečnost státu. A před tímto rizikem dlouhodobě varují i tajné služby. Dezinformace se totiž maskují jako důvěryhodné zprávy, mohou využívat reálný základ, pracují s emocemi. Dezinformační weby napodobují obsah, občas i vzhled seriózních zpravodajských médií. Mají však utajené vlastníky, utajené financování a zamlčují informace o redakční struktuře. Často mixují dezinformace s populárními tématy a vytvářejí tak koktejl, který je pro čtenáře atraktivní.

Dezinformacím se nejvíce daří v dobách společenského napětí. Účelovým šířením polarizovaného obsahu se často snaží poštvat vybrané sociální skupiny proti sobě. Využívají nejistot a strachu ve společnosti.³⁰ Aktuálními nejčastějšími tématy, která se stávají terčem dezinformací, jsou migrace, zahraniční a vnitřní politika, válka na Ukrajině, hospodářská situace, očkování a pandemie nemoci covid-19.

Jednotlivé příklady fake news, hoaxů, dezinformací, účelových lží, zavádějících

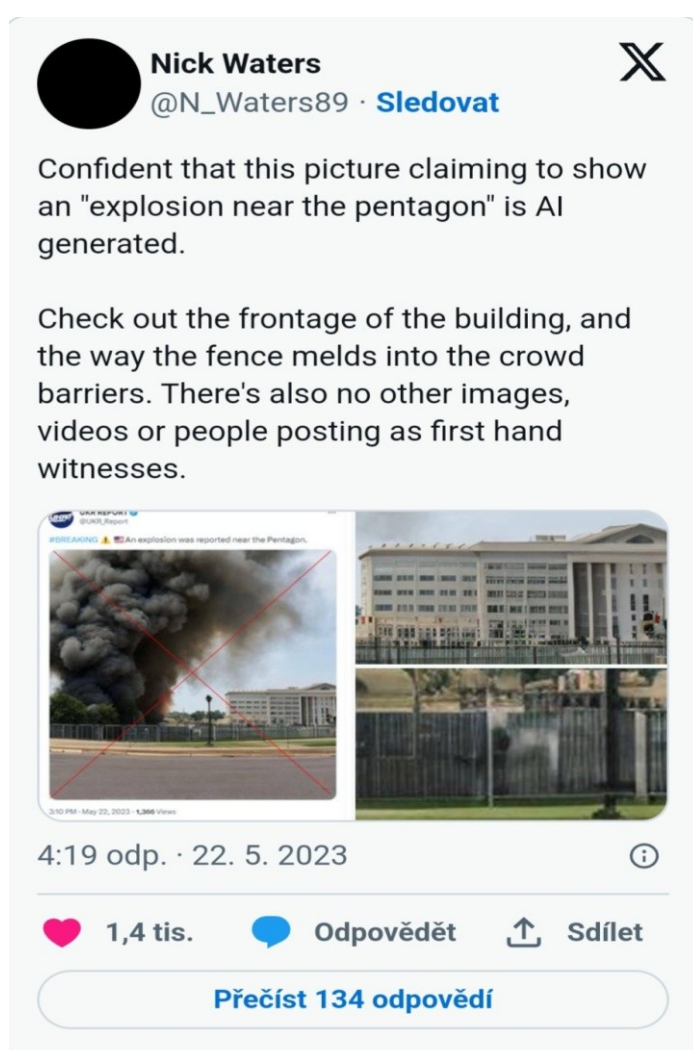
²⁸ BENESCH, S. Fake News. In: Oxford Research Encyclopedia of Communication. Vyd. Oxford University Press, 2020, ISBN 978-01-9069-416-6, s. 42.

²⁹ O'CONNOR, C. a WEATHERALL, J. O. The Misinformation Age: How False Beliefs Spread. Vyd. Yale University Press, 2019. ISBN 978-03-0024-100-6, s. 132.

³⁰ COOK, J., & LEWANDOWSKY, S. The Debunking Handbook. St. Lucia, vyd. Australia: University of Queensland, 2021, ISBN 978-37-4995-042-3, s. 67.

informací nebo manipulací si teď názorně ukážeme na příkladech, které se v poslední době objevily v médiích.

První se týká rychle šířícího příspěvku na sociálních sítích o výbuchu v Pentagonu. Zpráva obletěla svět a podle některých odborníků šlo o první snímek, který dokázal ovlivnit i akciové trhy. Obrázek exploze se na sociálních sítích prezentoval jako důkaz výbuchu u sídla amerického ministerstva obrany. K explozi u Pentagonu ale nedošlo a komentátoři začali poukazovat na to, že je obrázek vygenerovaný umělou inteligencí. Nezávislí analytici dospěli k závěru, že je falešný a byl zablokován.³¹



Obrázek č. 1: Falešná zpráva o výbuchu v Pentagonu

³¹ ČTK, Falešná zpráva o "explozi u Pentagonu" nastínila úskalí AI i režimu na Twitteru [online] 23. 5. 2023 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/falesna-zprava-o-explozi-u-pentagonu-nastinila-uskali-ai-i-r~fb52bd5ef94811ed8d680cc47ab5f122/>.

Další se týká vysílání zpráv České televize, při kterých byla během reportáže o ukrajinských uprchlících použita fotografie z tornádem zničeného moravského městečka Mikulčice. Podle mnohých diváků byla fotografie důkazem toho, že veřejnoprávní média záměrně klamou veřejnost o válce na Ukrajině. Do reportáže se však dostala kvůli technické chybě. ČT sice snímek z Mikulčic skutečně odvysílala jako ilustrační foto při reportáži o Ukrajině, ale vzápětí se za pochybení omluvila. Mluvčí České televize řekla, že došlo k režijní chybě, neboť fotografie byla připravena pro pozdější reportáž o podvodné sbírce pro oběti loňského tornáda.³²



Obrázek č. 2: Zavádějící záběry z vysílání zpráv České televize

Poslední příklad je z politiky, kdy si pomocí manipulace a upravených fotomontáží chtěl pomoci jeden z kandidátů v loňských prezidentských volbách. Andrej Babiš totiž na svém oficiálním facebookovém profilu zveřejnil fotomontáž s fotografií předsedy vlády Petra Fialy s vylhaným popiskem, že bude v prezidentské volbě volit Babiše. Pokus o vtip, jimž si chtěl pomoci ve své prezidentské kampani, se mu ale moc nevyvedl.

³² MORTKOWITZ, L. a BRAUNOVÁ S. Česká televize omylem použila snímek se škodami po moravském tornádu jako ilustraci k reportáži o válce na Ukrajině. [online] 4. 5. 2022 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://cedmohub.eu/cs/esk-televize-omylem-pouila-snemek-se-kodami-po-moravskm-torndu-jako-ilustraci-k-reporti-o-vlce-na-ukrajin/>.



Obrázek č. 3: Fotomontáž, kterou zveřejnil Andrej Babiš před prezidentskými volbami

Na základě jeho předlohy pak vznikly další příspěvky, které vytvořili internetoví satirici. Jen na nich místo vládních politiků vystupovali jeho největší známí přívrženci třeba Alena Schillerová a do úst jim byly vkládány výroky na podporu Jaroslava Bašty, který byl také jedním z kandidátů na prezidenta.³³



Obrázek č. 4: Fotomontáž Aleny Schillerové před prezidentskými volbami

³³ KRUPKA, J. Babiš použil v kampani vylhané fotomontáže, internetoví vtipálci mu to vrátili [online]. 11. 1. 2023 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://hradecky.denik.cz/zpravy-z-ceska/andrej-babis-vylhane-fotomonotaze-fake-ostuda-twitter-facebook-oficialni-profil.html>.

Časté vystavování lidí dezinformacím a manipulacím potvrzují i nejnovější průzkumy. V roce 2023 Globsec zjistil, že 15 procent lidí v Česku věřilo dezinformačnímu tvrzení, že za válku na Ukrajině může Západ, který vyprovokoval Rusko.³⁴ Výzkumníci ze společnosti Ipsos na podzim roku 2022 zase zjistili, že se 27 procent obyvatel Česka obává, že jsou pravidelně vystaveni dezinformacím.³⁵ Novější data Univerzity Karlovy za březen 2023 pak ukazují na téměř 35 procent lidí, kteří se domnívají, že byli v posledním měsíci vystaveni dezinformacím.³⁶

Manipulace ve zpravodajství je závažným problémem, který může vážně narušit důvěryhodnost médií a ovlivnit demokratické procesy. Proto je důležité, aby byla veřejnost informovaná o možných manipulačních praktikách a aby média dodržovala etické standardy při prezentaci informací.³⁷

2. Televize Nova

Skupina Nova je od svého vzniku roku 1994 nejvýznamnější televizní a mediální skupinou působící v České republice. Má značný vliv na českou mediální krajinu. Její vysoká popularita pramení ze silného programového schématu s vlastní tvorbou v čele. Vysílá nejsledovanější zpravodajství v zemi, dramatickou tvorbu i úspěšné zábavní formáty světové úrovně. Od svého založení prošla řadou změn a přizpůsobovala se měnícím se trendům a preferencím publika. Aktuálním generálním ředitelem je Daniel Grunt.

Je součástí CME Group, kterou od roku 2020 vlastní firma PPF. Ta provozuje televizní vysílání v šesti zemích střední a východní Evropy. Skupinu Nova tvoří jedenáct televizních stanic: šest volně šířených (Nova, Nova Cinema, Nova Fun, Nova Action, Nova Gold a Nova Lady) a pět prémiových (sportovní stanice Nova Sport 1, Nova Sport 2, Nova Sport 3, Nova Sport 4) a mezinárodní stanice Nova International.

Televize Nova je volně šířená plnoformátová stanice, která programově cílí primárně na diváky ve věku 15-54 let. Je dlouhodobě nejsledovanější televizní stanicí v České republice. Podle ATO (Asociace Televizních Organizací), která se už několik let

³⁴ HAJDU, D. Globsec Trends 2023: United we (still) stand [online]. 22. 5. 2023 [cit. 2024-03-18]. Dostupné z: <https://www.globsec.org/sites/default/files/2023-05/GLOBSEC%20Trends%202023.pdf>.

³⁵ KORMANÁK, M. Více než čtvrtina populace střední Evropy a Baltických států je silně ovlivněna dezinformacemi. [online]. 22. 9. 2022 [cit. 2024-03-18]. Dostupné z: <https://www.ipsos.com/cs-cz/more-quarter-central-european-and-baltic-population-strongly-affected-disinformation>.

³⁶ GRABOVAC, A. Cedmo Trends, 1. Vlna výzkumu, [online]. 1. 4. 2023 [cit. 2024-03-18]. Dostupné z: https://cedmohub.eu/wp-content/uploads/2023/04/1523801_CEDMO_vlna01_prezentace_web-1.pdf.

³⁷ McQUAIL, D. Úvod do teorie masové komunikace. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5, s. 531.

věnuje výzkumu českých medií, je televize Nova od svého vzniku nejsledovanější televizí v rámci České republiky.³⁸ Díky své velké sledovanosti a různorodému programu dokáže oslovit širokou škálu diváků. Její úspěch ovlivňuje i další média a stanice, které se snaží reagovat na její strategie a trendy.

2.1 Stručná historie

Televize Nova letos oslavila 30. narozeniny. Byla založena 4. února v roce 1994 jako první soukromá televizní stanice v České republice. Ten den zahájila svoje vysílání v sedm večer přímým přenosem z Národního muzea v Praze. O půl osmé začaly první Televizní noviny, které moderovali Zbyněk Merunka a Stanislava Wanatowiczová. Poté následovalo dnes už klasické schéma, čili Sportovní noviny, jak jinak než s Pavlem Pouličkem, a nechybělo ani Počasí. V devadesátém čtvrtém roce byla Nova doslova nabita budoucími hvězdami. Před kamery nastoupila televizní esa jako Rey Koranteng, který začínal v Počasí nebo investigativci Josef Klíma a Radek John. Na obrazovce se objevili také Petr Rychlý a Bára Štěpánová se zábavnou show Ptákoviny.³⁹

Málokdo ví, že jméno televize mají na svědomí diváci. Z tisíce tipů byla vybrána právě Nova. Paní, co název vymyslela, dostala tisíc dolarů. Což by bylo v dnešní době v přepočtu zhruba 23 tisíc korun.

Zakladatelé Vladimír Železný a Vladimír Komárek se snažili přinést do českého mediálního prostředí nové trendy a formáty. V počátcích se Televize Nova zaměřovala na zábavné a populární pořady. Okamžitě přilákala diváky svým nezvyklým pojetím, atraktivitou zpravodajství, neformální komunikaci okamžitě. Díky tomu si rychle zajistila velkou sledovanost.⁴⁰ V roce 1994 TV Novu sledovalo 63,5 % diváků, zatímco ČT1 pouze 28,3 % a ČT2 3,1 %.⁴¹ Mezi první oblíbené pořady patřily Ruská ruleta, Na vlastní nebezpečí, Kolotoč, Risk, Český bodyguard, Rychlý prachy, Bingo nebo Rande.

Po listopadu 1989 tak došlo k vzniku tzv. duálního systému. To vedlo ke změnám v mediální legislativě a regulaci. „Budou existovat vysílací média zřízená zákonem a sloužící

³⁸ ATO, Výsledky sledovanosti – poslední týden – TOP 20 pořadů [online]. 10. 3. 2023 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://www.ato.cz/vysledky/tyden-top-20/>.

³⁹ TV Nova, NOVA slaví 25 let: Pojdte s námi na procházku její historií [online]. 4. 3. 2019 [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://tv.nova.cz/clanek/60896-nova-slavi-25-let-pojdte-s-nami-na-prochazku-jeji-historii>.

⁴⁰ JIRÁK, Jan. 10 let v českých médiích. 1. vyd. Praha : Portál, 2005. ISBN 978-80-7178-925-3, s. 19.

⁴¹ KRUMML, Milan. Vyvíjet, hledat, kupovat. In Fenomén Nova: deset pohledů na deset let nejsledovanější komerční televize. Vyd. Praha: Votobia, 2004. ISBN 80-7220-189-1, str. 85.

k tomu, aby výrobou pořadů a vysíláním poskytovala službu veřejnosti (tzv. „veřejnoprávní média“), a média soukromá, jejichž hlavním posláním je zajišťovat investorům návratnost investic a generovat zisk.“⁴² Po úspěchu TV Nova se český mediální trh transformoval. S tím byl spjat také vstup zahraničních vlastníků na český trh a vznik regulačních a kontrolních orgánů (Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, Rada České televize, Rada Českého rozhlasu). Televize se rychle stala dominantním hráčem na reklamním trhu.

