

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut Komunikačních studií

Katedra Mediálních studií

Bakalářská práce

2020

Renata Greplová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut Komunikačních studií

Katedra Mediálních studií

**Analýza postojů k tzv. Vánoční krizi v České televizi prezentovaných v dobových
českých médiích**

Bakalářská práce

Autor práce: Renata Greplová

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: prof. PhDr. Jan Jirák Ph.D

Rok obhajoby: 2020

Prohlášení

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

V Praze dne 28.7.2020

Renata Greplová

Bibliografický záznam

GREPLOVÁ, Renata. *Analýza postojů k tzv. Vánoční krizi v České televizi prezentovaných v dobových českých médiích*. Praha, 2020. 58 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut Komunikačních studií. Katedra Mediálních studií. Vedoucí diplomové práce prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.

Rozsah práce: 84 302 znaků

Anotace

Za takzvanou Vánoční krizi České televize je označován sled událostí na přelomu let 2000 a 2001, kdy se redaktoři zpravodajství České televize za podpory předních českých politiků spjatých s Čtyřkoalicí vzbouřili proti oficiálně zvolenému vedení České televize. Během této tříměsíční krize jsme mohli na obrazovkách našich televizorů sledovat věc do té doby naprosto nevídanou a to duální vysílání. Na jedné straně oficiální vysílání pod vedením Jany Bobošíkové a na druhé straně tzv. pirátské vysílání revoltujících zaměstnanců ČT. Hlavním cílem této bakalářské práce je za pomoci kvantitativní obsahové analýzy, vykreslit celkový mediální obraz Vánoční krize ČT. Práce se dělí na tři části, a to na část teoretickou, metodologickou a praktickou. Teoretická část se zabývá tematikou mediálního obrazu, konstrukce mediální reality, zpravodajství atd.. Následně se věnuji sledu událostí Vánoční krize v České televizi od počátku až po její konec. V poslední podkapitole jsou charakterizovány analyzované deníky. V metodologické části se nejdříve rozepisují o kvantitativní obsahové analýze na teoretické úrovni a následně je v bodech detailně popsáno, jak jsem metodu aplikovala ve svém výzkumu. Praktická část je zaměřená na konkrétní výsledky výzkumu, odpovídá na výzkumné otázky a hypotézy.

Klíčová slova

Vánoční krize v České televizi, česká média, mediální obraz, kvantitativní obsahová analýza, konstrukce reality, zpravodajské funkce, objektivita

Název práce

Analýza postojů k tzv. Vánoční krizi v České televizi prezentovaných v dobových českých médiích

Annotation

The so-called Christmas Crisis of the Czech Television is a sequence of events at the turn of 2000 and 2001, when the editors of the Czech Television news, with the support of leading Czech politicians connected with the Four Coalition, rebelled against the officially elected leadership of the Czech Television. During this three-month crisis, we were able to watch something until then absolutely unprecedented on our TV screens, namely dual broadcasting. On the one side the official broadcast under the leadership of Jana Bobošíková, and on the other side the so-called pirate broadcast of revolting CT employees. The main goal of this bachelor's thesis is to draw the overall media image of the Christmas crisis of the Czech Television with the help of quantitative content analysis. The work is divided into three parts, namely theoretical, methodological and practical. The theoretical part deals with the topic of the media image, the construction of media reality, news, etc.. Subsequently, I focus on the sequence of events of the Christmas crisis on Czech Television from the beginning to its end. The last subchapter characterizes the analyzed newspapers. In the methodological part, I first describe the quantitative content analysis at the theoretical level, and then I describe in detail how I applied the method in my research. The practical part is focused on specific research results, answers research questions and hypotheses.

Keywords

„Christmas“ crisis in Czech television, czech media, media image, quantitative content analysis, construction of the reality, news values, objectivity

Title

Christmas crisis in Czech television – Analysis of the attitudes presented in Czech media

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu práce panu prof. PhDr. Janu Jirákovi, Ph.D. především za jeho vstřícnost, trpělivost a odborné rady při vedené této práce.

Obsah

Úvod	2
1 Teoretická část	4
1.1 Zpravodajství a jeho role ve společnosti	4
1.2 Konstrukce mediální reality	5
1.3 Mediální obraz.....	5
1.4 Objektivita v médiích	6
1.5 Vánoční krize České televize – přehled událostí.....	8
1.5.1 Začátek krize.....	8
1.5.2 „Bobovize“	11
1.5.3 „Pirátské vysílání“ vs. oficiální vysílání tzv. „Bobovize“.....	12
1.6 Česká mediální krajina po roce 1989 a charakteristika zkoumaných deníků.....	14
1.6.1 Hospodářské noviny	16
1.6.2 Lidové noviny.....	16
1.6.3 Mladá fronta Dnes	18
1.6.4 Právo.....	19
2 Metodologická část	21
2.1 Metody analýza médií	21
2.2 Kvantitativní obsahová analýza.....	22
2.3 Postup procesu kvantitativní obsahové analýzy	23
3 Analytická část	28
3.1 Interpretace výsledků – zodpovězení výzkumných otázek a zhodnocení hypotéz.....	28
3.1.1 Výsledný výběrový soubor	28
3.1.2 Dílčí témata.....	32
3.1.3 Aktéři Vánoční krize ČT	36
3.1.4 Politicky exponované osoby a politické strany	38
Závěr	39
Summary	41
Použitá literatura	43
Teze bakalářské práce	47
Seznam příloh	50

Úvod

Ústředním tématem této bakalářské práce je tzv. Vánoční krize České televize, která se odehrála během přelomových měsíců roku 2000 a 2001. Za událost, která celou krizi odstartovala, můžeme označit zvolení Jiřího Hodače do funkce generálního ředitele. Již následující den se část zaměstnanců ČT vzbouřila a vytvořila krizový výbor, který požadoval okamžité odstoupení Hodače z funkce. Ten tak neučinil a následkem tohoto rozhodnutí začali zaměstnanci ČT stávkovat a odmítali vpustit Hodače a nově zvolenou ředitelku zpravodajství Janu Bobošíkovou do budovy ČT. V průběhu krize mohli diváci ČT zaznamenat jak výpadek, tak paralelní vysílání, což bylo do té doby naprosto nevídaným jevem. Krize kolem ČT měla i politický podtext a byla zpochybňována nestrannost a objektivita vysílání ČT, jakožto veřejnoprávního média. Nejenže revoltovali zaměstnanci ČT, ale taktéž vyšlo do ulic stávkovat desetitisíce občanů České republiky. Vyústění celé krize mělo za následek, že poslanecká sněmovna v lednu roku 2001 schválila novelu zákona o České televizi.

Jak je uvedeno v tezi, původním plánem bylo při analýze postojů použít i výzkumnou metodu diskurzivní analýzy. Tento plán, jak se ukázalo později, byl poměrně ambiciózní. Bohužel jsem v průběhu psaní této práce musela od použití této výzkumné metody upustit. Musela jsem přihlédnout k faktu, že jsem se rozhodla analyzovat data čtyř deníků po dobu tří měsíců. Vzhledem k četnosti publikovaných článků týkajících se vánoční krize ČT, již samotná analýza textů za použité kvantitativní obsahové analýzy, byla významně časově náročná, jak přípravná fáze výzkumu, tak následné analyzování dat. Jistě by tento výzkum přinesl zajímavé výstupy, avšak již během přípravy a studování odborné literatury jsem nabyla zjištění, že sama metoda je tak komplexní a obsáhlá, že by bylo možné napsat samostatnou bakalářskou práci, která by se opírala o tuto metodu. Kriticky jsem zhodnotila, že požití obou metod by bylo spíše rozsahově vhodnější pro diplomovou práci.

Primárním cílem této práce je za pomoci kvantitativní obsahové analýzy vykreslit co nejpřesnější mediální obraz tzv. Vánoční krize České televize. Jako zdroj dat pro obsahovou analýzu mi poslouží články čtyř nejčtenějších českých deníků, a to jmenovitě články Lidových novin, Hospodářských novin, Mladé fronty Dnes a Práva. Cílem je zjistit, jak zmíněné deníky informovaly o události krize ČT. Konkrétně se budu zaměřovat, kolik prostoru jednotlivá periodika tématu krize ČT věnovala a jaká byla nastolena dílčí témata. Hlavní události týkající se krize ČT měly značně politický podtext, a proto ve své práci budu

taktéž sledovat, které politicky angažované osoby a politické strany byly ve spojitosti s krizí ČT zmiňovány nejčastěji.

Práci je rozčleněna do tří hlavních kapitol, a to konkrétně na kapitolu teoretickou, metodologickou a praktickou. V prvních podkapitolách teoretické části jsem se rozhodla definovat základní teoretické pojmy, které jsou pro tuto práci zásadní. Věnuji se konkrétně tématice mediálního obrazu, konstrukci mediální reality, zpravodajství a jeho funkcím a objektivitě médií. Následně je čtenář uveden do tématu tzv. Vánoční krize České televize. Popisuji události od počátku, po eskalaci až po její konec. V poslední podkapitole se snažím popsat a charakterizovat mediální krajinu po roce 1989 a nadále se věnuji analyzovaným deníkům. Konkrétně jejich stručné historii, vývoji, charakteristice a skladbě čtenářů.

V metodologické části se budu krátce věnovat analýze médií a následně se zabývat konkrétní metodou kvantitativní obsahové analýzy, kterou budu ve své práci využívat. Dále se v metodologické části podrobně rozepíši o tom, jak budu krok po kroku postupovat při svém výzkumu. V závěru své práce, tedy v poslední praktické části, budu interpretovat konkrétní výsledky kvantitativní obsahové analýzy. Taktéž se budu hledat odpovědi na položené výzkumné otázky a budu se snažit potvrdit či vyvrátit stanovené hypotézy.

1 Teoretická část

1.1 Zpravodajství a jeho role ve společnosti

Zpravodajství je považováno za specifický mediální žánr, který měl vždy oproti jiným žánrům výsadní postavení. Zpravodajství má totiž zásadní roli v utváření takzvané každodenní reality a má zásadní vliv na aktuální dění a mínění společnosti. Fiske ve své definici zpravodajství uvádí: „*Jde o žánr s vysokým statutem a jeho proklamovaná objektivita a nezávislost na politických nebo vládních institucích je považována za základ fungování každé demokracie.*“¹ Zpravodajský žánr vznikl primárně z potřeby rychle informovat společnost. Za základní jednotku zpravodajství považujeme zprávu. Zpráva jako taková by měla podle Osvaldové splňovat následující vyjmenovaná kritéria a to aktuálnost, novost, významovost, zajímavost, věcnou správnost.²

V odborné literatuře se nejčastěji setkáme s tvrzením, že mezi dvě základní role zpravodajství patří role monitorovací a informativní. Podrobněji se o zpravodajských rolích rozepisuje Denis MCQuail ve své knize *Žurnalistika a společnost*. Uvádí, že mezi základní normativní role zpravodajství patří role monitorovací, nápomocná, radikální a spolupracující. Tyto role nemají pevné hranice a často se dochází k jejich překrývání. „**Monitorovací role** zahrnuje jak sběr, tak publikování relevantních informací o současných událostech a okolnostech. Výrazně koresponduje s myšlenkou sledování okolí. **Nápomocná role** se specificky vztahuje k poskytování informací, které slouží mnoha společenským procesům a institucím, zejména z pole politiky, ekonomie a dalším. **Radikální role** se soustředí na varování, úlohu hlídání psa a kritické aspekty zpravodajské práce, které jsou nezbytnými rysy otevřených a demokratických společností. **Spolupracující role** popisuje opačný vztah mezi tiskem a mocnými úřady a zdroji informací ve společnosti. Uplatňuje se ve výjimečných situacích jako v době války, nepokojů atd.“³

¹ TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8. s.10.

² OSVALDOVÁ, Barbora. Zpravodajství v médiích. Praha: Karolinum, 2013. ISBN 9788024618999. s.9.

³ MCQUAIL, Denis. Žurnalistika a společnost. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016, ISBN 978-80-246-3093-9. s.112.

1.2 Konstrukce mediální reality

Teorie konstrukce mediální reality vychází z teorie konstrukce sociální reality, kterou v 60. letech minulého století definovali američtí sociologové Peter Berger a Thomas Luckmann. Základní myšlenka této teorie říká, že lidé jsou každodenně konfrontováni a vstupují do sociálních interakcí s okolním světem, tím pádem si vytvářejí svoji verzi sociální reality.⁴ Média a mediální sdělení jsou nedílnou součástí našich životů. Tudiž do jisté míry v závislosti na konkrétním jedinci utváří zprostředkovaně naši každodenní realitu, to jak vnímáme jednotlivé události, jaká témata volíme ke konverzaci apod. Definice mediální reality podle Jiráka a Köpplové: „*Mediální realita je zvláštní typ sociální konstrukce reality, jejíž podoba je podmíněna nejen společností, v níž působí, ale ekonomickou podstatou médií a rutinami, kterým podléhá výroba mediálních produktů.*“⁵ Hlavní roli v konstruování mediální reality mají tzv. gatekeepers. Ve zpravodajství zastávají tuto roli novináři, kteří rozhodují, jaké zprávy dostanou lidově řečeno zelenou a které naopak červenou.⁶

1.3 Mediální obraz

Přestože je tento termín často a běžně používán bylo pro mě velkým překvapením, že ani v odborné literatuře nenajdeme konkrétní definici. Mediální obraz o určité události si nevytváříme na základě naší osobní zkušenosti, nýbrž zprostředkovaně na základě informací, které nám podají média. Média k vytváření mediálního obrazu využívají různé nástroje, principy či koncepty, jak formovat čtenářovo mínění. Ve spojitosti s pojmem mediální obraz je často spojován koncept nastolování témat. Pro komplexnost a pochopení tematiky se budu tomuto konceptu stručně věnovat níže.

Agenda setting, neboli „nastolování agendy“, můžeme chápat jako schopnost médií nastolovat témata ve společnosti.⁷ Podle této teorie média zásadním způsobem ovlivňují to, o čem lidé přemýšlejí, jakými tématy se budou zabývat, o čem se budou bavit s kolegy v práci, či doma s rodinou. Základní otázky, které jsou pokládány v teorii nastolování agendy, jsou tyto dvě: a) Z jakého důvodu se některá témata stanou součástí veřejné diskuze

⁴ BERGER, Peter L. a Thomas LUCKMANN. Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 80-85959-46-1. s. 25-29.

⁵ JIRÁK, Jan. KÖPPLOVÁ, Barbora. Masová média. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. s.356.

⁶ TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8. s.38.

⁷⁷ Tamtéž, s.112.

a proč jiná naopak zapadnou? b) Proč jsou některá témata podle veřejnosti více důležitá a závažná a jiná naopak méně? Pojem Agenda – setting poprvé v roce 1972 použili dva američtí sociologové M. E. McCombse a D. L. Shaw ve svém článku Nastolování agendy jako funkce masových médií. Studie pojednávala o výzkumu mínění nerozhodných voličů v období před prezidentskými volbami⁸

V odborné literatuře se také často setkáme se dvě dalšími atributy konceptu nastolování témat. Prvním atributem je tzv. priming neboli česky zdůrazňování témat. Primárně priming vede příjemce mediálního obsahu ke změně svého postoje k danému tématu.⁹ Podle McQuaila je koncept primingu často: „...spjat s volebními kampaněmi, kdy se politikové snaží o to, aby byli spojováni s tématy, která jsou jejich silnou stránkou.“¹⁰ Druhým atributem je tzv. framing neboli česky rámcování. Framing na základě tematické podobnosti zasazuje zprávy do konkrétního kontextu, tím pádem zesiluje jejich účinek na příjemce mediálního sdělení. Trampota ve své knize Zpravodajství definuje framing takto: „V širším pojetí lze zarámování vnímat jako organizační principy, které jsou sociálně sdílené a časově setrvalé a které fungují symbolicky a významově strukturují sociální svět.“¹¹

1.4 Objektivita v médiích

Koncept jakési absolutní objektivitě vychází z filozofického směru pozitivismu, který se začal vyvíjet v 19. století. Ideologicky pozitivismus vychází z myšlenky: „že existuje jakási absolutní pravda, kterou lze objevit empirickým pozorováním, že existuje svět absolutních jistot, který je možné poznat a pochopit a ze kterého lze odvodit vědecké zákony.“¹² Zkoumaný jev je možné, od pozorovatele a jeho subjektivního chápání světa, zcela oddělit. V pozitivistickém vnímání reality by tedy pojem objektivní měl být synonymem pro: být schopný popsat věc pravdivě, tak jak skutečně je, a ne jak se nám může milně jevit.¹³ V žurnalistice by to tedy konkrétně znamenalo informovat čtenáře a poskytnout jasné odpovědi na tyto otázky: *Kdo?, Co?, Kde?, Kdy?, Proč?*¹⁴

⁸ JIRÁK, Jan. KÖPPOVÁ, Barbora. Masová média. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. s.356.

