

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

**Bakalářská práce**

**2012**

**Eliška Čeřovská**

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

**Eliška Čerovská**

**Reengineering zpravodajství televize Prima**

*Bakalářská práce*

Praha 2012

Autor práce: **Eliška Čerovská**

Vedoucí práce: **PhDr. Martin Lokšík**

Rok obhajoby: 2012

## **Bibliografický záznam**

Čeřovská, Eliška. *Reengineering zpravodajství televize Prima*. Praha, 2012. 90 s. Diplomová práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Martin Lokšík.

## **Abstrakt**

Cílem této bakalářské práce je reflexe změn v hlavní zpravodajské relaci TV Prima family. Od srpna 2009, kdy byla Jitka Obzinová jmenována šéfredaktorkou zpravodajství a publicistiky. Po jejím příchodu se začaly zavádět změny, které byly pro český mediální trh ojedinělé. Změny vedly k vytvoření hodinového informačního bloku umožňujícímu do zpráv zpracovávat nová témata, pro která do té doby nebyl ve zpravodajství prostor. Vznik zpravodajské hodiny ale vedl ke zrušení zpravodajské redakce sportu, stejně tak i ke zrušení moderovaného počasí. Nicméně změny, které byly v průběhu dvou let provedeny, vedly ke zvýšení sledovanosti současných Zpráv FTV Prima. Neproměnil se jen obsah a struktura hlavní zpravodajské relace, ale i vizuální pojetí.

Po analýze tisku a online médií za sledované dvouleté období vznikl detailní chronologický přehled změn. Bakalářská práce se neskládá jen z teoretické části, ale má i část praktickou. Pomocí kvantitativní metody výzkumu, konkrétně technikou dotazníkového šetření, které bylo určeno jen pro respondenty věkové kategorie 15+, se podařilo vyhodnotit, jak je divák se změnami spokojen. Zajímavé informace o struktuře zpráv obsahuje v samotném závěru bakalářské práce i rozhovor se zástupcem šéfredaktorky zpravodajství a publicistiky a zároveň editorem hlavní zpravodajské relace Antonínem Zámyslickým.

## **Abstract**

The aim of this Bachelor thesis is a reflection of changes in the main reporting session TV Prima family. Since August 2009, when Jitka Obzinová was appointed by chief editor and publicity chief. After her arrival the changes began to implement and these were unique for the Czech media market. The changes led to the creation of the hourly information block, which allowed in messages to process of new topics which until then, was not in the news area. Development of the new information blocks which led to the cancellation of the news of sport as well as the abolition of the moderated by the weather. However the changes that have been made in the course of two years, have led to an increase in viewing current news FTV Prima. It did not transform only the content and structure of the main intelligence relationship but also a visual concept. Detailed chronological overview of the changes arised after the analysis of print and online media for the reference period. Bachelor's thesis does not consist of a theoretical part but it has a practical part. Using quantitative methods of research namely the technique of the questionnaires which was intended only for respondents age category 15 and more managed to evaluate if the viewer with the changes. Bachelor thesis contains the interesting information about the structure of the news and interview with the representative of head of publicity and news and editor of the main news by Antonín Zámyslický.

## **Klíčová slova**

zpravodajství, divácká sledovanost, programová struktura, mediální trh, TV Prima, Krimi zprávy, VIP zprávy, Pavel Zuna, Jitka Obzinová

## **Keywords**

TV reporting, ratings, program structure, media market, TV Prima, Crime news, VIP news, Pavel Zuna, Jitka Obzinová

**Rozsah práce:** 144706 znaků s mezerami

## **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.

V Praze dne 9. května 2012

Eliška Čeřovská

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu své práce PhDr. Martinu Lokšíkovi za odbornou pomoc a skvělý přístup a dále Antonímu Zámyslickému za důležitý rozhovor použitý v této práci.

**Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV**  
**Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce**

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:**

**Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:**  
 Čeřovská Eliška

**Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:**  
 2009

**E-mail diplomantky/diplomanta:**  
 eliska.cerovska@seznam.cz

**Studijní obor/typ studia:**  
 žurnalistika/ prezenční bakalářské

**Razítko podatelny:**

Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd	
Došlo dne:	- 9 -06- 2011 -1-
Cj: 10957	Příloh: 2
Přiděleno:	Skartační heslo:

**Předpokládaný název práce v češtině:**  
 Reengineering zpravodajství televize Prima

**Předpokládaný název práce v angličtině:**  
 Prima TV news reengineering

**Předpokládaný termín dokončení** (semestr, školní rok – vzor: ZS 2012):  
 (diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012)  
**LS 2011/2012**

**Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce** (max. 1000 znaků):

Cílem práce je zachytit změny ve zpravodajství televize Prima a to od nástupu šéfredaktorky zpravodajství a publicistiky Jitky Obzinové. Ta se postu ujala 1. srpna 2009. Důležité jsou pro zpravodajství Primy následující dva roky, kdy šla doslova proti proudu tradiční struktury hlavní zpravodajské relace. Pod vedením Jitky Obzinové vznikl hodinový informační blok plný zpráv. Přinesl s sebou ale zrušení moderovaného počasí a začlenění sportovních zpráv do hlavní zpravodajské relace. Ve své práci ale navíc zhodnotím zpravodajství Primy za doby šéfredaktora Pavla Zuny. Neboť si dovoluji tvrdit, že právě jeho styl vedení zpravodajství byl hlavním důvodem jeho odvolání a startovacím okamžikem pro další změny, kterými zpravodajství Primy prošlo. Cílem bakalářské práce nemá být pouhé zmapování změn, ale i získání odpovědi na otázku, jak je veřejnost, televizní diváci, se změnami spokojena. I přesto, že sledovanost může vypovídat o změnách kladně, názory jednotlivých diváků pozitivní být nemusí.

**Předpokládaná struktura práce** (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

## ÚVOD

### 1. ČESKÝ TELEVIZNÍ TRH OD ROKU 1989

#### 1.1 Historie a současnost společnosti televize Prima v kontextu s českým televizním trhem

### 2. REENGINEERING TELEVIZE PRIMA

#### 2.1 Příčiny vzestupu

##### 2. 1. 1 Základní charakteristika zpravodajství TV Prima pod vedením šéfredaktora zpravodajství a publicistiky Pavla Zuny

##### 2. 1. 2 Bezvládní (odvolání P. Zuny a výběr nového šéfredaktora)

##### 2. 1. 3 Jitka Obzinová ve funkci

#### 2. 2 Časová osa změn ve zpravodajství TV Prima

##### 2. 2. 1 Krimi zprávy startují (charakteristika, sledovanost, zpravodajské hodnoty)

##### 2. 2. 2 Zpravodajství v novém kabátě (proměna studia, grafiky)

##### 2. 2. 3 VIP zprávy startují (charakteristika, sledovanost, zpravodajské hodnoty)

##### 2. 2. 4 Hodina plná zpráv (vysílající čas = boj o diváky, rozšíření hodinového informačního bloku)



na 7 dní týdně, začlenění sportovních zpráv do hlavní zpravodajské relace)

## 2. 2. 5 Milníky ve sledovanosti

**3. ZPRAVODAJSKÉ HODNOTY A HODNOCENÍ ZMĚN OBSAHOVÝCH A FORMÁLNÍCH (předběžně na základě: analýzy dat z průzkumů sledovanosti a vlastního průzkumu pomocí dotazníků)**

## 4. ZÁVĚR

## 5. POUŽITÁ LITERATURA

## 6. PŘÍLOHY

Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období, za které bude analyzován):

**Reengineering zpravodajství televize Prima od srpna 2009 do srpna 2011. Tedy od nástupu nové šéfredaktorky zpravodajství a publicistiky a následný vývoj po dobu dvou let.**

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Komparativní analýza dat z průzkumů sledovanosti a kvantitativní výzkum pomocí metody dotazníku. Čerpání z odborné literatury pro teoretické oblasti kapitol a podkapitol bakalářské práce. Čerpání z tiskových zpráv. Rozhovory s vybranými editory, šéfredaktorkou zpravodajství a publicistiky Jitkou Obzinovou, případně rozhovor s bývalým šéfredaktorem zpravodajství a publicistiky televize Prima Pavlem Zunou.

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

**Trampota, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006.**

Kniha seznamuje čtenáře se základními teoriemi, které se ke zprávám vztahují. Cenná je i pro svůj obsah o zpravodajských hodnotách.

**Osvaldová, Kopáč a Alice Tejkalová. O reportáži, o reportérech. Praha: Karolinum, 2010.**

Kniha zpracovává pohled na reportáž očima odborníků, očima těch, kteří jsou se světem médií neodmyslitelně spojeni. Pro bakalářskou práci je kniha přínosem například v kapitolách: Reportážní tendence v digitálním televizním zpravodajství, Posuny televizní reportáže, Reportáž jako (ne)postmoderní žánr...

**Thompson, John B. Média a modernita. Praha: Karolinum, 2004.**

Tato publikace spatřila světlo světa v roce 1995. Originální název zní: The Media and Modernity. A Social Theory of the Media. Už samotný název napovídá o obsahu. Ten se především soustředí na úlohu, kterou média plní nebo by plnit měla. Upozorňuje i na formy interakce.

**McQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2009.**

Výstižné zpracování role masových médií v moderní společnosti. Popis struktury, organizace, příjemců, obsahu médií atd.

**Jiráček, Jan Köpplová, Barbara. Média a společnost. Praha: Portál, 2003.**

Publikace je úvodem do studia médií. Věnuje se mediální produkci, publiku, mediálnímu produktu a autoři neopomněli ani na vliv médií.

**Schellmann, Bernhard a kol. Média: základní pojmy, návrhy, výroba. Praha: Europa-Sobotáles cz., 2004.**

Publikace je přehledem o současných médiích. Zaměřuje se na slovo, obraz ale věnuje se např. i odvětví designu a grafiky. Autoři tak vytvořili teoretického průvodce médií od A do Z.

**Trampota Tomáš a Vojtěchovská. Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010.**

Kniha je příručkou pro ty, kteří se výzkumem médií chtějí zabývat nebo jen pochopit principy jeho fungování.

**Waschková Císařová, Lenka. Regionální média v evropském kontextu. Brno: Masarykova univerzita, 2007.**

Publikace popisuje a vysvětluje v evropských a českých souvislostech problematiku vývoje a

současného stavu regionálních médií. Kniha obsahuje jak teoretické a výzkumné údaje tak i názory novinářů.

**Diplomové 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)

Tabloidizace českého televizního zpravodajství 1998-2008 [rukopis] / Tereza Kručinská ; vedoucí práce Jan Jirák, Praha 2010

Porovnání domácího zpravodajství v hlavních zpravodajských relacích České televize a TV Prima [rukopis] / Barbora Peterová ; vedoucí práce Martin Lokšík, Praha 2009

Prezentace média v reklamě [rukopis] : případová studie kampaně na nové zprávy TV Prima / Veronika Sabolová ; vedoucí práce Jan Jirák, Praha 2009

Selfpromotion českých televizních stanic na příkladu České televize a TV Prima v posledním čtvrtletí roku 2007 [rukopis] / Martina Čapková ; vedoucí práce Milan Šmíd, Praha 2008

Pronikání inscenačních prvků do hlavních zpravodajských pořadů ČT, TV Nova a Prima TV [rukopis] / Ivana Svobodová ; konzultant Martin Lokšík, Praha 2007

Zpravodajské hodnoty a jejich odraz v zahraničním zpravodajství Prima TV [rukopis] / Lucie Horáčková ; vedoucí práce Tomáš Trampota, Praha 2006

Příznakové způsoby zpracování zpravodajských reportáží a jejich uplatňování v televizním zpravodajství : [rukopis] (analýza televizního zpravodajství u tří českých celoplošných televizí ČT 1, TV Nova a TV Prima) / Vladimír Vořechovský ; vedoucí práce Tomáš Trampota, Praha 2006

**Datum / Podpis studenta/ky**

7.6.2011 Čerovská Eliška

**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 UK FSV vykonávám.**

**Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.**

PHDr. MARTIN LOKŠÍK  
**Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga**

7.6.2011 Martin Lokšík  
**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 UK FSV. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU KOPÍÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

**TEZE DOPORUČENÉ PEDAGOGEM/PEDAGOŽKOU BUDE VEDENÍ IKSŽ POUZE BRÁT NA VĚDOMÍ, TEZE PODÁVANÉ STUDENTEM SAMOSTATNĚ BUDE PROJEDNÁVAT.**

## Obsah

<b>ÚVOD</b> .....	<b>2</b>
<b>1. ČESKÝ TELEVIZNÍ TRH OD ROKU 1989</b> .....	<b>5</b>
1.1 <i>Historie a současnost společnosti Televize Prima v kontextu s českým televizním trhem</i> .....	6
<b>2. REENGINEERING TELEVIZE PRIMA</b> .....	<b>8</b>
2.1 <i>Příčiny vzestupu</i> .....	9
2.1.1 <i>Základní charakteristika zpravodajství TV Prima pod vedením šéfredaktora zpravodajství a publicistiky Pavla Zuny</i> .....	11
2.1.2 <i>Bezvládní (odvolání P. Zuny a výběr nového šéfredaktora)</i> .....	14
2.1.3 <i>Jitka Obzinová ve funkci</i> .....	16
2.2 <i>Časová osa změn ve zpravodajství TV Prima</i> .....	19
2.2.1 <i>Krimi zprávy startují</i> .....	21
2.2.2 <i>Zpravodajství v novém kabátě</i> .....	24
2.2.3 <i>VIP zprávy startují</i> .....	29
2.2.4 <i>Hodina plná zpráv</i> .....	31
2.2.5 <i>Milníky ve sledovanosti</i> .....	35
<b>3. ZPRAVODAJSKÉ HODNOTY A HODNOCENÍ ZMĚN OBSAHOVÝCH A FORMÁLNÍCH</b> .....	<b>39</b>
<b>ZÁVĚR</b> .....	<b>61</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>63</b>
<b>POUŽITÁ LITERATURA</b> .....	<b>65</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH</b> .....	<b>73</b>
<b>PŘÍLOHY</b> .....	<b>74</b>

## Úvod

Hlavní zpravodajská relace je zpravidla nejsledovanější zpravodajskou relací dne. To ale neznamená, že je automaticky konkurence schopná. Ve své bakalářské práci mapuji vývoj hlavní zpravodajské relace (Zprávy FTV Prima) televize Prima family, která nebyla vždy úspěšná. Dnešní Zprávy FTV Prima musely o své diváky bojovat. Byla vytvořena zpravodajská hodina, která je díky své charakteristice na českém televizním trhu ojedinělá. Bakalářská práce tak díky komparativní analýze denního tisku a online médií odkrývá zákulisí úspěchu. Přináší kompletní informace o tom, kdo zavedl novou zpravodajskou strategii, která zvýšila sledovanost hlavní zpravodajské relace. Pro úplnost: do 31. 12. 2011 byla hlavní zpravodajská relace vysílána pod názvem Zprávy TV Prima na kanálu Prima televize<sup>1</sup>, a protože časové období, které v rámci bakalářské práce mapuji, končí srpnem 2011, zachovávám v bakalářské práci původní označení Zprávy TV Prima. Stejně tak i na místo Prima family budete v bakalářské práci číst o televizi Prima. Šlo o změnu, která je v zásadě jen technická a nedotkla se nijak samotného programu. Přistoupilo se k ní z prostého důvodu. Změnou licence se Prima zbavila povinnosti vysílat na společných kmitočtech s regionálními studii. Ta vstupovala do vysílání Primy dvakrát denně a stopáž jednoho vstupu byla v délce dvaceti minut.<sup>2</sup>

Nikdy nedostaneme druhou šanci udělat první dojem. A ve zpravodajství tomu není jinak. I když první záblesk úspěchu často končí neúspěchem. Vždycky je tu druhá šance, jak svůj první dojem vylepšit. Není to jednoduché a není to ani běh na krátkou trať. Úspěšného cíle ale lze dosáhnout. Tak bude vypadat i „příběh“ této bakalářské práce. Dovoluji si použít slovo příběh, protože hlavní zpravodajská relace a reportáže v ní obsažené jsou vesměs příběhy lidí nebo právě o lidech. Abych dodržela linii tohoto příběhu, nemůžu se věnovat pouze vymezenému období, které bakalářská práce obsahuje, tj. od srpna 2009 do srpna 2011, kdy došlo ke změně struktury zpravodajství, ale musím shrnout i dávnější minulost, tedy první záblesk úspěchu pod vedením šéfredaktora zpravodajství a publicistiky Pavla Zuny. Ten ale, jak už jsem uvedla, skončil neúspěchem. Více v samotné bakalářské práci v kapitole Základní

<sup>1</sup> SINGER, Marek. *Naladte si rodinnou zábavu na nové televizi Prima family – již od 1. ledna 2012* [online]. 27.12.2011 [cit. 14. února 2012]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/naladte-si-rodinnou-zabavu-na-nove-televizi-prima-family-jiz-od-1-ledna-2012>>

<sup>2</sup> AUST, Ondřej. *Televize Prima začne pod novým názvem vysílat 1. ledna 2012 v 6 hodin* [online]. 27.12.2011 [cit. 14. února 2012]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediar.cz/televize-prima-zacne-pod-novym-nazvem-vysilat-1-ledna-2012-v-6-hodin/>>

charakteristika zpravodajství TV Prima pod vedením šéfredaktora zpravodajství a publicistiky Pavla Zuny.

Televize je masově mediální instituce. Shrňme si už v úvodu, co je úkolem takových institucí. *„Jejich hlavní činností je produkce a distribuce symbolických obsahů. Média operují ve „veřejné sféře“ a jsou podle toho regulována. Zapojení podavatele a příjemce je dobrovolné. Jejich organizace je svou formou profesionální a byrokratická. Média jsou svobodná a současně nejsou nadána žádnou mocí.“*<sup>3</sup>

Tato bakalářská práce si klade za cíl sloužit jako průvodce změnami ve zpravodajství Primy, které vedly k úspěchu v podobě nárůstu sledovanosti. Nesmí se ale opomenout výše napsaná slova Denise McQuaila, že charakterizovat úspěšnost televize je o to složitější, že ani na Primě ani v žádném jiném masovém médiu není proces komunikace oboustranný. Tedy vztah mezi podavatelem a příjemcem je v masovém médiu jednosměrný a neosobní.<sup>4</sup> Jak je zmíněno výše, „zapojení podavatele a příjemce je dobrovolné.“<sup>5</sup> Proto cílem této bakalářské práce není jen pouhé zmapování změn, ale i získání odpovědi na otázku, jak je veřejnost, televizní diváci, se změnami spokojena. I přesto, že sledovanost může vypovídat o změnách kladně, názory jednotlivých diváků pozitivní být nemusí. *„Většina lidí v médiích však – nikoli zcela neoprávněně – nepovažuje sledovanost za příliš spolehlivé měřítko skutečné kvality. Například Gans (1979, s. 232) poznamenává, že „když oddělení výzkumu názorů publika televizní společnosti předložilo informaci o tom, jak vzorek diváků hodnotil soubor televizních zpravodajských materiálů, byli novináři zděšeni, neboť respondenti oceňovali právě ty ukázky, které novináři považovali za málo kvalitní, a naopak, „dobré story“ se jim nelíbily“*<sup>6</sup> Vlastní dotazníkové šetření v závěru této bakalářské práce tak pomůže prolomit jednostrannost komunikace mezi divákem a zpravodajstvím a ukáže reálný pohled. Vedle sebe tak budeme mít šanci porovnat výsledky elektronického měření sledovanosti hlavní zpravodajské relace s názory diváků.

Aby tato bakalářská práce získala na odbornosti, neomezila jsem se jen na vlastní dotazníkové šetření, ale spolupracovala jsem i se společností Median s.r.o., zabývající se výzkumem trhu, médií a výzkumem veřejného mínění.<sup>7</sup> Společnost mi poskytla výsledky z výzkumu MML (Market&Media&Lifestyle). Stejně tak jsem se

<sup>3</sup> McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2007, s. 32.

<sup>4</sup> McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2007, s. 59.

<sup>5</sup> McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2007, s. 32.

<sup>6</sup> McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2007, s. 238.

snažila navázat spolupráci s Asociací televizních organizací (ATO), obdržela jsem přístupové heslo a směla jsem tak nahlížet do dat elektronického měření. Nicméně se mi nepodařilo získat grafy sledovanosti jen v omezeném časovém rozmezí (19.00-20.00hod.).

Soustředila jsem se také na to, aby bakalářská práce měla vyšší hodnotu autentičnosti, proto v bakalářské práci, hlavně v příloze, naleznete stručné životopisy nebo rozhovory s některými lidmi, jejichž jména jsou v bakalářské práci zmíněna. Navíc jsem požádala a následně uskutečnila rozhovor se zástupcem šéfredaktorky a editorem zpravodajství TV Prima family Antonínem Zámyslickým, s kterým jsem hovořila nejen o jeho pracovní pozici, ale i o současné skladbě a výběru zpráv do hlavní zpravodajské relace.

Stejně tak jako pro zpravodajství je důležitý kontext události, tak i tato bakalářská práce si jako za jeden z mnoha cílů klade přinést kontext situace na televizním trhu a místy se také bude věnovat i samotnému divákovi a případné změně jeho chování.

Já sama vnímám jako přínos, že můžu vycházet i z vlastních zkušeností z praxe v médiích. Nebudu se bát prezentovat svůj názor, i když může vzbudit negativní ohlas u odborníků, kteří v médiích pracují řadu let. Možná to bude tehdy, kdy budu popisovat historii médií z dob, kdy jsem jim nevěnovala tak velký prostor své pozornosti jako dnes, ale v takových případech si svůj názor vytvářím z veřejně dostupných informací, které jsou v této bakalářské práci citovány.

---

<sup>7</sup> <http://www.median.cz/index.php?lang=cs>

## 1. Český televizní trh od roku 1989

Až do 31. 1. 1992 u nás neexistovala jiná nežli Československá televize. S rozdělením československé federace, ale Československá televize zanikla. Otázka, co bude s vysíláním po rozdělení federace už ale byla vyřešena dávno před samotným rozdělením. A byla to právě Slovenská národní rada, která k 1. 7. 1991 zřídila svým zákonem Slovenskou televizi. Češi ale nezůstali o moc pozadu a k 1. 1. 1992, tedy o šest měsíců později, byla zákonem České národní rady zřízena Česká televize. „Mezitím byl 30. října 1991 schválen zákon Federálního shromáždění ČSFR č. 468/1991 o provozování rozhlasového a televizního vysílání, který rozlišil dvě kategorie vysílatelů - provozovatele vysílání ze zákona (bývají označováni jako veřejnoprávní) a držitele licence (soukromá, komerční televize či rozhlas). Tento zákon, který umožnil vznik komerční televize, platil ve znění změn a doplňků do poloviny roku 2001.“<sup>8</sup>

První licenci k provozování komerčního televizního vysílání v ČR udělila Rada ČR pro rozhlasové a televizní vysílání společnosti FTV Prima, a to dne 26. listopadu 1992. Šlo o vysílací licenci pro oblast Prahy a středních Čech. Premiéra TV, dnešní Prima family, tak v té době působila pouze na regionální úrovni. Na regionálním kanálu pro oblast Prahy a středních Čech zahájila středočeská privátní televizní stanice Premiéra TV vysílání 20. června 1993. Netrvalo to ale dlouho a o rok později (v červenci 1994) získala Premiéra TV licenci „k provozování celoplošného televizního vysílání prostřednictvím satelitu jako centrálního plnoformátového programu pro regionální a lokální televizní vysílání“.<sup>9</sup> TV Premiéra tak měla šanci dosáhnout pokrytí na více než osmdesáti procentech území.

Aby to ale první komerční televize neměla na trhu tak jednoduché, přichází na „scénu“ společnost CET 21 (Central European Television for 21th Century). Rada ČR pro rozhlasové a televizní vysílání rozhodla 30. ledna 1993 o přidělení licence výše zmiňované společnosti. Nesmím opomenout informaci, že TV Nova od začátku vysílala jako první celoplošný soukromý televizní program nejen u nás, ale v celé východní Evropě.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> Konec federální televize [ online ]. [cit. 3. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/konec-federalni-televize>>.

<sup>9</sup> Které okruhy pro ČT? [ online ]. [cit. 3. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceska-televize-od-r-1993/ktere-okruhy-pro-ct/>>.

<sup>10</sup> ŠMÍD, Milan. *Média, internet, TV Nova a já*. 1. vyd. Praha : ISV, 2000, s. 51.

Komerční soukromá televize s názvem TV Nova zahájila vysílání 4. 2. 1994.<sup>11</sup> Hned od začátku vysílání ale TV Nova porušovala český zákon. Vysílaný program totiž přerušovala reklamou.<sup>12</sup> Nicméně Rada ČR pro rozhlasové a televizní vysílání se rozhodla pozměnit zákon tak, aby komerční televize mohly vkládat reklamy do filmů. Za dva měsíce si TV Nova vydobyla neskutečně silné postavení. „*Průměrná sledovanost TV Nova přesáhla průměrnou souhrnnou sledovanost obou programů České televize.*“<sup>13</sup> TV Nova si i přes své dominantní postavení často v negativním slova smyslu zahrávala s českou zákonnou normou. Rada ČR pro rozhlasové a televizní vysílání se obávala politického vlivu, který bezpochyby nejsledovanější celoplošná TV Nova měla. Stejně tak se začaly objevovat i stížnosti na nepravdivé informace ve vysílání.<sup>14</sup> Tyto a další kroky vedly k tomu, že Rada České republiky pro rozhlasové a televizní vysílání zahájila správní řízení o odebrání licence společnosti CET 21. Podle Rady ČR pro rozhlasové a televizní vysílání byl totiž v pořadu Volejte řediteli neustále porušován právě zákon o rozhlasovém a televizním vysílání. Tento spor a celé řízení bylo ale později zastaveno.<sup>15</sup>

## **1.1 Historie a současnost společnosti Televize Prima v kontextu s českým televizním trhem**

Nástup TV Nova byl pro Premiéra TV „noční můrou“ od prvních „nováckých“ minut vysílání. „*Sledovanost televize (podíl na trhu) se pohyboval do 5% a stanice nebyla zajímavá pro zadavatele reklamy. Pokračování její existence bylo možné pouze díky Investiční a poštovní bance, která 13. 1. 1994 získala 55% podíl ve společnosti FTV Premiéra (držitel licence na celoplošné a regionální vysílání televizní stanice Premiéra TV). Po kladném správním rozhodnutí Rady ČR pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 15. 6. 1994 se Investiční a poštovní banka stala stoprocentním*

<sup>11</sup> KOLEKTIV AUTORŮ. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003, s. 287.

<sup>12</sup> KOLEKTIV AUTORŮ. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003, s. 288.

<sup>13</sup> KOLEKTIV AUTORŮ. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003, s. 290.

<sup>14</sup> KOLEKTIV AUTORŮ. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003, s. 313.

