

## Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (1. pololetí 2016)

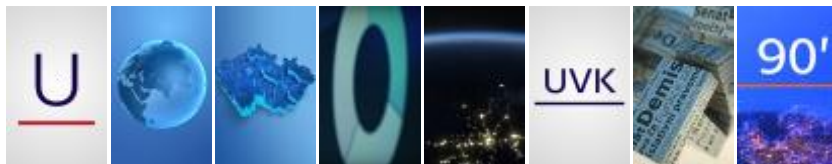
→ Uprchlická krize byla v relacích České televize v 1. pololetí prezentována déle než 80 hodin. Ve statistice tematické variability při informování o krizi dosahovaly nejpříznivějších hodnot Zprávy ve 23 a Události

→ Tuzemské i zahraniční dění bylo mediálně spojeno s Evropskou unií, o níž nejdéle informovaly Události, komentáře. Podíl zpráv ze zahraničí v obsahu relací ČT byl 40 % pololetní stopáže

→ ČSSD byla ve zpravodajských obsazích ČT24 nejčastěji zmiňovanou politickou stranou, mezi politiky se na nejvyšší příčce žebříčku medializace usadil ministr financí Andrej Babiš (ANO)

**Ve 1. pololetí roku 2016 bylo analyzováno 17 zpravodajských relací čtveřice médií o celkové stopáži 1148 hodin a 42 minut.**

# ANALYZOVANÉ ZPRAVODAJSKÉ POŘADY



**V analýze byly použity příspěvky těchto zpravodajských relací:**

**Česká televize** (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. pololetí roku 2016: **779 hodin a 57 minut v 20 144 příspěvcích**): Události, Události, komentáře, Události v regionech (Praha, Brno, Ostrava), Ekonomika ČT24, Horizont ČT24, Události v kultuře, Zprávy ve 23, Týden v politice a 90' ČT24

**TV Nova** (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. pololetí roku 2016: **116 hodin a 40 minut v 4 825 příspěvcích**): Televizní noviny

**Prima FTV** (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. pololetí roku 2016: **191 hodin v 8 869 příspěvcích**): Zprávy FTV Prima, Krimi zprávy, Divácké zprávy a Top Star

**Český rozhlas Radiožurnál** (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. pololetí roku 2016: **61 hodin a 5 minut v 2 019 příspěvcích**): Hlavní zprávy (rozhlasová relace je vysílána každý den v 18:00 a v pracovní dny, kdy končí v 18:30, obsahuje zpravodajskou a publicistickou část; o víkendech je relace pouze desetiminutová a obsahuje pouze zpravodajskou část)

**Celková báze analyzovaných relací čítala 35 857 příspěvků o stopáži 1 148 hodin a 42 minut.**



- Základní zjištění
- Témata
- Politika
- Lokality
- Podnikové zpravodajství
- Variabilita
- Metodika

## TÉMATA

- Uprchlíká krize nadále plnila obsah **Událostí, Událostí, komentářů, Zpráv ve 23, Horizontu ČT24** i rozhlasových Hlavních zpráv a Zpráv FTV Prima. Relace **Událostí v regionech** nabízely prostor komunální politice a podnikovému zpravodajství (snímky [6](#), [7](#), [11](#), [12](#), [13](#) a [15](#)).

## POLITIKA

- Medializace stranické politiky byla především v závěru pololetí specifická vyhocenými vztahy uvnitř vládní koalice ČSSD, ANO a KDU-ČSL. Poněkud stranou sporů o financování zdravotnictví, hlasování o protikuřáckém zákoně nebo diskuze o reorganizaci policie zůstaly opoziční ODS, TOP 09 a KSČM. Poměr zástupců koaličních a opozičních stran v rozhovorech Událostí, komentářů a 90' ČT24 byl 268:196 (snímky [20](#), [21](#), [22](#) a [26](#)).

## LOKALITY


- Zahraniční zpravodajství bylo provázáno s intenzivní medializací problémů Evropské unie, která vedle krize uprchlické řešila i výsledky referenda o Brexitu (snímky [29](#), [30](#) a [31](#)).

## PODNIKOVÉ ZPRAVODAJSTVÍ

- Prezentace podnikové sféry v analyzovaných relacích **ČT24** i ČRo, Novy a Primy byla silně ovlivněna krizí těžební společnosti OKD (snímky [35](#), [36](#) a [37](#)).

## VARIABILITA

- Žebříčkům politické variability dominovaly **Události v regionech z Prahy**, které prezentovaly nejvyšší počet stran i politiků a političek (snímek [39](#)).

- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata 
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ Podnikové zpravodajství
- ☑ Variabilita
- ☑ Metodika

[Mediální události](#)

[Hlavní zpravodajské relace](#)

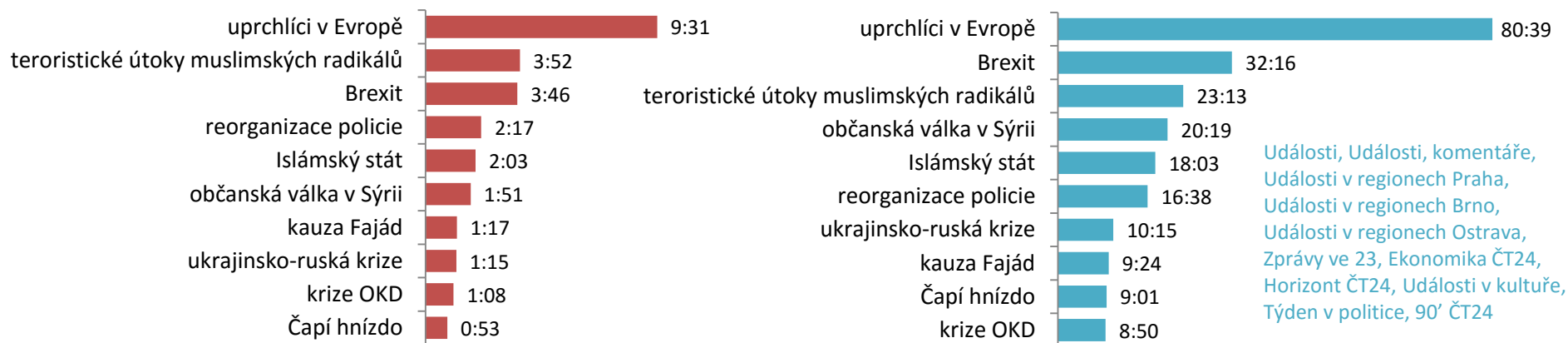
[Regionální zpravodajství](#)

[Komentované zpravodajství](#)

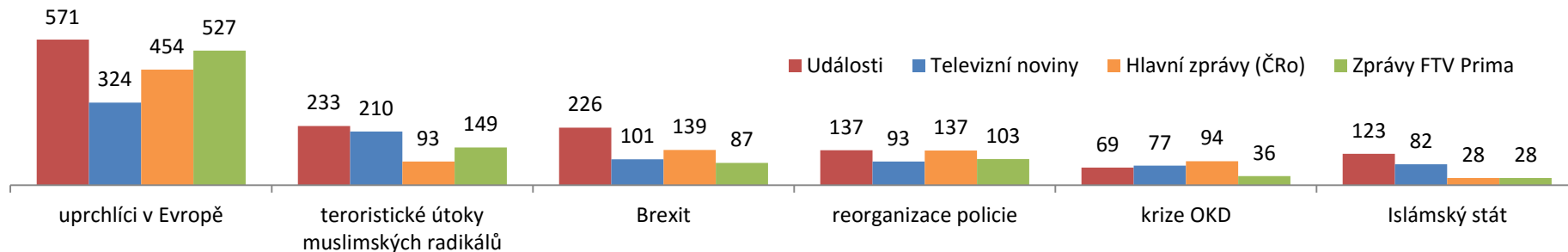
[Zprávy ve 23](#), [Ekonomika ČT24](#),  
[Horizont ČT24](#), [Události v kultuře](#),  
[Týden v politice](#), [90' ČT24](#)

# MEDIÁLNÍ UDÁLOSTI

10 nejdéle prezentovaných mediálních událostí v Událostech (vlevo) a ve všech sledovaných relacích ČT24 (vpravo): 1P 2016, počet hodin a minut



Nejdéle prezentované mediální události v hlavních zpravodajských pořadech (1P 2016), počet minut

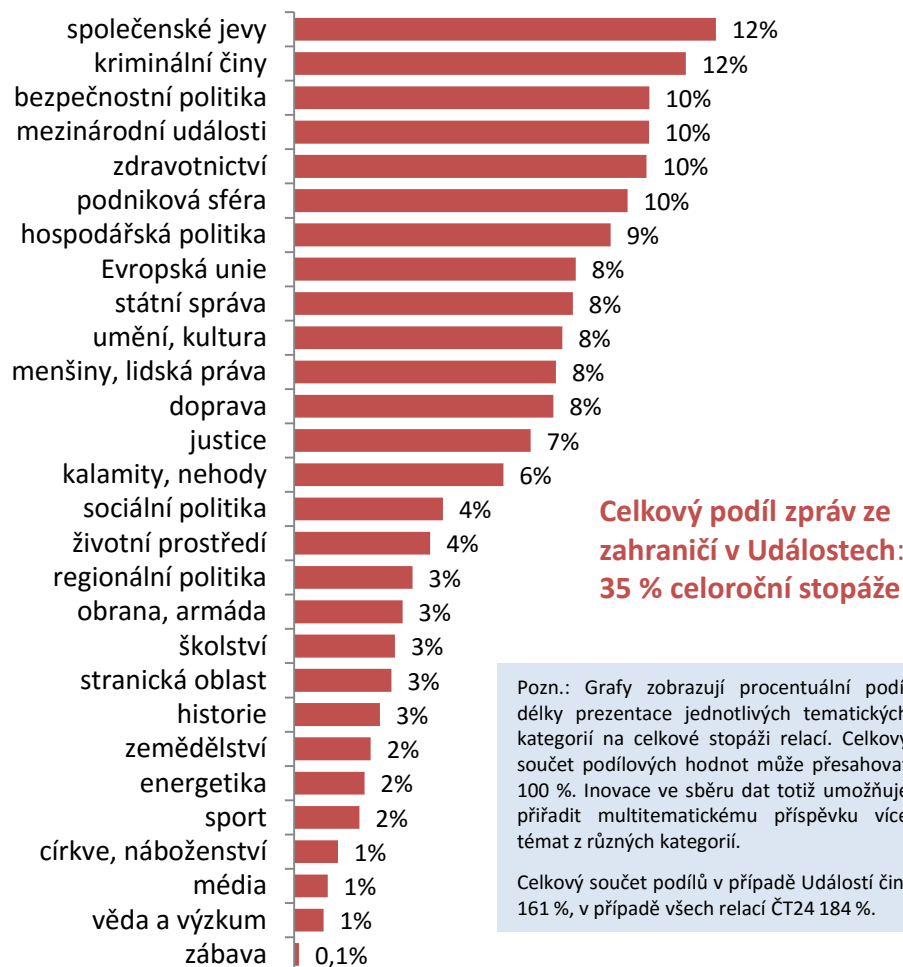


Zásadní pozornosti se ve zpravodajství ČT24 dostalo hlasování Britů o vystoupení z EU. Brexit, k němuž došlo v samotném závěru sledovaného pololetí, se posunul až na 2. pozici žebříčku nejdéle prezentovaných mediálních událostí.

**Metodická poznámka:** Takzvanou kauzu, přesněji řečeno **mediální událost** definují Dayan a Katz v knize Media Events šesti kritérii: 1. událost je přenášena živě; 2. událost je předem naplánovaná a anoncovaná veřejnosti; 3. událost je přerušením televizního programového schématu a vybočuje z denní rutiny; 4. událost není organizována médii samotnými, ale mimo mediální organizace; 5. vysílání události vyvolává silnou (až fascinovanou) odezvu publika a 6. vysílání události probouzí hluboce zakořeněné představy a vyprávění spjatá s hrdinstvím (Dayan, Katz, 1994, s. 102). Media Tenor tuto teorii aplikoval v analytické praxi a kauzami jsou v jeho metodice myšleny významně intenzivně medializované události splňující Dayanova a Katzova kritéria. Kauzou jsou tak pokryty multi-tematické mediální události, jejichž medializace prochází vývojem a v tematické skladbě jsou roztrženy do vyššího množství kategorií. Exmplárním příkladem je **kauza metylalkohol**, která se dotýkala tematických kategorií *kriminální činy* (skupinová kriminalita), *bezpečnostní politika* (policejní vyšetřování a zásahy celní správy), *hospodářská politika* (vládní opatření na ochranu spotřebitelů), *zdravotnictví* (zdravotní stav otrávených konzumentů), *justice* (soudní procesy s aktéry metanolové aféry), *společenské jevy* (situace rodin obětí) nebo *podniková sféra* (aféry firem napojených na tzv. metanolovou chobotnici).