⁹ TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8. s.124.

¹⁰ MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Vydání čtvrté, rozšířené a přepracované. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5. s.367.

¹¹ TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006, ISBN 80-7367-096-8, s.123.

¹² MCNAIR, Brian. Sociologie žurnalistiky. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-840-6. s. 69.

¹³ Tamtéž, s.69.

¹⁴ MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Vydání čtvrté, rozšířené a přepracované. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5 .s.367.

Podle McNaira mezi tři pilíře objektivní žurnalistiky patří: „1. objektivita oddělení faktů od názorů 2. vyvážený záznam a popis diskuse 3. potvrzení žurnalistických výroků odvoláním se na příslušné autority.“¹⁵ Zásady objektivity jsou taktéž ukotveny v Etickém kodexu novináře, vydaným v roce 1999 Syndikátem novinářů ČR. Podle článku 17. Listiny práv a svobod má každý občan právo na objektivní obraz skutečnosti. Členové Syndikátu novinářů ČR jsou povinni se tímto kodexem řídit a všem novinářům je doporučeno dobrovolně tento kodex taktéž dodržovat.¹⁶ Cituji z kodexu: „Novinář je povinen: zveřejňovat jen informace, jejichž původ je znám, nebo v opačném případě je doprovodit nezbytnými výhradami, respektovat pravdu bez ohledu na důsledky, které to pro něj může mít, vyhledávat informace, které slouží všeobecnému zájmu, i přes překážky, dbát na rozlišování faktů od osobních názorů, hájit svobodu tisku i svobodu jiných medií, neodchylovat se věcně od pravdy ani v komentáři z důvodu zaujatosti, nepřipustit, aby domněnka byla vydávána za ověřený fakt a zprávy byly deformovány zamlčením důležitých dat, odmítat jakýkoli nátlak na zveřejnění nepravdivé, nebo jen částečně pravdivé informace, odmítat jakékoli zásahy státních orgánů, jež by mohly ovlivnit pravdivost sdělení, přijímat pouze úkoly srovnatelné s jeho profesionální důstojností, nepoužívat nepoctivé prostředky k získání informace, fotografie nebo dokumentu nebo využívat k tomu dobré víry kohokoliv. Nepoctivost prostředků je při tom třeba posuzovat v souvislosti s veřejným zájmem na publikování příslušné informace.“¹⁷

Často se však setkáme i s opačnými názory odborné veřejnosti, že nestrannost a politická korektnost není pro média zdravá a tím pádem nestranné noviny neplní funkci novin. Český novinář a filantrop Jan Dobrovský¹⁸ v rozhovoru pro internetový portál mediaguru.cz se k této problematice vyjadřuje takto: „Kdyby noviny byly vyprofilované podle politických názorů, jako jsou noviny italské, německé či britské, lidi by věděli, proč mají své noviny číst. Novinářská elita je vždy politicky profilovaná, jenže my ji uměle neutralizujeme tím, že ji nedovolujeme říct politický názor. Vytváříme umělou normu objektivity a potlačujeme názorovou orientaci. Autority textů nutíme k vyjadřování jejich

¹⁵ MCNAIR, Brian. Sociologie žurnalistiky. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-840-6. s. 71.

¹⁶ Etický kodex [online]. Syndikát novinářů ČR, z.s.: © 2017-2020 [cit. 20.7.2020]. Dostupné z: <https://syndikat-novinaru-cr-z-s.webnode.cz/etika/kodex/>

¹⁷ Tamtéž.

¹⁸ Jan Dobrovský je výraznou postavou na českém mediálním trhu. V roce 1989 byl jedním z členů redakčního týmu, který začal vydávat samizdatové Lidové noviny. Také byl v roce 1990 u zrodu znovu obnovených Lidových novin, kde působil až do roku 1992. V současnosti podporu neziskovou nevládní organizaci Post Bellum, jejíž hlavním projektem je Paměť národa. 100 nejbohatších Čechů [online]. Forbes: © 2018 MediaRey [cit. 17.7.2020]. Dostupné z: <https://miliardari.forbes.cz/jan-dobrovsky>

postoje mezi řádky, nikoliv přímočaře. U nás je názor listu hlavně se nikoho nedotknout, všechno vyvážit tak, abychom nepřišli o jediného čtenáře. Ale ten čtenář by si měl pro noviny chodit jako do svého klubu – měl by přijít a přečíst si v nich něco o svém vlastním světě. My ale tyhle názorové kluby nemáme. Lidi proto nevědí, proč noviny číst. Novináři ani neví, pro koho píšou, a točíme se v kruhu.“¹⁹

V současné době se tedy spíše setkáme v žurnalistické praxi s tendencemi klást větší důraz na: „...vyváženost, vědomou nezájatost a zdravý skepticismus.“²⁰ Osvaldová ve své knize taktéž definuje metody, jak se co nejlíže přiblížit rovnováze. Mezi tyto metody patří: „Přesnost, jasnost a úplnost informací, vědomá neutralita ve sporu několika skupin, pluralita uveřejňovaných názorů, vyloučení skrytých motivů, jednoznačný zákaz zasahovat do skutečnosti, o které se referuje, a přísné dodržování terminologické neutrality.“²¹

1.5 Vánoční krize České televize – přehled událostí

V této kapitole bych se ráda věnovala přehledu událostí takzvané Vánoční krizi České televize. Tímto termínem je označován sled událostí odehrávajících se na počátku druhého tisíciletí. Šlo o spor mezi aktivními redaktory, zpravodaji ČT a jejího vedení, v čele s Jiřím Hodačem, který byl v prosinci roku 2000 jmenován do funkce ředitele ČT. Nejenže do dění zasahovalo několik tehdejších českých politiků, ale dění se stalo tématem i na diskusích zastupitelů Evropské Unie. Konflikt taktéž neunikl pozornosti zahraničních médií, která se snažila svými komentáři vyvolat konstruktivní debaty mezi oběma zneprátelenými stranami a lobovala v zájmu veřejnosti za rychlé a vyřešení problému. Ráda bych také zmínila, že tato zásadní událost pomohla zformovat Zákon o České televizi tak, jak ho známe dnes.

1.5.1 Začátek krize

Klíčovou událostí, kterou můžeme označovat jako počátek krize, bylo dne 12. prosince roku 2000 Radou České televize odvolání tehdejší generální ředitele Dušana Chmelíčka. Pro uvedení do kontextu se několika informacemi zmíním o osobě Dušana Chmelíčka. Chmelíček byl do funkce ředitele ČT zvolen 26. ledna 2000, ale již v prvních

¹⁹ VOJTĚCHOVSKÁ, M. *Apolitický systém novin ničí české deníky* [online]. Mediaguru: © 2020 PHD, a.s. [cit. 17.7.2020]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2015/11/apoliticky-koncept-novin-nici-ceske-deniky/>

²⁰ OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 2013. ISBN 9788024618999. s.12.

²¹ Tamtéž, s.12.

několika měsících rozpoutala jeho volba rozruch. Ze strany politiků i dobových médií přišla kritika, která upozorňovala na to, že Rada ČT vybrala z kandidátů příliš rychle, a že tedy volba nemohla proběhnout důsledně. Následně pak 10. března byla Rada ČT, jenž zvolila Chmelíčka jako nového generálního ředitele ČT, sama odvolána Poslaneckou sněmovnou. Během svého fungování vytvořil Chmelíček, mimo jiné, i funkci ředitele zpravodajství, do které jmenoval Jiřího Hodače. Ten ovšem po necelém půlroce z funkce odstoupil, jelikož se jeho názory a vize rozcházely s konceptem funkce ředitele zpravodajství ČT, jež mu byl předložen vedením. Pravděpodobně to ale nebyl jediný důvod – již dříve měl totiž Hodač rozpory se svými zaměstnanci a to především po tom, co odvolal Romana Proroka, jenž byl moderátorem diskusního pořadu V pravé poledne. Již tehdy se Hodačovi zaměstnanci domnívali, že jeho vazby na politiku, konkrétně na stranu ODS jsou příliš těsné a tím pádem je politická neutralita vysílání ohrožena.²²

Dne 13. dubna 2000 byla zvolena nová Rada ČT. Rada ČT byla zvolena Poslaneckou sněmovnou na návrh poslaneckých klubů a zvolila tehdy sedm z devíti členů Rady. Zbývající dva členové byli dodatečně zvoleni 26. května a 11. července. Vztahy Chmelíčka a Rady ČT byly od počátku jejího zvolení do funkce napjaté. Byl Radou ČT kritizován za některé pořady a aktivity.²³ Na podzim téhož roku se konflikt mezi Chmelíčkem a Radou ČT vystupňoval poté, co Chmelíček předložil Radě ČT návrh rozpočtu na rok 2001. Rada ČT tento rozpočet shledala nepropracovaným a měla připomínky k budoucímu nepříznivému poměru příjmů a výdajů ČT. Konflikt nadále eskaloval a dne 12. prosince 2000 Rada ČT Chmelíčka odvolala.²⁴ Ihned po Chmelíčkově odvolání vyhlásila Rada ČT nové výběrové řízení na funkci generálního ředitele ČT. Uchazeči měli na přihlášení do tohoto postu pouze jeden týden. Zájem projevilo celkem 33 uchazečů, z nichž Rada ČT během jediného dne (20. prosince 2000) vybrala Jiřího Hodače.

Hodač do funkce ředitele ČT nastoupil dne 22. prosince 2000. S rozhodnutím Rady ČT byla nespokojena část veřejnosti a především zaměstnanci ČT. Ti tuto volbu pokládali za neprofesionální, neadekvátní a zbrklou a požadovali Hodačovo odvolání. Spolu s tím také apelovali na to, aby byla odvolána i Rada ČT. Během těchto dnů vznikla občanská iniciativa,

²² *Po deseti měsících padl ředitel ČT* [online]. www.zpravy.idnes.cz: © 1999–2018 MAFRA, a. s. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/po-deseti-mesicich-padl-reditel-ct.A001212_171544_domaci_mhk

²³ ŠTINDL, O., *Veřejnoprávní Česká televize bez ředitele* [online]. © BBC World Service. [cit. 23. 7. 2020] Dostupé z: <http://www.bbc.co.uk/czech/lupa/feature141.shtml>

²⁴ *Období 1999-2000* [online] © 1996–2018 Česká televize. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceska-televize-od-r-1993/obdobi-1999-2000/>

kteřá nesla stejný název jako konference: Česká Televize – věc veřejná, jejímž cílem bylo (také) odvolání Rady ČT. Zaměstnanci i další lidé poukazovali na to, že Rada ČT není nestranná a tím pádem není v souladu se zákonem.²⁵ Většina radních byla na podzim a v prosinci 2000 ve velmi aktivním vztahu s některými poslanci a dalšími politiky, tento fakt dokazuje výpis z hovorů telefonů, které jsou radě propůjčovány jako majetek ČT.²⁶

Jiří Hodač se tedy vrátil do vedení ČT, tentokrát však jako generální ředitel, což bylo nepřipustné hlavně pro zaměstnance ze zpravodajského sektoru, kteří s ním už v minulosti měli spory. Tito zaměstnanci ihned po zveřejnění jména nového generálního ředitele uspořádali Krizový výbor a o událostech, které se v ČT děly, informovali ve zpravodajských relacích Večerník a Události.²⁷ Diváci v ten večer mohli na svých obrazovkách vidět takřka dvě minuty černobílý text s nesouhlasným vyjádřením, které končí jasnou výzvou: „*Žádáme o projev podpory. Poslední nezávislá televize je ohrožena!*“²⁸

I přesto, že někteří ze zaměstnanců nebyli nadšeni návratem Jiřího Hodače, důvodem jejich odporu a revolty, jak sami uvedli, nebyla osoba Jiřího Hodače jako generálního ředitele. Zaměstnancům byl proti srsti hlavně způsob jeho volby a fakt, že členové Rady ČT byli jmenováni přesně podle mandátů politických stran. Tedy šlo o to, že se zpravodajům, redaktorům, reportérům a novinářům nelíbilo, že se politické strany vměšují do veřejnoprávního média, média, které má být objektivní. To bylo podle slov Adama Komerse, mluvčím stávkujících redaktorů, hlavním důvodem následujících nepokojů v řadách zaměstnanců. Fakt, že se politický vliv mohl dostat do Rady ČT, tím pádem se může jednoduše dostat i do samého vedení ČT a tím se stát politicky ovládaným médiem, byl pro tyto pracovníky TV nemyslitelný.

„My vám sdělujeme, oficiálně, že Vás neuznáváme jako generálního ředitele, ale abychom si to vyjasnili, není to o osobě Jiřího Hodače, je to prostě kvůli té volbě a kvůli tomu všemu. My Vás prostě jako generálního ředitele neuznáváme a my s Vámi jako

²⁵ „Člen Rady nesmí zastávat žádnou funkci v politických stranách, politických hnutích nebo občanských sdruženích, ani nesmí při výkonu své funkce v Radě jejich jménem vystupovat nebo působit v jejich prospěch...“

Rada České televize, In: *Zákon o České televizi, zákon 483/1991 Sb*, §5, odst. 2

²⁶ ČERVENKA, F., Lži poslanců a členů TV rady, Fakta (Zpracováno podle reportáže České televize pořadu Fakta) [online]. [cit. 22. 7. 2020]. Dostupné z: http://www.cibulka.net/nnoviny/nn2001/nn03_2001/obsah/11.htm

²⁷ *Televizní krize (2000)*, [online] www.ceskatelevize.cz: © 1996–2018. Česká televize. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceska-televize-od-r-1993/krize/>

²⁸ Krizový výbor narušil středěční události [online]. www.zpravy.idnes.cz: © 1999–2018 MAFRA, a. s. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: https://zpravy.idnes.cz/domaci.aspx?c=A001221_131249_domaci_has&r=domaci&l=1&t=A001221_131249_domaci_has&r2=domaci

s generálním ředitelem nebudeme jednat.“²⁹ Jiří Hodač se v rozhovoru pro BBC bránil slovy: „*Svobodně zvolený parlament zvolil svobodně Radu České televize, která rozhodla v rámci svých pravomocí, takže považuji tento postup za zcela legitimní a nevidím důvod, proč bych měl odmítnout nabízenou funkci. Věřím, že v redakcích je velká většina zkušených profesionálů a až emoce opadnou, tak jistě všichni pochopíme, že nám jde o to, aby ČT byla přijatelná a dobrá, a že se domluvíme.*“³⁰

1.5.2 „Bobovize“

Zajímavou postavou Vánoční krize v ČT byla Jana Bobošíková, která v době krize ČT zastávala post ředitelky zpravodajství a podle ní se vysílání ČT začalo přezdívat „Bobovize“. Jana Bobošíková nastartovala svoji mediální kariéru v roce 1989 ještě v Československé televizi jako redaktorka domácí rubriky. V této rubrice se zabývala především tématy Občanského fóra a privatizace. V letech 1994 až 1998 působila v ČT jako ekonomická redaktorka Redakce zpravodajství a také jako moderátorka zpravodajského pořadu „21“. Během svého čtyřletého angažmá se Bobošíková nebála otevřeně kritizovat jak své kolegy reportéry, tak vedení za způsob řízení zpravodajství. Po neshodách s tehdejší šéfredaktorem Zdeňkem Šámalem byla Bobošíková v roce 1998 stáhnuta z moderování pořadu „21“ a následně z České televize odchází. V mezidobí, než se vrátila do ČT, působila jako poradkyně předsedy Poslanecké sněmovny, kterým byl v té době člen strany ODS Václav Klaus. Je nutné taktéž podotknout, že v roce 2000 Jana Bobošíková neúspěšně kandidovala do Rady pro rozhlasové a televizní vysílání.³¹

Podruhé se Bobošíková vrátila do České televize na konci roku 2000, a to konkrétně 22. prosince, kdy ji nově zvolený ředitel ČT Jiří Hodač jmenoval do funkce ředitelky zpravodajství. Za toto rozhodnutí byl Hodač následně několikrát kritizován a je všeobecně známo, že tento akt způsobil eskalaci celé krize, jak je již dříve zmíněno v této práci. Bobošíková už za svého předchozího působení v ČT byla mezi ostatními kolegy velmi nepopulární. Mezi zaměstnanci ČT se začalo proslýchat, že se Bobošíková vrátila zpět, aby

²⁹ KOMERS, A., BOBOVIZE - Krize v ČT - 20. až 23. 12. 2000 - Začátek krize [online]. © 2018 YouTube, LLC. [cit. 10:29 – 10:47]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=Y-RSrl8wwQ&list=PLVawywMcJh2ItFbuz6Wxft_n4SI_dCh4B

³⁰ ROZKOŠNÝ, J., Nový ředitel ČT se ujal funkce [online]. © BBC World Service. [cit. 23. 7. 2020]. Dostupné z: <https://www.bbc.co.uk/czech/lupa/feature153.shtml>

³¹ Jana Bobošíková [online]. www.novinky.cz: © 2003–2018 Borgis, a.s. © Copyright © 2018 Seznam.cz, a.s. Copyright © ČTK, DPA, Reuters. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: <https://tema.novinky.cz/jana-bobosikova>
<https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10195164142-vypravej/bonus/8673-v-ceske-televizi-doslo-v-prosinci-k-ostre-krizi>

si vyřídila své osobní účty z dob bývalého působení v ČT.³²

Důkazem takového záměru by mohl být fakt, že po několika dnech ve funkci ředitelky zpravodajství rozdala několik okamžitých výpovědí revoltujícím vedoucím zaměstnancům a téměř dvě desítky zaměstnanců zpravodajského štábu byly převedeny k vykonávání jiné profese. Bobošíková svá rozhodnutí opřela o zákony České republiky, jak zmiňuje ve vysílání ze dne 25. 12. 2000: „*Mé výzvy ke spolupráci zůstaly bez odezvy, bez úspěchu. Proto jsem přikročila k tomu, co mi umožňují zákony této země. Dala jsem výpověď a zhruba dvacet kolegů bylo převedeno na jinou práci. Kolegové mají za úkol dělat analýzu vysílání České televize a součástí tady toho převedení na jinou práci je samozřejmě také výzva, aby tuto vykonali v místě svého trvalého bydliště. Tedy aby opustili ten velín, to srdce zpravodajství, které v současné době okupují.*“³³

Stejně jako Hodač byla Bobošíková zaměstnanci ignorována a nebyla uznávána jako autorita. Bobošíková byla pověřena zajistit „nové“ vysílání ČT.