<sup>15</sup> KOLEKTIV AUTORŮ. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003, s. 314-315.



vlastníkem společnosti FTV Premiéra.“<sup>16</sup> Tento krok bezpochyby zachránil Premiéru TV před jejím koncem. Nicméně už v roce 1996 musela Premiéra TV upravit svoji programovou skladbu. Připojili se k ní totiž regionální stanice. Programová skladba fungovala na principu tzv. časových oken, tj. pravidelný čas v programovém schématu, který je vymezen pro provozovatele lokálního a regionálního vysílání. Tito provozovatelé tak, v předem stanovených časech, mají prostor vysílat své pořady.<sup>17</sup> Ten samý rok Rada ČR pro rozhlasové a televizní vysílání odsouhlasila registraci oprávnění společnosti k satelitnímu vysílání.<sup>18</sup> A jen co televize Premiéra TV změnila v roce 1997 svůj název na Prima TV, začalo se jí dařit. Prima TV tehdy nezměnila jen své jméno, ale i sídlo. Přestěhovala se do „svého nynějšího a dnes již velmi známého sídla na Palmovce (Na Žertvách 24/132).“<sup>19</sup> Prima TV se začala těšit ze zvýšeného zájmu recipientů. Sledovanost vzrostla z 15% na 20%. Zároveň televize vymezila své publikum. Za hlavní cílovou skupinu televize s tehdejšími názvem Prima TV je od té doby považována rodina.<sup>20</sup>

- V roce 2001 se zvyšuje pokrytí televizním signálem na 94% obyvatelstva.
- V roce 2002 spouští televize své webové stránky.
- V roce 2003 získává televize prodloužení licence k vysílání, a to až do roku 2018. První licence, kterou tehdejší Premiéra TV dostala, byla s platností na dvanáct let.
- V roce 2004 Prima TV zasáhla svým pokrytím 96% obyvatelstva.
- V roce 2005 mění televize své logo na logo s oranžovou kuličkou a podtitulem „...a jste doma“. Zároveň do Prima TV majetkově vstupuje švédská mediální skupina MTG.
- Rok 2008 provází další změna loga. Prima TV se začne prezentovat pomocí moderního 3D loga a dojde i ke změně názvu z Prima TV na Televize Prima. Zahajuje se zkušební zemské digitální vysílání v Brně. A Televize Prima se snaží zviditelnit

<sup>16</sup> KOLEKTIV AUTORŮ. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003, s. 295.

<sup>17</sup> KOLEKTIV AUTORŮ. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003, s. 301.

<sup>18</sup> KOLEKTIV AUTORŮ. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003, s. 303.

<sup>19</sup> *Historie společnosti* [online]. 23.07.2009 [cit. 3. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/o-spolecnosti/historie-spolecnosti>>.

<sup>20</sup> *Historie společnosti* [online]. 23.07.2009 [cit. 3. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/o-spolecnosti/historie-spolecnosti>>.

pomocí některých pořadů, které jsou umístěny na videoseveru ([www.stream.cz](http://www.stream.cz)), a zároveň je spuštěna nová podoba webových stránek ([www.iprima.cz](http://www.iprima.cz)).<sup>21</sup>

- Od 1. dubna 2009 od 18.00hod. večerní vysílá digitální televize Prima COOL. Formát stanice Prima COOL je strukturován hlavně pro mladé lidi se zaměřením na muže.<sup>22</sup>

- „Televize Prima vypne analogové vysílání na území Prahy, a to v termínu stanoveném Technickým plánem přechodu na digitální vysílání, tedy ke dni 30.4.2009.“<sup>23</sup> V Praze tak od té doby je možné sledovat vysílání pouze digitálně.

- 8. března 2011, tedy na Mezinárodní den žen, zahájila své vysílání nová stanice Prima LOVE s programovou strukturou zaměřenou na ženy.<sup>24</sup>

## 2. Reengineering Televize Prima

V této kapitole se pokusím zaznamenat, kdy začalo zavádění radikálních organizačních změn a proměn v televizi, kdy došlo k zásadnímu zlepšení procesů v podnikání, kdy nastala změna způsobu myšlení a chování pracovníků a kdy tyto změny vedly k lepšímu postavení TV Prima na českém mediálním trhu. K těmto změnám došlo v několika postupných vlnách. V předchozí kapitole už byl zmíněn například zvyšující se rozsah pokrytí a možnost zasáhnout signálem co největší plochu území. To sice automaticky znamená navýšení sledovanosti, ale samo o sobě to nestačí. Jak jsem už zmínila, od začátku na celoplošné úrovni vysílala jen veřejnoprávní Česká televize a komerční TV Nova. Televizi Prima se sice podařilo licenci na celoplošné vysílání získat, ale na celoplošný trh tak nepřišla jako druhá, ale jako třetí v pořadí. Vedení tak před sebou nemělo lehkou cestu. Dostat se na mediální trh a prosadit se v době, kdy už existuje konkurence, a získat si publikum není snadné. Ve své knize Úvod to teorie masové komunikace o tom píše i Denis McQUAIL. Zdůrazňuje, že jestli publikum získáme, záleží především na publiku samotném, které je ovlivněno svým

<sup>21</sup> *Historie společnosti* [ online ]. 23.07.2009 [cit. 3. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/o-spolecnosti/historie-spolecnosti>>.

<sup>22</sup> *O Prima COOL* [ online ]. [cit. 3. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.tv-cool.cz/o-prima-cool/>>.

<sup>23</sup> *Televize Prima bude vypínat analog v Praze* [ online ]. 29.04.2009 [cit. 4. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/televize-prima-bude-vypinat-analog-v-praze>>.

<sup>24</sup> MRÁKOTOVÁ, Jana. Bude jaro, zamilujte se – do nové televize Prima LOVE [ online ]. 17.02.2012 [cit. 04.11.2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/bude-jaro-zamilujte-se-do-nove-televize-prima-love>>.

pracovním vytížením, zájmy apod.<sup>25</sup> Nehledě na to, že „jednotlivci mají v oblasti užívání médií pevné zvyky a preference, které ovlivňují jejich ochotu užívat média a ovlivňují i míru, v jaké jsou vůči médiím selektivní (vybíraví) a aktivní. Obecně lze říci, že většina lidí si zřejmě brzy vytváří také specifické vzorce oblib a nelibostí ve vztahu k určitým druhům obsahu (jako je například televizní sport, zpravodajství, komedie či soap opery).“<sup>26</sup> Změnit tak návyk jednotlivce, aby začal sledovat něco jiného, není jednoduché. Publikum navíc musí mít také povědomí o alternativách, aby nenastala situace, že jedinec sleduje program na kanálu setrvačně jen proto, že daný kanál se mu při zapnutí televizoru objevil jako první.<sup>27</sup> Z toho plyne, že opravdu nestačí jen pokrýt vysíláním co nejvíce území, ale v první řadě je nezbytné specifikovat, komu je program určený. Už v roce 1997 si TV Prima určila za cílovou skupinu rodinu. „V situaci rodinného sledování televize jsou konkrétní volby často výsledkem kompromisů, jež neodrážejí individuální preference.“<sup>28</sup> V programu TV Prima by se tak měl nalézt každý člen rodiny.

## 2.1 Příčiny vzestupu

„Navzdory standardizaci mnohé mediální produkty mohou, a koneckonců i musí, být den co den nekonečně různé a jen zřídka kdy je lze opakovaně prodávat v naprosto stejné podobě.“<sup>29</sup> Tato věta je klíčem k úspěchu. Je důležité si uvědomit jednu základní věc. Veškeré zpravodajství, ať už TV Prima, České televize nebo TV Nova, vychází z více či méně stejných zdrojů (zpravodajské agentury, zpravodajské servery, náměty od diváků). I když v ČR je více než jedna zpravodajská agentura a i když každé zpravodajství určité televize má přístup k jiné agentuře, agentury informují, nebojím se tvrdit, na 99% o stejných událostech. Vždyť Česká republika není zrovna DVAKRÁT velká. Když má každé televizní zpravodajství přístup ke stejným informacím, logicky přichází na řadu otázka, co vede k odlišení jednotlivých televizních zpravodajství. Ano, je to způsob zpracování a originalita. „Zpravodajská média také často neopomenou zdůraznit, že mají informaci z vlastních zdrojů (např. „Jak se podařilo zjistit televizi

<sup>25</sup> McQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 3. vyd. Praha: Portál, 2007, s. 334.

<sup>26</sup> Tamtéž.

<sup>27</sup> Tamtéž.

<sup>28</sup> Tamtéž.

<sup>29</sup> McQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 3. vyd. Praha: Portál, 2007, s. 195.

*Nova....“), nebo že ji zjistila jako první.“<sup>30</sup> Originalita se ve zpravodajství může projevit také u zahraniční redakce v momentě, kdy zahraniční redakce nečerpá informace o tom, co se děje za hranicemi České republiky pouze z agentur, ale čerpá je od svého zahraničního redaktora. Médium si získává lepší sebezpůsobení v ten okamžik, kdy má svého zahraničního reportéra na místě neočekávané události.<sup>31</sup> A v neposlední řadě hraje roli následná prezentace.*

### **- 1. Zprávy na Primě**

Nové tváře, studio a koncepce, jen málokdo by si nechal něco takového ujít. *„První 1. zprávy na Prima TV s novou moderátorskou dvojicí ve složení Terezie Kašparovská a Jiří Chum si nenechalo dne 17. září 2006 ujít více než jeden a čtvrt milionu dospělých diváků, což ve srovnání s dosavadní zářijovou sledovaností znamená významné navýšení o 380 tisíc diváků. Podíl Prima TV na trhu během zpráv narostl o 8 %. K navýšení počtu diváků došlo u všech věkových kategorií, největší změny jsme však zaznamenali u mladších diváků - podíl na trhu u diváků ve věku 15-44 let se v porovnání s dosavadními zářijovými čísly navýšil o cca 15 %, takže 1. zprávy si tuto neděli (17. září 2006) vybralo ke sledování téměř 40 % ze všech diváků v tomto věku přítomných u televizních obrazovek. Zájem o dění u nás i ve světě vykazují ve větší míře muži, 1. zprávy tak sledovala nadpoloviční většina ze všech mužů přítomných u televize.*

*Nový háv prospěl i sportovnímu zpravodajství, první 1. zprávy sport s Jiřím Nikodýmem sledovalo o 162 tisíc diváků více než byla průměrná zářijová sledovanost Sportovního deníku. I u tohoto pořadu došlo k navýšení napříč všemi věkovými kategoriemi.“<sup>32</sup>*

Z výše uvedeného lze vydedukovat, že diváci, kteří by sledovali zprávy na Primě, jsou. Jen je nutné najít klíč, jak si je udržet.

### **- 1. zprávy na Prima TV s delší stopáží a novým začátkem**

1. zprávy začaly být opravdu prvními zprávami na podzim roku 2007 (konkrétně od 15. října 2007). Začátek hlavní zpravodajské relace byl posunut na 18.55hod. Zároveň Prima TV prodloužila stopáž zpravodajské relace. S posunutím hlavní zpravodajské relace, ale *„současně zachováme konec zpravodajství včetně informací ze*

<sup>30</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 192.

<sup>31</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 100.

<sup>32</sup> REDAKCE RADIOTV. *1. Zprávy na Primě měly premiéru*. [ online ]. 20.09.2006 [cit. 4. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tisk/1-zprvy-na-prim-mly-premiru/](http://www.radiotv.cz/p_tisk/1-zprvy-na-prim-mly-premiru/)>.

*sportu. Celkově tedy prodlužujeme stopáž, což nám umožní přinést více aktuálních informací,“ vysvětlil šéfredaktor zpravodajství Prima TV Pavel Zuna.<sup>33</sup>*

Tehdejší stanovisko Pavla Zuny, šéfredaktora zpravodajství a publicistiky, posunout zpravodajskou relaci se začátkem za pět minut sedm (18.55hod.), se dnes dá považovat za velmi úspěšnou strategii, možná i za jednu z těch nejlepších, kterou tehdejší šéfredaktor zpravodajství a publicistiky Pavel Zuna v době svého působení zavedl. I dnes hlavní zpravodajská relace začíná ve výše zmiňovaném čase a těší se z vyšší sledovanosti než za vedení Pavla Zuny. V následující kapitole tak shrnu, proč si zpravodajství Primy nezískalo oblíbenost už pod vedením Pavla Zuny. Pokusím se specifikovat příčiny, které vedly ke vzestupu sledovanosti zpráv po jeho odchodu.

### **2.1.1 Základní charakteristika zpravodajství TV Prima pod vedením šéfredaktora zpravodajství a publicistiky Pavla Zuny**

Prima netajila své ambice zlepšit si postavení na trhu. Pavel Zuna nastoupil na pozici šéfredaktora zpravodajství a publicistiky TV Prima na podzim roku 2007. A podle všeho měl od začátku jasno, čeho chce ve své funkci dosáhnout a co chce změnit. Posunout Zprávy TV Prima na 19.30hod. „*Když jsem nastupoval do televize Prima, mnoho lidí se mne ptalo, proč tam jdu. Tohle je ten důvod a to, co mě zajímá. Posunout zprávy na půl osmou proti největšímu konkurentovi, proti 12 nebo 14 let nejsledovanějšímu pořadu v zemi,*“ řekl šéf zpráv na Primě a někdejší vedoucí zpravodajství Novy.<sup>34</sup> Jestli posunutí vysílacího času bude nebo nebude dobrý krok se předem nedalo odhadnout. Tehdejšímu šéfredaktorovi ale rozhodně nechyběla odvaha. „*Mluvíte s člověkem, který zprávy Novy sedm let dělal a vedl. Tzn. moje zkušenost s televizním trhem a se zpravodajstvím v této zemi je, že úplně diametrálně odlišně to dělat nelze. Jednoduše proto, že ten model je prověřený, je obecně uznávaný jako úspěšný. A tudíž jít nějakou úplně jinou cestou (nelze) - já si ji zaprvé ani nedovedu*

<sup>33</sup> REDAKCE RADIOTV. *Prima TV prodlužuje své 1. zprávy* [ online ]. 26.09.2007 [cit. 4. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/t\\_program/prima-tv-prodluuje-sv-1-zprvy/](http://www.radiotv.cz/p_tv/t_program/prima-tv-prodluuje-sv-1-zprvy/)>.

<sup>34</sup> KÁLAL, Jan. *Pavel Zuna: Zprávy na Primě od 19.30 jsou průzkumem boje* [ online ]. 22.1.2008 [cit. 8. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/clanky/pavel-zuna-zpravy-na-prime-od-1930-jsou-pruzkum/>>.

*představit a za druhé pravděpodobnost, že by byla úspěšná, není příliš vysoká.*<sup>35</sup> Z těchto slov bylo jasné, že Zprávy TV Prima nebudou kompromisem mezi zpravodajstvím ČT1 a TV Nova. Možná právě v tom byla ta chyba. I neznalec přece ví, že kopírovat něco, co na trhu už k dostání je, nepřinese nikdy tolik úspěchu, jako když se vyvine něco nového a správně se to navenek prezentuje. Nicméně Pavel Zuna se vydal do „boje“. Dne 21. ledna 2008 proběhla tisková konference a TV Prima na ni tehdy potvrdila přesun vysílacího času hlavní zpravodajské relace. *„Od 4. února se tedy Zprávy TV Prima, jak je nová relace pojmenována, budou vysílat souběžně s nejsledovanějšími Televizními novinami TV Nova (19:30). Tým moderátorů dostane novou posilu.*“<sup>36</sup> Od 4. února 2008 tak diváci mohli sledovat Zprávy TV Prima v čase od 19.30hod. a zprávami je provázely tři moderátorské dvojce: Pavel Zuna s Mirkou Čejkovou, Terezie Kašparovská a Jiří Chum, Světlana Zárubová a Roman Fojta. Start Zpráv TV Prima byl na 4. února 2008 naplánován bezpochyby zcela záměrně. Když jsem zapátrala v historii, bylo to přesně 9 let od doby, kdy Pavel Zuna s Mirkou Čejkovou poprvé společně uváděli zprávy na TV Nova. Ten samý den TV Nova slavila své 14. výročí. Začala tak konkurenční „válka“ o zprávy v čase 19.30hod. Zajímavostí je, že z vysílacího času v půl osmé večer se *„po zavedení peoplemetrů před více než jedenácti lety stáhla veřejnoprávní televize.*“<sup>37</sup> Vedení zpravodajství TV Prima si ale věřilo, a fakt, že vysílací čas v 19.30hod. nesvědčil ani v minulosti zpravodajství České televize, nechali stranou. Dovolte mi jednu vsuvku. Podle mého názoru je čas mezi 19.30hod. a 20.00hod. opravdu klíčový. A to proto, že pokud má zpravodajství úspěch, tak další vysílací čas po zprávách nezačíná z nuly. Podle prvních odvysílaných zpráv v 19.30hod. vše nasvědčovalo tomu, že Pavel Zuna „válku“ s Televizními novinami TV Nova opravdu vyhrál. *„Zprávy TV Prima si nenechalo ujít 1,43 milionu diváků, při podílu 34,9%. Televizní noviny na Nově přišly o velké množství diváků – rating klesl pod hranici dvou milionů na 1,85 milionu, přitom běžná sledovanost dosahuje*

---

<sup>35</sup> KÁLAL, Jan. *Pavel Zuna: Zprávy na Primě od 19.30 jsou průzkumem boje* [ online ]. 22.1.2008 [cit. 8. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/clanky/pavel-zuna-zpravy-na-prime-od-1930-jsou-pruzkum/>>.

<sup>36</sup> REDAKCE RADIOTV. *Prima potvrzuje: Zprávy TV Prima nasadíme v 19.30* [ online ]. 21.01.2008 [cit. 8. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/t\\_obecne/prima-potvrzuje-zpravy-tv-prima-nasadime-v-19-30/](http://www.radiotv.cz/p_tv/t_obecne/prima-potvrzuje-zpravy-tv-prima-nasadime-v-19-30/)>.

<sup>37</sup> KÁLAL, Jan. *Pavel Zuna: Zprávy na Primě od 19.30 jsou průzkumem boje* [ online ]. 22.1.2008 [cit. 8. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/clanky/pavel-zuna-zpravy-na-prime-od-1930-jsou-pruzkum/>>.

2,5 milionu. Po skončení hlavních Zpráv TV Prima ale diváci přepínali na Novu.<sup>38</sup> I sám Pavel Zuna byl ze svého úspěchu překvapen. „Z tohoto výsledku jsem v příjemném šoku. Moc si vážím toho, že si nás diváci vybrali; nechceme je ani nadále zklamát. Věřím, že nám zůstanou věrní, a já mohu slíbit, že se k nim nikdy neotočíme zády.“<sup>39</sup>

O tři měsíce později Zprávy TV Prima vzdávají boj s Televizními novinami TV Nova. Na tiskové konferenci to v půli dubna oznámil sám ředitel televize Marek Singer. Zprávy TV Prima se tak od 5. května 2008 vrátily k vysílacímu času od 18.55hod. Zprávy TV Prima sice diváky rychle nabyly, stejně rychle je ale i pozbyly. „Druhý den Zprávy TV Prima sledovalo 1,1 milionu diváků, koncem týdne už jen necelých 900 tisíc a v současné době je vyhledává necelý půlmilion.“<sup>40</sup>

Pavlovi Zunovi se nepodařilo se změnou prorazit. Jeho koncept spočíval v „okopírování“ Televizních novin TV Nova jen s tím rozdílem, že chtěl „primácké televizní noviny“ dělat lépe. Alespoň tak to vyplývalo z jeho slov: „My se budeme snažit stavět na tom, kde má, podle našeho názoru, Nova v současnosti slabá místa. Myslím, když mluvíme o přiběžích, že se dá najít mnoho lepších témat, o kterých se dají vyprávět příběhy, než se v současnosti vyprávějí na jiných televizích. Tam je to místo.“<sup>41</sup> To ale bohužel nestačilo. Prosím, nechápejte ale má výše napsaná slova a věty tak, že příčinou pozdějšího vzestupu Zpráv TV Prima bylo odvolání Pavla Zuny z šéfredaktorské pozice. Vždyť právě on poukázal na to, že důležité bude vymyslet, čím vyplnit čas od půl osmé do osmé hodiny tak, aby TV Prima účinně konkurovala Televizním novinám. A odkryl tajemství, že dělat zprávy jen trochu jinak nestačí. Jeho změny také poukázaly na fakt, že Zprávám TV Prima svědčí večerní vysílací čas za pět minut sedm a je to tak základní kámen, na kterém je nutné stavět. Za Zunova vedení se zároveň změnila grafika, která najednou nebyla zastaralá, ale moderní (viz. příloha). To všechno byly, jsou a budou cenné zkušenosti pro následovníky P. Zuny.

<sup>38</sup> RADIOTV. *Nové Zprávy TV Prima zaujaly, sledovanost stoupla o půl milionu* [ online ]. 05.02.2008 [cit. 8. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/t\\_obecne/nove-zpravy-tv-prima-zaujaly-sledovanost-stoupla-o-pul-milionu/](http://www.radiotv.cz/p_tv/t_obecne/nove-zpravy-tv-prima-zaujaly-sledovanost-stoupla-o-pul-milionu/)>.

<sup>39</sup> RADIOTV. *Nové Zprávy TV Prima zaujaly, sledovanost stoupla o půl milionu* [ online ]. 05.02.2008 [cit. 8. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/t\\_obecne/nove-zpravy-tv-prima-zaujaly-sledovanost-stoupla-o-pul-milionu/](http://www.radiotv.cz/p_tv/t_obecne/nove-zpravy-tv-prima-zaujaly-sledovanost-stoupla-o-pul-milionu/)>.

<sup>40</sup> RADIOTV. *Prima vzdává boj, Zprávy TV Prima opět v 18:55* [ online ]. 18.04.2008 [cit. 8. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/t\\_program/prima-vzdava-boj-zpravy-tv-prima-opet-v-18-55/](http://www.radiotv.cz/p_tv/t_program/prima-vzdava-boj-zpravy-tv-prima-opet-v-18-55/)>.

<sup>41</sup> KÁLAL, Jan. *Pavel Zuna: Zprávy na Primě od 19.30 jsou průzkumem boje* [ online ]. 22.1.2008 [cit. 8. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/clanky/pavel-zuna-zpravy-na-prime-od-1930-jsou-pruzkum/>>.

### 2.1.2 Bezládí (odvolání P. Zuny a výběr nového šéfredaktora)

Pavel Zuna nenaplnil představy svých nadřízených. Ve čtvrtek 21. května 2009 proto opouští funkci šéfredaktora zpravodajství a publicistiky. Když posoudím všechna pro a proti, tak Zuna konkurenci spíše kopíroval, než aby šel proti ní, a to se mu stalo osudným. Pro lepší orientaci je ale nezbytné jednotlivé kroky, které mapují Zunův odchod, shrnout postupně.

Pavel Zuna poskytl rozhovor internetovému serveru [www.strategie.e15.cz](http://www.strategie.e15.cz). Rozhovor byl publikován v den, kdy se vysílací čas Zpráv TV Prima vrátil na 18.55hod. Ty nejzajímavější otázky a odpovědi naleznete v příloze této bakalářské práce.

*„V souvislosti se zvyšováním efektivity v období ekonomické krize se vedení Televize Prima dohodlo na ukončení spolupráce s Pavlem Zunou, šéfredaktorem zpravodajství a publicistiky, a to ke dni 21. 5. 2009. Pavel Zuna působil v Televizi Prima od podzimu roku 2007.“*<sup>42</sup> Alespoň tak zněl oficiální důvod odvolání P. Zuny z jeho pozice.<sup>43</sup> Další internetový server k dohodě o ukončení spolupráce napsal: *„Důvodem byla jeho údajná neochota v pokračování úsporných opatření. Další snižování nákladů by podle něj zapříčinilo nekvalitu zpravodajství, což nebyl ochoten podstoupit.“*<sup>44</sup> Přečetla jsem si tiskovou zprávu, která informuje o důvodech vedoucích k přijetí Jitky Obzinové. *„Vedení Televize Prima od nové šéfredaktorky očekává především další zkvalitňování práce zpravodajství a jeho rozvoj směrem k jasnému profilu Zpráv TV Prima.“*<sup>45</sup> Postřehla jsem, že P. Zuna byl odvolán proto, že nevytvořil jasný koncept zpravodajství a důvod ekonomického šetření byl spíše marginální. Tuto moji domněnku ostatně potvrzuje o dva měsíce později vydaná tisková zpráva o přijetí Jitky Obzinové a konkrétně slova Marka Singra, generálního ředitele Televize Prima: *„Jitka Obzinová splňuje naše představy o zkušeném a konstruktivním šéfovi zpravodajství. Předložila jasnou koncepci jeho rozvoje, která odpovídá našim*

<sup>42</sup> *Změny ve vedení zpravodajství televize Prima* [ online ]. 18.05.2009 [cit. 8. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/zmeny-ve-vedeni-zpravodajstvi-televize-prima>>.

<sup>43</sup> Pro uvedení do problematiky ekonomické situace Televize Prima doporučuji přečíst si tento rozhovor [http://www.tyden.cz/rubriky/media/televize/televize-prima-planuje-vyrazne-setreni\\_122149.html](http://www.tyden.cz/rubriky/media/televize/televize-prima-planuje-vyrazne-setreni_122149.html), který samozřejmě je i součástí přílohy bakalářské práce.

<sup>44</sup> PETERA, Martin. *Bude Zuna bez práce? Prima prý v září obmění zprávy* [ online ]. 27.05.2009 [cit. 9. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/a\\_tv/bude-zuna-bez-prace-prima-pry-v-zari-obmeni-zpravy/](http://www.radiotv.cz/p_tv/a_tv/bude-zuna-bez-prace-prima-pry-v-zari-obmeni-zpravy/)>.

<sup>45</sup> *Televize Prima má novou šéfredaktorku zpravodajství a publicistiky* [ online ]. 09.07.2009 [cit. 9. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/tiskove-zpravy/televize-prima-ma-novou-sefredaktorku-zpravodajstvi-publicistiky>>.



*strategickým záměrům. Věřím, že naše spolupráce bude úspěšná.*<sup>46</sup> A Jitka Obzinová, podle dostupných informací, už tehdy měla jasno, jak budou Zprávy TV Prima vypadat. Byla to tak jen otázka času, kdy spatříme novou „tvář“ hlavní zpravodajské relace. *„Zaujal mne záměr vytvořit ještě silnější a prestižnější zpravodajství, které bude více konvenovat se značkou Prima a přesvědčí diváky atraktivitou zpravodajských témat. Chci společně se zpravodajským týmem najít cestu k ještě výraznějšímu zpravodajskému bloku, který bude jedinečný a rozeznatelný a který divákům Televize Prima poskytne kvalitní přehled.*<sup>47</sup> Vytvoření něčeho nového obvykle ale něco stojí. Nejde jen o čas, ale hlavně o peníze. Je pozoruhodné, že při přijetí Jitky Obzinové nepadlo žádné slovo o šetření finančních prostředků. Alespoň Marek Singer nic takového v tiskové zprávě nezmínil.

Profesní životopis Jitky Obzinové je k dispozici v příloze této bakalářské práce. I přesto si ale dovolím na následujících pár řádcích vystihnout ze životopisu to nejdůležitější. Jitka Obzinová nastoupila na pozici šéfredaktorky zpravodajství a publicistiky 1. srpna 2009.<sup>48</sup> Za svého zástupce si zvolila Jana Punčocháře. Ten na pracovním postu nahradil Petra Semeckého a Jana Tunu. Než se ale Jitka Obzinová funkce ujala, panovalo ve zpravodajství TV Prima „bezvládí“. Pavel Zuna po svém ukončení spolupráce na pozici šéfredaktora na Primě ještě chvíli setrval. Jeho náplní práce bylo *„korigovat další práce ve zpravodajství, už ale jen jako poradce.*<sup>49</sup> V době, kdy zpravodajství nemělo šéfredaktora, ale zaznamenalo rekordní víkend ve sledovanosti, a to od 5. června 2009. *„Zprávy sledovalo v pátek 5. června 2009 751 tis. diváků starších 15 let a Televize Prima dosáhla takřka 34% podílu na trhu (D 15+; 33,82 %). Zprávám na Primě se ale dařilo i v sobotu a v neděli. V sobotu sledovalo Zprávy 29,21 % diváků a v neděli si nenechalo Zprávy na Primě ujít 29,28 % diváků starších 15 let, kteří měli v tu dobu zapnutou televizi.*<sup>50</sup> Možná vás také zajímá, co za

<sup>46</sup> *Televize Prima má novou šéfredaktorku zpravodajství a publicistiky* [ online ]. 09.07.2009 [cit. 9. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/tiskove-zpravy/televize-prima-ma-novou-sefredaktorku-zpravodajstvi-publicistiky>>.