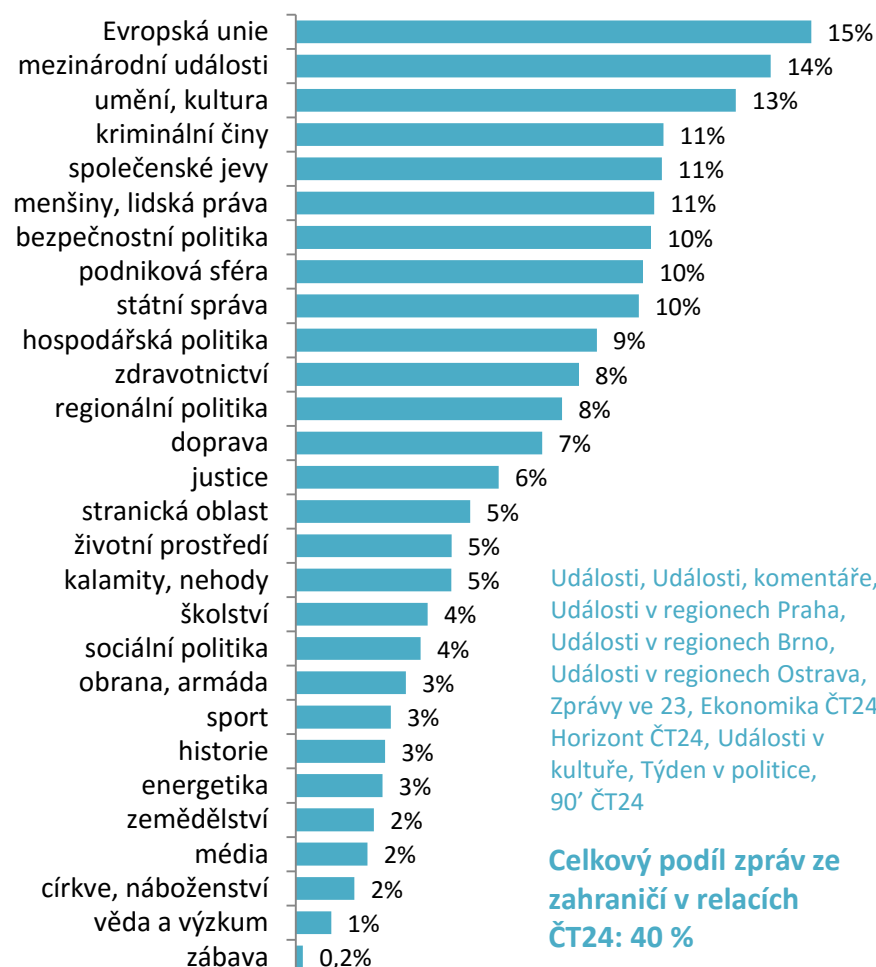
# ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

Tematické kategorie příspěvků **Událostí** (vlevo) a **všech sledovaných relacích ČT24** (vpravo): 1P 2016, podíl na délce pořadu



Pozn.: Grafy zobrazují procentuální podíl délky prezentace jednotlivých tematických kategorií na celkové stopáži relací. Celkový součet podílových hodnot může přesahovat 100 %. Inovace ve sběru dat totiž umožňuje přiřadit multitematickému příspěvku více témat z různých kategorií.

Celkový součet podílů v případě Událostí činí 161 %, v případě všech relací ČT24 184 %.



Na desetině svého pololetního obsahu Události informovaly o **zdravotnictví**. Nejvyšší měrou se na tomto stavu podílelo téma *zdravotní stav osob* (viz [snímek 9](#)), kterému bylo věnováno 61 zpravodajských příspěvků hlavní relace. Také spor ministrů Svatopluka Němečka a Andreje Babiše o *financování zdravotnictví* samozřejmě zvyšoval výsledný podíl jmenované tematické kategorie.

# ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

TOP10 nejčastěji prezentovaných tematických kategorií v hlavních zpravodajských pořadech: 1P 2016, podíl na délce pořadu



TOP10 nejčastěji prezentovaných tem. kategorií ve večerní zprav. hodině ČT, TV Nova, Prima FTV a ČRo: 1P 2016, podíl na délce pořadu

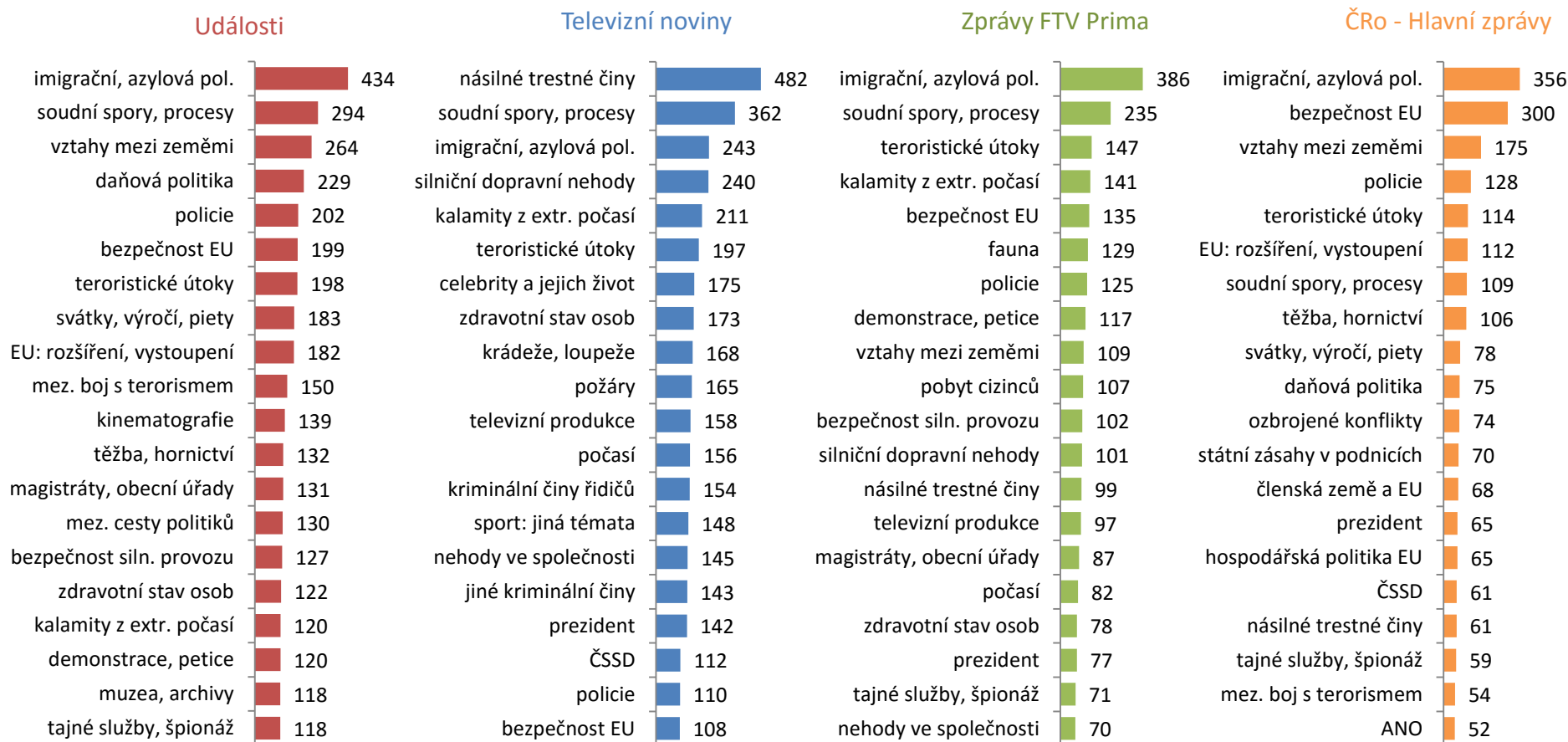


Napříč jednotlivými médii lze sledovat rozdílný zájem například o podnikovou sféru, která byla významně ovlivněna krizí OKD (více snímky 36 a 37). Televizní i rozhlasová relace veřejné služby tomuto námětu vyhradily desetinu svého obsahu, komerční relace, především Televizní noviny, preferovaly rozdílnou agendu.



# HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÉ RELACE: detailní témata

Nejčastější témata v hlavních zpravodajských pořadech: 1P 2016, počet minut (báze: 468 tematických aspektů)



Na [snímku 6](#) popisovaný Brexit byl nejčastěji pokryt tématem nesoucím název *EU: rozšíření, vystoupení*. V Událostech šlo o 9. nejdéle prezentované téma, ve statistice pro rozhlasové Hlavní zprávy byl tento námět 6. nejčastějším. Naopak v Televizních novinách šlo o téma z 28. pozice žebříčku, ve Zprávách FTV Prima dokonce až z 32. příčky. Nejen tento rozdíl charakterizoval zpravodajství veřejnoprávní na straně jedné a komerční na straně druhé.

# HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÉ RELACE: detailní témata

Nejčastější témata v hlavním zpravodajském čase na ČT, TV Nova, Prima FTV a ČRo (zahrnuty jsou prime-timové relace tzv. zpravodajské hodiny): 1P 2016, počet minut (báze: 468 tematických aspektů)

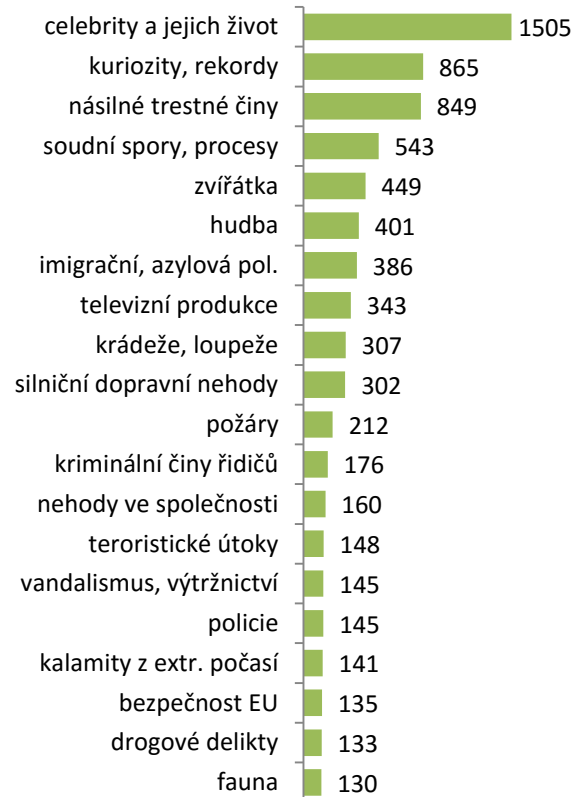
Česká televize (19:00 – 19:50)



TV Nova (19:30 – 20:15)



Prima FTV (18:55 – 20:00)  
Zprávy FTV Prima, Krimi zprávy, Divácké zprávy, Top Star



ČRo Radiožurnál (18:00 – 18:30)



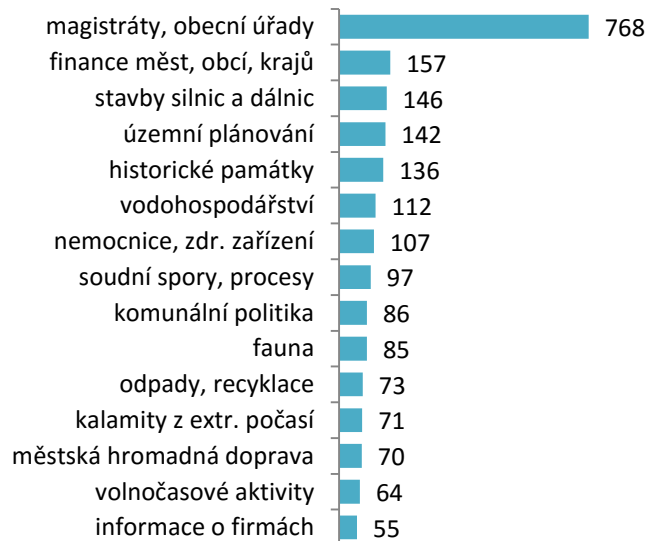
Porovnání tematické skladby jasně ukazuje, že zatímco v Událostech byla tematická kategorie kriminální činy zastoupena relevantními informacemi o **teroristických útocích** (198 minut), obsahu Televizních novin dominovaly „všední“ **násilné trestné činy** (482 minut).

# UDÁLOSTI V REGIONECH – PRAHA, BRNO, OSTRAVA

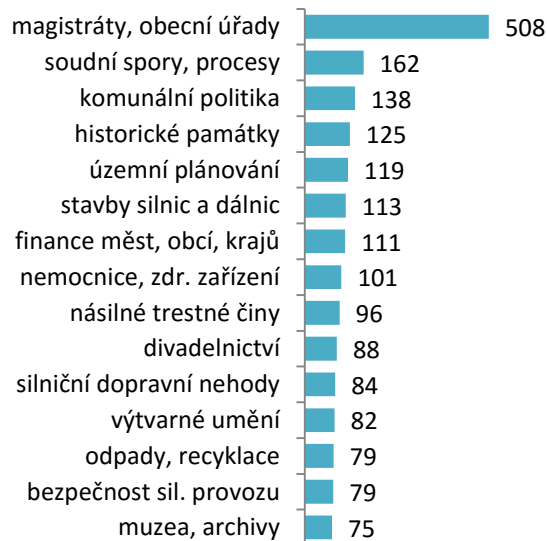
Nejčastější tematické kategorie (nahore) a detailní témata (dole) Událostí v regionech (1P 2016), podíl na délce pořadu a počet minut



## PRAHA



## BRNO



## OSTRAVA



Události v regionech z Ostravy vysílaly o *podnikové sféře* dokonce na pětinu svého pololetního obsahu, když podrobně informovaly o vývoji v krizi OKD, která po změně vlastníka vyhlásila sama na sebe insolvenční (téma *těžba, hornictví, hutnictví*).

# UDÁLOSTI, KOMENTÁŘE: tematická struktura

**Tematické kategorie příspěvků Událostí, komentářů (1P 2016), podíl na délce pořadu**



**Nejčastější témata reportáží Událostí, komentářů (1P 2016), počet minut (báze: 468 tematických aspektů)**



Pozn.: Graf vlevo zobrazuje procentuální podíl délky prezentace jednotlivých tematických kategorií na celkové stopáži relace. Celkový součet podílových hodnot může přesahovat 100 %. Inovace ve sběru dat totiž umožňuje přiřadit multitematickému příspěvku více témat z různých kategorií. Celkový součet podílů v případě Událostí, komentářů činí 211 %.