1.5.3 „Pirátské vysílání“ vs. oficiální vysílání tzv. „Bobovize“

Od 22. prosince bez přestávky „okupovali“ vzbouření zaměstnanci v budově na Kavčích horách velín redakce zpravodajství. Bobošíková pověřila ostrahu v budově na Kavčích horách, aby vzbouřené zaměstnance nepouštěla do budovy. Ti dokonce zavolali Policii ČR se stížností, že jim je zamezen vstup do zaměstnání. Policie zanedlouho budovu ČT opustila se slovy, že k zásahu nebyl žádný pádný důvod, jelikož nedošlo k ohrožení života, zdraví či majetku.

V době mezi Štědrým večerem a Novým rokem začala situace eskalovat a protestující zaměstnanci ke všem budovám ČT po celé České republice začali svolávat občany, aby podpořili revoltu vůči novému vedení České televize a také proti její Radě. Shromáždění se zúčastnilo několik politiků jako například Petra Buzková, Jan Ruml či Zuzana Roithová.³⁴ Politici nebyli jediní, kdo lidem stojícím proti Hodačovi a jeho týmu

³² V české televizi došlo v prosinci k ostré krizi [online], www.ceskatelevize.cz: © 1996–2018. Česká televize. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10195164142-vypravej/bonus/8673-v-ceske-televizi-doslo-v-prosinci-k-ostre-krizi>

³³ Bobovize – Krize v ČT – stávka v České televizi [online], ČT, 2000. ČT1 24. 12. 2000 7:22. [cit. 23. 7. 2020]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=Bow99dpdbk&index=4&t=442s&list=PLVawywMcJh2ItFbuz6Wxft_n4SI_dCh4B

³⁴ Jak a proč se stávkovalo [online], www.ceskatelevize.cz: © 1996–2018. Česká televize. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/media/1294264-jak-a-proc-se-stavkovalo-v-ct>

prokázali podporu. Za revoltující se postavili také známí čeští herci jako například Eva Holubová, Jan Kraus, Jiří Macháček, Zdeněk Svěrák, Ladislav Smoljak, Ivana Chýlková.³⁵ Někteří politici strávili noc na Kavčích horách, aby případně zabránili násilnému vyvedení vzbouřenců z budovy.

Během Štědrého večera se situace tak vyostřila, že ČT vysílala v jeden a ten samý čas dvoje Události. Oficiální vysílání mohlo zachytit zhruba 80 % přijímačů, zbylých 20 % přijímačů přijímajících vysílání přes satelit zachytilo pirátské vysílání revoltujících zaměstnanců. Bobošíková své improvizované vysílání odvysílala z provizorních prostor studia Barrandov. V oficiálním vysílání jsme mohli vidět Jiřího Hodače, jak se vyjadřuje k nastalé situaci. Perličkou vysílání je moment, kdy událost jmenování Jany Bobošíkové do funkce ředitelky zpravodajství si namlouvá sama Bobošíková. Během následujících dní došlo opakovaně k paralelnímu vysílání, kdy Bobošíková se svým týmem vysílala z improvizovaných studií, které jim poskytli zaměstnanci jak televize Nova, tak televize Prima. Zaměstnanci televize Prima s rozhodnutím ředitele TV Prima o poskytnutí prostor pro vysílání Bobošíkové zásadně nesouhlasili. Ředitel Hodač byl dokonce donucen 27. prosince přepnout na druhý program a ve večerních hodinách vysílání přerušit, načež byl pak vyzván Radou pro rozhlasové a televizní vysílání, aby neprodleně obnovil všemi právními prostředky řádné vysílání.³⁶

Názory politiků na krizi v ČT se lišily hlavně podle stranické příslušnosti. Na stranu vzbouřených zaměstnanců se přidali politici ze Čtyřkoalice a na stranu oficiálního vedení ČT strana ODS v čele s Václavem Klausem.³⁷ Podle některých názorů aktérů krize a odborných publikací by se celá situace kolem krize v ČT dala popsat jako nezdařený pokus o státní převrat. Daly by se zde najít některé znaky takového převratu, jako je například pokus o anulování výsledků voleb, snaha rozložit vládu a vyvolat mimořádné volby. V parlamentu někteří senátoři začali po Vánocích otevřeně plánovat mimořádné zasedání, kde se měla celá situace v ČT probírat a řešit.

Až 31. prosince zveřejnili vzbouřenci zprávu, že odmítají jakoukoliv přítomnost a angažovanost politiků ve velině na Kavčích horách. Protestní akce vyvrcholily 3. ledna

³⁵ ČÁLEK, David, Radim ŠPAČEK. *Bezesné noci*. [online]. Praha, 2003. Dostupné z : <https://www.youtube.com/watch?v=7PSuHV1K5-c>

³⁶ Jak a proč se stávkovalo [online], www.ceskatelevize.cz: © 1996–2018. Česká televize. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/media/1294264-jak-a-proc-se-stavkovalo-v-ct>

³⁷ MARJANOVIČ, T., *Protesty zaměstnanců ČT pokračují* [online]. © BBC World Service. Dostupé z: <https://www.bbc.co.uk/czech/lupa/feature158.shtml>

stotisícovou demonstrací na Václavském náměstí.³⁸ Jiří Hodač byl po celou dobu ve své funkci pod obrovským tlakem, který před koncem krize nevydržel a byl po fyzickém a psychickému kolapsu hospitalizován až do 8. ledna 2001. Dne 11. ledna 2001 Jiří Hodač oficiálně ze zdravotních důvodů odstoupil z funkce ředitele České televize.³⁹ V návaznosti na rezignaci Hodače svolala narychlo Poslanecká sněmovna mimořádné zasedání, kde z 12. 1. na 13. 1. odvolala Radu České televize. Na tomto mimořádném zasedání byly schváleny i zásadní změny v Zákoně o ČT. Na další mimořádné schůzi Poslanecké sněmovny, a to dne 9. 2. 2001 byl jmenován do funkce prozatímního ředitele ČT Jiří Balvín. Nově zvolený ředitel Jiří Balvín následující den po svém zvolení odvolal členy tehdejšího managementu a tím značně přispěl k ukončení krize.

1.6 Česká mediální krajina po roce 1989 a charakteristika zkoumaných deníků

V následující kapitole se zaměřím na vývoj českého periodického tisku po roce 1989 a také na stručnou historii a charakteristiku deníků, jejichž články jsem analyzovala. Konkrétně se zaměřím na deníky Hospodářské noviny, Lidové noviny, Mladou frontu DNES a deník Právo.

Zásadní vliv na podobu tištěných médií na přelomu milénia měly jednoznačně události po roce 1989. Současně tak bylo možné sledovat rozsáhlé společensko-politické změny a radikální transformaci tehdejšího mediálního systému.⁴⁰ Během tohoto období transformace se změnilo mnohé a to především postavení a funkce médií ve společnosti a také samotný obsah a podoba mediální produkce. Po Sametové revoluci v listopadu 1989 se zásadní způsobem oslabila závislost médií na státu a jeho institucích.⁴¹ Odstátnění médií neboli deetatizace probíhala ve dvou úrovních. V první řadě byla vytvořena nová mediální legislativa, a to konkrétně zákon č. 23/1991 Ústavního zákona, který implementoval do Ústavy Listinu základních práv a svobod. Konkrétně článek 17 LZPS hovoří o svobodě projevu a právu na informace. V novele tiskového zákona z roku 1990 byla cenzura

³⁸ TŘEČEK, Č., PÁNEK, J., In: *"Bobovize" a spacáky ve studio Od krize v České televizi uplynulo 15 let* [online]. © 1999–2018 MAFRA, a. s. Dostupné z: https://zpravy.idnes.cz/vyroci-krize-v-ceske-televizi-dki-domaci.aspx?c=A151201_191423_domaci_cen

³⁹ ČÁLEK, David, Radim ŠPAČEK. *Bezesné noci*. Praha, 2003

⁴⁰ KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. *Dějiny českých médií 20. století* [online]. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-698-8. s.256.

⁴¹ BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. 2., upravené a doplněné vydání. Praha: Grada, 2019. ISBN 978-80-271-0553-3. s.382.

označena za nepřipustnou. Druhou úrovní bylo odstátnění mediálního provozu a následná privatizace státních médií. K tzv. spontánní privatizaci zdola, tedy z vlastní iniciativy zaměstnanců, docházelo především v letech 1989-1992.⁴² Privatizace se týkala i některých analyzovaných deníků, o čemž se zmíním blíže v následujících podkapitolách.

V důsledku odstátnění médií docházelo k obnově titulů, které za komunistického režimu byly zakázány, nebo vycházely formou samizdatu jako například Lidové noviny. Některé deníky jako například Mladá fronta Dnes, Právo nebo Hospodářské noviny vznikly přeměnou stávajících titulů. Ve velké míře byly zakládány i zcela nové tituly. Za zmínku stojí fakt, že většina nově vzniklých periodik zastávala zpravidla liberálně konzervativní názory. Levicové názory byly vzhledem k minulému režimu považovány za zcela společensky nepřijatelné. Začátkem 90. let jsme mohli zaznamenat první pokusy o vydávání bulvárních deníků. Bulvární deník Blesk se během necelých deseti let od svého prvního vydání stal jednoznačně nejčtenějším periodikem v České republice.⁴³ V důsledku nedostatečných zkušeností s řízením, a především nedostatkem financí, bylo nuceno mnoho nově vzniklých periodik během pár let svoji činnost ukončit. Finanční injekcí pro mnohá vydavatelství byl příliv zahraničního kapitálu a to převážně z Německa. Mezi největší vydavatele denního tisku v České republice patřily Verlagsgruppe Passau a Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft mbH.

S rozvojem internetu na přelomu druhého milénia jsme mohli zaznamenat značné oslabení významu tištěných médií a naopak do popředí se dostávala internetová produkce. „Tradiční média“ musela rychle zareagovat na tento trend, a tak založila internetové verze denního tisku či internetové televize. Postupem času tyto internetové verze získávaly větší a větší míru autonomie a objevovala se i první čistě internetová média, jako je například portál aktualne.cz.⁴⁴ Česká mediální krajina se čím dál tím více začala přibližovat západním vzorům a docházelo, tak k enormní komercializaci jak tištěných tak audiovizuálních médií.⁴⁵

⁴² BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1. s.256.

⁴³ BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. Dějiny českých médií: od počátku do současnosti. 2., upravené a doplněné vydání. Praha: Grada, 2019. ISBN 978-80-271-0553-3. s.374.

⁴⁴ Tamtéž, s.382.

⁴⁵ BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1. s.262.

1.6.1 Hospodářské noviny

Hospodářské noviny jakožto deník začaly vycházet v květnu 1990. Do té doby vycházely jako týdeník pro ekonomické záležitosti pod vydavatelstvím Rudé právo. Vůbec první výtisk původního týdeníku spatřil světlo světa v dubnu roku 1957. Novým vydavatelem v roce 1990 se stalo vydavatelství Economia a.s.. Zakladateli zmíněného vydavatelství byly ryze státní instituce, a to konkrétně Československá tisková kancelář, Úřad vlády a v té době ještě státní banky ČSOB.⁴⁶ Deník do příchodu zahraničních investorů vycházel pouze černobíle a v menším počtu stran, než jak ho známe dnes. S příchodem zahraničních investorů v roce 1994 získala majoritní kontrolu nad vydavatelstvím Economia - německá mediální skupina Verlagsgruppe Handelsblatt.⁴⁷ Nakladatelství Economia a s ním i HN se v roce 2008 vrátili opět do českého vlastnictví a to konkrétně k známému českému podnikateli Zdeňku Bakalovi.

Na oficiálních stránkách vydavatelství Economia je deník Hospodářské noviny charakterizován těmito slovy: „*Hospodářské noviny přináší od pondělí do pátku všeobecné zpravodajství se silnými analytickými prvky a komentáři. Ze všech českých deníků dávají největší prostor ekonomickým a byznysovým informacím, finančním trhům a servisu pro podnikatele. Obsahují rozhovory s předními českými i světovými byznysmeny a analýzy nejdůležitějších ekonomických událostí.*“⁴⁸ Čtenáře HN bychom mohli charakterizovat jako businessmana se středním či spíše vysokým vzděláním. HN vycházejí pravidelně 5x týdně a setkáváme se v nich s pravidelnými denními i týdenními rubrikami. Politicky je deník neutrální.⁴⁹

1.6.2 Lidové noviny

Založení deníku Lidové noviny je datováno do roku 1893. Nejstarší vycházející český deník byl založen v Brně a to zakladateli Adolfem Stránským a tehdejším šéfredaktorem Emilem Čermákem. Až v roce 1920 je otevřena pobočka i v Praze. Deník zažíval svoji největší éru v dobách První republiky, kdy pro LN publikovali novináři jako

⁴⁶ BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1. s.106.

⁴⁷ Tamtéž, s.114.

⁴⁸ *Tištěné tituly* [online]. Hospodářské noviny: © 2020 Economia. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: <https://www.economia.cz/tistene/>

⁴⁹ Tamtéž.

například bratři Čapkovi, E. Bass či Ferdinand Peroutka.⁵⁰ Během období okupace byl obsah deníku značně omezen a cenzurován, mnoho novinářů píšících pro Lidové noviny bylo perzekuováno a vězněno. Po skončení okupace v roce 1945, a to v dubnu vyšly Lidové noviny pod tímto názvem naposledy. Komunistická strana zakázala vydávat veškerá periodika, která oficiálně vycházela i během okupace. Deník byl pod záštitou Sdružení kulturních organizací obnoven pod názvem Svobodné noviny. Pod vedení šéfredaktora Jana Drdy se deník vrátil ke svému původnímu názvu, avšak v roce 1952 bylo vydávání Lidových novin z ekonomických důvodů zastaveno.⁵¹

Na tradici LN navázal až pak v roce 1987 signatář Charty 77 Jiří Ruml. LN vycházely až do roku 1990 jako samizdatové noviny. Mezi nejznámější přispívatele patřili chartista a pozdější český prezident Václav Havel a politik, novinář Jiří Dientsbier starší. První oficiální výtisk LN byl vydán v dubnu 1990 a od této doby vycházely šestkrát do týdne. V roce 1993 byl většinový podíl akciové společnosti Lidové noviny a.s. odprodán švýcarské společnosti Ringier, která jej následně v roce 1998 prodala společnosti Pressinvest a.s.⁵² Současným vlastníkem LN je od června roku 2013 společnost Mafra.⁵³

Lidové noviny se profilují jako deník tzv. „vzdělaných čtenářů“. Jeho hlavní fokus je na celostátní zpravodajství. V září roku 2000 byla spuštěna internetová verze deníku Lidovky.cz.⁵⁴ Podle oficiálních zdrojů vydavatelství MAFRA se list zvláště specializuje na politiku, byznys, kulturu, vědu a vzdělání.⁵⁵ V oficiálním presskitu můžeme najít i tuto charakteristiku: „*Lidové noviny jsou deníkem vzdělaných lidí. Jsou vyhledávaným zdrojem informací z oblasti vysokých a středních škol, akademických kruhů a vědy.*“⁵⁶ LN stejně jako deník Právo vychází 6x týdně a taktéž se v nich setkáme s pravidelnými denními i týdenními rubrikami.⁵⁷

⁵⁰ BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. Dějiny českých médií: od počátku do současnosti. 2., upravené a doplněné vydání. Praha: Grada, 2019. ISBN 978-80-271-0553-3. s. 141, 161.