2.2 Financování

Komerční média získávají finanční prostředky zejména z prodeje vysílacího času inzerentům, kteří platí za zobrazení svých reklamních sdělení v čase vysílání, který je zaměřen na maximální dosažení cílového publika. Cena za reklamní čas se mění podle potenciálního dosahu a atraktivity daného času, přičemž prime time (19:00 - 22:00) je nejdražší a reklama v sobotu je obvykle cenově výhodnější než ve všední dny.⁴³ Soukromá média jsou tedy závislá na přízni svého publika, jelikož hlavním cílem těchto stanic je obvykle generovat zisk.⁴⁴ Vedlejšími zdroji příjmů pro soukromá média jsou pak prodej vysílacích práv, koprodukční smlouvy a prodej doprovodných produktů, avšak tyto příjmy jsou většinou okrajové v porovnání s příjmy z reklamy.⁴⁵

Oproti tomu veřejnoprávní média v Česku jsou financována zejména z koncesionářských poplatků, které platí občané za užívání televizního a rozhlasového signálu. Tyto poplatky jsou vybírány nezávisle na sledovanosti konkrétních stanic a slouží k financování veřejnoprávního poslání, které je v zájmu veřejnosti.⁴⁶ Součástí veřejnoprávního poslání je zajištění vysoké kvality obsahu a vyváženého zastoupení různých názorů a perspektiv ve společnosti. Aktuální výše televizních koncesionářských poplatků za domácnost je 135 Kč.⁴⁷ Ovšem i médiím veřejné služby je vedlejším zdrojem příjmů reklama.

Obě typy médií, soukromá i veřejnoprávní, se snaží získat a udržet si zájem

⁴² JIRÁK, Jan, Jan. 10 let v českých médiích. 1. vyd. Praha : Portál, 2005. ISBN 978-80-7178-925-3, s. 17.

⁴³ BURTON, Graeme a JIRÁK, Jan. Úvod do studia médií. Vyd. Brno: Barrister & Principal, 2003. ISBN 978-80-8594-767-0, s. 105 -106

⁴⁴ TRAMPOTA, T. Zpravodajství. vyd. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7096-8, s. 152.

⁴⁵ BURTON, Graeme a JIRÁK, Jan. Úvod do studia médií. Vyd. Brno: Barrister & Principal, 2003. ISBN 978-80-8594-767-0, s. 106.

⁴⁶ Tamtéž.

⁴⁷ Ministerstvo kultury ČR, Rozhlasové a televizní poplatky [online]. 13. 9. 2005 [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://mk.gov.cz/rozhlasove-a-televizni-poplatky-cs-488>.

publika, avšak z různých důvodů. Zatímco soukromá média se snaží o vysokou sledovanost kvůli ekonomickému zisku, veřejnoprávní média musí splnit své poslání ve veřejném zájmu a získat důvěru a podporu občanů. Důvodem je, aby dokázala, že lidé neplatí koncesionářské poplatky nadarmo a taky, aby měla argument v případě, že by je musela navýšit.⁴⁸

2.3 Pořad Televizní noviny

Pořad patří k hlavní zpravodajské relaci TV Nova. Přináší souhrn domácích i světových událostí z celého dne. Jsou typické svou různorodostí a pestrostí témat, která zahrnují aktuální události, politické, ekonomické, kulturní a sportovní zpravodajství, doplněné o různé publicistické formáty. Vyznačují se živým studiovým prostředím, které umožňuje rychlé reakce na aktuální události a interakci s hosty či reportéry. Studiová diskuse či rozhovory s odborníky jsou nedílnou součástí každodenního vysílání. Důraz je kladen na vizuální prvky, jako jsou grafika, infografiky a videa, které podporují přehlednost a srozumitelnost informací. Dlouhodobě se řadí mezi nejsledovanější zpravodajské pořady v Česku. Hlavní televizní zpravodajství vysílá TV Nova každý večer od 19:30 a od roku 2012 trvá zhruba 50 minut. Dříve Televizní noviny trvaly necelých 30 minut. Pravidelně dosahují vysoké sledovanosti.

Moderovány jsou vždy dvojicí muž – žena. Aktuálně se v moderátorských křeslech střídají tři páry, které tvoří Rey Koranteng a Lucie Borhyová, dále Kristina Kloubková a Martin Pouva a v neposlední řadě Veronika Petruchová a Martin Čermák.

Cílovou skupinou Televizních novin jsou lidé od 15 - 54 let. Přesto není vymezení divácké skupiny úplně jednoduché. Sledují je i jiní diváci.

Pořad Televizní noviny má za cíl informovat zájmy a problémy lidí, vysílat společenské aktuality a vysvětlovat souvislosti. Z hlediska žánru se v hlavní zpravodajské relaci objevují především zhruba 2 minutové reportáže, které reportéři natáčejí během dne v terénu. Ty jsou pak doplněny živými vstupy, rozhovory s odborníky a to vše je doplněno krátkými čtenými aktualitami a reportážemi ze zahraničních agentur zpracované tamní zahraniční redakcí. Většinou se do pořadu vejde 15 – 20 různých témat, které mají různé formáty zpracování.

Od roku 2007 začala TV Nova vysílat zpravodajství v obrazovém formátu 16:9 a v

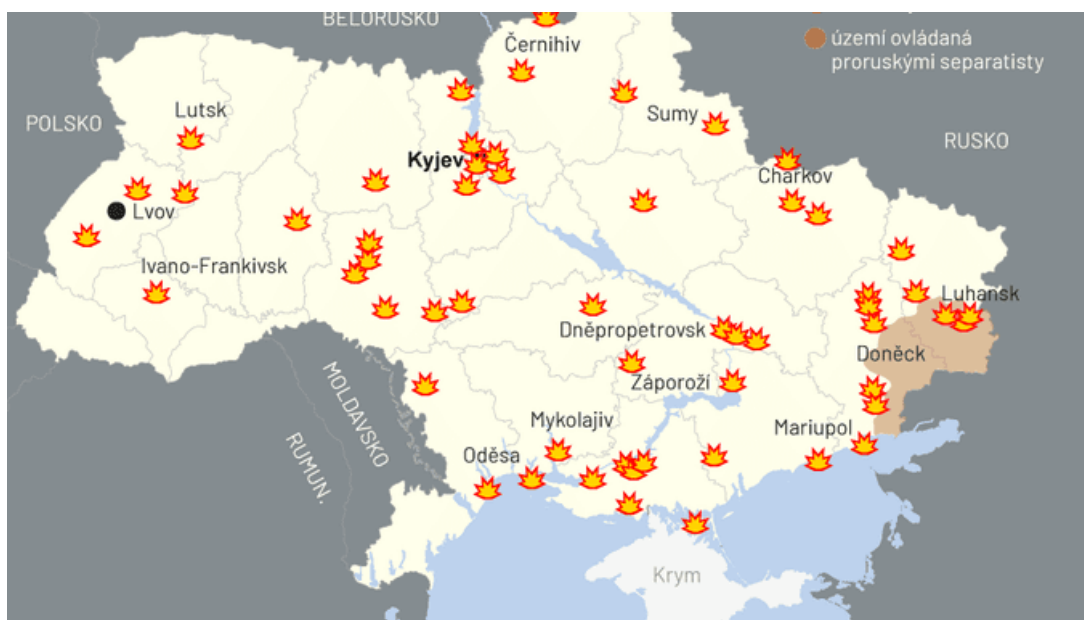
⁴⁸ BURTON, Graeme a JIRÁK, Jan. Úvod do studia médií. Vyd. Brno: Barrister & Principal, 2003. ISBN 978-80-8594-767-0, s. 106-107.

rozlišení HDTV. Tento přechod realizovala jako první televize v ČR. Změna byla realizována na základě rostoucích nároků diváků na kvalitu obrazu a zvuku. Televizní noviny se tak staly nejen zdrojem aktuálních informací, ale i ukázkou technologického pokroku v oblasti televizního vysílání.

Televizní noviny udržují vysokou důvěryhodnost a autoritu v očích diváků. Jejich redakce se snaží prezentovat vyvážené a objektivní zpravodajství, které reflektuje aktuální události bez zaujatosti či manipulace. Tento faktor přispívá k udržení stálé divácké základny a pozici Televizních novin jako klíčového zdroje informací pro českou veřejnost.

3. Ukrajinsko-ruský konflikt

Jak jsem již naznačila v úvodu, v noci na čtvrtek 24. února 2022 ruská zahájila invazi na Ukrajinu. Ruský prezident Vladimir Putin nejprve oznámil ve čtyři ráno v živém televizním vysílání, že dal svolení ke "speciální vojenské operaci" na Donbasu, který leží na jihovýchodě Ukrajiny. Právě tam začalo i bombardování. Vzápětí ale začaly rakety a dělostřelecké granáty dopadat na celé území Ukrajiny. Do útoku je zapojena ruská pěchota, námořnictvo i letectvo.⁴⁹ V několika velkých ukrajinských městech se poprvé ozývají sirény a začíná bombardování.



Obrázek č. 5: Mapa prvních ruských útoků na Ukrajině

⁴⁹ SMITH, J. The Ukrainian-Russian Conflict: Historical Background and Current Developments. Vyd. International Journal of Conflict Resolution, 2022, ISBN 978-93-5661-849-7, s. 46 - 47.

Ruské jednotky nejprve obsadily letiště Hostomel u Kyjeva a jadernou elektrárnu v Černobyli. Ukrajinský prezident Volodymyr Zelenskij vyhlásil v zemi válečný stav a všeobecnou mobilizaci. Muži mezi 18 a 60 lety nesměli vycestovat do zahraničí. První den války si vyžádal stovky obětí. Tak celý konflikt začal a v současnosti patří stále mezi jednu z nejvýznamnějších geopolitických událostí. Jedná se největší ozbrojený konflikt v Evropě od druhé světové války.⁵⁰

Jedním z důvodů invaze byly ruské snahy o upevnění svého vlivu na Ukrajině, zejména v oblasti Krymu. Tato snaha byla vnímána Ukrajinou jako porušení svrchovanosti a územní integrity země. Navíc byly některé kroky Ruska interpretovány jako pokus o destabilizaci Ukrajiny prostřednictvím podpory separatistických hnutí na východě země. Napětí mezi oběma zeměmi, ale bylo dlouhodobé.⁵¹ Dalším důvodem invaze bylo prohlášení některých východoevropských zemí o připojení Ukrajiny k NATO a do Evropské unie, což Rusko vnímalo jako bezpečnostní hrozbu a snahu Západu o expanzi za své hranice.

Začátek války mezi Ukrajinou a Ruskem mělo důsledky nejen pro tyto dvě země, ale i pro regionální stabilitu a mezinárodní bezpečnost. Zásah to byl do dění celého světa a především Evropské unie, a to jak na úrovni politické, tak diplomatické, ekonomické, vojenské nebo humanitární. Mezinárodní společenství tak reagovalo na tento konflikt různými způsoby, včetně diplomatických jednání, uvalení masivních sankcí proti Rusku a zásobením Ukrajiny zbraněmi.⁵² Válku doprovází i masivní odliv lidí z Ukrajiny do okolních států. Jenom v Česku po vypuknutí války našlo azyl skoro 600 tisíc Ukrajinců. Z aktuálních dat vyplývá, že ke dni 13. 2. 2024 v tuzemsku stále zůstává zhruba 310 tisíc Ukrajinců, a to především kvůli stále probíhající ukrajinsko-ruské válce.⁵³

3.1 Zobrazení války ve zpravodajství

Jak už bylo řečeno, televizní zpravodajství hraje klíčovou roli při formování veřejného mínění, a to i v případě vnímání válečných konfliktů. Způsob, jakým jsou válečné události

⁵⁰ IVANOVÁ, M., Humanitarian Crisis in Ukraine: Implications and Challenges. Vyd. European Journal of Humanitarian Studies, 2022, s. 114

⁵¹ JAKUPES, V. Dynamics of the Ukraine War. Diplomatic Challenges and Geopolitical Uncertainties. Vyd. Springer Nature Switzerland, 2024, ISBN 978-30-3152-443-1, s. 89.

⁵² IVANOVÁ, M., Humanitarian Crisis in Ukraine: Implications and Challenges. Vyd. European Journal of Humanitarian Studies, 2022, s. 125

⁵³ ŠAFAŘOVÁ, K. PROKOP, D. ŠKVRŇOVÁ, M. a KUNC, M. PAG research, Dva roky války na Ukrajině. V Česku zůstává přes 300 tisíc uprchlíků. Integrace musí pokračovat [online]. 13. 2. 2024 [cit. 2024-04-06]. Dostupné z: <https://www.paqresearch.cz/post/dva-roky-pote/>.

prezentovány, může mít významný dopad na vnímání a porozumění diváků. Studie zabývající se zobrazením války ve zpravodajství se zaměřují na různé aspekty tohoto tématu, včetně vyváženosti, objektivity, a etických otázek.

Etické otázky týkající se zobrazení války ve zpravodajství zahrnují například respektování lidské důstojnosti, ochranu soukromí obětí a dodržování standardů profesionální žurnalistiky. Média by měla dbát na etické normy a vyvarovat se senzacím, které jsou stavěny na lidském utrpení.⁵⁴

Výzkum ukazuje, že média právě často upřednostňují dramatické a senzacechtivé přístupy k prezentaci válečných událostí, což může vést ke zkreslení skutečnosti a zjednodušování komplexních geopolitických situací.⁵⁵ Dochází k častému zvýrazňování dramatických momentů a obrazů násilí, čímž se posiluje emocionální zapojení diváků a zvyšuje jejich pozornost, avšak může docházet k redukci kontextu a komplexnosti konfliktu.

V rámci masového rozšíření médií ve 20. století dochází ve společnosti také k obavám, že násilné obsahy mohou mít negativní dopad na uživatele, zvláště na děti a mládež. Na jejich ochranu proto pamatuje legislativa. Konkrétně české zákony zakazují v rozhlasovém a televizním vysílání vysílat „*v době od 6.00 do 22.00 hod pořady, které by mohly ohrozit psychický nebo morální vývoj dětí a mladistvých.*“⁵⁶ Jelikož večerní zpravodajský přehled TV Nova i jiných médií je vysílán dříve, musí na obsah brát zřetel a v případě jakéhokoli násilí ho upravit či přizpůsobit. Moderátor i v některých případech dopředu upozorňuje ve studiu větou, že: „Následující záběry nejsou vhodné pro děti a mladistvé.“

Zvláštní pozornost se věnuje především reportážím, které obsahují fyzické násilí, tedy záměrné ubližování druhým s úmyslem je zranit, poškodit jim zdraví, způsobit jim bolet nebo je dokonce zabít. Menší důraz už se klade na psychické násilí, tedy formu nějakých urážek nebo citového vydírání.⁵⁷

Celkově lze konstatovat, že zobrazení války ve zpravodajství televize je komplexním a kontroverzním tématem, které vyžaduje pečlivé zvážení různých faktorů.