**Události, komentáře se během roku 2015 a v 1. polovině roku 2016 staly takřikajíc relací specializovanou na informování o dění v *Evropské unii*. O tom svědčí i stopáž příspěvků o EU, která byla aktuálně dvojnásobná oproti stejnému období minulého roku, jež skončilo těsně před masivním vypuknutím uprchlické krize (více [snímek 29](#)).**

# ZPRÁVY VE 23: tematická struktura

**Tematické kategorie příspěvků Zpráv ve 23**  
(1P 2016), podíl na délce pořadu



**Celkový podíl zpráv ze zahraničí ve Zprávách ve 23: 54 %**

**Nejčastější témata reportáží Zpráv ve 23 (1P 2016), počet minut**  
(báze: 468 tematických aspektů)



Pozn.: Graf vlevo zobrazuje procentuální podíl délky prezentace jednotlivých tematických kategorií na celkové stopáži relace. Celkový součet podílových hodnot může přesahovat 100 %. Inovace ve sběru dat totiž umožňuje přiřadit multitematickému příspěvku více témat z různých kategorií. Celkový součet podílů v případě Zpráv ve 23 činí 191 %.

**Zprávy ve 23 spolu s [Událostmi, komentáři](#) a [Horizontem ČT24](#) intenzivně informovaly o mezinárodním boji s terorismem takzvaného Islámského státu a o protiteroristických opatřeních evropských vlád po teroristických útocích ve Francii, Belgii nebo Turecku.**

# TÝDEN V POLITICE: tematická struktura

## Tematické kategorie příspěvků Týdne v politice

(1P 2016), podíl na délce pořadu



## Nejčastější témata reportáží Týdne v politice (1P 2016), počet minut

(báze: 468 tematických aspektů)



**Déle než hodinu specializovaná relace Týden v politice informovala o koaliční vládě a vztazích jednotlivých stran koalice a opozice.** Nutno dodat, že vyhrčená situace zvláště v závěru pololetí panovala právě uvnitř koalice ANO, ČSSD a KDU-ČSL.

# HORIZONT ČT24: tematická struktura

## Tematické kategorie příspěvků Horizontu ČT24

(1P 2016), podíl na délce pořadu



**Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Horizontu ČT24: 100 %**

Pozn.: Graf vlevo zobrazuje procentuální podíl délky prezentace jednotlivých tematických kategorií na celkové stopáži relace. Celkový součet podílových hodnot může přesahovat 100 %. Inovace ve sběru dat totiž umožňuje přiřadit multitematickému příspěvku více témat z různých kategorií. Celkový součet podílů v případě Horizontu ČT24 činí 207 %.

## Nejčastější témata reportáží Horizontu ČT24

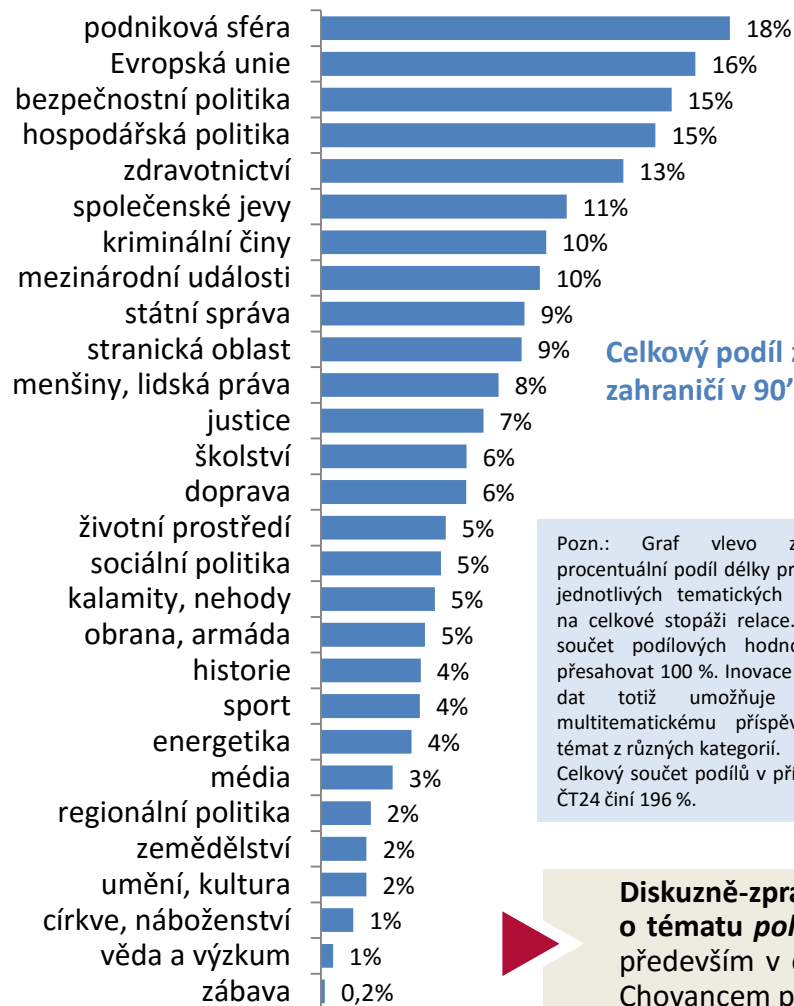
(1P 2016), počet minut (báze: 468 tematických aspektů)



**Horizont ČT24 věnoval významnou část své stopáže předvolebním kampaním před podzimní volbou prezidenta USA. Jejimi favority jsou demokratka Hillary Clinton a republikán Donald Trump.**

# 90' ČT24: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků 90' ČT24 (únor až červen 2016),  
podíl na délce pořadu



Celkový podíl zpráv ze zahraničí v 90' ČT24: 38 %

Pozn.: Graf vlevo zobrazuje procentuální podíl délky prezentace jednotlivých tematických kategorií na celkové stopáži relace. Celkový součet podílových hodnot může přesahovat 100 %. Inovace ve sběru dat totiž umožňuje přiřadit multitematickému příspěvku více témat z různých kategorií. Celkový součet podílů v případě 90' ČT24 činí 196 %.

Nejčastější témata reportáží 90' ČT24 (únor až červen 2016),  
počet minut (báze: 468 tematických aspektů)

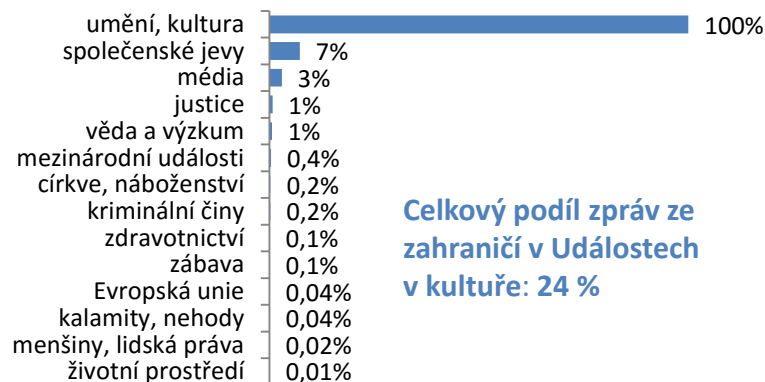


**Diskuzně-zpravodajská Devadesátka ČT24 déle než 6 a půl hodiny podrobně informovala o tématu *policie* (kategorie *bezpečnostní politika*). Tento námět byl přitom agendou médií především v červnu, kdy policejní prezident Tomáš Tuhý spolu s ministrem vnitra Milanem Chovancem představili plán na reorganizaci elitních útvarů.**



# UDÁLOSTI V KULTUŘE: tematická struktura

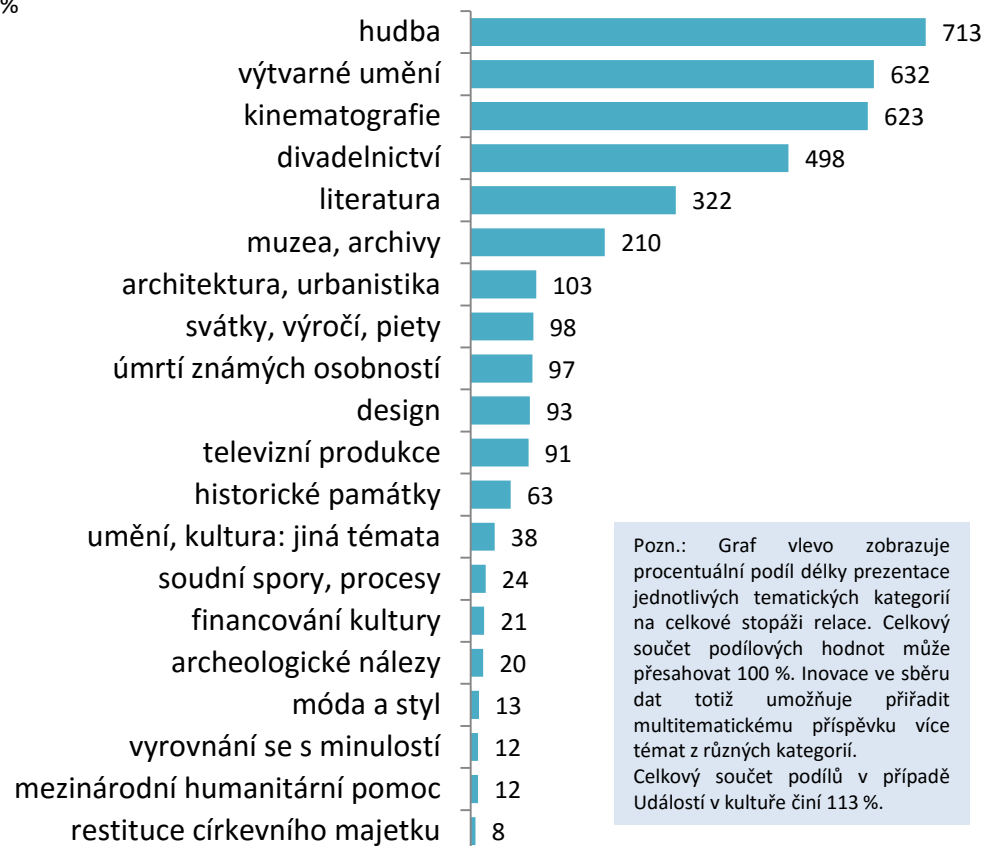
**Tematické kategorie příspěvků Událostí v kultuře**  
(1P 2016), podíl na délce pořadu



**Nejčastěji prezentované kulturní instituce v Událostech v kultuře**  
(1P 2016), počet příspěvků



**Nejčastější témata reportáží Událostí v kultuře**  
(1P 2016), počet minut (báze: 468 tematických aspektů)



Pozn.: Graf vlevo zobrazuje procentuální podíl délky prezentace jednotlivých tematických kategorií na celkové stopáži relace. Celkový součet podílových hodnot může přesahovat 100 %. Inovace ve sběru dat totiž umožňuje přiřadit multitematickému příspěvku více témat z různých kategorií. Celkový součet podílů v případě Událostí v kultuře činí 113 %.

**V Událostech v kultuře bylo zmíněno 124 různých kulturních institucí, přičemž nejčastěji redaktori a redaktorky informovali o představeních, výstavách a koncertech konaných v metropolitních divadlech, galeriích a koncertních sálech.**

# EKONOMIKA ČT24: tematická struktura

## Tematické kategorie příspěvků Ekonomiky ČT24

(leden 2016), podíl na délce pořadu

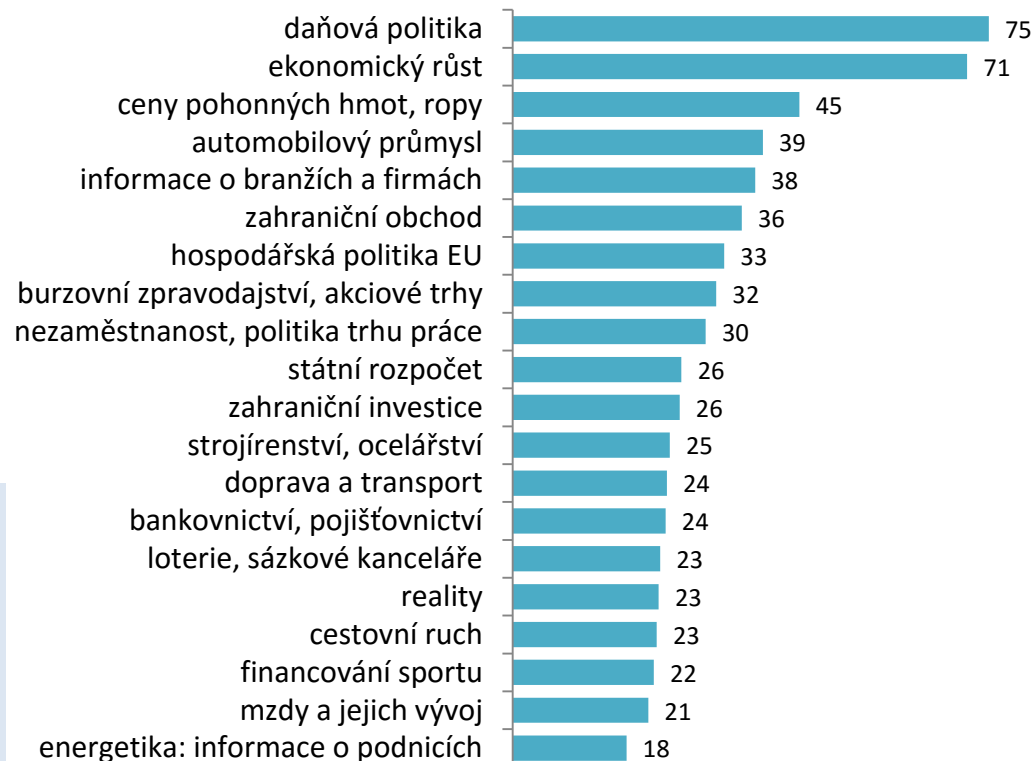


**Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Ekonomice ČT24: 48 %**

Pozn.: Graf vlevo zobrazuje procentuální podíl délky prezentace jednotlivých tematických kategorií na celkové stopáži relace. Celkový součet podílových hodnot může přesahovat 100 %. Inovace ve sběru dat totiž umožňuje přiřadit multitematickému příspěvku více témat z různých kategorií. Celkový součet podílů v případě Ekonomiky ČT24 činí 195 %.