⁵¹ Tamtéž, s.264-265.

⁵² BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1. s.115.

⁵³ AUST, Ondřej, *Lidové noviny existují 120 let, vycházet mají „stoprocentně“ dál* [online]. Mediář: © News Media 2011-2020. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/lidove-noviny-existuji-120-let-vychazet-maji-stoprocentne-dal/>

⁵⁴ Tamtéž.

⁵⁵ *Představení tiskových titulů* [online]. Lidové noviny: © 1999–2020 MAFRA, a. s. [cit. 20. 7. 2020]. Dostupné z: https://1gr.cz/data/soubory/mafraweb/A190618_SEH_020_PRILOHATISKOVETITULY.PDF

⁵⁶ *Noviny osobností. Noviny, jak mají být* [online]. Lidové noviny: © 2020 MAFRA, a.s. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: <https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-lidovenoviny.htm>

⁵⁷ Tamtéž.

1.6.3 Mladá fronta Dnes

Poprvé vychází deník Mladá fronta ve stejnojmenném nakladatelství v květnu roku 1945. S prvním vydáním je spojeno jméno tehdejšího českého novináře Jaromíra Hořce.⁵⁸ Od roku 1953 spadal deník Mladá fronta pod Československý svaz mládeže, který se od 70. let přejmenoval na Socialistický svaz mládeže. Deník pod záštitou Socialistického svazu mládeže vycházel až do konce roku 1989. Již 1. ledna 1990 byl deník Mladá fronta na popud SSM převeden do správy podniku Mladá fronta nakladatelství a vydavatelství. Nadále však faktickým dozorčím orgánem stále zůstával SSM. Šéfredaktorem deníku se stal Libor Benda.⁵⁹

„27. července 1990 byla zakladatelskou smlouvou založena společnost M a F a.s. se základním jměním 195.000,-Kč, a měla 65 akcionářů (redaktorů).“⁶⁰ Spontánní privatizátoři si nechali na Ministerstvu kultury zaregistrovat ochrannou známku i samotný název MF DNES. Redaktoři posléze oznámili Poštovní a novinové službě, že v nejbližší možné době dojde k přerušení vydávání původního deníku Mladá fronta. Jako alternativu nabízeli PNS, že mou předplatitelům nabídnout nově vzniklý deník MF DNES. Koncem léta všichni redaktoři Mladé fronty dali výpověď a tím fakticky starý deník odepsali nadobro. Od 1. září 1990 se oficiálně začal vydávat deník MF DNES.⁶¹ V deníku práce vyšel článek, který komentoval samotný proces privatizace: „nikomu nic neuzmuli, všichni vložili do nové společnosti minimální, zákonem předepsaný kapitál, a hlavně své schopnosti...“⁶² Samotný proces spontánní privatizace deníku MF Dnes se stal jakýmsi modelovým příkladem, podle kterého postupovaly další české postkomunistické deníky. Na konci roku 1991 založila spol. M a F a.s. společnost MaFra a.s., na kterou byla později v roce 1992 převedena vydavatelská práva deníku MF DNES. Spoluvlastníkem společnosti MaFra a.s. byla francouzská společnost Socpresse SA, která následně v roce 1994 prodala svůj majoritní podíl německému vydavatelství Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH.⁶³

Podle informací uvedených na stránkách vydavatelství MAFRA je cílem listu: *„Prodávat pravdivý a plnohodnotný obraz o světě, ve kterém žijeme. Součástí tohoto obrazu*

⁵⁸ *Historie společnosti* [online]. Mladá fronta Dnes: © 2020 Mladá fronta a. s. [cit. 20. 5. 2020]. Dostupné z: <https://www.mf.cz/o-spolecnosti/historie-spolecnosti/>

⁵⁹ BENDA, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006*. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1. s.90-91.

⁶⁰ Tamtéž, s.92.

⁶¹ Tamtéž, s.93-94.

⁶² Tamtéž, s.95.

⁶³ Tamtéž, s.112.

musí být rychlé a kvalitní zpravodajství, stejně jako užitečné servisní informace a oddechové čtení ve specializovaných přílohách.“⁶⁴ Deník Mladá fronta Dnes se zaměřuje spíše na vzdělanější část populace. Čtenáře MF Dnes bychom mohli podle údajů uvádějících společností MAFRA charakterizovat jako“ *podnikatele ve středním věku, případně člověka ve vedoucím postavení s vysokou mírou rozhodovacích pravomocí.*“⁶⁵

1.6.4 Právo

Deník Právo dříve pod názvem Rudé právo bylo hlavním stranickým deníkem Komunistické strany Československa. Založení deníku Rudé právo můžeme datovat do roku 1920. Fakticky vzato Rudé právo nebylo nově založeným periodikem, nýbrž vzniklo odštěpením od periodika Právo Lidu, které bylo původně tiskovým orgánem sociální demokracie. Od prvopočátku taktéž pod stejnou redakcí vycházel i Večerník Rudého práva. Mezi nejznámější novináře publikující pro redakci rudého práva patřili spisovatel Ivan Olbracht a politik Bohumír Šmeral. Již začátkem okupace byl deník nacisty zakázán. Až do roku 1945 vycházelo Rudé právo nelegálně.⁶⁶

Po Sametové revoluci připadl deník do vlastnictví Vydavatelství Florenc a jeho ředitelem a zároveň šéfredaktorem se stal Zdeněk Porybný. Porybný společně s dalšími členy redakce zakládá v září 1990 novou společnost Borgis a.s.. Za pochybné převedení deníku Právo do svého osobního vlastnictví byl následně Porybný trestně stíhán. Právo ve vlastnictví společnosti Borgis a.s. zůstává do dnes. Deník se stále profiloval jako levicově zaměřené periodikum, což bylo ostatně deklarováno i v jeho oficiálním podtitulu.⁶⁷ Od 1. listopadu 1995 zkrátil deník svůj název pouze na Právo. Ke změně názvu se vyjádřil redaktor Práva Vladimír Plesník takto: „*Naše nové jméno souvisí s tím, že v podstatě je to přechod k tomu, abychom prostě nebyli spojeni s tou minulostí. ... Rozbili jsme hlavičku, zmenšili jsme to rudé, a potom jsme to prostě dali pryč. ... Já nevím, jestli jste viděli film Jurský park s těmi dinosaury. Tak my jsme byli dinosaurus, který přežil revoluci. Změnili jsme název,*

⁶⁴ Představení tiskových titulů [online]. Mladá fronta Dnes: © 1999–2020 MAFRA, a. s. [cit. 20. 5. 2020]. Dostupné z: https://1gr.cz/data/soubory/mafraweb/A190618_SEH_020_PRILOHATISKOVETITULY.PDF

⁶⁵ Inzertní prezentace [online]. Mladá fronta Dnes: © 1999–2020 MAFRA, a. s. [cit. 20. 5. 2020]. Dostupné z: http://data.idnes.cz/soubory/mafra_all/A091110_TVE_D0923.PDF

⁶⁶ PETRŮ, Jan. Vývoj Rudého práva v období 1972 – 1991. Praha, 2015. 69 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jan Cebe, Ph.D. s.6-9.

⁶⁷ BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1. s. 95-98.

abychom nevypadali jako dinosaurus.“⁶⁸

Podle oficiálního mediakitu můžeme deník Právo charakterizovat takto: „*Právo je českým deníkem se zaměřením na seriózní a kvalitní zpravodajství z domova a zahraničí, z oblasti ekonomiky, zdravotnictví, školství či sportu. Deník Právo nabízí kromě rozsáhlého přehledu událostí také fundované komentáře a analýzy, reportáže a informace z regionů. Nedílnou součástí deníku jsou i tematické přílohy a magazíny.*“⁶⁹ Oficiálně na svých stránkách uvádějí, že 20 % čtenářů deníku Právo je vysokoškolsky vzdělaných. Většina z nich spadá do střední a vyšší společenské třídy a průměrný věk čtenáře je mezi 40-65 lety.⁷⁰

⁶⁸ BENDA, Josef. Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1. s.116.

⁶⁹ Média kit [online]. Právo: © 2000 - 2019 BORGIS, a.s. [cit. 16.7.2020]. Dostupné z: <https://www.pravo.cz/pdf/mediakit.pdf>

⁷⁰ Média kit [online]. Právo: © 2000 - 2019 BORGIS, a.s. [cit. 16.7.2020]. Dostupné z: <https://www.pravo.cz/pdf/mediakit.pdf>

2 Metodologická část

2.1 Metody analýza médií

V této podkapitole bych se podrobněji věnovala metodě kvantitativní obsahové analýzy, kterou jsem při zpracování zvoleného tématu využívala. V úvodu této podkapitoly bych se ráda zmínila všeobecně o základním dělení a charakteristice metod analýzy médií. Metody výzkumu médií se člení na dvě větve a to konkrétně na kvantitativní metody a kvalitativní metody. Kvantitativní metody se zaměřují na četnost výskytu dané proměnné, kvantitativní vztahy a korelace mezi proměnnými. Tyto metody nám umožňují zkoumání velkého množství dat a je možné je využít například i pro srovnávací výzkumy různých mediálních krajin. Kvantitativní metody vycházejí z pozitivistického nahlížení na řešení otázek a často jsou označovány také jako metody tradiční, experimentální či empiricko-analytické.⁷¹ Charakteristiku kvantitativních výzkumných metod popsal Trampota ve své knize *Metody výzkumu médií* takto: „1. *Vycházejí z pozitivistické tradice.* 2. *Redukují realitu na počitatelné jevy.* 3. *Považují sociální realitu za něco, co existuje nezávisle a vně výzkumníka a co je možné rozložit na jednotlivé prvky* 4. *Měly by být replikovatelné i jinými badateli a přinášet shodné výsledky.* 5. *Používají spíše deduktivní metodu.*⁷²

Základní otázku, kterou si výzkumník klade při kvalitativním výzkumu je otázka „*Jak?*“. Na rozdíl od kvantitativních metod jsou kvalitativní metody schopné zpracovat pouze omezené množství dat, zato jdou více do hloubky a umožňují jistou míru flexibility, jelikož výzkumné postupy nejsou tak rigidní. Typickými metodami sběru dat jsou hloubkové rozhovory, zúčastněné pozorování atd. Zastánci kvalitativních metod kladou důraz především na reálný život, hodnoty a názory zkoumaných objektů.⁷³ Charakteristiku kvalitativních výzkumných metod popsal Trampota a Vojtěchovská ve své knize *Metody výzkumu médií* takto: 1. *Vycházejí z představy, že poznání se děje na základě interpretace a je vždy subjektivní povahy.* 2. *Výzkumník je nedílnou součástí výzkumu a je nezastupitelný.* 3. *Vykazují menší replikovatelnost, tzn. změna výzkumníka přináší i pravděpodobnou změnu*

⁷¹ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s. 16-17.

⁷² Tamtéž. s.18.

⁷³ Tamtéž. s.18-19.

výsledků. 4. Bývají označovány jako konstruktivistické, interpretativní, reflexivní.
5. Používají spíše induktivní metodu.⁷⁴

2.2 Kvantitativní obsahová analýza

Tato kvalitativní výzkumná metoda byla používána již od 19. století, avšak nejčastěji bývá spojována se jménem amerického sociologa Bernarda Berelsona, který tuto metodu detailně popsal ve své knize *Content Analysis in Communication Research*.⁷⁵ V knize R. Sedlákové je tato metoda charakterizována takto: „výzkumná technika pro kvantitativní, systematický a objektivní popis zjevného obsahu komunikace.“⁷⁶ Berelson ve své studii vychází ze základního komunikačního modelu definovaného Haroldem Laswellem : „*kdo sděluje co, komu, jak a s jakým účinkem.*“⁷⁷ Obsahová analýza bývala historicky nejčastěji používána při zkoumání politických sdělení a nadále se pak rozšířila i do dalších vědních oborů, jako byly historie, psychologie, lingvistika či politologie.⁷⁸ Je tedy zjevné, že tato metoda má velmi široké uplatnění a je velmi často používána napříč všemi vědními obory.

Jako každá výzkumná metoda má i kvantitativní obsahová analýza své přednosti i nevýhody, které se zde pokusím shrnout. Základními charakteristickými rysy kvalitativní obsahové analýzy jsou vysoká míra strukturovanosti a s tím spjatá vysoká míra ověřitelnosti. Při analýze periodik podléhá každý krok přesně specifikovaným pravidlům. Jako další nespornou výhodou této metody bychom mohli považovat fakt, že díky této metodě je možné zpracovat poměrně velké množství dat v relativně krátkém časovém horizontu. Pokud jsou dodrženy veškeré postupy, tak je pak možné výsledek prezentovat na konkrétních datech či grafech.⁷⁹ Avšak kvantitativní obsahová analýza má i své limity. Nevýhodou této výzkumné metody je fakt, že výsledky bývají často velmi obecné a vypovídají pouze o frekvenci

⁷⁴ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s.19.

⁷⁵ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada Publishing, 2014, *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3568-9. s.291.

⁷⁶ Tamtéž, s.291.

⁷⁷ MUSIL, Jiří. Berelsonovo vymezení obsahové analýzy jako metody. *Sociologický časopis*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 1972, 8(2). s.215.

⁷⁸ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada Publishing, 2014. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3568-9. s.294.

⁷⁹ SCHULZ, Winfried, Helmut SCHERER, Lutz M. HAGEN, Jakub KONČELÍK a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3. nezměněné vydání. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2011. *Učební texty Univerzity Karlovy v Praze*. ISBN 978-80-246-1980-4. s.29-30.

výskytu sledovaného jevu, tím pádem není možné zachytit drobnější významové nuance.⁸⁰ Často také kritici této metody poukazují a zpochybňují objektivitu výsledků, jelikož výzkumník vytváří během analýzy samostatný text, který může být různě interpretován v závislosti na příjemci textu.⁸¹

2.3 Postup procesu kvantitativní obsahové analýzy

Pro provedení kvantitativní obsahové analýzy jsem si zvolila standardizovaný postup, který jsem převzala z publikace Helmuta Scherera – Úvod do metody obsahové analýzy.⁸² Postup je popsán níže v jednotlivých bodech:

a) Cíl výzkumu

Cílem výzkumu této bakalářské práce je vykreslení mediálního obrazu Vánoční krize ČT, který byl prezentován ve čtyřech vybraných periodikách a to konkrétně během tříměsíčního období na přelomu roku 2000 a 2001.

b) Použitá metoda

Pro účely této práce byla zvolena kvantitativní obsahová analýza.

c) Výzkumné otázky a hypotézy

„Hypotézy jsou v rámci hypoteticko-deduktivního postupu základními stavebními kameny, z nichž se postupně budují vědecké teorie. Jejich formulace je i vodítkem pro následnou přípravu výzkumného nástroje, sběr a analýzu dat. Hypotéza je výrok o vztahu dvou nebo více jevů.“⁸³

Hlavní výzkumné otázky, které jsem si položila, jsou tyto:

- **Výzkumná otázka č. 1: Jaký byl věnován prostor tématu Vánoční krize ČT v analyzovaných periodikách a jak se tento prostor měnil v čase?**

⁸⁰ SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada Publishing, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s.296.

⁸¹ Tamtéž, s.296.

⁸² SCHULZ, Winfried, Helmut SCHERER, Lutz M. HAGEN, Jakub KONČELÍK a Irena REIFOVÁ. Analýza obsahu mediálních sdělení. 3. nezměněné vydání. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2011. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze. ISBN 978-80-246-1980-4. s.31-50.

⁸³ SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada Publishing, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s.112.

- **Výzkumná otázka č. 2: Kterým dílčím tématům v rámci událostí Vánoční krize ČT bylo věnováno nejvíce prostoru?**
- **Výzkumná otázka č. 3: Kterí aktéři Vánoční krize ČT byli zmiňováni nejčastěji?**
- **Výzkumná otázka č. 4: Které politicky exponované osoby a které politické strany byly ve spojitosti s událostmi Vánoční krize ČT nejčastěji zmiňovány. Komu a jaká periodika dávala největší prostor?**

Poté co jsem si stanovila výzkumné otázky, tak bylo možné z těchto otázek vycházet a formulovat hypotézy. Hypotézy se pak posléze pokusím v závěru práce za pomoci dat získaných z kvantitativní obsahové analýzy potvrdit či vyvrátit.