⁵⁴ JONES, R. Ethical Challenges in Reporting War: Balancing Sensationalism and Humanitarianism. Vyd. Journal of Ethical Journalism, 2018, s. 113.

⁵⁵ SMITH, J. The Role of Television News in Shaping Public Opinion on War. Vyd. Journal of Media Studies, 2019, ISBN 978-07-8645-002-2, s. 50 -52.

⁵⁶ JIRÁK, J. a KÖPPLOVÁ B. Masová média. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. str. 296.

⁵⁷ Tamtéž, str. 295.

3.1.1 Etický kodex v evropských televizích

V posledních letech se stále více klade důraz na etiku a normy v televizním vysílání v Evropě. Kodex chování, který určuje standardy pro obsah a prezentaci veřejně dostupných programů, se stal nedílnou součástí provozu televizních stanic, a to jak státních tak soukromých. Jedná se o soubor pravidel, která mají zajistit, že televizní obsah bude respektovat základní hodnoty a normy společnosti.

Hlavním cílem etického kodexu nebo také kodexu chování je ochrana diváků před nevhodným obsahem a manipulací. Mezi hlavní principy, kterými se mají televize řídit, patří ochrana menšin, nediskriminace, spravedlnost, objektivita, vyváženost informací a také dodržování základních lidských práv.

Etický kodex chování je většinou vyvíjen a prosazován různými profesními sdruženími a organizacemi, které dohlížejí na dodržování těchto pravidel. Mezi nejznámější patří Evropská vysílací unie (EBU)⁵⁸ a Národní vysílací rady⁵⁹ v jednotlivých zemích. Tyto instituce mají za úkol monitorovat obsah televizního vysílání a udělovat sankce v případě porušení kodexu.⁶⁰

Napříč evropskými zeměmi existuje určitá variabilita v tom, jak jsou kodexy formulovány a prosazovány. Nicméně, obecně lze říci, že představují důležitý nástroj pro zachování etických standardů v televizním vysílání. Jejich důsledné dodržování a uplatňování přispívá k udržení důvěryhodnosti a integrity televizních stanic. Kodex má proto stanovený i Televize Nova a níže bude stručně charakterizován.

3.1.2 Kodex Televize Nova

Televize Nova nemá na rozdíl od České televize veřejně dostupný etický kodex či jiné dokumenty, podle kterých by bylo patrné, čím by se jejich zpravodajská redakce měla řídit. Jelikož jsem ale do konce dubna 2024 byla součástí jejich domácí zpravodajské redakce, vím, jakými dokumenty a pravidly se musí tamní redaktoři řídit. Seznamují se s větší částí i u podpisu smlouvy a jejím podpisem potvrzují, že se těmito pravidly budou řídit.

⁵⁸ EBU [online], [cit. 2024-04-06]. Dostupné z: <https://www.ebu.ch/about>.

⁵⁹ RRTV [online], [cit. 2024-04-06]. Dostupné z: <https://rrtv.gov.cz/cz/static/cim-se-ridime/proti-korupci/index.htm>

⁶⁰ Parliamentary Assembly Assemblée parlementaire, Media responsibility and ethics in a changing media environment [online]. 8. 6. 2015 [cit. 2024-04-06]. Dostupné z: <https://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=21805&lang=en>.

Konkrétně se tedy jedná o tyto tři kodexy:

- Kodex Asociace televizních organizací (ATO).
- Volební kodex redakce zpravodajství a publicistiky.
- Kodex ochrany dětí a mladistvých v televizním vysílání pořadů programu NOVA.

Kodex ATO, představuje spíše obecné zásady, proto se Televize Nova dále opírá o další dva interní dokumenty. První z nich stanovuje pravidla pro komunikaci zpravodajských a publicistických pořadů s politickými stranami a uskupeními v době volební kampaně nebo samotných voleb, zatímco ten druhý se zabývá ochranou dětí a mladistvých.

4. Metodologická část

Následující části práce detailně popisuje metodu, která bude aplikována v praktické části této práce. Jedná se o obsahovou analýzu.

4.1 Kvantitativní obsahová analýza

Tradiční obsahová analýza patří mezi nejstarší a stále nejčastěji používané výzkumné metody. Klíčovým postupem je vybrat vzorek, vytvořit rámec kategorií relevantních pro daný výzkum, určit jednotku analýzy obsahu a následně ji zařadit do daného rámce. Tento rámec je poté vyhodnocen z hlediska frekvence výskytu jednotlivých prvků ve vybraném vzorku.⁶¹

Analýza obsahu mediálních produktů představuje výzkumnou techniku vyvinutou oblastí empirické sociologie. Jejím cílem je poskytnout objektivní a systematický popis materiálu s důrazem na kvantitativní aspekty. Tak ji charakterizuje americký badatel Berelson.⁶² Americký teoretik Fiske o obsahové analýze mluví, jako o procesu sběru a uspořádání objektivních dat, následovaný formulací hypotéz a jejich testováním, které je buď vyvrátí, nebo potvrdí.⁶³ I když je obsahová analýza považována za standardní metodu popisu mediální produkce a identifikaci dominujících charakteristik, jak uvádí autoři

⁶¹ McQUAIL, D. Úvod do teorie masové komunikace. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5, s. 375

⁶² BERELSON, B. Content Analysis in Communication Research. New York: The Free Press, 1952, [cit. 2024-04-08]. Dostupné z: doi.org/10.1177/0002716252283001, s. 18.

⁶³ FISKE, J. Introduction to Communication Studies. London: Routledge, 1990, [online] [cit. 2024-04-08], Dostupné z: www.academia.edu/2237045/Introduction_to_Communication_Studies. s. 135-136.

v knize Masová média,⁶⁴ Vojtěchovská a Trampota uvádějí, že pokud je metoda řádně a s uvážením provedena, přináší ideální popis mediálních sdělení, zejména pak jako východisko pro zkoumání jejich potenciálního vlivu na příjemce.⁶⁵

Kvantitativní obsahová analýza má ale i své kritiky, a to především za svou schopnost interpretovat "tvrdá" data a za omezení vznikající z předchozí kategorizace provedené výzkumníkem.⁶⁶ Trampota říká, že každá kategorizace je zároveň snahou o vytvoření průměrného obrazu dané kategorie a jejím současným omezením ve srovnání s ostatními kategoriemi. Při zařazení prvku do určité kategorie jsou nutně opomíjeny další unikátní charakteristiky daného jevu.⁶⁷ Cílem tohoto výzkumu je popsat mediální obraz války na Ukrajině v hlavní zpravodajské relaci TV Nova, konkrétně ve večerních Televizních novinách za první rok válečného konfliktu.

5. Analytická část

V této části práce bude specifikován analyzovaný materiál, následně budou formulovány a detailně vysvětleny výzkumné otázky a hypotézy. Na závěr této fáze bude provedena i samotná analýza zkoumané problematiky.

5.1 Výzkumné otázky a hypotézy

Pro potřeby této práce jsou vymezeny následné výzkumné otázky a hypotézy. Společně mají za cíl ověřit nebo vyvrátit předem stanové myšlenky prostřednictvím sběru dat a jejich následné obsahové analýzy.

Pro potřeby práce jsou stanoveny následující výzkumné otázky. **VO1: Jak velký prostor dostávaly příspěvky o válce na Ukrajině v hlavní zpravodajské relaci TV Nova od února 2022 do února 2023?** První výzkumná otázka by měla odpovědět na to, zda porovnání různých časových období dojde ke změně v délce reportáží věnovaných danému tématu. Konkrétně budeme sledovat pokles mediálního zastoupení tématu s postupujícím časem od začátku konfliktu, což je odhadnuto na základě empirických poznatků a délky trvání konfliktu, který trvá již déle než dva roky.

⁶⁴ JIRÁK, J. a KÖPPOVÁ B. Masová média. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6, s. 267.

⁶⁵ TRAMPOTA, T. a M. VOJTĚCHOVSKÁ. Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4, s. 110.

⁶⁶ Tamtéž.

⁶⁷ TRAMPOTA, T. a VOJTĚCHOVSKÁ, M. Metody výzkumu médií. Vyd. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4, s. 110.

Při analýze vybraných reportáží v různých časových obdobích je pravděpodobné, že se změní nejen délka reportáží a prostor, který jim je věnován, ale také jejich umístění v pořadí vysílání. Toto umístění může ovlivnit stanovení agendy a vnímanou důležitost jednotlivých reportáží.

Během sledovaného období očekáváme, že při eskalaci konfliktu budou válečné zprávy umístěny na předních pozicích v relacích. Intenzita ale s postupem času pravděpodobně poklesne a tím se změní i jejich umístění. To v sobě zahrnuje už druhá výzkumná otázka. **VO2: Jaký byl celkový trend výskytu zpráv o ukrajinsko-ruském konfliktu v hlavní zpravodajské relaci TV Nova ve sledovaném období?** Ta by tedy měla odpovědět na to, jestli se informování o válce na Ukrajině ve večerních Televizních novinách ve sledovaném období proměnilo. Pomocí této otázky bude zjištěno také to, jak často se o tomto konfliktu informovalo a zda výskyt zpráv o Ukrajině v průběhu sledovaného období vykazuje vlny, které odpovídají eskalaci nebo uklidnění konfliktu.

Další otázkou by práce měla přinést odpověď na to, jaký formát (tj. reportáž, no comment, živý vstup, rozhovor s odborníkem) ve zpravodajství TV Nova související s ukrajinsko-ruským konfliktem byl ve zvoleném období nejčastěji používán a jaký byl poměr domácích a zahraničních zpráv, jelikož se jedná o válku probíhající v zahraničí. Na druhou stranu bylo patrné, že konflikt má přímý dopad i na Českou republiku, proto jsem se rozhodla analyzovat i tento aspekt. **VO3: V jakém formátu se příspěvky o ukrajinsko-ruském konfliktu nejčastěji vysílaly a jaký byl poměr domácích a zahraničních zpráv?**

To, jakou důležitost konfliktu na Ukrajině přikládali v TV Nova, by měla nastínit další výzkumná otázka, která porovná, kolikrát byla válka na Ukrajině zmíněna v úvodních headlinech (poutání) zpráv a tudíž pak byla reportáž nebo další příspěvky odvysílány v první polovině zpráv. Pomocí této otázky bude zjištěno také to, kolikrát byla válka na Ukrajině zvolena jako otvírákové téma a tedy vysílána jako úplně první reportáží celých zpráv. To může i k zmapování mediálního obrazu války. **VO4: Jaký byl mediální obraz války na Ukrajině ve vysílání soukromé televize Nova a jaká důležitost byla konfliktu přikládána v jejich hlavní zpravodajské relaci?**

Pro potřeby práce jsou stanoveny také tyto následující hypotézy, které mají za úkol potvrdit nebo vyvrátit moje domněnky o válce na Ukrajině v hlavní zpravodajské relaci TV Nova ve sledovaném období. Jako hlavní hypotéza je stanovena H1, která bude sledovat to, jestli zpráv o konfliktu během roku ubylo. **H1: Výskyt zpráv o ukrajinsko-ruském**

konfliktu v hlavní zpravodajské relaci TV Nova se v průběhu sledovaného období výrazně snížil.

H2: Příspěvky měly s postupem času menší stopáž. V hlavní zpravodajské relaci se postupem času příspěvkům o válce na Ukrajině věnovalo méně prostoru. Tvůrci tak reagovali na upadající zájem lidí, kteří byli informacemi o Ukrajině postupně zahlceni a tomuto tématu se tak ve zprávách spíše vyhýbali. Tato hypotéza bude podrobně zkoumána s cílem potvrdit nebo vyvrátit, zda informování o události postupně sláblo či nikoli. Analyzován bude proto výskyt zpráv a jejich délka v rámci sledovaného období.

H3: Zprávy o válce na Ukrajině byly postupem času zařazovány až ke konci relace. Tato hypotéza navazuje na tu předchozí, s kterou má souvislost. Většina příspěvků o Ukrajině byla během roku řazena v druhé polovině zpráv. Zprávy, které jsou vyhodnoceny jako méně zajímavé nebo důležité a publikum o ně ztrácí zájem, tak jsou logicky umístěny až ke konci zpráv, protože ne každý kouká na zprávy až do konce. Tato hypotéza bude případně dalším potvrzením nebo vyvrácením, zda informování o válce na Ukrajině ve zpravodajství postupně sláblo či nikoli.

H4: Televizní noviny spíše zobrazovaly reálné záběry o válce na Ukrajině pocházející přímo z válečného prostředí. Ve zprávách převládaly zahraniční reportáže a bylo jich více jako těch z domácí tematikou. Tato hypotéza bude ověřována přes témata příspěvků a přes typy záběrů, které byly využívány.

H5: Pokud se v pořadu Televizní noviny objevil příspěvek o Ukrajině, bylo na něj zároveň poutáno na začátku zpráv v hlavních 3 headlinech. Tvůrci tím dávají zprávě větší příznak důležitosti, pokud se na ni poutá i na začátku zpráv. Hypotéza by tedy měla ukázat na to, za jak důležité tvůrci příspěvky o Ukrajinsko-ruském konfliktu považovali.

H6: Tato hypotéza by měla potvrdit či vyvrátit tvrzení, že TV Nova ve zpravodajství vysílala příspěvky o Ukrajině hlavně na výročí. Zde bude zkoumáno, jestli příspěvky udržely kontinuitu alespoň na výročí, a to tedy alespoň jednou měsíčně 24. Tento den právě Rusko napadlo Ukrajinu.

5.2 Vymezení analyzovaného materiálu

Analyzovaný materiál je zpravodajský pořad Televizní noviny na TV Nova. Do analýzy budou zahrnuty mediální výstupy (jednotlivé reportáže, čtené zprávy, živé vstupy atd.), které nesou zmínku o válce na Ukrajině a byly odvysílány v období od 24. 2. 2022 – 24. 2.

2023, tedy v rozmezí jednoho roku od vypuknutí války na Ukrajině. Analyzovat nebudou celých 365 dní, ale v rámci zpracovaného materiálu mi poslouží určitý vzorek, a to konkrétně 5 dní v každém měsíci (ty budou vždy stejné). Konkrétně to budou dny 6, 11, 18, 24 a 28. Předpokládám, že i z vymezeného vzorku bude patrný cíl práce, a to, že se s eskalací konfliktu na Ukrajině zvýšil výskyt zpráv ve zpravodajství TV Nova informující o Ukrajině. Dále, že budou během roku vidět vlny, kdy se informace o ukrajinsko-ruském konfliktu upozadovaly a byl jim věnován menší prostor.

Kvantitativní analýza představuje efektivní prostředek pro zpracování rozsáhlejšího objemu informací, jako jsou v tomto případě jednotlivé reportáže nebo příspěvky ve vysílání zpravodajského pořadu Televizní noviny. Pro systematickou organizaci těchto dat bude vytvořena kódovací kniha, do které budou informace zaznamenány. Každá jednotka v této kódovací knize bude odpovídat jedné reportáži nebo příspěvku.