## Nejčastější témata reportáží Ekonomiky ČT24 (leden 2016),

počet minut (báze: 468 tematických aspektů)



**Ekonomika ČT24 byla vysílána pouze v lednu (poté byla ve změněné podobě součástí 90' ČT24). Tehdy informovala především o novinkách v daňovém systému, tedy o kontrolních hlášeních daně z přidané hodnoty a připravované elektronické evidenci tržeb.**

- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika 
- ☑ Lokality
- ☑ Podnikové zpravodajství
- ☑ Variabilita
- ☑ Metodika

#### Souhrnné ukazatele

- [vývoj intenzity politického zpravodajství](#)
- [tón medializace politických subjektů](#)

#### Politické strany

- [politické strany v Událostech, ve zpravodajství ČT24](#)

#### Politici

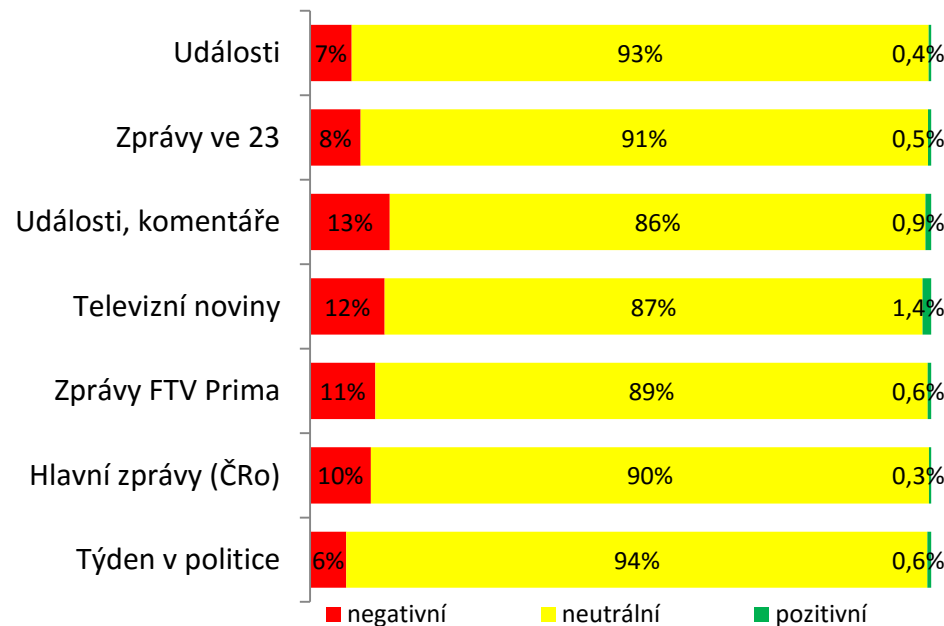
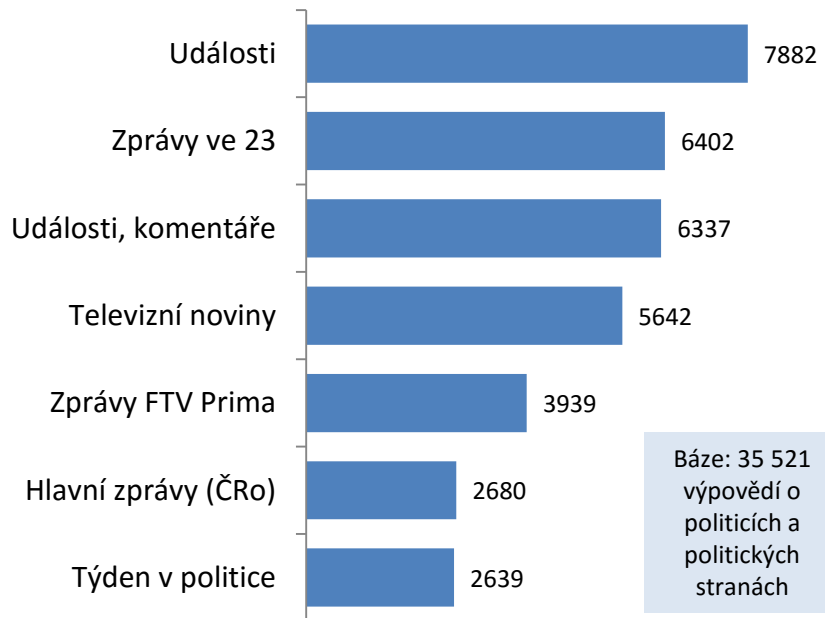
- [politici v Událostech, ve zpravodajství ČT24](#)
- [hosté Událostí, komentářů](#)

#### Témata

- [věcná témata v politickém zpravodajství](#)

# SOUHRNNÉ UKAZATELE POLITICKÉHO ZPRAVODAJSTVÍ

Intenzita a tón medializace politického zpravodajství ve zpravodajských relacích (1P 2016), počet výpovědí o politicích a politických stranách

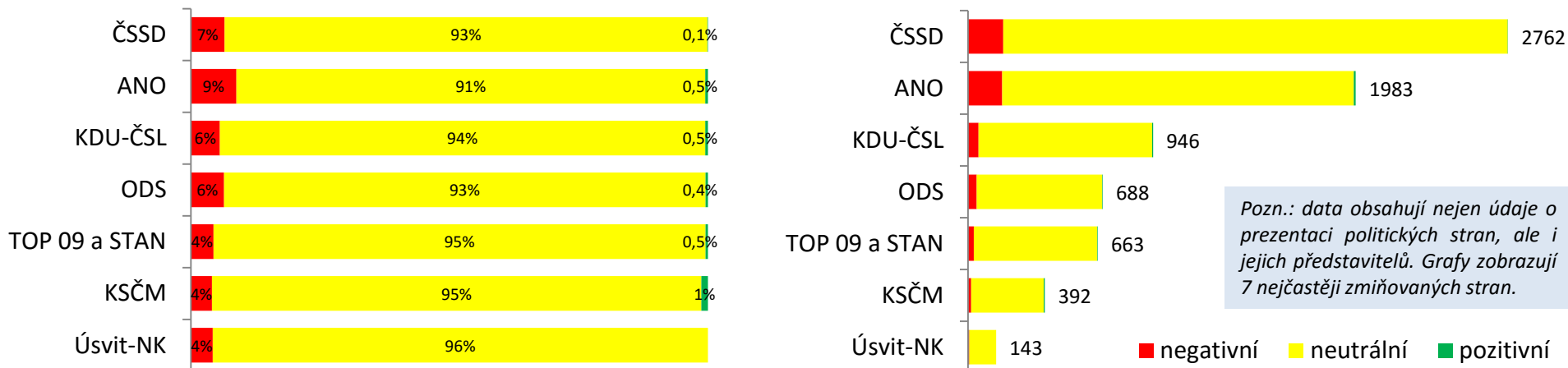


**Hlavním tématem politické agendy v 1. čtvrtletí bylo schvalování zákona o elektronické evidenci tržeb v Poslanecké sněmovně. Zákon upravující systém výběru daní i přes odpor pravicové koalice sněmovna schválila.**

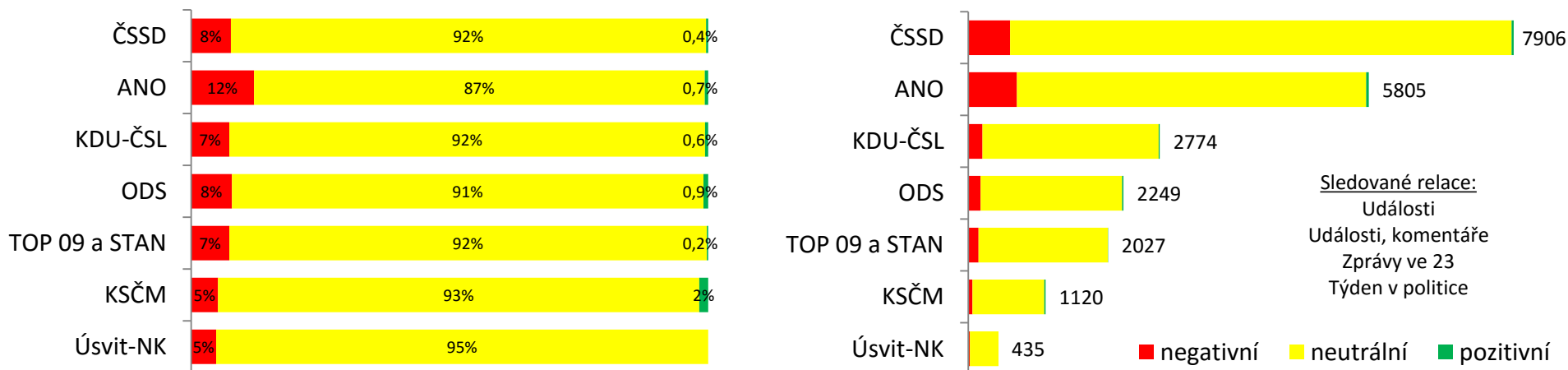
Následující čtvrtletí vyvrcholilo koaličními spory o reorganizaci policie, při kterých předseda hnutí ANO Andrej Babiš argumentoval porušením a vypovězením koaliční smlouvy. Roztržky mezi vládními stranami vznikaly také kvůli financování zdravotnictví nebo při schvalování protikuřáckého zákona ve sněmovně. Ve všech těchto případech zaznívalo nejvíce kritiky na politické dění v **Událostech, komentářích**, které dávaly prostor politikům samotným.

# POLITICKÉ STRANY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

Intenzita a tón medializace politických stran v pořadu UDÁLOSTI – 1P 2016, počet výpovědí



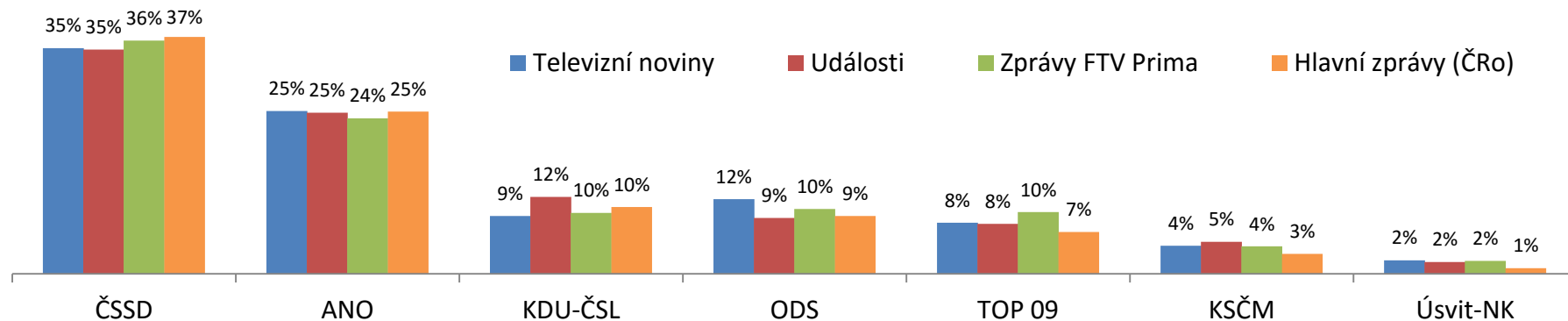
Intenzita a tón medializace politických stran v relacích ČT24 – 1P 2016, počet výpovědí



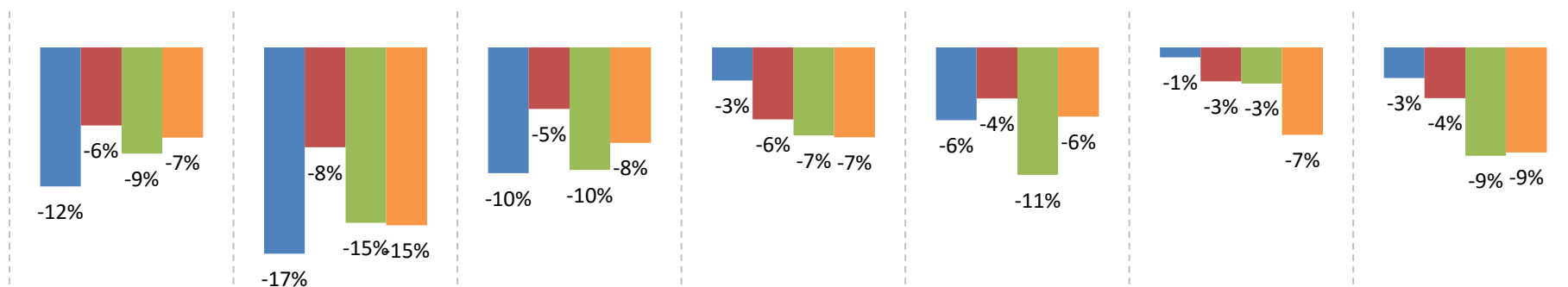
Podíl negativních výpovědí, které zazněly v relacích České televize, byl téměř u všech stran zastoupených v Poslanecké sněmovně vyrovnaný. Vybočovalo pouze hnutí ANO poznamenané mimo jiné kauzou Čapí hnízdo.