- **Hypotéza č. 1 (H1):** Nejčetnější výskyt relevantních článků ve sledovaném období bude na stránkách deníku Mladé fronty Dnes.
- **Hypotéza č. 2 (H2):** Vzhledem k časovému vymezení krize ČT bylo publikováno nejvíce článků zabývajících se tématem Vánoční krize ČT v měsíci lednu.
- **Hypotéza č. 3 (H3):** Dílčí téma, kterému periodika věnovala největší prostor, bylo téma „Stávkující zaměstnanci ČT“.
- **Hypotéza č. 4 (H4):** Nejčastěji bude zmiňován či citován Jiří Hodač a následně pak Jana Bobošíková.
- **Hypotéza č. 5 (H5):** Nejčastěji zmiňovanými či citovanými politicky exponovanými osobami budou Václav Klaus a Václav Havel.
- **Hypotéza č. 6 (H6):** Nejčastěji zmiňovanou politickou stranou bude ODS, vzhledem k Hodačovým dřívějším vazbám k této politické straně.

d) Výběrový soubor

„Výběrový soubor bývá zpravidla ohraničen a) časově, b) z hlediska zvoleného média, případně i c) žánrově nebo tematicky. Volba výběrového souboru je východiskem pro konstrukci vzorku zkoumání.“⁸⁴ Pro účely analýzy mediálního obrazu „Vánoční“ krize v České televizi jsem si vybrala čtyři nejčtenější seriózní deníky na českém mediálním trhu, a to konkrétně **Hospodářské noviny, Lidové noviny, Mladá fronta DNES a Právo**. Vzhledem k množství dat, jsem se zaměřila pouze na jejich tištěné podoby. Hlavní pozornost byla věnována titulním stránkám zmiňovaných periodik.

Sledované období je vymezeno dvěma daty, a to odvoláním Jiřího Balvína z funkce generálního ředitele ČT dne 13. prosince 2000 až 28. únorem 2001. Oficiální konec krize ČT je sice spojen s datem zvolení nového prozatímního ředitele ČT Jiřího Balvína tedy 9. února 2000, ale v období do konce února 2001 jsem sledovala, zda se analyzovaná periodika budou k tématu vracet a celkově krizi hodnotit.

e) Kódovací jednotka

„Kódovací jednotka je jednotkou obsahu, k níž se vztahuje naše měření; posuzujeme ji podle proměnných, jež nabývají různých hodnot.“⁸⁵ Jako základní jednotku tohoto výzkumu jsem si stanovila jeden novinový článek, který se přímo týká události tzv. Vánoční krize ČT. Nebyly brány v potaz články, které se tématu dotýkaly pouze velmi okrajově. Do výzkumu nebyly taktéž zahrnuty články, které se týkaly situace ohledně studia ČT v Brně a Ostravě.

f) Proměnné

„Termín proměnná zahrnuje důraz na změnu, její základní vlastností je variabilita. Proměnná je charakteristikou objektu, která může mít více než jednu vlastnost a může nabývat různých hodnot.“⁸⁶ Obecně řečeno nám proměnné určují, jaké kódovací jednotky jsou relevantní pro náš výzkum. V odborné literatuře jsem našla dva typy dělení

⁸⁴ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s. 103.

⁸⁵ SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada Publishing, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s.313.

⁸⁶ SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Praha: Grada Publishing, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s.123.

proměnných. Prvním dělení podle Dismana rozlišuje proměnné na nominální, ordinální a kardinální.⁸⁷ Druhým typem podle Scherera je rozlišení proměnných na identifikační a analytické. Identifikační proměnné, jak již napovídá název, slouží pro identifikaci kódovacích jednotek. Scherer uvádí, že jsou důležité hlavně proto, že podle nich je možné analýzu kdykoli překontrolovat a případně opravit.⁸⁸ „Analytické proměnné slouží k zodpovězení zadaného tématu a jsou zčásti formulovány jen abstraktně.“⁸⁹ Jinými slovy slouží tyto proměnné k naplnění cílů práce.

Níže jsou popsány veškeré proměnné, podle kterých byly analyzovány kódovací jednotky.

Identifikační proměnné:

1. Název periodika – název periodika, ve kterém byla kódovací jednotka uveřejněna.
2. Datum – datum uveřejnění kódovací jednotky. Data budou zaznamenána ve formátu DDMMRRRR.
3. Název článku
4. Umístění článku – Tato proměnná sleduje, zda byl článek publikován na titulní straně.

Analytické proměnné:

1. Hlavní téma – Tato proměnná bude určovat, zda hlavním tématem článku byla Vánoční krize ČT, či toto téma bylo spíše okrajové.
2. Téma – Tato proměnná bude zachycovat dílčí témata, kterým se v rámci hlavního tématu analyzovaná periodika věnovala.
3. Aktéři krize – Proměnná bude sledovat, jakým aktérům krize dávala největší prostor a v jakých konotacích se o nich vyjadřovala.
4. Politik a politická strana – Tato proměnná bude sledovat jakým politikům či politickým stranám věnovala jednotlivá periodika největší prostor.

⁸⁷ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010 [cit. 2019-12-19]. ISBN 978-80-7367-683-4. s.26.

⁸⁸ SCHULZ, Winfried, Helmut SCHERER, Lutz M. HAGEN, Jakub KONČELÍK a Irena REIFOVÁ. Analýza obsahu mediálních sdělení. 3. nezměněné vydání. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2011. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze. ISBN 978-80-246-1980-4. s.43.

⁸⁹ Tamtéž, s.44.

g) Sběr dat a vyhodnocení výsledků

Proces sběru dat je podle Trampoty definován takto: „*Jde o krok, kdy kódovači postupují od jedné měřené jednotky k druhé a u každé z nich zaznamenávají, jakých kategorií proměnné nabývají. Ke zpracování využívají kódovací knihu, která je soupisem proměnných, jejich kategorií a jim přiřazených číselných kódů.*“⁹⁰ Jako hlavní zdroj pro vyhledávání článků jsem zvolila portál Anopress.⁹¹ Vyhledávání článků v databázi Anopress je intuitivní, přesně vyhledává zadaná hesla v předem definovaných médiích. Ve zvoleném období jsem procházela vybraná periodika a selektovala články na základě výše uvedených proměnných. Následně jsem proměnné zapsala do kódovací knihy. Náhled kódovací souboru je součástí příloh. Následně jsem pak přešla k samotnému vyhodnocení výsledků, které je detailně popsáno v nadcházející kapitole.

⁹⁰ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s.107.

⁹¹ Unikátní databáze českých médií s archívem od roku 1996, který obsahuje plné texty novinových a časopiseckých článků. *Anopress* [online]. © 2020 NEWTON Media, a.s. [cit. 20. 7. 2020] Dostupné z: www.anopress.cz

3 Analytická část

3.1 Interpretace výsledků – zodpovězení výzkumných otázek a zhodnocení hypotéz

3.1.1 Výsledný výběrový soubor

Výzkumná otázka č. 1: Jaký byl věnován prostor tématu Vánoční krize ČT v analyzovaných periodikách a jak se tento prostor měnil v čase?

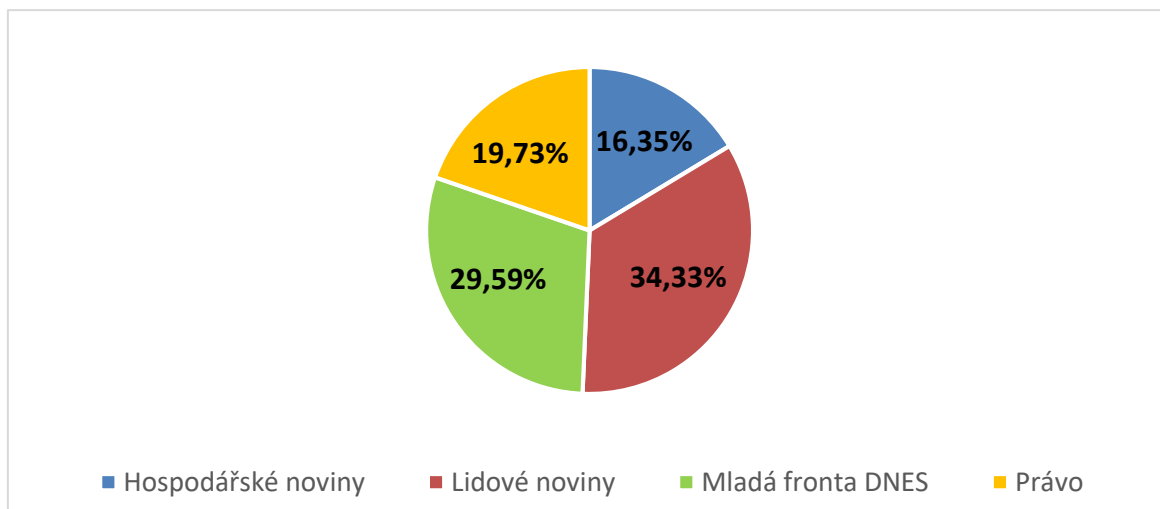
V rámci sběru relevantních článků byla zohledněna proměnná, která určovala, zda je téma krize ČT hlavním tématem, či se článek věnoval primárně jinému tématu a události krize ČT v něm byly zmíněny okrajově. Do celkového výběrového souboru byly zařazeny pouze ty články, které splňovaly výše zmíněné kritérium.

Celkový počet relevantních článků ve všech analyzovaných periodikách ve sledovaném období od 13. 12. 2000 do konce února roku 2001 se vyšplhal na číslo 854. Z tabulky níže můžeme vyčíst, že 275 (34%) článků bylo publikováno v Lidových novinách, 237 (30%) v deníku Mladá fronta Dnes, 158 (20%) v Právu a v Hospodářských novinách 131 (15%). Z těchto dat jasně vyplývá, že tématu Vánoční krize v ČT byl jednoznačně věnován největší prostor v denících LN a MfD. Tyto deníky věnovaly událostem krize ČT speciální několika stránkové rubriky, kde byly publikovány komentáře a rozhovory s aktéry krize, politiky, atd.. Zajímavé srovnání se nám naskytne, pokud se zaměříme na procentuální srovnání četnosti relevantních článků. LN věnovaly až o 50% větší prostor tématu krize ČT než HN.

Tabulka č. 1 Výběrový soubor - počet relevantních článků v jednotlivých periodikách

Periodikum	Celkový počet článků
Hospodářské noviny	131
Lidové noviny	275
Mladá fronta DNES	237
Právo	158
Celkem	854

Graf č. 1 Procentuální podíl relevantních článků v jednotlivých periodikách

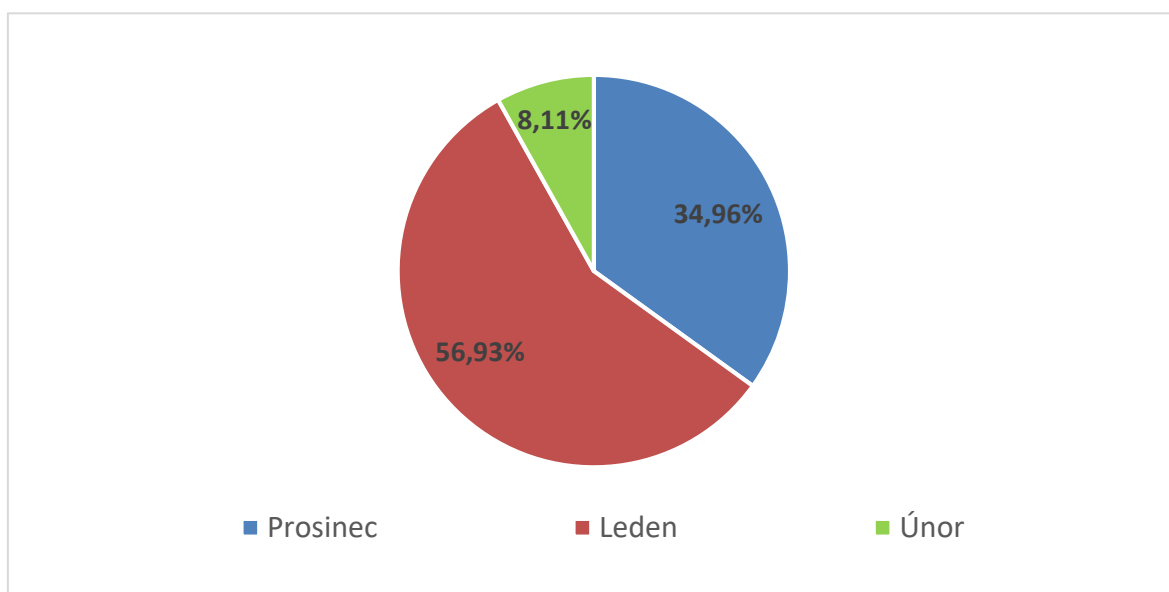


Dále mě zajímalo srovnání četnosti článků v jednotlivých měsících. Pokud se podíváme na výsledky níže, dojdeme k závěru, že nejvíce článků věnovaných tématu krize ČT bylo publikováno v měsíci lednu 2001, kdy krize v ČT eskalovala. Celkově tedy bylo ve všech periodikách v lednu publikováno 497 článků (58%), během prosince 292 (34%) a pouhých 65 (8%) v únoru. V měsíci prosinci byla zaznamenána největší četnost výskytu článků v období od 27. prosince do konce roku 2000, v souvislosti s přerušeným vysíláním. Nejméně článků v únoru nám periodika nabídla ze dvou důvodů, jednak v polovině února byl zvolen nový prozatímní ředitel ČT Jiří Balvín, což ukončilo krizi a jednak čtenáři i samotní novináři byly tématem přesyceni.

Tabulka č. 2 Výběrový soubor – počet relevantních článků v jednotlivých měsících

Periodikum	Prosinec	Leden	Únor
Hospodářské noviny	40	76	15
Lidové noviny	97	158	20
Mladá fronta DNES	89	135	13
Právo	54	87	17
Celkem	292	497	65

Graf č. 2 Procentuální podíl relevantních článků v jednotlivých měsících



Na základě sumarizace výsledků kvantitativní obsahové analýzy a za použití analytické proměnné „hlavní téma“ bylo možné získat odpovědi na první dvě dříve stanovené hypotézy. Hned první hypotéza (**H1**: Nejčtenější výskyt relevantních článků ve sledovaném období bude na stránkách deníku Mladé fronty Dnes.) byla vyvrácena. Hypotéza **H1** předpokládala, že nejčtenější výskyt článků se prokáže na stránkách deníku MfD. Tato hypotéza se však po provedení výzkumu nepotvrdila. Jak je již v práci dříve podrobněji zmíněno, celkový počet relevantních článků, v nichž téma krize ČT bylo hlavním tématem, byl 801. Z tohoto celkového počtu byl nejčtenější výskyt článků zaznamenán na stránkách deníku Lidové noviny a to v celkovém počtu 275 publikovaných článků. Lidové noviny během průběhu krize věnovaly události speciální několikastránkové rubriky, kde byly publikovány rozhovory s aktéry krize, politiky, herci atd.

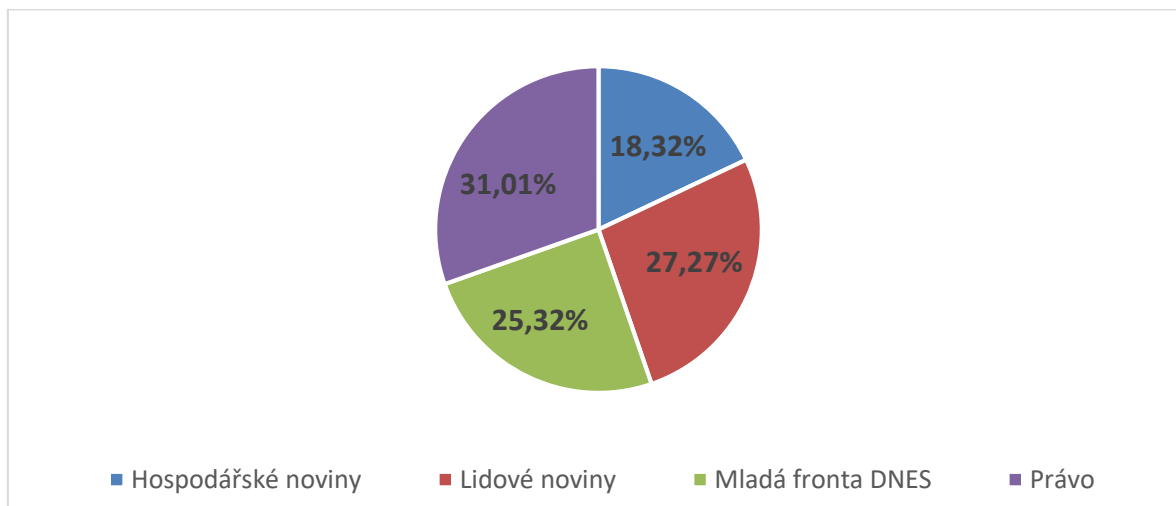
Získaná data nám taktéž přinesla odpověď na druhou hypotézu (**H2**: Vzhledem k časovému vymezení krize ČT bylo publikováno nejvíce článků zabývajících se tématem Vánoční krize ČT v měsíci lednu.) Tato hypotéza předpokládala, že nejvíce publikovaných článků s tematikou Vánoční krize ČT se na stránkách analyzovaných periodik objeví v měsíci lednu. Tento předpoklad jsem založila na faktu, že během měsíce ledna krize v ČT eskalovala a každý den docházelo k novým zvrátům. Tato hypotéza se na základě výsledků výzkumu potvrdila. Během měsíce ledna bylo publikováno 456 relevantních článků, tedy více než 50% z celkového výsledného vzorku.