<sup>47</sup> *Televize Prima má novou šéfredaktorku zpravodajství a publicistiky* [ online ]. 09.07.2009 [cit. 9. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/tiskove-zpravy/televize-prima-ma-novou-sefredaktorku-zpravodajstvi-publicistiky>>.

<sup>48</sup> *Televize Prima má novou šéfredaktorku zpravodajství a publicistiky* [ online ]. 09.07.2009 [cit. 9. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/tiskove-zpravy/televize-prima-ma-novou-sefredaktorku-zpravodajstvi-publicistiky>>.

<sup>49</sup> PETERA, Martin. *Bude Zuna bez práce? Prima prý v září obmění zprávy* [ online ]. 27.05.2009 [cit. 9. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/a\\_tv/bude-zuna-bez-prace-prima-pry-v-zari-obmeni-zpravy/](http://www.radiotv.cz/p_tv/a_tv/bude-zuna-bez-prace-prima-pry-v-zari-obmeni-zpravy/)>.

<sup>50</sup> *Rekordní víkend na Primě* [ online ]. 08.06.2009 [cit. 9. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/rekordni-vikend-na-prime>>.

najednou tak vysokou sledovaností stálo. Po odpovědi nebylo nutné dlouho pátrat. Jan Tuna, který v té době pracoval jako zástupce šéfredaktora zpravodajství a publicistiky, úspěch zpráv vysvětlil následovně: „*V době eurovoleb a hlasování o důvěře vládě všechny tři dny sledovalo Zprávy TV Prima ve všech věkových skupinách podstatně více diváků než konkurenční Události ČT.*“<sup>51</sup> Tento fakt opět poukázal na to, že zprávy na Primě mohou být úspěšné a že divák o zpravodajství TV Prima ví. Budoucí šéfredaktořce tato informace mohla napovědět, že mnohem snazší bude „ukrást“ diváky Událostem České televize než Televizním novinám TV Nova. Dovolte mi alespoň ve zkratce tuto úvahu obhájit. Když politické téma je z ničeho nic najednou přednostně vyhledávané na kanálu soukromé televize, jasně to ukazuje, že veřejnoprávní televize dělá něco špatně. Nemám teď na mysli věcnou chybu, ale zpracování a prostor věnovaný danému tématu nebo něco jiného, co diváka odradí. A politika a domácí zpravodajství má přece být hlavním tahounem zpravodajství u televize, která se profiluje a i ze zákona je označována jako veřejnoprávní. V čem jiném by měla taková televize plnit veřejnoprávní povinnost, pokud se bavíme čistě jen o zpravodajství, když ne v informování o politice, která byla navíc v té době pro diváka záživná a dramatická zároveň.

V následující kapitole proto vysvětlím, že vše nasvědčuje tomu, že Jitka Obzinová si těchto drobností uměla všimnout.

### 2.1.3 Jitka Obzinová ve funkci

Jak už bylo zmíněno, Televize Prima má od 1. srpna 2009 novou šéfredaktorku zpravodajství a publicistiky. Je jí právě Jitka Obzinová. Při jejím nástupu už samozřejmě Pavel Zuna na Primě nepůsobil ani jako poradce. Zástupcem Jitky Obzinové se stal výše zmiňovaný Jan Punčochář. To jsou ale změny, které jsou logické a ne nikterak pro divákovo oko zásadní. Něco jiného už ale bylo odvolání Mirky Čejkové. Během srpna roku 2009 se objevila informace, že už nebude nadále moderovat zprávy na Primě. Za odvoláním Mirky Čejkové oficiálně stojí ekonomický důvod, tedy šetření. Televize se totiž tehdy rozhodla zredukovat zpravodajský tým pouze na dvě moderátorské dvojice. V médiích se ale spekulovalo, že Mirka Čejková bude na Primě

<sup>51</sup> *Rekordní víkend na Primě* [ online ]. 08.06.2009 [cit. 9. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/rekordni-vikend-na-prime>>.

uvádět pořad magazínového charakteru. Tato spekulace se stala pravdivou v okamžiku, kdy se k celé záležitosti vyjádřila sama Mirka Čejková: „*Moje další aktivity na Primě souvisí s pořadem, který bude spadat pod redakci zpravodajství. Půjde o nový formát magazínového typu, ještě ale není čas ho veřejně prezentovat.*“<sup>52</sup> Mirka Čejková ke svému odvolání z pozice moderátorky zpravodajské relace přistupovala s nadhledem a tvrdila, že její odvolání je pochopitelné a že o něm samozřejmě už dlouho předem věděla: „*Není to nečekaný krok, o redukci moderátorských dvojic se začalo mluvit už před odchodem Pavla Zuny. Souvisí to s celkovou reorganizací Zpráv, která se dala do pohybu s nástupem nového vedení v čele s Jitkou Obzinovou. Televize potřebuje šetřit, ale zároveň neustále přicházet s něčím novým, to je pochopitelné.*“<sup>53</sup> Tehdy možná hájila kroky ze strany vedení, protože očekávala možnost realizovat se ve stejné televizi, ale v jiném pořadu. Taková pracovní nabídka ze strany televize nakonec nepřišla nebo o ní minimálně neexistuje žádná veřejně přístupná zmínka. Mirka Čejková tak odešla z televize necelé tři měsíce poté, co televizi opustil moderátor a šéf zpravodajství Pavel Zuna. Mirka Čejková pracovala bok po boku Jitky Obzinové už v minulosti. Působily spolu na TV Nova. Otázka je, jaké vztahy mezi těmito dvěma ženami už tehdy panovaly. Taková informace je k dispozici v bulvárním tisku. Zajímavé je, že zatímco Mirka Čejková se o televizi, vedení a jejím odvolání z postu moderátorky vyjadřovala neutrálně, její manžel ji v bulvárním tisku hájil a jeho slova se za neutrální rozhodně považovat nedají, pokud se jedná o charakteristiku mezilidských vztahů: „*Myslím, že Bára Tachecí a Jitka Obzinová závidí mé ženě nejen, že je skutečný profík ve svém oboru, ale hlavně to, jak dobře a mladě vypadá. Cítily by se v jejím stínu špatně, tak se postaraly, aby musela odejít.*“<sup>54</sup>

Jitka Obzinová to ale ve funkci neměla zcela jednoduché. Zpravodajství není samostatnou jednotkou, je součástí prime timu, a ten nebyl zrovna dvakrát ideální. „*TV Prima se propadla pod 15 procent. Výsledky „jedničky“ i přes pokles na TV Prima stále stačí. Primě se nepodařilo zachovat rostoucí tendenci z minulého týdne a její share se propadl velmi hluboko. Celodenní share činil 15,93% (pokles o 1,44%) a share v prime*

<sup>52</sup> Mirka Čejková na Primě končí se čtením zpráv [ online ]. 12.08.2009 [cit. 9. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.tyden.cz/rubriky/media/lide-v-mediich/mirka-cejkova-na-prime-konci-se-ctenim-zprav\\_133384.html](http://www.tyden.cz/rubriky/media/lide-v-mediich/mirka-cejkova-na-prime-konci-se-ctenim-zprav_133384.html)>.

<sup>53</sup> Mirka Čejková na Primě končí se čtením zpráv [ online ]. 12.08.2009 [cit. 9. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.tyden.cz/rubriky/media/lide-v-mediich/mirka-cejkova-na-prime-konci-se-ctenim-zprav\\_133384.html](http://www.tyden.cz/rubriky/media/lide-v-mediich/mirka-cejkova-na-prime-konci-se-ctenim-zprav_133384.html)>.

<sup>54</sup> HÖSCHLOVÁ, Hana. Mirka Čejková mluvila o svém vyhazovu z Primy [ online ]. 12.08.2009 [cit. 9. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-ceske-celebrity/120605/mirka-cejkova-pravda-o-mem-vyhazovu.html>>.

*time se propadl dokonce pod 15 procent - 14,9% je o 2,34%.*<sup>55</sup> ČT1 se tehdy taky propadla, rozhodně se ale nedostala v celodenním sharu ani v sharu prime timu pod 15%. Situace nebyla lepší ani na konci toho samého měsíce. *„Smutné podíly na koláči přinesl minulý týden TV Prima. Její celodenní share činil 15,76% (pokles o 1,07%). Ještě horší to bylo v prime time, kdy Prima zaznamenala pouhých 14,53% (pokles o 1,38%).*<sup>56</sup> TV Nova a ČT1 tak byly v té době v číslech nad TV Prima.

Těžko říct, co vedlo tak k špatnému sharu. Můžu jen spekulovat, jestli to byla neschopnost zaměstnance, který je zodpovědný za programové schéma, anebo jestli jen nedostal od vedení tolik prostoru a financí, aby mohl vybírat lepší věci do programové struktury, popř. jestli bylo důvodem něco jiného. Jedno nám z těch procentuálních čísel ale může být jasné: TV Prima nebyla v onen okamžik konkurence schopná. Možná i proto se TV Prima rozhodla investovat víc peněz a začaly se tak připravovat programové změny. *„Televize Prima se zřejmě vzdala ambice šetřit za každou cenu a připravuje programové změny, které ji přinesou víc diváků v hlavním vysílacím čase. Odklizení schopné, ale málo sledované Barbory Tachecí z hlavního vysílacího času tomu nasvědčuje. Prima rovněž toho moc neušetří ani v hlavních zprávách – programová novinka s názvem Krimi zprávy bude muset mít podstatně vyšší rozpočet než jakým disponovala produkce Barbory Tachecí. Prima si ale může díky těmto prostředkům vybudovat solidní publikum a doufat, že pracně získaní diváci neutečou po 19.30hod. na Novu. I když to je zřejmě jen zbožné přání – návyk na Televizní noviny je u většiny populace jednoznačný bez ohledu na to, co zrovna běží na Primě.*<sup>57</sup> Za založením Krimi zpráv bezpochyby stojí Jitka Obzinová. Je to tak první počín šéfredaktorky ve vedení, kterým měla odlišit „primácké“ zpravodajství od konkurence. Této a dalším změnám se ale budu věnovat podrobněji v kapitole s názvem Časová osa změn ve zpravodajství TV Prima. To, že se ale Jitka Obzinová vydala správným směrem, naznačuje cena MTG Awards Employer of the year, kterou získala začátkem června 2011 od švédské skupiny MTG, která je v Česku spoluvlastníkem TV Prima.

<sup>55</sup> ŠINKOVSKÝ, Martin. *TV Prima se propadla pod 15 procent* [ online ]. 09.10.2009 [cit. 10. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/a\\_tv/tv-prima-se-propadla-pod-15-procent/](http://www.radiotv.cz/p_tv/a_tv/tv-prima-se-propadla-pod-15-procent/)>.

<sup>56</sup> ŠINKOVSKÝ, Martin. *Rozdíl mezi ČT1 a Primou je v prime time více než 5%* [ online ]. 30.10.2009 [cit. 10. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/a\\_tv/rozdil-mezi-ct1-a-primou-je-vice-nez-5-procent/](http://www.radiotv.cz/p_tv/a_tv/rozdil-mezi-ct1-a-primou-je-vice-nez-5-procent/)>.

<sup>57</sup> KOIŠ, Juraj. *Přestane Prima šetřit na zpravodajství?* [ online ]. 19.01.2010 [cit. 10. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_blogy/prestane-prima-setrit-na-zpravodajstvi/](http://www.radiotv.cz/p_blogy/prestane-prima-setrit-na-zpravodajstvi/)>.

## 2.2 Časová osa změn ve zpravodajství TV Prima

V této kapitole chronologicky shrnu, jaké změny a v jakém pořadí nastaly od nástupu Jitky Obzinové do funkce až do srpna 2011, tedy do vymezeného zpracování materiálu této bakalářské práce. Blíže tak popíši změny, které se odehrály v rozmezí dvou let, a zmapuji jejich vývoj.

- **1. února 2010** si zpravodajství prošlo hned několika změnami. Konkrétně se změny dotkly Minut regionu, Fakt Barbory Tachecí a zpravodajství odvíšovalo první programovou novinku s názvem Krimi zprávy. Fakta Barbory Tachecí byla přesunuta s cílem posílit vysílací čas a přilákat více recipientů na začátek hlavního vysílacího času Televize Prima, který začíná v 18.00hod. Odpolední Minuty Regionu, které jsou vysílány ve všední dny od 17.40hod., tak posílily. *„Z analýz diváckého chování a diváckých profilů pořadů Fakta Barbory Tachecí a Minuty regionu vyplývá, že silní diváci Fakt Barbory Tachecí nadprůměrně sledují pořad Minuty regionu a že skladba diváků obou pořadů je výrazně „kompatibilní“. Jako zajímavost lze uvést, že v cílové skupině „silní diváci FBT“ mají Minuty regionu až o 75 % vyšší hodnoty share a téměř trojnásobný rating (v porovnání s cílovou skupinou D 15+). Z těchto výsledků usuzujeme vhodnost umístění těchto pořadů za sebou a věříme, že nový vysílací čas FBT díky synergickému efektu přinese skvělý start podvečerního schématu Televize Prima.“*<sup>58</sup> A zároveň, jak už bylo zmíněno, ten samý den byly odvysílány Krimi zprávy. O nich ale více v samostatné kapitole.

- **29. března 2010** Prima odvysílala v rámci zpravodajství novou podobu počasí. Televize Prima se rozhodla využít infografiky a zrušit moderované počasí. Tzv. „rosničky“, tak na Primě skončily.<sup>59</sup> Prima tak ušetřila peníze, které mohla použít třeba na chystané programové novinky.

- **11. července 2010** se zpravodajství poprvé vysílalo z nového studia. Nové nebylo ale jen studio, které vzniklo podle architektonického návrhu Jaroslava Holoty, ale nová byla i celé grafika z dílny studia Framehouse. Není tak divu, že první vysílání zpráv z nového studia provázel i rekord ve sledovanosti. Televize Prima byla v ten večer v době vysílání zpráv leaderem na trhu. V cílové skupině Dospělí 15+ sledovalo

<sup>58</sup> Zpravodajství čekají změny [ online ]. 19.01.2010 [cit. 13. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/tiskove-zpravy/zpravodajstvi-cekaji-zmeny>>.

<sup>59</sup> POLÁK, Lukáš. *Nové počasí na Primě od příštího týdne. S Meteopressem televize končí* [ online ]. 26.03.2010 [cit. 13. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/aktuality/prima-nasadi-nove-pocasi-uz-od-pristiho-tydne/>>.

Zprávy TV Prima 35,24% diváků. Pro Zprávy TV Prima to tak ten večer byl nejvyšší podíl na trhu od ledna roku 2010, nejen ve zmiňované skupině Dospělí 15+, ale i ve skupině Dospělí 15-54, kde zprávy utržily sledovanost 30,63% diváků.<sup>60</sup>

- **12. července 2010** v 19.50hod. se své premiéry dočkaly i VIP zprávy. Tedy zprávy o tom, co se děje ve světě showbusinessu. Už v červnu byli diváci poprvé informováni prostřednictvím internetového serveru o plánované novince. V každé tiskové zprávě se kladl důraz na to, že nepůjde o zpracování formou bulváru, ale že to naopak bude příjemný a odlehčený styl zpravodajství.<sup>61</sup> Televize Prima tak svým divákům poprvé přinesla zpravodajskou hodinu plnou informací, kdy po Zprávách TV Prima začínaly Krimi zprávy, na ně pak navazovaly informace ze sportu a informační grafika o počasí. Hodina plná informací končila právě VIP zprávami. Marek Singer, generální ředitel Televize Prima, o změně řekl: *„Věříme, že diváci tuto hodinu plnou profesionálně zpracovaných informací ocení. Televize Prima tak nabízí ten nejkompexnější zpravodajský servis mezi sedmou a osmou hodinou.“*<sup>62</sup> A Jitka Obzinová, šéfredaktorka zpravodajství a publicistiky, doplnila slova generálního ředitele takto: *„Myslím si, že změny, které nyní provádíme, jsou ku prospěchu celého zpravodajství. Diváci nyní dostanou informace o aktuálním dění nejen formou klasického zpravodajství a Krimi Zpráv, ale budou mít díky VIP Zprávám možnost nahlédnout i do atraktivního života celebrit.“*<sup>63</sup>

- **1. ledna 2011** televize Prima nasadila zpravodajskou hodinu sedmkrát týdně. Od toho dne se tak hodinový zpravodajský blok začal ve vysílání objevovat i o víkendu, ale hned se dvěma změnami. Do té doby vysílané sportovní zprávy se totiž začlenily do hlavní zpravodajské relace. Svou činnost tak ukončila celá zpravodajská redakce sportu. A poprvé diváci mohli vidět programovou novinku s názvem Krimi plus. Složení

---

<sup>60</sup> KOCOVARÁ, Jana. *Zpravodajství v novém studiu, hodina plná informací* [ online ]. 12.07.2010 [cit. 13. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/zpravodajstvi-v-novem-studiu-hodina-plna-informaci>>.

<sup>61</sup> *Zpravodajství čekají změny* [ online ]. 19.01.2010 [cit. 13. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/tiskove-zpravy/zpravodajstvi-cekaji-zmeny>>.

<sup>62</sup> KOCOVARÁ, Jana. *Zpravodajství v novém studiu, hodina plná informací* [ online ]. 12.07.2010 [cit. 13. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/zpravodajstvi-v-novem-studiu-hodina-plna-informaci>>.

<sup>63</sup> KOCOVARÁ, Jana. *Zpravodajství v novém studiu, hodina plná informací* [ online ]. 12.07.2010 [cit. 13. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/zpravodajstvi-v-novem-studiu-hodina-plna-informaci>>.

zpravodajského bloku, tak bylo následující: 1. Zprávy TV Prima 2. Krimi zprávy 3. Krimi plus a jako čtvrté v pořadí VIP zprávy.<sup>64</sup>

### 2.2.1 Krimi zprávy startují

Jak už bylo řečeno, Krimi zprávy byly odvysílány poprvé dne 1. února 2010. Další změna pro tento formát nastala až 1. ledna 2011, kdy na už tradiční Krimi zprávy navázala programová novinka Krimi plus a zároveň bylo rozšířené vysílání těchto formátů od pondělí až do neděle. Od Krimi zpráv se očekávalo, že se „*bude jednat o zprávy odhalující nezákonnost a kriminální praktiky, ale i práci policie a záchranářů. Pořad si klade za cíl přinášet divákům užitečné informace i rady jak se vyhnout podvodníkům a chránit se před jejich nekalými postupy. Krimi zprávy také budou pomáhat při pátrání a přinášet informace o vývoji kriminálních kauz a odhalování i odsouzení jejich pachatelů. Moderovat budou přímo z terénu Patrik Kaizr a Barbora Kozáková.*“<sup>65</sup> Krimi zprávy byly tak prvním novým formátem Jitky Obzinové. To, že šéfredaktorka bude muset přijít s inovací jsem popsala v kapitole Bezvládí. Tímto krokem se tak začal modelovat nový profil zpráv s jasně vymezenou koncepcí, která bude odlišná od konkurence. A že se divákům novinka líbí nebo je minimálně zaujala, o tom vypovídá sledovanost, kterou měly v průběhu prvního týdne svého vysílání. „*Časový slot, ve kterém jsou vysílány Krimi Zprávy, vykazuje v prvním týdnu jejich vysílání v porovnání s předchozím obdobím skvělé hodnoty share pro cílovou skupinu Dospělí 15+ – průměrně 19,22 %. To jednoznačně ukazuje na to, že se Krimi Zprávy trefily do vkusu diváků a v daném čase představují zajímavou volbu pro takřka pětinu z těch, kteří právě sledují televizi.*“<sup>66</sup>

Jak už název napovídá a z toho, co jsem uvedla výše, vyplývá, že Krimi zprávy a stejně tak Krimi plus se věnují i násilí, které se tak dostává na obrazovky televizí. Otázka zobrazování násilí je ale často diskutovaným tématem jak v médiích, tak i na akademické půdě samotné žurnalistiky. V odborné literatuře se můžeme dočíst, že

<sup>64</sup> Zpravodajská hodina na Primě od ledna sedmkrát týdně a se změnami [ online ]. 27.10.2010 [cit. 13. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/zpravodajska-hodina-na-prime-od-ledna-sedmkrat-tydne-se-zmenami>>.

<sup>65</sup> Zpravodajství čekají změny [ online ]. 19.01.2010 [cit. 16. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/tiskove-zpravy/zpravodajstvi-cekaji-zmeny>>.

<sup>66</sup> Krimi zprávy zaujaly [ online ]. 08.02.2010 [cit. 16. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/tiskove-zpravy/krimi-zpravy-zaujaly>>.

fyzické násilí opravdu přitahuje naši pozornost. Násilí jako takové se ale pro větší pořádek třídí hned do několika kategorií. První z nich je násilí implicitní (tedy takové násilí, které si musí divák domyslet). Implicitní se liší od explicitního (násilí předvedené nebo podrobně popsané, nechybí ani popis jeho následků). Dalším druhem je násilí faktické (takové násilí je inspirované skutečnými událostmi a je předváděné např. právě ve zpravodajství). V neposlední řadě násilí fiktivní (smyšlené).<sup>67</sup> Krimi zprávy tak mají i jinou funkci než jen informační. Snaží se poukázat na to, co je z hlediska sociálního systému normativně správné a co je porušením společenských norem a zároveň jaké sankce mohou za porušení následovat.<sup>68</sup>

Zajímavostí je, že „mezi zdánlivě odlišnými a neslučitelnými obsahy se vytvářejí těsné vazby. Televizní zpravodajství a kriminální seriály se navzájem inspiroují (např. záběry z obléhání banky obsazené zloději, kteří drží rukojmí, mohou být téměř shodné, jak doložil Hartley 1990, s. 34-35).“<sup>69</sup> To je pravda. Zpravodajství s krimi tematikou je svým způsobem pravidelně se opakujícím mini krimi seriálem. U případů, jako je např. znásilnění, redaktor s kameramanem není přítomen. Nezbyvá tedy nic jiného než obrazovou složku vytvořit pomocí ilustračních obrázků, které jsou například zinscenovány na základě výpovědi svědků. V takovém momentě má redaktor volné pole působnosti a inspirace v kriminálních seriálech se nedá vyloučit. Nehledě na to, že „textově není velký rozdíl mezi televizním zpravodajstvím a televizními seriály a dramaty. V otázce textu nemusejí být zprávy až tak rozdílné od soap opery, existují ale obrovské rozdíly ve způsobu, jak publika a producenti rozumějí a přistupují k oběma žánrům.“<sup>70</sup>

Krimi zprávy a stejně tak Krimi plus jsou mezi diváky úspěšné, protože populární jsou i veškeré „reality tv“<sup>71</sup>. Z Krimi zpráv se tak často zároveň stává i taková menší reality show. Zvláště to platí v momentě, kdy je do studia pozván konkrétní host, např. pan Trpišovský<sup>72</sup>, a v přímém přenosu probíhá slovní rekonstrukce a zároveň např. grafická rekonstrukce jeho zběsilé jízdy.

<sup>67</sup> JIRÁK, Jan, KÖPPOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. 1. vyd. Praha : Portál, 2003, s. 126.

<sup>68</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha : Portál, 2006, s. 11.

<sup>69</sup> JIRÁK, Jan, KÖPPOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. 1. vyd. Praha : Portál, 2003, s. 46.

<sup>70</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha : Portál, 2006, s. 11.

<sup>71</sup> „Pro pořady jež umožňují lidem, aby vstupovali sami za sebe, popř. pořady nabízející rekonstrukce skutečných událostí, se postupem času vžilo označení „reality tv“.“ (Köpplová, Jirák cit. podle 2003: 144)

<sup>72</sup> *Pírat z D1 necítí vinu: Řidič za mnou nestačil zabrzdit* [online]. 03.01.2011 [cit. 16. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.novinky.cz/krimi/221296-pirat-z-d1-neciti-vinu-ridic-za-mnou-nestacil-zabrzdit.html>>.



Po pěti měsících fungování Krimi zpráv si jejich úspěšnosti začaly všimati i internetové servery mapující oblast médií. V jednom z článků se dokonce rozebírá úspěšnost samotného formátu. Čtenáři jsou upozorněni na to, že zatímco na začátku měly Krimi zprávy délku okolo sedmi minut, po pěti měsících vysílání mají dvojnásobek. A zároveň se můžeme z článku dozvědět zajímavou informaci, že ten samý formát se na Slovensku rozbíhal velmi pomalu.<sup>73</sup> Český divák má tak s nadsázkou řečeno rád utrpení jiných. Ale zároveň se ukázalo, že český divák je citlivý divák a soucítí s těmi, které potká životní tragédie.

Podívejme se na čísla mapující sledovanost. Krimi zprávy začaly být úspěšné ještě před tím, než se začalo vysílat z nového studia. „*Krimi Zprávy minulý pátek 9. 7. sledovalo v cílové skupině Dospělí 15+ celkem 31,74 % diváků, kteří měli v ten moment zapnuté televizory. V cílové skupině Dospělí 15–54 to pak bylo 29,48 % diváků. I Krimi Zprávy tak zaznamenaly rekordní sledovanost.*“<sup>74</sup> Když se začalo vysílat celé zpravodajství z nového studia, jejich sledovanost ještě vzrostla. „*Rekordní u obou cílových skupin byl pátek 23. července. V tento den dosáhly rekordu od začátku svého vysílání také Krimi zprávy – share v D15+ 32,94 % a ve skupině 15-54 29,52 %.*“<sup>75</sup> Druhou nejvyšší sledovanost potom Krimi zprávy zaznamenaly ve středu 1. prosince 2010. „*Velmi úspěšné byly také Krimi zprávy s 9,5% ratingem. Vidělo je 842 000 diváků v cílové skupině Dospělí 15+, což je jejich druhá nejlepší sledovanost.*“<sup>76</sup> Během prvního týdne nového roku Krimi zprávy hned dvakrát po sobě (3. a 4. ledna 2011) překročily milionovou hranici. „*Svou pozici na televizním trhu upevňují i Krimi zprávy, které také již podruhé za sebou překročily milionovou hranici – v pondělí je sledovalo 1 108 000 a v úterý 1 079 000 diváků starších 15 let.*“<sup>77</sup> Příloha této bakalářské práce obsahuje i graf, který se vztahuje k podílu na trhu během hodiny plné zpráv Televize Prima v úterý 4. 1. 2011. První týden nového roku byl úspěšný i v kategorii průměrné týdenní sledovanosti. „*Průměrná týdenní sledovanost Krimi zpráv v cílové skupině*

<sup>73</sup> PETERA, Martin. *Prima se vzchopila, zpravodajství není levnou náhražkou* [ online ]. 14.07.2010 [cit. 16. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/prima-se-vzchopila-zpravodajstvi-neni-levnou-nahrazkou/](http://www.radiotv.cz/p_tv/prima-se-vzchopila-zpravodajstvi-neni-levnou-nahrazkou/)>.