# POLITICKÉ STRANY V HL. ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH: intenzita

Podíl sedmi nejčastěji zmiňovaných politických stran na politickém zpravodajství (1P 2016); hodnoty představují procentuální zastoupení stran a jejich představitelů v politickém zpravodajství vybraných pořadů



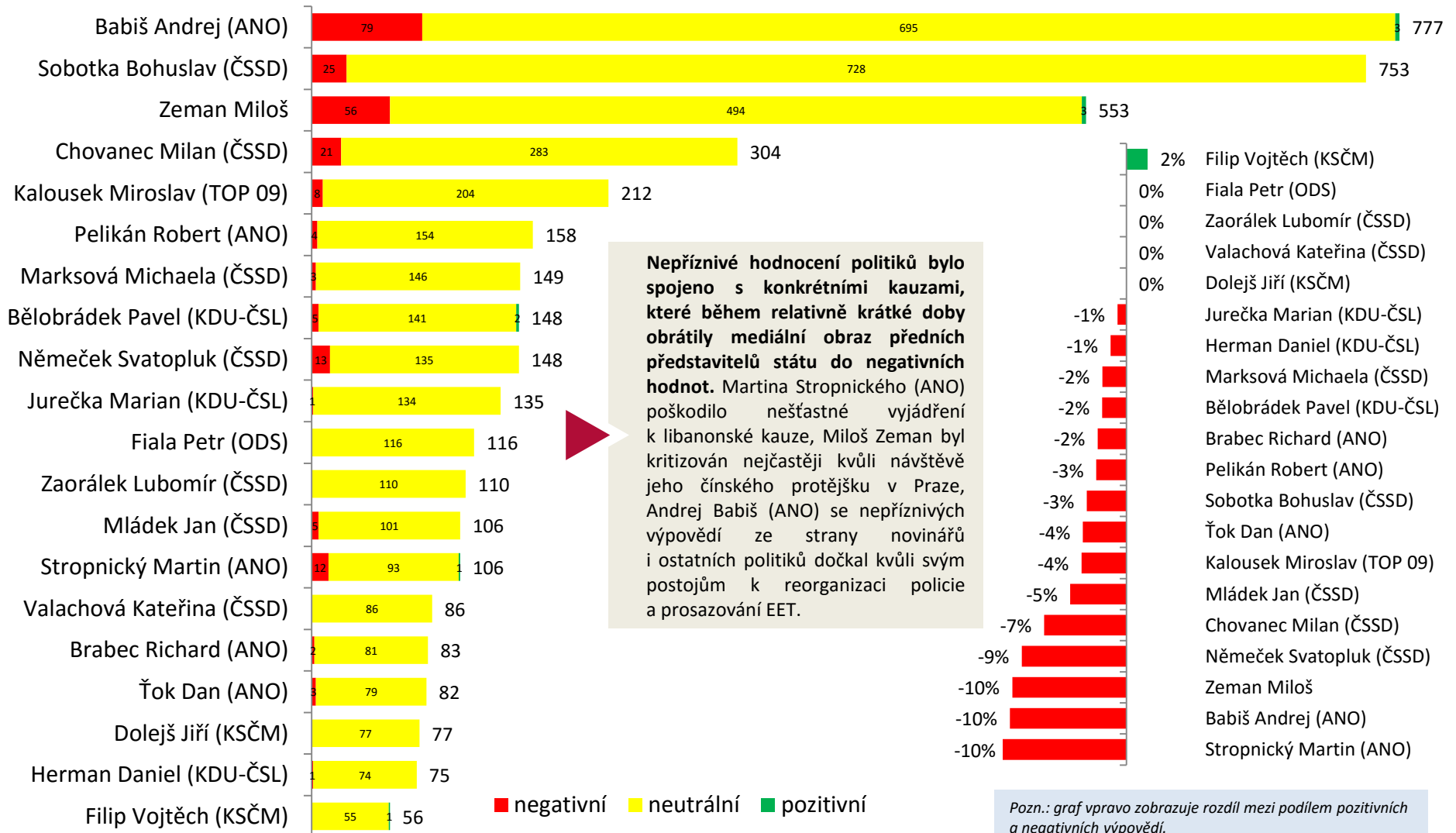
**Tón medializace politických stran v hlavních zpravodajských pořadech (7 nejčastěji zmiňovaných pol. stran). Hodnoty představují rozdíl mezi podílem pozitivních a negativních výpovědí.** Záporné číslo tedy znamená, že strana byla prezentována s převahou negativních výpovědí.



Na rozdíl od zdrženlivých Událostí byly rozhlasové Hlavní zprávy k politickým stranám výrazně kritičtější. Relace ČRo se přesahem nepříznivých výpovědí o hnutí ANO do záporných hodnot vyrovnala i komerčním relacím Primy a Novy.

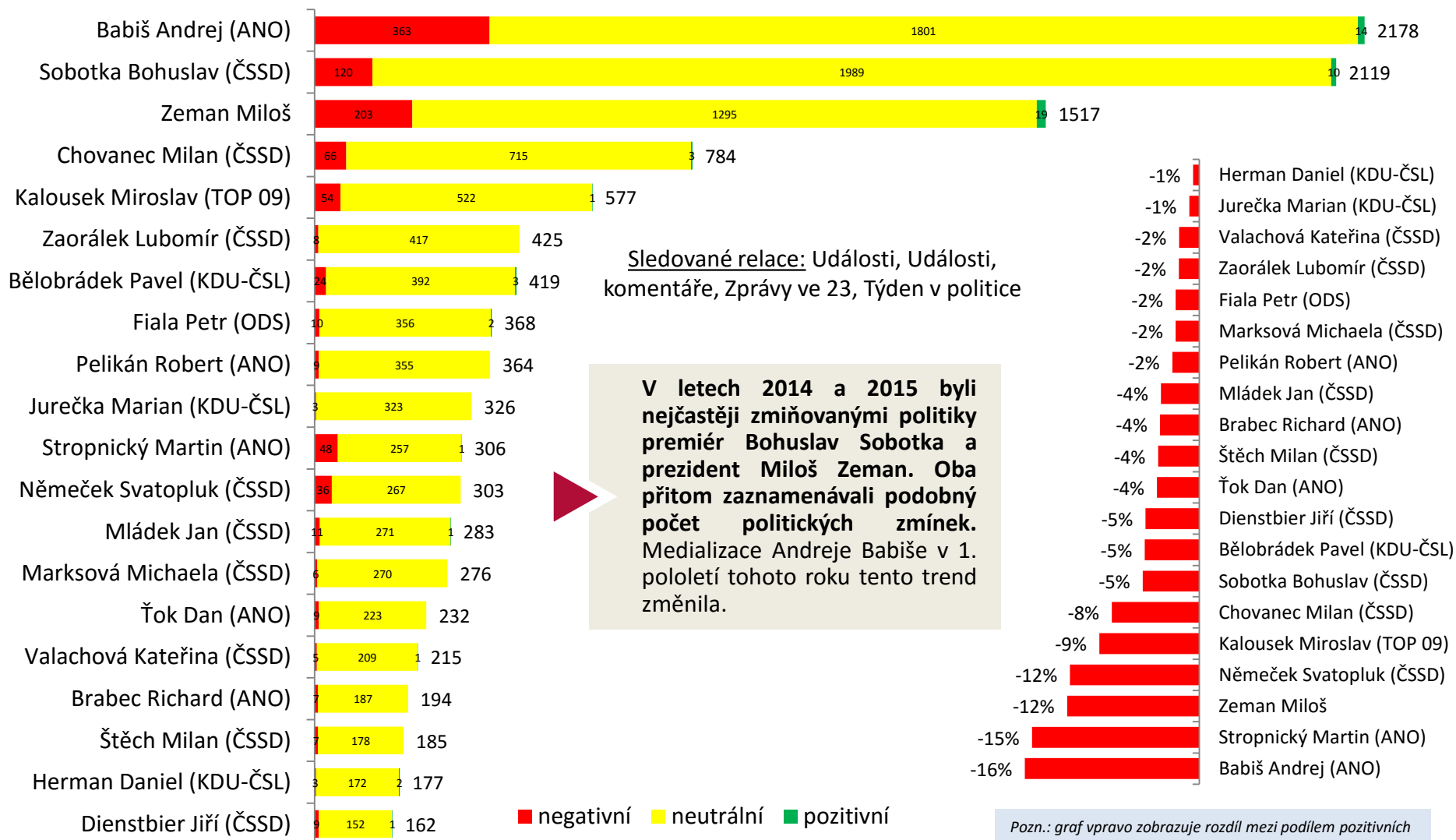
# ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ: Události

Nejčastěji prezentovaní politici v Událostech a tón jejich medializace (1P 2016), počet výpovědí



# ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

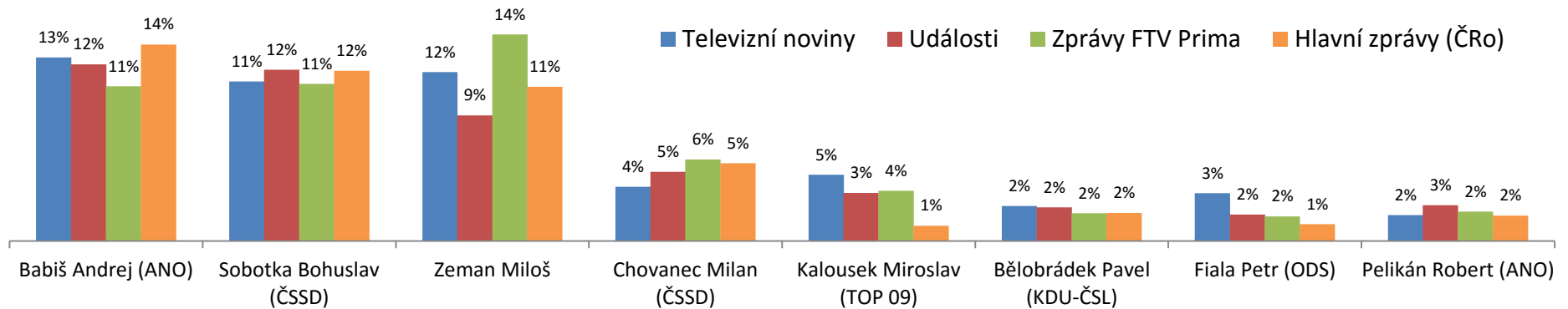
Nejčastěji prezentovaní politici v relacích ČT24 a tón jejich medializace (1P 2016), počet výpovědí





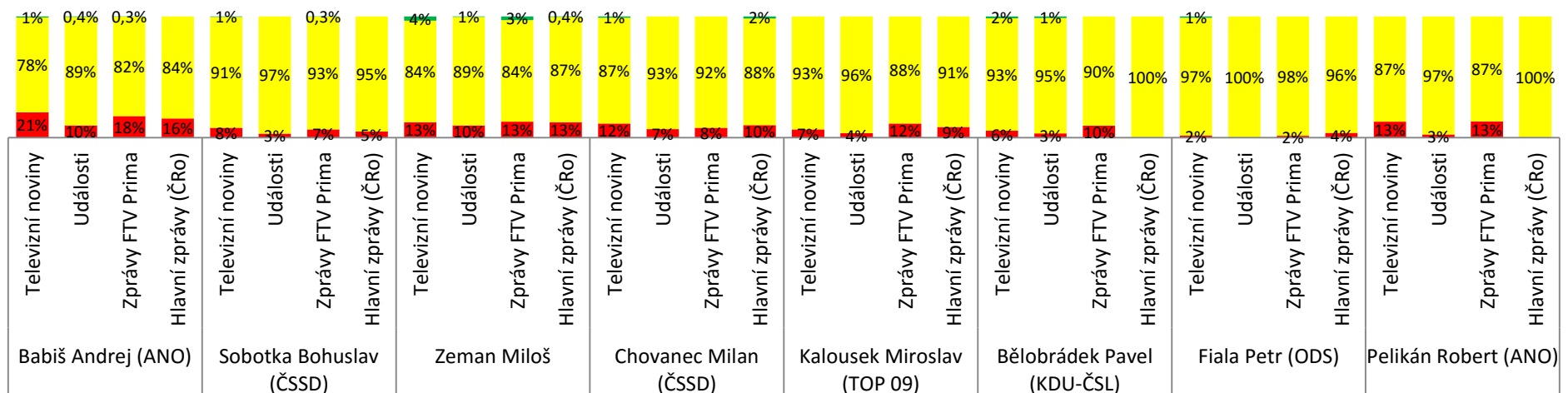
# POLITICI V HLAVNÍCH ZPRAV. POŘADECH

**Podíl nejčastěji zmiňovaných politiků na zpravodajství o politických představitelích (1P 2016)** (např. hodnota 5 % znamená, že každá dvacátá zmínka o politických představitelích se v daném pořadu věnovala tomuto politikovi)