Další proměnná, které jsem věnovala ve svém výzkumu pozornost, byl výskyt relevantních článků na titulních stránkách periodik. Za tímto účelem byla stanovena identifikační proměnná „titulní strana“. Celkově se ve všech periodikách objevilo téma krize ČT na titulní straně v počtu 208 článků. Nejvíce článků na titulní straně se objevilo v deníku Lidové noviny a to v počtu 75 článků, avšak procentuální podíl celkový počet článků vs. počet na titulní straně byl pouze 27%. Nejvyšší procentuální podíl článků na titulní straně vs. všechny relevantní články byl vysledován u deníku Právo. U deníku Právo bylo publikováno na titulní straně 49 článků, což dělá podíl 31% ze všech otištěných článků týkající se tématu krize ČT. V závislosti na celkovém výskytu všech článků v jednotlivých měsících není žádným překvapením, že nejčastěji se téma krize ČT objevilo na titulních stránkách v měsíci lednu a to celkem 119.

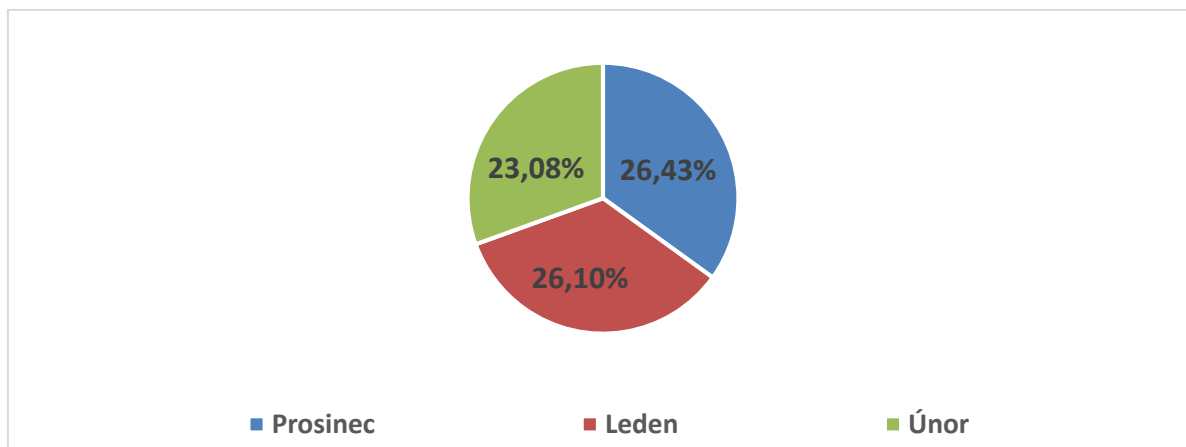
Tabulka č. 3 Titulní strana - četnost výskytu relevantních článků věnovaných tématu Vánoční krize ČT v jednotlivých měsících a jednotlivých periodikách

Periodikum	Prosinec	Leden	Únor	Celkový počet
Hospodářské noviny	8	14	2	24
Lidové noviny	28	42	5	75
Mladá fronta DNES	19	36	5	60
Právo	19	27	3	49
Celkem	74	119	15	208

Graf č. 3 Procentuální podíl článků na titulních stranách vůči celkovému počtu relevantních článků v analyzovaných periodikách



Graf č. 4 Procentuální podíl článků na titulních stranách vůči celkovému počtu relevantních článků v jednotlivých měsících



3.1.2 Dílčí témata

Výzkumná otázka č.2: Kterým dílčím tématům v rámci událostí Vánoční krize ČT bylo věnováno nejvíce prostoru?

Jednou ze zkoumaných analytických proměnných, skrze kterou se teď pokusím zodpovědět druhou výzkumnou otázku, byla proměnná „dílčí téma“. Tato proměnná nám ukázala, jaká dílčí témata byla v rámci krize ČT nastolována. Při procházení všech relevantních kódovacích jednotek jsem zaznamenávala jednotlivé tematické okruhy a následně jsem byla schopná určit, kterým dílčím tématům byl věnován největší prostor. Některé relevantní články bylo možno přiřadit pouze ke jednomu dílčímu tématu, avšak ve většině analyzovaných článků bylo možné identifikovat nejméně dvě dílčí téma.

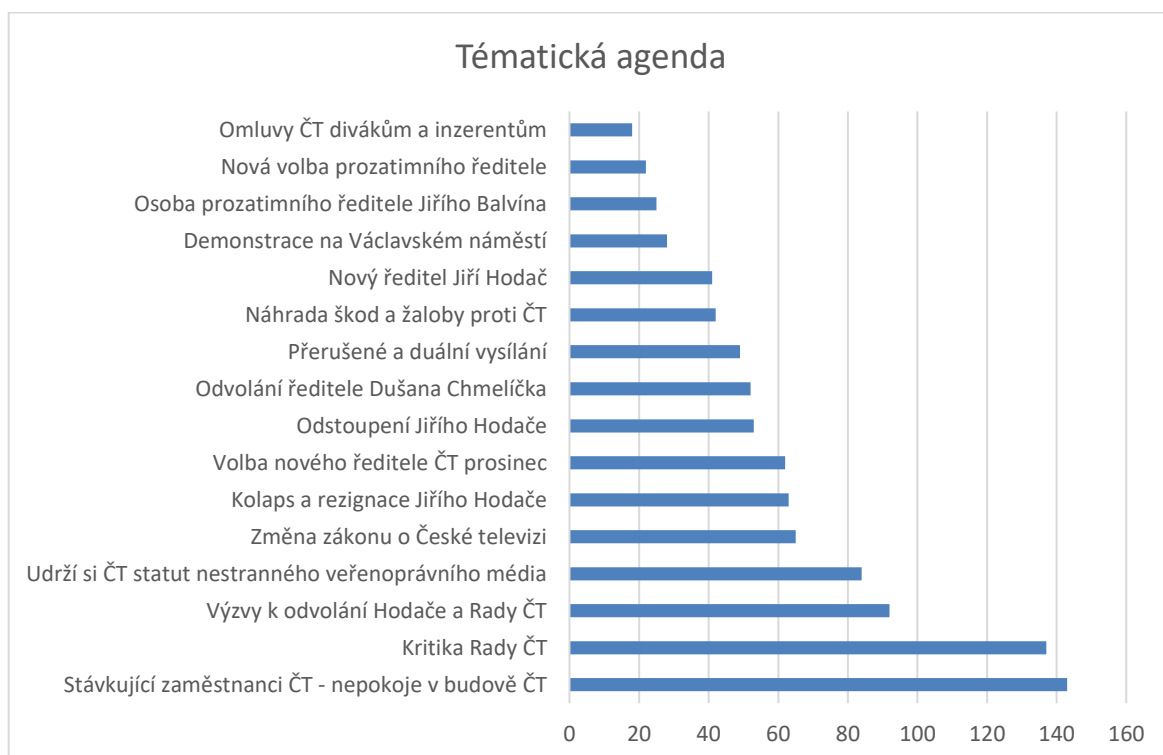
Na základě dat jsem definovala těchto 16 dílčích témat. Pro větší přehlednost níže uvedu abecední seznam.

- Demonstrace na Václavském náměstí
- Kolaps a rezignace Jiřího Hodače
- Kritika Rady ČT
- Náhrada škod a žaloby proti ČT
- Nová volba prozatímního ředitele
- Nový ředitel Jiří Hodač
- Odstoupení Jiřího Hodače

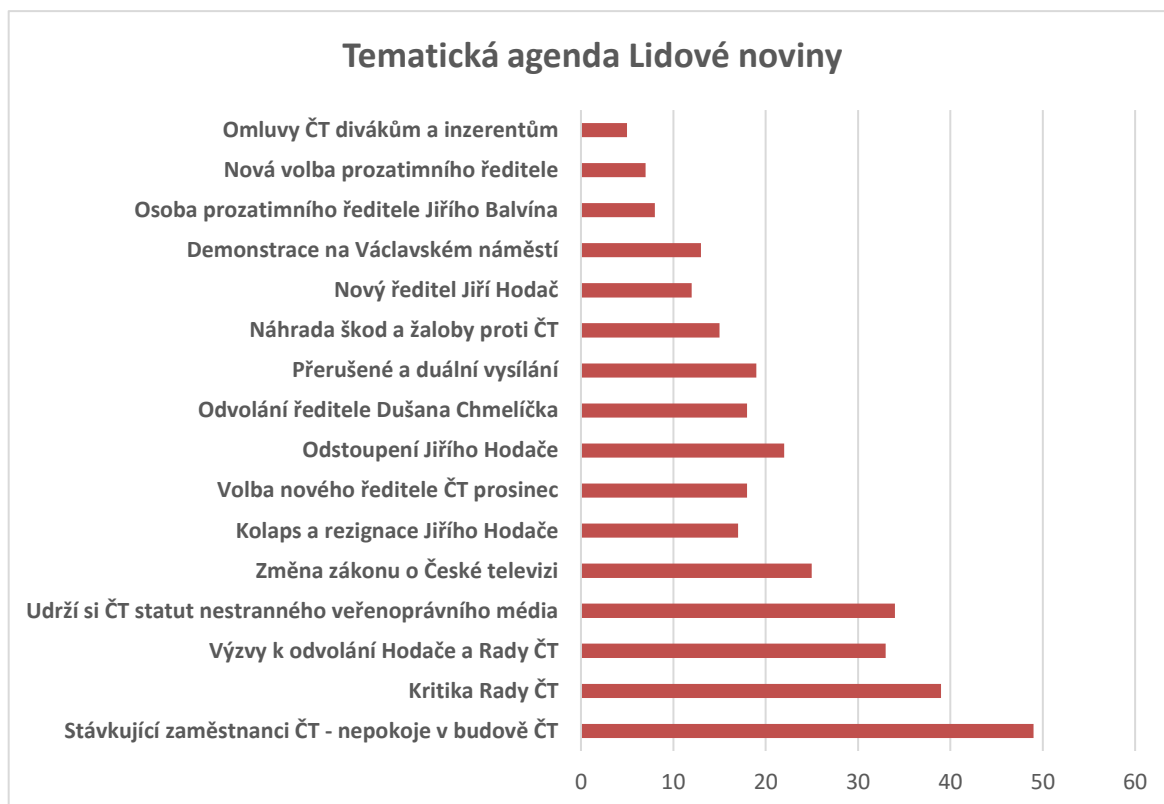
- Odvolání ředitele Dušana Chmelíčka
- Omluvy ČT divákům a inzerentům
- Osoba prozatímního ředitele Jiřího Balvína
- Přerušené a duální vysílání
- Stávkující zaměstnanci ČT – demonstrace v budově ČT
- Volba nového ředitele ČT prosinec
- Výzvy k odvolání Hodače a Rady ČT
- Udrží si ČT statut nestranného veřejnoprávního média
- Změna Zákonu o České televizi

Jak můžeme vyčíst z dat z grafu níže, nejvyšší počet relevantních příspěvků se týkal tématu „Stávkující zaměstnanci ČT – nepokoje v budově ČT“. V jednotlivých periodikách může pořadí četnosti výskytu jednotlivých dílčích témat lišit, ale v celkovém srovnání nenajdeme žádnou výraznější odchylku.

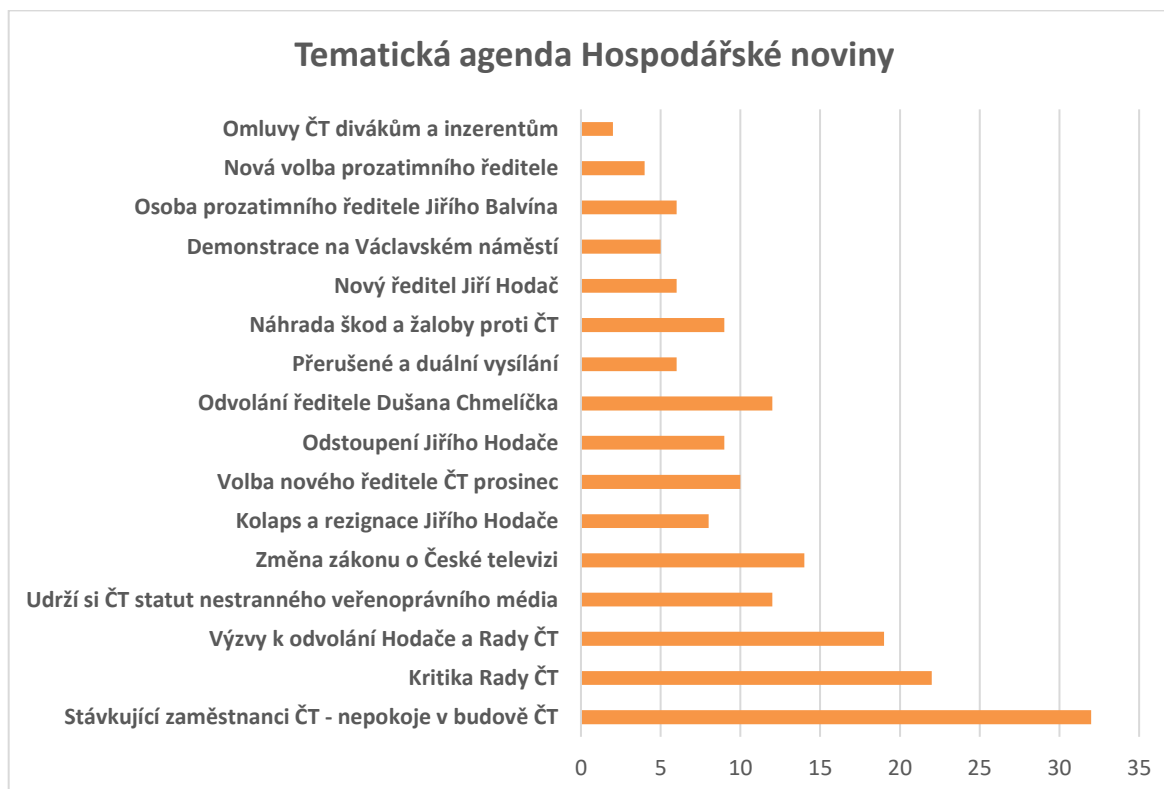
Graf č. 5 Tematická agenda – celkový přehled ve všech analyzovaných periodikách



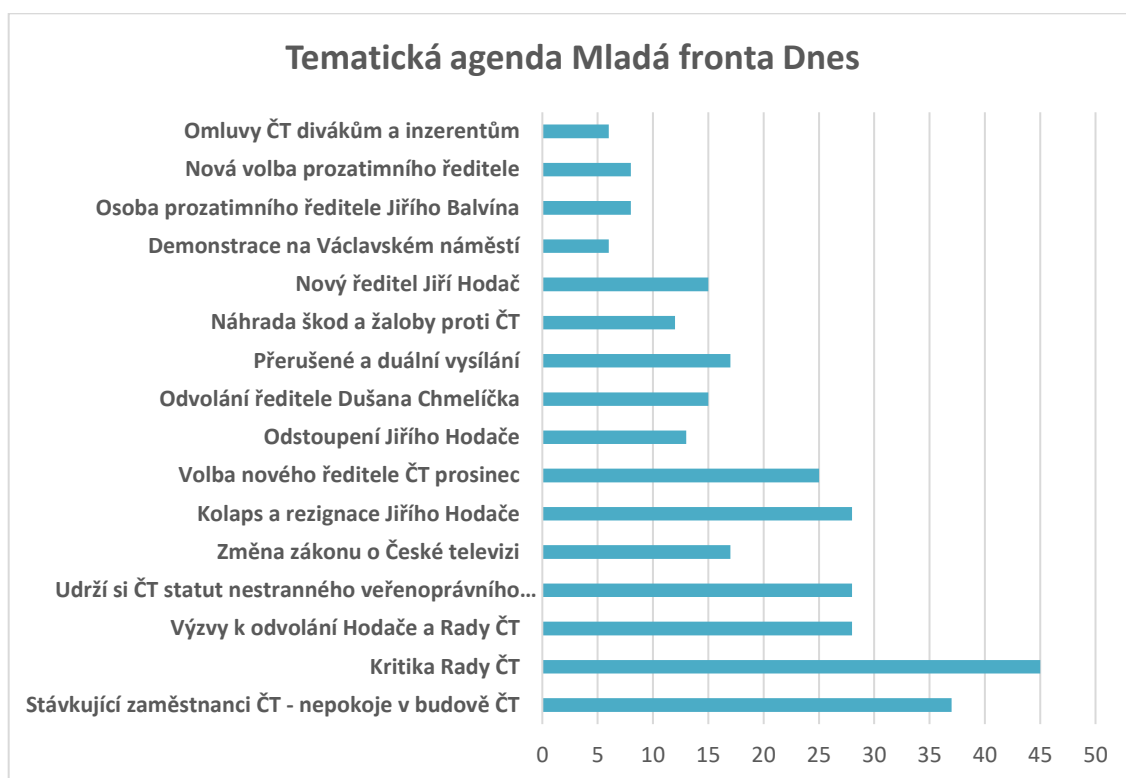
Graf č. 6 Tematická agenda – celkový přehled nastolených témat v deníku Lidové noviny



