

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

**Diplomová práce**

**2021**

**Marie Trubetská**

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

**Stejné zdroje = stejné/různé informace? Výstupy českých médií o nemoci covid-19 v počátcích jejího šíření v ČR**

Diplomová práce

Autor práce: Marie Trubetská

Studijní program: Žurnalistika

Vedoucí práce: PhDr. Mgr. Ludmila Trunečková, Ph.D.

Rok obhajoby: 2021

## **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 27. 7. 2021

Marie Trubetská

## **Bibliografický záznam**

TRUBETSKÁ, Marie. *Stejné zdroje = stejné/různé informace? Výstupy českých médií o nemoci covid-19 v počátcích jejího šíření v ČR*. Praha, 2021. 62 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Mgr. Ludmila Trunečková, Ph.D.

Rozsah práce: 112 720 znaků včetně mezer

## **Abstrakt**

Diplomová práce se zabývá způsobem, jakým tři nejčtenější tištěná a tři nejčtenější online média referovala o koronaviru v počátcích jeho šíření v Česku. Konkrétně sleduje, zda a do jaké míry se mediální výstupy z těchto médií o čtyřech vybraných událostech shodovaly s výstupy o těchto událostech vydaných Českou tiskovou kanceláří (ČTK) a současně, zda tato média dodržovala zásady objektivit. V teoretické části autorka rozebírá mediální rutiny, novinářskou etiku a také koncepty jako morální panika či sebenaplňující se proroctví, se kterými dále pracuje také v praktické části. Autorka pro účely výzkumu zvolila obsahovou analýzu a definovala si čtyři výzkumné otázky, na které prostřednictvím výsledků této analýzy odpovídá. Celkem analyzuje 149 mediálních výstupů a 101 výstupů České tiskové kanceláře. Závěry této práce dokazují, že média využila ČTK jako zdroj jen v 15 % případů. Častěji k ní přitom odkazovala online média. Mediální výstupy k vybraným událostem se z 56 % shodovala s výstupy ČTK pouze v hlavním sdělení. Dále závěry práce ukazují, že zásady objektivit častěji porušovala tištěná média, konkrétně pak v 60 % případů, oproti tomu online média je porušovala pouze v 36 % případů. Nejvíce ze sledovaných médií zásady objektivit porušoval deník Blesk a nejméně online zpravodajský server iDnes.cz.

## **Abstract**

The diploma thesis deals with the way in which the three most read printed and three most read online media reported on coronavirus in the beginning of its spread in the Czech Republic. Specifically, it monitors whether and to what extent the media outputs from these media on the four selected events coincided with the outputs on these events issued by the Czech Press Office (ČTK) and at the same time whether these media adhered to the principles of objectivity. In the theoretical part, the author analyzes media routines, journalistic ethics and other concepts such as moral panic or self-fulfilling prophecy, with which she also works in the practical part of the theses. For the purposes of the research, the author chose a content analysis and defined four research questions, which she answers through the results of this analysis. In total, she analyzes 149 media outputs and 101 outputs of the Czech Press Office. The conclusions of this work prove that the media used ČTK as a source in only 15 % of cases. Online media referred to it more often. 56 % of the media outlets were similar to the ČTK outlets only in the main announcement. Furthermore, the conclusions show that the principles of objectivity were more often violated by the print

media, specifically in 60 % of cases. Contrary, online media violated them in only 36 % of cases. The daily Blesk violated the principles of objectivity the most of the monitored media and the online news server iDnes.cz violated them the least.

### **Klíčová slova**

objektivita ve zpravodajství, Česká tisková kancelář, denní periodika, Blesk, Mladá fronta DNES, Právo, online zpravodajství, obsahová analýza

### **Keywords**

objectivity in news, Czech Press Office, daily periodicals, Blesk, Mladá fronta DNES, Právo, online news, content analysis

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala paní doktorce Trunečkové za její ochotu a trpělivost při vedení a také mým přátelům a rodině za podporu k dokončení mé diplomové práce.

## Obsah

|   |           |
|---|-----------|
| Úvod .....  | 3         |
| <b>TEORETICKÁ ČÁST</b> .....                                | <b>5</b>  |
| <b>1 Mediální logika</b> .....                              | <b>5</b>  |
| 1.1 Novinářské rutiny .....                                 | 5         |
| 1.2 Mediální logika s novinářskými rutinami .....           | 6         |
| 1.3 Změny v mediální logice .....                           | 6         |
| 1.4 Proces výběru zdrojů a zpracování události .....        | 8         |
| <b>2 Novinářská etika</b> .....                             | <b>9</b>  |
| 2.1 Odpovědnost médií .....                                 | 10        |
| 2.2 Objektivní žurnalistika .....                           | 11        |
| 2.3 Pravidla objektivity .....                              | 13        |
| <b>3 Zásady referování o specifických situacích</b> .....   | <b>13</b> |
| 3.1 Morální (mediální) panika .....                         | 14        |
| 3.2 Nákazový efekt a sebenaplňující se proroctví .....      | 15        |
| <b>4 Novinářské zdroje</b> .....                            | <b>16</b> |
| 4.1 Sociální sítě .....                                     | 17        |
| 4.2 Internetové vyhledávače .....                           | 19        |
| 4.3 Informační zdroje z veřejných institucí .....           | 20        |
| 4.4 Přejímání zpráv z (jiných) agentur .....                | 21        |
| <b>5 Česká tisková kancelář</b> .....                       | <b>21</b> |
| 5.1 Kontrolní mechanismy ČTK .....                          | 23        |
| 5.2 Vnitřní struktura ČTK .....                             | 23        |
| 5.3 Odběratelé agenturní produkce .....                     | 24        |
| 5.4 Mediální produkce a distribuce ČTK .....                | 24        |
| 5.5 Identifikační prvky zpravodajství ČTK .....             | 25        |
| 5.6 Typy agenturních zpráv .....                            | 27        |
| <b>PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....                                 | <b>30</b> |
| <b>1 Metodika výzkumu</b> .....                             | <b>30</b> |
| 1.1 Zkoumání objektivity pomocí obsahové analýzy .....      | 31        |
| 1.2 Výzkumný proces .....                                   | 33        |
| 1.3 Výzkumné otázky .....                                   | 34        |
| 1.4 Zkoumaný vzorek (události) .....                        | 34        |
| 1.5 Zkoumané období .....                                   | 36        |
| 1.6 Jednotka výzkumu .....                                  | 36        |
| 1.7 Proměnné výzkumu .....                                  | 36        |
| <b>2 Dílčí závěry</b> .....                                 | <b>38</b> |
| 2.1 Odkazování médií k ČTK jako zdroji .....                | 43        |
| 2.2 Míra shody mediálních výstupů s výstupy ČTK .....       | 44        |
| 2.3 Dodržování zásad objektivity .....                      | 46        |
| 2.4 Rozdíl ve výstupech mezi online a tištěnými médii ..... | 49        |
| 2.5 Konkrétní události .....                                | 52        |
| <b>Závěr</b> .....  | <b>57</b> |
| <b>Summary</b> .....  | <b>59</b> |
| <b>Použitá literatura</b> .....                             | <b>62</b> |
| <b>Seznam příloh</b> .....                                  | <b>67</b> |





# Úvod

Zpravodajská média mají zásadní vliv na společnost. Pro mnohé jejich konzumenty jsou informace prezentované v nich jediným pojitkem s vnějším světem a zejména pak s událostmi, které jsou pro ně geograficky nejvzdálenější. Zjednodušeně řečeno, média svými výstupy formují pohled na svět svých příjemců, s čímž se pojí velká zodpovědnost, a to především v situacích, kdy referují o tak citlivých událostech, jakými jsou nemoci, očkovaní či různé druhy teroristických útoků.

Do snahy médií, respektive novinářů, kteří do médií přispívají, o objektivní předávání informací však zasahují zájmy, které jdou proti této snaze. Převážně jde o zájmy ekonomické – snahu zaujmout své konzumenty překvapivým či naopak odstrašujícím titulkem k přečtení, k zakoupení periodika nebo odběru placeného online zpravodajství.

Média sehrála důležitou roli při referování o pandemii koronaviru, především v jejích počátcích. Byli jsme svědky fenoménu, jako je morální panika či sebenaplňující se proroctví, a to dokonce v několika případech. Snad nejvíce se to projevilo v hromadném skupování trvanlivých potravin či ochranných pomůcek.

S ohledem na tyto skutečnosti, kterých jsem i já byla svědkem vůbec poprvé za svůj život, jsem se rozhodla empiricky prozkoumat, zda média při referování o těchto událostech skutečně dodržovala zásady objektivity. Pro tyto účely jsem si vytyčila čtyři z mého pohledu nejdůležitější události, které sehrály klíčovou roli při vypuknutí první vlny koronavirové krize: první nakažený Evropě, první nakažení v Česku, první větší plošná vládní omezení a první vyhlášení nouzového stavu. Následně jsem zkoumala mediální výstupy tří nejčtenějších tištěných (Blesk, Mladá fronta DNES, Právo) a tří nejčtenějších online médií (Novinky.cz, Seznamzpravy.cz a iDnes.cz).

Protože by Česká tisková kancelář (ČTK) měla už ze své podstaty, kterou má zakořeněnou v zákoně, médiím předávat objektivní, nezájaté informace, opírám svůj výzkum o objektivitě médií při referování o zmíněných událostech právě o agenturu.

Konkrétně si ve své diplomové práci kladu za cíl prozkoumat, zda a do jaké míry média při informování o výše zmíněných událostech vycházela z informací, které o daných událostech publikovala ČTK a zároveň, zda při referování o těchto událostech dodržovala zásady objektivity. Pro účely svého průzkumu jsem zvolila obsahovou analýzu. Protože se jednalo

o první obdobný výzkum na akademické půdě, definovala jsem si čtyři výzkumné otázky, na které v závěru této diplomové práce odpovídám.

# TEORETICKÁ ČÁST

## 1 Mediální logika

Koncept mediální logiky poprvé představili David L. Altheide a Robert P. Snow, a to v roce 1979. I když se tato teorie od svého vzniku dočkala spousty aktualizací i kritiky od jiných autorů, také dnes přináší celistvý pohled na zkoumání způsobu práce v médiích.

Původní podoba koncepce mediální logiky médiím přisuzuje tak velkou vnější moc, že jsou podle ní schopna příjemce (a v širším pojetí také celou společnost) přesvědčit k tomu, aby si základy mediální logiky osvojili a také se jim přizpůsobili. Mediální logika tak z tohoto pohledu do velké míry ovládá nejen producenty zpráv, ale i příjemce. Mezi přirozené lidské potřeby totiž patří i potřeba komunikace a získávání informací, které média dokážou naplnit. Právě z toho důvodu se konzumenti zpravodajského na mediální logiku adaptují (Jirků 2020: 29).

„Na oplátku” ale od producentů zpráv očekávají jistý servis, například, že informace, které jim předávají, budou přesné a aktuální. Mediální podavatelé se zase snaží, aby informace, které příjemcům předávají, naplnila jejich očekávání a podřizují tomu organizaci práce ve své společnosti. V nejširším možném smyslu se proto dá mediální logika popsat jako vyjádření způsobu fungování médií, jejichž cílem je uspokojit poptávku příjemců, kteří si žádají přesné a aktuální informace. To vede k podřízení se mediální logice nejen ze strany mediálních společností a příjemců, ale zároveň i institucí, které chtějí skrze média s příjemci komunikovat. Příkladem mohou být PR agentury, které se skrze média snaží protlačit reklamní či jiná propagační sdělení o svém klientovi (Jirků 2020: 30).

### 1.1 Novinářské rutiny

Lidé si své aktivity často zjednodušují, například pomocí rutin. Jak tvrdí Shoemaker a Reese (1996), hovoříme-li o rutinách v té nejširší rovině, pak jde o určité osvojené vzorce chování a jednání, které lidé často využívají při běžných činnostech všedního dne. Rutiny představují jakýsi soubor chování, který lidem usnadňuje zejména opakovaně prováděné činnosti a zároveň přispívají k zefektivnění jejich práce.

Rutiny, které se týkají různých oblastí komunikace, můžeme označit za rutiny komunikační. Ty, které se dotýkají prostředí médií, lze specifikovat jako rutiny mediální komunikace,

respektive rutiny mediální. Dají se podrobněji definovat jako vzorce jednání a chování, jež mediální pracovníci využívají při práci. Tyto vzorce jednání a chování zároveň využívají opakovaně.

Mediální rutiny zároveň souvisejí s očekáváním příjemců, pro které jsou mediální výstupy určeny, a zároveň díky nim novináři a další mediální pracovníci mohou lépe uspořádat práci v rámci své společnosti. Tím, že tyto rutiny dopomáhají k zefektivnění pracovních procesů v mediální společnosti, také dopomáhají k její vyšší ekonomické efektivitě.

Po nástupu a masivním rozvoji nových médií už ovšem tradiční mediální rutiny pomalu ustupují, a to zejména v souvislosti se změnou vztahů mezi poskytovateli (na straně médií) a příjemci (publikem), které zapříčinily změnu v mediální komunikaci. Také se mezi sebou ve velké míře liší rutiny, které se vztahují k online zpravodajství a rutiny, které jsou naopak využívány tradičními médii (Jirků 2020: 30-31).

## **1.2 Mediální logika s novinářskými rutinami**

„Profesionální poskytovatelé mediálních sdělení využívají při své produkci ustálené postupy a mediální logika zahrnuje způsoby práce používané při utváření a předkládání těchto sdělení příjemcům” (Jirků 2020: 31). V tomto slova smyslu mediální rutiny slouží nejen k lepší výkonnosti mediální společnosti, ale zároveň jsou díky nim předvídatelnější i pro své konzumenty, a to ve způsobu podání sdělení. Slouží jim k lepšímu pochopení mediální produkce, ale také k užitečnějšímu využití těchto znalostí k vlastnímu užívání médií. Jednotlivé mediální formáty pak představují jakýsi „nástroj k interpretaci sdělení, které jsou jim ze strany médií předkládány” (Jirků 2020: 32). Zároveň recipientům pomáhají orientovat se v mediální produkci.

## **1.3 Změny v mediální logice**

Od původní koncepce mediální logiky vytvořené Altheidem a Snowem prošla mediální produkce přirozeným vývojem, což se projevilo také změnami v mediální logice. Podle Deuzeho lze na tyto změny pohlížet ze tří hlavních perspektiv, konkrétně pak z kulturní, institucionálně-organizační a technologické. Příčinou těchto změn je podle něj mediální konvergence. Mediální logika se podle něj zároveň pozvolna mění v multimediální logiku.

Tato změna odstartovala v 90. letech 20. století, kdy společnosti zabývající se mediální produkcí přivedli k životu nový typ spolupráce, který dříve nefungoval, a současně ani nebylo možné si ho představit. Řeč je o spolupráci mezi médii, které si vzájemně konkurují, mezi odděleními či zpravodajskými místnostmi v těchto organizacích a také mezi zaměstnanci, kteří dříve působili jako samostatné jednotky.

Lze říci, že multimediální logika je jakýmsi aktualizovaným původním konceptem mediální logiky, který zohledňuje nové postupy, jež aplikují tvůrci mediálních sdělení s ohledem na zvyšující se míru spolupráce mezi médii, odděleními či zpravodajskými místnostmi v rámci organizace, ale i jejich zaměstnanci. Postupem času se z těchto postupů mohou pozvolna stávat i zcela nové rutiny. Je ale důležité si uvědomit, že tyto postupy nejsou stejné pro všechny organizace a zároveň také nejsou ustálené a mění spolu s vývojem, kterým prochází média. Tato nová multimediální logika se přirozeně dotýká i příjemců.

Vezmeme-li institučně-organizační rovinu mediální logiky, je patrné, že se do pozadí stahuje především vzájemné soupeření. Narůstá spolupráce mezi do té doby autonomními zaměstnanci, ale i mezi jednotlivými zpravodajskými redakcemi. Tomuto trendu podle výzkumu Igora Vobiče, ke kterému Jirků v knize *Žurnalistická profese 2.0* odkazuje, odpovídají centralizované zpravodajské místnosti, jež svou organizací připomínají open space. Takové rozvržení pracovních míst podle něj podporuje lepší rozdělení práce mezi zaměstnanci a je také příznivější ke kontrole výstupů ze strany editorů i pro komunikaci mezi spolupracovníky. Zároveň však v posledních letech roste obliba virtuálních zpravodajských místností. Fyzické zpravodajské místnosti postupně ztrácejí svůj význam. Současně také ubývá dříve významné autorské jedinečnosti, která při vysoké míře spolupráce mezi jednotlivými autory postrádá svůj dřívější smysl. Úroveň a povaha změn v institucionálně-organizační rovině je individuální a závisí na vícero faktorech, jak vnitřních, jako je ochota redakcí ustupovat od zažitých rutin, tak i vnějších, jako je vliv konkurence nebo postoje veřejnosti.

Změny v interakcích mezi podavatelem a příjemcem mediálního obsahu do velké míry přispěly k rozšíření neprofesionálního mediálního obsahu, což ve výsledku vedlo ke společensko-kulturním změnám v mediální logice.

Společensko-kulturní změny v mediální logice má na svědomí změna v interakcích mezi podavatelem a příjemcem mediálního obsahu. Lidé se dnes častěji chtějí zapojovat do mediální produkce, díky čemuž roste počet neprofesionálních mediálních výstupů.

Historické tvrzení, „že příjemci čtou, sledují a poslouchají, co podavatelé mediálních sdělení vytvoří, pozbývá svůj význam“ (Jirků 2020: 34). V dnešní době nelze už ani s jistotou říct, kdo je novinář, protože se do této profese začleňují i další, dříve oddělená povolání a také další lidé, kteří pracují s informacemi.

Technologickou úroveň proměn v mediální logice ovlivnil zejména technologický posun a nová zařízení, která novináři pro svou profesi využívají. Roste například význam zpravodajství zpracovávaného jako počítačově asistovaného, který využívá zdroje z kyberprostoru. Na novináře je zároveň kladen apel, aby tyto technologie a systémy ke své práci využívali, s čímž se každý z nich vyrovnává po svém. V negativním slova smyslu se tak vytváří rozdíly mezi těmi, kteří tyto nové technologie ovládají a těmi, kteří v nich zaostávají. Ti mohou pociťovat určitou frustraci zaprvé z toho, že tato zařízení neovládají a zadruhé také z toho, že je tvůrčí aspekt jejich profese snižován vlivem omezujících „předpřipravených publikačních systémů a šablon“ (Jirků 2020: 34). V případě, že novináři těchto systémů užívají přespříliš, může to vést až k připoutání k počítačové klávesnici a ztrátě kontaktu s vnějším světem. Vlivem přílišného důrazu na rychlost a v podstatě 24hodinovou nekončící uzávěrkou se ve velké míře rozmáhá také nadužívání techniky „kopírovat-vložit“, která úzce souvisí s otázkami etiky. Také novináři si uvědomují, že v těchto podmínkách nemohou garantovat kvalitu své práce. Nemají však dostatek času a prostoru na ověřování svých zdrojů, takže mohou být nepřímo nuceni vydávat své domněnky či odhady za fakta (Jirků 2020: 32-35).

A právě v tomto ohledu jim může být nápomocná zpravodajská agentura.

#### **1.4 Proces výběru zdrojů a zpracování události**

Veškerá zpravodajská média potřebují nepřetržitý přísun zpráv. Často využívají svých vlastních zdrojů, dopomáhají jim k tomu ale i zpravodajské agentury a PR články. Také pravidelně čerpají informace z primárních zdrojů, jako jsou parlament, policie, soudy a další podobné instituce. Proces selekce je důležitým prvkem zpravodajských rutin, o kterých jsem psala v předchozí kapitole. Od novinářů se vyžaduje, aby byl výběr zpráv proveden rychle a na základě určitých ustálených kroků. Právě v tom jim pomáhají zpravodajské agentury. Nabízí totiž velké množství obsahu a dávají médiím možnost si nejzajímavější informace „přisvojit“, interpretovat a (s odkazem na ně) vydat. Ovšem novináři by měli mít na paměti, že také agenturní zprávy procházejí předvýběrem, který je ovlivněný celou řadou faktorů,

počínaje výběrem redaktora, který se rozhoduje na základě svých vlastních zkušeností a vlastního úsudku (McQuail 2016: 146).

Vrátíme-li se však k procesu výběru zpráv v samotných médiích, je třeba zdůraznit, že je do velké míry ovlivněn nejen zkušenostmi a úsudkem redaktora, ale také vnitřní organizační strukturou média a s tím souvisejícími vnitřními tlaky. Můžeme rozlišovat tři hlavní druhy vlivu. Zaprvé se novináři během procesu, kdy vybírají zprávy, snaží odhadnout „relativní důležitost, kterou si s různými zpravodajskými příběhy spojují publika” (McQuail 2016: 147). Zadruhé se rozhodují o podobě zpravodajského příběhu a také o referenčním rámci, do kterého události či zprávy zasadí, což dělají proto, aby jim příjemci při konzumaci této zprávy rozuměli. Zatřetí média volí nástroje, kterými podnítí své publikum – zaujmou ho k přečtení konkrétního výstupu.

Aby média příjemcům zdůraznila důležitost zprávy, využívají k tomu „konvenční pravidla“. Činí tak například prostřednictvím určení pořadí mediálních výstupů, délky konkrétního příspěvku nebo četností vydaných příspěvků na určité téma. Většinou jsou rozhodnutí o těchto záležitostech ovlivněna názory, hodnotami a přesvědčeními, která v mediální společnosti panují. Také samotná forma článku přisuzuje specifické role aktérům, o nichž zpravodajská média hovoří. Někteří z nich jsou prezentováni jako oběti, jiní jako zločinci či jsou posazeni do dalších typizovaných rolí.

Rutiny související s výběrem zpráv zasahují i do způsobu podání zpravodajského příběhu, například, zda jde o pozitivní nebo negativní zprávu. I ten bývá v médiích ovlivněn konvenčními postoji a hodnotami, jako je spravedlnost, vlastenectví, etnicita či národní zájem (McQuail 2016: 147).

## **2 Novinářská etika**

S ohledem na moc, kterou média „ve svých rukou mají“, by novinářskou etiku měla mít vždy na paměti a s ohledem na ni také vybíravým způsobem informovat o určitých událostech. Úroveň svého vlivu si měl uvědomovat také každý novinář, a i přestože je omezený “shora” (vlastníkem médií, editorem apod.), by měl i on ke své práci přistupovat zodpovědně.

„Krom zákonem vymezených práv a povinností mají média etickou odpovědnost vůči občanům a společnosti, což je nezbytné zdůrazňovat v současné době, kdy informace a komunikace hrají podstatnou roli při utváření osobních názorů občanů i při vývoji



společnosti včetně kvality demokratického života,” cituje Václav Moravec ve své knize *Novinářská etika* (2020: 126) z Rezoluce 1002 Rady Evropy o etice žurnalistiky. Právě tento dokument se stal jedním z nejdůležitějších prvků společenské představy o funkcích a chování zpravodajských médií a z mého pohledu výstižně uvádí tuto kapitolu o novinářské etice.

## 2.1 Odpovědnost médií

Louis W. Hodges, americký filozof a mediální etik odpovědnost zpravodajských médií a také novinářství do tří hlavních forem:

1. Odpovědnost přidělenou zvnějšku, kterou lze najít ve vysílacích a v tiskových zákonech nebo v trestním či občanském zákoníku. Na dodržování této odpovědnosti většinou dohlížejí externí regulační orgány, jakým je v českém prostředí například Rada pro televizní a rozhlasové vysílání. Jejich úkolem je především kontrola vydaných obsahů, které by neměly zasahovat do lidských práv.
2. Odpovědnost společenského konsenzu, kterou by měly detailně probrat, či odsouhlasit všechny dotčené strany. Zpravidla jde o záruku kvality služeb, které směřují od médií ke klientům či publiku výměnou za jejich platby.
3. Odpovědnost dobrovolnou, která bývá občas označována za vnitřní. Do této formy odpovědnosti se řadí například různé formy samoregulace, jako jsou „profesní etické kodexy, tiskové rady, tiskoví a redakční ombudsmeni (či veřejní editoři), celoživotní profesní vzdělávání“ (Moravec 2020: 128).

