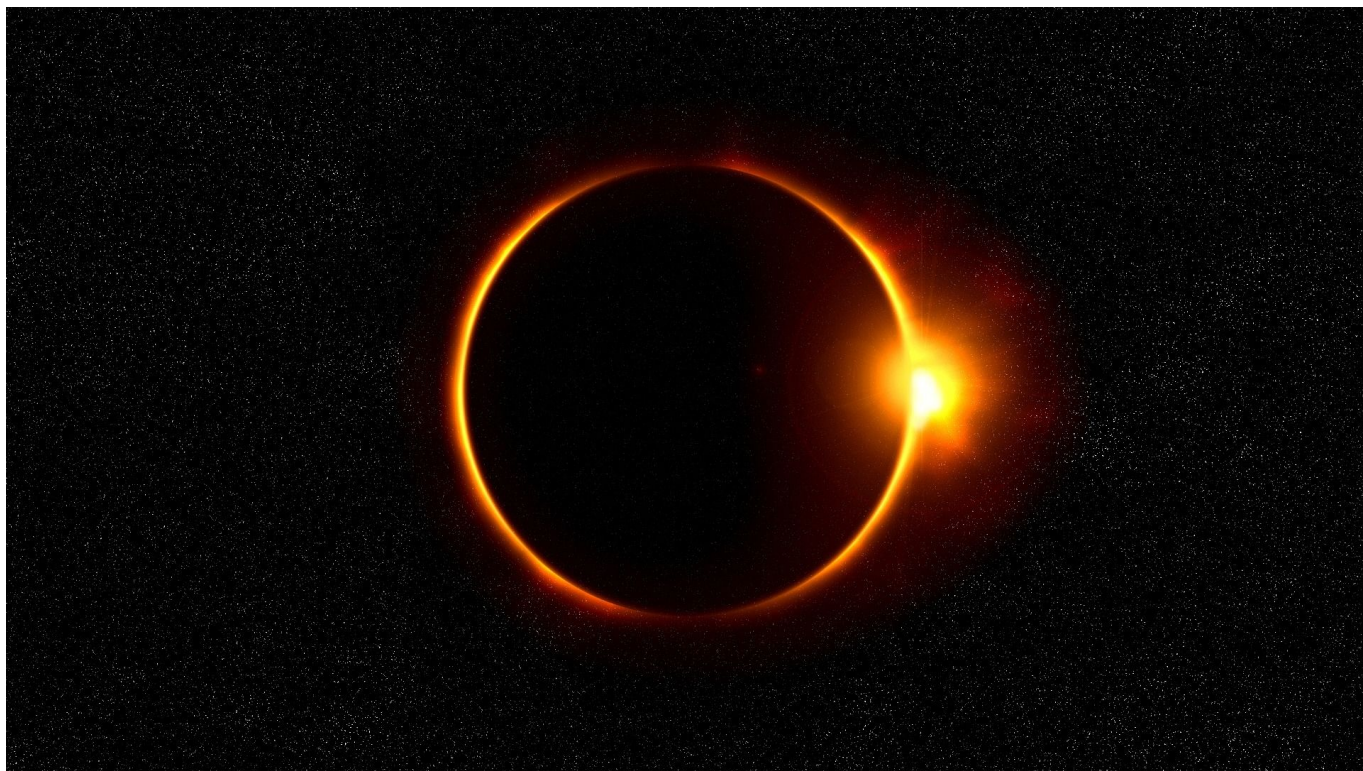


Zatmění Slunce: Jak moc zaměstnalo česká média?

14.8.2026 - | TOXIN

Dne 12. srpna 2026 bylo v Česku viditelné výrazné částečné zatmění Slunce, při kterém bylo zakryto téměř 90 % slunečního disku. Ve Španělsku bylo možné pozorovat zatmění úplné.



Téma ale nezaujalo jen milovníky astronomie. Výrazně rezonovalo také v médiích – od zpravodajských webů přes televizi a rádio až po sociální sítě.

Kolik se toho o zatmění napsalo? Podívali jsme se na data z našeho mediálního monitoringu.

Více než 1 600 mediálních zmínek

V období od 1. do 13. srpna 2026 jsme zaznamenali **více než 1 600 mediálních výstupů** souvisejících se zatměním Slunce.

Zajímavé přitom není jen samotné číslo. U podobných událostí je dobře vidět, jak rychle se z jedné události může stát výrazné mediální téma – a co rozhoduje o tom, zda se o ní objeví jen krátká zpráva, nebo se z ní stane obsah, který média sledují a rozvíjejí po celý den.

Právě proto podle nás monitoring médií není jen o odpovědi na otázku „**Kolikrát se o nás napsalo?**“ Pomáhá také zjistit, **proč se o určitém tématu píše, kdy zájem roste a která témata právě přitahují největší pozornost.**

A tentokrát za to mohlo Slunce.

Největší podíl zmínek přinesl internet

Největší část mediálního pokrytí připadala na **internet, který tvořil 46,4 % všech zachycených zmínek**.

Následovaly **sociální sítě s 28,4 %**, tisk představoval 11 %, televize 8,3 % a rádio 6 %.

Z dat je tak dobře patrné, že hlavní prostor pro komunikaci o zatmění představovala online média a sociální platformy.

Nejčastější zdroje mediálních zmínek

Významná část komunikace o zatmění Slunce probíhala na **Facebooku**.

Mezi jednotlivými mediálními zdroji se nejčastěji objevovaly:

1. **Denik.cz**
2. **VLTAVA LABE MEDIA**
3. **ČT24**
4. **MAFRA**
5. **CNN Prima NEWS**
6. **iDnes.cz**
7. **Impuls**

Největší objem zmínek tak přinesly sociální sítě spolu s několika klíčovými zpravodajskými zdroji, v čele s **Denik.cz**.

Zatmění Slunce je dobrým příkladem toho, jak se z jedné konkrétní události během krátké doby stane téma, které prostoupí různými typy médií. A právě mediální monitoring umožňuje sledovat nejen výsledný počet zmínek, ale také jejich zdroje, vývoj zájmu a způsob, jakým se téma napříč mediálním prostorem šíří.