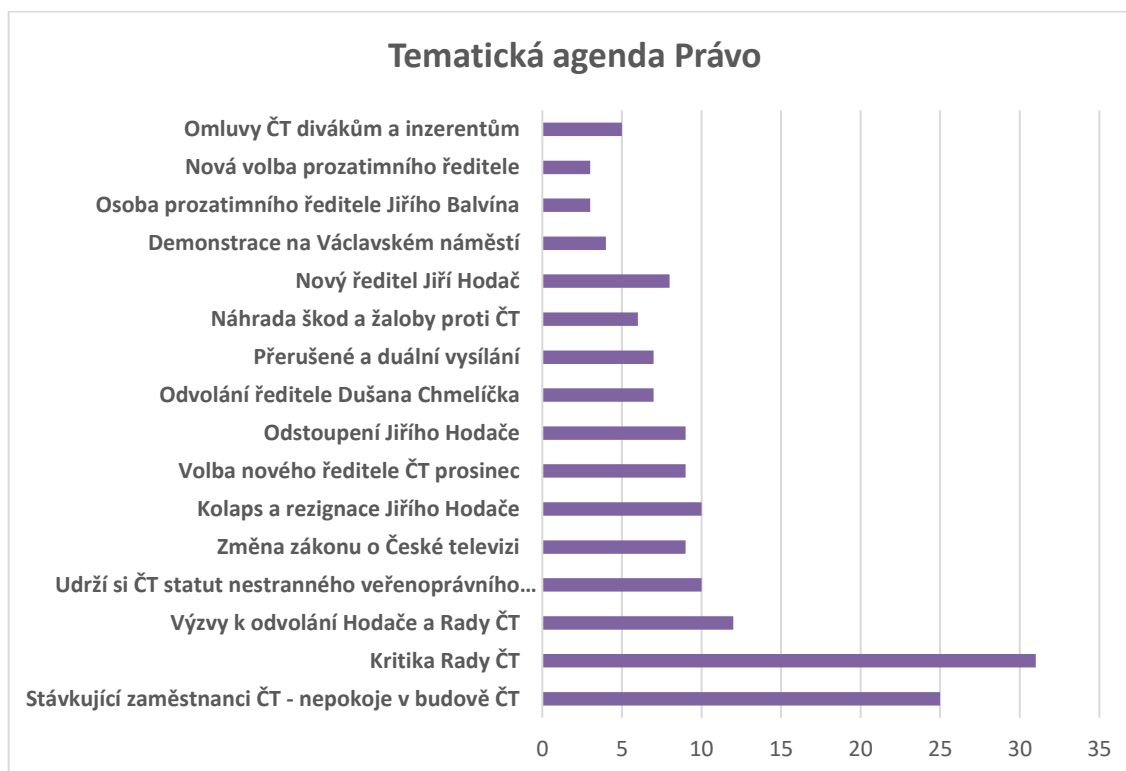
Graf č. 7 Tematická agenda – celkový přehled nastolených témat v deníku Hospodářské noviny



Graf č. 8 Tematická agenda – celkový přehled nastolených témat v deníku Mladá fronta Dnes



Graf č. 9 Tematická agenda – celkový přehled nastolených témat v deníku Právo



Na základě získaných dat, které jsem získala aplikováním analytické proměnné „dílní téma“, jsem mohla hypotéza potvrdit dříve stanovenou hypotézu (**H3**: Dílní téma, kterému periodika věnovala největší prostor, bylo téma „Stávkující zaměstnanci ČT – nepokoje v budově ČT“) Celkový počet relevantních článků, které se dotýkaly stávkujících zaměstnanců a nepokojů v budově ČT se vyšplhal na číslo 143. V deníku Právo a v deníku Hospodářské noviny byla větší pozornost během sledovaného období věnována tématu Kritika Rady ČT.

3.1.3 Aktéři Vánoční krize ČT

Výzkumná otázka č. 3: Kteří aktéři Vánoční krize ČT byli zmiňováni nejčastěji?

Za pomoci předem definované analytické proměnné „aktéři krize ČT“ jsem se snažila zjistit, jaká jména byla na stránkách analyzovaných periodik zmiňována nejčastěji. V potaz nebyly brány politicky exponované osoby. Politikům a politickým stranám byla definována samostatná analytická proměnná a výsledky budou prezentovány v následující podkapitole. Jak můžeme vyčíst z tabulek níže, jednoznačně nejčastěji zmiňovanou a citovanou osobou byl Jiří Hodač. Zajímavým faktem je, že během měsíce ledna byla osoba Jiřího Hodače zmíněna ve všech relevantních článcích napříč všemi čtyřmi periodiky. Na základě těchto dat bychom mohli označit Jiřího Hodače za ústřední postavu celé krize. Druhou nejčastěji zmiňovanou a citovanou aktérkou krize byla Jana Bobošíková. Za stranu stávkujících zaměstnanců byl nejčastěji zmiňován a citován Adam Komers, tehdejší šéf regionálních zpravodajů ČT a mluvčí stávkového výboru ČT.

Na základě sumarizace dat získaných užitím proměnné „aktéři krize ČT“ se potvrdila čtvrtá hypotéza (**H4**: Nejčastěji bude zmiňován či citován Jiří Hodač a následně pak Jana Bobošíková.) Celkový počet všem relevantních článků zmiňujících Jiřího Hodače byl 737, tedy Hodač byl zmíněn v 86% všech relevantních článků týkajících se krize ČT. V nadneseném smyslu by se dalo tvrdit : Nebýt Hodače, nebylo ani krize ČT.

Jednotlivé počty zmínek či citací jednotlivých aktérů jsou dopodrobna uvedeny v tabulkách níže. Každá tabulka sleduje jedno analyzované periodikum v průběhu tří měsíců, během kterých se krize ČT odehrávala.

Tabulka č. 4 Aktéři krize ČT - Lidové noviny – četnost výskytu zmínek či citací vybraných

Lidové noviny			
Jméno aktéra	prosinec	leden	únor
Jiří Hodač	94	158	11
Jana Bobošíková	33	79	18
Dušan Chmelíček	48	1	0
Adam Komers	6	34	7

Tabulka č. 5 Aktéři krize ČT - Hospodářské noviny – četnost výskytu zmínek či citací vybraných aktérů krize

Hospodářské noviny			
Jméno aktéra	prosinec	leden	únor
Jiří Hodač	33	76	14
Jana Bobošíková	18	45	14
Dušan Chmelíček	25	10	0
Adam Komers	5	4	2

Tabulka č. 6 Aktéři krize ČT - Mladá fronta Dnes – četnost výskytu zmínek či citací vybraných aktérů krize

Mladá fronta Dnes			
Jméno aktéra	prosinec	leden	únor
Jiří Hodač	77	135	10
Jana Bobošíková	36	74	14
Dušan Chmelíček	36	24	0
Adam Komers	6	17	4

Tabulka č. 7 Aktéři krize ČT - Právo – četnost výskytu zmínek či citací vybraných aktérů krize

Právo			
Jméno aktéra	prosinec	leden	únor
Jiří Hodač	35	82	12
Jana Bobošíková	18	56	12
Dušan Chmelíček	28	11	0
Adam Komers	2	9	4

3.1.4 Politicky exponované osoby a politické strany

Výzkumná otázka č.4: Které politicky exponované osoby a které politické strany byly ve spojitosti s událostmi Vánoční krize ČT nejčastěji zmiňovány. Komu a jaká periodika dávala největší prostor?

Na základě dat, které nám přinesly poslední dvě analytické proměnné „ politická strana a politicky exponovaná osoba“ jsem mohla zodpovědět poslední výzkumnou otázku. Při zpracovávání výsledného výběrového souboru jsem brala jako relevantní články, ty ve kterých se konkrétní politik či politicky exponovaná osoba vyjadřuje, či je v souvislosti s krizí ČT zmíněno jeho jednání. Na těchto výsledcích můžeme sledovat, zda v jednotlivých periodikách byla upřednostňována ta či druhá politická strana, zda byl alespoň částečně dodržen kodex objektivit a byl vždy dán zhruba stejný prostor pro vyjádření předním politickým stranám.

Tabulka č. 8 Politicky exponované osoby – četnost výskytu zmínek či citací jednotlivých politicky exponovaných osob

Politicky exponová osoba	Lidové noviny	Hospodářské noviny	Mladá fronta Dnes	Právo	Celkem
Václav Klaus	65	22	48	26	161
Miloš Zeman	49	17	39	28	133
Václav Havel	42	18	35	14	109
Ivan Langer	21	14	25	12	72
Ivan Ruml	12	6	14	10	42
Petra Buzková	9	5	11	3	28
Pavel Dostál	8	5	10	4	27

Hypotéza (**H5:** Nejčastěji zmiňovanými či citovanými politicky exponovanými osobami budou Václav Klaus a Václav Havel.) se částečně potvrdila. Václav Klaus jakožto předseda strany ODS byl opravdu nejčastěji zmiňovanou a citovanou politicky exponovanou osobou v událostech krize ČT. Druhým nejčastěji citovaným a zmiňovaným politikem byl Miloš Zeman předseda strany ČSSD. Hypotéza předpokládala, že jako druhá nejčastěji zmiňovaná politicky exponovaná osoba bude tehdejší prezident ČR Václav Havel. V tomto ohledu se hypotéza **H5** nepotvrdila. Hypotéza (**H6:** Nejčastěji zmiňovanou politickou stranou bude ODS, vzhledem k Hodačovým dřívějším vazbám k této politické straně.) byla potvrzena.

Závěr

Tato bakalářská práce si kladla za cíl za pomoci výzkumné metody kvantitativní obsahové analýzy vykreslit mediální obraz událostí Vánoční krize České televize. Jako analyzovaná periodika jsem si zvolila čtyři nejčtenější české deníky a to konkrétně Lidové noviny, Hospodářské noviny, Mladou frontu Dnes a Právo. Periodika byla sledována v období od 13. prosince 2000 do 28. 2.2001. Výzkumné otázky, které jsem si položila, se zaměřily převážně na celkovou četnost publikovaných článků k danému tématu v jednotlivých analyzovaných periodikách. Další výzkumné otázky byly zaměřeny spíše na tematickou agendu, jaká témata byla nastolována během jednotlivých měsíců. Jedna z dalších výzkumných otázek byla zaměřena na aktéry krize a to konkrétně, která média a komu věnovala pozornost nejčastěji. Poslední výzkumná otázka se věnovala jaké politické strany či politicky exponované osoby byly v souvislostech s událostmi krize citovány či zmiňovány nejčastěji. Všechny stanovené výzkumné otázky a hypotézy se zdařily na základě výsledného výběrového souboru zodpovědět, v případě hypotéz potvrdit či vyvrátit.

Co se týče četnosti výskytu relevantních článků, můžu si na základě výsledků dovolit tvrdit, že téma Vánoční krize zaplňovalo stránky analyzovaných periodik během sledovaného období téměř každý den. Výjimkou byly poslední dva týdny v únoru, kdy po zvolení nového prozatímního ředitele ČT a ustálení situace, zájem o toto téma upadl. Deníky Lidové noviny a Mladá fronta dnes, ve kterých byl zaznamenán největší počet relevantních článků, přímo tomuto tématu věnovaly během prosince a ledna speciální několikastránkové rubriky. V souvislosti s eskalací krize ČT v měsíci lednu nám výzkum potvrdil i hypotézu č. 2, kdy jsem na začátku výzkumu předpokládala, že leden bude měsíc s nejvyšším počtem relevantních článků zabývajících se krize ČT.

Jak se vyvíjely události během celé krize ČT, tak se proměňovala tematická agenda v jednotlivých měsících. Jak ukázaly výsledky analýzy, tak ústředním tématem, které se prolínalo všemi měsíci bylo téma nebo spíše otázka, kterou si média kladla, zda si ČT zachová svoji politickou nestrannost a bude plnit funkci veřejnoprávního média. Téma *Kritika rady ČT* se nám taktéž prolíná celým obdobím. Hlavní témata, která se objevovala v měsíci prosinci byly tyto: *Odvolání ředitele Dušana Chmelíčka, Nový ředitel Jiří Hodač, Přerušené a duální vysílání*. Mezi lednová témata s nejčastějším výskytem patřily tyto: *Kolaps a rezignace J. Hodače, Nepokoje a stávka v budově ČT, Demontrace na Václavském náměstí*. V únoru bylo nejčastěji zmiňované téma *Volba nového prozatímního ředitele* a sekundárně se objevovalo téma *Omluvy ČT divákům a inzerentům*.

Jedna z analytických proměnných sledovala, kteří politici a politické strany byly nejčastěji spojovány či citovány v souvislosti s krizí ČT. V době, kdy probíhala krize v ČT patřily strany ODS a ČSSD k politickým stranám s největším zastoupením v senátu a poslanecké sněmovně. Výsledky obsahové analýzy prokázaly, že nejčastěji byla zmiňována ODS a předseda strany Václav Klaus. Tento výsledek připisuji faktu, že Jiří Hodač byl před nástupem do funkce ředitele ČT s touto stranou spojován a média reflektovala všeobecnou obavu veřejnosti, aby tyto Hodačovi vazby na ODS neovlivňovaly fungování a politickou nestrannost ČT.

Pokud bychom se zaměřili na hledisko objektivy jednotlivých periodik, jak jednotlivá média referovala o události, nenarazila jsem při procházení výzkumného souboru, konkrétně ve zpravodajských rubrikách, na nějaké zásadní stranění či názorovou vyhraněnost vůči Hodačovi a jeho týmu či stávkujícím zaměstnancům ČT. Jak jsem se již zmiňovala v úvodu této bakalářské práce, pokud bychom chtěli toto téma rozpracovat detailněji a zaměřit se na hloubkovou analýzu vyznění jednotlivých článků, vydal by tento materiál svým rozsahem spíše na diplomovou práci. Objektivně musím zhodnotit, že pokud bych se chtěla věnovat kvalitativním výzkumným metodám, bylo by vhodnější zúžit počet analyzovaných periodik a to například na polovinu. Ve výsledku se zaměřit na jejich komparaci a na jemné významové konotace.

Summary

This bachelor thesis focused on depicting the media image of the events of the Czech Television's Christmas crisis using the research method of quantitative content analysis. For my research, I chose the four most read Czech dailies, namely Lidové noviny, Hospodářské noviny, Mlada fronta dnes and Právo. The daily newspapers were monitored in the period from 13 December 2000 to 28 February 2001. The research questions I asked myself focused mainly on the overall frequency of published articles on this topic in the individual periodicals analyzed. Another research questions were more focused on the thematic agenda, what topics were set during each month. One of the other research questions was focused on the participants of the crisis, specifically which media and to whom they most often paid attention. The last research question focused on which political parties or politically exposed persons were most often cited or mentioned in connection with the events of the crisis.

As for the frequency of occurrence of relevant articles and based on the results, I can say that the topic of the Christmas crisis filled the pages of the analyzed periodicals during the observed period almost every day. The exceptions were the last two weeks in February, when interest in this topic declined after the election of the new interim director of the Czech Television, and the situation stabilized. The dailies Lidové noviny and Mladá fronta dnes, in which the largest number of relevant articles were published, devoted special multi-page sections directly to this topic during December and January. In connection with the escalation of the CT crisis in January, the research also confirmed hypothesis No. 2, in which at the beginning of the research I assumed that January would be the month with the highest number of relevant articles dealing with the CT crisis.

As events developed during the entire Czech Television crisis, the thematic agenda changed in individual months. As the results of the analysis showed, the central theme that pervaded all months was the theme, or rather the question which the media asked themselves, whether the CT would maintain its political impartiality and fulfill the function of a public media. The topic of criticism of the Czech Television Council pervaded the entire period as well. The main topics that appeared in December were the following: *Dismissal of Director Dušan Chmelíček, New Director Jiří Hodač, Interrupted and Dual Broadcasting*. The January topics with the most frequent occurrences included the following: *The Collapse and Resignation of J. Hodač, The Riots and the Strike in the ČT Building, and Demonstration on Wenceslas Square*. In February, the most frequently mentioned topic was *Election of a New Interim Director*, and the topic of the *Czech Television's Apology to Viewers and*

Advertisers appeared secondarily.