McQuail hovoří o veřejné odpovědnosti žurnalistiky, která novinářům ukládá, aby se vyhnuli vyzývání k nenávisti či k násilí, ale také poškozování dobré pověsti. Tato odpovědnost se bude lišit případ od případu. Zcela jinak bude k výkonu své profese přistupovat novinář, který dobrovolně dodržuje zásady přijatých etických kodexů, než ten, který je vůbec nepřijal.

20. století, především v anglosaském prostředí, dominovala etapa zvaná etika sociálně odpovědného tisku a médií. Reagovala na komodifikaci a bulvarizaci zpravodajského obsahu v tehdejších médiích. Tato teorie vnímá média “jako jednoho z hlavních aktérů sociální komunikace” (Moravec 2020: 130). Jejich úkolem by proto mělo být především „poskytování komplexních, pravdivých a informačně hodnotných zpráv o zásadních událostech” (Moravec 2020: 130). V návaznosti na koncept sociálně odpovědného tisku začaly vznikat různé podoby samoregulace žurnalistiky, jako jsou etické kodexy nebo

tiskové rady či redakční ombudsmeni. Jakmile dobrovolná odpovědnost či odpovědnost společenského konsenzu přestává fungovat, je podle zastánců této myšlenky nutné začít tlačit na externí regulaci.

## 2.2 Objektivistická žurnalistika

Jeden ze zásadních principů, jenž se pojí k novinářské etice, je objektivistická žurnalistika. Nárok na objektivitu se v českých zpravodajských médiích ukotvil v rámci "externí regulace" počátkem 90. let, když ji zákonodárci specifikovali v říjnu roku 1991 v Zákoně o provozování rozhlasového a televizního vysílání, a daly tak médiím povinnost „poskytovat objektivní a vyvážené informace nezbytné pro svobodné vytváření názorů“ (Zákon č. 231/2001 Sb.). Podobně i zákony, které ustanovují veřejnoprávní média (Českou televizi a Český rozhlas) a vešly v platnost k 1. 1. 1992, jim ukládají, že jejich „posláním je poskytovat objektivní, ověřené, všestranné a vyvážené informace pro svobodné utváření názorů“ (Moravec 2020: 130). Požadavek na objektivitu je rovněž uveden v Zákoně č. 517/1992 o České tiskové kanceláři, kdy je v § 2 uvedeno, že „Posláním tiskové kanceláře je poskytovat objektivní a všestranné informace pro svobodné vytváření názorů.“

Pojem objektivita vychází z tradice analytické filozofie a její kořeny sahají do pozitivismu v 19. století. V 80. letech minulého století přinesl jednu z definic Jörgen Westerståhl, švédský politolog, ve své stati Objective News Reporting. Objektivitu ve zpravodajství vnímá neoddělitelně od dodržování specifických norem a principů. Jako dva základní předpoklady objektivity přitom uvádí nestrannost a faktičnost.

Faktičnost se podle něj vztahuje k určité podobě informování o událostech, která se dá porovnat se zdroji a zároveň se vydává bez komentářů, případně je od nich výrazným způsobem oddělena. Faktičnost v sobě podle Westerståhla zahrnuje také další aspekty jako je pravdivost a relevance. Pod pravdivost přitom spadají kritéria jako je přesnost a úplnost zprávy, pokus o to, nebýt zavádějící a také netajit žádná důležitá fakta. Při uplatňování aspektu relevance, jako pravidla by při publikování zpráv, by měl novinář dbát na to, aby dodržoval jasné a jednotné zásady pro výběr informací. Ty by měly být relevantní pro cílové publikum, ale i pro společnost jako celek. Obecně platným pravidlem přitom je, že informace, která zasáhne nejširší publikum v aktuálním čase, by měla mít přednost a měla by být vnímána jako nejrelevantnější. Avšak mezi tím, co považují za relevantní odborníci

nebo novináři a tím, co považuje za významné širší společnost, mohou být zcela určitě velké rozdíly.

Dalším velkým prvkem objektivitu je kromě faktičnosti také nestrannost. Ta předpokládá, že novinář zaujme při tvorbě výstupů ve zpravodajství neutrální postoj. Nestrannosti lze podle Westerståhla dosáhnout kombinací vyváženosti v obsahu, dále obsáhnout odlišné pohledy či verze události a zároveň dodržet princip neutrality při jejich prezentaci (Moravec 2020: 130-133).

### Objektivita

| Faktičnost |           | Nestrannost |            |
|------------|-----------|-------------|------------|
| Pravda     | Relevance | Vyváženost  | Neutralita |

*Koncept objektivitu zpravodajství podle Westerståhla (Moravec 2020: 133)*

Denis McQuail zase tvrdí, že pokud je splněn předpoklad „vnější rozrůzněnosti“, pak nemusí nutně platit požadavek na nestrannost. Avšak požadavek faktičnosti zůstává. Nestrannost podle něj musí být splněna z toho důvodu, že existují i jiná média, která dokážou předat informace „zabarvené“ svým vnímáním chodu událostí. Zároveň McQuail upozorňuje, že od stranických novin čtenář očekává, že obdrží informace, které nebudou ve všech smyslech „objektivní“, přesto je bude považovat za spolehlivé (McQuail 1999: 174).

Další definici objektivitu přináší Andrén a Hémanus (1979), kteří tvrdí, že zpravodajské výstupy je možné vnímat jako objektivní do té míry, do jaké naplňuje tato kritéria: „a) obsahuje základní fakta, b) obsahuje pravdivá tvrzení, c) není zavádějící a d) je detailní a pečlivá“ (Moravec 2020: 133). Smyslem tohoto modelu objektivitu je, že novináři a zpravodajská média by měla konzumentům zpráv zprostředkovat co nejrealističtější podobu světa.

Michal Schudson (2001) rovněž apeluje na to, že by v žurnalistice měla být oddělována fakta od osobních pocitů a zároveň by média měla informovat výhradně o těchto faktech. Podle něj by novináři měli předávat informace bez svých osobních komentářů a zkreslení nebo

jakékoli jiné úpravy jádra sdělení. Zároveň by mělo být objektivní zpravodajství tvořeno bez jakýchkoliv emocí a prostor by měly vždy dostat všechny strany (Moravec 2020: 133).

Podle Briana McNaira jsou pod výrazem objektivita sloučený dva pojmy: pravdivost a přesnost. Zároveň je podle něj objektivita pojem, který se užívá pro „legitimizaci žurnalistických textů při současném vědomí mnohorozměrné a těžko postižitelné podstaty pravdy” (McNair 2004: 12). Žurnalistika by se přitom měla snažit co nejvíce přiblížit pravdě, tak, aby si získala a udržela důvěru publika ve svoji poctivost. Dodržování objektivity by podle McNaira mělo být samozřejmé i v případě, že nejsou plně známy veškeré detaily dění kolem určité události.

### **2.3 Pravidla objektivity**

Objektivita má tři hlavní charakteristiky:

„oddělení faktů od názorů,

vyvážený záznam a popis diskuse,

potvrzení žurnalistických výroků odvoláním se na příslušné autority.“ (McNair 2004: 68)

Nejzákladnějším úkolem médií je odhalovat pravdu a přinášet odlišné názory, důkazy o různých jevech a ve svém důsledku tak pomáhat k řešení společenských a politických problémů. Každá zpráva by měla být ideálně odosobněna (jak od vlastních názorů, tak i ideologií) a současně také vyvážená. Kritérium vyváženosti lze považovat za splněné za předpokladu, že je ve zprávě prostor pro vyjádření legitimních mluvčích protikladných stran. Oběma by přitom měl být věnován stejný prostor.

Zpráva by zároveň měla být založena na skutečnostech, které na novináři žádným způsobem nezávisí. V ideálním případě by tak měla být “vyhledána, ohlášena a interpretována” (McNair 2004: 71).

## **3 Zásady referování o specifických situacích**

Média by v návaznosti na zásady objektivity stejným dílem měla dbát také na způsob, jakým informují o tak závažných událostech, jakými jsou teroristické útoky a také nemoci (která je hlavním tématem této práce) a s ní souvisejících vakcínách a jejich účincích.

Při referování o takových skutečnostech by si měli být novináři, respektive média, obzvláště vědoma zásad kvalitní žurnalistiky a také dosahu, která jejich slova mají. Při nedodržování zásad způsobu informování totiž může dojít až k takovým jevům, jako jsou morální panika nebo nákazový efekt či sebenaplňující se proroctví.

### **3.1 Morální (mediální) panika**

Hojně se šířící negativní zprávy mohou dospět až do stavu, který se nazývá morální panika. Tento pojem poprvé použili Stanley Cohen a Jock Young z Velké Británie v 70. letech a označili tak „zpravodajsky vyvolaný stav veřejného znepokojení nad některými jevy, jejichž četnost výskytu, ale i závažnost neodpovídají skutečnosti” (Moravec 2020: 284).

Na rizika tohoto jevu upozorňuje sociolog Brian McNair, který tvrdí, že morální panika se mnohdy přemění až do skutečných kroků, které míří proti pachatelům zodpovědným za „údajný problém”, tedy proti jakémusi „veřejnému ohrožení“. Součástí těchto kroků může být i vznik vnějších opatření a nařízení, které se následně stanou předmětem zpravodajských článků, čímž se morální panika dále prohlubuje.

Jako příklad z minulosti lze uvést očkování MMR vakcínou (jde o vakcínu proti spalničkám, zarděnkám a příušnicím). Na konci 90. let se začala zpravodajskými médii šířit zpráva o možné souvislosti mezi touto vakcínou a vznikem autismu. To se stalo po zveřejnění článku Andrewa Wakefielda, kdy v časopise Lancet prezentoval studii dvanácti dětí, u kterých po očkování vakcínou MMR došlo ke ztrátě dovedností, jež před jejím aplikováním ovládaly (jako například komunikace), a také k bolestím břicha. U devíti z těchto dětí diagnostikovali autismus. Přestože po několika letech odhalili finanční střet zájmu autora a také padělání výsledků studie, začaly mezi lidmi panovat obavy z tohoto očkování, což ve svém důsledku vedlo k nižší proočkovánosti (Moravec 2020: 284-285).

Synonymum k morální panice představil v 90. letech 20. století britský lingvista Roger Fowler, který přišel s termínem mediální panika či mediální hysterie. Popisuje ji na základě následujících společných rysů.

Zprvu je pro ni typická rétorika kvantifikace, která se opírá o různé statistiky, jež mají dokázat závažnost dané problematiky a podpořit líčení nejrůznějších rizik. Zadruhé mají tyto zpravodajské výstupy silný emocionální náboj, který je zpravidla podpořen zvolenými výrazovými prostředky s negativním významem, jako je strach, úzkost, ohrožení a další. Dále je pro ni typické používání odborných termínů z lékařství, které jsou zpravidla pro

příjemce do jisté míry neznámé a zároveň odstrašující. Média je používají v kombinaci se čtvrtým známým faktorem, kterým jsou metafory z armádního prostředí. Ty se pak objevují v podobě, kdy “lékaři prohrávají bitvy se zákeřnými nemocemi či vedou války s pandemiemi” (Moravec 2020: 285). Roger Flower tyto faktory podrobněji vysvětluje ve své publikaci *Language in the news: discourse and ideology in the press*, kde fenomén mediální paniky prezentuje na případové studii výskytu bakterie rodu *Salmonella* ve Velké Británii. Novináři tehdy informovali o možných rizicích konzumace vajec a tyto zprávy měly následně dopad na tamní hospodářský průmysl (Moravec 2020: 285).

Jak píše Moravec, “z řady výzkumů (např. Moynihan a kol., 2000, Smith, Wilson, Henry, 2005) vyplývá, že statisticky významný podíl mediálních obsahů o medicíně, zdraví a zdravotnictví, v řádech desítek procent, trpí nízkou kvalitou” (Moravec 2020: 289-290). Nejčastěji se média dopouštějí dvou chyb. Zaprvé, publikují informace, pro které nemají dostatek důkazů, jež by získala z vědeckých studií, a zadruhé, předávají zkreslené či chybně formulované informace. V případě, že ve zpravodajských výstupech dochází k podobným zkreslením při referování o citlivých informacích, týkajících se zdravotnictví, může to u příjemců vyvolat neopodstatněné obavy, či v případě nových objevů falešné naděje (Ransohoff 2001).

Australská tisková rada proto doporučuje, aby novinář k těmto druhům zpracování informací, které se týkají medicíny a zdravotnictví, přistupoval zodpovědně, pečlivě a konzervativně.

Měl by se snažit předcházet rétorice morální paniky a dbát na důsledné vysvětlení kontextu celé situace. Vždy by se měl snažit o nebulvární podání, také o vytvoření obsahu bez snahy o senzačnost a reálné zhodnocení možných pro a proti. K vhodnému způsobu referování může pomoci i pravidelné vzdělávání v této oblasti (Moravec 2020: 291).

### **3.2 Nákazový efekt a sebenaplňující se proroctví**

Zprávy o závažných událostech mohou spustit také další jevy. Přestože šíření zpráv mezi příjemci je podle McQuaila (1999) účinkem kognitivního charakteru, tyto zprávy mohou vyvolat také okamžité behaviorální účinky. Například spustit neočekávané jednání ať už jednotlivců nebo i celých skupin. Mezi projevy takových účinků se řadí odlišné formy nepokojů, sociálních bouří ale i specifická vlna paniky, která se projeví skupováním určitého typu suroviny. Prezentace některých informací může vést až k nákazovému účinku, který

povede “k rychlému šíření davového jednání” (Trampota 2006: 110). Může se jednat o paniku, kterou vyvolají alarmující, neúplné nebo zkreslené informace.

Například zprávy o plánovaném zvyšování cen pohonných hmot mohou vést k davovému efektu a snaze se jimi předzásobit, dále k dopravním problémům v okolí čerpacích stanic, výkyvu poptávky i k nedostatku paliva. V případě informací o blížícím se hurikánu se pak může stát, že se lidé budou hromadně předzásobovat určitými potravinami.

Taková situace nastala také v Česku, a to ještě před potvrzením prvních nakažených koronavirem, ke konci února 2020. Lidé po množících se zprávách o šíření koronaviru v sousedních zemích začali ve velkém skupovat ochranné pomůcky a také trvanlivé potraviny, jako jsou rýže, těstoviny, konzervy a podobně (ct24.ceskatelevize 2020). Později se podobná situace, ale v menším měřítku, opakovala také po vyhlášení nouzového stavu v polovině března 2020 (novinky.cz 2020).

Různé druhy krizí a také sociální nepokoje se řadí k často používaným tématům zpráv. Tím, že o nich média informují, mohou v určitých případech posilovat, případně rozšiřovat jejich působnost. Dále v případě, že se lidé dozví něco překvapivého, často se pro podrobnosti obrací právě na média. To může ve výsledku zvyšovat účinek zpráv, zejména ve vypjatých situacích.

Rozhlasové čtení díla *Válka světů* (Loweyová a DeFleur 1996) je tradičním příkladem, jak média mohou potencionálně šířit fámu, které povede k davovému jednání. Toto vysílání se odehrálo 30. října 1938 na americké rozhlasové stanici CBS. Jednalo se pouze o dramatizaci příběhu, ale svým přednesem se podobalo zpravodajské relaci. Řada posluchačů tak získala dojem, že jde o reálnou situaci a domnívala se, že na USA útočí invaze z Marsu. Ze šesti milionů posluchačů zhruba jeden milion z nich propadl strachu až panice, která následně vedla k masovému opouštění východního pobřeží USA (zejména New Jersey) (Trampota 2006: 110-111).

## **4 Novinářské zdroje**

Novinář má dnes poměrně široké možnosti využití různých zdrojů, ze kterých může čerpat informace. Může přitom ze zdrojů, které podrobněji popisují v této kapitole, čerpat buď napřímo nebo „nepřímo“, využitím služeb ČTK.

ČTK, která představuje jeden z hlavních předmětů této práce, je sama o sobě zdrojem pro novináře z masových médií, ale “své” zdroje má jinde. Digitální informace dnes čerpá například ze zahraničních zpravodajských agentur, stránek veřejných institucí, z archivů dat, otevřených databází na internetu, z výsledků průzkumů, z registrů, ale i stránek neziskového sektoru nebo z blogů. Neméně důležitým, avšak ne tak častým zdrojem, jsou také redakční nebo anonymní zdroje (Papadopulos 2018: 15). V případě, že agentura čerpá z “vlastního” zdroje, pak do těla zprávy nejčastěji uvede “podle zjištění agentury ČTK” nebo “podle výpočtu agentury ČTK” a další.

Jednou z nejčastěji citovaných knih, která se tématem zdrojů pro novináře, ale i tiskovou agenturou a jejím fungováním zabývá, je publikace *Novinář a jeho zdroje v digitální éře* od autorů Milana Šmída a Ludmily Trunečkové (2009). Protože je však vydaná v roce 2009, mezi zdroji neuvádí sociální sítě, které dnes představují velmi podstatný zdroj informací. Sociální sítě, jako informační zdroj novinářů, ale stále vyvolávají velké kontroverze, a i nadále je vůči jejich užívání řada novinářů skeptických (Papadopulos 2018: 15).

#### **4.1 Sociální síť**

Změny v novinářských rutinách, které kladou čím dál větší tlak na rychlost zpracování a na slučování jejich funkcí, dávají sociálním sítím ještě větší prostor pro rozmach (Waschková-Císařová 2012: 11). Aby novináři získali vyjádření či stanovisko politika k určitému problému, nemusí se už vydávat pouze klasickou a mnohdy náročnou cestou, kterou je přímé oslovení politika – ať už osobně nebo telefonicky. Stačí, aby si otevřeli sociální síť (především pak Twitter, na kterém je dnes velké množství politiků) a mohou využít vyjádření přímo z jejich profilu.

V Česku novináři se sociálními sítěmi jako zdrojem pracují již několik let. V roce 2012 zrealizovala digitální agentura My.cz spolu s analytickou společností Datank průzkum o využívání tohoto zdroje mezi novináři. Vyplynulo z něj, že až polovina žurnalistů, kteří se zúčastnili průzkumu, využívá sociální sítě ke svým pracovním účelům. Nejčastěji Facebook (46 %), pak YouTube (17 %), následně Twitter (12 %) a LinkedIn (9 %). Sociální sítě nevyužívalo jen 8 procent dotázaných novinářů. Už v tomto roce bylo z výsledků průzkumu patrné, že se zvyšuje počet citací, které pocházejí ze sociálních sítí (mediar.cz 2012).

V roce 2016 se pak na půdě FSV UK uskutečnila debata s odborníky, kteří se v rámci svých profesí věnují sociálním sítím. Z prezentovaného výzkumu skupiny Polcore vyplynula



podobná zjištění, jako z výzkumu agentury My.cz, a sice, že v roce 2016 se v Česku objevil podobný trend, jaký zažívala americká novinařina v roce 2013: boom ve využívání sociálních sítí. V roce 2016 byl na vzestupu Twitter, který byl v té době v USA už na ústupu. Radim Hladík z Institutu komunikačních studií a žurnalistiky (IKSŽ) zde prohlásil, že doslovná citace politiků ze sociálních sítí se tehdy v Česku přibližovala až 90 procentům. Zároveň byli politici nejčastěji citovaní z Twitteru (Krobová 2016).

Neméně zajímavý pohled na využívání sociálních sítí mezi žurnalisty nabízí také případová studia Gustava Hahna, výzkumníka, který mapoval vztah britských novinářů veřejnoprávních médií k Twitteru. Více než polovina z nich Twitter označila za klíčový nástroj pro svou práci. Tři čtvrtiny novinářů pak sdělily, že Twitter je důležitým nástrojem pro ukázkou jejich práce (Hahn 2013: 35)

Využívání Twitteru, ale i dalších sociálních sítí ve formě určité sebeprezentace, je podle Adama Javůrka (2009) jeden ze čtyř způsobů, jakým lze s těmito zdroji nakládat. Mezi další způsoby patří využívání sociálních sítí jako zdroje analytických informací, pro účely šíření profesionálního obsahu či jako prostor, kde lze debatovat se čtenáři.

Javůrek dále také říká, že sociální sítě novinářům přináší obsah, který již prošel tříděním. “Lajkování” totiž funguje jako filtr, který do popředí vynáší ty nejzajímavější zprávy. Toto filtrování má jistě své kladné stránky, stejně tak jako ty záporné (Papadopulos 2018: 17).

Jeden z nejznámějších příkladů síly sociálních sítí z minulých let je příhoda, která se odehrála mezi prezidentem Milošem Zemanem a brněnským radním Svatoplukem Bártíkem z hnutí Žít Brno. Těsně před volbami prezidenta v roce 2018 Bártík na svém facebookovém profilu informoval, že je obeznámen se zdravotním stavem Miloše Zemana a také, že dle jeho informací prezident trpí rakovinou a zbývá mu pouhých několik měsíců života. Značná část médií tuto informaci od Bártíka přejala a odcitovala ho v publikovaných článcích (Papadopulos 2018: 17).

Proti Bártíkovu tvrzení se ohradil Hrad, ale i prezidentův lékař a následně na něj podali trestní oznámení a také žalobu na ochranu osobnosti. Požadovali od něj omluvu a také odškodné ve výši pěti milionů korun.

V návaznosti na volby, začátkem února vyšel na irozhlas.cz článek, ve kterém jeho autor informoval, že Bártík kvůli této záležitosti prošetřuje policie, která ho podezírá z trestného činu pomluvy (iRozhlas.cz 2018).

Několik měsíců poté, v dubnu 2018, advokát Miloše Zemana oslovil Městský soud v Brně s žádostí o přerušení projednávání tohoto případu, s apelem na to, že přednost by se měla dát prošetření trestního oznámení (Papadopulos 2018: 17).

V září minulého roku Městský soud v Brně nařídil Svatopluku Bartíkovi omluvit se Zemanovi a za nepravdivá tvrzení zaplatit 250 tisíc korun (ceskenoviny.cz 2020).

Později se Svatopluk Bártík prezidentovi omluvil a zaplatil mu 50 tisíc korun. Proti zbylé částce se ohradil. Na začátku dubna tohoto roku odvolací Krajský soud v Brně snížil částku, kterou Bartík musí uhradit za náklady na řízení z původní výše kolem 150 tisíc korun na 82 tisíc (ct24.ceskatelevize.cz 2021).

Je tedy více než zřejmé, jaké kontroverze se k využívání sociálních sítí jakožto zdrojů, pojí. Koluje na nich celá řada nepodložených, spekulativních či chybně interpretovaných zpráv, za nimiž často stojí i autority. Případ Svatopluka Bártíka vypuštěním takto spekulativní informace narazil na “etické mantinely žurnalistiky” (Papadopulos 2018: 18).

Z toho důvodu by měl novinář v případě jejich využívání vždy dbát na kontext a důvěryhodnost daného profilu, z nějž čerpá. Zároveň pokud je to jen trochu možné, by měl tyto informace podrobit dalšímu prověření.