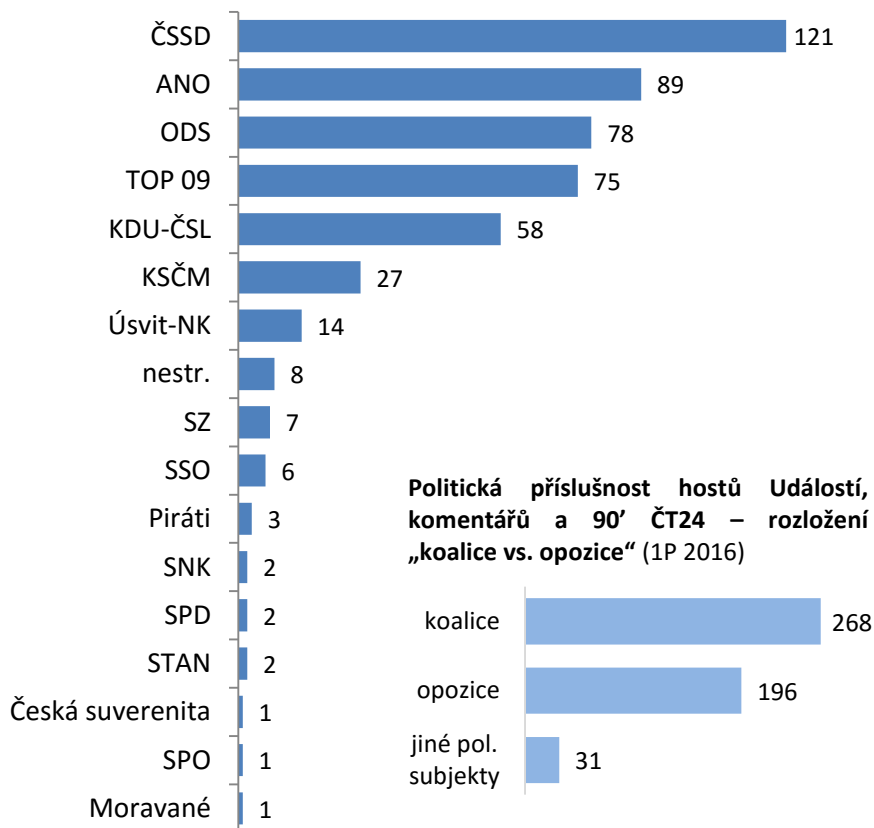
V intenzitě prezentace politiků Zprávami FTV Prima vyčníval prezident Miloš Zeman, o kterém v komerčních relacích zazníval nejvyšší podíl i počet příznivě laděných zmínek.

## Tón medializace nejčastěji zmiňovaných politiků v hlavních zpravodajských relacích (1P 2016)

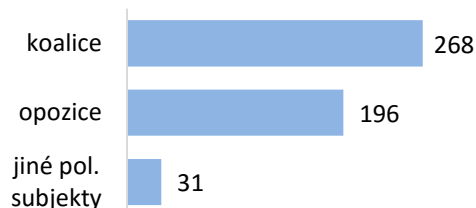


# ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ: hosté Událostí, komentářů a 90' ČT24

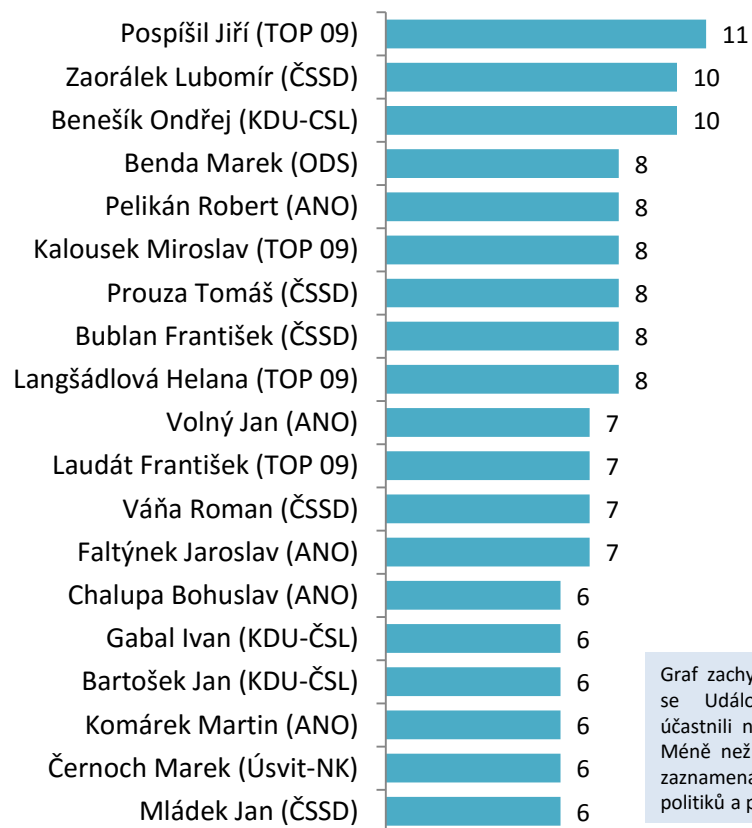
Zastoupení představitelů politických stran v Událostech, komentářích a 90' ČT24 (1P 2016), počet účastí



Politická příslušnost hostů Událostí, komentářů a 90' ČT24 – rozložení „koalice vs. opozice“ (1P 2016)



Nejčastější hosté Událostí, komentářů a 90' ČT24 (1P 2016), počet účastí



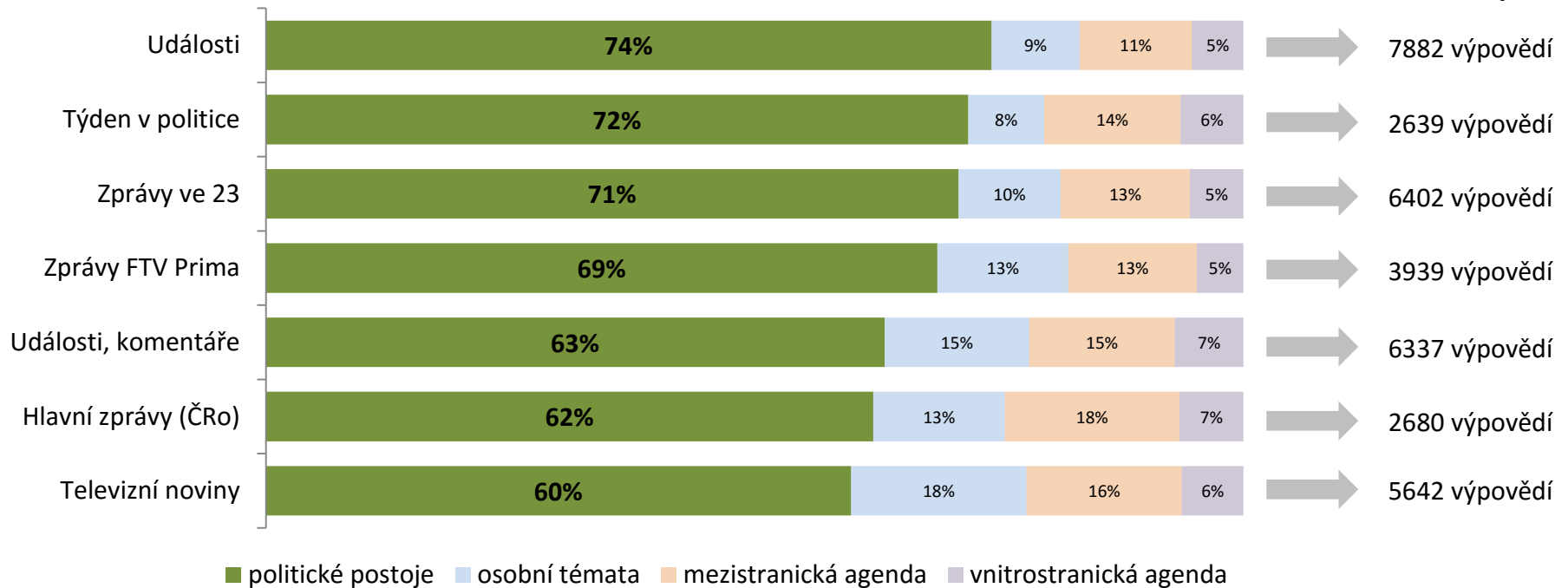
Graf zachycuje hosty, kteří se Událostí, komentářů účastnili nejméně šestkrát. Méně než šest účastí bylo zaznamenáno u dalších 169 politiků a političek.

**Poměrné rozložení zástupců vládní koalice a parlamentní opozice v Událostech, komentářích a Devadesátce ČT24 téměř přesně odpovídalo rozdělení politických křesel v Poslanecké sněmovně.** V PS je výsledný podíl mezi koaličními a opozičními politiky 1,25, ve sledovaných relacích byl 1,37.

# VĚCNÁ TÉMATA V POLITICKÉM ZPRAVODAJSTVÍ


Tematická struktura výpovědí o politicích a stranách (1P 2016)

Počet výpovědí o politických stranách ve sledovaných relacích:



**politické postoje:** program, faktické programové kroky, věcná témata (školství, daňová politika, zdravotnictví...); **osobní témata:** oblíbenost, preference, jmenování či odvolání z funkcí, zvolení (i na post prezidenta); **mezistranická agenda:** vztahy s koaličními partnery a politickými oponenty; **vnitrostranická agenda:** stranické spory, obsazování vrcholných orgánů, personální politika, nominace volebních lídrů atd.

**Poměrné rozložení věcných politických postojů a osobních politických témat v Událostech a Televizních novinách TV Nova ilustrovalo rozdílný pohled na medializaci politické agendy v médiu veřejné služby a v televizi komerční.** Redaktoři Televizních novin například nikdy nezapomněli připomenout, jaké bylo obědové menu při návštěvách politiků, například při novoročním obědě předsedů parlamentních komor a premiéra u prezidenta nebo při cestách Miloše Zemana po krajích, či návštěvě čínského prezidenta v Praze.

- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality 
- ☑ Podnikové zpravodajství
- ☑ Variabilita
- ☑ Metodika

#### Zahraniční zpravodajství

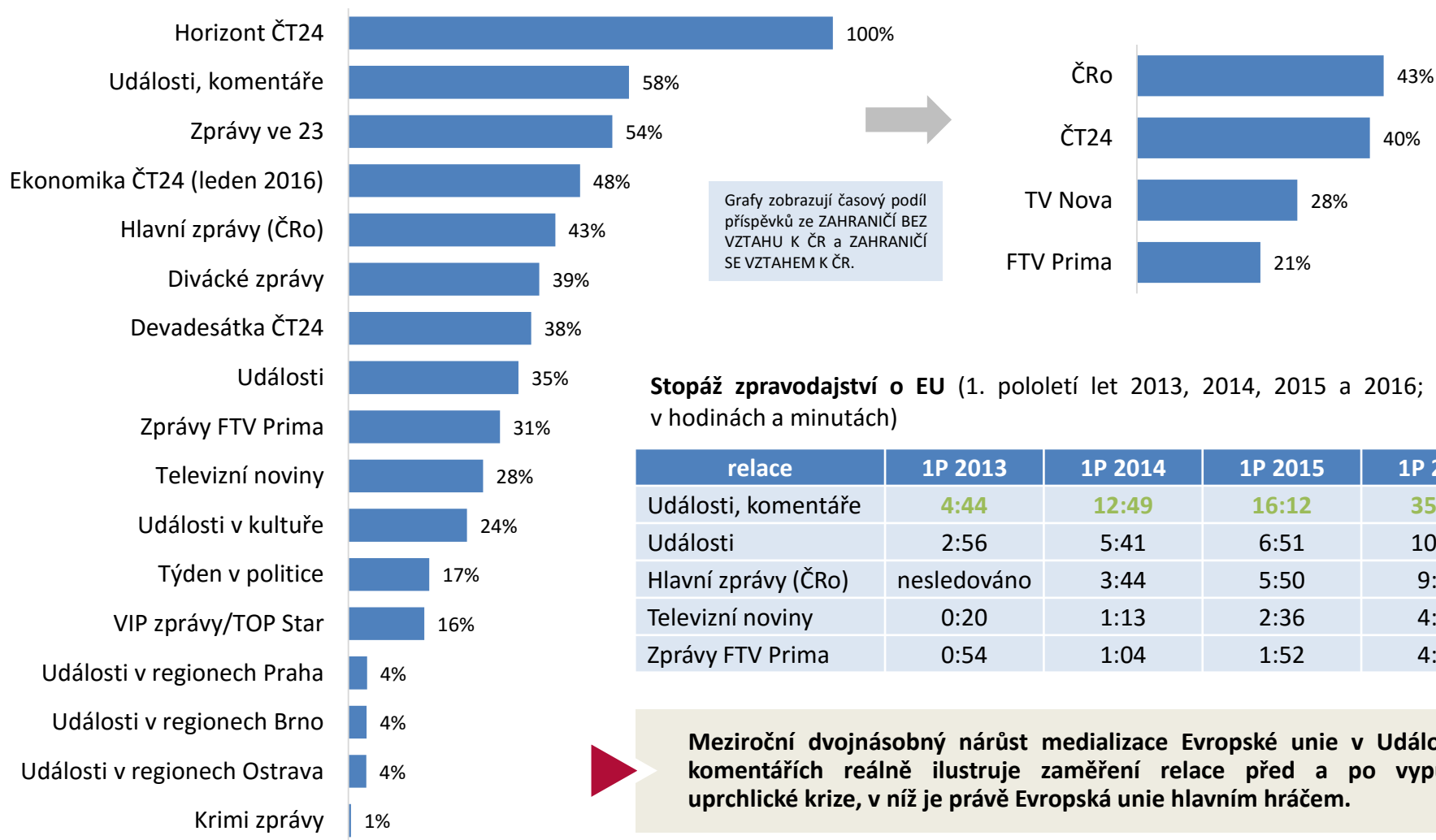
- podíl zahraničního zpravodajství
- nejčastěji zmiňované zahraniční lokality
- témata zahraničního zpravodajství
- kombinace „zahraniční lokalita: téma“