5.3 Vymezení kategorií

U kvantitativní obsahové analýzy budou zkoumány následující proměnné: typ příspěvku (reportáž, čtená zpráva, živý vstup, jiné). Dále délka příspěvku v sekundách. Stopáž bude počítána včetně jednotlivých studií, které příspěvku předcházely. V neposlední řadě pořadí zprávy, které určuje důležitost zprávy ve vysílání, datum vysílání a také rozdělení zpráv podle tematiky na domácí nebo zahraniční. Zaměření tématu má za úkol zjistit, jak se během roku proměnilo informování veřejnosti o konfliktu na Ukrajině v soukromé televizi.

Všechny díly Televizních novin za stanovené období byly sledovány skrze interní systém TV Nova s názvem Stratus, který funguje jako archiv zpráv. Na internetu už totiž nejsou všechny potřebné díly zpráv z mapovaného období dostupné. Skrze zmiňovaný systém byly všechny díly zhlédnuty a všechny hodnoty samostatně analyzovány.

6. Analýza ukrajinsko-ruského konfliktu v Televizních novinách

Hlavní pořad Televizní noviny byl podroben zkoumání po dobu prvního roku války na Ukrajině, tj. od 24. 2. 2022 do 24. 2. 2023. Zjištěná data byla vyfiltrována a následně zapsána do statistického programu IBM SPSS Statistics. Následně v něm byla data analytickými metodami zpracována a následně převedena do podoby tabulek a grafů. Výsledky šetření budou prezentovány níže a pro lepší přehled budou rozděleny podle jednotlivých výzkumných otázek a hypotéz.

H1: Výskyt zpráv o ukrajinsko-ruském konfliktu v hlavní zpravodajské relaci TV Nova se v průběhu sledovaného období výrazně snížil.

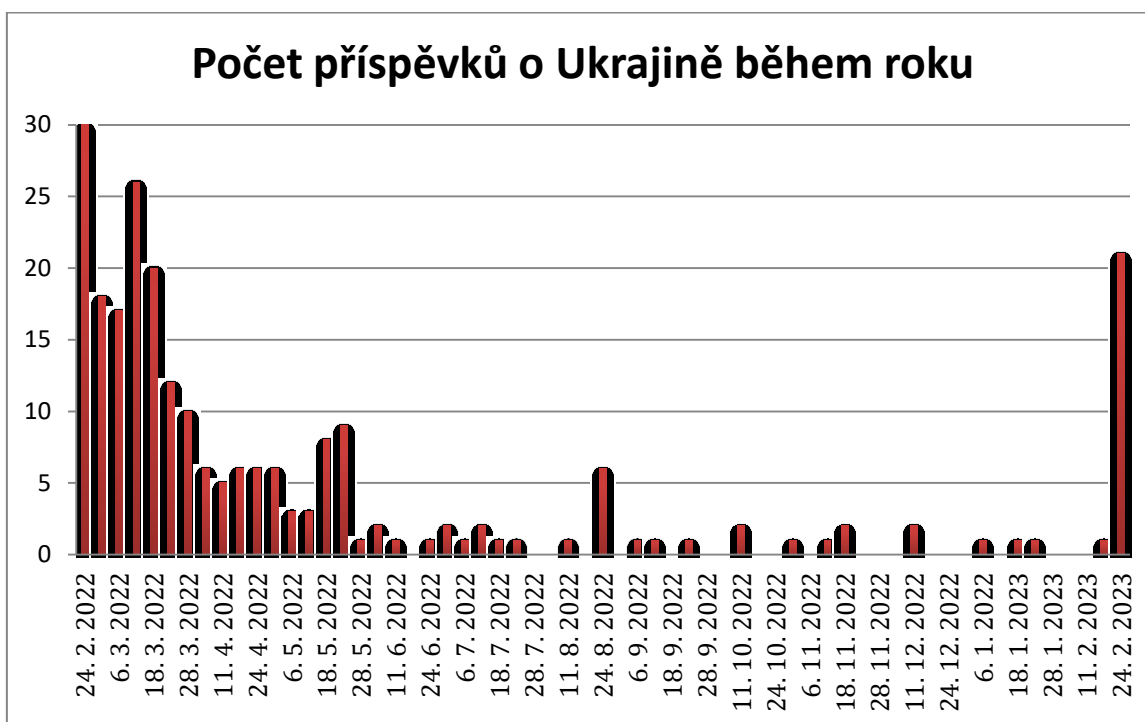
Během sledovaného období tedy prvního roku Ukrajinsko-ruského konfliktu skutečně docházelo ke snižování počtu příspěvků v Televizních novinách na Nově. Graf č. 1 zahrnuje počet všech příspěvků tedy všech zpravodajských formátů jako reportáž, no comment, živý vstup reportéra, živý vstup hosta, infografika (wall), mrtvý vstup nebo čtená, které se týkali dané tematiky. Graf č. 2 pak zahrnuje pouze počet reportáží, které byly odvysílány v Televizních novinách a týkaly se války na Ukrajině. Z obou tabulek je patrný pokles zpráv informující o válce na Ukrajině, a to až do konce května.

Po třech měsících války a každodenního intenzivního informování publika se tento trend od 28. 5. 2022 mění. Počet zpráv se ustálil a v Televizních novinách byly až na výjimky odvysílány dvě, jedna nebo žádná reportáž viz. graf č. 2. Dle grafu č. 1 je patrné, že se v některých Televizních novinách místo reportáže objevila alespoň čtená zpráva. Výjimku v tabulkách tvoří dvě data, a to 24. 8. 2022 a 24. 2. 2023, kdy se četnost příspěvků opět zvýšila. Jednalo se totiž o pomyslná výročí války, a to konkrétně v prvním případě půl roku trvajících konfliktu a druhé datum byl již rok od začátku války na Ukrajině. V rámci půlročního výročí byly odvysílány sice jen dvě reportáže viz. graf č. 2, ale za ně se přidala ještě infografika (wall), který shrnul postup Ruska, jejich útoky na ukrajinská města a území, které se jim podařilo dobít a poté, úspěchy Ukrajiny, které města si dokázala vzít zpět a jak to aktuálně vypadá s rozložením sil. Infografika shrnula také aktuální padlé na obou stranách a významné milníky války a po infografice byl ve zpravodajské relaci ještě živý vstup s odborníkem. To je vidět v grafu č. 1. Co se týče ročního výročí, tak v tento den byly večerní zprávy na Nově věnované skoro celé Ukrajinsko-ruskému konfliktu, a to kromě dvou posledních reportáží. Ty se věnovaly už jiným tématům.

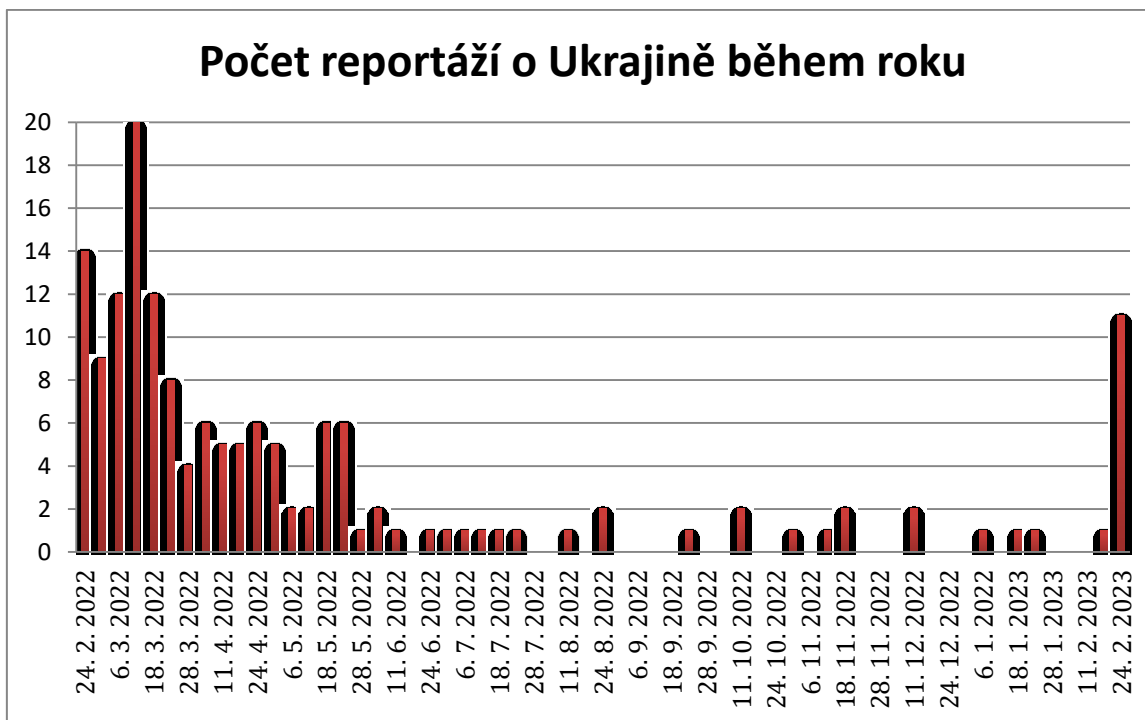
Výskyt reportáží tedy měl až na zmíněné výjimky spíše sestupnou tendenci. Ještě bych se pozastavila nad měsícem březnem, kdy je od 11. 3. vidět dva dny naopak zvýšený výskyt příspěvků informující o válce na Ukrajině. To je zapříčiněno tím, že právě od 11. 3. byla hlavní zpravodajská relace prodloužena zhruba o 10 minut vysílání a tudíž se tam vešlo více zpráv a reportáží. Na konci měsíce se vysílací čas opět zkrátil. Ředitel zpravodajství Novy Kamil Houska pravděpodobně zkoušel, jaký formát bude mít u diváků větší úspěch, protože do právě zmiňovaného 11. 3. 2022 od začátku války, to bylo řešeno

jiným způsobem. K hlavní zpravodajské relaci se přidávalo mimořádné vysílání od 21:30 hod. To jsem, ale do své analýzy nezahrnula.

Zkoumán byl rok z toho důvodu, aby byl patrný měnící se výskyt příspěvků, který má tedy postupně klesající trend. Ten tedy pravděpodobně souvisí se změnou postoje diváků k tématu ukrajinského konfliktu. Ten je v rámci soukromé televize ještě umocněnější nebo důležitější a více se ve vysílání odráží, než v případě veřejnoprávních médií. Změna postoje diváků byla patrná i u ostatních soukromých zpravodajských domů a potvrzuje tak, že informace o důsledcích konfliktu se staly běžnou součástí reality každého z nás. Časový horizont, kdy ke změně došlo u diváků Televizních novin, se dá podle grafu 1 a 2 zhruba určit na konec května, tedy po 3 měsících zpráv s ukrajinskou tematikou.



Graf č. 1: Počet příspěvků o Ukrajině za první rok konfliktu



Graf č. 2: Počet reportáží o Ukrajině za první rok konfliktu

H2: Příspěvky měly postupem času menší stopáž.

Jak už dokazuje hypotéza H1 viz. výše, během zkoumaného období skutečně došlo ke snižování počtu reportáží ve vysílání večerních Televizních novin. S tím souvisí i délka reportáží, která se postupně zkracovala. Co se týče ale délky jednotlivých reportáží, ta je na Nově a obecně ve zpravodajství standardně stanovena na 2 minuty i se studiem a během roku se tedy výrazně neměnila. Větší odchylka se objevovala a je tolerována většinou jen při speciálních vysílání, kdy editor potřebuje zaplnit i delší vysílací čas. To je vidět i v grafu č. 3 hned první den, kdy Rusko napadlo Ukrajinu a vysílací čas se nestandardně prodloužil. Tak se děje jen u výjimečných událostí.

Večerní Televizní noviny 24. února 2022 trvaly hodinu a půl a jednalo se o speciální vysílání. Délka zpráv se oproti obvyklým dnům zdvojnásobila na úkor sportu a počasí, které se tento den vůbec nevysílaly. V průběhu tohoto speciálního vysílání se střídaly reportáže, živé vstupy odborníků, reportérů, kteří už byli na různých místech na Ukrajině. Nechyběly ani no commentary, které všemu dodávaly atmosféru a celé vysílání doplňovala i infografika (wall).⁶⁸

⁶⁸ První den invaze na Ukrajinu: Zemi ovládly tvrdé boje, Zelenskyj vyhlásil mobilizaci. TN.cz [online]. 24. 2. 2022 [cit. 2023-04-24]. Dostupné na: <https://tn.nova.cz/zpravodajstvi/clanek/455664-rusko-zahajilo-bombardovani-ukrajiny-zacala-valka-v-evrope>.

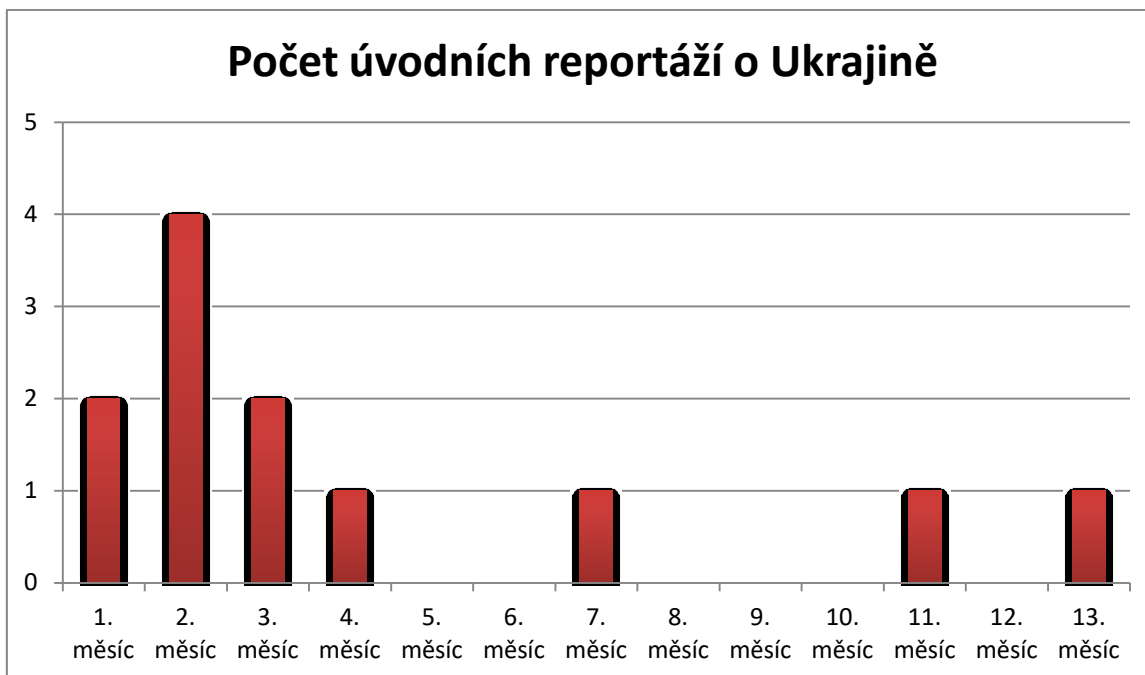
Kromě prvního měsíce a půl, kdy bylo vysílání Televizních novin prodlouženo, se čas vysílání zpráv pohyboval kolem 40 minut. Průměrná délka odvysílaného materiálu tak pak zůstávala relativně stabilní po celé sledované období, protože byla poté většinou vysílána pouze jedna reportáž, která měla průměru stopáž kolem 2 minut. První dva měsíce byl výskyt příspěvků o Ukrajině nejvýraznější a věnoval se jim ve vysílání nejdelší čas. Další měsíce už vykazovaly klesající trend. Tato hypotéza tedy byla vyvrácena, protože sledujeme pouze pokles počtu zpráv nikoli jejich stopáže.