<sup>74</sup> KOCOVARÁ, Jana. *Zpravodajství v novém studiu, hodina plná informací* [ online ]. 12.07.2010 [cit. 16. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/zpravodajstvi-v-novem-studiu-hodina-plna-informaci/>>.

<sup>75</sup> KOCOVARÁ, Jana. *Rekordní týden Televize Prima* [ online ]. 27.07.2010 [cit. 16. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/rekordni-tyden-televize-prima/>>.

<sup>76</sup> *Zpravodajská hodina ve znamení úspěchu* [ online ]. 02.12.2010 [cit. 17. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/zpravodajska-hodina-ve-znameni-uspechu/>>.

<sup>77</sup> *Milionové úterý* [ online ]. 05.01.2011 [cit. 17. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/milionove-utery/>>.

*Dospělí 15+ byla nejvyšší od začátku jejich vysílání – 989 tisíc diváků při podílu na trhu 25,46 %. U diváků se výborně zavedla i nová zpravodajská relace Krimi plus. V cílové skupině Dospělí 15+ ji minulý týden sledovalo v průměru 630 tisíc diváků (v nejsledovanější den – v pondělí 3. 1. – ji zhlédlo 763 tisíc diváků).<sup>78</sup>*

## 2.2.2 Zpravodajství v novém kabátě

Přebudovat se musela nejen struktura zpravodajství, ale i studio, protože zpravodajství přešlo ke dni 11. července 2010 na formát 16:9. Ten samý den tak Zprávy TV Prima byly odvysílány z nového studia a světlo světa mimo jiné spatřila i nová a moderní grafika.

Vzhled je nedílnou složkou obsahu. Tvary, barvy a znaky jsou pro nás běžné jako denní chléb. Svědčí o tom stále ještě billboardy kolem našich silnic a dálnic. *„Grafický projev se dá zredukovat na tři výrazové prvky: bod, linii a plochu. Tyto prvky a všechny tvary vzniklé jejich kombinací jsou ve vzájemném vztahu a všechny se vztahují k nějakému pozadí. Liší se barvou, světlostí, velikostí a plošnou strukturou. Jsou-li navzájem uspořádány, mohou vytvářet iluzi směřování, pohybu, prostorové hloubky.<sup>79</sup>* Ze tří typů linií (horizontální, vertikální a diagonální) je ve zpravodajství používána linie horizontální, tedy vodorovná. Podle Schellmanna taková linie v nás vyvolává dojem klidu, rovnováhy a stability. A už pomocí linií můžeme vytvořit iluzi hlubokého prostoru. K vytvoření takové iluze stačí mít nad sebou větší počet ležících linií. V důsledku toho se výškový formát rozloží na několik menších šířkových formátů.<sup>80</sup> Iluzi hloubky tak ve zpravodajství díky liniím vytváří např. titulky, které jsou součástí každé reportáže. Důležitou roli hrají i samotné barvy. S jejich pomocí se dá doslova kouzlit a o iluze pak není nouze. Je to jednoduchý způsob, jak diváka nevědomky oklamat. Barvy nám pomáhají navodit různé pocity. TV Prima zvolila ne zcela typickou barvu. Na místo klasických barev jako modrá, červená, žlutá apod. zvolila Prima pro své zpravodajství barvu tmavě zelenou (tyrkysovou). Tyrkysová je nejvíce podobná barvě modré a zelené. Například červenou by v ní hledal asi jen málokdo. *„Jakou barvu*

<sup>78</sup> KOCOVÁ, Jana. *Rok 2011 začal s úspěchem* [ online ]. 11.01.2011 [cit. 17. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/rok-2011-zacal-s-uspechem>>.

<sup>79</sup> SCHELLMANN, Bernhard a kol. *Úvod – základní pojmy – návrhy – výroba*. 1. vyd. Praha: Europa-Sobotalés cz. s.r.o., 2004, s. 155.

<sup>80</sup> SCHELLMANN, Bernhard a kol. *Úvod – základní pojmy – návrhy – výroba*. 1. vyd. Praha: Europa-Sobotalés cz. s.r.o., 2004, s. 158.

a formu nakonec přiřadíme té které kombinaci výrazových prvků ovšem závisí na vlastnostech našeho vnímání. Naše oko se nechá snadno oklamat.“<sup>81</sup> Symbolika modré a zelené barvy pro naše kulturní prostředí je pozitivní. Modrá barva znázorňuje harmonii, spokojenost a klid, nekonečnost a čistotu. Zelená pak vyjadřuje schopnost prosadit se, vytrvalost, svěžest, naději, klid, ale i radost ze života a lásku k přírodě.<sup>82</sup> Tyrkysová barva by v nás tak měla vyvolávat obdobné pocity. Barvě není ale možné přiřadit nějaký jednoznačný účinek obecně platný, protože naše vnímání je ovlivněno osobními dispozicemi. Existují ale obecné tendence, které působí na všechny stejně. Jde například o upoutání pohledu. „Objektům světlých a sytých barev dáváme při pozorování přednost. Tmavě a málo syté barvy ustupují do pozadí. Světlých barev si všimneme nejdřív.“<sup>83</sup> Pohled diváka tak jde směřovat od nejdůležitější věci k méně důležité. V novém studiu sedí moderátoři za světlým pultem. Tento pult je nejsvětlejším prvkem studia. Pozornost diváka tak přitáhne jako první. Ve studiu si tak díky barvám lze pohrávat i s prostorem. „Teplé barvy se zdají blíže pozorovateli než studené. Zejména modrá odvádí pohled diváka do dálky. Odpovídající volbou barvy se tedy dá pozornost diváka zaměřit na popředí či pozadí obrázku.“<sup>84</sup> O tom, jestli studio působí opravdu příjemným dojmem, se můžete přesvědčit i v rámci průzkumu, který je součástí bakalářské práce. „Dynamika a kompaktnost grafiky hlavní zpravodajské relace mluví za vše. Televize Prima přestala šetřit na výkladní skříni každé plnoformátové televize.“<sup>85</sup>

Ve studiu je zároveň několik velkoplošných televizí. Ty jsou i dnes umístěny po stranách stolu nebo přímo za moderátory. Jedním z důvodů je možná to, aby moderátoři během vysílání neusnuli, řečeno s nadsázkou. V novém studiu musí totiž často vstát a poodejít od moderátorského pultíku směrem k velkoplošné televizi, a to proto, aby se mohli spojit s reportéry z terénu. Pak se zase vrací na svoji židli za moderátorský pultík. Velkou změnou, kterou pro diváka zpravodajství přichystalo, byl i průhled do místnosti, kde pracují samotní redaktoři. A ač se to možná na první pohled nezdá, český divák je detailista a žádá kvalitně provedené zpravodajství, které je především aktuální. Průhled

<sup>81</sup> SCHELLMANN, Bernhard a kol. *Úvod – základní pojmy – návrhy – výroba*. 1. vyd. Praha: Europa-Sobotalés cz. s.r.o., 2004, s. 155.

<sup>82</sup> SCHELLMANN, Bernhard a kol. *Úvod – základní pojmy – návrhy – výroba*. 1. vyd. Praha: Europa-Sobotalés cz. s.r.o., 2004, s. 166.

<sup>83</sup> SCHELLMANN, Bernhard a kol. *Úvod – základní pojmy – návrhy – výroba*. 1. vyd. Praha: Europa-Sobotalés cz. s.r.o., 2004, s. 165.

<sup>84</sup> Tamtéž.

<sup>85</sup> PETERA, Martin. *Prima se vzchopila, zpravodajství není levnou náhražkou* [online]. 14.07.2010 [cit. 16. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/prima-se-vzchopila-zpravodajstvi-neni-levnou-nahrazkou/](http://www.radiotv.cz/p_tv/prima-se-vzchopila-zpravodajstvi-neni-levnou-nahrazkou/)>.

do redakce aktuálnost jakoby nepřímou potvrzuje. „*Také časté zobrazování pracujících redaktorů v pozadí moderátorů během vysílání ze studia má svou roli v sebe prezentaci toho, že médium zpracovává neustále nové informace a usiluje tak o co nejvyšší aktuálnost.*“<sup>86</sup>



Zdroj: <sup>87</sup>

Dovolte mi zdůraznit praktičnost studia. Je totiž chytře řešené. Dnešní Zprávy TV Prima, Krimi zprávy, Krimi plus, ale i VIP zprávy jsou vysílány ze stále toho jednoho a samého studia. Jen se podle formátu proměňují jeho barvy. Možná, že se Prima inspirovala zpravodajským studiem slovenské komerční televize JOJ. Také ona používá jedno studio, ale s celou řadou barevných variací. Nejen u slovenských kolegů, ale v i ČR můžeme toto zpracování zaznamenat, a to na ČT24. Čas tak ukáže, jestli nejde jen o trend současné televizní grafiky.

Český divák je zvědavce, a proto inovované Zprávy TV Prima sklidily první den vysílání úspěch. „*Zatímco hlavní zpravodajskou relaci Primy sledovalo 718 tisíc dospělých diváků, Události ČT zaujaly v průměru jen 526 tisíc diváků starších patnácti let. Vyplývá to z výsledků elektronického měření sledovanosti českých televizí, které má server DigiZone.cz k dispozici.*“<sup>88</sup> Česká komerční televizní dvojka tak mohla slavit. V neděli 11. července 2010 si zpravodajství Primy polepšilo o 245 tisíc dospělých diváků v porovnání se sobotní zpravodajskou relací. „*Nedělní televizní zprávy jsou ale obecně sledovanější na všech televizích a zpravidla bývají nejsledovanější z celého týdne. Prima dosud Události ČT v průměrné sledovanosti neporážela v přímém střetu, kdy Zprávy TV Prima běží kontinuálně s Událostmi, ale Prima v podílu na divácích*

<sup>86</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006, s. 99.

<sup>87</sup> Zdroj: *Nové studio zpráv TV Prima – červenec 2010* [online]. červenec 2010 [cit. 18. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/texty/nove-studio-zprav-tv-prima-cervenec-2010/>>.

<sup>88</sup> POTUČEK, Jan. *Nové Zprávy TV Prima s přehledem porazily Události České televize* [online]. 12.07.2010 [cit. 18. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/aktuality/nove-zpravy-tv-prima-s-porazily-udalosti-ct/>>.













*vítězí už delší dobu. Sledovanost svých zpráv chce Prima ode dneška ještě umocnit zavedením zpravodajské hodiny mezi 18:55 a 20:00. Nedělní Zprávy TV Prima porazily Události ČT ve všech hlavních ukazatelích, tedy jak v podílu na dospělém publiku, tak v absolutním počtu diváků. V podílu na publiku dosáhly hodnoty 35,24 procenta, zatímco Události na programu ČT 1 pouze 24,47 procenta. Zprávy na Primě sledovalo 8,1 procenta všech dospělých diváků, Události pak 5,9 procenta dospělé populace. Na zpravodajské ČT 24 sledovalo Události dalších 39 tisíc dospělých diváků.*<sup>89</sup>

Jak zmínil internetový server Digizone.cz, podle něj je zajímavé, že změny ve zpravodajství se nepřipravovaly na hlavní televizní sezónu, tedy od září, ale že byly naplánovány na začátek letních prázdnin.<sup>90</sup> Ale když jsem prostudovala celodenní podíl na trhu v kategorii diváci starší 15 let, bylo mi zřejmé, proč změny proběhly právě na začátku léta. Je statisticky dokázáno, že TV Prima léto svědčí a v tomto období jí stoupá sledovanost. A že tento trend přetrvává i dnes, to můžu ostatně ukázat i na celodenním podílu sledovanosti na televizním trhu od 1. týdne 2011 až do 35. týdne 2011, tedy od ledna do začátku září.

---

<sup>89</sup> POTŮČEK, Jan. *Nové Zprávy TV Prima s přehledem porazily Události České televize* [ online ]. 12.07.2010 [cit. 18. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/aktuality/nove-zpravy-tv-prima-s-porazily-udalosti-ct/>>.

<sup>90</sup> POLÁK, Lukáš. *Televize Prima chystá několik novinek ve zpravodajství* [ online ]. 12.06.2010 [cit. 18. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/clanky/televize-prima-chysta-nekolik-novinek-ve/>>.

												
35/2011	14,05	4,6	4,62	4,59	28,17	4,21	18,48	3,34	1,47	5,64	1,94	8,89
34/2011	15,08	4,95	4,83	5,05	26,02	5,44	16,89	3,71	1,4	5,35	2	9,28
33/2011	14,6	4,89	2,48	4,81	28,61	5,51	16,81	3,82	1,35	5,1	2,28	9,74
32/2011	15,77	4,78	2,41	4,58	28,79	5,56	16,37	3,78	1,12	5,23	2,06	9,55
31/2011	15,2	4,87	3,76	4,36	27,36	5,78	16,71	3,78	1,32	4,98	2,25	9,63
30/2011	15,25	5,53	2,86	4,4	29,41	5,32	15,72	3,48	1,18	5,41	1,98	9,46
29/2011	15,29	5,14	3,84	4,53	27,44	5,88	16,73	3,51	1,07	5,05	2,02	9,5
28/2011	15,08	4,8	4,01	4,76	27,69	5,67	16,33	3,67	1,12	5,37	2,03	9,47
27/2011	15,83	5,13	3,15	4,51	27,22	5,17	16,4	3,77	1,03	6	2,17	9,62
26/2011	15,6	4,04	2,09	4,69	29,47	5,05	17,04	3,51	1,05	5,48	1,94	10,04
25/2011	15,97	3,66	2,87	4,42	30,38	5	17,67	3,29	0,94	5,22	1,91	8,67
24/2011	15,69	3,67	2,86	5,6	29,91	4,81	17,79	3,73	0,81	4,84	1,73	8,56
23/2011	15,07	3,82	2,32	4,92	30,29	5,07	18,31	3,94	0,85	5,2	1,74	8,47
22/2011	14,37	3,58	1,71	4,29	33,81	5,46	17,84	3,27	0,76	4,58	1,71	8,62
21/2011	14,21	4,08	2,27	4,13	33,83	5,05	17,26	3,41	0,68	4,23	1,96	8,89
20/2011	14,38	3,58	1,98	4,42	33,13	4,97	18,22	3,55	0,77	4,36	1,9	8,74
19/2011	12,95	2,98	16,11	3,89	26,89	4,47	14,8	2,77	0,62	3,93	1,8	8,79
18/2011	15,47	3,24	12,14	4,05	27,46	4,24	15,59	2,73	0,69	3,62	1,7	9,07
17/2011	13,59	3,21	6,59	5,98	29,76	5,25	16,73	2,76	—	4,25	1,68	10,2
16/2011	16,01	3,23	3,14	4,43	30,97	4,81	17,21	3,62	—	4,98	2,05	9,55
15/2011	15,37	2,91	3,87	5,93	30,74	4,61	16,84	3,42	—	5,09	2,21	9,01
14/2011	15,9	3,1	3,59	5,39	32,39	4,23	15,87	3,55	—	5,01	2,2	8,77
13/2011	15,6	2,86	2,86	4,1	31,65	4,5	17,71	4,1	—	5,03	2,21	9,38
12/2011	15,65	2,76	3,61	4,64	31,85	4,15	17,84	3,66	—	4,8	2,2	8,84
11/2011	16,68	2,9	3,13	5,55	30,68	4,05	17,17	3,66	—	4,68	2,06	9,44
10/2011	16,89	2,64	4,19	4,55	30,33	4,12	16,3	3,98	—	5,13	2,35	9,52
9/2011	15,66	3,06	6,03	3,7	30,19	4,51	16,78	3,57	—	4,9	2,48	9,12
8/2011	15,81	3,17	3,71	4,1	31,96	4,24	16,98	3,63	—	4,94	2,55	8,91
7/2011	16,83	2,8	3,23	3,89	31,21	4,23	17,49	3,6	—	5,14	2,47	9,11
6/2011	14,94	3,35	3,35	4,14	30,64	4,7	17,75	3,7	—	5,56	2,39	9,48
5/2011	17,32	3,23	2,13	4,31	30,08	4,05	18,18	3,49	—	5,13	2,52	9,55
4/2011	17,39	3,35	2,95	4,02	29,84	4,31	16,95	3,23	—	5,28	2,4	10,28
3/2011	17,41	3,26	1,98	4,21	29,17	4,04	17,34	3,5	—	5,63	2,59	10,87
2/2011	17,98	3,11	1,91	4,39	29,08	4,06	17,54	3,15	—	5,56	2,52	10,7
1/2011	17,6	3,38	3,36	4,35	26,81	4,1	17,75	3,16	—	5,62	2,29	11,58

Zdroj: ATO - Mediaresearch. Zkratka ATM představuje televizní stanice zastupované agenturou AT Media: Óčko, Spektrum, Minimax, Sport 1, TV Paprika, AXN, Film+, Disney Channel, Universal Channel, Spektrum Home, MGM, Public TV a CS Film.

Od 1. týdne 2011 až do 35. týdne 2011 si v celodenním podílu na trhu v kategorii diváci starší 15 let držela TV Prima převážně 2. místo. Na 1. místě byla ve zmiňované sledovanosti vždy TV Nova. 2. místo patří TV Prima, až na pět výjimek. V druhém, třetím a čtvrtém týdnu ČT1 porazila TV Prima. Česká televize (ČT1) zabodovala i v desátém týdnu. Překvapivě v devatenáctém týdnu patřilo 2. místo ve sledovanosti ČT4 Sport a ve třidvacátém týdnu opět ČT1 vystrčila na 3. místo TV Prima.

Pro lepší orientaci vyšší sledovanost dokazuje i share pro 15+ za měsíce květen, červen a červenec. Tentokrát jde ale přímo o prime time (19.00 – 23.00). V červnu byl nárůst sharu o 1,74% oproti květnu.

**- Share pro 15+ za květen 2011 (1.5. - 31.5.) - prime time (19:00 - 23:00)**

ČT1	ČT2	ČT24	ČT4	Nova	Nova Cinema	Prima	Prima COOL	Prima LOVE	TV Barrandov	Stanice At Media	Ostatní stanice
16,27%	3,06%	2,40%	7,75%	34,83%	4,71%	16,40%	2,69%	0,46%	3,71%	1,22%	6,50%

Zdroj: ATO - MEDIARESEARCH

**- Share pro 15+ za červen 2011 (1.6. - 30.6.) - prime time (19:00 - 23:00)**

ČT1	ČT2	ČT24	ČT4	Nova	Nova Cinema	Prima	Prima COOL	Prima LOVE	TV Barrandov	Stanice At Media	Ostatní stanice
17,14%	3,24%	2,84%	2,08%	34,19%	5,42%	18,14%	3,31%	0,64%	5,03%	1,21%	6,76%

Zdroj: ATO - MEDIARESEARCH

**- Share pro 15+ za červenec 2011 (1.7. - 31.7.) - prime time (19:00 - 23:00)**

ČT1	ČT2	ČT24	ČT4	Nova	Nova Cinema	Prima	Prima COOL	Prima LOVE	TV Barrandov	Stanice At Media	Ostatní stanice
17,00%	4,89%	2,99%	2,27%	30,57%	5,70%	17,08%	3,13%	0,85%	6,21%	1,53%	7,78%

Zdroj: ATO - MEDIARESEARCH

Z přehledu také vyplývá kontinuální pokles sledovanosti na komerční televizi Nova. Každá televize má tak své období, na které je dobré změny naplánovat, a jak je vidět, vystopovat to správné načasování není složité.

### 2.2.3 VIP zprávy startují

Od 12. července 2010 se každý všední den od 19.50hod. vysílají VIP zprávy. Od ledna 2011 se vysílají i o víkendu. VIP zprávy shrnují informace o životech slavných a informují tak o tom, co se děje ve světě showbusinessu. Od 12. července se

v moderování VIP zpráv střídala Ivana Gottová, manželka Karla Gotta, s modelkou Martinou Gavriely. „*Obdobný formát vysílala v sezoně i TV Barrandov (Promi zprávy)*.“<sup>91</sup> Výběr známých tváří pro moderaci nebyl nahodilý, ale dobře plánovaný tah na branku. „*Veřejná známost nějaké osoby se může stát cenným prostředkem pro udržení či získání pozornosti publika (o čemž svědčí například využití známých osob v reklamě – ať už jsou to sportovci, herci či baviči). Využívání obecně známých osob („celebrit“) se tak stává jedním z významných určujících rysů mediální komunikace a slouží jako vynikající příklad pro vysvětlení, jakého společenského rozměru mediace nabývá*.“<sup>92</sup> Celebrity se tak stávají součástí našeho života. Každý formát pořadu má jak své sympatizanty, tak i kritiky. „*Kritikové komercialismu se zvláště obtížně smiřují s „vykoupením“ masové kultury prostřednictvím popularity, protože ta bývá zpravidla podmínkou komerčního úspěchu*.“<sup>93</sup> Pokud se zaměřím na obsah VIP zpráv, konstatuji, že mají absolutně komercializovaný obsah. Tím pádem se orientují na pobavení a nekladou na příjemce žádné nároky.<sup>94</sup> Jiné komerční televize volí v rámci zpravodajství odlehčenou reportáž na konec zpráv nebo ukazují zvířátka apod. Ne že by na tom bylo něco špatného. TV Prima taky hledala způsob, jak zprávy odlehčit, ale přitom nekopírovat jiné televize. A VIP zprávy funkci zábavy splňují. Nehledě na to, že celebrity a skandály jsou v naší zemi oblíbené. To dokazují i statistiky prodeje Blesku a jiných bulvárních periodik. VIP zprávy ale mají obrovskou výhodu v tom, že jejich zprávy nejsou smyšlené ani nejsou stavěné na pouhé domněnce. Ostatně samy slavné osobnosti v reportážích vystupují. A svými výpověďmi ovlivňují výsledek reportáže. VIP zprávy tak nestaví své reportážní příběhy na oblíbené větě: „Jedna paní povídala, že...“ nebo „Tuto informaci nám sdělila blízká kamarádka, nepřála si být ale jmenována...“ Ale je nutné přiznat si, že „*zprávy ze společnosti*“, *týkající se zejména mediálních hvězd nebo jiných celebrit a podávající rádoby objektivní informace, které však obvykle nemají žádný hlubší význam ani věcnou důležitost*.“<sup>95</sup> To je absolutní pravda, ale na druhou stranu jsou VIP zprávy nepostradatelné. Jsou vysílány těsně před 20.00hod. a slouží tak jako náběhová křivka pro hlavní vysílaný program. A to se osvědčilo hned první den, kdy byly VIP zprávy odvysílány. „*V cílové skupině Dospělí*

<sup>91</sup> PETERA, Martin. *Prima od července výrazně prodlouží zprávy* [ online ]. 24.06.2010 [cit. 21. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/a\\_tv/prima-od-cervence-vyrazne-prodlouzi-zpravy/](http://www.radiotv.cz/p_tv/a_tv/prima-od-cervence-vyrazne-prodlouzi-zpravy/)>.

<sup>92</sup> JIRÁK, Jan, KÖPPOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 45.

<sup>93</sup> McQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 3. vyd. Praha: Portál, 2007, s. 131.

<sup>94</sup> Tamtéž.

<sup>95</sup> McQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 3. vyd. Praha: Portál, 2007, s. 301.



*15+ je sledovalo 18,73 % diváků, kteří v době jejich vysílání měli zapnuté televizory.*<sup>96</sup> A díky VIP zprávám tak TV Prima v druhé půlhodině svého zpravodajského bloku, tedy v rozmezí 19.30 – 20.00hod., zdvojnásobila svou sledovanost. A co víc, v čase 19.00 – 19.30, tedy v první půlhodině, byla dokonce TV Prima market leaderem.<sup>97</sup> Po dvou týdnech vysílání byl ale průměrný podíl na sledovanosti o něco nižší, ve skupině D15+ 15,17 % a v kategorii diváků 15-54 pak 14,68 %.<sup>98</sup> Sledovanost VIP zpráv stoupla po 1. lednu 2011, kdy tým moderátorek posílila Barbora Niničová. Nejvyšší sledovanost během vymezeného období této bakalářské práce zaznamenaly VIP zprávy 4. ledna 2011, kdy oslovily 760 000 diváků.<sup>99</sup>

## 2.2.4 Hodina plná zpráv

*„Zaujal mne záměr vytvořit ještě silnější a prestižnější zpravodajství, které bude více konvenovat se značkou Prima a přesvědčí diváky atraktivitou zpravodajských témat. Chci společně se zpravodajským týmem najít cestu k ještě výraznějšímu zpravodajskému bloku, který bude jedinečný a rozeznatelný a který divákům Televize Prima poskytne kvalitní přehled.“*<sup>100</sup> Je zajímavé, že když šéfredaktorka zpravodajství nastupovala do funkce, tak v tiskové zprávě zmínila slovo „blok“. A zpravodajský blok mezi 19.00hod. a 20.00hod. opravdu vytvořila. Jde navíc o alternativu ke zpravodajství ČT 1 a TV Nova, protože značnou část hodiny je kladen důraz na krimi a show. Tento způsob zpracování dnes nenajdeme na žádné komerční televizi na území ČR.

Měli jste možnost přechít si všechny významné změny, které vedly k vytvoření hodiny plné zpráv, až na jednu. Touto změnou je začlenění sportovních zpráv do hlavní zpravodajské relace, což ale vyvolalo velké diskuse. Sportovní redakce je běžně součástí každé významné celoplošné televize. Je nezbytné si ale uvědomit, že to na 100 % platilo jen za doby analogového vysílání, protože například plnoformátová digitální

<sup>96</sup> KOCOVARÁ, Jana. *VIP Zprávy odstartovaly s úspěchem* [ online ]. 13.07.2010 [cit. 23. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/vip-zpravy-odstartovaly-s-uspechem>>.

<sup>97</sup> KOCOVARÁ, Jana. *VIP Zprávy odstartovaly s úspěchem* [ online ]. 13.07.2010 [cit. 23. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/vip-zpravy-odstartovaly-s-uspechem>>.

<sup>98</sup> KOCOVARÁ, Jana. *Rekordní týden Televize Prima* [ online ]. 27.07.2010 [cit. 23. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/rekordni-tyden-televize-prima>>.

<sup>99</sup> *Milionové úterý* [ online ]. 05.01.2011 [cit. 23. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/milionove-utery>>.

<sup>100</sup> *Televize Prima má novou šéfredaktorku zpravodajství a publicistiky* [ online ]. 09.07.2009 [cit. 26. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/tiskove-zpravy/televize-prima-ma-novou-sefredaktorku-zpravodajstvi-publicistiky>>.

stanice Barrandov toto pravidlo nespĺňovala a ani dnes nespĺňuje. Televize Prima zaujala druhé místo v pořadí stanic, které sportovní zpravodajství nemají, a přesto si zanechala i určité prvenství. Jako první totiž Prima rozpustila sportovní redakci a samostatné sportovní zpravodajství. Délka sportovního zpravodajství byla čtyři minuty. Od ledna 2011 ale hodina plná zpráv o tyto čtyři minuty přišla.<sup>101</sup> Je ale otázka, kolik výroba těchto čtyř minut stála a kolik diváků tyto čtyři minuty sledovalo. Zrušení sportu vnímám ale jako změnu, kterou opravdu asi nikdo nečekal. „*Ještě před několika lety byly pravidlem přenosy z disciplín Formule 1 nebo Moto GP. Redakce si vyzkoušela i produkci fotbalových přenosů z domácí ligy, pak se na obrazovce objevily fotbalové zápasy anglické Premier League a mezitím i evropský šampionát Euro 2008. Prima dokonce na několik let zakoupila anglický fotbal a nasadila jej do víkendového vysílacího času svého hlavního programu, aby umožnila rozvoj sportovní redakce a komentátorů. A to se ještě nedávno neoficiálně mluvilo o zájmu spustit v delší budoucnosti sportovní kanál nebo sportovní bloky v rámci programu Prima Cool, který cílí na mužské publikum. Nyní se této investice Prima zbavuje a utlumuje jakoukoliv sportovní činnost v dalších letech.*“<sup>102</sup> Citovaný článek je jasným důkazem. Jak propouštění vypadalo, popisuje v rozhovoru pro DigiZone.cz Jiří Nikodým, šéfredaktor sportovní redakce. Vybrané otázky z rozhovoru jsou v příloze bakalářské práce. Rozhovor je zajímavý právě v tom, že ukazuje pohled druhé strany. Jiří Nikodým pracoval pro Primu 16 let. Rozhovor byl publikován 11. ledna 2011. Bylo to tak krátce po tom, co skončila sportovní redakce. Jiří Nikodým ovšem o zrušení celé redakce věděl už od 26. října 2010. Více už v samotném rozhovoru.