#### Regionální zpravodajství v celostátních relacích

- regionální struktura zpravodajství o ČR
- medializace krajů v Událostech
- kombinace „regionální destinace: téma“

# PODÍL ZAHRANIČNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Podíl zahraničního zpravodajství ve sledovaných relacích ČT24, TV Nova, Prima FTV a ČRo Radiožurnálu: 1P 2016, podíl na stopáži



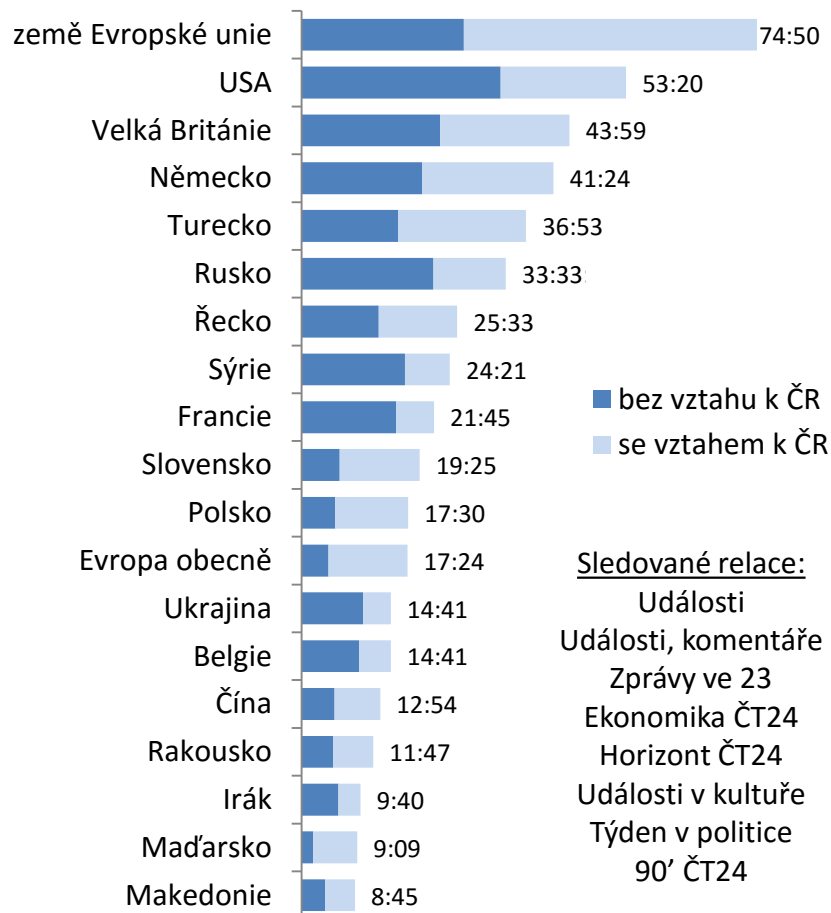
**Stopáž zpravodajství o EU** (1. pololetí let 2013, 2014, 2015 a 2016; stopáž v hodinách a minutách)

relace	1P 2013	1P 2014	1P 2015	1P 2016
Události, komentáře	4:44	12:49	16:12	35:44
Události	2:56	5:41	6:51	10:45
Hlavní zprávy (ČRo)	nesledováno	3:44	5:50	9:56
Televizní noviny	0:20	1:13	2:36	4:58
Zprávy FTV Prima	0:54	1:04	1:52	4:56

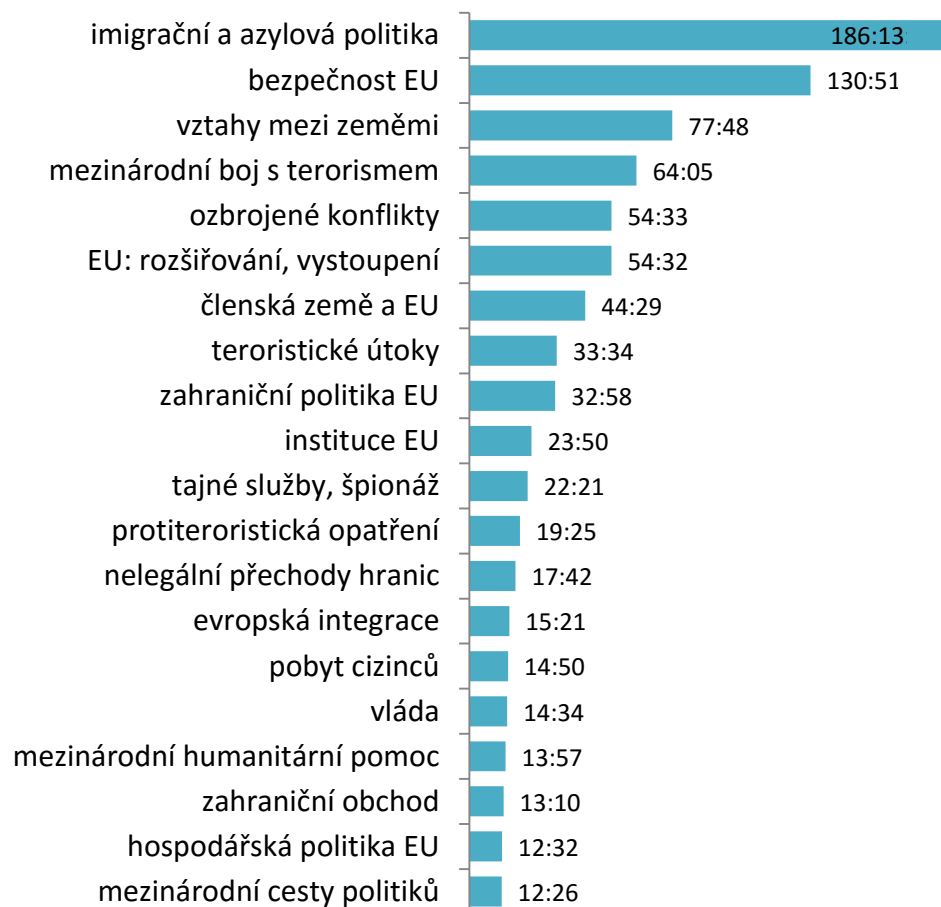
**Meziroční dvojnásobný nárůst medializace Evropské unie v Událostech, komentářích reálně ilustruje zaměření relace před a po vypuknutí uprchlické krize, v níž je právě Evropská unie hlavním hráčem.**

# ZAHRANIČNÍ LOKALITY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

## Nejčastěji zmiňované zahraniční lokality ve zpravodajství ČT24 (1P 2016, stopáž v hodinách a minutách)



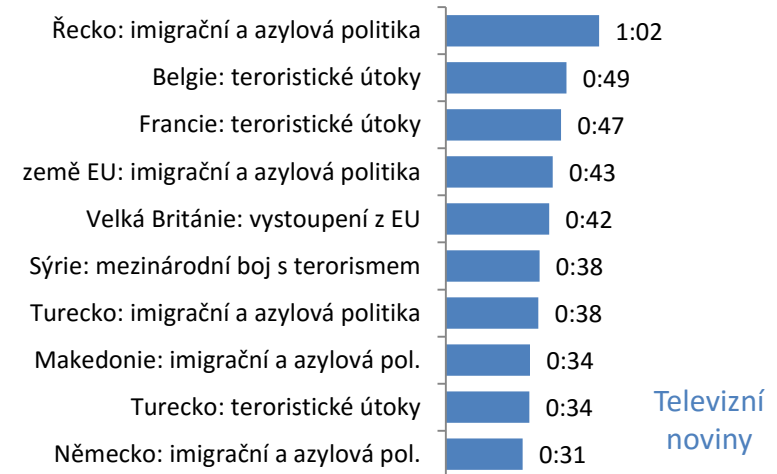
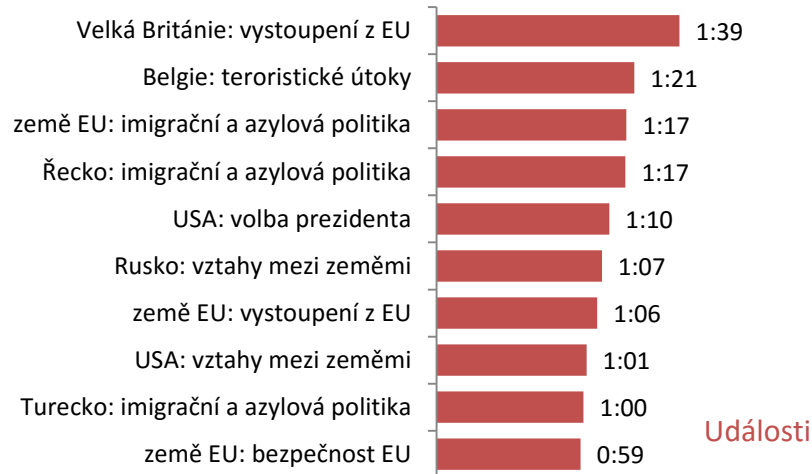
## Nejčastější témata zahraničního zpravodajství v relacích ČT24 (1P 2016, stopáž v hodinách a minutách)



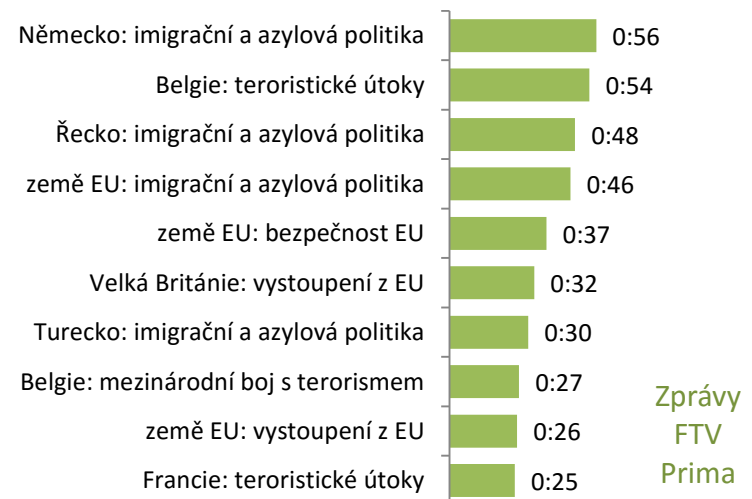
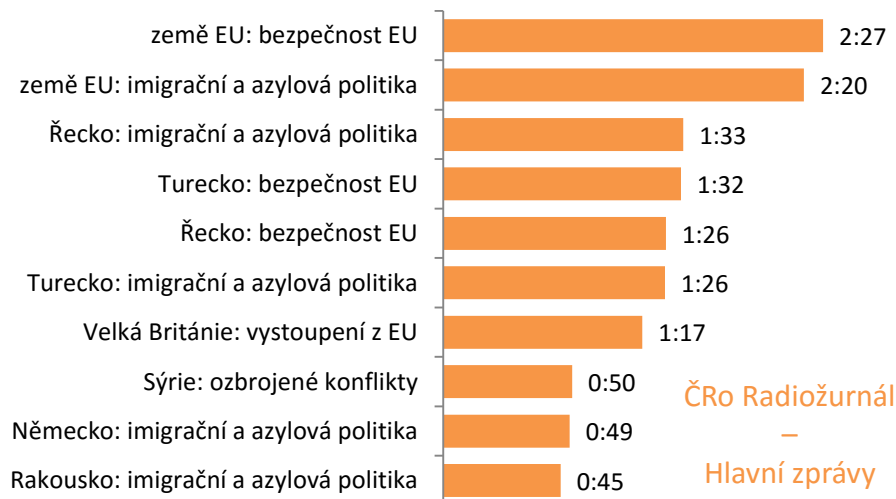
**15. nejdéle zmiňovanou zahraniční zemí byla Čína.** V nadpoloviční většině případů přitom v příspěvcích se vztahem k České republice, protože na návštěvu prezidenta Si Ťin-pchinga navázal pracovní cestou do Číny premiér Bohuslav Sobotka.

# TÉMATA ZAHRANIČNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Nejčastější kombinace „zahraniční lokalita: téma“ v hlavních zpravodajských relacích (1P 2016; stopáž v hodinách a minutách)

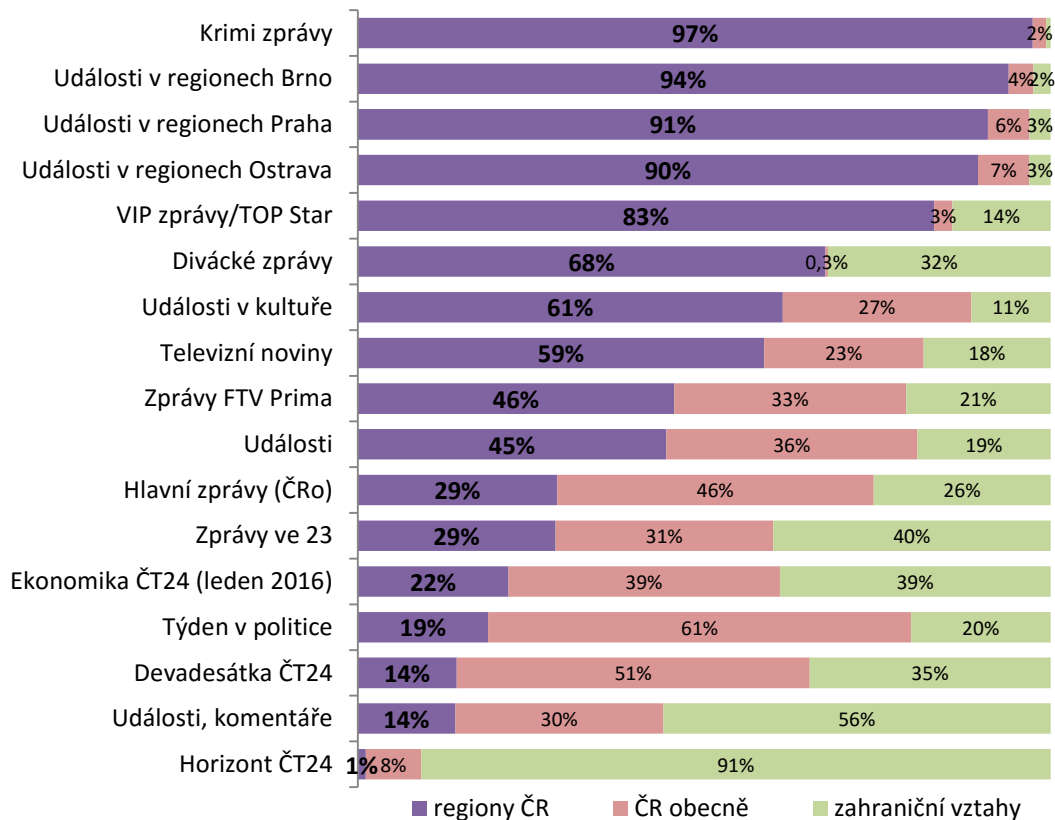


Z kombinací spojujících evropské státy s uprchlickou krizí (témata *imigrační a azylová politika* a *bezpečnost EU*), vnitřní soudržností EU a teroristickými útoky vybočovala v Událostech kombinace **USA: vztahy mezi zeměmi**, která zastřešovala historicky průlomové rozhovory prezidentů USA a Kuby.