## **4.2 Internetové vyhledávače**

Dalším způsobem, jak mohou novináři získávat nové informace, jsou internetové vyhledávače. Avšak, jak upozorňuje Milan Šmíd, je třeba mít na paměti, že tvorba obsahu, stejně jako jejich výběr a třídění jsou ovlivněny celou řadou subjektivních vlivů, které by se v některých případech daly nazvat také manipulací. Zdůrazňuje hlavně řazení příspěvků na stránkách vyhledávače, jež může být do velké míry ovlivněno PR a také reklamními tlaky. Společnosti jako jsou Google, ale i český Seznam.cz navíc Šmíd pojí také s pojmem nastolování agendy. I když totiž nevytvářejí nový obsah, svými funkcemi volí, které informace “vypustí” ven, Tato role doposud příslušela novinářům a médiím. Tímto způsobem tak vyhledávače formují internetový svět. Prostřednictvím vyhledávače se novináři nejčastěji proklikávají na další stránky, u nichž je nutné vzít v potaz, kdo a za jakým účelem informace na web vkládá (Šmíd a Trunečková: 2009: 39).

### 4.3 Informační zdroje z veřejných institucí

Mezi nejspolehlivější internetové zdroje patří (nebo by alespoň patřit měly) databáze, které spravují orgány státní správy. Například novináři ČTK z nich čerpají pravidelně a využívá je i centrální redakce ČTK, a to jak domácí, tak i ekonomické oddělení. Může se stát, že i veřejně dostupné informace, které se nachází v digitálních databázích, budou problematické. Pakliže by tomu tak bylo, pak může jít o porušení zákona státními institucemi, konkrétně může jít o Zákon č. 249/2017 Sb., o registru smluv. Tento druh pochybení lze trestat soudně a zároveň by měla být zákonem vynucená náprava. Tento typ zdrojů lze podle Šmída rozdělit zhruba do tří skupin. Jde o informační zdroj, který je umístován na web “a) veřejnou správou, b) neziskovým sektorem, c) soukromými subjekty” (Šmíd a Trunečková: 2009: 42).

Jde tedy například o oficiální registry, které spravují pojišťovny, ministerstva, vláda, parlament a další státní instituce. I přestože jde o důvěryhodné zdroje, jejich využívání novinářům neubírá jejich povinnost vždy kriticky prověřit každý z těchto oficiálních zdrojů.

Podle Šmída by tento typ zdrojů měl znát každý novinář bez ohledu na své zaměření. Dle Zákona č. 365/2000 Sb., o informačních systémech veřejné správy, musí jednotlivé systémy veřejné správy koordinovat ve “funkční kooperující celek” (Šmíd a Trunečková: 2009: 45).

Mezi nejvýznamnější zdroje státní správy, z hlediska důležitosti informací, patří webové stránky poslanecké sněmovny ([www.psp.cz](http://www.psp.cz)) a vlády ([www.vlada.cz](http://www.vlada.cz)). Důležitý je i systém ARES (Administrativní registr ekonomických subjektů) na stránkách ministerstva financí, který zastřešuje obchodní rejstřík, živnostenský rejstřík a ekonomické subjekty a v němž může novinář libovolně vyhledávat. Pro lokální reportéry jsou důležitými informačními zdroji úřední desky a také dokumenty územní samosprávy obce nebo města (Šmíd a Trunečková: 2009: 43-46).

Změnu v investigativní žurnalistice udělal Zákon č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, který uděluje povinnost “poskytovat informace vztahující se k jejich působnosti” (Zákon č. 106/1999 Sb.) státním orgánům, územním samosprávným celkům a jejich orgánům a veřejným institucím. Díky tomuto zákonu by měly jednotlivé státní instituce na základě žádosti poskytovat informace všem, kdo o ní žádá, tedy nejen novinářům.

Zvláštní kategorií jsou také webové stránky oborových asociací nebo stránek organizací, které fungují pod záštitou některého z ministerstev. Tyto stránky dokážou novináři

poskytnout zajímavé informace z oboru, je ale třeba brát v potaz, že častokrát mohou a také hájí své vlastní zájmy. Příklady takových stránek jsou stránky Hospodářské komory ČR, Svazu průmyslu a dopravy ČR, CzechTrade nebo CzechInvest (Šmid a Trunečková: 2009: 100-101).

Samostatnou skupinou jsou také zdroje mezinárodních organizací. Jsou to webové stránky Evropské unie (europa.eu) a různých jejích orgánů, jako je Evropská rada, Evropský parlament nebo Evropská komise. Některé stránky jsou přeložené do češtiny, jiné je potřeba si překládat z angličtiny (Šmid a Trunečková: 2009: 107). Dalšími důležitými zdroji jsou stránky NATO (nato.int), OSN (osn.cz) ale i WHO (who.int), která zejména v dnešní době poskytuje řadu důležitých informací týkajících se koronaviru, vakcín nebo výzkumů, které se k tomuto tématu vztahují.

K internetovým stránkám se přidávají také státním sektorem hojně využívané sociální sítě, jako jsou Facebook nebo Twitter. Zejména ministerstva komunikaci prostřednictvím těchto sítí často využívají, a to proto, aby novináře, ale i další uživatele sítí, upozornila na novou aktualitu nebo tiskovou zprávu.

#### **4.4 Přejímání zpráv z (jiných) agentur**

Mimo již zmíněné zdroje redaktoři ČTK ale i jiní novináři přebírají informace také ze zahraničních tiskových agentur. ČTK přejímá zprávy z velkých světových agentur, jako jsou například AP, Reuters nebo AFP, ale také od TASS nebo DPA (ctk.cz 2021).

## **5 Česká tisková kancelář**

Česká tisková kancelář (ČTK) je veřejnoprávní instituce, která za poplatek poskytuje “slovní a obrazové zpravodajství ostatním hromadným sdělovacím prostředkům i jiným právnickým a fyzickým osobám” (Zákon 517/1992 Sb.). Její hlavní činností je vyhledávání zpravodajských informací, jejich následné zpracování a poté předání platícím abonentům. I když nejnovější zprávy zařazuje na svůj veřejně dostupný web (www.ceskenoviny.cz), není médiem, které sleduje masové publikum (Trunečková 2020: 37).

Vzhledem k tomu, že médiím nabízí servis, pro její pozici se historicky vžilo označení “noviny novinářů” či “noviny novin”.

V rozšířeném pojetí, dle definice Slovníku žurnalistiky (Halada, Osvaldová, 2017, s 222-223), se pod agenturním servisem skrývá celá řada služeb, které ČTK klientům poskytuje. Kromě nekončícího toku zpráv, které mají různou podobu (text, fotografie, video, audio, infografika) jsou to také „přehledy očekávaných událostí, plány, několikrát denně v pravidelných časech vydávané souhrny nejdůležitějších událostí, fondy archivované produkce, ale i dokumentační databáze“ (Trunečková 2020: 38). Více v kapitole o konkrétních formátech.

Přestože zákon o ČTK nevyklučuje finanční pomoc ze státní pokladny, ze svého vlastního rozhodnutí ji nevyužívá. Už od roku 1996 se ve výročních zprávách ČTK uvádí, že hospodaří bez nároku na státní dotace. ČTK by na základě zákona (Zákon č. 517/1992 Sb.), kterým byla zřízena, měla “poskytovat objektivní a všestranné informace pro svobodné vytváření názorů“, jak již jsem zmiňovala v kapitole, která se věnuje objektivitě.

Působení a klientelu má ČTK především v Česku, takže v rámci typologie tiskových kanceláří se řadí mezi národní tiskové agentury. Kromě vlastní produkce je zahraniční zpravodajský servis pokryt také z informací z mezinárodních a světových agentur, například Reuters (britská zpravodajská agentura), AP (americká zpravodajská agentura), AFP (francouzská zpravodajská agentura), DPA (německá zpravodajská agentura) nebo TASS (ruská zpravodajská agentura) (Papadopulos 2018: 5). V zahraničí má ČTK stálé zpravodaje ve třech zemích: „v Belgii v Bruselu, v Německu v Berlíně a na Slovensku v Bratislavě“ (Trunečková 2020: 43).

Novináři ČTK ale využívají i zahraniční internetová i tištěná média a také sledují vysílání místních i zahraničních zpravodajských stanic, případně jako zdroj využijí také kontaktů doma nebo v cizích zemích (Papadopulos 2018: 5).

„ČTK nadále jako jedna z mála agentur této velikosti nakupuje zpravodajství všech „velkých“ agentur“ (Výroční zpráva o činnosti a hospodaření České tiskové kanceláře v roce 2016: 26). To není pro národní agentury na evropské ani světové úrovni typické, naopak je typické “pro národní agentury kupovat jen textový servis Reuters a foto servis EPA, nebo jiné velké agentury.” (Rada České tiskové kanceláře 2016: 26).

Právě ve výročních zprávách, které ČTK každoročně zveřejňuje (před termínem odevzdání této diplomové práce však zatím výroční zprávu za rok 2020 nepublikovala), lze vyčíst informace o aktuálních trendech ve zpravodajství a také o vývoji mediálního trhu.

## 5.1 Kontrolní mechanismy ČTK

Zákonem z roku 1992 se odstátňila původní Československá tisková kancelář (ČSTK), která byla do té doby úzce spjatá s vládní mocí. ČTK ještě před přijetím tohoto zákona působila jako státní agentura a zároveň vláda měla kompetenci publikovat prostřednictvím ČTK svá prohlášení. Taková vládní prohlášení pak byla považována za oficiální. Nyní podobná zadání agentura nemá a řídí se pouze tím, co stanovuje uvedený zákon. Stále však vydává některá klíčová prohlášení vlády, například návrhy zákonů nebo důchodové zprávy v plném znění. V nabídce svého zpravodajského servisu je zveřejňuje pod záložkou “Dokumenty”. Zdůvodňuje to mimo jiné tím, že její odběratelé mají o podobné formáty zájem, nikoli vlastní povinností (Papadopulos 2018: 6).

Odstátnění ČTK na její fungování zapůsobilo několika hlavními způsoby. Laická veřejnost toto odstátnění zaznamenala ani ne v obsahu zpravodajství, ale spíše „právní formou a jejími vnějšími projevy“ (Papadopulos 2018: 6). Ještě před rokem 1992, v době, kdy byla ČTK státní agenturou, v jejím čele působil ředitel, který byl odpovědný vládě, jež ho zároveň jmenovala a měla rovněž možnost ho odvolat.

Vláda tak nad agenturou měla moc a do jejího čela mohla dosazovat své vlastní lidi. Například Šmid a Trunečková zmiňují, že v září roku 1992, tři měsíce od nástupu Václava Klause (ODS) na post premiéra české vlády, se ředitelem ČSTK stal Tomáš Kopřiva (ODS) a nahradil tak Petra Uhla (OF/OH). Do čela ČSTK ho nejmenoval přímo Klaus, šlo však o jeho stranického podřízeného: Jána Stránského (ODS), tehdejšího předsedu československé federální vlády. Kopřiva „se tak stal posledním vládou jmenovaným ředitelem, protože podle současné právní normy náleží pravomoc jmenovat a odvolat ředitele agentury Radě ČTK, orgánu, jehož sedm členů volí Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR a jehož prostřednictvím se uplatňuje právo veřejnosti na kontrolu ČTK.“ (Šmid a Trunečková 2009: 137).

## 5.2 Vnitřní struktura ČTK

ČTK v současné době na svém webu uvádí 181 redakčních pracovníků (tedy redaktorů, zpravodajů, kameramanů, fotoreportérů) z celkových 254 zaměstnanců. Celkem má 14 domácích poboček (ctk.cz 2021). Pražská pobočka je zároveň sídlem Rady ČTK (Rada České tiskové kanceláře 2020).

Česká tisková kancelář se skládá z několika složek, má centrální redakci, kde propojuje domácí a ekonomickou redakci, dále regionální redakci, zahraniční redakci, sportovní

redakci, exportní redakci, dokumentační redakci, video a audio redakci nebo redakci fotozpravodajství (Rada České tiskové kanceláře 2020). Zároveň nabízí zpravodajský servis v angličtině a také provozuje server ceskenoviny.cz, kde nabízí zpravodajství z řady zmíněných redakcí v záložkách rubrik (ceskenoviny.cz 2021).

### **5.3 Odběratelé agenturní produkce**

Zákon o ČTK definuje odběratele agenturního servisu jako hromadné sdělovací prostředky, právnické nebo fyzické osoby. Z této definice vyplývá, že odběrateli jsou i nemediální organizace. Jejimi hlavními odběrateli služeb jsou „vydavatelé periodického tisku, provozovatelé rozhlasového a televizního vysílání, redakce periodického tisku, zejména denního, ale i týdenního, zpravodajské úseky rozhlasových a televizních stanic či internetových serverů” (Trunečková 2020: 37). Mimo média jsou to ale také instituce, jež jsou finančně podporované z veřejného rozpočtu a řadí se sem mimo jiné ministerstva, státní úřady, politické instituce, samosprávné územní celky, knihovny, města, školy, nadace, neziskové organizace, ale například i zahraniční velvyslanectví. Z firem se mezi odběrateli nejčastěji objevují banky, pojišťovny, dále reklamní a PR agentury či oddělení, poradenské firmy, výrobní společnosti či firmy zaměřené na služby (Papadopulos 2018: 7-8).

### **5.4 Mediální produkce a distribuce ČTK**

Zprávy a další mediální obsah, který ČTK produkuje, má různé distribuční cesty. Ve větších redakcích obvykle pracují s vlastním redakčním systémem (například v případě České televize jde o Octopus), které mají vlastní rozhraní pro psaní a také odbavování redakčních příspěvků. Právě do těchto systémů se distribuuje i textový servis ČTK, a to skrze satelitní přenos. Dále se využívá také přenos prostřednictvím specializovaného software Lotus Notes. Častěji se ale používají jiné distribuční cesty, nejčastěji ty, které jsou dostupné skrze internetový prohlížeč (Papadopulos 2018: 8).

V Infobance ČTK, Fotobance ČTK a také Videobance ČTK se shromažďují téměř veškeré redakční výstupy. Mají jednoduché internetové rozhraní, které je dostupné z kteréhokoli prohlížeče. Je v nich zabudované fulltextové vyhledávání a v případě Infobanky je možné vyhledávat i v několika databázích současně (Papadopulos 2018: 8).

Fotobanka ČTK má více než pět milionů fotografií, které byly pořizované od 20. let minulého století až do dnešních dní. Zároveň ČTK v rámci České republiky exkluzivně

spolupracuje i s AP, takže odběratelům nabízí aktuální fotografie z celého světa. Fotobanka nabízí i celou řadu ilustračních snímků (multimedia.ctk.cz 2021).

Videobanka ČTK disponuje denní video produkcí ČTK a současně také databází, která obsahuje všechny dosud vydané video reportáže ČTK. Zároveň klientům poskytuje archiv videomateriálů, který mohou využít pro vlastní tvorbu. Každý den do videobanky přibude zhruba pět nových reportáží (ctk.cz 2021).

Infobanka ČTK, která je odběratelům dostupná v češtině a angličtině, obsahuje velkou dokumentační databázi, archiv všech tištěných deníků v elektronické podobě, ale také dalších periodik, které vycházejí v Česku, stejně jako jiné informace o nich, které jsou dostupné jak v textové, tak zvukové i obrazové podobě (ctk.cz 2021).

V neposlední řadě ČTK používá také další distribuční cesty. Například e-mailový servis, který je využíván zejména soukromými firmami, jako způsob, jakým se mohou informovat o oboru, v němž působí. Klienti mohou také odebírat zpravodajství prostřednictvím SMS nebo MMS (ctk.cz 2021).

## **5.5 Identifikační prvky zpravodajství ČTK**

Nejen při práci s Infobankou je podstatná také práce s filtry informací, které jednotlivé zprávy třídí podle typů: na základě jejich důležitosti, data zveřejnění, tematického zařazení, kategorie, územní platnosti či jazyka.

Každá agenturní zpráva se pak nezávisle na konkrétní mediální formě vydává s celou škálou identifikačních prvků, tzv. s metadaty, které popisují v následujících podkapitolách. Ty uživatelům dávají možnost selekce zpráv podle jejich potřeb (Trunečková 2020: 39).

### **5.5.1 Priorita**

ČTK při zveřejňování zpráv pracuje s prioritami. Na rozdíl od tištěných či audiovizuálních médií, kde se ty nejdůležitější zprávy řadí na titulní stránku novin, případně na úvod zpravodajské relace, v agenturním servisu mezi pořadím a významností zprávy není provázanost. Z toho důvodu má význam přiřazovat prioritu ke každému sdělení, a to proto, aby bylo možné rozlišovat zprávy podle jejich významnosti. Agentura význam i důležitost sdělení klasifikuje prioritou na škále o pěti stupních a k této prioritě se zároveň váže i forma zprávy (1 - headline, dříve blesk, 2 - fleš, 3-4 standardní zpráva a její další verze, prioritu 3



má dnes i headline, 5 - nejnižší prioritu mají avíza, deníky nebo plány). Podrobněji se prioritám věnuji v podkapitole Typy agenturních zpráv (Trunečková 2020: 40).

### **5.5.2 Titulek**

Agentura nemá možnost upoutat pozornost odběratelů výraznou grafikou, proto hraje titulek při tvorbě zpravodajského servisu důležitou roli.

Názor na titulky v ČTK prošel v posledních letech (a především v souvislosti s rozvojem digitálních technologií) velkou proměnou. Zatímco dříve se spíše kladl důraz na „šetření místa“ a titulek byl značně stručný a heslovitý, dnes odběratel bez toho, aniž by ho titulek zaujal, zprávu ani neotevře. V případě některých typů produktů, kdy odběratelé platí za přečtené zprávy, pomáhá dobře sepsaný titulek zprávy také „prodat“. Dlouhý titulek, jehož účelem je co nejvýstižněji shrnout obsah sdělení, by měl být v ideálním případě formulován tak, aby sám o sobě vyjádřil hlavní obsah sdělení (Trunečková 2020: 40-41).

### **5.5.3 Klíčová slova**

Hlavní smysl systému klíčových slov spočívá v třídění zpravodajství v databázích a jeho výběru, a to hlavně při vyhledávání dokumentů v Infobance. Tato klíčová slova se řadí k nejdůležitějším kritériím, která se používají při formulování dotazu ve vyhledávání. Zpravidla blíže určí oblast, ze které informace pochází. Například u zpráv z oblasti zahraničí většinou půjde o klíčové slovo v podobě názvu země nebo zemí, které jsou nějakým způsobem zapojeny do události, v případě domácích zpráv bude klíčovým slovem Česká republika. Pokud se zpráva týká nějakého sportu, pak je u výstupu nejprve uvedené slovo sport a za ním se upřesní sportovní oblast (zobrazí se v tomto formátu: sport; fotbal). V případě mnou zkoumané oblasti jde o klíčová slova zdravotnictví, případně kulturu, sport, či další oblasti, kterých se dotýkaly vládní resktrikce.

ČTK své abonenty v závěru klíčových slov informuje velkými písmeny také o jaký druh zprávy se jedná. Zda jde o headline, fleš, shrnutí (podrobněji viz následující kapitola o typech agenturních zpráv). Neuvádí ho pouze u nejrozšířenějšího typu výstupu, kterým je zpráva. Než ČTK v roce 2006 zavedla „multimediální redakční systém“ (Trunečková 2020: 42), agentura odběratele informovala, zda danou událost pokryla také zvukem, obrazem nebo videem.

#### **5.5.4 Datum vydání a časový údaj**

Zprávy ČTK mají také další označení, kterým je datum a časový údaj vydání. Objevuje se hned v záhlaví a slouží k lepší práci s vyhledáváním v Infobance. Odběratelé agenturního zpravodajství mohou například vyhledané výstupy seřadit podle časové posloupnosti. Zpravidla je u výstupů tento údaj viditelný v hodinách, minutách, ale i sekundách. Před časovým údajem je uvedené také datum vydání (Trunečková 2020: 42-43).

#### **5.5.5 Kategorie**

Protože ČTK ve svém servise pracuje s širokým záběrem nejrůznějších témat, zařazuje výstupy také do jednotlivých kategorií, na základě kterých je odběratelé mohou rovněž vyhledat. Zprávy označuje třímístným kódem, jenž vyjadřuje, do jakého tematického okruhu výstup spadá. Například, pokud abonenty zajímá kategorie kulturní, vyhledá zprávy pod kategorií značenou „kul“, pakliže je zajímá politika, pak zvolí kategorii „pol“. Pro mou práci však byla nejrelevantnější kategorie zdravotnictví značená „zdr“ (Trunečková 2020: 44).

Dále ČTK pracuje i s dalšími metadaty, kterými jsou servis, domicil, signatura nebo ID, se kterými ovšem v rámci své analýzy nepracuji a nejsou tudíž relevantní pro mou diplomovou práci, proto je blíže nespecifikuji.

### **5.6 Typy agenturních zpráv**

ČTK v rámci svého servisu nabízí několik typů zpráv, které ve své diplomové práci řadím podle rychlosti jejich vydávání prostřednictvím distribučních kanálů ČTK. Za 24 hodin agentura vyprodukuje v průměru 500 zpráv (Trunečková 2020: 45). Tyto zprávy lze dělit na základě jejich délky či podle priority. V praxi konkrétního média může o vydání či nevydání určité zprávy rozhodovat právě priorita (Papadopoulos 2018: 9). V praktické části diplomové práce analyzuji mediální popisy konkrétních událostí, které se týkají pandemie covid-19 v jejích počátcích. V rámci této analýzy mimo jiné také sleduji, z jakých typů zpráv agenturního zpravodajství média vycházela.

#### **5.6.1 Headliny**

Jedná se o “nejmladší” formát textového zpravodajství ČTK, agentura ho poprvé představila v létě 2009. Zároveň jde také o nejstručnější sdělení.

Mají délku nejvýše do 150 znaků. Jsou to zprávy, které mohou být v plném znění rozeslány odběratelům ihned v jedné SMS zprávě, případně mohou novináři toto sdělení v publikovat také na Twitteru. Jedná se o nejrychleji publikovaný typ zprávy ve zpravodajském servisu. Dělí se na základě priorit – headliny, které mají prioritu č. 1 (tedy největší) se rozlišují tučným červeným písmem a červeným štítkem. Headliny s prioritou číslo 3 jsou oproti tomu publikovány ve standardním fontu, jsou ale rozlišené pomocí šedého štítku (Papadopulos 2018: 9).

Dle informací z oficiálních stránek ČTK agenturní servis obsahuje průměrně 100 až 120 zpráv denně, které se týkají nejdůležitějších událostí domácích i světlových, ale i politických, kulturních nebo sportovních (Trunečková 2020: 46).

### **5.6.2 Fleše**

Tento typ zprávy je v online žurnalistice, ale i v kontinuálním televizním vysílání často využíván jako podklad pro “breaking news”. Má delší rozsah než headline, je označován druhou nejvyšší prioritou (2) a zpravidla také tučným červeným písmem. Jde ale stále o kratší typ zprávy. V minulosti se využíval zejména v případě výstupů o mimořádných nebo překvapivých událostech (Papadopulos 2018: 9).

V posledních letech to byla právě fleš, která se svým rozsahem nejvíce změnila. Zatímco dříve šlo zpravidla o zprávu o jednom odstavci, která se následně využila také v dalších zprávách k danému tématu, dnes se pro tento účel využije spíše výjimečně. Obvykle má fleš délku dvou až tří odstavců, což zároveň odpovídá rozsahově i kratší zprávě. Mezi fleš a zprávou je tak hlavní rozdíl především v prioritě. Jakmile ČTK vydá fleš, obvykle začne rozpracovávat událost do širších souvislostí, rozšíří je o výpovědi respondentů a následně vydá jako zprávu (Trunečková 2020: 48-49).

### **5.6.3 Zprávy**

V agenturním servisu je tento typ zprávy vůbec nejčastěji objevujícím se typem. Má obvykle strukturu o několika odstavcích. V prvním z nich (kterému se říká čelo) obvykle poskytne informace o tom nejdůležitějším z události – odběratelům prozradí jádro sdělení. I čelo by mělo být schopno fungovat jako samostatná verze zprávy, a to z toho důvodu, aby abonenti mohli pro zveřejnění svého výstupu použít pouze informace z něj.