Leden 2011 tak sice přinesl rozšíření vysílání Krimi zpráv a VIP zpráv i na víkend, vyžádalo si to ale svoji oběť, a to v podobě zrušení samostatné redakce sportu. O důležitých sportovních momentech jsou diváci informováni v rámci hlavních zpráv. Není však pravidlem, že by každý den musela být odvysílána minimálně jedna sportovní zpráva. Zpracovány jsou jen informace, které vedení zpravodajství anebo zpravodajský tým považuje za důležité. Sportovní redaktori tak Primu tehdy opustili. Někteří dostali nabídku pracovat na Primě dál na jiných pozicích a někteří z nich tak zůstali. Když se objeví významná sportovní událost, vždycky se najde někdo, kdo sportu rozumí a kdo rád takovou reportáž pro diváky připraví.

---

<sup>101</sup> KOIŠ, Juraj. *Pomůže si Prima zrušením sportovní redakce?* [ online ]. 03.11.2010 [cit. 26. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/pomuze-si-prima-zrusenim-sportovni-redakce/](http://www.radiotv.cz/p_tv/pomuze-si-prima-zrusenim-sportovni-redakce/)>.

Zrušení sportu se ovšem na sledovanosti nijak neprojevovalo. Možná to bylo tím, že lidé už byli zvyklí na Krimi zprávy i na společenský magazín VIP zprávy. 1. prosince 2010 byla sledovanost 1 022 000 diváků. Po zrušení sportu 3. ledna 2011 pak 1 301 000.<sup>103</sup>

A protože sledovanost stoupá, s odstupem času od zavedených změn se jako paradox jeví, že Pavel Zuna za svého působení ve zpravodajství Prima řekl, že v podstatě budoucnost v čase od sedmi večer nevidí. „*Kdybychom se hodně snažili, byli bychom úspěšní a dělali to hodně dobře, tak získáme (navíc) nějakých 100, 150 tisíc lidí. Jestli chceme bojovat o větší čísla, tak musíme jít jinam.*“<sup>104</sup> V té době sledovalo Zprávy televize Prima přibližně 800 až 900 tisíc diváků. V případě, že by byla Prima podle Zunových slov úspěšná, měla by v čase od 18.55hod. podle jeho úvah cca milion, a proto se rozhodl posunout vysílající čas od 19.30hod. S tím, ale jak už víme, neuspěl. Sledovanost nejdříve dosáhla skvělých čísel, ale postupně klesala a klesala, až se dostala pod hranici půlmilionu. Když změny začala zavádět současná šéfredaktorka, divácká situace vypadala přesně opačně. Doložím to na sledovanosti ve dnech 11. července 2010 (1. vysílání zpráv z nového studia) a 23. července 2010. Změny tak byly více jak týden zavedeny.

#### **- 11. července 2010**

„*Zprávy TV Prima sledovalo v neděli 11. 7. celkem 35,24 % diváků v cílové skupině Dospělí 15+.*“<sup>105</sup>

#### **- 23. července 2010**

„*Podíl sledovanosti Zpráv TV Prima dosáhl ve skupině D15+ 43,27 %.*“<sup>106</sup>

---

<sup>102</sup> KOIŠ, Juraj. *Pomůže si Prima zrušením sportovní redakce?* [online]. 03.11.2010 [cit. 26. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/pomuze-si-prima-zrusenim-sportovni-redakce/](http://www.radiotv.cz/p_tv/pomuze-si-prima-zrusenim-sportovni-redakce/)>.

<sup>103</sup> *Rekordní mikulášská sledovanost Televize Prima* [online]. 06.12.2010 [cit. 26. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/rekordni-mikulasska-sledovanost-televize-prima>>. *Milionové úterý* [online]. 05.01.2011 [cit. 26. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/milionove-utery>>.

<sup>104</sup> KÁLAL, Jan: *Pavel Zuna: Zprávy na Primě od 19:30 jsou průzkum bojem* [online]. 22.01.2008 [cit. 26. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/clanky/pavel-zuna-zpravy-na-prime-od-1930-jsou-pruzkum/>>.

<sup>105</sup> KOCOVARÁ, Jana. *Zpravodajství v novém studiu, hodina plná informací* [online]. 12.07.2010 [cit. 26. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/zpravodajstvi-v-novem-studiu-hodina-plna-informaci>>.

<sup>106</sup> KOCOVARÁ, Jana. *Rekordní týden Televize Prima* [online]. 27.07.2010 [cit. 26. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/rekordni-tyden-televize-prima>>.

To, že úspěch zpravodajské hodiny po nějaké době „nezkrachoval“, ale stále se drží, za tím nestojí jen současná šéfredaktorka, ale i sám divák a jeho změna chování. *„Statistiky sledovanosti ukazují, že Češi strávili v letošním lednu před televizními obrazovkami v průměru necelé 4 hodiny denně. Je to tedy přibližně stejná doba jako před čtyřmi lety. Pokud bychom chtěli bazírovat na minutách, byl dokonce letošní leden z hlediska doby strávené před obrazovkou nejúspěšnějším lednovým měsícem od roku 2007, což platí i o celkové sledovanosti televize v populaci.“*<sup>107</sup> Stejně tak diváci strávili enormní čas před televizí i v prvním prázdninovém měsíci. *„Bez jedné minuty tři hodiny strávili v letošním červenci diváci před televizními obrazovkami (2:59 hodin). Byla to nejdelší strávená doba před TV v prvním prázdninovém měsíci za posledních šest let. Déle jak tři hodiny věnovali diváci naposledy sledování televize v červenci v roce 2005, kdy obrazovku v průměru sledovali každý den o tři minuty déle.“*<sup>108</sup> Podle všeho sledovanost televize zatím neklesá. Ale to, co ovlivňuje stávající vývoj a změnu chování diváka, je digitalizace a rozpad tuzemského televizního trhu. Divák své chování změnil tak, že pokud se mu něco nelíbí, tzv. jde jinam. Není tolik konzervativní jako v minulých letech. Díky digitalizaci stoupl počet televizních stanic, a tudíž i jejich výběr. Divák si je možnosti výběru vědom, a tak nelenoš a přepíná do té doby, dokud se mu něco někde nezalíbí. *„Příklonnost k televizní stanici jako takové ustupuje ve prospěch konkrétních pořadů.“*<sup>109</sup> Televizní diváci tak začali mít opravdu velký vliv na program televizních stanic. Svoji nepřítel dokážou vytěsnit určité formáty i z hlavního vysílacího času. Z něj tak byly odsunuty pořady jako Tisíc a jedna noc, Čápi s mákem, Šéfka.<sup>110</sup> Televize si ale změnu chování diváka a jeho větší význam plně uvědomují.

- *„Vzhledem k mimořádně silnému konkurenčnímu boji dochází k situacím, kdy jednotlivé televize ve snaze získat či udržet diváka programují proti sobě nebo neustále přesouvají pořady v čase. Paradoxně tak někdy docilují efektu otrávení diváka, který je*

<sup>107</sup> VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Nezvyklá situace: TV diváci mění program* [ online ]. 13.04.2011 [cit. 01. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaguru.cz/2011/04/nezvykla-situace-tv-divaci-meni-program/>>.

<sup>108</sup> *TV sledovanost je letos vyšší než vloni* [ online ]. 15.08.2011 [cit. 01. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaguru.cz/2011/08/tv-sledovanost-je-letos-vyssi-nez-vloni/>>.

<sup>109</sup> VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Nezvyklá situace: TV diváci mění program* [ online ]. 13.04.2011 [cit. 01. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaguru.cz/2011/04/nezvykla-situace-tv-divaci-meni-program/>>.

<sup>110</sup> VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Nezvyklá situace: TV diváci mění program* [ online ]. 13.04.2011 [cit. 01. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaguru.cz/2011/04/nezvykla-situace-tv-divaci-meni-program/>>.

často konzervativní a nechce každý týden svůj oblíbený pořad hledat jinde, anebo se rozhodovat mezi třemi filmy v jednom čase.“<sup>111</sup> Ladislav Šticha, mluvčí České televize

- „Divák je v konečném důsledku vždycky ten, kdo o složení programu rozhodne.“<sup>112</sup> Jan Andruško, generální ředitel TV Nova

- „Velké kanály budou muset reagovat na tento trend stále lepší programovou nabídkou, ať už vývojem nových zajímavých formátů vlastní tvorby či nákupem kvalitní zahraniční produkce. Toto bude nejenom pro velké kanály jedinou možnou cestou k požadované sledovanosti.“<sup>113</sup> Jana Mráková, tisková mluvčí TV Prima

I když od 20hod. můžou vést ve sledovanosti např. pořady ČT1 nebo TV Nova a ostatních TV stanic, neznamená to, že zpravodajství by nemohlo být úspěšné zrovna na Primě. Jak už bylo výše zmíněno, divák dává přednost konkrétním pořadům a už nebazíruje na tom, která televizní stanice to zrovna vysílá.

## 2. 2. 5 Milníky ve sledovanosti

Než se dostanu k rekordům ve sledovanosti Zpráv TV Prima a zbytku zpravodajského bloku, popíšu, jak složitá je situace televizního trhu. Digitalizace v důsledku znamenala rozpad sledovanosti na dílčí programy. S tím ale snad každý televizní management počítal. ČT1, TV Nova ale i TV Prima bylo jasné, že digitalizace s sebou přinese novou konkurenci. „Ještě před dvěma lety se podíl na sledovanosti nejsilnější tuzemské televize TV Nova pohyboval na úrovni necelých 40 % a televize ČT1 více než 20 %. O dva roky později, v březnu letošního roku, se tyto podíly u obou

---

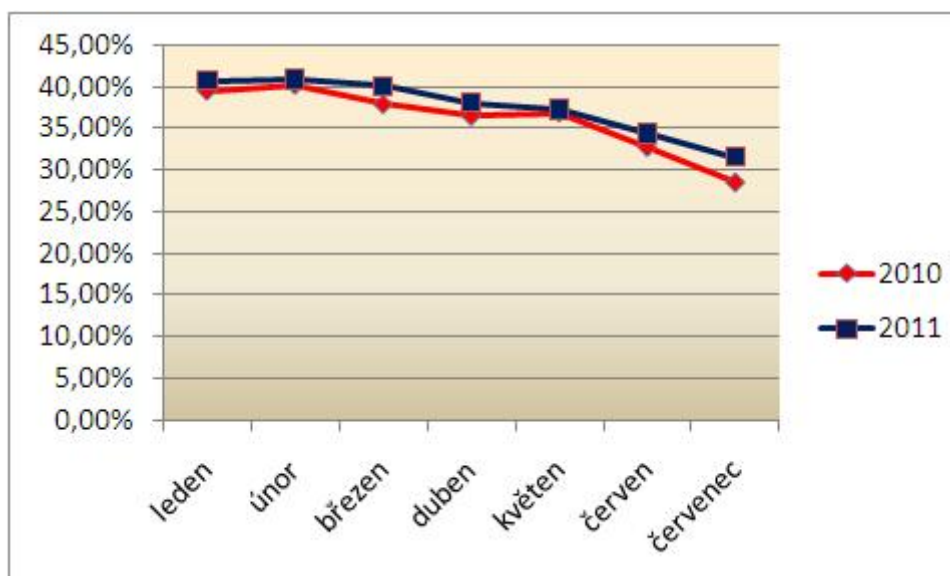
<sup>111</sup> VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Nezvyklá situace: TV diváci mění program* [ online ]. 13.04.2011 [cit. 01. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaguru.cz/2011/04/nezvykla-situace-tv-divaci-meni-program/>>.

<sup>112</sup> VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Nezvyklá situace: TV diváci mění program* [ online ]. 13.04.2011 [cit. 01. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaguru.cz/2011/04/nezvykla-situace-tv-divaci-meni-program/>>.

<sup>113</sup> VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Nezvyklá situace: TV diváci mění program* [ online ]. 13.04.2011 [cit. 01. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaguru.cz/2011/04/nezvykla-situace-tv-divaci-meni-program/>>.

zmiňovaných kanálů snížily na 31 % (TV Nova) a 16 % (ČT1).“<sup>114</sup> To, že diváci odcházejí od některých televizních pořadů, neznamená, že odcházejí od televizních obrazovek. Televizní stanice ale ani přes pokles sledovanosti své diváky vlastně neztrácejí. Ptáte se, co je to za nesmysl? Není to nesmysl. „Pokud tedy v letošním březnu klesl podíl TV Nova na 31 % z loňských březnových 37 %, je potřeba vidět, že za stejnou dobu vyrostl podíl Nova Cinema o 2 % a k tomu je třeba přičíst další kanály skupiny Nova – Nova Sport a MTV, které nejsou zapojeny do elektronického měření, ale které nějaké to procento do celkového výsledku také přihodí. Podobně u České televize: přestože podíl ČT1 je letos nižší než vloni, zvyšuje se podíl ČT24, a rovněž část diváků ČT2 se po úpravách programového schématu přesunula na ČT4.“<sup>115</sup> Zavedené kanály si našly cestu pomocí nových digitálních stanic a snaží se diváky alespoň udržet ve své přízni. Zvyšovat za takových podmínek sledovanost zpráv asi není úplně jednoduché. Za příklad si vezměme např. zpravodajský kanál Z1, který měl být jedničkou ve zpravodajství, v lednu 2011 ale zkrachoval.

Za optimistický můžeme však považovat vývoj TV sledovanosti v letech 2011 a 2010.



Zdroj: ATO-Mediaresearch<sup>116</sup>

<sup>114</sup> VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Nezvyklá situace: TV diváci mění program* [ online ]. 13.04.2011 [cit. 01. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaguru.cz/2011/04/nezvykla-situace-tv-divaci-meni-program/>>.

<sup>115</sup> VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Nezvyklá situace: TV diváci mění program* [ online ]. 13.04.2011 [cit. 01. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaguru.cz/2011/04/nezvykla-situace-tv-divaci-meni-program/>>.

<sup>116</sup> *TV sledovanost je letos vyšší než vloni* [ online ]. 15.08.2011 [cit. 01. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaguru.cz/2011/08/tv-sledovanost-je-letos-vyssi-nez-vloni/>>.

Ale teď už k samotným milníkům sledovanosti.

### **Sledovanost zpravodajských pořadů**

**23. července 2010** ve skupině D15+ (tedy dospělí 15+) 43,27 %. Tak vysoký podíl sledovanosti zajistil „primáckým“ zprávám dokonce historický rekord. Od 1. ledna 2007 to byl totiž nejvyšší dosažený podíl na sledovanosti.<sup>117</sup> A Krimi zprávy dosáhly sharu v D15+ 32,94 %. Pro Krimi zprávy to tak byl ten den nejvyšší shar od začátku jejich vysílání.<sup>118</sup>

**16. srpna 2010** Zprávy TV Prima sledovalo 890 000 diváků. Nedosáhly sice ještě pomyslného milionu, ale i tak byly ve svém vysílacím čase vítězem.<sup>119</sup>

**3. října 2010** Zprávy TV Prima překročily pomyslnou hranici milionu. V neděli tak zprávy sledovalo 1 007 000 diváků v cílové skupině D15+.<sup>120</sup>

**18. – 24. října 2010** v cílové skupině D15+ měly zprávy nejvyšší týdenní sledovanost a to od 1. ledna 2010. Průměrně zprávy sledovalo v daném týdnu 865 000 diváků. Tento říjnový týden byl ale úspěšný i pro TV Prima jako celek. Překročila totiž 20% hranici týdenního podílu na trhu.<sup>121</sup>

**1. – 7. listopadu 2010** už ale průměrně za celý týden Zprávy TV Prima ve skupině D15+ sledovalo 902 000 diváků. A v neděli 7. listopadu 2010 padl další rekord, protože zprávy sledovalo celkem 1 225 000 diváků. Share byl 33,93%. A byla to vůbec nejvyšší sledovanost od února 2008.<sup>122</sup>

**1. prosince 2010** slavila úspěch celá zpravodajská hodina. V průměru se na Primu v době vysílání zpravodajských pořadů dívalo v průměru 1 022 000 diváků.<sup>123</sup> A Krimi

<sup>117</sup> KOCOVARÁ, Jana. *Rekordní týden Televize Prima* [ online ]. 27.07.2010 [cit. 07. prosince 2011].

Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/rekordni-tyden-televize-prima>>.

<sup>118</sup> KOCOVARÁ, Jana. *Rekordní týden Televize Prima* [ online ]. 27.07.2010 [cit. 07. prosince 2011].

Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/rekordni-tyden-televize-prima>>.

<sup>119</sup> KOCOVARÁ, Jana. *Pro Zprávy TV Prima pokračuje úspěšné léto* [ online ]. 17.08.2010 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/pro-zpravy-tv-prima-pokracuje-uspesne-leto>>.

<sup>120</sup> KOCOVARÁ, Jana. *Televize Prima i Prima COOL mají důvod k oslavě!* [ online ]. 04.10.2010 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/televize-prima-i-prima-cool-maji-duvod-k-oslave>>.

<sup>121</sup> *Prima překročila 20% hranici týdenního podílu na trhu* [ online ]. 25.10.2010 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/prima-prekrocila-20-hranici-tydenniho-podilu-na-trhu>>.

<sup>122</sup> KOCOVARÁ, Jana. *Další úspěšný týden – rekordní Zprávy a Prostřeno!* [ online ]. 08.11.2010 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/dalsi-uspesny-tyden-rekordni-zpravy-prostreno>>.

<sup>123</sup> *Zpravodajská hodina ve znamení úspěchu* [ online ]. 02.12.2010 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/zpravodajska-hodina-ve-znameni-uspechu>>.

zprávy ten den vidělo 842 000 diváků v cílové skupině D15+. Krimi zprávy tak dosáhly druhé nejlepší sledovanosti od svého vysílání.<sup>124</sup>

**1. – 5. prosince 2010** hlavní zpravodajský pořad v průměru celý týden sledovalo 939 000 diváků. Byla to nejvyšší průměrná týdenní sledovanost od února 2008.<sup>125</sup>

**3. ledna 2011** byla pokořena listopadová hranice sledovanosti. 3. ledna nového roku si zprávy nenechalo ujít 1 301 000 diváků.<sup>126</sup>

**3. – 9. ledna 2011** zprávy celý týden sledovalo průměrně 1 251 000 diváků. Dokonce jejich sledovanost neklesla ve vymezeném týdnu ani jeden den pod milion. Tudíž šlo o rekordní týdenní sledovanost zpravodajství od září 2006. Navíc se celkově potvrdil úspěch celé zpravodajské hodiny. „*V čase 19.00–20.00 dosáhla Televize Prima v minulém týdnu historicky vůbec nejvyšší sledovanosti – v CS D15+ ji sledovalo 958 tisíc diváků při podílu na trhu 24,76 %!*“<sup>127</sup> A tak není divu, že například 4. ledna 2011 Krimi zprávy měly sledovanost 1 079 000 diváků.<sup>128</sup>

**23. srpna 2011** „*Rekordních 42,78 procenta diváků starších patnácti let, kteří v úterý večer po 18:55 hod. trávili čas u televize, sledovalo Zprávy TV Prima. Hlavní zpravodajská relace Primy tak zaujala největší publikum za celý letošní rok. Vyjádřeno počtem diváků však nešlo o rekord, úterní Zprávy TV Prima vidělo v průměru 921 tisíc diváků. Pro srovnání: úterní Televizní noviny na Nově dosáhly u dospělého publika podílu 57,42 procenta (1,557 milionu diváků) a Události na ČT 1 pouze 24,56 procenta (552 tisíc diváků).*“<sup>129</sup>

**25. srpna 2011** „*Rekordní týden hlavní zpravodajské relace televize Prima pokračuje. Ve čtvrtek večer sledovalo Zprávy TV Prima 43,63 procenta dospělého publika, což je o deset procentních bodů více, než byla běžné před letními prázdninami. V absolutních*

<sup>124</sup> Zpravodajská hodina ve znamení úspěchu [ online ]. 02.12.2010 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/zpravodajska-hodina-ve-znameni-uspechu>>.

<sup>125</sup> Rekordní mikulášská sledovanost TV Prima [ online ]. 06.12.2010 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/rekordni-mikulaska-sledovanost-televize-prima>>.

<sup>126</sup> Milionové úterý Prima [ online ]. 05.01.2011 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/milionove-utery>>.

<sup>127</sup> KOCOVÁ, Jana. Rok 2011 začal s úspěchem [ online ]. 11.01.2011 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/rok-2011-zacal-s-uspechem>>.

<sup>128</sup> Milionové úterý Prima [ online ]. 05.01.2011 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/milionove-utery>>.

<sup>129</sup> POTUČEK, Jan. Rekordní Zprávy TV Prima: v úterý dosáhly podílu 42,78 procenta [ online ]. 24.08.2011 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/aktuality/zpravy-tv-prima-v-utery-dosahly-podilu-42-78-pct/>>.



*číslech sice šlo „pouze“ o 962 tisíc diváků, na dominantní Televizní noviny televize Nova ale Primě scházelo 600 tisíc diváků.*<sup>130</sup>

### **3. Zpravodajské hodnoty a hodnocení změn obsahových a formálních**

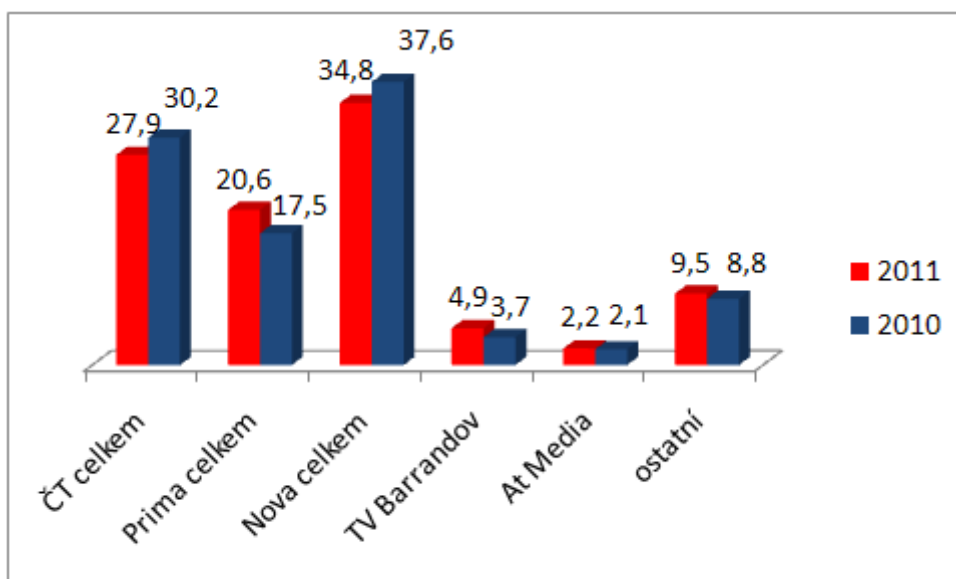
Vznik zpravodajské hodiny považují za změnu, která je v prostředí českého televizního trhu ojedinělá, a to proto, že každý potencionální divák si může vybrat, co ho zajímá a co chce sledovat. Ne každý divák má rád reportáže, které se týkají násilí nebo mapují kuriózní krádeže apod. Díky tomu, že násilí je z velké části součástí Krimi zpráv nebo Krimi plus, divák ví, kdy může přepnout. Stejně tak se najdou tací, kteří na Krimi zprávy, Krimi plus nebo VIP zprávy k televizním obrazovkám teprve přicházejí. Vlastně tento způsob umožňuje zasáhnout největší spektrum potencionálního publika. Na druhou stranu je ale zarážející, že při představě tak velkého počtu potencionálního publika je sledovanost zpravodajské hodiny vlastně dost malá. Protože jestli komerční TV Nova a její Televizní noviny ještě 25. srpna 2011 dosáhly u dospělého publika sledovanosti 1 562 milionu diváků, a to i přesto, že nemají tak široký výběr a tak velký rozsah zpravodajství, je zajímavé, že s tím, co nabízí zpravodajský blok TV Prima, nemá právě TV Prima tu nejvyšší sledovanost. Podle elektronického měření sledovanost zpravodajských pořadů TV Prima v prime timu stoupá a například právě 25. srpna 2011 chybělo TV Prima 600 diváků na Televizní noviny. Otázkou zůstává, jak by takový moment, kdyby komerční jedničku (TV Nova) porazila ve zpravodajství komerční dvojka (TV Prima), zahýbal mediálním světem.

Mimo jiné ze všech tuzemských stanic se právě TV Prima podařil zvýšit podíl na sledovanosti v prime-time, a to začátkem roku 2011. Pro lepší znázornění poslouží graf.

---

<sup>130</sup> POTŮČEK, Jan. *Zprávy TV Prima pokračují v rekordech. Ve čtvrték oslovily 43,63% publika* [ online ]. 26.08.2011 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <http://www.digizone.cz/aktuality/zpravy-tv-prima-pokracuji-v-rekordech-43-63-pct/>.

**Podíl TV stanic v %, celodenní vysílání, D15+ (leden-květen 2011/leden-květen 2010)**



Zdroj: ATO-Mediaresearch<sup>131</sup>

Zatímco ve sloupci *Prima celkem* vidíte nárůst, ve sloupci *Nova celkem* naopak pokles. „*TV Nova má oproti loňským prvním pěti měsícům podíl nižší, způsobený zejména poklesem hlavního kanálu.*“<sup>132</sup>

A co je nezbytné pro úspěšnost jakéhokoli produktu? Bezpochyby prezentace v médiích. Nemám teď na mysli jen reklamní kampaně, ale to, jak si o produktu povídají lidé a jak se o něm píše. Nakonec spokojený zákazník je ta nejlepší reklama. To v podstatě platí i ve světě médií, jen nejde o zákazníka, ale o diváka. To, jaký udělám dojem, záleží i na tom, jak umím sama sebe prezentovat. Někdy méně znamená více. A to, že konkurenční televize často bojují i mimo obraz, dokazuje například jedna tisková konference. Pro zajímavost a zpestření jí věnuji malý prostor. „*Nova nezklamala – její sebevědomí je mnohem větší než kvalita programu. Prima předvedla vstřícnější přístup, přičemž se za svůj program vůbec nemusí stydět.*“<sup>133</sup> Důležité je objasnit citaci Martina Koiše. V podstatě šlo o to, že jak TV Prima, tak i TV Nova vyhlásily tiskovou

<sup>131</sup> VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *TV Prima se letos zvedla v prime-time*. [ online ]. 15.06.2011 [cit. 13. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaguru.cz/2011/06/tv-prima-se-letos-zvedla-v-prime-time/>>.