Graf č. 3: Časové rozložení příspěvků o konfliktu na Ukrajině během roku v hodinách

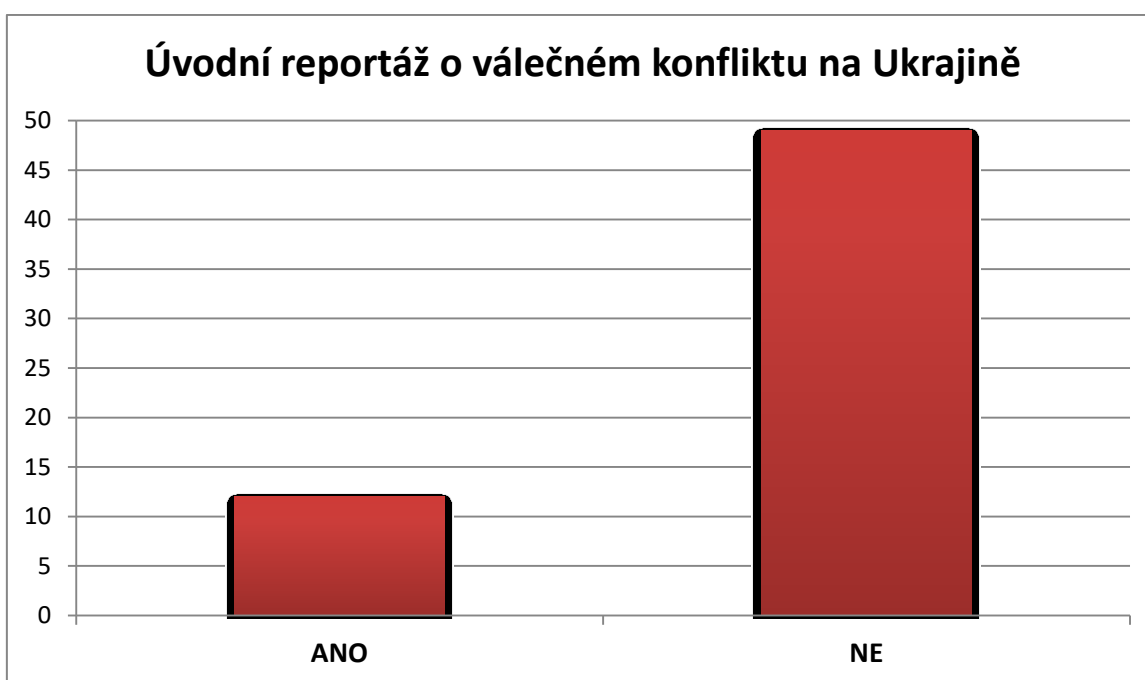
H3: Zprávy o válce na Ukrajině byly postupem času zařezovány až ke konci relace.

Kde byly v hlavní zpravodajské relaci umístěny zprávy, které se týkaly ruské invaze na Ukrajinu, reflektuje hned několik faktorů. Z grafu č. 4 lze vyčíst, že zprávy byly zařazovány rozdílně a umístěny podle toho, jak zapadaly do celkové skladby Televizních novin, protože pouze v 7 měsících ze zkoumaného roku, byla reportáž hned na prvním místě ve zprávách. Jako tzv. otvírákové téma se vždy vybírá nejzajímavější věc z daného dne. Z grafu č. 4 lze také vyčíst, že z mnoha zkoumaných 5 dní z každého měsíce, se ani jeden měsíc válka na Ukrajině nezařadila mezi otvírákové témata všech 5 dní. Nejbližší tomu měl 2. měsíc, tedy březen, kdy byl zvolen ukrajinsko-ruský konflikt za nejdůležitější a nejzajímavější téma ve 4 z 5 sledovaných dní.



Graf č. 4: Počet úvodních reportáží o Ukrajině za první rok konfliktu

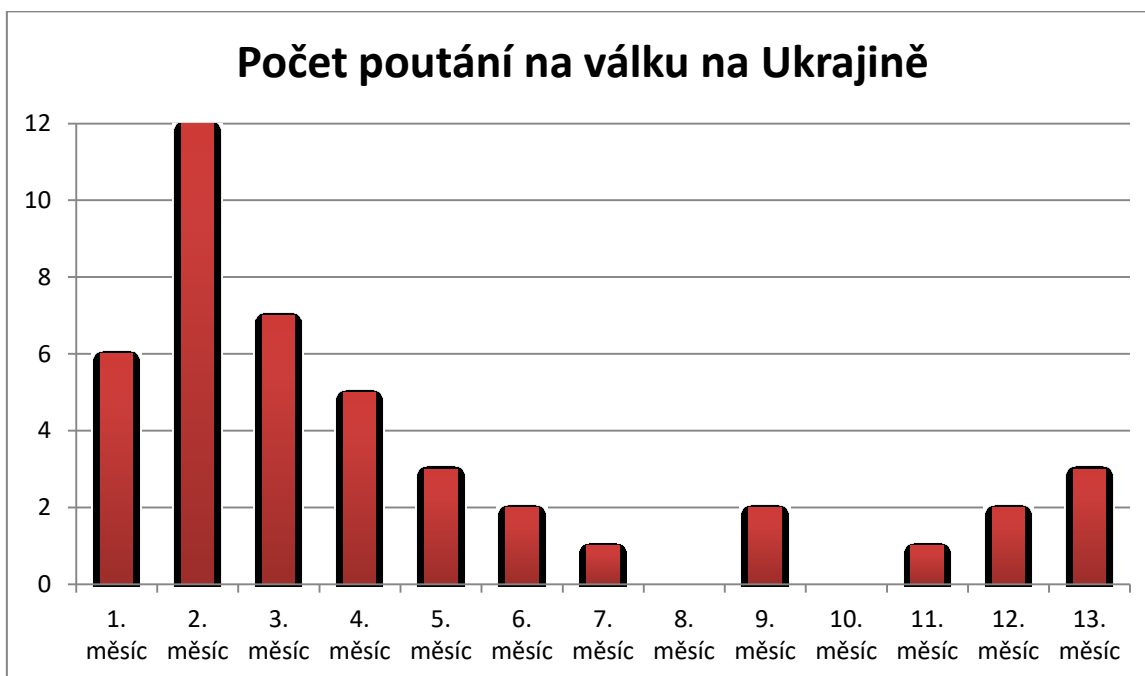
Pro potřeby výzkumu poté následující graf č. 5 uvádí do kontextu všechny reportáže ve sledovaném období. Z 61 sledovaných dnů a tedy i večerních Televizních novin byla pouze 12 krát válka na Ukrajině zařazena jako první úvodní reportáž. Ve zbylých tedy 49 případech byla umístěna později.



Graf č. 5: Úvodní reportáž o válečném konfliktu na Ukrajině z 61 mapovaných dní během prvního roku

Že válka na Ukrajině během roku už nebyla tak frekventované téma a byla upozadována do druhé poloviny zpráv, svědčí i graf č. 6. Ten zobrazuje skutečnost, kdy se válka na Ukrajině dostalo do úvodního poutání Televizních novin. Na začátku zpráv, po krátkém úvodu moderátorů jsou vypíchnuty 3 nejzajímavější témata neboli headline, aby tvůrci motivovali diváky, na co se mohou v pořadu těšit. Z grafu je tedy patrné, že se začátkem konfliktu bylo toto téma v různých rovinách použito ve všech 3 headlinech (poutání).

Konkrétně tedy první mapovaný měsíc. Jelikož válka na Ukrajině začala 24. února, tak v téže měsíci byly sledované dva dny, a z toho v obou sledovaných dnech bylo téma války na Ukrajině pokaždé ve všech 3 poutání, tedy na to bylo v únoru (prvním sledovaném měsíci) poutáno 6 krát. Druhý měsíc se válka na Ukrajině sice objevila v poutání ve všech 5 dnech, ale už ne ve všech 3 headlinech. Konkrétně 24. 3. 2022 bylo téma zařazeno v poutání pouze jednou a následující mapovaný den, tedy 28. 3. 2022 bylo zmíněno ve dvou headlinech. Následující měsíce počet poutání klesal a některé se válka na Ukrajině v poutání a někdy ani ve zprávách vůbec neobjevila. Více o poutání budu rozebírat ještě v hypotéze číslo 5.



Graf č. 6: Počet poutání na válku na Ukrajině na začátku Televizních novin

Na základě těchto tří grafů považuji hypotézu, že zprávy o válce na Ukrajině byly postupem času zařezovány až ke konci relace za potvrzenou. K drobné odchylce může

dojít s určením pojmu „ke konci relace“. Přesněji bych tedy na základě výsledků určila hypotézu, že s jistotou se dá říct, že během mapovaného období se reportáže o rusko-ukrajinském konfliktu objevovaly až v druhé polovině zpráv.

H4: Televizní noviny spíše zobrazovaly reálné záběry o válce na Ukrajině pocházející přímo z válečného prostředí.

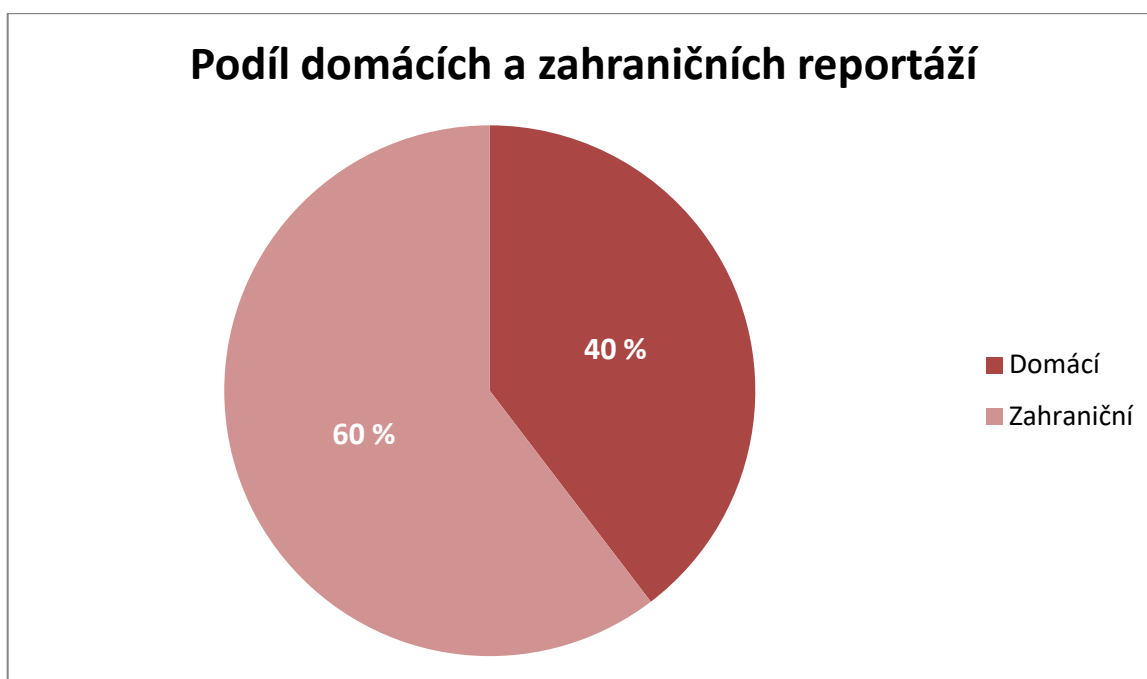
Z analýzy vyplývá, že hlavní zpravodajská relace na Nově se snaží informovat diváky rovnoměrně, a to jak zpravodajstvím z domova tak ze světa. I v tomto případě, kdy se ale jedná o zahraniční konflikt, bylo odvysíláno velké množství reportáží z domova, které se týkaly toho, jak nás tento konflikt ovlivní a později i jaké na nás měl dopady. Reportáže z domova mapovaly také příchod uprchlíků do Česka, jejich asimilaci v zemi, začlenění ukrajinských dětí do škol a zabývaly se i otázkami pomoci.

Jelikož se nejedná explicitně o zpravodajství pro děti, ač se na to mohou dívat také, v reportážích bylo zobrazováno násilí a tvůrci se mu nijak zvláště nevyhýbali. Většina večerních zpravodajských pořadů, ale počítá, že se k informacím mohou dostat i děti a spíše zastává tu myšlenku, že je důležité, aby o důležitých světových událostech věděly, a to i o těch špatných. O tom vypovídá i cílová skupina Televizních novin. Zaměřují se na lidi od 15 do 54 let viz. kapitola 2.

V reportážích tak byly zobrazovány hrůzy páchané na lidech, jejich domovech, sociálních, zdravotních i školních zařízeních i na celých městech. Mnohé reportáže byly podkreslené ještě dojemnou hudbou, která situace a atmosféru ještě umocňovala. Z analýzy obsahu, jak naznačuje graf č. 7, vyplývá, že záběry přímo z válečného území napadené Ukrajiny byly zobrazeny ve většině případů. Většina odvysílaných reportáží, konkrétně tedy 60 procent, bylo ze zahraničí, a tedy byly pokryty a zobrazovaly aktuální obrázky konfliktu. To ve většině případů znamenalo mrtvá těla, rozbombardované ulice, zničené školy, budovy, všude vojáci, technika, zbraně, plačící a zoufalí lidé, kteří buď smutní ze své ztráty anebo jsou vyděšení a běží se schovat do bunkru.

Pouze 40 procent reportáží bylo odvysíláno se vtažením do českého kontextu. I v těchto reportážích se ale občas objevily záběry připomínající záběry konfliktu, aby bylo patrné, proč lidé z Ukrajiny prchají. Je však třeba vzít v úvahu, že všechny materiály byly sledovány a hodnoceny na základě vlastního výzkumu a mého sledování, a může dojít k odchylkám v měření.