Na poslední řádek se obvykle zařadí odkaz, který čtenáře odvede ke zdroji informací. Odborná literatura pak rozlišuje mezi dvěma typy čel: tvrdé (hard) a měkké (soft). Měkké jsou dominantní u zajímavostí nebo také reportážních typů zpráv.

Druhá část zprávy, která se označuje jako tělo (trup) se rozděluje do několika odstavců, které se zpravidla zabývají jednou částí tématu a zároveň je řadí od nejdůležitějších informací po nejméně důležité, proto, aby čtenář mohl odzadu text jednoduše zkrátit.

V momentě, kdy jsou zprávy o něco komplikovanější, se volí spíše chronologický postup, který popisuje děj události v takovém pořadí, v jakém se odehrál (Trunečková 2020: 50).

Ke zprávě také neodmyslitelně patří background (pozadí události, kontext a to, co události předcházelo). Zařazení do zprávy, rozsah backgroundu ale i jeho umístění ve zprávě se liší. V případě domácích zpráv bude rozsah odlišný oproti zprávám, které odebírá zahraniční klientela. Background zároveň nemusí být v posledním odstavci. Naopak, pro pochopení kontextu se někdy zařazuje také mezi první odstavce zprávy.

Aktualizovaná verze zprávy, která se vydává jako doplnění původní verze zprávy o nové informace, reakce, okolnosti nebo fakta, které do té doby nebyly známé, má stejnou prioritu jako původní zpráva. V případě, že se vydá aktualizovaná verze zprávy, informace o doplněných údajích se vloží mezi titulek zprávy a novou verzi. Tato informace v sobě nese i údaje o tom, které informace a ve kterých odstavcích byly ve zprávě aktualizovány.

Současně s tím, jak se událost vyvíjí, se některé informace ze zprávy úplně vyřadí a nová verze zprávy proto nemusí vždy být pouze rozšířením původní zprávy. Dříve se o událostech psalo „na pokračování“, tyto aktualizované verze jsou tak pro orientaci snazší také pro klienty ČTK.

Součástí aktualizované verze je také údaj o počtu vydaných verzí. Maximum je 20, avšak z dosavadních zkušeností lze vyvodit, že i 10 aktualizací zprávy se vydá pouze ve výjimečných případech (Trunečková 2020: 51).

#### **5.6.4 Shrnutí**

Pokud o některé události tisková agentura vydá větší množství dílčích zpráv různých typů (headline, fleš, zpráva), které zároveň událost zachycují v různých fázích jejího vývoje a zároveň je v některých případech doplní o dokumenty, pak ČTK zpravidla vydává shrnutí. Jde o nejkompexnější typ zprávy vůbec, a to proto, že ve formě rozsáhlé agenturní zprávy

rozebere, vysvětlí a zrekapituluje nejdůležitější momenty, které s danou událostí souvisely (Trunečková 2020: 53).

### **5.6.5 Profily**

Profil obvykle připravuje dokumentační redakce. Jde o texty, které jsou informačně obsáhlé a zároveň se jejich podoba může velmi odlišovat (Trunečková 2020: 55). Většina médií vnímá profily jako východisko pro tvoření přehledů o určitých událostech a někdy také infografik. Zpravidla se vydává v den významných výročí, či jako připomínka historicky významných událostí. Často se také vytváří profily důležitých aktérů nebo při výročí úmrtí nebo naopak narození významné osobnosti (Papadopulos 2018: 10).

ČTK dále pracuje s dalšími typy zpráv, jako jsou: dokumenty, otvírák nebo avíza, avšak tyto typy zpráv pro mou diplomovou práci nebyly relevantní a při analýze jsem s nimi nepracovala, proto jsem je také v této kapitole podrobněji nepopisovala.

## **PRAKTICKÁ ČÁST**

### **1 Metodika výzkumu**

Hlavním cílem mé diplomové práce je prozkoumat a porovnat způsob informování tří nejčtenějších tištěných a online médií o nemoci covid-19 v počátcích pandemie a také zhodnotit, zda a do jaké míry se tato média při zpracování výstupů opírala o informace z agentury ČTK a jestli se mediální výstupy v jednotlivých médiích lišily.

U jednotlivých výstupů si kladu za cíl zkoumat, zda a jakým způsobem se u médií liší způsob referování o čtyřech totožných událostech a čtyřech událostech, které s hlavními událostmi souvisejí. Čtyřmi hlavními sledovanými událostmi jsou: první případy nakažených v Evropě, první případy nakažených v Česku, první větší plošná vládní omezení a vyhlášení prvního nouzového stavu. Událostmi, které tematicky spadají pod události hlavní pak jsou: první úmrtí v Evropě (souvisí s prvním nakaženým v Evropě), první úmrtí v Česku (pojí se k prvním nakaženým v Česku), zákaz výuky na školách a zákaz pořádání akcí nad 100 osob (obě akce se vztahují k prvním větším plošným omezením). V neposlední řadě se v analýze zaměřuji na to, zda novináři vybraných médií dodržovali při referování o těchto událostech zásady objektivitu.

Pro tento postup jsem si zvolila kvantitativní obsahovou analýzu. Ta je jedním z tradičních postupů analýzy textu, jejíž kořeny sahají do nepozitivistické tradice zkoumání. Aplikace této metody by proto měla nabídnout možnost vytvoření obecné teorie a její následné testování „prostřednictvím hypotéz vypovídajících o vztahu dvou a více proměnných“ (Sedláková 2014: 291). Jejím cílem je snaha objasnit velké množství dat, což je důležité pro pochopení a získání vhledu do určitého tématu, respektive do toho, jakým způsobem ho pokryla média.

Stručně ji lze charakterizovat jako výzkumnou techniku pro „kvantitativní, systematický a objektivní popis zjevného obsahu komunikace“ (Sedláková 2014: 291). Tímto způsobem ji v 50. letech minulého století definoval americký sociolog a sociální psycholog Bernard Berelson, který je často označován za otce obsahové analýzy. Podle Sedlákové je toto pojetí nepřesné, protože použití obsahové analýzy sahá až do 19. století, avšak Berelson byl tím, kdo obsahovou analýzu poprvé metodologicky ukotvil.

Obsahová analýza je v porovnání s kvalitativními analýzami textů jasně strukturovaná, protože udává přesný postup a také pravidla, pomocí kterých k analýze textu přistupovat. Specifikuje také měřené kategorie.

Vzhledem k tomu, jak je obsahová analýza systematická, a také k tomu, že zpracování veškerých zkoumaných jednotek podléhá vždy stejným postupům, jsou i výsledky této analýzy snadno intersubjektivně ověřitelné. Tedy, každý výzkumník, který bude provádět výzkum totožnou metodou, by měl dojít ke stejným výsledkům. Data, která jsou výsledkem obsahové analýzy, vyjadřují četnost výskytu určitého tématu, případně slov, či jiných definovaných formátů. Data se současně většinou zpracovávají v numerické podobě, a to pomocí statistické analýzy. Ve zkratce je výstupem tohoto typu analýzy kvalitativní popis, který se věnuje výskytu vybraných znaků ve zkoumaných textech (Sedláková 2014: 295).

## **1.1 Zkoumání objektivity pomocí obsahové analýzy**

Způsoby, jak lze zkoumat objektivitu, se liší v závislosti na tom, jak jsou definovány kategorie objektivity. Je důležité mít na paměti rozdíl mezi hlediskem žurnalistické práce (nebo teorie žurnalistiky) a hlediskem veřejným. Protože i když je pro novináře objektivita jednou z nejdůležitějších hodnot ve zpravodajství, sociální vědci jsou vůči ní často skeptičtí. Striktním způsobem proto rozlišují mezi samotnou událostí a jejím následným převedením

do zprávy, které je prováděno vždy za přítomnosti lidského činitele, takže podle Sedlákové není možné, aby byla neutrální.

Na základě myšlenek vycházejících z mediálního konstruktivismu lze říci, že objektivita je jakýmsi abstraktním ideálem, který je posuzován podle intersubjektivně ověřitelného poznávání a také porovnávání různých druhů sdělení. Oproti tomu profesní žurnalistika ji považuje za normativní kritérium, jež potvrzuje kvalitní či nekvalitní provedení novinářské práce. Toto pojetí objektivitě se váže na zásady obsažené v etických kodexech, často i redakčních, které novinářům poskytují návod, jak mají při tvorbě sdělení správně postupovat, aby ho všeobecně bylo možné uzнат za přesné, relevantní, pravdivé, nepředpojaté, vyvážené a zároveň aby toto sdělení dokázalo rozlišovat mezi fakty a osobními názory. Při analýze mediálních sdělení je tak důležité si položit otázku, jak lze sledovaná kritéria operacionalizovat a rovněž, jakým způsobem je možné definovat indikátory, které těmto kritériím odpovídají tak, aby bylo možné je měřit (Sedláková 2014: 306).

Merten (1995) ve svém přehledu uvádí dva postupy, které se orientují tímto směrem, a sice: Schönbachovu diskriminační analýzu a strukturální analýzu objektivitě, jež o mají obě základy v normativním pojetí objektivitě.

Diskriminační analýza původně vznikla proto, aby v redakcích pomáhala posuzovat dodržování rozdílů mezi zpravodajstvím, které má směřovat k co nejvyšší neutralitě a názorovými komentáři, které naopak povolují osobní názor.

Autor této teorie vychází z předpokladu, že v podstatě každá výpověď v sobě skrývá hodnotící prvky, a to proto, že hodnocení může být vyjádřeno výběrem slov, ale stejně tak i stavbou věty. Klaus Schönbach tvrdí, že „často dochází k synchronizaci mezi zpravodajskou a analytickou částí listu“ (Sedláková 2014: 306-307). K té může dojít dvěma způsoby. Zaprvé může být hodnotící prvek přímo součástí zprávy, například ve formě přímé citace osoby, která svými názory souzní s názorem redakce a zadruhé tím, že dojde k převrácení vztahu mezi zprávami a komentáři. V takovém případě dojde k tomu, že místo aby komentář rozvíjel či doplňoval sdělení ve zprávách, redakce zcela záměrně vybere takové zprávy, které podpoří názory prezentované v komentářích. Na základě diskriminační analýzy pak výzkumník posuzuje, zda a do jaké míry v redakci či redakcích dochází k těmto synchronicitám.

Existuje ale ještě jeden postup, který jsem se rozhodla využít pro účely své práce, a tím je strukturální analýza objektivitě. V analýze postupuje ještě o krok dál a porovnává mezi

sebou také sdělení z několika různých zdrojů. Úvodem se stanoví norma, která by měla být jakýmsi průměrem sledovaného vzorku a s tímto průměrem pak srovnává konkrétní hodnoty jednotlivých zkoumaných periodik. Poté se v rámci analýzy zkoumají čtyři různé typy zkreslení, kterých se redaktoři při zpracování určitého tématu mohou dopouštět:

- „1. na rovině výběru událostí – naprosté vyloučení určitého tématu či výpovědi,
2. na rovině formální prezentace – zdůrazňování preferovaných sdělení pomocí přitahování pozornosti grafickou úpravou, umístěním textu na stránce apod.,
3. na rovině obsahové – obohacování sdělení o prvky překvapení nebo relevance,
4. na rovině jazykové – (ne) užívání verbálního hodnocení“ (Sedláková 2014: 307).

I přestože je zkoumání objektivit velmi obtížné, teoreticky sporné a metodologicky velmi problematické, podobné analýzy se provádějí poměrně často. Například komerční subjekty si často nechávají na zakázku zpracovat analýzu svého obrazu v médiích. I české agentury, jež se zabývají monitoringem mediálních výstupů, uvádějí, že pravidelně posuzují také jejich objektivitu (Sedláková 2014: 307).

Ve své práci, s ohledem na porovnání obsahů z vícero zdrojů, využívám strukturální analýzu objektivit.

## **1.2 Výzkumný proces**

Kvantitativní obsahová analýza, kterou jsem si pro praktickou část své diplomové práce zvolila, je vysoce strukturovaná, jak jsem již zmiňovala výše. Každý krok této metody je předem dán a z toho důvodu se dají i výsledky poměrně snadno a přesně ověřit. Pakliže by analýzu, kterou v rámci své práce provádím, prováděl jiný výzkumník, vždycky by měl dospět ke stejným výsledkům. Postup podrobně rozepsaný do jednotlivých kroků nabízí Wimmer a Dominick (2006). Ty je podle autorů třeba dodržovat vždy, když výzkumník aplikuje kvantitativní obsahovou analýzu:

1. „Formulace výzkumné otázky nebo hypotézy
2. Definice výběrového souboru a populace
3. Výběr patřičného vzorku z populace
4. Výběr a definice jednotky měření
5. Konstrukce kategorií obsahu, které budou analyzovány
6. Vystavení systému kvantifikace



7. Trénink kódovačů a provedení pilotního výzkumu
8. Kódování obsahů
9. Analýza shromážděných dat
10. Definice závěrů“ (Trampota a Vojtěchovská 2010: 103-104)

Wimmer s Dominickem však dále uvádějí, že dodržení posloupnosti má i své výjimky a úvodní kroky analýzy lze například kombinovat.

Ve své diplomové práci vynechávám například krok č. 7, kterým je trénink kódovačů a provedení pilotního výzkumu. Přestože je pro přesnost provedení obsahové analýzy a také s ohledem na množství zpracovávaných dat doporučováno, aby ji provádělo několik kódovačů, v případě mé práce budu jediným kódovačem já. Pilotní výzkum jsem provedla pouze na menším vzorku u první a druhé sledované události (první nakažený v Evropě a první nakažený v Česku) a následně jsem tomu přizpůsobila také kódy v kódovací knize.

Dále Wimmer a Dominick zdůrazňují, že je nutné předem si stanovit jasný cíl zkoumání. Tento cíl by měl být jednoznačně definován, a to formou výzkumné otázky či otázek nebo hypotézy. Výzkumné otázky bychom přitom měli volit tehdy, když nemáme k dispozici žádné předchozí výzkumy na toto téma (Trampota a Vojtěchovská 2010: 104).

### **1.3 Výzkumné otázky**

Před analýzou jsem si vytyčila několik hlavních výzkumných otázek, protože žádný podobný předchozí výzkum se na hlavní téma mé diplomové práce zatím nedělal. Konkrétně pak tyto:

1. Vycházela média z informací vydaných ČTK nebo dané výstupy sestavovala za pomoci jiných zdrojů?
2. Do jaké míry se výstupy vybraných médií při referování o vybraných událostech shodovaly se zněním, které k tématu publikovala ČTK?
3. Dodržovala média při publikování těchto výstupů zásady objektivit?
4. Lišilo se pokrytí jednotlivých událostí ve zkoumaných médiích?

### **1.4 Zkoumaný vzorek (události)**

Pro účely této obsahové analýzy jsem si vymezila čtyři z mého pohledu nejdůležitější milníky, které v počátcích ovlivnily vývoj epidemické situace covid-19 na území České

republiky. Pod každý z těchto milníků jsem zařadila i události, které s ním bezprostředně souvisí nebo ho rozvíjejí. Jak jsem již psala výše, hlavními sledovanými událostmi jsou: první případy nakažených v Evropě, první případy nakažených v Česku, první větší plošná vládní omezení a vyhlášení prvního nouzového stavu. Událostmi, které tematicky spadají pod události hlavní pak jsou: první úmrtí v Evropě (souvisí s prvním nakaženým v Evropě), první úmrtí v Česku (pojí se k prvním nakaženým v Česku), zákaz výuky na školách a zákaz pořádání akcí nad 100 osob (obě akce se vztahují k prvním větším plošným omezením). Následně jsem porovнала způsob informování o těchto událostech ve třech nejčtenějších tištěných (Blesk, Mladá fronta DNES, Právo) a online médiích (Novinky.cz, Seznamzpravy.cz, iDnes.cz). Současně jsem zkoumala, do jaké míry se referování o těchto událostech shoduje, či neshoduje se zněním, které publikovala ČTK.

#### **1.4.1 První nakažený v Evropě**

První tři případy nakažených v Evropě zaznamenala 24. ledna 2020 Francie. Nemoc covid-19 byla koncem roku 2019 poprvé zaznamenána v čínském Wu-chanu, odkud se začala postupně šířit takřka do celého světa. V té době byla většina nakažených v Číně, začínala postupovat také do dalších asijských zemí a první případy v té době zaznamenaly už i USA. Francouzské ministerstvo zahraničí už po odhalení prvních nakažených v Evropě prohlásilo, že se podle něj brzy začnou objevovat případy nakažených i v dalších evropských zemích (ČTK 2020).

První úmrtí v Evropě, které se rovněž odehrálo ve Francii, kde 15. února 2020 zemřel čínský turista (ČTK 2020).

#### **1.4.2 První nakažení v Česku**

1. března 2020 Česká republika zaznamenala první případy nákazy. Dva z nich byli umístěni v pražské Fakultní nemocnici Bulovka, třetí do Masarykovy nemocnice v Ústí nad Labem. V Praze i v Ústí se jednalo o pacienty české národnosti, ve druhém případě v Praze šlo o americkou studentku. Všichni tři přitom přicestovali z Itálie, kde v té době docházelo k masivnímu šíření koronaviru a první případ se tam potvrdil už 7. února 2020 (ČTK 2020).

Spolu s touto hlavní událostí v rámci své diplomové práce analyzuji také první úmrtí na následky koronaviru v Česku, které se odehrálo v pražské Fakultní nemocnici Bulovka, podobně jako v případě prvního nakaženého v Evropě (ČTK 2020).

### **1.4.3 První větší plošná opatření v České republice**

10. března byla přijata dvě zásadnější opatření proti šíření covid-19 na území Česka. Zprvč Bezpečnostní rada státu rozhodla od dalšího dne zrušit na dobu neurčitou kvůli koronaviru výuku na základních, středních, vyšších odborných a vysokých školách (ČTK 2020). Dále stát s platností od téhož dne od 18 hodin zakázal akce s počtem účastníků přesahujících 100 (ČTK 2020). Na druhý zákaz se přirozeně navázal také zákaz sportovních akcí nad 100 účastníků nebo dočasné uzavření příspěvkových organizací.

### **1.4.4 První nouzový stav**

12. března vyhlásila vláda poprvé na 30 dní nouzový stav platný na celém území České republiky. Platit začal téhož dne od 14 hodin. Vláda tehdy vysvětlovala vyhlášení nouzového stavu obdobným způsobem jako veškeré později následující nouzové stavy – a to tím, že vládě dají možnost pružněji reagovat na situaci kolem covid-19, například mohou ministři přijímat zvláštní opatření (ČTK 2020).

## **1.5 Zkoumané období**

Veškeré zkoumané události se dají zařadit do rozmezí od 24. ledna 2020 (první nakažený v Evropě) do 23. března 2020 (první úmrtí na následky covid-19 v České republice). Mediální pokrytí každé ze zkoumaných událostí přitom v jednotlivých médiích sleduji vždy maximálně po dobu dvou dnů od události. Rozmezí dvou dnů jsem si zvolila především kvůli tištěným médiím, která oproti online médiím s ohledem na uzávěrku nemají možnost o proběhlých událostech referovat okamžitě.

## **1.6 Jednotka výzkumu**

Jednotkou výzkumu je v mém případě mediální výstup k určité události v konkrétním médiu. Pro analýzu jsem si zvolila tři nejčtenější online a tři nejčtenější tištěná média, které porovnávám s mediálním výstupem ČTK. Jak jsem psala výše, v případě online médií se jednalo o: 1. Novinky.cz, 2. Seznamzpravy.cz a 3. iDnes.cz. V případě tištěných médií šlo o: 1. Blesk, 2. Mladou frontu DNES, 3. Právo.

## **1.7 Proměnné výzkumu**

Každá z jednotek výzkumu se analyzuje z pohledu zkoumaných proměnných. Trampota a Vojtěchovská (2010) přitom upozorňují, že zatímco některé z jednotek se dají v rámci

mediálního sdělení jednoduše oddělit a jsou jasně ohraničené, u dalších jednotek je nutné hranice stanovit.

Ve svém výzkumu využívám tzv. a priori kódování, které kategorie ustanovuje ještě před začátkem sběru dat, a to způsobem teoretické a racionální úvahy.

Celý výzkum je dále potřeba kategorizovat. Kategorie se ustanovují z toho důvodu, aby, jak už jsem nastínila výše, každý analytik, který by obdobný výzkum v budoucnu zpracovával, došel ke stejným výsledkům a naplnil tímto způsobem definici kvantitativní obsahové analýzy. Každá ze zkoumaných jednotek by se z toho důvodu měla dát jednoduše zařadit právě do jedné z kategorií. Kategorie u každé proměnné by se zároveň měly vzájemně vylučovat a současně by měly být schopné pokrývat veškeré možnosti (Trampota a Vojtěchovská 2010: 106).

Obecně se proměnné v obsahové analýze dělí na dva typy: identifikační proměnné a analytické proměnné. První z nich slouží ke zpětnému ověření pravosti výsledků a také k tomu, aby při kontrole mediální výzkumník snadno dohledal zkoumaný mediální obsah. Za identifikační proměnné jsem si stanovila: médium, typ média, datum vydání a název.

Za analytické proměnné jsem si označila typ zprávy, událost, prioritu ČTK, shodu s ČTK, odkaz na ČTK, případně využití jiných zdrojů. Dále jsem si samostatně definovala čtyři prvky objektivity s odkazem na Mertena a jeho strukturální analýzu objektivity jako: referování o dané události, užití hodnotících prvků, obohacení sdělení o prvky překvapení nebo relevance, zdůrazňování preferovaných sdělení graficky či uspořádáním textu.

Míru shody s ČTK jsem si následně rozčlenila do následujících kategorií:

- 1) Doslovná shoda s ČTK ve znění patrná v několika pasážích výstupu.
- 2) Doslovná shoda s ČTK v jedné pasáži a částečná shoda znění ve zbylém textu výstupu.
- 3) Významová shoda znění výstupu s ČTK bez doslovné shody.
- 4) Částečná shoda: shoda v hlavním sdělení, doplněná informacemi z dalších zdrojů.
- 5) Shoda pouze v hlavním sdělení.

Kategorii stoprocentní shody jsem nezařadila z toho důvodu, že jsem na žádný takový mediální výstup v rámci analýzy nenarazila. Kódovací knihu i ukázkou samotného kódování pak přikládám jako přílohu ke své diplomové práci.

## 2 Dílčí závěry

Celkem jsem analyzovala 149 mediálních výstupů a 101 výstupů ČTK. V případě vyhledávání obou zpráv jsem nejčastěji (jak v Infobance ČTK, tak i mediálním archivu Newton One) pracovala s klíčovými slovy a rovněž s vytyčenými časovými úseky.

Zatímco v případě ČTK jsem analyzovala pouze výstupy, které vyšly ještě tentýž den v návaznosti na uplynulou událost či nové nařízení, v případě médií jsem pracovala nejen s tímto dnem, ale i následujícími dvěma dny po této události. Jak již jsem nastínila výše, zvolila jsem tento postup z toho důvodu, že tištěná média informovala o uplynulých událostech se zpožděním (vlivem jejich uzávěrky) a některá témata zároveň měla v médiích s odstupem dne či dvou dní zajímavou „dohru“ a reakci. Ty podrobněji rozebírám v kapitole 2.5, kde se věnuji analýze jednotlivých výstupů.

Klíčová slova se lišila v případě ČTK i médií. V ČTK jsem v některých případech ani klíčové slovo nespécifikovala, ať už z toho důvodu, že ne všechny zprávy, které se vztahovaly k událostem, které jsem zkoumala, byly značené pro mě nejvýstižnějším klíčovým slovem „koronavirus“, tak i z toho důvodu, že s tímto klíčovým slovem ČTK začala pracovat až zhruba od poloviny února 2020. Proto jsem častěji pracovala s časovými úseky – vždy jsem si vytyčila konkrétní den, ve kterém se událost odehrála a z tohoto dne jsem vybrala veškeré výstupy, které se k ní vztahovaly.