One of the analytical variables monitored which politicians and political parties were most often connected with or cited in connection with the CT crisis. At the time of the crisis in the Czech Television, the ODS and CSSD parties belonged to the political parties with the largest representation in the Senate and the Chamber of Deputies. The results of the content analysis showed that the ODS and the party chairman Václav Klaus were most often mentioned. I attribute this result to the fact that Jiří Hodač was associated with this party before taking office as the director of the Czech Television, and the media reflected on the general public's concern that Hodač's ties to the ODS might affect the functioning and political impartiality of the Czech Television.

Focusing on the objectivity of individual periodicals and on how the individual media reported on the event when browsing the research group, specifically in the news sections, I did not come across any favoritism or partiality in relation to Hodač and his team, or striking CT employees. As I have already mentioned in the introduction of this bachelor thesis, if we wanted to elaborate on this topic in more detail and focus on an in-depth analysis of the meaning of individual articles, this material would be published in its scope rather as the diploma thesis. Objectively, I have to admit that if I wanted to focus on qualitative research methods, it would be more appropriate to reduce the number of analyzed periodicals, for example by half. As a result focus on their comparison and the subtle connotations of meaning.

Použitá literatura

ANDRIKANIS, Jekaterina a Sergej KONDAKOV. *Bobovize: (pohled zevnitř)*. Praha: Votobia, 2001. ISBN 80-7220-107-7.

BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. 2., upravené a doplněné vydání. Praha: Grada, 2019. ISBN 978-80-271-0553-3.

BENDA, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006*. Praha: Karolinum, 2007. ISBN 978-80-246-1387-1.

BERGER, Peter L. a Thomas LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 80-85959-46-1.

MUSIL, Jiří. Berelsonovo vymezení obsahové analýzy jako metody. *Sociologický časopis*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 1972, 8(2), s.215.

DVOŘÁK, Libor. *Česká televize - věc veřejná, aneb, Zápisky teroristovy*. Brno: Jota, 2001. ISBN 80-7217-133-X

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.

KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-698-8.

McCOMBS, Maxwell, 2009. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-591-2.

MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-840-6.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vydání čtvrté, rozšířené a přepracované. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.

MCQUAIL, Denis. *Žurnalistika a společnost*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3093-9.

OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 2013. ISBN 9788024618999.

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Třetí, rozšířené vydání. Praha: Libri, 2007. ISBN 978-80-7277-266-7.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

SCHNEIDEROVÁ, Soňa. *Analýza diskurzu a mediální text*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2015. ISBN 978-80-246-2884-4.

SCHULZ, Winfried, Helmut SCHERER, Lutz M. HAGEN, Jakub KONČELÍK a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3. nezměněné vydání. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2011. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze. ISBN 978-80-246-1980-4.

ŠTĚPÁNEK, Petr. *Ukradená televize, aneb, Co na obrazovce nebylo*. Praha: Votobia, 2003. ISBN 80-7220-138-7.

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

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

Internetové zdroje

Anopress [online]. Anopress: © 2020 NEWTON Media, a.s. [cit. 20. 7. 2020] Dostupné z: www.anopress.cz

100 nejbohatších Čechů [online]. Forbes: © 2018 MediaRey [cit. 17.7.2020]. Dostupné z: <https://miliardari.forbes.cz/jan-dobrovsky>

VOJTĚCHOVSKÁ, M. *Apolitický systém novin ničí české deníky* [online]. Mediaguru: © 2020 PHD, a.s. [cit. 17.7.2020]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2015/11/apoliticky-koncept-novin-nici-ceske-deniky/>

ŠTINDL, O., *Veřejnoprávní Česká televize bez ředitele* [online]. © BBC World Service. [cit. 23. 7. 2020] Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/czech/lupa/feature141.shtml>

Etický kodex [online]. Syndikát novinářů ČR, z.s.: © 2017-2020 [cit. 20.7.2020]. Dostupné z: <https://syndikat-novinaru-cr-z-s.webnode.cz/etika/kodex/>

Média kit [online]. Právo: © 2000 - 2019 BORGIS, a.s. [cit. 16.7.2020]. Dostupné z: <https://www.pravo.cz/pdf/mediakit.pdf>

Představení tiskových titulů [online]. Mladá fronta Dnes: © 1999–2020 MAFRA, a. s. [cit. 20. 7. 2020]. Dostupné z: https://1gr.cz/data/soubory/mafraweb/A190618_SEH_020_PRILOHATISKOVETITULY.PDF

Inzertní prezentace [online]. Mladá fronta Dnes: © 1999–2020 MAFRA, a. s. [cit. 22. 7. 2020]. Dostupné z: http://data.idnes.cz/soubory/mafra_all/A091110_TVE_D0923.PDF

Historie společnosti [online]. Mladá fronta Dnes: © 2020 Mladá fronta a. s. [cit. 23. 7. 2020]. Dostupné z: <https://www.mf.cz/o-spolecnosti/historie-spolecnosti/>

AUST, Ondřej, *Lidové noviny existují 120 let, vycházet mají „stoprocentně“ dál* [online]. Mediář: © News Media 2011-2020. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/lidove-noviny-existuji-120-let-vychazet-maji-stoprocentne-dal/>

Představení tiskových titulů [online]. Lidové noviny: © 1999–2020 MAFRA, a. s. [cit. 20. 7. 2020]. Dostupné z: https://1gr.cz/data/soubory/mafraweb/A190618_SEH_020_PRILOHATISKOVETITULY.PDF

Noviny osobností. Noviny, jak mají být [online]. Lidové noviny: © 2020 MAFRA, a.s. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: <https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-lidovenoviny.htm>

Tištěné tituly [online]. Hospodářské noviny: © 2020 Economia. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: <https://www.economia.cz/tistene/>

TŘEČEK, Č., PÁNEK, J., *“Bobovize” a spacáky ve studio Od krize v České televizi uplynulo 15 let* [online]. www.zpravy.idnes.cz: © 1999–2018 MAFRA, a. s. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: https://zpravy.idnes.cz/vyroci-krize-v-ceske-televizi-dki-domaci.aspx?c=A151201_191423_domaci_cen

ČALEK, David, Radim ŠPAČEK. *Bezesné noci*. [online]. Praha, 2003. Dostupné z : <https://www.youtube.com/watch?v=7PSuHV1K5-c>

MARJANOVIČ, T., *Protesty zaměstnanců ČT pokračují* [online]. © BBC World Service. [cit. 23. 7. 2020] Dostupné z: <https://www.bbc.co.uk/czech/lupa/feature158.shtml>

Po deseti měsících padl ředitel ČT [online]. www.zpravy.idnes.cz: © 1999–2018 MAFRA, a. s. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/po-deseti-mesicich-padl-reditel-ct.A001212_171544_domaci_mhk

Období 1999-2000 [online] © 1996–2018 Česká televize. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceska-televize-od-r-1993/obdobi-1999-2000/>

ČERVENKA, F., *Lži poslanců a členů TV rady, Fakta (Zpracováno podle reportáže České televize pořadu Fakta)* [online]. [cit. 22. 7. 2020]. Dostupné z: http://www.cibulka.net/nnoviny/nn2001/nn03_2001/obsah/11.htm

Televizní krize (2000), [online] www.ceskatelevize.cz: © 1996–2018. Česká televize. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceska-televize-od-r-1993/krize/>

Krizový výbor narušil středeční události [online]. www.zpravy.idnes.cz: © 1999–2018 MAFRA, a. s. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: https://zpravy.idnes.cz/domaci.aspx?c=A001221_131249_domaci_has&r=domaci&l=1&t=A001221_131249_domaci_has&r2=domaci

KOMERS, A., *BOBOVIZE - Krize v ČT - 20. až 23. 12. 2000 - Začátek krize* [online]. © 2018 YouTube, LLC. [cit. 10:29 – 10:47]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=-Y-RSrl8wwQ&list=PLVawywMcJh2ItFbuz6Wxft_n4SI_dCh4B

ROZKOŠNÝ, J., *Nový ředitel ČT se ujal funkce* [online]. © BBC World Service. [cit. 23. 7. 2020]. Dostupné z: <https://www.bbc.co.uk/czech/lupa/feature153.shtml>

Jana Bobošíková [online]. www.novinky.cz: © 2003–2018 Borgis, a.s. © Copyright © 2018 Seznam.cz, a.s. Copyright © ČTK, DPA, Reuters. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: <https://tema.novinky.cz/jana-bobosikova>
<https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10195164142-vypravej/bonus/8673-v-ceske-televizi-doslo-v-prosinci-k-ostre-krizi>


Bobovize – Krize v ČT – stávka v České televizi [online], ČT, 2000. ČT1 24. 12. 2000 7:22. [cit. 23. 7. 2020]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=Bow99dpdbk&index=4&t=442s&list=PLVawywMcJh2ItFbuz6Wxft_n4SI_dCh4B


Jak a proč se stávkovalo [online], www.ceskatelevize.cz: © 1996–2018. Česká televize. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/media/1294264-jak-a-proc-se-stavkovalo-v-ct>

V české televizi došlo v prosinci k ostré krizi [online], www.ceskatelevize.cz: © 1996–2018. Česká televize. [cit. 21. 7. 2020]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10195164142-vypravej/bonus/8673-v-ceske-televizi-doslo-v-prosinci-k-ostre-krizi>

Teze bakalářské práce

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Renata Greplová	Razítko podatelny: 
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2016	
E-mail diplomantky/diplomanta: greplova.renata@gmail.com	
Studijní obor/forma studia: Mediální a komunikační studia / bakalářské, kombinované	
Předpokládaný název práce v češtině: Analýza postojů k tzv. Vánoční krizi v České televizi prezentovaných v dobových českých médiích	
Předpokládaný název práce v angličtině: Christmas crisis in Czech television - Analysis of the attitudes presented in czech media	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013): (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve po dvou semestrech</u> od schválení tezi) ZS 2019/2020	
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): Za takzvanou Vánoční krizi České televize je označován sled událostí na přelomu let 2000 a 2001, kdy se redaktoři zpravodajství České televize s podporou předních politiků spjatých s Čtyřkoalicí vzbouřili proti tehdejšímu vedení České televize. V rámci své bakalářské práce se hodlám zaměřit na analýzu postojů vybraných českých médií, které média zaujala k událostem týkajících se tzv. Vánoční krize České televize. Hlavním cílem, který si tato práce klade, je za pomoci obsahové a diskursivní analýzy, vykreslit celkový mediální obraz krize ČT ve vybraných českých tištěných denících.	
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Úvod 2. Teoretická část <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Analýza médií – vymezení pojmů 2.2. Metody analýzy médií – charakteristika metod analýzy médií, které byly použity v bakalářské práci 2.3. Vánoční krize České televize – stručný přehled vývoje události 2.4. Charakteristika analyzovaných médií 3. Analýza postojů vybraných českých médií formou obsahové analýzy <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Lidové noviny 3.2. Právo 3.3. Hospodářské noviny 3.4. MF Dnes 4. Diskursivní analýza V této kapitole se budu zabývat objektivitou a případnou mírou zaujatosti k dané tématice. 5. Závěr 6. Použité zdroje a seznam literatury 7. Přílohy 	
Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy): Zdroji pro získávání informací mi budou archivy českých tištěných periodik. Konkrétně se zaměřím na deníky Lidové noviny, Právo, Hospodářské noviny a MF Dnes. Analyzované období lze vymezit datem 12. 12. 2000 tedy odvoláním Dušana Chmélička z funkce ředitele České televize a datem 9. 2. 2001, kdyb byl na mimořádné schůzce Parlamentu České republiky zvolen do funkce prozatímního	

ředitel ČT Jiří Balvín.
Postup (technika) při zpracování materiálu: Jako hlavní metodu pro zpracovávání jsem zvolila kvantitativní obsahovou analýzu. Na základě této analýzy se pokusím vyobrazit celkový mediální obraz Vánoční krize České televize. Další metodu, kterou ve své práci hodlám aplikovat, je diskurzivní analýza, kde se budu zabývat objektivitou a mírou zaujatosti k dané tématice.
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 a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. Metody výzkumu médií [online]. Praha: Portál, 2010 Cílem knihy je seznámit čtenáře s metodami užívanými při výzkumu médií. Jednotlivé metodické postupy jsou rozebrány na praktických příkladech z českých médií. Kniha je zároveň praktickým metodickým manuálem pro čtenáře, kteří se výzkumem médií zabývají, nebo se s ním hodlají hlouběji seznámit. SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: neužívanější metody a techniky. Praha: Grada Publishing, 2014. Publikace uvádí čtenáře do metodologie a empirického výzkumu sociálních věd, provádí jej jeho jednotlivými etapami a poskytuje vodítka pro případnou samostatnou vědeckou práci v oblasti výzkumu médií. Hlavní snahou autorky je představit nejčastěji užívané postupy ve výzkumech médií a kultury realizovaných v České republice. SCHUTZ, Winfried; SCHERER, Helmut; HAGEN, Lutz; REIFOVÁ, Irena; KONČELÍK, Jakub. Analýza obsahu mediálních sdělení. S předmlouvou Ireny Reifové. Vyd. 2. Praha: Karolinum, 2004. Publikace poskytující úvod do problematiky politické komunikace a obsahové analýzy masově mediovaných textů. REIFOVÁ, Irena. Slovník mediální komunikace. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. Slovník se soustřeďuje zejména na základní pojmy vyskytující se v neznámějších komunikačních teoriích, zabývajících se vztahem médií a společnosti. Jednotlivá hesla mapují různé vědy, které souvisejí s mediální komunikací, vysvětlují však také pojmy týkající se sdělovacích prostředků a sociální komunikace. ŽANTOVSKÝ, Petr. Mediální manipulace a krize v České televizi v roce 2000. Praha: Institut Václava Klause, 2015. Kniha popisuje příběh české „televizní krize“ z roku 2000. Zachycuje události a činy těch, kdo se v ní angažovali na jedné či druhé straně. Upozorňuje na zákulisní motivy a příčiny celé události. DVOŘÁK, Libor. Česká televize - věc veřejná, aneb, Zápisky teroristovy. Brno: Jota, 2001. Dokumentární kniha o krizi v České televizi, která přináší výpovědi přímých aktérů krize a řadu dalších dokumentů. ŠTĚPÁNEK, Petr. Ukradená televize, aneb, Co na obrazovce nebylo. Praha: Votobia, 2003. Soubor kritických textů věnovaných současnému dění v České televizi, napsaných dlouholetým členem Rady pro rozhlasové a televizní vysílání.
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) Televizní krize v kontextu Opoziční smlouvy, Filip Zajíček, bakalářská práce, 2015, Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci
Datum / Podpis studenta/ky
31. 1. 2019 

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

<p>TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.</p> <p>TEZE SCHVALUJE NA IKSŽ VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.</p>
--

Seznam příloh

Příloha č. 1 Kódovací kniha

Identifikační proměnné		
Název periodika	1	Lidové noviny
	2	Hospodářské noviny
	3	Mladá fronta Dnes
	4	Právo
Datum vydání		formát RRMMDD
Název článku		
Umístění článku	1	Titulní strana
	2	ostatní
Analytické proměnné		
Hlavní téma Vánoční krize v ČT	1	Ano
	2	Okrajově
	3	Ne
Dílčí téma	1	Demonstrace na Václavském náměstí
	2	Přerušené a duální vysílání
	3	Kolaps a rezignace Jiřího Hodače
	4	Kritika Rady ČT
	5	Náhrada škod a žaloby proti ČT
	6	Nová volba prozatímního ředitele
	7	Nový ředitel Jiří Hodač
	8	Odstoupení Jiřího Hodače
	9	Odvolání ředitele Dušana Chmelíčka
	10	Omluvy ČT divákům a inzerentům
	11	Osoba prozatímního ředitele Jiřího Balvína
	12	Udrží si ČT statut nestranného veřejnoprávního média
	13	Stávkující zaměstnanci ČT – nepokoje v budově ČT
	14	Volba nového ředitele ČT prosinec
	15	Výzvy k odvolání Hodače a Rady ČT
	16	Změna zákona o České televizi
Aktéři krize	1	Dušan Chmelíček
	2	Jiří Hodač
	3	Jana Bobošíková
	4	Adam Komers

Politici	1	Václav Havel
	2	Václav Klaus
	3	Miloš Zeman
	4	Ivan Langer
	5	Ivan Ruml
	6	Petra Buzková
Politické strany	1	ODS
	2	ČSSD
	3	tzv. Čtyřkoalice
	4	KSČ