<sup>132</sup> VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *TV Prima se letos zvedla v prime-time*. [ online ]. 15.06.2011 [cit. 13. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaguru.cz/2011/06/tv-prima-se-letos-zvedla-v-prime-time/>>.

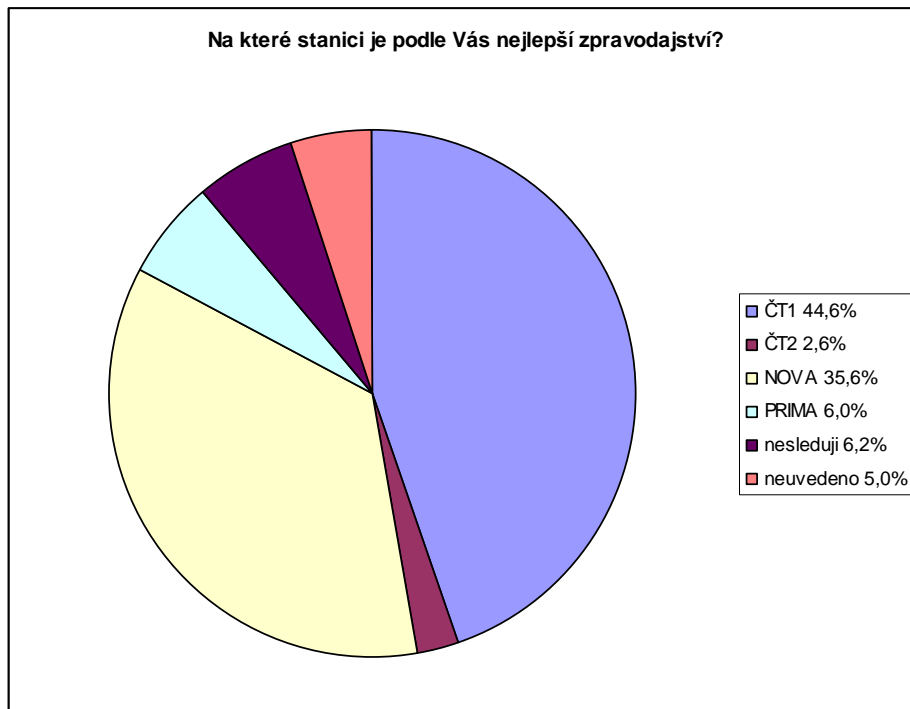
<sup>133</sup> KOIŠ, Juraj. *Přehnaně sebevědomá Nova a vstřícnější ale zajímavá Prima*. [ online ]. 02.02.2011 [cit. 13. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/prehnane-sebevedoma-nova-a-vstricanejsi-ale-zajimava-prima/](http://www.radiotv.cz/p_tv/prehnane-sebevedoma-nova-a-vstricanejsi-ale-zajimava-prima/)>.

konferenci na stejný den. TV Prima tiskovou konferenci ohlásila novinářům jako první a zvolila čas 14.30hod. TV Nova ale nechtěla být podle všeho na druhém místě, a tak pro tiskovou konferenci dodatečně zvolila čas 12.00hod. „*Prima pak na tento tah reagovala adekvátně s nadhledem - pro novináře poslala autobus, aby je po skončení novácké tiskovky rychleji dopravila k sobě.*“<sup>134</sup> Ale tím vše nekončí. Autor v článku pro Radiotv.cz navíc zmiňuje, že tisková konference TV Nova byla jaksi zbytečná, protože se novináři nedozvěděli nic, co by ještě nevěděli. Naopak tisková konference TV Prima prý měla smysl. Těžko říct, jak moc je výše zmiňovaný článek objektivní. Nicméně je zajímavý v tom, že jasně ukazuje konkurenční boj mezi dvěma komerčními televizemi.

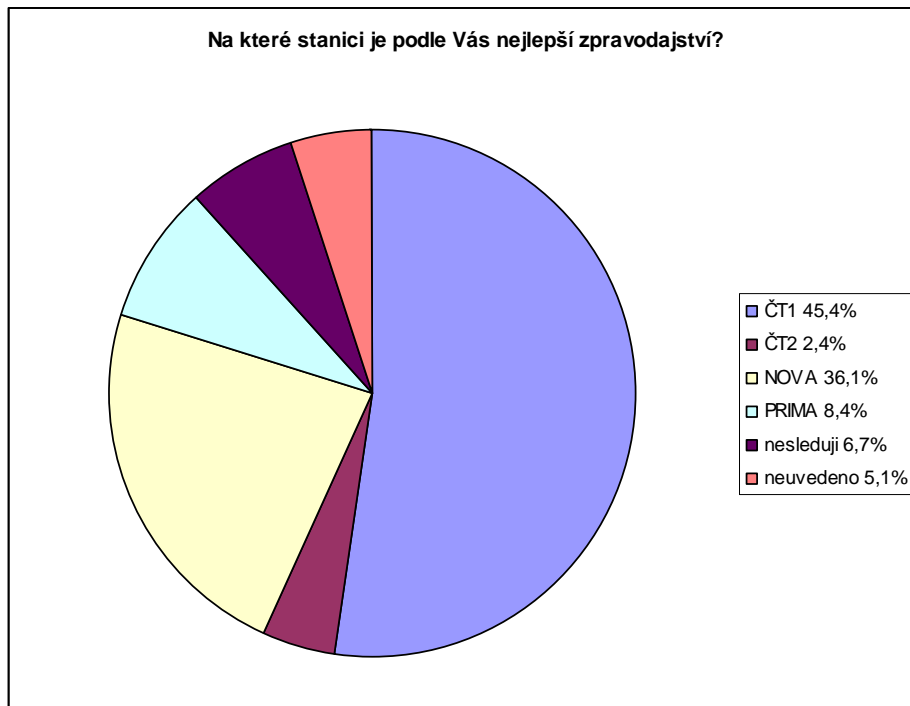
Před tím, než rozeberu vlastní dotazníkové šetření, vyjdu nejdříve z dostupných zdrojů jako je výzkum společnosti Median. Mezi respondenty tato společnost, zabývající se výzkumem trhu, médií a veřejným míněním, zkoumala, na které stanici je podle nich nejlepší zpravodajství. Tento dotaz bude i součástí mého dotazníkového šetření, a tak budu moct posoudit, do jaké míry se budou výsledky z jejich výzkumu shodovat s mým vypracovaným dotazníkovým šetřením. Samozřejmě, že nezbytnou roli v tomto případě hraje vzdělání respondentů, a protože společnost Median tento fakt neopomněla, ani já v dotazníkovém šetření údaje o nejvyšším dosaženém vzdělání nevynechám.

---

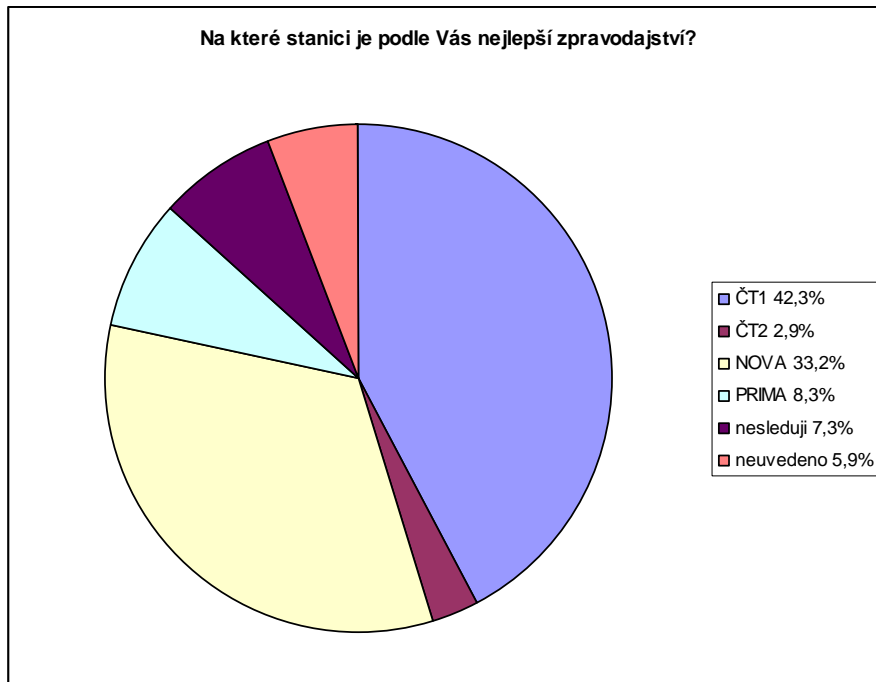
<sup>134</sup> KOIŠ, Juraj. *Přehnaně sebevědomá Nova a vstřícnější ale zajímavá Prima*. [ online ]. 02.02.2011 [cit. 13. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/prehnane-sebevedoma-nova-a-vstricanejsi-ale-zajimava-prima/](http://www.radiotv.cz/p_tv/prehnane-sebevedoma-nova-a-vstricanejsi-ale-zajimava-prima/)>.

**Graf 1. Muži za 3. a 4. kvartál roku 2009****Datum sběru: 22.06.2009 - 06.12.2009****Počet respondentů = 4383, 12 – 79 let**

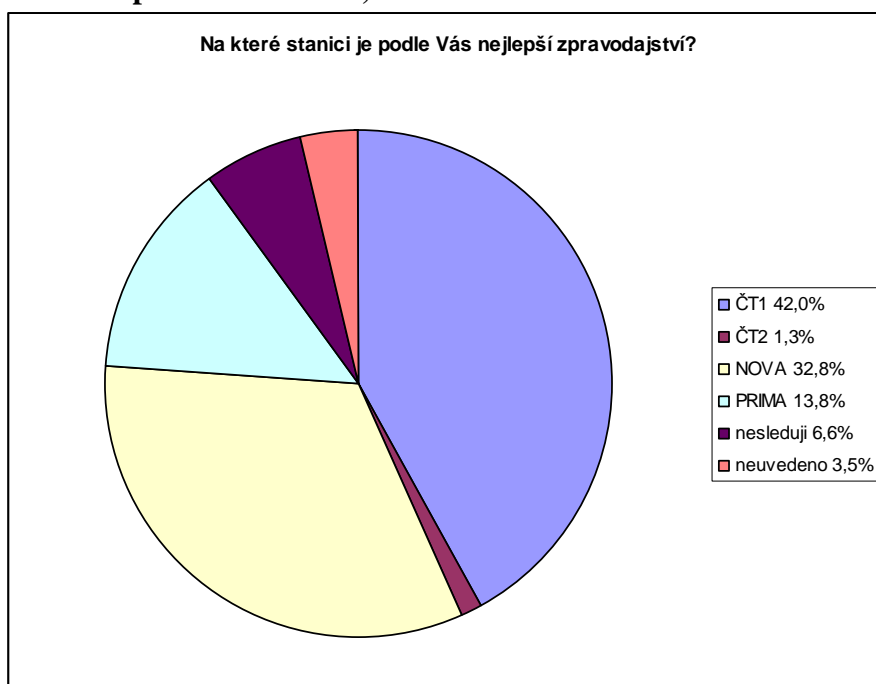
Zdroj: MEDIAN, Market &amp; Media &amp; Lifestyle – TGI, 3. kvartál 2009 a 4. kvartál 2009

**Graf 2. Muži za 1. a 2. kvartál roku 2010****Datum sběru: 04.01.2010 - 20.06.2010****Počet respondentů = 4415, 12 – 79 let**

Zdroj: MEDIAN, Market &amp; Media &amp; Lifestyle – TGI, 1. kvartál 2010 a 2. kvartál 2010

**Graf 3. Muži za 3. a 4. kvartál roku 2010****Datum sběru: 21.06.2010 - 05.12.2010****Počet respondentů = 4424, 12 – 79 let**

Zdroj: MEDIAN, Market &amp; Media &amp; Lifestyle – TGI, 3. kvartál 2010 a 4. kvartál 2010

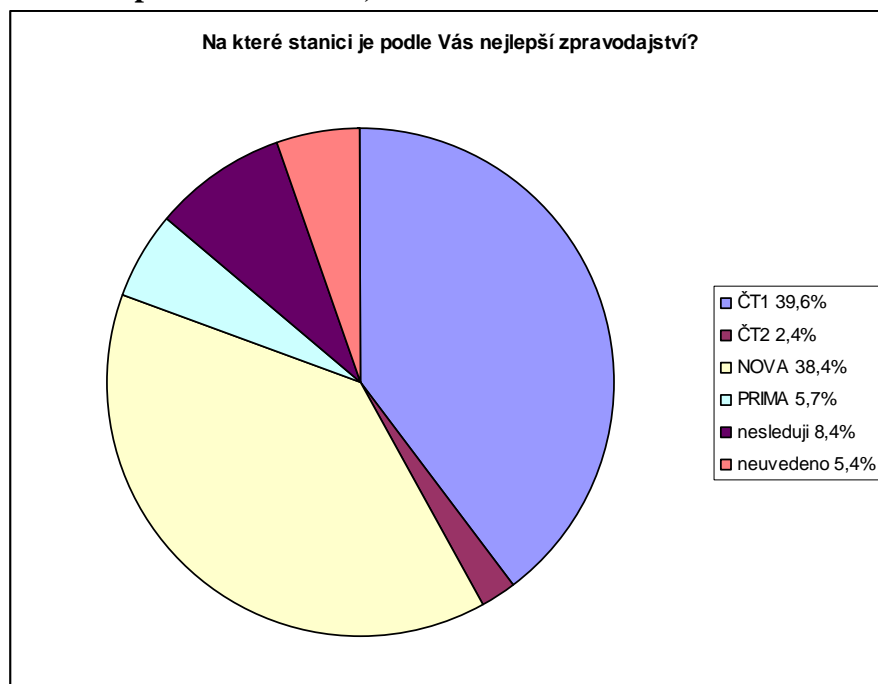
**Graf 4. Muži za 1. a 2. kvartál 2011****Datum sběru: 03.01.2011 - 19.06.2011****Počet respondentů = 4415, 12 – 79 let**

Zdroj: MEDIAN, Market &amp; Media &amp; Lifestyle – TGI, 1. kvartál 2011 a 2. kvartál 2011

**Graf 5. Ženy za 3. a 4. kvartál roku 2009**

**Datum sběru: 22.06.2009 - 06.12.2009**

**Počet respondentů = 4497, 12 – 79 let**

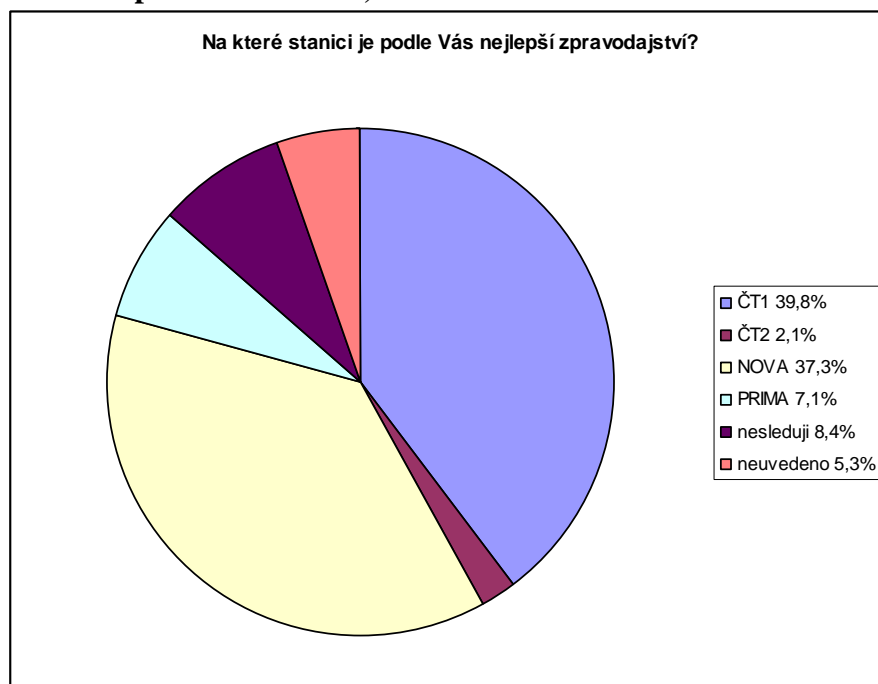


Zdroj: MEDIAN, Market & Media & Lifestyle – TGI, 3. kvartál 2009 a 4. kvartál 2009

**Graf 6. Ženy za 1. a 2. kvartál roku 2010**

**Datum sběru: 04.01.2010 - 20.06.2010**

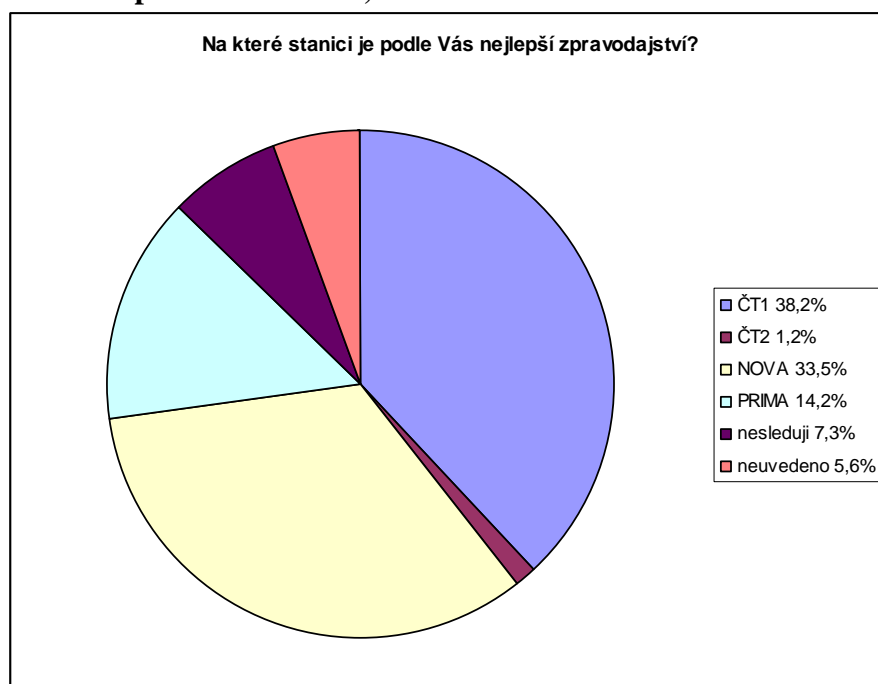
**Počet respondentů = 4506, 12 – 79 let**



Zdroj: MEDIAN, Market & Media & Lifestyle – TGI, 1. kvartál 2010 a 2. kvartál 2010

**Graf 7. Ženy za 3. a 4. kvartál roku 2010****Datum sběru: 21.06.2010 - 05.12.2010****Počet respondentů = 4506, 12 – 79 let**

Zdroj: MEDIAN, Market &amp; Media &amp; Lifestyle – TGI, 3. kvartál 2010 a 4. kvartál 2010

**Graf 8. Ženy za 1. a 2. kvartál roku 2011****Datum sběru: 03.01.2011 - 19.06.2011****Počet respondentů = 4502, 12 – 79 let**

Zdroj: MEDIAN, Market &amp; Media &amp; Lifestyle – TGI, 1. kvartál 2011 a 2. kvartál 2011

Z grafů, kdy odpovídají muži, se dá postřehnout, že u TV Prima procenta pomalu, ale jistě narůstají. Největší rozdíl uvidíte, pokud si porovnáte výsledky grafu č. 3 s grafem č. 4. Zatímco oblíbenost zpravodajství TV Prima v tomto období narostla o 5,5%, ostatní stanice naopak poklesly. ČT1 poklesla o 0,3%, ČT2 o 1,6% a Nova o 0,4%. V období od 3. a 4. kvartálu roku 2009 do 1. a 2. kvartálu roku 2011 Prima vzrostla z původních 6% na 13,8% zatímco její komerční konkurent Nova klesla z 35,6% na 32,8%.

Z grafů, kdy na stejnou otázku odpovídají ženy, se dá vyčíst, že oblíbenost zpravodajství Novy kontinuálně klesá hned od 3. a 4. kvartálu roku 2009. Oproti tomu u Primy je kontinuální nárůst. V období od 3. a 4. kvartálu roku 2009 do 1. a 2. kvartálu roku 2011 Prima vzrostla z původních 5,7% na 14, 2% zatímco Nova klesla z 38,4% na 33,5%.

Když jsem porovnávala jednotlivé kvartály mezi muži a ženami, zjistila jsem, že např. k Nově se mnohem víc klaněly ženy než muži. Naopak muži se 3. a 4. kvartál roku 2009 a 1. a 2. kvartál roku 2010 klaněli k Primě více než ženy. V oblíbenosti zpravodajství ve všech kvartálech u mužů i žen na plné čáře ale zvítězila ČT1.

## VZDĚLÁNÍ RESPONDENTA

**Datum sběru: 22.06.2009 – 06.12.2009**

**Počet respondentů = 7525, 12 - 79 let**

	Základní		vyučení/SŠ bez maturity		středoškolské s maturitou		vysoškoškolské	
	Prj 000	s.%	Prj 000	s.%	Prj 000	s.%	Prj 000	s.%
<b>CS: CS Všichni</b>								
<b>Projekce na jednotlivce, Váženo</b>								
ČT1	819	34,9	1 387	42,1	1 109	45,0	421	53,9
ČT2	37	1,6	71	2,2	85	3,5	29	3,7
NOVA	948	40,5	1 300	39,5	861	34,9	182	23,3
PRIMA	145	6,2	175	5,3	153	6,2	44	5,7
Nesledují	305	13,0	173	5,2	129	5,2	46	5,9
Neuvedeno	88	3,8	187	5,7	125	5,1	59	7,6

Zdroj: MEDIAN, Market & Media & Lifestyle – TGI, 3. kvartál 2009 a 4. kvartál 2009



**Datum sběru: 04.01.2010 - 20.06.2010**

**Počet respondentů = 7320, 12 - 79 let**

	Základní		vyučení/SŠ bez maturity		středoškolské s maturitou		vysokoškolské	
	Prj 000	s. %	Prj 000	s. %	Prj 000	s. %	Prj 000	s. %
<b>CS: CS Všichni</b>								
<b>Projekce na jednotlivce, Vážno</b>								
ČT1	805	34,5	1 390	42,0	1 157	46,6	447	55,8
ČT2	60	2,6	64	1,9	65	2,6	15	1,9
NOVA	913	39,1	1 277	38,6	862	34,7	225	28,1
PRIMA	178	7,6	235	7,1	155	6,2	31	3,9
Nesledují	271	11,6	210	6,3	107	4,3	34	4,2
Neuvedeno	105	4,5	133	4,0	135	5,4	49	6,1

Zdroj: MEDIAN, Market & Media & Lifestyle – TGI, 1. kvartál 2010 a 2. kvartál 2010

**Datum sběru: 21.06.2010 - 05.12.2010**

**Počet respondentů = 7890, 12 - 79 let**

	Základní		vyučení/SŠ bez maturity		středoškolské s maturitou		vysokoškolské	
	Prj 000	s. %	Prj 000	s. %	Prj 000	s. %	Prj 000	s. %
<b>CS: CS Všichni</b>								
<b>Projekce na jednotlivce, Vážno</b>								
ČT1	777	33,3	1 320	39,9	1 089	44,0	436	54,4
ČT2	60	2,6	64	1,9	60	2,4	30	3,7
NOVA	799	34,2	1 244	37,6	831	33,6	201	25,1
PRIMA	229	9,8	285	8,6	219	8,8	59	7,3
Nesledují	349	14,9	203	6,1	153	6,2	35	4,4
Neuvedeno	120	5,2	196	5,9	123	5,0	42	5,2

Zdroj: MEDIAN, Market & Media & Lifestyle – TGI, 3. kvartál 2010 a 4. kvartál 2010

**Datum sběru: 03.01.2011 - 19.06.2011**

**Počet respondentů = 7360, 12 - 79 let**

	Základní		vyučen/SS bez maturity		středoškolské s maturitou		vysokoškolské	
	Prj 000	s. %	Prj 000	s. %	Prj 000	s. %	Prj 000	s. %
<b>CS: CS Všichni</b>								
<b>Projekce na jednotlivce, Vážno</b>								
ČT1	879	38,1	1 222	36,8	1 078	43,5	395	48,8
ČT2	39	1,7	32	1,0	20	0,8	23	2,8
NOVA	670	29,0	1 259	37,9	782	31,5	244	30,2
PRIMA	315	13,7	509	15,3	342	13,8	80	9,9
Nesledují	299	13,0	161	4,8	136	5,5	24	2,9
Neuvedeno	106	4,6	139	4,2	120	4,8	43	5,3

Zdroj: MEDIAN, Market & Media & Lifestyle – TGI, 1. kvartál 2011 a 2. kvartál 2011

U všech grafů zkoumajících vzdělání se nedá přehlédnout, že jak ČT1, tak i Nova a Prima má nejvíce respondentů bez maturity, tedy nejvíce jich je v kolonce s názvem: vyučen/SS bez maturity.

A teď už k chystanému výzkumu. Cílem výzkumné práce je snaha zjistit, zda jsou diváci spokojeni se změnami v rámci zpravodajství TV Prima, jak hodnotí grafické provedení, studiové zázemí, rozčlenění zpravodajské hodiny do bloků, zrušení sportu a moderovaného počasí a škálu poskytnutých informací, a jestli jsou spokojeni s časem vysílání. Zároveň přijít na to, jestli sledují celou zpravodajskou hodinu nebo jen některou z jejích částí a následně kterou. Případně zjistit, jakou jinou hlavní zpravodajskou relaci upřednostňují.

### **Hlavní výzkumný cíl**

Spokojenost recipientů se změnami v rámci zpravodajství TV Prima.

### **Dílčí cíle**

**DC 1:** Spokojenost diváků s finální verzí zpravodajství TV Prima.

**DC 2:** Zjistit, zda divák sleduje celý informační blok, případně jestli přepíná na jiné zpravodajství.

### **Metodologie výzkumného šetření**

Pro výzkumné šetření jsem zvolila kvantitativní výzkumnou strategii, protože jsem potřebovala získat informace od většího počtu respondentů. Zároveň mi šlo

především o data, která budu statisticky vyhodnocovat. Dotazníkové šetření tak podle mě bylo nejlepší nabízenou variantou, protože se vyznačuje vysokou mírou standardizace – „to znamená, že každý respondent (ten, kdo je dotazován) čelí shodnému souboru otázek sestavených v určitém pořadí do dotazníku. Dotazníkové šetření musí být pečlivě promyšleno a naplánováno.“<sup>135</sup> Touto metodou jsem se dotazovala na všechny zvolené dílčí cíle. Dotazník byl sestaven z otázek uzavřených, kdy respondent vybírá odpověď z nabízených možností.

### **Dotazník**

Úvod dotazníku obsahoval průvodní slovo, kde byli respondenti informováni, kdo výzkum provádí, důvod a účel dotazníkového šetření. Výzkumné šetření bylo anonymní. Respondenti obdrželi i krátkou informaci o tom, jak dotazník vyplňovat. Celkem se podrobili 12 otázkám, z nichž 11 bylo uzavřených a 1 škálová. Dotazník obsahoval i neočíslované otázky k uvedení pohlaví respondenta a k zjištění nejvyššího dosaženého vzdělání. Osloveni byli jen respondenti věkové kategorie 15+, protože toto věkové vymezení dodržuji i v tabulkách sharu, které jsou součástí bakalářské práce. Před hlavním dotazníkovým šetřením jsem provedla pilotáž u 10 respondentů, které jsem náhodně vybrala, abych ověřila, zda jsou otázky srozumitelné.