Naopak v případě médií se mi práce s klíčovými slovy „vyplatila“. Vzhledem k tomu, kolik šest nejčtenějších médií a zejména tři online média vyprodukuje zpráv, bylo snazší upřesnit je klíčovým slovem. Nejprve jsem si v mediálním archivu vyfiltrovala šest zmíněných médií, kterými jsou: Blesk, Mladá fronta DNES, Právo, Novinky.cz, Seznamzpravy.cz a iDnes.cz včetně všech jeho „odnoží“ jako: ekonomika.idnes.cz, sport.idnes.cz, a další. Následně jsem pro každou popisovanou situaci navolila také vhodné klíčové slovo. Zpravidla to byla kombinace slova „koronavirus“ a „nouzový stav“ nebo „koronavirus“ a „zákaz akcí nad 100 lidí“ a podobně.

Přestože mým původním záměrem bylo především porovnávat to, zda a do jaké míry vychází jednotlivá média při referování o stanovených událostech ze zpráv ČTK, v průběhu mého výzkumu se ukázalo, že vzhledem k rychlosti, s jakou se jednotlivé události odehrávaly, v mnoha případech ČTK pro média nebyla primárním zdrojem. To se týkalo především plošného zákazu akcí nad 100 lidí, plošného uzavření škol a také vyhlášení nouzového stavu,

kdy jak sledovaná média, tak i ČTK získala informaci ve stejnou chvíli, a to přímo z tiskové konference, mimořádného brífinku či jiných obdobných zdrojů. Právě v takových situacích pak docházelo k tomu, že média v průběhu dalších dní vydávala zprávy, které s původním tématem souvisely, rozvíjely ho, či vytvářely širší souvislosti. Případy takových sdělení podrobněji rozvádím v kapitole 2.5, která se věnuje mediálním výstupům u jednotlivých událostí. V některých případech média vycházela i z jiných zdrojů jako je Twitter konkrétní instituce, ministra, či tisková zpráva vydaná příslušným útvarem.

Obecně častěji, podrobněji a rychleji informovala o událostech online média. To je dáno jejich samotnou podstatou, nikdy nekončící uzávěrkou a dalšími aspekty, ve kterých se liší od tištěných médií. Fungují na principu: převzal informace a vydal, rychlost u nich hraje nejdůležitější roli, což potvrdila i má analýza. O všech mapovaných událostech informovaly pouze: Novinky.cz (39 výstupů) a iDnes.cz. (32 výstupů).

Mediálně nejpokryvanější událostí byla první větší plošná vládní opatření, kdy v jeden den (konkrétně 10. 3. 2020) byla vyhlášena dvě hlavní omezení: 1) zákaz akcí nad 100 lidí a s ní související zákaz sportovních událostí i na profesionální úrovni 2) zákaz výuky na školách.

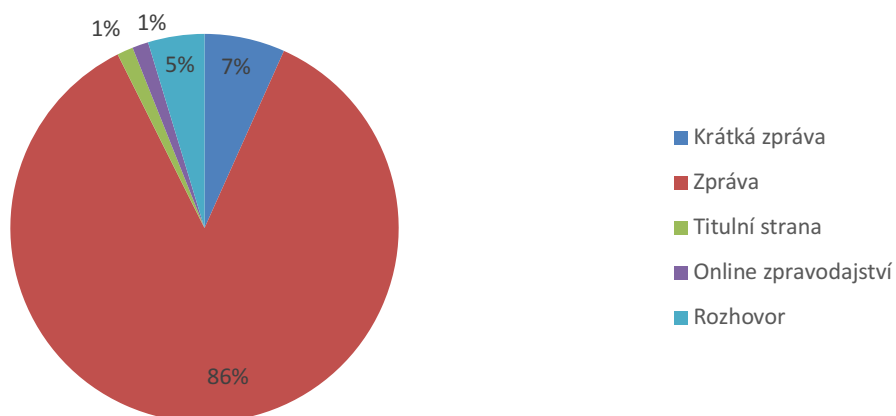
Také v případě ČTK byly tyto události nejpokryvanější a celkem jsem zachytila 63 výstupů z médií a 54 z ČTK.

Druhou nejpokryvanější bylo vyhlášení nouzového stavu. Tato událost obsáhla celkem 35 mediálních výstupů a 28 výstupů ČTK.

Naopak nejméně pokrývanou událostí byly „první nakažený koronavirem v Evropě“ a „první úmrtí na koronavirus v Evropě“. V případě prvního nakaženého a prvního zemřelého v Evropě o prvním nakaženém informovaly pouze Právo, Novinky.cz a iDnes.cz a o prvním zemřelém v Evropě pouze online média: Novinky.cz, Seznamzpravy.cz a iDnes.cz. To svědčí i o tom, že u médií hrála velkou roli geografická blízkost – jakmile se události odehrávaly v Česku, získaly nový „spád“ a média o nich informovala s větší četností a intenzitou.

Nejčastějším formátem byla klasická zpráva, objevilo se ale i pár rozhovorů, kratších zpráv nebo jen zmínek v online zpravodajství. Za krátkou zprávu jsem přitom označovala takovou zprávu, která měla délku maximálně jeden odstavec a zároveň se nejednalo o krátkou zprávu nebo sdělení, které se objevilo na titulní straně tištěných médií. Četnost výskytu všech typů zpráv ilustruje podrobně graf č. 1.

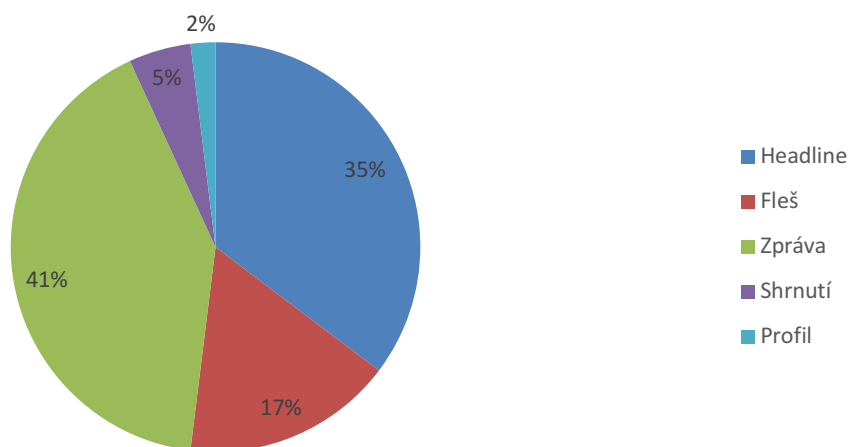
### Nejčastější typ výstupů v médiích



Graf č. 1 Nejčastější typ výstupů v médiích

ČTK nejdůležitější zprávy vydávala zpravidla nejprve jako headline s prioritou 1, později jako fleš, čímž informaci rozvinula, a nakonec i jako zprávu. Rozsáhlejší témata pak vydávala i formou doplňujících zpráv, shrnutí nebo profilů. Jako příklad bych uvedla shrnutí událostí z 10. 3. 2020 „Česko kvůli koronaviru ruší akce nad 100 lidí a zavírá školy“ (ČTK 2020) nebo profil „Výběr akcí, které se v ČR ruší kvůli koronavirovým opatřením“ (ČTK 2020). Celkový přehled zaznamenaných typů zpráv ukazuje graf č. 2.

### Nejčastější typy zpráv vydaných zpráv v ČTK

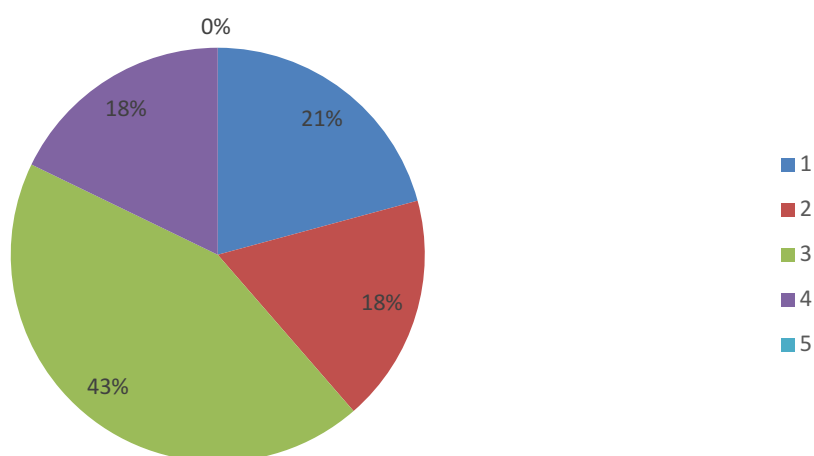


Graf č. 2 Nejčastější typy zpráv vydaných zpráv v ČTK

U ČTK jsem sice zkoumala také kategorie zpráv, ale rozhodla jsem se je nevyhodnotit, a to z toho důvodu, že u každého výstupu ČTK zpravidla využívala různý počet kategorií – u některého výstupu to byla jedna, u dalšího výstupu tři a u dalšího zase pět kategorií. Z toho důvodu by vyhodnocení nejvyužívanější kategorie nebylo přesné a rozhodla jsem se ho do výzkumu nezařazovat.

Zkoumala jsem ovšem prioritu vydaných zpráv ČTK, které se k daným událostem vztahovaly. Z grafu č. 3 je patrné, že nejčastěji ČTK vydávala k událostem výstupy s prioritou 3, a to až ve 47 % případů, druhou nejčastěji uváděnou byla priorita č. 1. To poměrně dobře reflektuje poměry mezi vydanými typy zpráv, které jsem rozebírala výše. Nejvíce bylo vydaných zpráv, které měly prioritu č. 3, konkrétně 43 % výstupů. Ta je typická také pro nejčastější typ výstupu ČTK v rámci mého výzkumu – pro zprávy. Ačkoli i méně významné headliny měly v mých výstupech prioritu č. 3 a méně významným zprávám zase náležela priorita č. 4. Druhou nejčastější prioritou ve sledovaných výstupech byla priorita č. 1, která je typická pro headliny.

Nejčastější priority výstupů ČTK

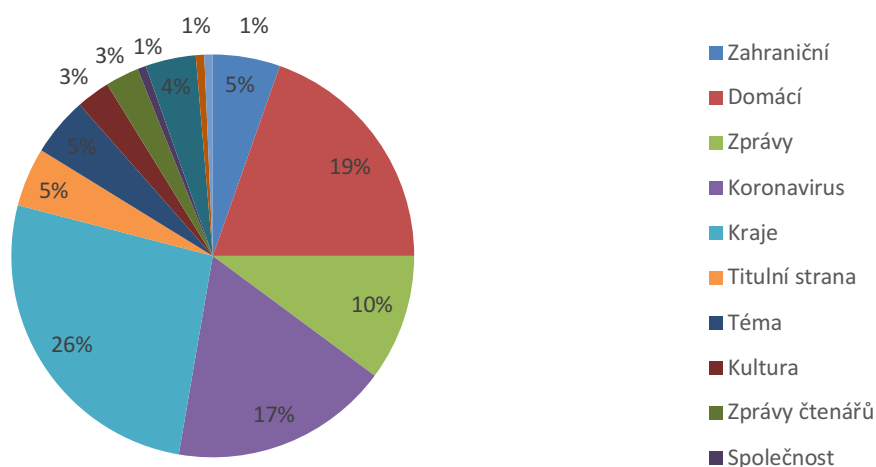


Graf č. 3 Nejčastější priority výstupů ČTK



Nejčastějšími třemi rubrikami, pod kterými média zprávy vydávaly, byly: kraje (26 %), domácí (20 %) a koronavirus (18 %). Poslední zmíněná rubrika se začala v širším měřítku objevovat až o něco později, zhruba začátkem března. Rubrika „kraje“ byla nejčastějším typem rubriky především z toho důvodu, že se často objevovala u mediálně nejpokryvanějších událostí: zákazu akcí nad 100 lidí a plošného uzavření škol. Přehled všech zaznamenaných rubrik prezentuje graf č. 4.

Nejčastější rubriky výstupů v médiích



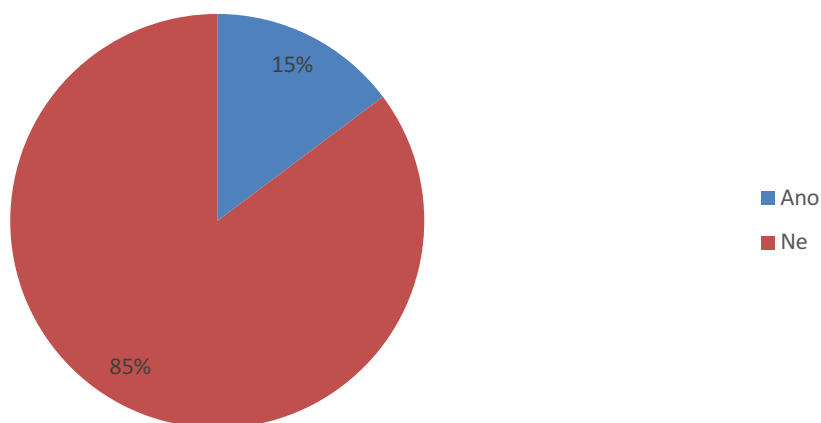
Graf č. 4 Nejčastější rubriky výstupů v médiích

Při vyhodnocování zařazení do rubriky jsem narazila také na dvě záležitosti, které se týkaly webu Seznamzpravy.cz. V jeho případě jsem byla nucena sjednotit názvy rubrik, tak aby odpovídaly rubrikám ostatních médií a také selektovat rubriky podle významnosti, protože Seznamzpravy.cz výstupy zařazovaly do několika rubrik současně. Například rubriku „Stalo se“ jsem sjednotila s ostatními médii a převedla ji na univerzálnější „Zpravodajství“ a také „Život v Česku“ na „Domáci“. Při vybírání rubriky, do které článek pro účely vyhodnocování zařadím, jsem vždy dávala přednost první označené rubrice, do které článek spadal.

## 2.1 Odkazování médií k ČTK jako zdroji

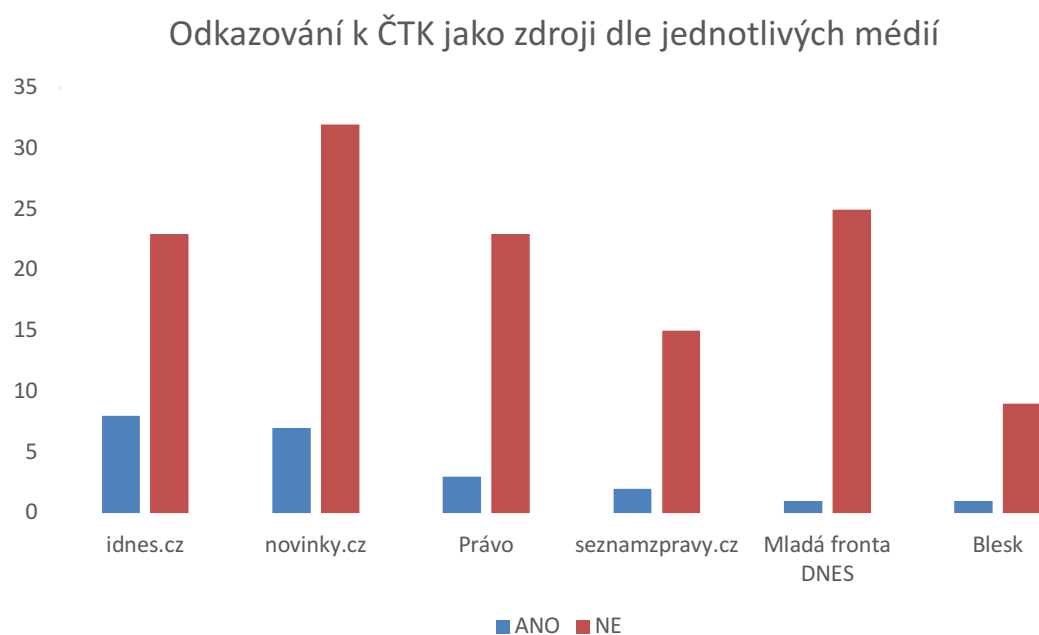
Jak už jsem nastínila v úvodu Dílčích závěrů, vzhledem k tomu, o jak specifickou sérii událostí se jednalo a rovněž o jak mediálně zajímavé události, které v danou chvíli sledovalo „celé Česko“, se jednalo, média vycházela z výstupů ČTK poměrně zřídka. Zpravidla totiž k informacím přišla ve stejnou chvíli jako ČTK.

Odkazování k ČTK jako zdroji ve všech médiích



Graf č. 5 Odkazování k ČTK jako zdroji ve všech médiích

Celkem média označila za primární zdroj, či jako jeden ze zdrojů ČTK v 15 % výstupů (22 výstupech) a naopak v 85 % výstupů (127 výstupech) ji za zdroj neoznačila. To je patrné z grafu č. 5. Typické bylo, že u událostí, které byly geograficky vzdálenější, jako je první nakažený nebo první zemřelý na koronavirus v Evropě, média ve většině případů vycházela z informací uvedených v ČTK, konkrétně ze 70 %. Pouze 2 ze 7 mediálních výstupů, které se vztahovaly k této události neuvedly ČTK jako zdroj. Oproti tomu v případě plošného zákazu akcí nad 100 lidí a uzavření škol k ČTK média odkazovala pouze ve 12 % výstupů, konkrétně v 15 ze 124.



Graf č. 6 Odkazování k ČTK jako zdroji dle jednotlivých médií

Nejčastěji k ČTK odkazoval server iDnes.cz, konkrétně v 8 případech, v závěsu za ním Novinky.cz (7 výstupů) a pak Právo (3 výstupy), jak ukazuje graf č. 6. Obecně k ČTK častěji odkazovala online média. To je ale způsobeno i celkově větším množstvím výstupů.

Závěrem této kapitoly bych rovněž chtěla dodat, že jsem do analýzy odkazování k ČTK nezařazovala odkaz médií k ČTK uvedený u fotografie či video obsahu. Pro zjednodušení analýzy jsem se zaměřovala výhradně na odkazování k textovým informacím.

## 2.2 Míra shody mediálních výstupů s výstupy ČTK

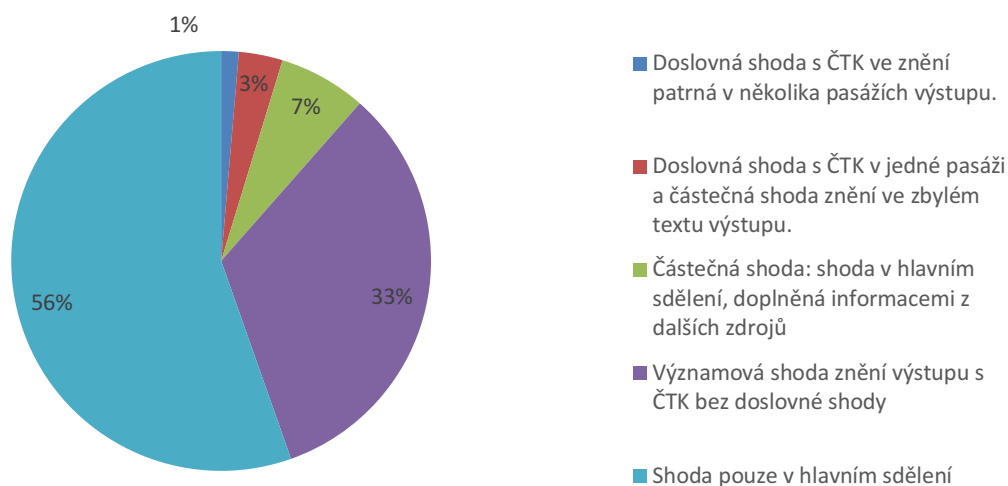
Jak už jsem psala v úvodu do praktické části, při analyzování shody s ČTK jsem veškeré výstupy zařadila do jedné z následujících kategorií:

- 1) Doslovná shoda s ČTK ve znění patrná v několika pasážích výstupu.
- 2) Doslovná shoda s ČTK v jedné pasáži a částečná shoda znění ve zbylém textu výstupu.
- 3) Významová shoda znění výstupu s ČTK bez doslovné shody.
- 4) Částečná shoda: shoda v hlavním sdělení, doplněná informacemi z dalších zdrojů.
- 5) Shoda pouze v hlavním sdělení.

Každý mediální výstup jsem do jedné z těchto kategorií zařadila bez ohledu na to, zda média k ČTK odkazovala nebo nepřiznávala agenturní původ, a to z toho důvodu, že i tato shoda do jisté míry naznačuje, zda média při referování o událostech dodržovala zásady objektivity. Výsledek mé analýzy je takový, že, jak ukazuje graf č. 7, nejčastěji se média s agenturou shodovala pouze v hlavním sdělení – v 56 % a celkem 82 výstupech. To je ovlivněno především tím, že převážná většina výstupů, které jsem analyzovala, se týkají tří mediálně nejpokryvanějších událostí, o kterých se ČTK dozvíдалa ve stejnou chvíli, jako ostatní média. Konkrétně šlo o dvě plošná opatření (zákaz akcí nad 100 lidí a uzavření škol) a vyhlášení nouzového stavu. Média se často při rozebírání konkrétních oblastí, kterých se opatření dotknou, zabírala odlišnými kulturními či sportovními institucemi, případně se sice věnovala stejným institucím, ale z jiného pohledu, a tudíž jsem v textech nenalezla jinou shodu než v hlavním sdělení. Odlišnosti ve výstupech podrobněji popisuji v kapitole 2.5.

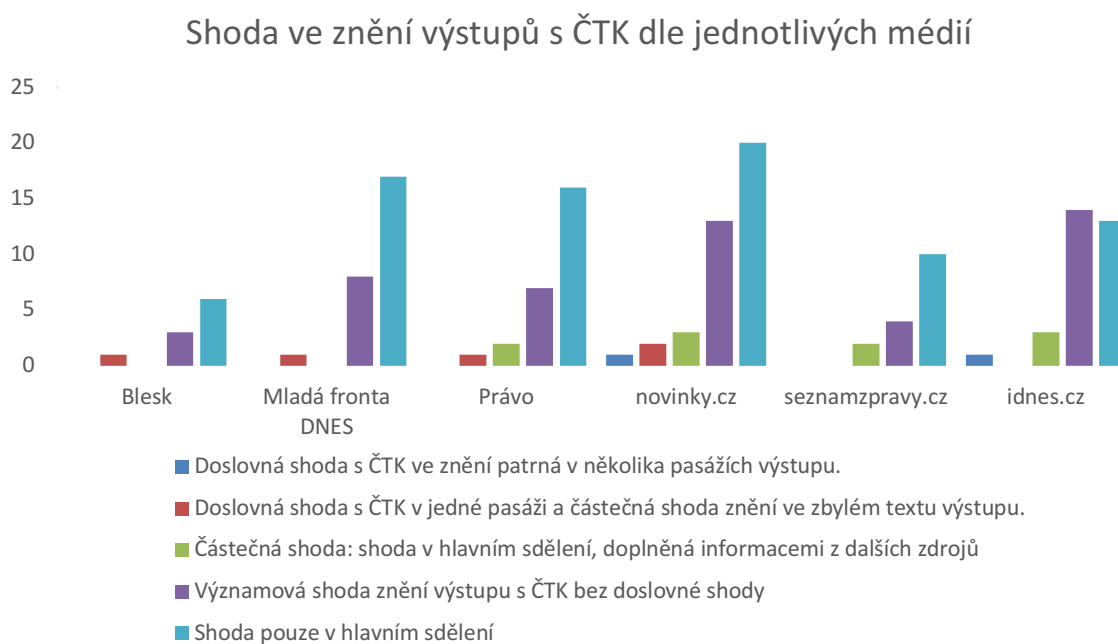
Druhou nejčastější shodou byla „Významová shoda s ČTK bez doslovné shody“, což jsem vyzorovala ve 33 % případů a 49 výstupech. Částečná shoda v hlavním sdělení a případně ještě vyšší shoda se objevovala jen zřídka.