Při formulaci hypotézy už bylo očekáváno, že Televizní noviny budou zobrazovat záběry z válečného prostředí a jelikož se jedná o zahraniční konflikt, tak se nebudou tolik věnovat domácím tématům. Ač televizní společnost Nova dbá u reportáží často na "český pohled" na události, aby tak vtáhla své diváky do děje a neztratili o reportáže zájem, jen z toho důvodu, že se jich téma zrovna úplně netýká.

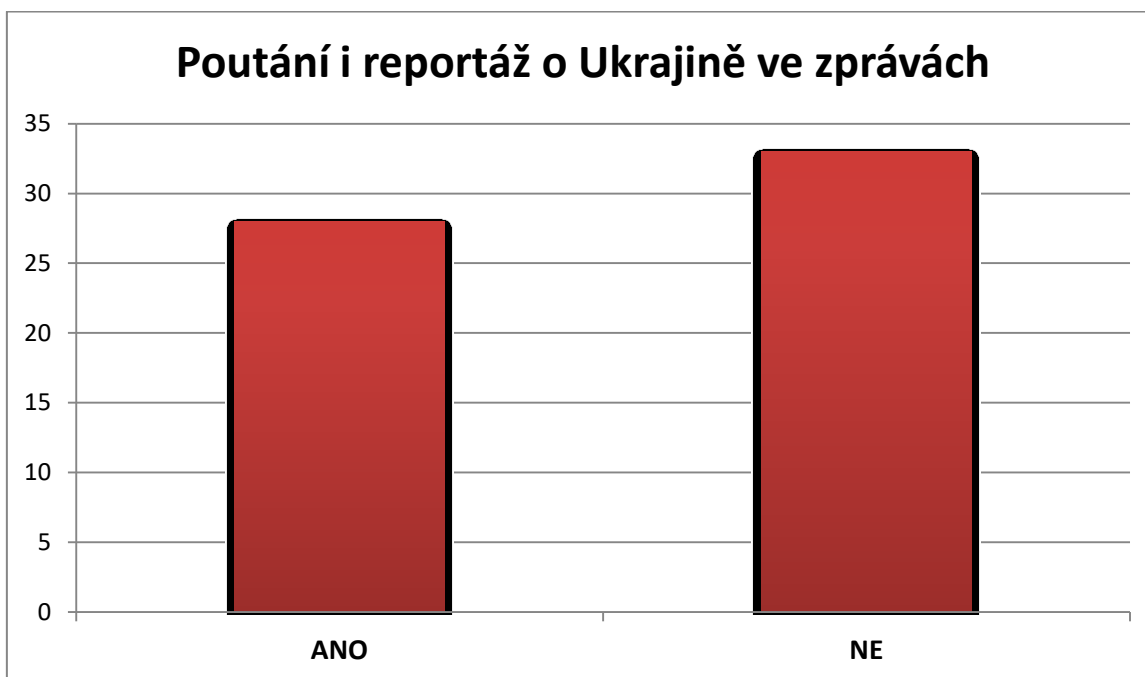


Graf č. 7: Podíl domácích a zahraničních reportáží v Televizních novinách za první rok konfliktu

Někteří odborníci ale zdůrazňují, že je násilí pro média atraktivní a vysílají ho i z toho důvodu, že přitahuje pozornost diváků a zvyšuje sledovanost. Tento jev je často označován jako "sensationalismus" nebo "sensacechtivost" a je znám tím, že média preferují dramatické události a kontroverzní témata, aby oslovila své publikum. Na mediální násilí a kultivaci strachu upozorňuje i George Gerbner autor publikace *The Mean World Syndrome: Media Violence & the Cultivation of Fear*. V knize diskutuje o tom, jaké jsou dlouhodobé dopady neustálého vystavování se násilí ve zpravodajství na vnímání reality a strach z ní.⁶⁹ Toto je jedna i z etických otázek především soukromých stanic, jak by média měla vyvážit svou zodpovědnost informovat s potřebou získat publikum.

⁶⁹ McIntyre Ron, History of the "Mean World Syndrome" and Ways to Cope [online]. 21. 10. 2023 [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: <https://ronmci.medium.com/history-of-the-mean-world-syndrome-and-ways-to-cope-278dd0df27a7>.

H5: Pokud se v pořadu Televizní noviny objevil příspěvek o Ukrajině, bylo na něj zároveň poutáno na začátku zpráv v hlavních 3 headlinech.



Graf č. 8: Poutání i reportáž o válce na Ukrajině v Televizních novinách

O četnosti a prostoru, které dalo zpravodajství TV Nova válečnému konfliktu na Ukrajině, vypovídá také následující graf č. 8. Podle sesbíraných dat vyplývá, že se zpráva, reportáž nebo vstup atd. s ukrajinskou tématikou, na kterou bylo zároveň poutáno v úvodních 3 headlinech, objevuje v menšině. Konkrétně takových případů ve sledovaném období bylo zaznamenáno pouze 28. Ve zbylých 33 případech pak v Televizních novinách na válečný konflikt na Ukrajině nepoutali anebo se neobjevila v hlavní zpravodajské relaci ani reportáž či jiná zmínka o tématu.

Z uvedených zjištění lze tedy usuzovat, že hypotéza č. 5 byla vyvrácena. Výsledek sice není tak jednoznačný a ve dnech není tak výrazný rozdíl, jak jsem předpokládala, ale vybraný vzorek by měl být dostačující. Samozřejmě pokud by byl zmapován každý den podobu jednoho roku, tak by výsledek byl přesnější a více vypovídající.

Zda bylo vysílání příspěvků o ukrajinsko-ruském konfliktu na Nově podpořeno jednotlivými milníky neboli výročí, se zabývá následující hypotéza č. 6. Věnuje se jednotlivým zprávám, které byly do vysílání Televizních novin zařazeny vždy 24. v každém měsíci.

H6: Tato hypotéza by měla potvrdit či vyvrátit tvrzení, že TV Nova ve zpravodajství vysílala příspěvky o Ukrajině hlavně na výročí.

Jak už bylo nastíněno výše, tato hypotéza by měla potvrdit nebo vyvrátit, zda se v rámci jednotlivých měsíčních výročí příspěvky o válce ve zprávách neobjevovaly častěji nebo zda v tento den nebyla alespoň zaznamenána větší četnost. Pro přehlednost graf č. 9 znázorňuje počet všech příspěvků, které po dobu jednoho roku vždy 24. byly odvysílány. Nejvíce jich samozřejmě bylo první den konfliktu, kdy bylo již zmiňované prodloužené speciální vysílání a odvysíláno bylo 30 různých formátů o začátku války na Ukrajině a vstupu ruských vojsk na jejich území. Jednalo se také o příspěvky, v kterých ostatní státy odsuzovaly agresi Putina a podle slov moderátorů a i některých odborníků takovou válku, chaos, strach a beznaděj Evropa nezažila od konce druhé světové války v roce 1945.

Překvapivě na druhém místě v počtu příspěvků bylo roční výročí konfliktu 24. 2. 2023. V tento den bylo o válce na Ukrajině odvysíláno 21 příspěvků, v kterých se právě zmiňované začátky války připomínaly.



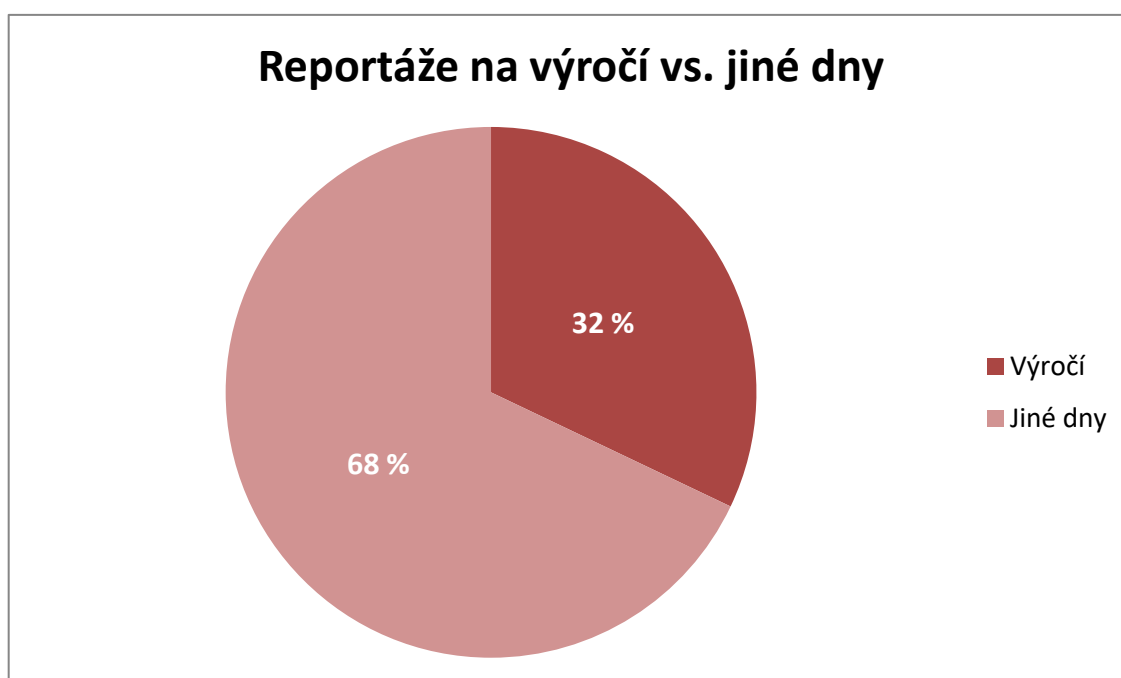
Graf č. 9: Počet příspěvků o válce na Ukrajině na měsíční výročí

Dá se ale konstatovat, že kromě tří měsíců byla vždy na zmiňované výročí a uplynutí dalšího měsíce trvání války, nějakým způsobem tato událost připomenuta. Informovalo se také o významných milnících, které by mohly přispět k ukončení konfliktu.

Pro doplnění jsem zároveň sečetla v grafu číslo 10 počet všech příspěvků na zmapovaná výročí a pak všech příspěvků v mnou určené ostatní dny a kupodivu se téměř počet příspěvku rovnal. Pro porovnání jsem vytvořila ještě graf číslo 11, kde jsou zobrazeny pouze počty reportáží.



Graf č. 10: Počet příspěvků na jednotlivá měsíční výročí války na Ukrajině vs. Jiné dny



Graf č. 11: Počet reportáží o válce na Ukrajině na výročí vs. jiné dny

U grafu číslo 11 už je větší rozdíl. Reportáže byly na výročí odvysílány pouze v 32 procentech oproti jiným mnou sledovaným dnům. Tedy ve zbylých 4 dnech reportáže tvořily 68 procent. Na základě toho, že bych zohlednila, že se jedná o jeden den vs. čtyři dny, tak mohu říci, že se hypotéza H6 potvrdila. Následovat budou odpovědi na stanovené výzkumné otázky.

VO1: Jak velký prostor dostávaly příspěvky o válce na Ukrajině v hlavní zpravodajské relaci TV Nova od února 2022 do února 2023?

Pro vyřešení první výzkumné otázky, uvádím základní časové údaje, abychom měli přehled o časovém rámci, který byl ve sledovaném období věnován válečným tématům ve vysílání Televizních novin. Kromě času jsem také sečetla všechny příspěvky, které byly o konfliktu do Televizních novin zařazeny a pak zvlášť ještě počet reportáží, které měly v průměru stanovenou stopáž cca 2 minuty.

Celkové součty příspěvků a jejich stopáží věnovaných válce na Ukrajině	
Počet příspěvků o válce na Ukrajině	241
Počet reportáží o válce na Ukrajině	159
Stopáž věnovaná příspěvkům o válce na Ukrajině	cca 9 hodin

Tabulka č. 1: Celkový součet příspěvků věnovaných válce na Ukrajině ve zprávách TV Nova

Z tabulky je patrné, že v rámci sledovaných 61 dní v průběhu roku o válce na Ukrajině ve večerních Televizních novinách odvysíláno 241 příspěvků z toho 159 bylo reportáží. Tato válečná tematika zabrala v hlavní zpravodajské relaci na Nově zhruba 9 hodin čistého času.

Stopáž příspěvků v jednotlivých sledovaných dnech a poměr, který tématu válečného konfliktu v konkrétním dnu vysílání věnovali, už sem znovu vkládat nebudu. Hodnoty jsou zaznamenané v grafu č. 3 u hypotézy H2.

Jedním z důvodů, že zprávy o Ukrajině některý den ve vysílání nedostaly prostor, může být tím, že TV Nova má pouze jedny zprávy, kde jsou zahrnuté zprávy z celé republiky, ze všech krajů. Na rozdíl třeba od Událostí vysílané Českou televizí, která má ještě zvlášť Události v regionu.

Výsledky předchozích analýz odrážejí zjištění, že po vypuknutí války, byla ukrajinským válečným tématům věnována významná pozornost, což odpovídá empirickým očekáváním. Válka se tak od svého začátku stala klíčovou událostí s globálním dopadem, což bylo zaznamenáno i v programu TV Nova, která tuto situaci reflektovala ve svém zpravodajském vysílání. Tímto způsobem, vysokou mírou medializace konfliktu v Televizních novinách, byla divákům sdělena důležitost a významnost události a jejího následného vývoje. Po zhruba 3 měsících přesycených médií válkou a jejich dopadů na celý svět se intenzita zmírnila až skoro na nulu. Vyšší míra zprávy byla zaznamenána většinou pouze na výročí, a to půl roku a rok od začátku ukrajinsko-ruské války.

VO2: Jaký byl celkový trend výskytu zpráv o ukrajinsko-ruském konfliktu v hlavní zpravodajské relaci TV Nova ve sledovaném období?

Druhá výzkumná otázka lze propojit s hypotézou H1, která jednoznačně ukázala, že celkový trend výskytu zpráv o ukrajinsko-ruském konfliktu v hlavní zpravodajské relaci TV Nova ve sledovaném období významně narostl. Informace o válce se stupňovaly s každou další eskalací a postupem ruských vojsk, které zabíraly ukrajinská území.

Během roku se ale intenzita zpravodajství proměnila. S postupem času bylo pozorováno snížení její frekvence. Není to tím, že by se situace zlepšovala a státy se snažily najít mírovou dohodu, ale pravděpodobnějším vysvětlením je situace, kdy se v úvodních dílech, kdy bylo o válce poprvé informováno, moderátoři zmínili, že konflikt se odehrává mimo naše území a nemáme se čeho obávat. Ve zpravodajství se často využívala tzv. "sendvičová metoda", kdy je negativní zpráva rámcována pozitivními. Tento jev však nelze potvrdit kvůli absenci dostatečných dat, která nebyla součástí provedené analýzy.