### **Operacionalizace**

Dílčí cíl	technika	č. otázky
DC1	dotazník	1. – 9.
DC2	dotazník	10. - 12.

### **Popis výsledků výzkumu**

Celkem bylo distribuováno 100 dotazníků, z toho se vrátilo 77 vyplněných, což představuje 77% návratnost. Po shromáždění vyplněných dotazníků proběhla kontrola jejich vyplnění, zda dotazníky neobsahují neúplně vyplněné otázky. Bylo zjištěno, že žádný dotazník není neúplně vyplněný a nemá jiné nedostatky. Vzor vyplněného dotazníku je umístěn v příloze. Získaná data byla zanesena do tabulek a následně znázorněna pomocí grafů.

### **Charakteristika dotazovaných respondentů**

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 41 žen a 36 mužů. Znamená to tedy, že ve výzkumném vzorku převažovaly ženy 53% nad muži 47%.

<sup>135</sup> TRAMPOTA, Tomáš, VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. 1. vyd. Praha: Portál, 2010, s. 91.

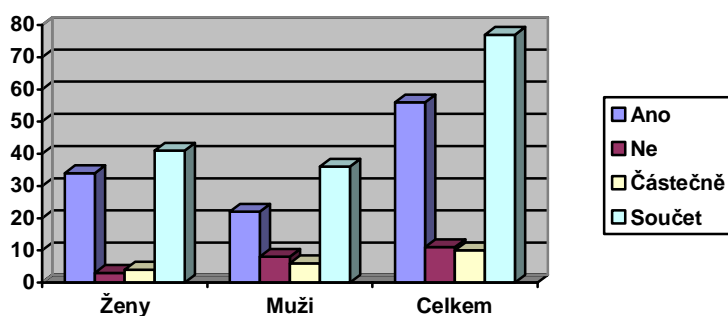
Respondentů se základním vzděláním bylo 10 (13%), dosažené vzdělání vyučen(a) mělo 20 (26%), středoškolské pak 37 (48%) a nejvyšší vysokoškolské vzdělání uvedlo 10 (13%) respondentů.

### **Dotazník a odpovědi respondentů**

1. Vyhovuje Vám čas začátku hlavní zpravodajské relace televize Prima v 18:55hod.?

Odpověď A1	Ženy	Muži	Celkem
Ano	34	22	56
Ne	3	8	11
Částečně	4	6	10
Součet	41	36	77

A1 Vyhovuje mi začátek hlavní zpravodajské relace televize Prima v 18:55 hod.

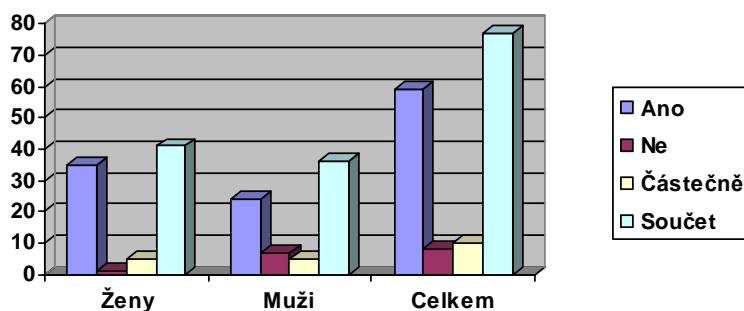


Nadpoloviční většina respondentů odpověděla kladně, z žen 83% a z mužů 61%. Většinu počtu mužů 22% než ženám 7% začátek jednoznačně nevyhovuje a více mužů 17% než žen 10% zvolilo odpověď částečně.

2. Působí na Vás dobře zpravodajské studio (viz. Foto č. 1)?

Odpověď A2	Ženy	Muži	Celkem
Ano	35	24	59
Ne	1	7	8
Částečně	5	5	10
Součet	41	36	77

A2 Jak dobře na mě působí zpravodajské studio.

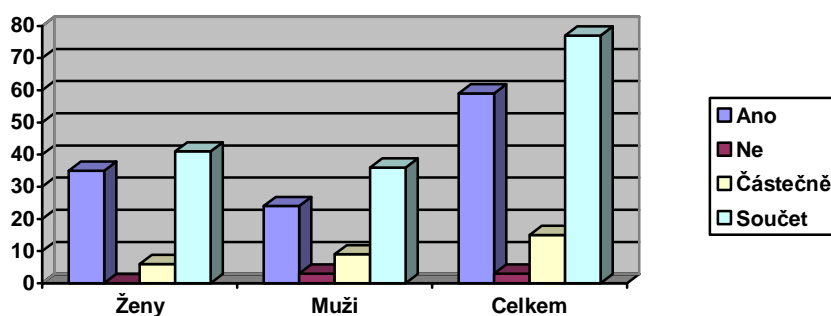


Zpravodajské studio opět působí dobře na nadpoloviční většinu žen 85% a mužů 67%, více mužů 19% než žen 3% odpovědělo záporně a zhruba stejná procenta žen 12% a mužů 14% zvolilo odpověď částečně.

3. Líbí se Vám grafické zpracování (viz foto č. 2)?

Odpověď A3	Ženy	Muži	Celkem
Ano	35	24	59
Ne	0	3	3
Částečně	6	9	15
Součet	41	36	77

A3 Líbí se mi grafické zpracování.

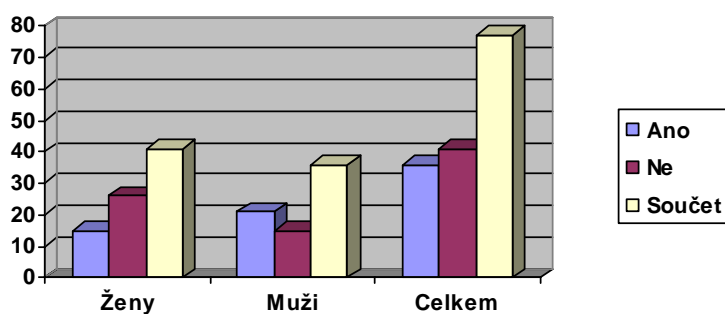


Velké většině žen 85% a mužů 67% se líbí grafické zpracování. Ani jedna z dotázaných žen neodpověděla záporně a u mužů záporně odpovědělo 8%. Odpověď částečně zvolilo 15% žen a 25% mužů.

#### 4. Chybí Vám v rámci Zpráv FTV Prima moderované počasí?

Odpověď A4	Ženy	Muži	Celkem
Ano	15	21	36
Ne	26	15	41
Součet	41	36	77

A4 Postrádám v rámci Zpráv FTV Prima moderované počasí.

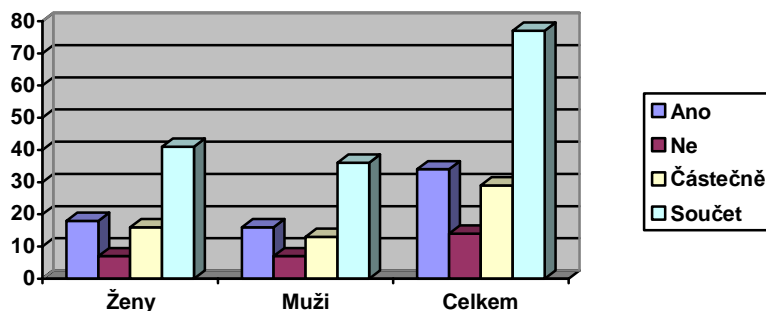


Nadpoloviční většině mužů 58% chybí v rámci zpráv moderované počasí a obráceně 63% žen moderované počasí nepostrádá.

#### 5. Líbí se Vám infografika pomocí které jste informování o tom, jaké bude počasí?

Odpověď A5	Ženy	Muži	Celkem
Ano	18	16	34
Ne	7	7	14
Částečně	16	13	29
Součet	41	36	77

A5 Infografika pomocí které jsem informován(a) o tom, jaké bude počasí se mi líbí.

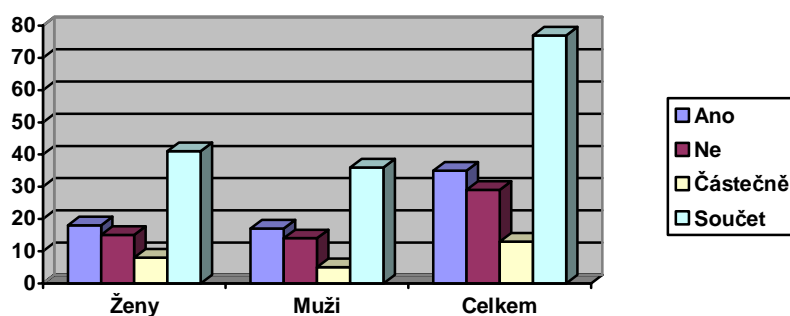


U odpovědi na tuto otázku mezi ženami a muži panuje shoda, kladně odpovědělo 44% žen a mužů, záporně 17% žen a 19% mužů a odpověď částečně zvolilo 39% žen a 37% mužů.

**6. Je pro Vás informace o počasí v rámci Zpráv FTV Prima důležitá?**

Odpověď A6	Ženy	Muži	Celkem
Ano	18	17	35
Ne	15	14	29
Částečně	8	5	13
Součet	41	36	77

A6 Informace o počasí v rámci Zpráv FTV Prima je pro mne důležitá.

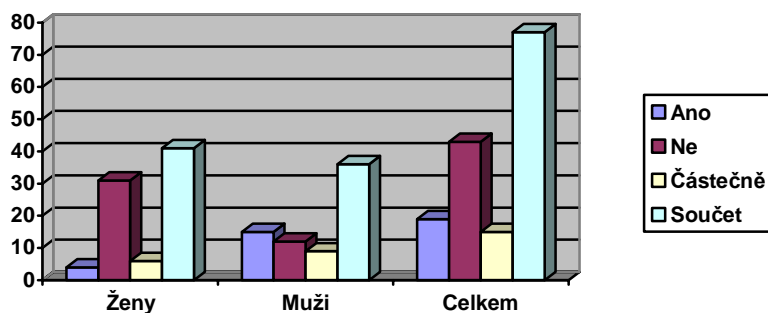


Zhruba stejné procento žen (44%) a mužů (47%) považuje informaci o počasí za důležitou, ale současně odpověď ne zvolilo přibližně stejné procento žen (37%) a mužů (39%). Odpověď částečně zvolilo jen 19% žen a 14% mužů.

**7. Chybí Vám v rámci Zpráv FTV Prima samostatné sportovní zpravodajství?**

Odpověď A7	Ženy	Muži	Celkem
Ano	4	15	19
Ne	31	12	43
Částečně	6	9	15
Součet	41	36	77

A7 Samostatné sportovní zpravodajství mi v rámci Zpráva FTV Prima chybí.

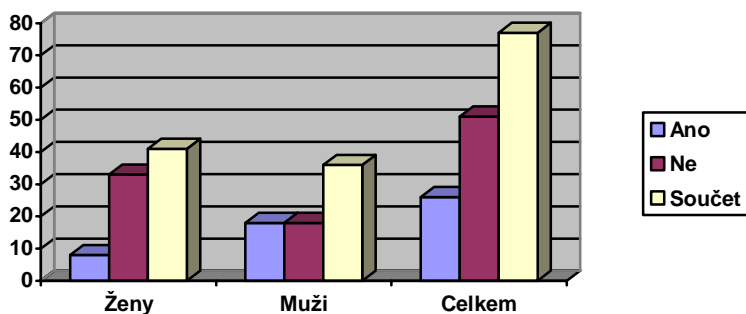


Mužům (42%) více chybí samostatné sportovní zpravodajství než ženám (8%). Záporně odpovědělo 77% žen a 33% mužů. Částečně tuto relaci postrádá 15% žen a 25% mužů.

#### 8. Přivítal(a) byste více sportovních reportáží?

Odpověď A8	Ženy	Muži	Celkem
Ano	8	18	26
Ne	33	18	51
Součet	41	36	77

A8 Přivítal(a) bych více sportovních reportáží.



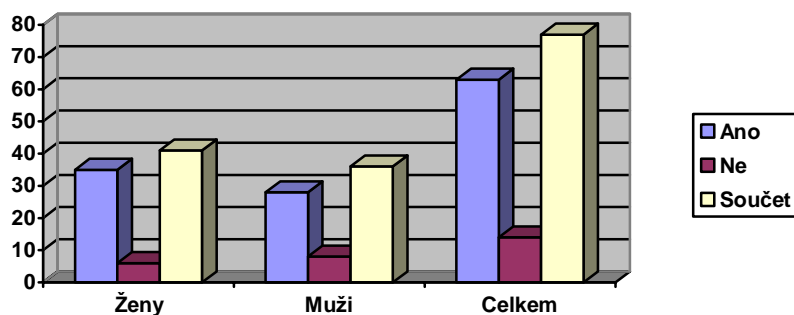
Při odpovědi na tuto otázku se muži rozdělili na dva stejné tábory, 50% by přivítalo více sportovních reportáží, ale zbylých 50% mužů netouží po větším množství sportovních reportáží. Nadpoloviční většina žen 80% nepostrádá sportovní reportáže, ale 20% ano.



9. Líbí se Vám rozčlenění do jednotlivých bloků (Zprávy FTV Prima, Krimi zprávy, Krimi plus, VIP zprávy)?

Odpověď A9	Ženy	Muži	Celkem
Ano	35	28	63
Ne	6	8	14
Součet	41	36	77

A9 Líbí se mi rozčlenění do jednotlivých bloků.

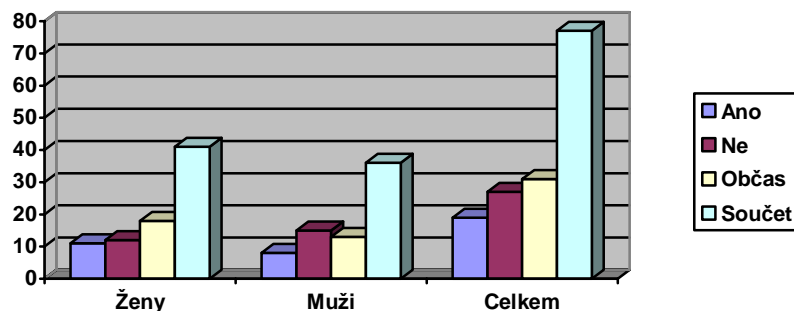


Při hrubém srovnání odpověděli ženy i muži na tuto otázku shodně. Kladně odpovědělo 85% žen a 78% mužů. Záporně odpovědělo 15% žen a 22% mužů.

10. Sledujete celou informační hodinu (všechny zpravodajské bloky)?

Odpověď A10	Ženy	Muži	Celkem
Ano	11	8	19
Ne	12	15	27
Občas	18	13	31
Součet	41	36	77

A10 Sleduji celou informační hodinu.

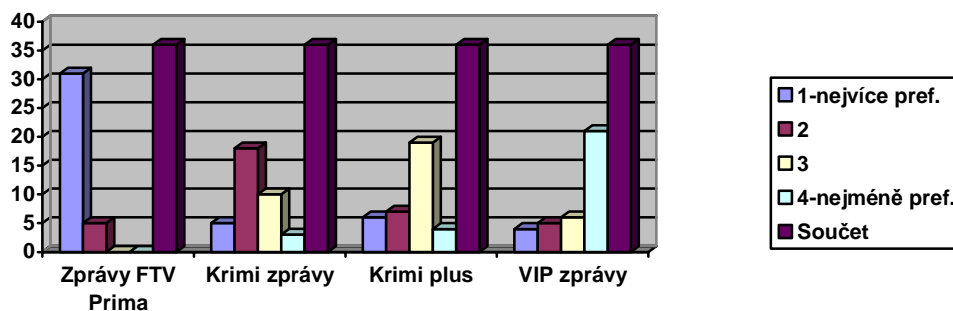


Na žádnou z nabídnutých odpovědí neodpověděla nadpoloviční většina respondentů. Kladně odpovědělo 27% žen a 22% mužů, záporně 29% žen a 42% mužů a občas celou informační hodinu sleduje 44% žen a 36% mužů.

### 11. Který blok z informační hodiny preferujete?

Odpověď A11(muži)	Zprávy FTV Prima	Krimi zprávy	Krimi plus	VIP zprávy
1-nejvíce pref.	31	5	6	4
2	5	18	7	5
3	0	10	19	6
4-nejméně pref.	0	3	4	21
Součet	36	36	36	36

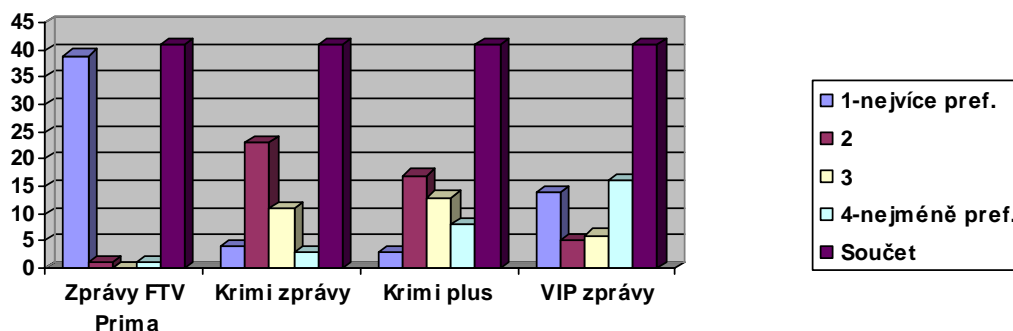
A11(muži) Nejvíce z informační hodiny preferují tento blok.



Muži nejvíce preferují Zprávy FTV Prima 86% a 22% méně. Ani jednou u tohoto bloku nebyla zvolena preference 3 a 4. Druhým upřednostňovaným blokem jsou Krimi zprávy, kdy kladnější preferenci 1 a 2 zvolilo 14% a 50% a horší stupeň preference 3 a 4 zvolilo 28% žen a 8% mužů. U bloků Krimi plus a VIP zprávy jsou preference nízké a téměř shodné. U bloku VIP zprávy preferenci 4 zvolilo 58% mužů tj. více než u Krimi zpráv (4-11%).

Odpověď A11(ženy)	Zprávy FTV Prima	Krimi zprávy	Krimi plus	VIP zprávy
1-nejvíce pref.	39	4	3	14
2	1	23	17	5
3	0	11	13	6
4-nejméně pref.	1	3	8	16
Součet	41	41	41	41

A11(ženy) Nejvíce z informační hodiny preferují tento blok.

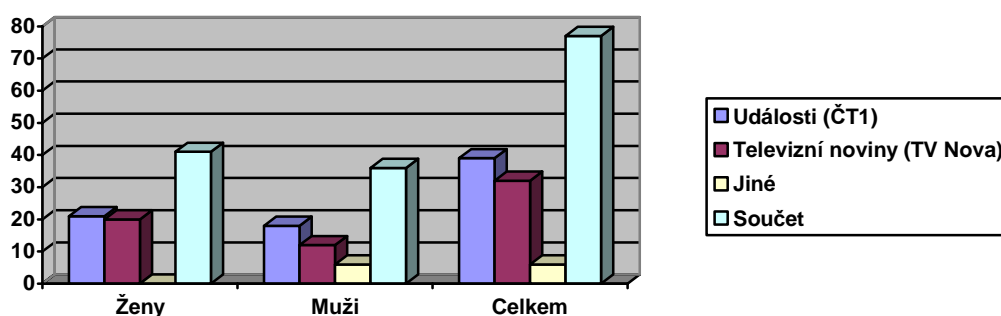


Stejně jako muži i ženy nejvíce preferují blok Zprávy FTV Prima až 96%. Pak následuje blok Krimi zprávy, kde nejvíce zvolili preferenci 2 (56%) a u bloků Krimi plus a VIP zpráv byly preference rozličné. Nejvíce žen 41% zvolilo u bloku Krimi plus preferenci 2. U bloku VIP zprávy zvolilo preferenci č. 1 34% žen a č. 4 dokonce 39% žen. Ženy ve srovnání s muži více upřednostňují VIP zprávy.

## 12. Jakou jinou hlavní zpravodajskou relaci upřednostňujete?

Odpověď A12	Ženy	Muži	Celkem
Události (ČT1)	21	18	39
Televizní noviny (TV Nova)	20	12	32
Jiné	0	6	6
Součet	41	36	77

A12 Upřednostňuji zpravodajskou relaci.



Při volbě jiné zpravodajské relace 51% žen a 50% mužů volí Události, více žen (49%) volí Televizní noviny a nevolí jiné relace, ale 33% mužů volí Televizní noviny a 17% mužů volí jiné relace.

### **Shrnutí**

Dotazníkové šetření jsem zpracovávala až v roce 2012, a aby tak účastníkům byl dotazník srozumitelný, použila jsem současný název Zprávy FTV Prima, do roku 2011 existující pod názvem Zprávy TV Prima.

Výzkumné šetření bylo v úvodu praktické části rozděleno do dvou dílčích cílů. Kvantitativní metodou jsem vyhodnotila získaná data z dotazníku a ze získaných poznatků pokryla oba stanovené dílčí cíle.

### **Shrnutí výsledků získaných z výzkumu**

DC 1 – dílčí cíl 1: Spokojenost diváků s finální verzí zpravodajství TV Prima.

Z prvních tří otázek převažují kladnější odpovědi. Začátek zpravodajské relace vyhovuje nadpoloviční většině mužů a žen. Z druhé otázky jasně vyplynulo, že zpravodajské studio na diváka dobře působí. Třetí otázka, jestli se lidem líbí grafické zpracování, přinesla kladnou odpověď. To je dobrá zpráva, protože člověk běžně nejdříve hodnotí jakoukoli věc zvenku a až pak zkoumá obsah. Pokud se lidem líbí vizuální pojetí hlavní zpravodajské relace, má taková relace šanci na úspěch. U čtvrté otázky se objevuje první negativní odpověď, protože polovině respondentů mužského pohlaví (50%) chybí moderované počasí, ale paradoxně nadpoloviční většina žen (63%) moderaci při informování o počasí nepostrádá. Ale důsledky čtvrté otázky na sledovanost nebudou nijak zásadní, protože 44% mužů i žen se u páté otázky shodlo, že infografika, díky které jsou informováni o předpovědi počasí, se jim líbí. Na rozkol mezi muži a ženami jsem narazila při vyhodnocování otázky č. 7, jestli divákovi chybí

v rámci Zpráv FTV Prima samostatné sportovní zpravodajství. Výsledky této odpovědi se daly předem předpokládat a opravdu, zatímco ženám samotný sport nechybí, mužům naopak ano. Nicméně samostatné sportovní zpravodajství nechybí ani nadpoloviční většině mužů, ale jen 42%. Otázka č. 8 způsobila další rozkol mezi muži a ženami. 80% žen nechce více sportovních reportáží, ale 50% mužů by s radostí více sportovních reportáží přivítalo. Nicméně opět muži nedosáhli ve své kategorii ani nadpoloviční většiny. Na otázku č. 9 panuje v odpovědích shoda, mužům i ženám se rozčlenění zpráv na jednotlivé bloky jednoznačně líbí.

DC 2 – dílčí cíl 2: Zjistit, zda divák sleduje celý informační blok, případně jestli přepíná na jiné zpravodajství.

Z odpovědí na otázku č. 10 vyplývá, že jen 1/3 mužů a 1/5 žen sleduje celou informační hodinu. Otázka č. 11 nám pak podala podrobnější odpověď ohledně preferencí. Muži nejvíce preferují Zprávy FTV Prima a následně Krimi zprávy. Ženy preferují Zprávy FTV Prima. Krimi zprávy a Krimi plus pak mají u žen téměř shodné výsledky a oba tyto bloky jsou oblíbené. Zvláštní je reakce žen na VIP zprávy. Zatímco 34% žen je nejvíce preferuje z celé informační hodiny, 39% žen jim přikládá nejmenší preference. Už z otázky č. 10 je jasné, že celou informační hodinu shlédne málokdo, cca 50% mužů a 51% žen přepíná na Události ČT1, o dvě procenta méně žen (49%) preferuje Televizní noviny TV Nova. Muži TV Nova moc nepreferují, Televizní noviny jsou oblíbené u zhruba 33% mužů. Zbýlých 17% mužů raději přepne na jiný kanál. Možná právě na kanál se sportovním zaměřením, protože s ohledem na otázky č. 7 a 8 z části DC 1 je jasné, že polovině mužů chybí v rámci zpravodajství Primy právě sport.

### **Zodpovězení hlavního výzkumného cíle**

Hlavním cílem výzkumné práce byla snaha prostřednictvím dílčích výzkumných cílů zjistit, zda jsou recipienti spokojeni se změnami v rámci zpravodajství TV Prima.

Hlavní výzkumná otázka byla zodpovězena analýzou odpovědí na DC1 a DC2, která potvrdila spokojenost recipientů se změnami v rámci zpravodajství TV Prima.

Hodnocení změn bylo pozitivní. Recipienti se při volbě odpovědí až na pár výjimek shodli a velká názorová odlišnost tak v nadpoloviční většině otázek nepanovala.

Podstatným a cenným závěrem z výzkumu je i informace, že infografika o počasí má smysl a že úplné zrušení počasí (tedy infografiky) by nebylo dobré, protože takové informace recipienti žádají. Jasně to vyplývá z odpovědí na otázku č. 6.

**Analýzou dílčích otázek DC1 a DC2 byl zodpovězen hlavní výzkumný cíl. Na základě zodpovězení hlavní výzkumné otázky můžeme říct, že recipienti jsou spokojeni se změnami.** Tyto změny tak jednoznačně vedly k navýšení sledovanosti u hlavní zpravodajské relace TV Prima, dnešní Prima FTV.

## Závěr

Hlavní cíl této bakalářské práce považuji za splněný. Ukázalo se, že celkové změny se divákovi líbí, i když opravdu ne všichni byli připraveni na to, že sportovní zpravodajství může být z hlavní zpravodajské relace vyjmuta, ba co víc úplně zrušeno. Naopak to, jakým způsobem bylo vyřešeno počasí, je dle mého názoru chválné. Z dotazníkového šetření jasně vyplynulo, že jeho úplné zrušení by byla chyba, která by se mohla projevit na celkové sledovanosti. Divák přitom za minimální peníze, které skupina televizních stanic Prima (Prima family, Prima COOL a Prima love) musí vynaložit, dostane prostřednictvím infografiky informaci o předpovědi počasí. Ušetřené peníze za moderaci tak můžou být použity na jiné účely.

Zpravodajská hodina a její jednotlivé bloky (Zprávy FTV Prima, Krimi zprávy, Krimi plus, VIP zprávy) pracují i s méně důležitými a zábavnými informacemi, které udrží divákovu pozornost. O oblíbenosti zpravodajské hodiny svědčí i tisková zpráva FTV Prima publikovaná začátkem února roku 2012, která dokládá kontinuální nárůst sledovanosti.