Shoda s ČTK ve všech médiích



Graf č. 7 Shoda s ČTK ve všech médiích

Do jaké míry se shodovaly výstupy s ČTK u jednotlivých médií je vidět z grafu č. 8. Vzhledem k tomu, že všechna média neměla stejný počet výstupů, dají se tyto výsledky interpretovat poměrově. Je například patrné, že největší procentuální shodu s ČTK měl ve výstupech server idnes.cz – podíváme-li se na zjištěná data, vidíme, že má kupříkladu větší poměr částečné shody než shody v hlavním sdělení na rozdíl od všech ostatních médií.



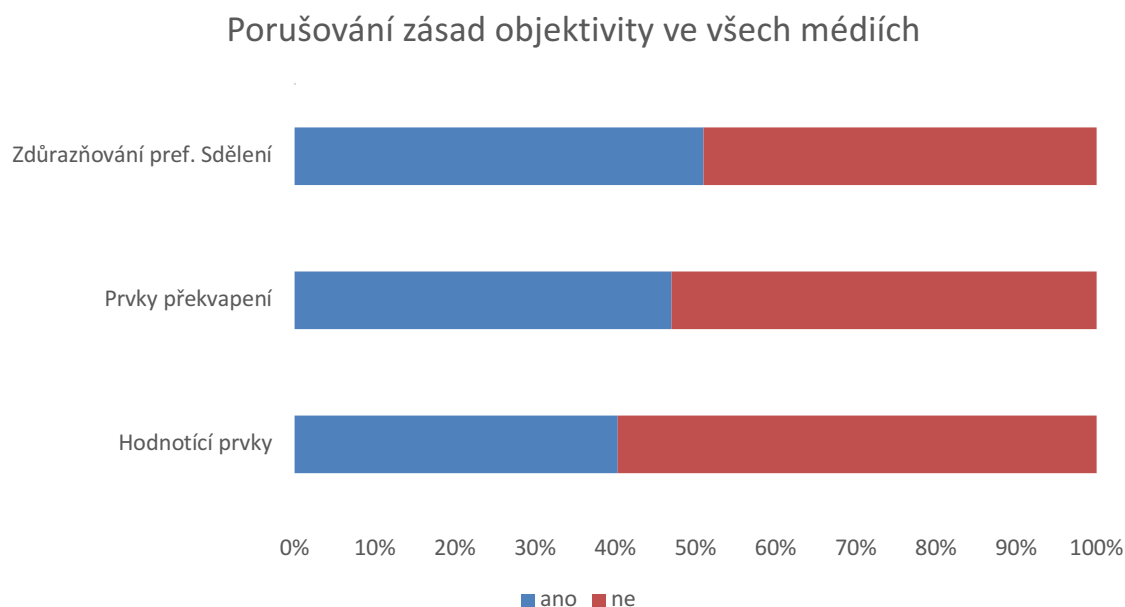
Graf č. 8 Shoda ve znění výstupů s ČTK dle jednotlivých médií

### 2.3 Dodržování zásad objektivit

Objektivitu u mediálních výstupů jsem posuzovala na základě čtyř zadaných kritérií: referování o vybrané události, hodnotící prvky, prvky překvapení a zdůrazňování preferovaného sdělení. Téměř o všech událostech referovala všechna média s výjimkou prvního nakaženého a prvního zemřelého v Evropě, kde u prvního nakaženého neinformoval Blesk, Mladá fronta DNES a Seznamzpravy.cz a u prvního zemřelého v Evropě neinformoval Blesk, Mladá fronta DNES ani Právo. Jak už jsem nastínila v úvodu Dílčích závěrů, lze tedy usoudit, že zmíněná média buď dění kolem koronaviru v té době nepovažovala za podstatná nebo jsou události v Evropě pro jejich čtenáře příliš vzdálené. Tato událost byla méně pokrývaná také online médii. Situaci s prvním nakaženým pokryly

celkem čtyři výstupy (dva přitom pocházely z Novinek.cz) a prvního zemřelého dokonce jen tři výstupy. Další události už pokryla veškerá média, z toho důvodu se v grafech, kde posuzují dodržování zásad objektivitu věnují pouze třem hodnotám: prvkům překvapení, hodnotícím prvkům, zdůrazňování preferovaného sdělení a vypouštím prvek referování o události, protože by nebyl statisticky významný.

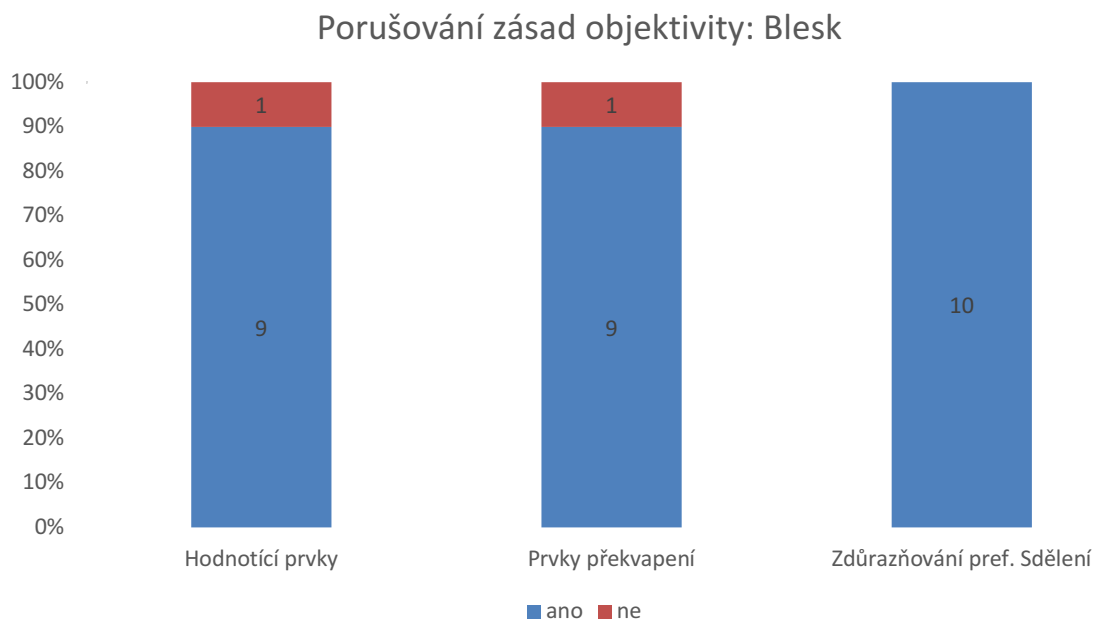
Obecně média dodržovala zásady objektivitu v průměru ze 46 %. Konkrétně pak zdůrazňovala preferovaná sdělení v 51 %, uplatňovala prvky překvapení ve 47 % výstupů a hodnotící prvky využívala ve 40 %, jak ukazuje graf č. 9.



*Graf č. 9 Porušování zásad objektivitu ve všech médiích*

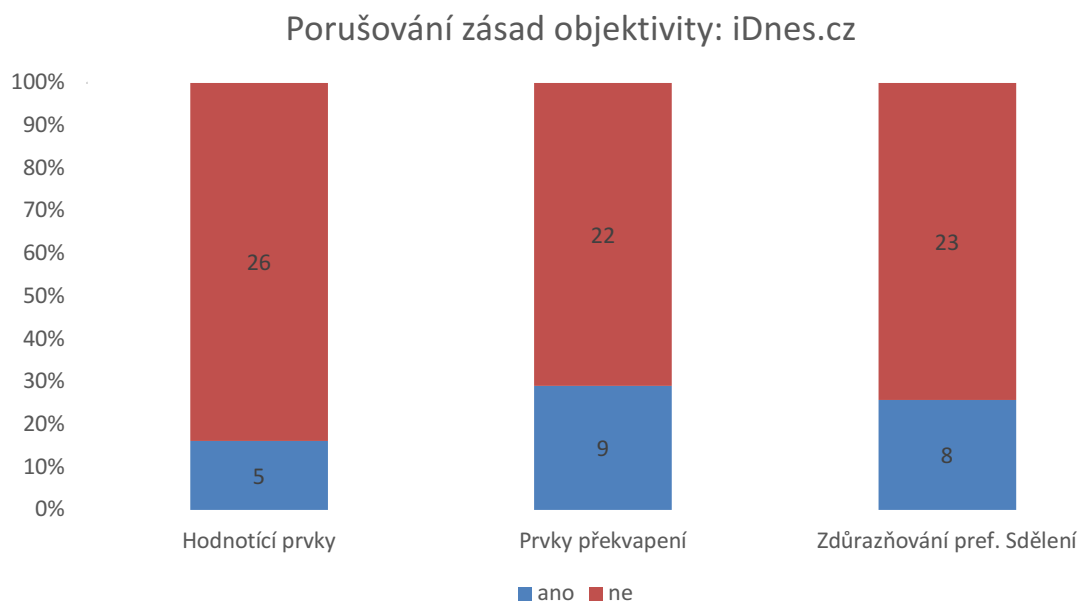
Tendence porušovat stanovená kritéria objektivitu měla spíše tištěná média, o kterých podrobněji píšu v kapitole 2.4, jež se zabývá rozdíly mezi tištěnými a online médii.

Médium, které úplně nejméně dodržovalo zásady objektivitu při referování o vybraných událostech, byl deník Blesk. Hodnotící prvky využil v 90 % a celkem 9 výstupech, prvky překvapení rovněž v 90 % a celkem 9 výstupech a zdůrazňoval preferované sdělení až ve 100 % případů a 10 výstupech. Výstupy deníku Blesk se současně nejméně shodovaly se zněním ČTK, jak jsem popisovala v kapitole 2.1. Celkový přehled porušování zásad objektivitu Blesku je patrný z grafu č. 10.



Graf č. 10 Porušování zásad objektivitu: Blesk

Naopak nejméně zásady objektivitu porušoval server iDnes.cz. Celkem použil hodnotící prvky v 5 výstupech a 16 % z nich, prvky překvapení v 9 výstupech a 29 % a zdůrazňoval preferované sdělení v 8 případech a 26 % výstupů. Současně, jak už jsem popisovala v kapitole 2.1, se mediální výstupy k vybraným událostem v nejvyšší míře shodovala se zněním ČTK, což naznačuje, že se ČTK svým odběratelům skutečně snaží předávat co nejobjektivnější informace. Celkový přehled porušování zásad objektivitu serveru iDnes.cz je vidět z grafu č. 11.



Graf č. 11 Porušování zásad objektivitu: iDnes.cz

Ostatní média se přitom nacházela zhruba na 50 % výstupů, kdy dodržovala vybrané prvky, kterými jsem si definovala zásady objektivitu a v dalších 50 % výstupů je pak nedodržovala. Tištěná média byla obecně spíše více za polovinou v nedodržování zásad objektivitu, a naopak online média lehce pod polovinou procent případů, kdy nedodržovala zásady objektivitu. Nejméně zásady objektivitu z online médií dodržoval server Novinky.cz a naopak nejvíce zásady objektivitu z tištěných médií dodržoval deník Právo. Podrobněji rozdíly v dodržování objektivitu mezi online a tištěnými médii rozebírám v kapitole 2.4.

Při podrobnějším prozkoumání konkrétních prvků – prvků překvapení, hodnotících prvků a zdůrazňování preferovaného sdělení se těchto „chyb“ média dopouštěla už v titulku, perexu, mezititulcích, ale i v těle zprávy.

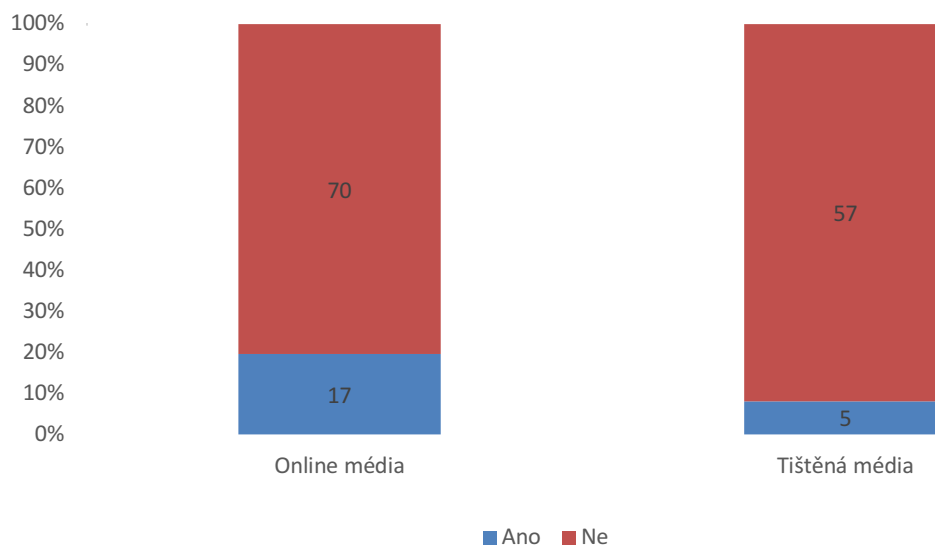
Konkrétní příklady podrobněji rozvádím v kapitole 2.5, která se věnuje jednotlivým událostem.

## 2.4 Rozdíl ve výstupech mezi online a tištěnými médii

Rozdíly mezi jednotlivými médii jsem již částečně nastínila v předchozích kapitolách. V žádné z nich jsem se ale nezaměřila na rozdíly mezi online a tištěnými médii. Ty jsem srovnávala ve dvou hlavních oblastech: využívání ČTK jako zdroje a také porušování zásad objektivitu, kterou jsem podrobněji rozebírala v předchozí kapitole.



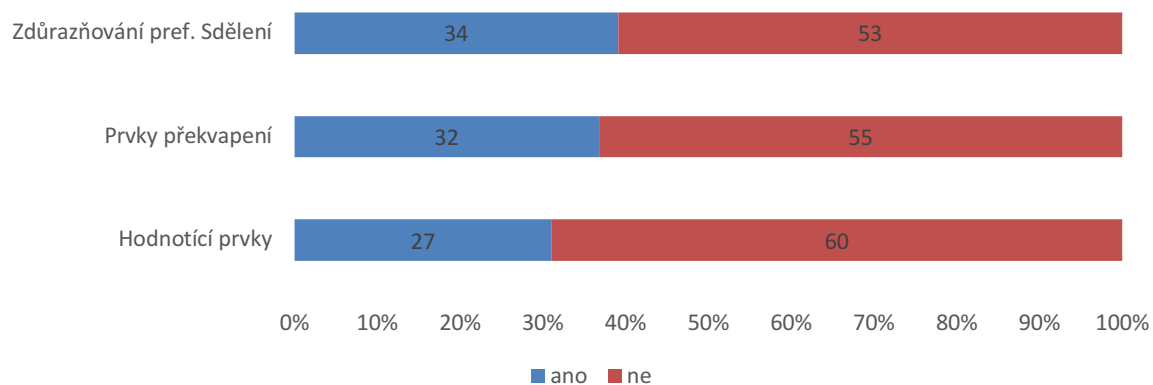
### Využívání ČTK jako zdroje: online vs. tištěná média



Graf č. 12 Využívání ČTK jako zdroje: online vs. tištěná média

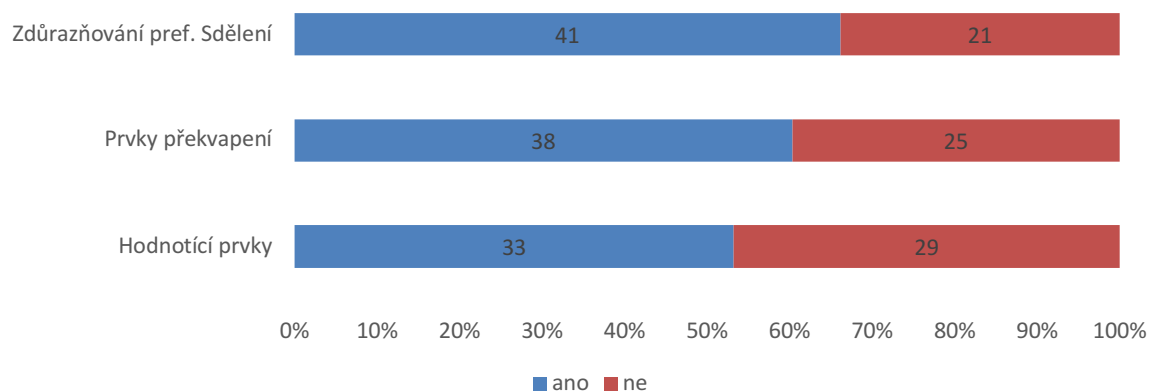
Z grafu č. 12 výše, ve kterém srovnávám procentuální využití ČTK jako zdroje, je patrné, že online média využívala ČTK častěji než tištěná média. Online média využila ČTK jako zdroj pro své výstupy ve 20 % případů a oproti tomu tištěná média pouze v 8 % případů.

## Porušování zásad objektivitu: online média



Graf č. 13 Porušování zásad objektivitu: online média

## Porušování zásad objektivitu: tištěná média



Graf č. 14 Porušování zásad objektivitu: tištěná média

Grafy č. 13 a č. 14 výše dokazují tvrzení, které jsem nastínila v předchozí kapitole 2.3, jež se věnovala objektivitě. Je zřejmé, že zásady objektivitu častěji porušovala tištěná média (z 60 %). To se týkalo všech tří prvků objektivitu, které jsem sledovala (hodnotící prvky, prvky

překvapení a zdůrazňování preferovaného sdělení). Hodnotící prvky konkrétně použila v 53 % případů, prvky překvapení v 61 % případů a zdůrazňování preferovaného sdělení v 66 %. Naopak online média použila hodnotící prvky v 31 % případů, prvky překvapení v 37 % případů a zdůrazňování preferovaného sdělení v 39 %. Průměrně tak zásady objektivitu porušovala v 36 % případů.

## **2.5 Konkrétní události**

Pro podrobnější porozumění pokrytí jednotlivých událostí v médiích jsem zařadila také tuto kapitolu, kde rozebírám konkrétní výstupy či situace, které nastaly při referování o jednotlivých událostech, včetně porušování zásad objektivitu. V kapitole 3.1 teoretické části jsem rovněž popisovala znaky morální, či mediální historie, jak ji definoval Roger Fowler. Ten zmínil čtyři hlavní body, které jsou pro ni typické: rétorika kvantifikace, silný emocionální náboj, užívání pro publikum vzdálených odborných pojmů v kombinaci s metaforami z armádního prostředí.

Ze všech těchto bodů jsem zaznamenala pouze užívání pouze emocionálního náboje, které figurovalo v desítkách mediálních výstupů. Konkrétní příklady uvádím v jednotlivých podkapitolách. Se zbylými prvky jsem se v rámci své analýzy nesešla. Může tomu tak být i z toho důvodu, že v té době ještě nebylo možné stavět zprávy na jakýchkoli statistických údajích, což může být rovněž důvod, proč jsem mezi výstupy nezaznamenala užívání odborných pojmů či metafor z armádního prostředí. Dalšími faktory, které k tomuto přispěly, mohou být i volba médií a jazyk, který užívají pro předávání informací své cílové skupině, případně výběr událostí.

### **2.5.1 První nakažení v Evropě a první úmrtí**

Jak již jsem psala v úvodu Dílčích závěrů, média pokryla tuto událost relativně omezeně. Možná z toho důvodu, že Francie se nám pořád ještě zdála být vzdálená a celé se to odehrálo před vypuknutím "masivnějšího" šíření v Itálii. Novinky.cz a Právo vydaly dva články s poměrně "děsivými" hodnotícími prvky se silným emocionálním nábojem hned v titulku: „Nový virus poprvé udeřil v Evropě“ (Právo 2020) a „Nebezpečný koronavirus je v Evropě, Francie hlásí dva nakažené“ (Novinky.cz 2020). Oproti tomu výstupy Blesku ani Mladé fronty DNES monitoring ve sledovaném období nezachytil. Jediné tištěné médium, které informovalo o události, byl deník Právo.

Další událost, která s hlavní událostí souvisí, první zemřelý v Evropě, pokryla jen online média, žádný výstup z tištěného média monitoring nezaznamenal. Svou roli mohl sehrát i fakt, že šlo o čínského turistu a nikoli Evropana. Zároveň byla v případě této události média při referování poměrně zdrženlivá, bez nadužívání slov s emocionálním nábojem, která by byla porušením zásad objektivit.

### **2.5.2 První nakažení a první úmrtí v Česku**

Jde o první sledovanou událost, o které informovala všechna média. Její zpracování se objevilo na titulní straně ve všech třech nejčtenějších denících. Blesk podrobně rozpracoval příběhy lidí, kteří covidem-19 onemocněli, a podobnou cestou se vydala i ostatní média, která příběh alespoň ve zkratce popsala. Mladá Fronta DNES se podrobněji zaměřila také na Ústecký kraj, což byl s výjimkou Prahy jediný kraj v ČR, kde se prokázala nákaza koronavirem. V článku „Koronavirus je tu. Nechte děti doma, prosí rodiče školy na severu Čech“ (Veselý 2020) autor popsal, jak reagují na situaci místní školy a také firmy. Článek v podobném duchu vydala i online mutace deníku: iDnes.cz. Zároveň web iDnes.cz vydal také rozhovor s taxikářem, který vezl nakaženou Američanku „Nakažená Američanka byla má poslední jízda, teď jsem v karanténě, říká taxikář“ (Brzybohatá 2020). Seznamzpravy.cz v návaznosti na tuto událost vydaly návodný článek: „Deset kroků, jak se vyhnout koronaviru“ (Přádová 2020) ještě tentýž den. Zároveň nakažení prvních tří Čechů zmínily jen v úvodu, okrajově a tato událost byla spíše odrazovým můstkem pro výstup. Web Seznamzpravy.cz také vydal článek „Jet do Itálie je riziko, upozornil ministr. Češi a Američanka si koronavirus přivezli z ní“ (seznamzpravy.cz 2020), kde už z titulku vyplývá, že jezdit do Itálie je riziko, což mezi tématy, kterým se věnovala ostatní média, vyčnívalo. Nejvíce hodnotících prvků s emocionálním nábojem použil Blesk. Ten začal už první větou článku s titulkem „Máme první TŘI NAKAŽENÉ“ v perexu: „Nejčernější obavy se vyplnily!“ (Doležal 2020).

V případě této události média málo uvádějí jako zdroj ČTK z toho důvodu, že se o prvních třech nakažených ČTK i další média dozvěděla najednou z primárního zdroje: od Adama Vojtěcha na mimořádném brífinku.

I v případě prvního úmrtí na koronavirus v Česku je odkaz na ČTK minimální ze stejného důvodu. Média se o úmrtí převážně dozvídala z jiných zdrojů. V tomto případě (a jedná se o jediný takový případ ze všech zkoumaných výstupů) ČTK dokonce převzala informaci ze zpravodajského webu iDnes.cz.