Výskyt zpráv o Ukrajině tak v průběhu sledovaného období vykazuje jakési vlny, které odpovídají půlročním nebo ročním výročím o začátku války na Ukrajině nebo významným a zásadním momentům či zvrátům ve stále probíhající válce.

Velké úspěchy Ukrajina zažila na moři, kdy se jí podařilo během prvního roku války potopit významný křižník a zabránit tak Rusku, získat plnou nadvládu nad Černým mořem. Další z významných milníků, který se objevil ve zprávách, byl útok na velitelství Černomořské flotily na konci září, při které prý zemřel i její šéf Viktor Sokolov a stovka mužů byla zabita nebo zraněna.

Během sledovaného období se také měnila tematika vysílaných témat, které se měnila podle aktuálního dění. Tedy se začátkem konfliktu se v Televizních novinách

skloňovala především armáda, různé postoje k válce, ať politiků, hlav států nebo odborníků z různých oblastí, dále se informovalo o uprchlících nebo humanitární pomoci. Jedná se o témata s velmi negativní podtextem. Zhruba po třech měsících konfliktu se skladba mění. Reportáže v televizních novinách informují především o tématech sankcí na Rusko, dopady válka na Evropu, hledání bydlení pro uprchlíky, začleňování Ukrajinců do běžného života v Česku apod.

VO3: V jakém formátu se příspěvky o ukrajinsko-ruském konfliktu nejčastěji vysílaly a jaký byl poměr domácích a zahraničních zpráv?

Třetí výzkumnou otázkou jsem si kladla za cíl zjistit, jaký je poměr ve večerních Televizních novinách vysílaných domácích a zahraničních zpráv. Tento zájem vychází z faktu, že se jedná o válečný konflikt probíhající v zahraničí, mimo naši zemi. Současně jsem si vědoma dopadu tohoto konfliktu na naši zemi, a proto jsem se rozhodla analyzovat právě tento poměr výskytu zpráv.

V analyzovaném období viz. graf č. 7 a hypotéza H4 vyplývá, že zůstal poměr relativně podobný. Zjištěné hodnoty tak poskytují relevantní obraz toho, jak pořad Televizní noviny nakládá s tématem vzhledem ke svému možnostem a publiku. Tyto výsledky odpovídají charakteru daného zpravodajství.

Další hypotéza zase poukázala na převládající formát příspěvků, který se ale ve formátu celorepublikového zpravodajství dal čekat. Díky zaznamenaným hodnotám bylo zjištěno, že nejčteněji zastoupeným žánrem byla reportáž, a to konkrétně jich bylo s válečnou tematikou o Ukrajině odvysíláno 159. Je to skoro dvojnásobek než ostatních zpravodajských formátů dohromady. Bylo vidět, že i první den konfliktu, který se nedal dopředu očekávat, byla zhruba polovina příspěvků zpracována formou připravených reportáží. Druhým čtým žánrem byl pak formát živého vstupu, a to buď reportéra, nebo pozvaného hosta.

VO4: Jaký byl mediální obraz války na Ukrajině ve vysílání soukromé televize Nova a jaká důležitost byla konfliktu přikládána v jejich hlavní zpravodajské relaci?

Vysílání Televizních novin přineslo komplexní obraz války na Ukrajině, což odpovídalo očekávaným vzorcům a i jejich stanoveným postupům, jakožto televize. V průběhu sledovaného období se tematická skladba přizpůsobovala vývoji konfliktu, přičemž v první fázi byla zřetelně dominantní témata spojená s válkou na Ukrajině, která zabírala většinu

vysílacího času.

Nicméně je důležité si uvědomit, že absolutní objektivita není v médiích dosažitelná, a to ani v soukromých ani veřejnoprávních. Nicméně analýza dat naznačuje, že skladba témat vysílání byla vyvážená a odpovídala aktuální situaci jak v České republice, tak v zahraničí. Závěry z výzkumu naznačují, že navzdory možné snaze zachovat nezaujatý postoj mělo vysílání televize Nova negativní přístup k ruské intervenci na Ukrajině, což se odrazilo také ve zpravodajství založeném na demokratických hodnotách západního světa.

Co se týče přikládané důležitosti zpráv s ukrajinskou tematikou, analýza ukázala, že umístění tématu bylo proměnlivé, ale z většiny nebyla válka na Ukrajině zařazena jako úvodní nejdůležitější reportáž. Byla řazena až později v relaci. Vypovídající tendence se projevovala i ve snižujícím se zahrnutí tématu do úvodních poutání zpráv s postupem času. Ve sledovaném období se tak počet headlinu obsahující informace o konfliktu snižoval.

To svědčí i o tom, že s upadajícím zájmem diváků o téma si potlačení tématu Nova, jako soukromá televize mohla dovolit.

7. Shrnutí výsledků výzkumu

Na základě nasbíraných dat a provedené analýzy je nyní možné přistoupit k vyhodnocení a shrnutí stanovených výzkumných otázek.

Kvantitativní obsahová analýza byla použita jako hlavní výzkumná metoda, při které byla data sesbírána a kategorizována podle mnou stanovených parametrů. Následně byla tato data graficky zpracována, což přispělo k přehlednému zobrazení získaných informací. Je důležité poznamenat, že proces kódování byl dynamický a inspirativní, přestože se mohlo zdát, že se zpravodajské reportáže mohou opakovat, skutečnost byla taková, že zpravodajství bylo pestré a vyvážené.

Z výsledků tedy vyplývá, že se Nova v obsahu Televizních novin snaží dodržovat určité standardy zpravodajství. Zároveň je důležité brát v úvahu dopady na diváky při zobrazování velkého množství negativního násilného obsahu, kterého bylo v průběhu prvního měsíce konfliktu v Televizních novinách většina, protože téma ve zpravodajství dominovalo. Samozřejmě Televizní noviny pouze refletovaly aktuální události s negativním postojem k ruské intervenci. Některé informace by ale měly zohledňovat i to, že se na Televizní noviny mohou dívat i děti a měly by tak více zohlednit, aby pro ně byly

vhodné a nebyly příliš násilné.

To se ve vysílání tvůrci snažili vykompenzovat vyšším podílem domácích zpráv, i když se jedná o válku probíhající v zahraničí. Místo negativních a násilných záběrů, tak byly použity příběhy lidí, kteří dokázali předat stejnou emoci a vyjádřit důležité informace o konfliktu i bez přímého zobrazování války. Televizní noviny do zpráv volily často i anketu, aby diváka vtáhli více do děje, a to i u zpráv s negativním obsahem.

Ve sledovaném období byl prostor věnovaný válce na Ukrajině poměrně proměnlivý, ale měl postupně upadající tendenci. Hned v únoru po vypuknutí konfliktu, se stala tato událost v celostátním vysílání Televizních novin hlavním tématem. S postupem času se značně věnovaná pozornost válce pomalu vytrácela a zpráv postupně ubývalo, až byly do vysílání zařazovány pouze sporadicky. Závěry ukazují, že časové mediální pokrytí odpovídalo jak aktuálnímu vývoji konfliktu, tak zájmu diváků o téma. Častým zdůrazněním tématu skrze opakování a umístění témat na první příčky by mohla soukromá televize přijít o sledovanost.

Válka na Ukrajině byla často prezentována přes ekonomické a hospodářské dopady. V Televizních novinách byla válka také často zobrazována nejen jako nelegální, ale také jako závažná hrozba pro globální ekonomickou stabilitu. Humanitární aspekty, jako jsou uprchlíci a mezinárodní pomoc, byly také zdůrazňovány jako klíčové téma, a to jak ve zpravodajství, tak ve veřejném diskurzu západního světa, včetně České republiky. Tyto tendence naznačují snahu o co nejrychlejší řešení situace a poskytnutí pomoci obětem a uprchlíkům.

S časovým odstupem a analyzovaným obdobím, které už proběhlo a člověk může srovnat další kroky médií ohledně výskytu tématu, tak některé výsledky analýzy byly překvapující. Zajímavé poznatky přinesly zejména data o celkovém věnovaném čase konfliktu na Ukrajině v Televizních novinách. I přesto, že se jedná o soukromou televizi, očekávala jsem, že bude častěji válka na Ukrajině i v úvodním putování zpráv nebo zvolena jako úvodní reportáž. Naopak pozitivní pro mě bylo množství hlubokých lidských příběhů v reportážích, na kterých si očividně televize Nova staví své vysílání a snaží se tak emoce z konfliktu tímto způsobem přiblížit lidem.

Všechny stanovené cíle, které byly zmíněny na začátku práce, jsou tímto zodpovězeny. Došlo k potvrzení předpokladu, že s eskalací konfliktu na Ukrajině se zvýšil výskyt zpráv ve zpravodajství TV Nova informující o nově vypuknuté válce. V analyzovaném obsahu byly viděny i vlny, kdy docházelo k upozaďování informací o

ukrajinsko-ruském konfliktu a jeho následovné zařazení do vysílacího času. Jediný předpoklad, který se nepotvrdil, bylo zkracování stopáže příspěvků během roku této války. Ve zpravodajství došlo pouze k zařazování menšího počtu příspěvků, ale jednotlivá stopáž u nich zůstávala v průměru stejná.

Na závěr ale musím zdůraznit, že analýza má svá omezení, a proto je nutné přistupovat k interpretaci výsledků s opatrností. Soubor dat byl přeci jen omezený, což může ovlivnit přesnost mých závěrů.

Závěr

Cílem mé diplomové práce bylo analyzovat mediální obraz a proměny války na Ukrajině v hlavní zpravodajské relaci TV Nova, konkrétně ve večerních Televizních novinách, a to během prvního roku konfliktu od 24. 2. 2022 do 24. 3. 2023. Už předem bylo jasné, že práce nedokáže zmapovat úplně celý rok, ale pouze určitý vzorek. Chtěla bych tedy touto prací alespoň přispět k pochopení toho, jak funguje zpravodajství v soukromé televizi a jaké hodnoty zastává. Je to tak alespoň další podmět do diskuze, jak se to producentům takového zpravodajství daří. Důležité je, aby vysílané zpravodajství bylo kvalitní a důvěryhodné, a aby bylo přístupné pro všechny bez ohledu na jejich vzdělání, zázemí, věk nebo postavení ve společnosti.

Práce byla rozdělena do dvou hlavních částí: teoretické a analytické. V teoretické části jsem se zaměřila na teoretické koncepty výzkumu médií a kontext výzkumu. Analytickou část jsem začala představením zvolené metodologie výzkumu, stanovení výzkumných otázek a hypotéz, a následně jsem provedla samotný výzkum a zpracovala jeho výsledky do grafů pro přehlednou prezentaci dat. Na základě těchto výsledků jsem shrnula odpovědi na výzkumné otázky a hypotézy, abych prezentovala obraz válečného tématu prostřednictvím nejsledovanější soukromé televize.

Zjištění mé analýzy naznačují, že zpravodajská relace televize Nova prezentuje válku na Ukrajině způsobem odpovídajícím jejich povaze a možnostem vysílání. Ve vysílání se věnuje jak konkrétním událostem a příběhům z regionů, ale také zahraničním událostem, včetně válečné situace na Ukrajině.

Zvolené teoretické přístupy pro výzkum médií se ukázaly jako platné a přínosné. Analýza dat potvrdila vliv zpravodajských hodnot, kodexů a dalších mediálních konceptů na tematickou skladbu zpravodajství. Válka na Ukrajině byla prezentována jako zásadní téma, kterému by měli diváci věnovat pozornost.

Přestože tato práce poskytuje zajímavé poznatky, existují určitá omezení, a je tedy nutné interpretovat výsledky s opatrností. Mnohá zjištění může poskytnout základ pro další výzkum v této oblasti, který by mohl prozkoumat další aspekty prezentace válečného tématu v médiích. Ač jsem to nečekala při výběru tématu této diplomové práce, tak válka na Ukrajině i po více než dvou letech od jejího vypuknutí, zůstává stále aktuálním tématem. Mediální zpracování tohoto konfliktu a jeho další zkoumání je tak i nadále důležité.

Summary

The aim of my thesis was to analyze the media image and changes of the war in Ukraine in the main newscast of TV Nova, namely in the evening Television News, during the first year of the conflict from 24 February 2022 to 24 March 2023. It was clear from the beginning that the thesis could not map the whole year, but only a certain sample. Thus, with this work, I would like to at least contribute to the understanding of how news coverage works in private television and what values it stands for. It is thus at least another sub-topic to the discussion of how the producers of such news do it. It is important that the news broadcast is of high quality and credibility, and that it is accessible to all, regardless of their education, background, age or position in society.

The thesis was divided into two main parts: theoretical and analytical. In the theoretical part, I focused on the theoretical concepts of media research and the context of the research. I started the analytical part by introducing the chosen research methodology, defining the research questions and hypotheses, and then I conducted the research itself and processed the results into graphs for a clear presentation of the data. Based on these results, I summarized the answers to the research questions and hypotheses to present a picture of the war issue through the most watched private television.

The findings of my analysis suggest that the Nova TV newscasts present the war in Ukraine in a way that is appropriate to their nature and broadcasting capabilities. The broadcasts cover specific events and stories from the regions, as well as foreign events, including the war situation in Ukraine.

The theoretical approaches chosen for media research have proved valid and useful. Data analysis confirmed the influence of news values, codes and other media concepts on the thematic composition of news coverage. The war in Ukraine was presented as a crucial topic that viewers should pay attention to.

Although this work provides interesting insights, there are limitations and the results should be interpreted with caution. Many of the findings may provide a basis for further research in this area, which could explore other aspects of the presentation of war themes in the media. Although I did not expect it when choosing the topic of this thesis, the war in Ukraine, even after more than two years since its outbreak, remains a hot topic. Thus, the media's treatment of this conflict and its further exploration remains important.

Použitá literatura

Knižní:

- BENESCH, S. Fake News. In: Oxford Research Encyclopedia of Communication. Vyd. Oxford University Press, 2020, ISBN 978-01-9069-416-6.
- BURTON, Graeme a JIRÁK, Jan. Úvod do studia médií. Vyd. Brno: Barrister & Principal, 2003. ISBN 978-80-8594-767-0.
- COOK, J., & LEWANDOWSKY, S. The Debunking Handbook. St. Lucia, vyd. Australia: University of Queensland, 2021, ISBN 978-37-4995-042-3.
- CURRAN, J. Media and democracy. vyd. Taylor & Francis, 2011, ISBN: 978-11-3437-222-5.
- EJSMONT, M a KOSMALSKÁ, B. Media, wartości, wychowanie, vyd. Kraków: Impuls, 2010, ISBN 978-83-7587-510-2.
- ENTMAN, R. M., Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. vyd. Journal of Communication, 1993, 43, 4; ABI/INFORM Global.
- HALLIN, D. C. a MANCINI, P. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. vyd. Velká Británie: Cambridge University Press, 2004, ISBN 978-05-2154-308-8.
- IVANOVÁ, M., Humanitarian Crisis in Ukraine: Implications and Challenges. Vyd. European Journal of Humanitarian Studies, 2022.
- IYENGAR, S. Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues. vyd. University of Chicago Press, 1994, ISBN: 978-02-2638-853-3.
- JAKUPES, V. Dynamics of the Ukraine War. Diplomatic Challenges and Geopolitical Uncertainties. Vyd. Springer Nature Switzerland, 2024, ISBN 978-30-3152-443-1.
- JIRÁK, J. a KÖPPLOVÁ B. Masová média. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.
- JIRÁK, Jan, Jan. 10 let v českých médiích. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. ISBN 978-80-7178-925-3.