Průměrná sledovanost pořadu v čase 18:55-19:24, ratingy tisíců diváků; Dospělí 15+	Srpen 2011	Září 2011	Říjen 2011	Listopad 2011	Prosinec 2011	Leden 2012
Zprávy FTV Prima	838	913	1 006	1 091	1 107	1 123

Zdroj: ATO - Mediaresearch<sup>136</sup>

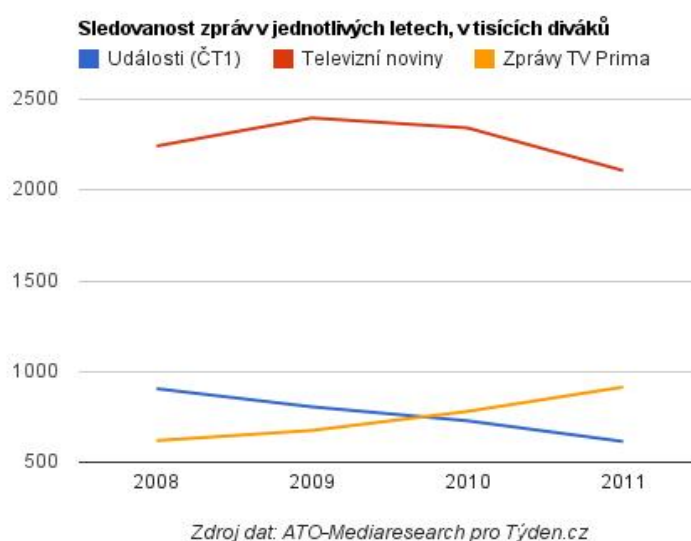
*„V letošním roce jsou Zprávy FTV Prima v čase svého vysílání, tj. od 18:55 hod. do 19:24 hod., nejsledovanějším pořadem na televizních obrazovkách. Pořad letos sleduje denně v průměru 1 119 000 diváků a podíl na trhu tohoto pořadu činí 29,89%.“<sup>137</sup>*

I když by se z výsledků vlastního dotazníkového šetření za outsidera daly vyhodnotit VIP zprávy, protože nadpoloviční většina mužů (58%) jim udělilo tu nejmenší preferenci a u žen jim stejnou preferenci udělilo 39%, tak podle čísel sledovanosti a podle toho, že v únoru 2012 padl jejich absolutní rekord jim místo ve

<sup>136</sup> Zprávy FTV Prima: pravidelně baví a informují VÍCE NEŽ MILION loajálních diváků [ online ]. 09.02.2012 [cit. 14. února 2012]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/zpravy-ftv-prima-pravidelne-bavi-informuji-vice-nez-milion-loajalnich-divaku>>.

zpravodajské hodině neodmyslitelně patří. „Ve čtvrtek 9. 2. 2012 sledovalo VIP zprávy 1 158 000 diváků a dosáhly podílu na trhu 28,79 % share v cílové skupině Dospělí 15+, což je nejvyšší hodnota od začátku jejich vysílání.“<sup>138</sup>

Zprávy FTV Prima mají na trhu své místo. Jasně to dokazuje fakt, že přes posunutí začátku Událostí na ČT1 sledovanost Primy v čase zpráv neutrpěla. Česká televize posunula začátek relace Události na čas 18.59hod. a to od 2. února 2012, odkdy tak Události ČT1 začínají o minutu dříve, sledovanost zpravodajské hodiny na Primě to nijak neovlivnilo. Přitom ale ještě navíc ČT1 už od 18.55hod. zavedla od 2. února 2012 moderované počasí, které, jak víme z dotazníkového šetření, je pro diváka podstatné.<sup>139</sup>



Zdroj: ATO - Mediaresearch<sup>140</sup>

Tato bakalářská práce je ojedinělá, protože televizní zpravodajství a jeho proměny nejsou v odborné literatuře tak rozsáhle pokryty. Díky grafům, číselným údajům, tabulkám apod. tato práce rozsáhle popisuje proměnu alespoň u zpravodajské hodiny televize Prima family.

Přesah bakalářské práce v oblasti časového vymezení byl nezbytný, a to proto, aby bylo možné udělat si ucelený obraz.

<sup>137</sup> Zprávy FTV Prima: pravidelně baví a informují VÍCE NEŽ MILION loajálních diváků [ online ]. 09.02.2012 [cit. 14. února 2012]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/zpravy-ftv-prima-pravidelne-bavi-informuji-vice-nez-milion-loajalnich-divaku>>.

<sup>138</sup> VIP zprávy na Prima family: Absolutní rekord! [ online ]. 10.02.2012 [cit. 14. února 2012]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/vip-zpravy-na-prima-family-absolutni-rekord>>.

<sup>139</sup> AUST, Ondřej. Události budou startovat dřív, v 18.59. Předpověď počasí půjde už v 18.55 [ online ]. 15.12.2011 [cit. 14. února 2012]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediar.cz/udalosti-budou-startovat-driv-v-18-59-predpoved-pocasi-pujde-uz-v-18-55/>>.

<sup>140</sup> AUST, Ondřej. Události budou startovat dřív, v 18.59. Předpověď počasí půjde už v 18.55 [ online ]. 15.12.2011 [cit. 14. února 2012]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediar.cz/udalosti-budou-startovat-driv-v-18-59-predpoved-pocasi-pujde-uz-v-18-55/>>.



## Summary

The main aim of this Bachelor's work I think is satisfied. It was turned out that the viewers like the overall changes even if really not all were ready, the sporting news, may be from the main news removed even more completely cancelled. On the contrary the way the weather has been resolved it is in my opinion praiseworthy. The questionnaires clearly showed that its complete abolition, was a mistake, that could affect the overall ratings. The viewer for minimum money which the group TV stations Prima (Prima family, Prima COOL and Prima love) must make, gets through the infografiky information on the weather forecast. The saved money can be used for other purposes.

The news hour and its individual blocks (news FTV Prima, Detective news, Detective plus, VIP-news) work with the less important and fun information that will keep viewers' attention. The press message shows the popularity of news hour FTV Prima, published at the beginning of February in the year 2012, which is evidenced by the continuous rise in the ratings.

Průměrná sledovanost pořadu v čase 18:55-19:24, ratingy tisíců diváků; Dospělí 15+	Srpen 2011	Září 2011	Říjen 2011	Listopad 2011	Prosinec 2011	Leden 2012
Zprávy FTV Prima	838	913	1 006	1 091	1 107	1 123

Source: ATO - Mediaresearch<sup>141</sup>

"This year the news are FTV Prima in the time of its broadcast i.e.. from 18: 55 pm to 7: 24 pm the most show on TV screens. This year, the show follows the daily average of 1 119 000 spectators and the market share of this agenda is 29,89%."<sup>142</sup>

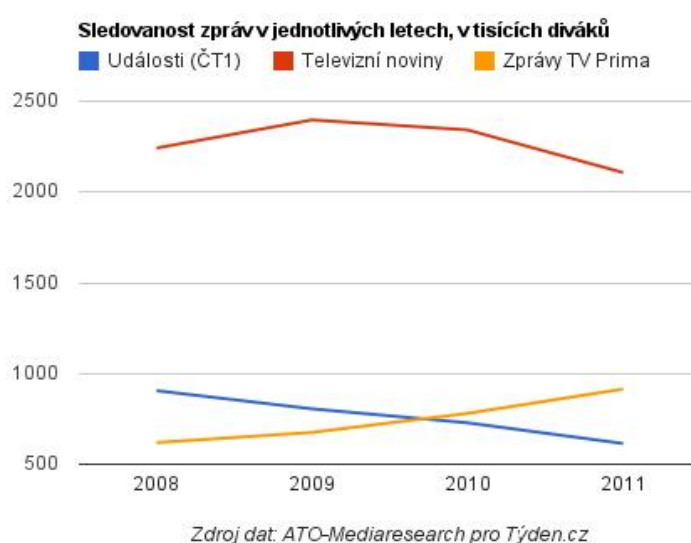
Even if the results of its own investigation of the questionnaires could be an outsider to evaluate VIP news because an absolute majority (58%) has granted them the least preference and they have the same preference for women granted by 39%, according to the numbers and by the fact that in February 2012 fell their absolute record them instead of in the news hour inherently. "Thursday of 9. 2. 2012 watch VIP news

<sup>141</sup> Zprávy FTV Prima: pravidelně baví a informují VÍCE NEŽ MILION loajálních diváků [ online ]. 09.02.2012 [cit. 14. února 2012]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/zpravy-ftv-prima-pravidelne-bavi-informuji-vice-nez-milion-loajalnich-divaku>>.

<sup>142</sup> Zprávy FTV Prima: pravidelně baví a informují VÍCE NEŽ MILION loajálních diváků [ online ]. 09.02.2012 [cit. 14. února 2012]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/zpravy-ftv-prima-pravidelne-bavi-informuji-vice-nez-milion-loajalnich-divaku>>.

1 158 000 spectators and reaching a market share 28,79% share in the target group of Adults 15 and more which is the highest value since the beginning of the broadcast."<sup>143</sup>

The news FTV Prima has its place in the market, it clearly shows that despite the Czech TV moved the start of the session events on time 06.59 p.m. and this from 2. February 2012, when events are beginning a minute earlier, Ct1, it did not influence the ratings reporting hours to Prima. But still moreover the Ct1 since 06.55 p.m. introduced from 2. February 2012 moderated the weather, which, as we all know from the questionnaires it is very important for the viewers.



Source: ATO - Mediaresearch<sup>144</sup> /Viewership reports by year, thousands of viewers/

This bachelor's thesis is unique because television news and its changes are not in the professional literature so extensively covered. Thanks to charts, figures, tables, etc. this work extensively describes the transformation of at least for reporting hours TV Prima family.

Bleed the Bachelor's thesis in the field of time-definition was necessary, and that therefore, in order to get a comprehensive picture.

<sup>143</sup> VIP zprávy na Prima family: Absolutní rekord! [ online ]. 10.02.2012 [cit. 14. února 2012]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/vip-zpravy-na-prima-family-absolutni-rekord>>.

<sup>144</sup> AUST, Ondřej. Události budou startovat dřív, v 18.59. Předpověď počasí půjde už v 18.55 [ online ]. 15.12.2011 [cit. 14. února 2012]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediar.cz/udalosti-budou-startovat-driv-v-18-59-predpoved-pocasi-pujde-uz-v-18-55/>>.

## Použitá literatura

JIRÁK, Jan, KÖPPLOVÁ, Barbara: *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003. 208 s. ISBN 80-7178-697-7.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. 1. vyd. Praha: Portál, 2006. 192 s. ISBN 80-7367-096-8.

McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 3. vyd. Praha: Portál, 2007. 448 s. ISBN 978-80-7367-338-3.

SCHELLMANN, Bernhard a kol. *Úvod – základní pojmy – návrhy – výroba*. 1. vyd. Praha: Europa-Sobotáles cz. s.r.o., 2004. 484 s. ISBN 80-86706-06-0.

ŠMÍD, Milan. *Média, internet, TV Nova a já*. 1. vyd. Praha: ISV, 2000. 231 s. ISBN 80-85866-69-2.

KOLEKTIV AUTORŮ. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003. 461 s. ISBN 80-246-0632-1.

TRAMPOTA, Tomáš, VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. 1. vyd. Praha: Portál, 2010. 296 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka. *Regionální média v evropském kontextu*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2007. 130 s. ISBN 978-80-210-4473-9.

SINGER, Marek. *Naladte si rodinnou zábavu na nové televizi Prima family – již od 1. ledna 2012* [ online ]. 27.12.2011 [cit. 14. února 2012]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/naladte-si-rodinnou-zabavu-na-nove-televizi-prima-family-jiz-od-1-ledna-2012>>

AUST, Ondřej. *Televize Prima začne pod novým názvem vysílat 1. ledna 2012 v 6 hodin* [ online ]. 27.12.2011 [cit. 14. února 2012]. Dostupné z WWW:

<<http://www.mediarr.cz/televize-prima-zacne-pod-novym-nazvem-vysilat-1-ledna-2012-v-6-hodin/>>

*Konec federální televize* [ online ]. [cit. 3. listopadu 2011]. Dostupné z WWW:

<<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/konec-federalni-televize>>.

*Které okruhy pro ČT?* [ online ]. [cit. 3. listopadu 2011]. Dostupné z WWW:

<<http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceska-televize-od-r-1993/ktere-okruhy-pro-ct>>.

*Historie společnosti* [ online ]. 23.07.2009 [cit. 3. listopadu 2011]. Dostupné z WWW:

<<http://www.iprima.cz/o-spolecnosti/historie-spolecnosti>>.

*O Prima COOL* [ online ]. [cit. 3. listopadu 2011]. Dostupné z WWW:< <http://www.tv-cool.cz/o-prima-cool/>>.

*Televize Prima bude vypínat analog v Praze* [ online ]. 29.04.2009 [cit.

4. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/televize-prima-bude-vypinat-analog-v-praze>>.

MRÁKOTOVÁ, Jana. *Bude jaro, zamilujte se – do nové televize Prima LOVE* [ online ]. 17.02.2012 [cit. 4. listopadu 2011]. Dostupné z WWW:

<<http://www.iprima.cz/novinky/bude-jaro-zamilujte-se-do-nove-televize-prima-love>>.

REDAKCE RADIOTV. *1. Zprávy na Primě měly premiéru* [ online ]. 20.09.2006 [cit.

4. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tisk/1-zprvy-na-prim-mly-premiru/](http://www.radiotv.cz/p_tisk/1-zprvy-na-prim-mly-premiru/)>.

REDAKCE RADIOTV. *Prima TV prodlužuje své 1. zprávy* [ online ]. 26.09.2007 [cit.

4. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/t\\_program/prima-tv-prodluuje-sv-1-zprvy/](http://www.radiotv.cz/p_tv/t_program/prima-tv-prodluuje-sv-1-zprvy/)>.

KÁLAL, Jan. *Pavel Zuna: Zprávy na Primě od 19.30 jsou průzkumem boje* [ online ]. 22.1.2008 [cit. 8. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/clanky/pavel-zuna-zpravy-na-prime-od-1930-jsou-pruzkum/>>.

REDAKCE RADIOTV. *Prima potvrzuje: Zprávy TV Prima nasadíme v 19.30* [ online ]. 21.01.2008 [cit. 8. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/t\\_obecne/prima-potvrzuje-zpravy-tv-prima-nasadime-v-19-30/](http://www.radiotv.cz/p_tv/t_obecne/prima-potvrzuje-zpravy-tv-prima-nasadime-v-19-30/)>.

RADIOTV. *Nové Zprávy TV Prima zaujaly, sledovanost stoupla o půl milionu* [ online ]. 05.02.2008 [cit. 8. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/t\\_obecne/nove-zpravy-tv-prima-zaujaly-sledovanost-stoupla-o-pul-milionu/](http://www.radiotv.cz/p_tv/t_obecne/nove-zpravy-tv-prima-zaujaly-sledovanost-stoupla-o-pul-milionu/)>.

RADIOTV. *Prima vzdává boj, Zprávy TV Prima opět v 18:55* [ online ]. 18.04.2008 [cit. 8. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/t\\_program/prima-vzdava-boj-zpravy-tv-prima-opet-v-18-55/](http://www.radiotv.cz/p_tv/t_program/prima-vzdava-boj-zpravy-tv-prima-opet-v-18-55/)>.

*Změny ve vedení zpravodajství televize Prima* [ online ]. 18.05.2009 [cit. 8. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/zmeny-ve-vedeni-zpravodajstvi-televize-prima>>.

PETERA, Martin. *Bude Zuna bez práce? Prima prý v září obmění zprávy* [ online ]. 27.05.2009 [cit. 9. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/a\\_tv/bude-zuna-bez-prace-prima-pry-v-zari-obmeni-zpravy/](http://www.radiotv.cz/p_tv/a_tv/bude-zuna-bez-prace-prima-pry-v-zari-obmeni-zpravy/)>.

*Televize Prima má novou šéfredaktorku zpravodajství a publicistiky* [ online ]. 09.07.2009 [cit. 9. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/tiskove-zpravy/televize-prima-ma-novou-sefredaktorku-zpravodajstvi-publicistiky>>.

*Rekordní víkend na Primě* [ online ]. 08.06.2009 [cit. 9. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/rekordni-vikend-na-prime>>.

*Mirka Čejková na Primě končí se čtením zpráv* [ online ]. 12.08.2009 [cit. 9. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.tyden.cz/rubriky/media/lide-v-mediich/mirka-cejkova-na-prime-konci-se-ctenim-zprav\\_133384.html](http://www.tyden.cz/rubriky/media/lide-v-mediich/mirka-cejkova-na-prime-konci-se-ctenim-zprav_133384.html)>.

HÖSCHLOVÁ, Hana. *Mirka Čejková mluvila o svém vyhazovu z Primy* [ online ]. 12.08.2009 [cit. 9. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.blesk.cz/clanek/celebrity-ceske-celebrity/120605/mirka-cejkova-pravda-o-mem-vyhazovu.html>>.

ŠINKOVSKÝ, Martin. *TV Prima se propadla pod 15 procent* [ online ]. 09.10.2009 [cit. 10. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/a\\_tv/tv-prima-se-propadla-pod-15-procent/](http://www.radiotv.cz/p_tv/a_tv/tv-prima-se-propadla-pod-15-procent/)>.

ŠINKOVSKÝ, Martin. *Rozdíl mezi ČT1 a Primou je v prime time více než 5%* [ online ]. 30.10.2009 [cit. 10. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/a\\_tv/rozdil-mezi-ct1-a-primou-je-vice-nez-5-procent/](http://www.radiotv.cz/p_tv/a_tv/rozdil-mezi-ct1-a-primou-je-vice-nez-5-procent/)>.

KOIŠ, Juraj. *Přestane Prima šetřit na zpravodajství?* [ online ]. 19.01.2010 [cit. 10. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_blogy/prestane-prima-setrit-na-zpravodajstvi/](http://www.radiotv.cz/p_blogy/prestane-prima-setrit-na-zpravodajstvi/)>.

*Zpravodajství čekají změny* [ online ]. 19.01.2010 [cit. 13. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/tiskove-zpravy/zpravodajstvi-cekaji-zmeny/>>.

POLÁK, Lukáš. *Nové počasí na Primě od příštího týdne. S Meteopressem televize končí* [ online ]. 26.03.2010 [cit. 13. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/aktuality/prima-nasadi-nove-pocasi-uz-od-pristiho-tydne/>>.

KOCOVÁ, Jana. *Zpravodajství v novém studiu, hodina plná informací* [ online ]. 12.07.2010 [cit. 13. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/zpravodajstvi-v-novem-studiu-hodina-plna-informaci/>>.

*Zpravodajská hodina na Primě od ledna sedmkrát týdně a se změnami* [ online ]. 27.10.2010 [cit. 13. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/zpravodajska-hodina-na-prime-od-ledna-sedmkrat-tydne-se-zmenami>>.

*Krimi zprávy zaujaly* [ online ]. 08.02.2010 [cit. 16. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/tiskove-zpravy/krimi-zpravy-zaujaly>>.

*Piráť z D1 necítí vinu: Řidič za mnou nestačil zabrzdít* [ online ]. 03.01.2011 [cit. 16. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.novinky.cz/krimi/221296-pirat-z-d1-neciti-vinu-ridic-za-mnou-nestacil-zabrzdit.html>>.

PETERA, Martin. *Prima se vzchopila, zpravodajství není levnou náhražkou* [ online ]. 14.07.2010 [cit. 16. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/prima-se-vzchopila-zpravodajstvi-neni-levnou-nahrazkou/](http://www.radiotv.cz/p_tv/prima-se-vzchopila-zpravodajstvi-neni-levnou-nahrazkou/)>.

KOCOVÁ, Jana. *Rekordní týden Televize Prima* [ online ]. 27.07.2010 [cit. 16. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/rekordni-tyden-televize-prima>>.

*Zpravodajská hodina ve znamení úspěchu* [ online ]. 02.12.2010 [cit. 17. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/zpravodajska-hodina-ve-znameni-uspechu>>.

*Milionové úterý* [ online ]. 05.01.2011 [cit. 17. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/milionove-utery>>.

KOCOVÁ, Jana. *Rok 2011 začal s úspěchem* [ online ]. 11.01.2011 [cit. 17. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/rok-2011-zacal-s-uspechem>>.

POTŮČEK, Jan. *Nové Zprávy TV Prima s přehledem porazily Události České televize* [ online ]. 12.07.2010 [cit. 18. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/aktuality/nove-zpravy-tv-prima-s-porazily-udalosti-ct/>>.

POLÁK, Lukáš. *Televize Prima chystá několik novinek ve zpravodajství* [ online ]. 12.06.2010 [cit. 18. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/clanky/televize-prima-chysta-nekolik-novinek-ve/>>.

PETERA, Martin. *Prima od července výrazně prodlouží zprávy* [ online ]. 24.06.2010 [cit. 21. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/a\\_tv/prima-od-cervence-vyrazne-prodlouzi-zpravy/](http://www.radiotv.cz/p_tv/a_tv/prima-od-cervence-vyrazne-prodlouzi-zpravy/)>.

KOCOVÁ, Jana. *VIP Zprávy odstartovaly s úspěchem* [ online ]. 13.07.2010 [cit. 23. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/vip-zpravy-odstartovaly-s-uspechem>>.

KOIŠ, Juraj. *Pomůže si Prima zrušením sportovní redakce?* [ online ]. 03.11.2010 [cit. 26. listopadu 2011]. Dostupné z WWW: <[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/pomuze-si-prima-zrusenim-sportovni-redakce/](http://www.radiotv.cz/p_tv/pomuze-si-prima-zrusenim-sportovni-redakce/)>.

VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Nezvyklá situace: TV diváci mění program* [ online ]. 13.04.2011 [cit. 01. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaguru.cz/2011/04/nezvykla-situace-tv-divaci-meni-program/>>.

*TV sledovanost je letos vyšší než vloni* [ online ]. 15.08.2011 [cit. 01. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaguru.cz/2011/08/tv-sledovanost-je-letos-vyssi-nez-vloni/>>.

KOCOVÁ, Jana. *Pro Zprávy TV Prima pokračuje úspěšné léto* [ online ]. 17.08.2010 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/pro-zpravy-tv-prima-pokracuje-uspesne-let>>.



KOCOVÁ, Jana. *Televize Prima i Prima COOL mají důvod k oslavě!* [ online ]. 04.10.2010 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/televize-prima-i-prima-cool-maji-duvod-k-oslave>>.

*Prima překročila 20% hranici týdenního podílu na trhu* [ online ]. 25.10.2010 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/prima-prekrocila-20-hranici-tydenniho-podilu-na-trhu>>.

KOCOVÁ, Jana. *Další úspěšný týden – rekordní Zprávy a Prostřeno!* [ online ]. 08.11.2010 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/dalsi-uspesny-tyden-rekordni-zpravy-prostreno>>.

*Zpravodajská hodina ve znamení úspěchu* [ online ]. 02.12.2010 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/zpravodajska-hodina-ve-znameni-uspechu>>.

*Rekordní mikulášská sledovanost TV Prima* [ online ]. 06.12.2010 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/rekordni-mikulasska-sledovanost-televize-prima>>.

*Milionové úterý Prima* [ online ]. 05.01.2011 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.iprima.cz/novinky/milionove-utery>>.

POTŮČEK, Jan. *Rekordní Zprávy TV Prima: v úterý dosáhly podílu 42,78 procenta* [ online ]. 24.08.2011 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/aktuality/zpravy-tv-prima-v-utery-dosahly-podilu-42-78-pct/>>.

POTŮČEK, Jan. *Zprávy TV Prima pokračují v rekordech. Ve čtvrtek oslovily 43,63% publika* [ online ]. 26.08.2011 [cit. 07. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.digizone.cz/aktuality/zpravy-tv-prima-pokracuji-v-rekordech-43-63-pct/>>.

VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *TV Prima se letos zvedla v prime-time* [ online ]. 15.06.2011 [cit. 13. prosince 2011]. Dostupné z WWW: <<http://www.mediaguru.cz/2011/06/tv-prima-se-letos-zvedla-v-prime-time/>>.

KOIŠ, Juraj. *Přehnaně sebevědomá Nova a vstřícnější ale zajímavá Prima* [ online ]. 02.02.2011 [cit. 13. prosince 2011]. Dostupné z WWW:

<[http://www.radiotv.cz/p\\_tv/prehnane-sebevedoma-nova-a-vstricnejsi-ale-zajimava-prima/](http://www.radiotv.cz/p_tv/prehnane-sebevedoma-nova-a-vstricnejsi-ale-zajimava-prima/)>.

*Zprávy FTV Prima: pravidelně baví a informují VÍCE NEŽ MILION loajálních diváků* [ online ]. 09.02.2012 [cit. 14. února 2012]. Dostupné z WWW:

<<http://www.iprima.cz/novinky/zpravy-ftv-prima-pravidelne-bavi-informuji-vice-nej-milion-loajalnich-divaku>>.

*VIP zprávy na Prima family: Absolutní rekord!* [ online ]. 10.02.2012 [cit. 14. února 2012]. Dostupné z WWW:<<http://www.iprima.cz/novinky/vip-zpravy-na-prima-family-absolutni-rekord>>.

AUST, Ondřej. *Události budou startovat dřív, v 18.59. Předpověď počasí půjde už v 18.55* [ online ]. 15.12.2011 [cit. 14. února 2012]. Dostupné z WWW:

<<http://www.mediar.cz/udalosti-budou-startovat-driv-v-18-59-predpoved-pocasi-pujde-uz-v-18-55/>>.

*Nové studio zpráv TV Prima – červenec 2010* [ online ]. červenec 2010 [cit. 19. února 2011]. Dostupné z WWW:< <http://www.digizone.cz/texty/nove-studio-zprav-tv-prima-cervenec-2010/>>.

KŘÍŽOVÁ, Iveta, BRYCHTA, Jan. *Pavel Zuna: „Na zprávách jsme se hodně nadřeli“* [ online ]. 05.05.2008 [cit. 19. února 2012]. Dostupné z WWW:

<<http://strategie.e15.cz/rozhovor/pavel-zuna-na-zpravach-jsme-se-hodne-nadreli-414454>>.

HOŠT, Ondřej. *Proč skončil sport na Primě? Byli jsme pro ně asi moc drazí, říká Jiří Nikodým* [ online ]. 11.01.2011 [cit. 19. února 2012]. Dostupné z WWW:

<<http://www.digizone.cz/clanky/proc-skoncil-sport-na-prime-cekal-to-jiri-nikodym/>>.

## Seznam příloh

**Příloha č. 1: Vzor dotazníku (dotazník)**

**Příloha č. 2: Vzor vyplněného dotazníku (dotazník)**

**Příloha č. 3: Nové logo hlavního zpravodajského pořadu TV Prima z února 2008 (obrázek)**

**Příloha č. 4: Nové logo zpravodajství a sportu z února 2008 (obrázek)**

**Příloha č. 5: Vizualizace studia zpráv a sportu z února 2008 (obrázek)**

**Příloha č. 6: Textové popisky ve zpravodajství z února 2008 (obrázek)**

**Příloha č. 7: Nová grafika zpráv a sportu z února 2008 (obrázek)**

**Příloha č. 8: Vybrané otázky a odpovědi z rozhovoru s Pavlem Zunou (text)**

**Příloha č. 9: Životopis Jitky Obzinové (text)**

**Příloha č. 10: Podíl na trhu během hodiny plné zpráv Televize Prima v úterý 4. 1. 2011 (graf)**

**Příloha č. 11: Nové studio zpráv z 11. července 2010 (obrázek)**

**Příloha č. 12: Nová grafika zpravodajství z 11. července 2010 (obrázek)**

**Příloha č. 13: Jiří Nikodým v rozhovoru pro DigiZone.cz (text)**

**Příloha č. 14: Rozhovor se zástupcem šéfredaktorky zpravodajství a publicistiky a editorem Antonínem Zámyslickým (text)**