### 2.5.3 První větší plošná opatření

Jde o mediálně zcela nepokryvanější událost. Pro přehlednější provedení analýzy jsem tuto událost v kódovací knize rozdělila do 5 hlavních oblastí podle toho, jakým způsobem je média pokrývala. Byly jimi: zákaz akcí nad 100 lidí (kultura), zákaz akcí nad 100 lidí (sport), plošné uzavření škol, uzavření příspěvkových organizací, referování o několika (či všech) těchto událostech najednou. Toto rozdělení přirozeně vyplynulo z toho, jakým způsobem o událostech informovala média i ČTK. Zákazem akcí nad 100 lidí totiž došlo k omezení dvou velkých typů akcí – větších kulturních událostí, včetně divadelních představení, a také velkých sportovních událostí, včetně omezení na zápasech fotbalové a hokejové ligy a dalších rozšířených sportů. Příspěvkové organizace jsem oddělila do zvláštní skupiny z toho důvodu, že ji oficiálně vyhlásil ministr Lubomír Zaorálek nikoli na ranní tiskové konferenci, ale až později odpoledne. Zvlášť o tom informovala ve svých výstupech také ČTK. Média rovněž často referovala o všech vydaných mimořádných opatřeních dohromady. Takový způsob velmi často volila tištěná média.

Většina médií opět neodkazovala k ČTK, informace měla z tiskové konference, stejně jako agentura a nemusela je proto přebírat. Média se zaměřovala na zrušení konkrétních kulturních událostí "Milion chviliek přerušil kvůli koronaviru demonstraci" (Novinky.cz 2020), "Matějská v Praze je kvůli koronaviru zavřená" (Novinky.cz 2020) nebo „Faráři musí hlídat, kolik lidí pustí na mši. Slovensko zavírá kostely úplně" (Pergler 2020). Mapovala ale i sportovní události: „Zrušeno i golfové Czech Masters, doplatilo na virovou nejistotu" (iDnes.cz 2020), kde lze pozorovat prvek překvapení v kombinaci s hodnotícím prvkem ve větě „doplatilo na virovou nejistotu“. Dalším článkem, který iDnes.cz k tématu vydala, byl: "Další populární akce odložena. V termínu se nepoběží pražský půlmaraton" (iDnes.cz 2020). Deníky se zase soustředily na další aspekt zrušení akcí nad 100 osob, často na divadla a jejich složitou situaci, jako třeba Mladá fronta DNES: „Zamkli divadlo, ruší se Žebřík" (Chochole a Vaindl 2020) nebo „Premiéru v soboru odehrají. Ale bez diváků" (Gregorová 2020) či Blesk a článek "Divadla přicházejí o miliony" (Horáková a Höschlová 2020), kde je rovněž patrný překvapivý prvek, který porušuje zásady objektivity, ale prodává a láká k přečtení. Mladá fronta DNES dále udělala rozhovor „99 lidí na akci, to je od pořadatelů truc“ (Horáková 2020) s Petrem Husou, přednostou Kliniky infekčních chorob Fakultní nemocnice Brno, který v něm mimo jiné tvrdil, že jsou opatření, jako je plošný zákaz akcí nad 100 lidí, k ničemu. V tomto případě je však sporné posuzovat porušování zásad

objektivitu, protože jde o rozhovor, ve kterém člověk přirozeně dostává prostor vyjádřit svůj názor.

V reakci na plošná vládní opatření bych ráda uvedla také příklad neobjektivního perexu z článku „Tohle všechno neZAVŘE“, kde je uvedeno, že: „Česko má přes pět desítek infikovaných a nechce dopadnout jako Itálie. Opatření proti koronaviru s úderem úterní 18. hodiny významně přitvrdila. Až do odvolání platí zákaz všech akcí, kde by se mělo sejít více než 100 lidí. Doma musí zůstat také žáci a studenti. Nové nařízení pod pohrůžkou až třímilionové pokuty včera oznámila vláda.“ (Polák a Belica 2020)

Spojení jako „nechce dopadnout jako Itálie“ nebo „pod pohrůžkou“ jsou poměrně zřejmé případy porušení objektivitu slovy se silným emocionálním nábojem.

#### **2.5.4 Vyhlášení nouzového stavu**

I v tomto případě byla primárním zdrojem tisková konference pro novináře, ČTK tudíž nebyla první, kdo s informací přišel, a média ji proto ve zdrojích ani neuváděla. Každé médium vzalo referování o události trochu po svém. Některá média vydala přehledy toho, co je a není možné v době nouzového stavu, například Novinky.cz a iDnes.cz s článkem „PŘEHLEDNĚ: Zákazy a omezení. Co smíme a nesmíme v nouzovém stavu“ (iDnes.cz 2020), další zdůraznila omezení sportu, či přerušování Erasmu (Právo), či pozastavení soutěže ČS má talent (Blesk). Server iDnes.cz dále v návaznosti na nouzový stav v jednom z výstupů zmínil, že "Po vyhlášení stavu nouze hlásí operátoři až o polovinu více hovoru" (iDnes.cz 2020), Mladá fronta DNES se zaměřila na restaurace a hospody v článcích "Rána pro hospody. Zavíračka v osm" (Šrámková 2020) a "Česko uzavírá hranice i hospody" (Hromková a Oppelt 2020) a také na omezení sportovních akcí, stejně tak i Právo v článku "Nouzový stav zastavil sport v celé zemi" (Neumann a Kézr 2020). Média po vyhlášení nouzového stavu zmapovala situaci, která se odehrávala v obchodech, kdy se řada lidí opět vydala doplnit zásoby: „Češi se znovu vrhli na nakupování zásob“ (Právo 2020). Některá média zdůraznila, že vicepremiér Hamáček sdělil, že pokud bude třeba, zavede vláda další restrikce. To je opět případ Práva a jeho článku „Hamáček: Může přijít další zpřísnění“ (Adamičková 2020).

I v případě mediálního pokrytí této události docházelo k porušení objektivitu. Jak je patrné z některých názvů článků výše, hodnotící prvky se objevovaly už v samotných titulcích. Například u Mladé fronty DNES a jejich již zmiňované „rány pro hospody“ nebo v případě

článku „Nouzový stav. Co se v kraji ještě může?“ (Lankašová 2020), který svým titulkem čtenářům naznačuje, že v kraji se nemůže téměř nic a využívá tedy hodnotících prvků.

V perexu článku STAV NOUZE! pak deník Právo uvádí například, že „Vláda včera vyhlásila v boji s koronavirem nouzový stav. Ode dneška platí nejméně na třicet dní drakonická opatření...“ (Právo 2020). „Drakonická opatření“ jsou ukázkovým příkladem hodnotícího prvku.

Závěrem této kapitoly bych ráda podotkla, že jsem se snažila pouze o přiblížení způsobu referování o vybraných událostech. Pro ukázkou jsem zvolila jen některé příklady porušování objektivit v mediálních sděleních, a to pro ilustraci dat, o kterých jsem psala v předchozích kapitolách. Podobných porušení objektivit ale bylo daleko více.

## Závěr

Hlavním cílem mé diplomové práce bylo prozkoumat, zda a do jaké míry se shodují mediální výstupy ke čtyřem vybraným událostem, které se odehrály v počátcích šíření koronaviru v Česku, s výstupy ČTK, a současně, zda byla média při referování o těchto událostech dostatečně objektivní.

Pro účely dosažení tohoto cíle jsem si stanovila čtyři výzkumné otázky a následně pomocí obsahové analýzy zkoumala celkem 149 mediálních výstupů ze tří nejčtenějších tištěných a tří nejčtenějších online médií a rovněž 101 výstupů ČTK. Po zanalyzování těchto výstupů se mi podařilo zodpovědět všechny čtyři stanovené výzkumné otázky.

První ze stanovených otázek byla, zda média vycházela při referování o vybraných událostech z výstupů ČTK nebo je sestavovala za pomoci jiných zdrojů. Z analýzy vyplynulo, že média odkazovala k ČTK jako zdroji pouze v 15 % ze zkoumaných výstupů. Ve zbylých procentech případů vycházela z jiných zdrojů, převážně primárních, jako byly tiskové konference, mimořádné brífinky, tiskové zprávy či sociální sítě politiků a příslušných orgánů. To je z mého pohledu rovněž důvodem, proč média z ČTK nevycházela ve více procentech výstupů. Většinou se totiž o těchto událostech dozvídala média i ČTK ve stejnou chvíli.

Další výzkumnou otázkou bylo, do jaké míry se výstupy vybraných médií o sledovaných událostech shodovaly s výstupy ČTK. V tomto případě jsem obecně sledovala shodu ve výstupech a nerozlišovala jsem přitom, zda současně v těchto výstupech média odkazovala k ČTK. Shodu s ČTK jsem zkoumala i u výstupů, které k ní neodkazovaly z toho důvodu, že i ona do jisté míry ukazuje, zda byla média objektivní, vzhledem k tomu, že ČTK usiluje o předání co nejobjektivnějších informací svým odběratelům. Z definovaných úrovní shody se nejčastěji objevovala shoda pouze v hlavním sdělení: v celkem 56 % a 82 výstupech. Druhou nejčastější shodou byla významová shoda s ČTK bez doslovné shody, která se objevila celkem v 33 % případů a 49 výstupech. Částečná shoda v hlavním sdělení nebo dokonce vyšší shoda se objevovala jen ojediněle. Nejvyšší míru shody s ČTK vykázal server iDnes.cz a naopak nejmenší Blesk.

V třetí výzkumné otázce jsem se zabývala tím, do jaké míry média dodržovala zásady objektivity. Při jejím zkoumání jsem vycházela ze zásad strukturální analýza objektivity a zkoumala jsem přitom výskyt těchto prvků: referování o vybrané události, hodnotící prvky,



prvky překvapení a zdůrazňování preferovaného sdělení. První – referování o vybrané události, jsem z analýzy vyjmula z toho důvodu, že byly jen dvě události, o kterých vybraná média nereferovala a jednalo se jen o několik výstupů, tudíž by zahrnutí tohoto aspektu do analýzy nebylo statisticky významné. Z výsledků výzkumu vyplynulo, že média dodržovala zásady objektivit v průměru ze 46 %. Konkrétně pak zdůrazňovala preferovaná sdělení z 51 %, uplatňovala prvky překvapení ve 47 % výstupů a hodnotící prvky využívala ve 40 %. Médium, které zásady objektivit porušovalo nejčastěji, byl deník Blesk, což koresponduje také s mírou shody výstupů s ČTK. Naopak nejvíce zásady objektivit dodržoval server iDnes.cz, což rovněž koresponduje s mírou shody výstupů z ČTK. Obecně měla ve větší míře tendenci porušovat zásady objektivit tištěná média než online média.

Poslední výzkumnou otázkou, kterou jsem si stanovila, bylo, zda se lišilo mediální pokrytí vybraných událostí ve zkoumaných médiích. Tento rozdíl částečně pokrývám i v ostatních výzkumných otázkách, kdy například popisuji, která média k ČTK nejvíce odkazovala a která média vykazovala nejvyšší míru shody a dále, která média byla při referování o vybraných událostech nejobjektivnější. Do odpovědi na tuto výzkumnou otázku jsem ale zahrnula především výzkum rozdílů mezi online a tištěnými médii, které byly nejpatrnější a nejsnadněji interpretovatelné. Podrobněji jsem rozebrala míru využívání ČTK jako zdroje pro zkoumané mediální výstupy a také rozdíl v dodržování zásad objektivit a mezi tištěnými a online médii. Z výsledků analýzy vyplynulo, že online média využívala ČTK jako zdroj častěji než tištěná média. Celkem je využila ve 20 % výstupů oproti online médiím, která je využila jen v 8 % případů.

Zodpovězením čtvrté výzkumné otázky jsem rovněž zjistila, že zásady objektivit častěji porušovala tištěná média. Konkrétně se tak stalo v 60 % výstupů, oproti online médiím, která je porušila průměrně v 36 % případů. To se týkalo všech tří prvků objektivit, které jsem sledovala. Hodnotící prvky konkrétně použila v 53 % případů, prvky překvapení v 61 % případů a zdůrazňování preferovaného sdělení v 66 %. Naopak online média použila hodnotící prvky v 31 % případů, prvky překvapení v 37 % případů a zdůrazňování preferovaného sdělení v 39 %.

Limitem této diplomové práce může být její rozsah – analyzovala jsem pouze čtyři vybrané události a celkem 149 mediálních výstupů a 101 výstupů ČTK. Její závěry tudíž nelze obecně aplikovat na mediální referování o koronaviru v počátcích jeho šíření v České republice a pro potvrzení těchto závěrů je nutné provést rozsáhlejší analýzu – se zahrnutím většího

množství médií i sledovaných událostí. Diplomová práce však může posloužit jako východisko pro takovou studii.

## Summary

The main goal of my diploma thesis was to examine whether and to what extent the media outputs coincide with the four selected events that took place at the beginning of coronavirus spread in the Czech Republic with the Czech Press Office (ČTK) outputs and at the same time whether the media were sufficiently objective when reporting on these events.

In order to achieve this goal, I set four research questions and then, using content analysis, examined a total of 149 media outlets from the three most read print and three most read online media, as well as 101 ČTK outputs. After analyzing these outputs, I was able to answer all four identified questions.

The first of these questions was whether the media relied on ČTK when reporting on selected events or compiled them with the help of other sources. My analysis showed that the media referred to ČTK as a source only in 15 % of my researched outputs. In the remaining percentage of cases, it was based on other sources, mostly primary – such as press conferences, special briefings, press releases or social networks of politicians or competent authorities. In my opinion, this is also the reason why the media did not publish from ČTK in more than one percent of the output. In most cases, the media and ČTK learned about these events at the same time, which caused ČTK to function similarly to another medium.

Another of my research questions was to what extent the outputs of selected media on the monitored events coincided with the outputs of ČTK. Of the defined levels of agreement, agreement most often appeared only in the main message: in a total of 56 % and 82 outputs. The second most frequent agreement was "semantic agreement with ČTK without literal agreement", which appeared in a total of 33 % of cases and 49 outputs. Partial agreement in the main message or even higher agreement appeared only rarely. The highest level of agreement with ČTK was shown by the idnes.cz server and, conversely, the lowest by Blesk.

The third research question dealt with the extent to which the media adhered to the principles of objectivity. In examining it, I proceeded from structural analysis of objectivity and examined the occurrence of the following elements: reporting on selected events, evaluation

elements, elements of surprise and emphasizing the preferred message. The first – reporting on selected events, I excluded from the analysis because there were only two events that the selected media did not report and it was only a few outputs, so the inclusion of this aspect in the analysis would not be statistically significant. My research showed that the media generally followed the principles of objectivity in an average of 46 %. Specifically, it emphasized the preferred messages from 51 %, applied elements of surprise in 47 % of outputs and used evaluation elements in 40 %. The medium that most often violated the principles of objectivity was the daily Blesk, which also corresponds to the degree of agreement of the outputs with the Czech News Agency. On the contrary, the idnes.cz server followed the most principles of objectivity, which also corresponds to the degree of agreement of the outputs with ČTK. In general, print media tended to violate the principles of objectivity to a greater extent than online.

My last research question was whether the media coverage of selected events in the researched media differed. I also partially cover this difference in other research questions, where I describe, for example, which media referred the most to ČTK and which media showed the highest degree of agreement, and which media were the most objective when reporting on selected events. In answering this research question, however, I mainly included research into the differences between online and print media, which were most noticeable and easiest to interpret. I analyzed in more detail the extent of the use of ČTK as a source for its outputs, as well as the principles of maintaining objectivity between the print and online media. My research showed that online media were used by ČTK as a source more often than print media. In total, it used them in 20 % of outputs, compared to ČTK, which used them only in 8 % of cases.

By answering the fourth research question, I also found that the principles of objectivity were more often violated by the print media. Specifically this was the case for 60 % of the outputs in print media, compared to the online media, which violated them in an average of 36% of cases.

At the end of this work, I would like to point out that the conclusions can be applied only to the observed events and therefore can not be declared generally true. A more extensive study is needed to map the media coverage of coronavirus in the beginning of its spread in the Czech Republic in more detail. However, these conclusions can serve as a basis for such research.



## Použitá literatura

1. ADAMIČKOVÁ, Nad'a. *Hamáček: Může přijít další zpřísnění*. Právo 2020 (62). str. 3. ISSN 1211-2119
2. BRZYBOHATÁ, Anna. *Američanka byla má poslední jízda, teď jsem v karanténě, říká taxikář*. idnes.cz [online] 2. 3. 2020 [cit. 7. 7. 2021]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/koronavirus-taxikar-uber-americanka-nakaza.A200302\\_154543\\_domaci\\_brzy](https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/koronavirus-taxikar-uber-americanka-nakaza.A200302_154543_domaci_brzy)
3. Ceskenoviny.cz. [online]. Ceskenoviny.cz. [cit. 6. 3. 2021]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/>
4. Ceskenoviny.cz. *Bartík se musí omluvit Zemanovi za slova o rakovině, rozhodl soud*. Ceskenoviny.cz [online]. 11. 9. 2020 [cit. 8. 3. 2021]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/bartik-se-musi-omluvit-zemanovi-za-slova-o-rakovine-rozhodl-soud/1931768>
5. ČTK. *Francie má dva případy nákazy novým koronavirem, první v Evropě* [online]. 24. 1. 2020. Infobanka ČTK. [cit. 7. 7. 2021]. \*

\*Tento i následující zdroje pochází z Infobanky ČTK, jejíž obsah je určený platcím předplatitelům. Protože Infobanka není veřejně přístupná, neuváděla jsem u těchto zdrojů URL odkaz na web.

6. ČTK. *Ve Francii zemřel muž s koronavirem, je první obětí mimo Asii* [online]. 15. 2. 2020. Infobanka ČTK. [cit. 7. 7. 2021].
7. ČTK. *Česko má první tři případy nákazy novým koronavirem* [online]. 1. 3. 2020. Infobanka ČTK. [cit. 7. 7. 2021].
8. ČTK. *Od středy mají zůstat školy zavřeny, rozhodla bezpečnostní rada* [online]. 10. 3. 2020. Infobanka ČTK. [cit. 7. 7. 2021].
9. ČTK. *Stát ode dneška 18:00 zakáže akce nad 100 účastníků* [online]. 10. 3. 2020. Infobanka ČTK. [cit. 7. 7. 2021].
10. ČTK. *Česko kvůli koronaviru ruší akce nad 100 lidí a zavírá školy* [online]. 10. 3. 2020. Infobanka ČTK. [cit. 7. 7. 2021].
11. ČTK. *Výběr akcí, které se v ČR ruší kvůli koronavirovým opatřením* [online]. 10. 3. 2020. Infobanka ČTK. [cit. 7. 7. 2021].
12. ČTK. *Vláda vyhlásila kvůli koronaviru nouzový stav na celém území ČR* [online]. 12. 3. 2020. Infobanka ČTK. [cit. 7. 7. 2021].
13. ČTK. *V Česku zemřel první pacient s nemocí COVID-19, bylo mu 95 let* [online]. 22. 3. 2020. Infobanka ČTK. [cit. 7. 7. 2021].
14. Čtk.cz. [online]. ČTK: O nás. [cit. 6. 3. 2021]. Dostupné z: [https://www.ctk.cz/o\\_ctk/](https://www.ctk.cz/o_ctk/)
15. Čtk.cz. [online]. ČTK: Základní informace. [cit. 6. 3. 2021]. Dostupné z: [https://www.ctk.cz/o\\_ctk/zakladni\\_informace/](https://www.ctk.cz/o_ctk/zakladni_informace/)
16. Čtk.cz. [online]. ČTK: Distribuční cesty. [cit. 6. 3. 2021]. Dostupné z: [https://www.ctk.cz/sluzby/ostatni/vyhody\\_zprav\\_ctk/distribucni\\_cesty/](https://www.ctk.cz/sluzby/ostatni/vyhody_zprav_ctk/distribucni_cesty/)
17. Čtk.cz. [online]. ČTK: Akademie ČTK. [cit. 6. 3. 2021]. Dostupné z: <https://www.ctk.cz/akademie-ctk/>
18. Čtk.cz. [online]. ČTK: Výroční zprávy z let 1993-2019. [cit. 6. 3. 2021]. Dostupné z: [www.ctk.cz/o\\_ctk/vyrocní\\_zpravy/](http://www.ctk.cz/o_ctk/vyrocní_zpravy/)
19. Ct24.ceskatelevize.cz. *Nepanikařte, vyzvala vláda. Skupovat potraviny a roušky je zbytečné*. Ct24.ceskatelevize.cz [online]. 28. 2. 2020 [cit. 6. 7. 2021]. Dostupné z:

- <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3055160-nepanikarte-vyzvala-vlada-skupovat-potravinu-a-rouscky-je-zbytecne>
20. Ct24.ceskatelevize.cz. *Soud Bartíkovi ve sporu se Zemanem snížil náklady za řízení, které musí zaplatit. Rozsudek potvrdil.* Ct24.ceskatelevize.cz [online]. 7. 4. 2021 [cit. 6. 7. 2021]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3294203-soud-bartikovi-ve-sporu-se-zemanem-snizil-naklady-za-rizeni-ktere-musi-zaplatit>
  21. DOLEŽAL, Jan. Máme první TŘI NAKAŽENÉ! 2020 (52). str 2. ISSN 1210-5333
  22. GREGOROVÁ, Gabriela. *Premiéru v sobotu odehrají. Ale bez diváků.* Mladá fronta DNES 2020 (61). str. 15. ISSN 1210-1168
  23. HAHN, Nadja. *What Good is Twitter? The value of social media to publiservice journalism.* London, 2013. London School of Economics and Political Science.
  24. HORÁKOVÁ, P. a H. HÖSCHLOVÁ. *Divadla PŘICHÁZEJÍ O MILIONY.* Blesk 2020 (61). str. 10. ISSN 1210-5333
  25. HORÁKOVÁ, Veronika. '99 lidí na akci, to je od pořadatelů truc'. Mladá fronta DNES 2020 (60). str. 15. ISSN 1210-1168
  26. HROMKOVÁ Dominika a Robert OPPELT. *Česko uzavírá hranice i hospody.* Mladá fronta DNES 2020 (62). str. 1. ISSN 1210-1168
  27. CHOCHOLE, Tomáš a Ladislav VAINDL. *Zamkli divadlo, ruší se Žebřík.* Mladá fronta DNES 2020 (61). str. 15. ISSN 1210-1168
  28. Idnes.cz. *PŘEHLEDNĚ: Zákazy v karanténě. Co smíme a nesmíme v nouzovém stavu.* idnes.cz [online] 12. 3. 2020 [cit. 7. 7. 2021]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/koronavirus-v-cesku-vlada-karantena-omezeni.A200312\\_095554\\_domaci\\_knn](https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/koronavirus-v-cesku-vlada-karantena-omezeni.A200312_095554_domaci_knn)
  29. Idnes.cz. *Po vyhlášení stavu nouze hlásí operátoři až o polovinu více hovoru.* idnes.cz [online] 12. 3. 2020 [cit. 7. 7. 2021]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/mobil/mobilni-operatori/koronavir-vlada-nouzovy-stav-operatori-zvyseni-provozu-volani-internet.A200312\\_192955\\_mobilni-operatori\\_jm](https://www.idnes.cz/mobil/mobilni-operatori/koronavir-vlada-nouzovy-stav-operatori-zvyseni-provozu-volani-internet.A200312_192955_mobilni-operatori_jm)
  30. Idnes.cz. *Zrušeno. I golfové Czech Masters doplatilo na virovou nejistotu.* idnes.cz [online] 11. 3. 2020 [cit. 7. 7. 2021]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/sport/golf/czech-masters-2020-zruseno-koronavirus.A200311\\_120349\\_sport-golf\\_par](https://www.idnes.cz/sport/golf/czech-masters-2020-zruseno-koronavirus.A200311_120349_sport-golf_par)
  31. Idnes.cz. *Další populární akce odložena. V termínu se nepoběží Pražský půlmaraton.* idnes.cz [online] 11. 3. 2020 [cit. 7. 7. 2021]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/sport/atletika/prazsky-pulmaraton-koronavirus.A200311\\_161116\\_atletika\\_ald](https://www.idnes.cz/sport/atletika/prazsky-pulmaraton-koronavirus.A200311_161116_atletika_ald)
  32. iRozhlas.cz. *Policie začala vyšetřovat Bartíka kvůli pomluvě. Na podzim napsal, že má Zeman rakovinu.* iRozhlas.cz [online]. 3. 2. 2018 [cit. 8. 3. 2021]. Dostupné z: [https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/svatopluk-bartik-zit-brno-milos-zeman-zdravi-vysetrovani-policie-rakovina-zdravi\\_1802030640\\_haf](https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/svatopluk-bartik-zit-brno-milos-zeman-zdravi-vysetrovani-policie-rakovina-zdravi_1802030640_haf)
  33. JIRKŮ, Jan. *Žurnalistická profese 2.0.* Praha: Karolinum, 2020. 102 s. ISBN 978-80-246-4610-7.
  34. KROBOVÁ, Tereza. *Sociální síť jako zdroj médií: Česku vládne Twitter, odhalily Rozpravy o médiích.* European Journalism Observatory [online]. 2016 [cit. 8. 3. 2021]. Dostupné z: <https://cz.ejo-online.eu/4216/nova-media-a-web-2-0/socialni-site-jako-zdroj-medii-cesku-vladne-twitter-odhalily-rozpravy-o-mediiich>
  35. LANKAŠOVÁ, Lenka. *Nouzový stav. Co se v kraji ještě může?* Mladá fronta DNES 2020 (62). str. 15. ISSN 1210-1168
  36. MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky.* Praha: Portál, 2004. 184 s. ISBN 80-7178-840-6.