- JONES, R. Ethical Challenges in Reporting War: Balancing Sensationalism and Humanitarianism. Vyd. Journal of Ethical Journalism, 2018.
- KORDA, J. Úvod do televize 2: Faktuální televize a její žánry. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. ISBN 978-80-244-3611-1.
- KRUML, Milan. Vyvíjet, hledat, kupovat. In Fenomén Nova: deset pohledů na deset let nejsledovanější komerční televize. Vyd. Praha: Votobia, 2004. ISBN 80-7220-189-1.
- KUNCZIK, M. Základy masové komunikace. vyd. Praha: Karolinum, 1995, ISBN 978-80-7184-134-0.
- LIPPMANN, W. Public Opinion. vyd. New York: The Free Press, 1997, ISBN: 978-06-8483-327-9.
- McCOMBS, M. Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion, vyd. Polity Press, 2013, ISBN: 978-07-4563-713-6.
- McQUAIL, D. Úvod do teorie masové komunikace. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.
- O'CONNOR, C. a WEATHERALL, J. O. The Misinformation Age: How False Beliefs Spread. Vyd. Yale University Press, 2019. ISBN 978-03-0024-100-6.
- OSVALDOVÁ, B. a kolektiv, Zpravodajství v médiích. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0248-2.
- SCHUDSON, M. The Sociology of News. vyd. W. W. Norton & Company, 2003, ISBN 978-03-9391-287-6.
- SMITH, J. The Role of Television News in Shaping Public Opinion on War. Vyd. Journal of Media Studies, 2019, ISBN 978-07-8645-002-2.
- SMITH, J. The Ukrainian-Russian Conflict: Historical Background and Current Developments. Vyd. International Journal of Conflict Resolution, 2022, ISBN 978-93-5661-849-7.
- TRAMPOTA, T. a M. VOJTĚCHOVSKÁ. Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.
- TRAMPOTA, T. Zpravodajství. vyd. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7096-8.

Online:

- ATO, Světový den televize: rekordní rok pro TV. Asociace televizních organizací [online]. [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://www.ato.cz/2021/svetovy-den-televize-rekordni-rok-pro-tv/>.
- ATO, Výsledky sledovanosti – poslední týden – TOP 20 pořadů [online]. 10. 3. 2023 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://www.ato.cz/vysledky/tyden-top-20/>.
- BERELSON, B. Content Analysis in Communication Research. New York: The Free Press, 1952, [cit. 2024-04-08]. Dostupné z: doi.org/10.1177/0002716252-283001.
- BOŽENA, M. Mass Media and Children. Globality in Everyday Life: Procedia - Social and Behavioral Sciences [online]. Elsevier, 2015 [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281501085X>.
- ČTK, Falešná zpráva o "explozi u Pentagonu" nastínila úskalí AI i režimu na Twitteru [online] 23. 5. 2023 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/falesna-zprava-o-explozi-u-pentagonu-nastinila-uskali-ai-i-r/~fb52bd5ef94811ed8d680cc47ab5f122/>.
- EBU [online], [cit. 2024-04-06]. Dostupné z: <https://www.ebu.ch/about>.
- FISKE, J. Introduction to Communication Studies. London: Routledge, 1990, [online] [cit. 2024-04-08], Dostupné z: www.academia.edu/2237045/Introduction_to_Communication_Studies.
- GRABOVAC, A. Cedmo Trends, 1. Vlna výzkumu, [online]. 1. 4. 2023 [cit. 2024-03-18]. Dostupné z: https://cedmohub.eu/wp-content/uploads/2023/04/1523801_CEDMO_vlna01_prezentace_web-1.pdf.
- HAJDU, D. Globsec Trends 2023: United we (still) stand [online]. 22. 5. 2023 [cit. 2024-03-18]. Dostupné z: <https://www.globsec.org/sites/default/files/2023-05/GLOBSEC%20Trends%202023.pdf>.
- KORMAŇÁK, M. Více než čtvrtina populace střední Evropy a Baltských států je silně ovlivněna dezinformacemi. [online]. 22. 9. 2022 [cit. 2024-03-18]. Dostupné z: <https://www.ipsos.com/cs-cz/more-quarter-central-european-and-baltic-opulation-strongly-affected-disinformation>.

- KRUPKA, J. Babiš použil v kampani vylhané fotomontáže, internetoví vtipálci mu to vrátili [online]. 11. 1. 2023 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://hradecky.denik.cz/zpravy-z-ceska/andrej-babis-vylhane-fotomonotaze-fake-ostuda-twitter-facebook-oficialni-profil.html>.
- MATYJAS B. Mass Media and Children. Globality in Everyday Life: Procedia - Social and Behavioral Sciences [online]. Elsevier, 2015 [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281501085X>.
- McINTYRE Ron, History of the “Mean World Syndrome” and Ways to Cope [online]. 21. 10. 2023 [cit. 2023-04-24]. Dostupné z: <https://ronmci.medium.com/history-of-the-mean-world-syndrome-and-ways-to-cope-78dd0df27a7>.
- MINISTERSTVO KULTURY ČR, Rozhlasové a televizní poplatky [online]. 13. 9. 2005 [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://mk.gov.cz/rozhlasove-a-televizni-poplatky-cs-488>.
- MORTKOWITZ, L. a BRAUNOVÁ S. Česká televize omylem použila snímek se škodami po moravském tornádu jako ilustraci k reportáži o válce na Ukrajině. [online] 4. 5. 2022 [cit. 2024-03-19]. Dostupné z: <https://cedmohub.eu/cs/esk-televize-omylem-pouila-snemek-se-kodami-po-moravskm-torndu-jako-ilustraci-k-reporti-o-vlce-na-ukrajin/>.
- Parliamentary Assembly Assemblée parlementaire, Media responsibility and ethics in a changing media environment [online]. 8. 6. 2015 [cit. 2024-04-06]. Dostupné z: <https://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=21805&lang=en>.
- První den invaze na Ukrajinu: Zemi ovládly tvrdé boje, Zelenskyj vyhlásil mobilizaci. TN.cz [online]. 24. 2. 2022 [cit. 2023-04-24]. Dostupné na: <https://tn.nova.cz/zpravodajstvi/clanek/455664-rusko-zahajilo-bombardovani-ukrajiny-zacala-valka-v-evrope>.
- RRTV online], [cit. 2024-04-06]. Dostupné z: <https://rrtv.gov.cz/cz/static/cim-se-ridime/proti-korupci/index.htm>
- ŠAFAŘOVÁ, K. PROKOP, D. ŠKVRŇOVÁ, M. a KUNC, M. PAG research, Dva


roky války na Ukrajině. V Česku zůstává přes 300 tisíc uprchlíků. Integrace musí pokračovat [online]. 13. 2. 2024 [cit. 2024-04-06]. Dostupné z: <https://www.paqresearch.cz/post/dva-roky-pote/>.

- TV Nova, NOVA slaví 25 let: Pojd'te s námi na procházku její historií [online]. 4. 3. 2019 [cit. 2024-03-20]. Dostupné z: <https://tv.nova.cz/clanek/60896-nova-slavi-25-let-pojdte-s-nami-na-prochazku-jeji-historii>.

Teze diplomové práce

SCHVÁLENO

3.10.23

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce		
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:		
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Bc. Martina Kolačná	Razítko	podatelny:
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2022		
Fakultní e-mail diplomantky/diplomanta: 18717877@fsv.cuni.cz		
Studijní program/forma studia: Mediální studia		
Název práce v češtině: Proměny zpravodajství o ukrajinsko-ruském konfliktu v hlavní zpravodajské relaci TV Nova od února 2022 do února 2023		
Název práce v angličtině: Changes in coverage of the Ukrainian-Russian conflict in TV Nova's main news bulletin from February 2022 to February 2023		
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2022/2023) (diplomovou práci je možné obhajovat nejdříve šest měsíců od schválení tezí) LS 2023/2024		
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Práce má za cíl analyzovat mediální obraz války na Ukrajině, jak se proměnil během roku konfliktu v hlavní zpravodajské relaci TV Nova, konkrétně ve večerních Televizních novinách. Popíše, jakým způsobem o tomto konfliktu televize informovala na začátku konfliktu a po jeho roce trvání. Jak se důležitost, délka a umístění zpráv v průběhu roku změnilo. Téma je aktuální a ukrajinsko-ruský válečný konflikt stále trvá a jeho zpracování s ohlednutím se v čase tedy nejspíš ještě neproběhlo.		
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Primárně se práce bude věnovat skrze kvantitativní obsahovou analýzu zprávám, které přinášeli lidem aktuální informace o válce na Ukrajině. Zkoumat se bude zejména četnost zpráv a jejich umístění v relaci. V závislosti na tom se teoretická část práce bude zabývat fungováním zpravodajství v Česku, jeho hlavními rysy a požadavky apod. Popsána bude stanice TV Nova s důrazem na zpravodajství – hlavní zpravodajskou relaci večerní Televizní noviny. Autorka předpokládá, že s eskalací situace na Ukrajině se i zvýšil výskyt zpráv informující o Ukrajině ve zpravodajství, ale během roku trvání konfliktu se jeho postavení změnilo.		
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): Úvod – základní pojmy a vymezení tématu TEORETICKÁ ČÁST 1. Zpravodajství 1.1. Televizní zpravodajství 1.2. Hlavní zpravodajská relace 1.3. Vlastnictví zpravodajských médií 1.4. Zpravodajství jako konstrukce 1.5. Rychlost zpravodajství 2. Požadavky na zpravodajství 2.1. Zpravodajské hodnoty – objektivita, vyváženost a nestrannost 2.2. Předpojatost a její formy		

3. Cenzura
4. Ukrajinsko-ruský konflikt
 - 4.1. Zobrazení války v českém zpravodajství
 - 4.2. Mediální konstrukce reality

PRAKTICKÁ ČÁST

Použité metody

Kvantitativní obsahová analýza
Případová studie

Analytická část

Výzkumné otázky a hypotézy
Analýza zpravodajství v hlavní zpravodajské relaci TV Nova od února 2022 do února 2023

Závěr – shrnutí, zhodnocení výsledků a hypotéz

Seznam použité literatury

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):

Relace Televizní noviny je vysílána každý den na televizní stanici TV Nova od 19:30 hod. Jedná se hlavní zpravodajskou relaci stanice a zároveň o nejsledovanější zpravodajství v ČR. Svým obsahem cílí především na diváky od 15 do 54 let. Mimo to přináší další informace na svém webu TN.cz

Kvantitativní analýza vysílání proběhne za první rok od vypuknutí války na Ukrajině. Tj, od 24. 2. 2022 do 24. 2. 2023.

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Téma bude zkoumáno pomocí kvantitativní obsahové analýzy, ve které bude sledována četnost zpráv daného tématu, jejich délka a umístění.

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

OSVALDOVÁ, Barbora. Zpravodajství v médiích. Vydání třetí, revidované. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2020.

Kniha obsahuje stati věnované fenoménu zpravodajství. Publikace mapuje jeho různé fáze – počínaje exkurzem do nejstarší žurnalistiky „psané“ přes zpravodajství agenturní, audiovizuální, fotožurnalistiku až po produkci tzv. nových médií.

STEJSKAL, Jan. Udržitelné zpravodajství. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2023.

Kniha hodnotí stav současného zpravodajství, analyzuje jeho praktické postupy a teoretické základy a zamýšlí se nad obsahem základních pojmů objektivita, nestrannost a vyváženost. Autor se zevrubně zabývá procesem transformace reality při tvorbě zpráv a definováním zpravodajských profesních pravidel.

TRAMPOTA, Tomáš-VOJTĚCHOVSKÁ, Martina: Metody výzkumu médií. Praha. Portál. 2010, 296 s.

Seznamuje s metodami užívanými při výzkumu médií. Kniha představuje zásady výzkumu médií výzkum sledovanosti, měření efektivity reklamy, výzkum mediálních organizací, analýza reprezentace, interpretace textu.

HENDL, Jan. Úvod do kvalitativního výzkumu. Praha: Karolinum, 1997. 243 s.

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:	
Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:	
Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:	
Potvrzují, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.	
Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.	
Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga	Datum / Podpis pedagožky/pedagoga
	15.9.23

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT **VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ** A VE **DVOU** VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO VE VYHLÁŠCE ŘEDITELE INSTITUTU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI **VYZVEDNOUT** V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A **NECHAT VEVÁZAT** DO VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU.

Seznam příloh

Obrázek č. 1: Falešná zpráva o výbuchu v Pentagonu	20
Obrázek č. 2: Zavádějící záběry z vysílání zpráv České televize.....	21
Obrázek č. 3: Fotomontáž, kterou zveřejnil Andrej Babiš před prezidentskými volbami ..	22
Obrázek č. 4: Fotomontáž Aleny Schillerové před prezidentskými volbami.....	22
Obrázek č. 5: Mapa prvních ruských útoků na Ukrajině.....	27
Graf č. 1: Počet příspěvků o Ukrajině za první rok konfliktu	37
Graf č. 2: Počet reportáží o Ukrajině za první rok konfliktu.....	38
Graf č. 3: Časové rozložení příspěvků o konfliktu na Ukrajině během roku v hodinách ...	39
Graf č. 4: Počet úvodních reportáží o Ukrajině za první rok konfliktu	40
Graf č. 5: Úvodní reportáž o válečném konfliktu na Ukrajině z 61 mapovaných dní během prvního roku	40
Graf č. 6: Počet poutání na válku na Ukrajině na začátku Televizních novin.....	41
Graf č. 7: Podíl domácích a zahraničních reportáží v Televizních novinách za první rok konfliktu	43
Graf č. 8: Poutání i reportáž o válce na Ukrajině v Televizních novinách.....	44
Graf č. 9: Počet příspěvků o válce na Ukrajině na měsíční výročí.....	45
Graf č. 10: Počet příspěvků na jednotlivá měsíční výročí války na Ukrajině vs. Jiné dny .	46
Graf č. 11: Počet reportáží o válce na Ukrajině na výročí vs. jiné dny	46
Tabulka č. 1: Celkový součet příspěvků věnovaných válce na Ukrajině ve zprávách TV Nova	47