37. MCQUAIL Denis. *Žurnalistika a společnost*. Praha: Karolinum, 2016. 256 s. ISBN 978-80-246-3093-9.
38. Mediar.cz. *Jak čeští novináři využívají sociální sítě. Nejvíc jim slouží Facebook a YouTube*. Mediar.cz [online]. 13. 02. 2012. [cit. 8. 3. 2021]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/jak-cesti-novinari-vyuzivaji-socialni-site-nejvic-jim-slouzi-facebook-a-youtube/>
39. MORAVEC, Václav. *Proměny novinářské etiky*. Praha: Academia, 2020. 472 s. ISBN 978-80-200-3111-2
40. Multimedia.ctk.cz. [online]. ČTK: Fotobanka. [cit. 6. 3. 2021]. Dostupné z: <https://multimedia.ctk.cz/foto/index>
41. NEUMANN Robert a Martin KÉZR. *Nouzový stav zastavil sport v celé zemi*. Právo 2020 (62), str. 20. ISSN 1211-2119
42. Novinky.cz. *Češi vzali obchody útokem*. Novinky.cz [online]. 12. 3. 2020 [cit. 6. 7. 2021]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/koronavirus/clanek/cesi-vzali-obchody-utokem-40316495>
43. Novinky.cz. *Nebezpečný koronavir je v Evropě, Francie hlásí dva nakažené*. Novinky.cz [online]. 24.1. 2020 [cit. 7. 7. 2021]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/zahranicni/evropa/clanek/nebezpecny-koronavir-je-v-evrope-francie-hlasi-dva-nakazene-40311144>
44. Novinky.cz. *Milion chviliek přerušil kvůli koronaviru sérii demonstrací*. novinky.cz [online] 10. 3. 2020 [cit. 7. 7. .2021]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/koronavirus/clanek/milion-chvilek-prerusil-kvuli-koronaviru-serii-demonstraci-40316139>
45. Novinky.cz. *Matějská v Praze je kvůli koronaviru zavřená*. novinky.cz [online] 11. 3. 2020 [cit. 7. 7. .2021]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/koronavirus/clanek/milion-chvilek-prerusil-kvuli-koronaviru-serii-demonstraci-40316139>
46. PAPADOPULOS, Andreas. ČTK jako zdroj hlavních televizních zpravodajských relací. Praha, 2018. 94 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Vedoucí diplomové práce PhDr. Ludmila Trunečková, Ph.D.
47. PERGLER, Tomáš. *Faráři musí hlídat, kolik lidí pustí na mši. Slovensko zavírá kostely úplně*. Seznamzpravy.cz [online] 10. 3. 2020 [cit. 7. 7. .2021]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/farari-musi-hlidat-kolik-lidi-pusti-na-msi-slovensko-zavira-kostely-uplne-92007>
48. POLÁK D. a T. BELICA. *Tohle všechno neZAVŘE*. Blesk 2020 (60), str. 2. ISSN 1210-5333
49. Právo. *STAV NOUZE!* Právo 2020 (62), str. 1. ISSN 1211-2119
50. Právo. *Češi se znovu vrhli na nakupování zásob*. Právo 2020 (62), str. 5. ISSN 1211-2119
51. Právo. *Nový virus poprvé udeřil v Evropě*. 2020 (21), str. 15. ISSN 1211-2119
52. PŘÁDOVÁ, Daniela. *Deset kroků, jak se vyhnout koronaviru*. Seznamzpravy.cz [online] 1. 3. 2020 [cit. 7. 7. .2021]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/10-kroku-jak-se-vyhnut-koronaviru-90042>
53. Rada České tiskové kanceláře. [online]. Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2016. Praha 2017. 70 s. [cit. 6. 3. 2021]. Dostupné z: [http://i3.cn.cz/.filedefault/1506530186\\_VronzprvaTK\\_2016.pdf](http://i3.cn.cz/.filedefault/1506530186_VronzprvaTK_2016.pdf)
54. Rada České tiskové kanceláře [online]. ČTK: Výroční zpráva o činnosti a hospodaření ČTK v roce 2019. Praha 2020. 98 s. [cit. 6. 3. 2021]. Dostupné z: [https://i3.cn.cz/.filedefault/1599816663\\_VZ\\_CTK\\_2019\\_final.pdf](https://i3.cn.cz/.filedefault/1599816663_VZ_CTK_2019_final.pdf)

55. SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014, 544 s. ISBN 978-80-247-3568-9
56. Seznamzpravy.cz. *Jet do Itálie je riziko, upozornil ministr. Češi a Američanka si koronavirus přivezli z ní*. seznamzpravy.cz [online] 1. 3. 2020 [cit. 7. 7. 2021]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/jet-do-italie-je-riziko-upozornil-ministr-cesi-si-koronavirus-privezli-z-ni-90686>
57. ŠMÍD, Milan a Ludmila TRUNEČKOVÁ. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, 205 s. ISBN 978-80-246-1661-2
58. ŠRÁMKOVÁ, Jitka. *Rána pro hospody. Zavíračka v osm*. Mladá fronta DNES 2020 (62). str. 15. ISSN 1210-1168
59. TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. 191 s. ISBN 80-7367-096-8
60. TRAMPOTA, Tomáš a Martina Vojtěchovská. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, 296 s. ISBN 978-80-7367-683-4
61. TRUNEČKOVÁ, Ludmila. Textová zpráva v agentuře. In: *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 2020, s 37-64. ISBN 978-80-246-4612-1
62. VESELÝ, Jan. *Koronavirus je tu. Nechte děti doma, prosí rodiče školy na severu Čech*. Idnes.cz [online] 2. 3. 2020 [cit. 7. 7. 2021]. Dostupné z: [https://www.idnes.cz/usti/zpravy/koronavirus-deti-skola-ustecko-decinsko-jarni-prazdniny-navrat.A200302\\_074314\\_domaci\\_blj](https://www.idnes.cz/usti/zpravy/koronavirus-deti-skola-ustecko-decinsko-jarni-prazdniny-navrat.A200302_074314_domaci_blj)
63. WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Proměna tradiční žurnalistiky a online žurnalistiky* In *Nové trendy v médiích I: Online a tištěná média*. Brno: Masarykova univerzita, 2012. p. 9-33. ISBN 978-80-210-5825-5.
64. Zákon 517/1992 Sb., o České tiskové kanceláři, ve znění pozdějších předpisů
65. Zákon č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím
66. Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů



## Teze diplomové práce

# SCHVÁLENO

| Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK<br>Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce   |  |                   |
|---|--|-------------------|
| TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:  |  |                   |
| <b>Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:</b><br>Marie Trubetská  | <b>Razítko</b>   | <b>podatelny:</b> |
| <b>Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:</b><br>2018/2019  |  |                   |
| <b>E-mail diplomantky/diplomanta:</b><br>86712081@fsv.cuni.cz   |  |                   |
| <b>Studijní obor/forma studia:</b><br>Žurnalistika/denní studium  |  |                   |
| <b>Název práce v češtině:</b><br>Stejně zdroje = stejné/různé informace? Výstupy českých médií o nemoci covid-19 v počátcích jejího šíření v ČR   |  |                   |
| <b>Název práce v angličtině:</b><br>Do the same sources mean the same or different information? The outputs of czech media about covid-19 in the early stages of its spreading in Czech republic  |  |                   |
| <b>Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013)</b><br>LS 2020/2021  |  |                   |
| <b>Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):</b><br>S ohledem na aktuálnost zvoleného tématu doposud na akademické půdě žádné podobné nebylo zpracováno. Stejným způsobem ale někteří předchůdci mapovali některé jiné události, například Petra Budniková v roce 2012, která se v rámci své bakalářské práce věnovala mediálnímu pokrytí případu útoku Romů na chlapce v Krupce.   |  |                   |
| <b>Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):</b><br>Cílem mé diplomové práce je prozkoumat a porovnat způsob informování vybraných médií o nemoci covid-19 v počátcích pandemie a také hodnotit, zda a do jaké míry se média při zpracování výstupů opírala o informace z agentury ČTK. U jednotlivých výstupů pak budu zkoumat, zda a jakým způsobem se u jednotlivých médií lišil způsob referování a totožných událostí, jakými byly například: první nakažení v Česku, postupné zavádění opatření nebo vyhlášení nouzového stavu. V neposlední řadě se zaměřím také na to, zda novináři vybraných médií dodrželi při referování o těchto událostech etické zásady. |  |                   |
| <b>Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):</b>   |  |                   |
| 1. Úvod – vymezení tématu<br>2. Tisková agentura jako zdroj informací<br>2.1. Definice práce tiskové agentury – na jakém principu funguje a co je její hlavní činností<br>2.2. Charakteristika ČTK<br>2.3. Výběr zpráv – jakým způsobem média pracují s produkcí agenturního zpravodajství<br>3. Novinářská práce v roce 2020<br>3.1. Žurnalistika v éře mediální konvergence<br>3.2. Mediální logika<br>3.3. Základní hodnoty ve zpravodajství<br>3.3. Novinářská etika a specifika o informování o mimořádných událostech<br>4. Pandemie covid-19 (vývoj a popis vybraných událostí)<br>4.1. Stručný vývoj onemocnění covid-19 od jeho zrodu do současnosti   |  |                   |

|   |
|---|
| <p>4.2. Popis vybraných událostí v počátcích šíření covid-19 v ČR</p> <p>4.2.1. První případy nakažených v Evropě</p> <p>4.2.2. První případy nakažených koronavirem v Česku</p> <p>4.2.3. První vládní omezení</p> <p>4.2.4. Vyhlášení nouzového stavu</p> <p><b>5. Analýza způsobu informování o vybraných událostech kolem covid-19 v některých médiích</b></p> <p>6.1. ČTK – jak referovala ČTK o vybraných událostech</p> <p>6.2. Výstupy jednotlivých médií (internet, tisk i televize)</p> <p>6.3. Jak se lišily výstupy agentury a jednotlivých médií, jakožto odběratelů agenturního zpravodajství</p> <p><b>6. Závěr</b> – srovnání výstupů ČTK a médií. Opírala se média o agenturní informace nebo referovala o událostech samostatně? Držela se média zpravodajských hodnot? Informovala o událostech objektivně, nezaujatě a dodržela etické zásady?</p> <p><b>7. Zdroje</b></p> <p><b>8. Přílohy</b></p>   |
| <p><b>Vymezení podkladového materiálu</b> (např. titul periodika a analyzované období):<br/> <b>Únor 2020 – Duben 2020</b><br/> Agenturní zpravodajství – ČTK<br/> Nejčtenější internetové zpravodajské weby – novinky.cz, seznamzpravy.cz, idnes.cz<br/> Nejčtenější tištěná média – Blesk, Mladá fronta DNES, Právo</p>   |
| <p><b>Metody (techniky) zpracování materiálu:</b><br/> Analýza událostí z pohledu sledovaných médií, porovnání zveřejněných zpráv s agenturní produkcí ČTK a rozbor výstupů.</p>  |
| <p><b>Základní literatura</b> (nejméně 5 nejdůležitějších titulů <u>k tématu a metodě</u> jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):</p> <p><b>ALBARRAN, Alan B., 2010. Management of electronic media. 4th ed. Boston, MA: Wadsworth Cengage Learning, xxii, 332 s. ISBN 04-955-6942-9.</b><br/> Kniha mapuje oblasti a techniky, které se používají při zpracování elektronických mediálních obsahů. Popisuje také postupy pro získávání obsahů ve virtuálním prostředí.</p> <p><b>JIRKŮ, J., 2020. Žurnalistická Profese 2.0. 1. vydání. Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 101 s. ISBN 978-80-246-4610-7</b><br/> Publikace mapuje současnou pozici novináře. Zabývá se také aktuálními vývojovými trendy a pomáhá lépe pochopit dnešní podobu mediálního prostředí.</p> <p><b>MORAVEC, V., 2020. Proměny novinářské etiky. 1. vydání. Academia, 468 s. ISBN 978-80-200-3111-2.</b><br/> Kniha řeší problematiku novinářské etiky a podrobně rozebírá eticky sporné situace, se kterými se novináři ve své praxi mohou setkat. Doporučuje také konkrétní formy seberegulace.</p> <p><b>OSVALDOVÁ, B. (ed.) a kol, 2020. Zpravodajství v médiích. 3. vydání. Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 138 s. ISBN 978-80-246-4612-1.</b><br/> Publikace nabízí komplexní pohled na současné zpravodajství. Zabývá se jednotlivými zpravodajskými formáty a přibližuje také objektivitu, jakožto jednu z hlavních hodnot zpravodajství.</p> <p><b>SEDLÁKOVÁ, R., 2014. Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 548 s. ISBN 978-80-247-3568-9</b></p> |

Kniha se zabývá metodologií a empirickým výzkumem sociálních věd, zaobírá se jeho jednotlivými etapami a poskytuje vodítka pro samostatnou vědeckou práci v oblasti výzkumu médií.

**ŠMÍD, M. a L. TRUNEČKOVÁ, 2013. Novinář a jeho zdroje v digitální éře. 1 vydání. Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 205 s. ISBN 978-80-246-1661-2.**

Kniha se ve své druhé části zabývá tiskovými agenturami - popisuje jejich funkci, přibližuje servis, který poskytují a také typy zpráv, které produkují.

**Diplomové a disertační práce k tématu** (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

ČÁSLAVSKÁ, Veronika. *Šíření tzv. novinářských kachen v českých médiích na příkladu agentury Central European News*. 2016. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Hájek, Roman.

PAPADOPULOS, Andreas. *ČTK jako zdroj hlavních televizních zpravodajských relací*. 2018. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Trunečková, Ludmila.

**Datum / Podpis studenta/ky**

20.10.2020

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

**Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:**

**Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:**

Potvrzuji, 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.

TRUNEČKOVÁ Ludmila  
Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

20.10.2020 .....  
Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

**TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.**

# Seznam příloh

Příloha č. 1: Kódovací kniha

| <b>Kódy</b>                     |  |                |
|---------------------------------|--|----------------|
|                                 | <b>Název</b>   | <b>Hodnota</b> |
| <b>Identifikační proměnné</b>   |  |                |
| <b>Médium</b>                   | Blesk  | 1              |
|                                 | Mladá fronta DNES  | 2              |
|                                 | Právo  | 3              |
|                                 | novinky.cz   | 4              |
|                                 | seznamzpravy.cz  | 5              |
|                                 | idnes.cz   | 6              |
| <b>Typ média</b>                | tištěné  | 1              |
|                                 | online   | 2              |
| <b>Datum vydání<br/>(např.)</b> | 24.led.20  | 1              |
|                                 | 25.led.20  | 2              |
|                                 | 26.led.20  | 3              |
|                                 | 27.led.20  | 4              |
|                                 | 28.led.20  | 5              |
|                                 | 29.led.20  | 6              |
|                                 | 15.úno.20  | 7              |
|                                 | 01.bře.20  | 8              |
|                                 | 02.bře.20  | 9              |
|                                 | 10.bře.20  | 10             |
|                                 | 11.bře.20  | 11             |
|                                 | 12.bře.20  | 12             |
|                                 | 13.bře.20  | 13             |
|                                 | 22.bře.20  | 14             |
|                                 | 23.bře.20  | 15             |
| <b>Název (např.)</b>            | Nebezpečný koronavirus je v Evropě, Francie hlásí dva nakažené | 1              |
|                                 | Koronavirus se stále šíří. A množství nakažených stoupá        | 2              |

|                               |  |    |
|-------------------------------|--|----|
|                               | Čínský koronavirus doputoval do Evropy. První dva nakažené hlásí Francie | 3  |
|                               | Nový virus poprvé udeřil v Evropě  | 4  |
| <b>Analytické proměnné</b>    |  |    |
| <b>Typ mediálního výstupu</b> | Krátká zpráva  | 1  |
|                               | Zpráva   | 2  |
|                               | Titulek  | 3  |
|                               | Online zpravodajství   | 4  |
|                               | Rozhovor   | 5  |
| <b>Událost</b>                | První nemocný v Evropě (Francie)   | 1  |
|                               | První zemřelý v Evropě   | 2  |
|                               | První případ nákazy v Česku  | 3  |
|                               | První zemřelý v Česku  | 4  |
|                               | Zákaz akcí nad 100 osob  | 5  |
|                               | Zákaz sportovních akcí nad 100 osob                                      | 6  |
|                               | Zákaz výuky na školách   | 7  |
|                               | Uzavření příspěvkových organizací  | 8  |
|                               | Vyhlášení nouzového stavu a spojená omezení                              | 9  |
| <b>Rubrika médium</b>         | Zahraničí  | 1  |
|                               | Domácí   | 2  |
|                               | Zpravodajství  | 3  |
|                               | Koronavirus  | 4  |
|                               | Kraje  | 5  |
|                               | Titulní strana   | 6  |
|                               | Téma   | 7  |
|                               | Kultura  | 8  |
|                               | Zprávy čtenářů   | 9  |
|                               | Společnost   | 10 |
|                               | Sport  | 11 |
|                               | Žena   | 12 |

|                       |   |    |
|-----------------------|---|----|
|                       | NATO  | 13 |
| <b>Typ zprávy ČTK</b> | Headline  | 1  |
|                       | Fleš  | 2  |
|                       | Zpráva  | 3  |
|                       | Shrnutí   | 4  |
|                       | Profil  | 5  |
| <b>Kategorie ČTK</b>  | Zdravotnictví   | 1  |
|                       | Bohemika  | 2  |
|                       | Parlamenty a vlády  | 3  |
|                       | Politika  | 4  |
|                       | Politika domácí   | 5  |
|                       | Kultura   | 6  |
|                       | Školství  | 7  |
|                       | Sport   | 8  |
|                       | Hokej   | 9  |
|                       | Fotbal  | 10 |
|                       | Magazínový servis   | 11 |
|                       | Životní styl  | 12 |
|                       | Služby  | 13 |
|                       | Doprava   | 14 |
|                       | Náboženství   | 15 |
| <b>Priorita ČTK</b>   | 1   | 1  |
|                       | 2   | 2  |
|                       | 3   | 3  |
|                       | 4   | 4  |
|                       | 5   | 5  |
| <b>Shoda s ČTK</b>    | Doslovná shoda s ČTK ve znění patrná v několika pasážích výstupu.                   | 1  |
|                       | Doslovná shoda s ČTK v jedné pasáži a částečná shoda znění ve zbylém textu výstupu. | 2  |

|   |   |   |
|---|---|---|
|   | Částečná shoda: shoda v hlavním sdělení a některých pasážích s ČTK, doplněná informacemi z dalších zdrojů | 3 |
|   | Významová shoda znění výstupu s ČTK bez doslovné shody  | 4 |
|   | Shoda pouze v hlavním sdělení   | 5 |
| <b>Odkaz na ČTK</b>                                       | ano   | 1 |
|   | ne  | 2 |
| <b>Využití jiných zdrojů (než ČTK)</b>                    | odkaz ve výstupu pouze na ČTK   | 1 |
|   | využití ČTK i jiných zdrojů   | 2 |
|   | využití jiných zdrojů mimo ČTK  | 3 |
| <b>Objektivita</b>  |   |   |
| <b>Referování o události</b>                              | ano   | 1 |
|   | ne  | 2 |
| <b>Užití hodnotících prvků</b>                            | ano   | 1 |
|   | ne  | 2 |
| <b>Prvky překvapení nebo relevance</b>                    | ano   | 1 |
|   | ne  | 2 |
| <b>Zdůrazňování preferovaných sdělení graficky/textem</b> | ano   | 1 |
|   | ne  | 2 |



Příloha č. 2: Ukázka kódování na příkladu prvních nakažených v Česku  
**ČTK výstupy**

| <b>Název</b>   | <b>Událost</b> | <b>Datum vydání</b> | <b>Priorita</b> | <b>Typ zprávy</b> | <b>Kategorie</b> |
|--|----------------|---------------------|-----------------|-------------------|------------------|
| ČR má první tři případy nákazy novým typem koronaviru. Dva pozitivně testovaní jsou v Praze v Nemocnici Na Bulovce, jeden v Ústí nad Labem, uvedla ČT. (8) | 3              | 8                   | 1               | 1                 | 1,3,4,5          |
| V Praze je s koronavirem hospitalizován Čech, který byl v Itálii, a Američanka, která tam studuje. I nemocný Čech v Ústí byl v Itálii, uvedl Vojtěch. (9)  | 3              | 8                   | 1               | 1                 | 1,3,4,5          |
| U všech lidí, u kterých se v ČR potvrdila nákaza koronavirem, není průběh nemoci závažný, uvedl Vojtěch. Jejich testy přezkoumá laboratoř v Berlíně. (10)  | 3              | 8                   | 1               | 1                 | 1,3,4,5          |

|  |   |   |   |   |         |
|--|---|---|---|---|---------|
| ČR má první tři případy nákazy novým koronavirem (11)            | 3 | 8 | 3 | 3 | 1,3,4,5 |
| Muž nakažený novým koronavirem byl převezen z Ústí do Prahy (12) | 3 | 8 | 3 | 3 | 1       |

### Mediální výstupy

| Název                             | První 3 případy v Česku! (15) | Máme první TŘI NAKAŽENÉ! (16) | Virus je v Česku (17) |
|-----------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| <b>Událost</b>                    | 3                             | 3                             | 3                     |
| <b>Typ média</b>                  | 1                             | 1                             | 1                     |
| <b>Médium</b>                     | 1                             | 1                             | 2                     |
| <b>Datum vydání</b>               | 9                             | 9                             | 9                     |
| <b>Typ mediálního výstupu</b>     | 3                             | 2                             | 2                     |
| <b>Rubrika</b>                    | 7                             | 3                             | 7                     |
| <b>Shoda s ČTK</b>                | 5                             | 4                             | 4                     |
| <b>Odkaz na ČTK</b>               | 2                             | 2                             | 2                     |
| <b>Využití jiných zdrojů</b>      | 3                             | 3                             | 3                     |
| <b>Referování o události</b>      | 1                             | 1                             | 1                     |
| <b>Hodnotící prvky</b>            | 1                             | 1                             | 2                     |
| <b>Prvky překvapení</b>           | 2                             | 1                             | 2                     |
| <b>Zdůrazňování pref. Sdělení</b> | 1                             | 1                             | 2                     |