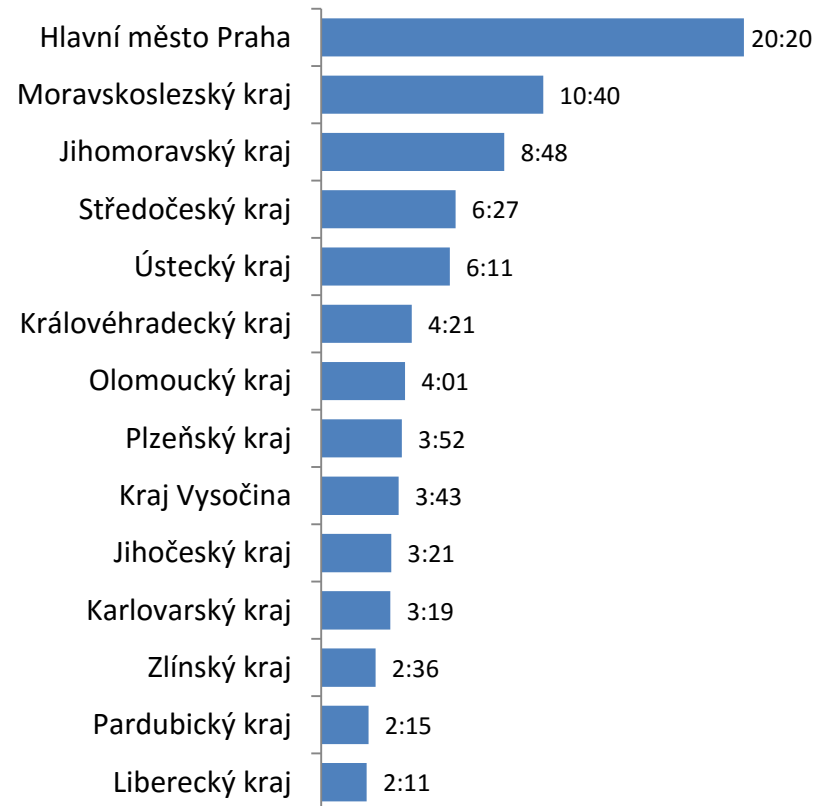
# REGIONÁLNÍ STRUKTURA ZPRÁV O ČR VE ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍCH

Struktura zpravodajství o ČR: 1P 2016, podíl na stopáži



Medializace krajů v regionálním zpravodajství

Událostí: 1P 2016, stopáž v hodinách a minutách

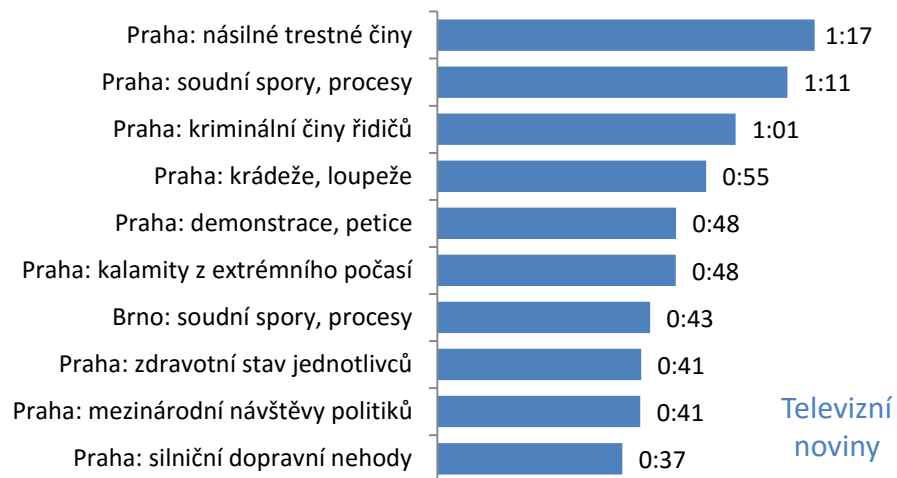
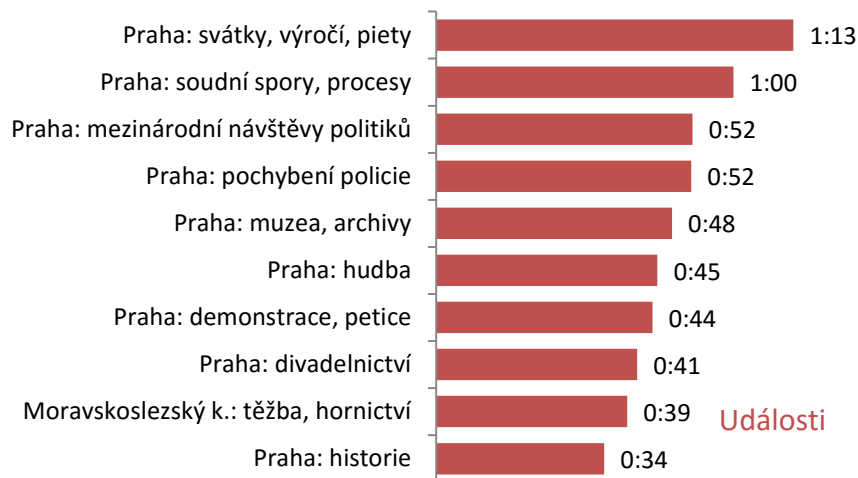


Jak je zřejmé z [následujícího snímku](#), medializace hlavního města na regionální (nikoliv celostátní) úrovni byla do značné míry ovlivněna návštěvou čínského prezidenta, která vyvolala diskusi o *pochybených policistů* při poklidných i agresivních střetech domácích a čínských demonstrantů.

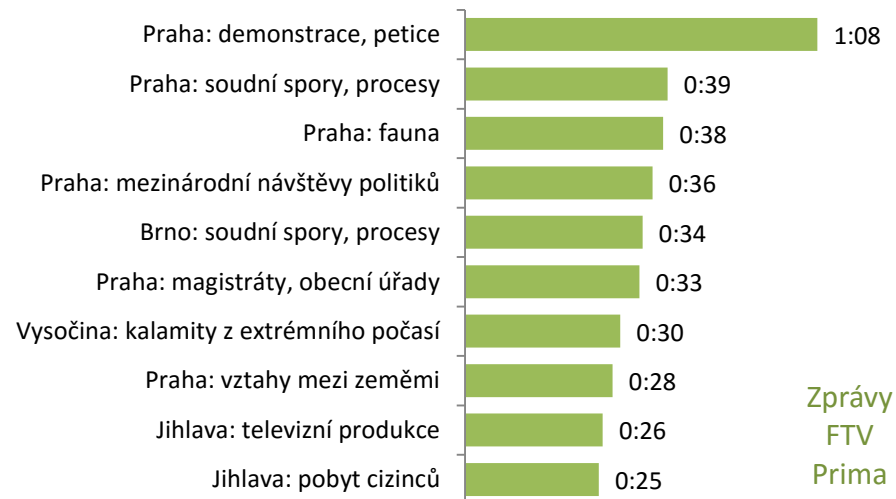
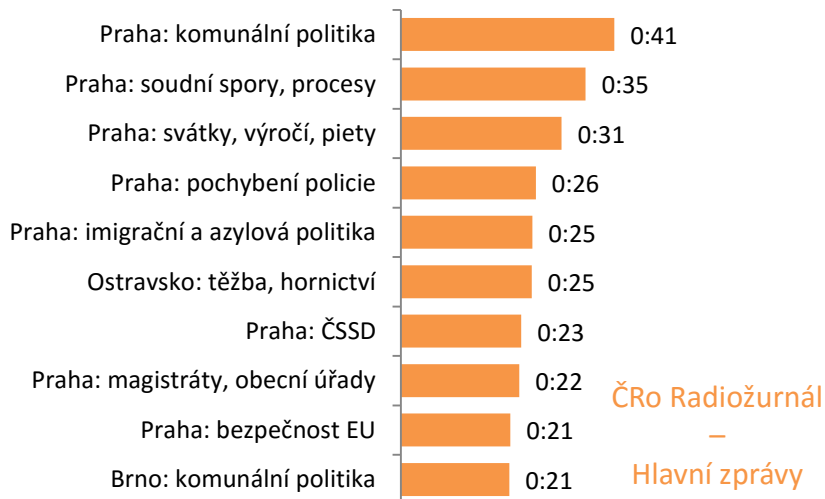


# REGIONÁLNÍ ZPRAVODAJSTVÍ V HL. ZPRAV. RELACÍCH

Nejčastější kombinace „regionální destinace: téma“ v hlavních zpravodajských relacích (1P 2016; stopáž v hodinách a minutách)



Na druhém místě žebříčků kombinací regionálních destinací a témat se ve všech čtyřech analyzovaných relacích objevila **Praha a soudní procesy**. Do další fáze se totiž mezi jinými posunula kauza Jany Nečasové, která byla pražským městským soudem opět osvobozena.



- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ Podnikové zpravodajství ▶
- ☑ Variabilita
- ☑ Metodika

#### Souhrnné ukazatele

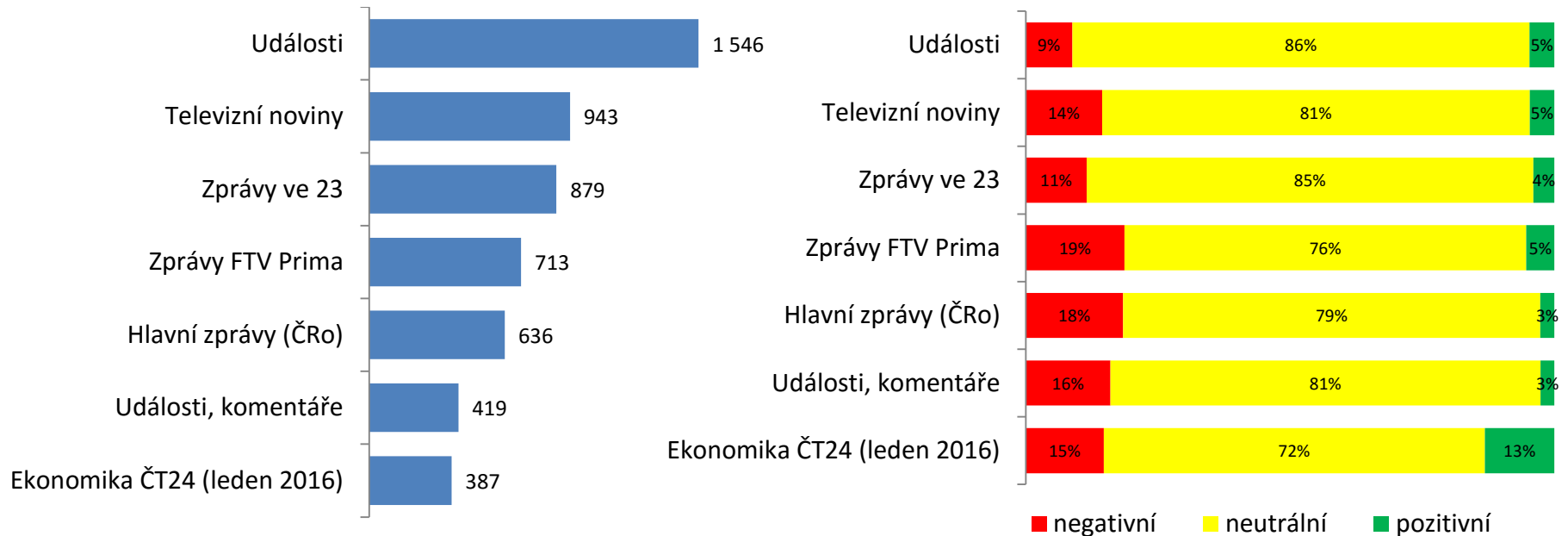
- [intenzita a tonalita ekonomického zpravodajství](#)

#### Firmy

- [podniky v Událostech](#)
- [podniky v hlavních zpravodajských pořadech](#)
- [podniky ve zpravodajských pořadech ČT24](#)

# SOUHRNNÉ UKAZATELE PODNIKOVÉHO ZPRAVODAJSTVÍ

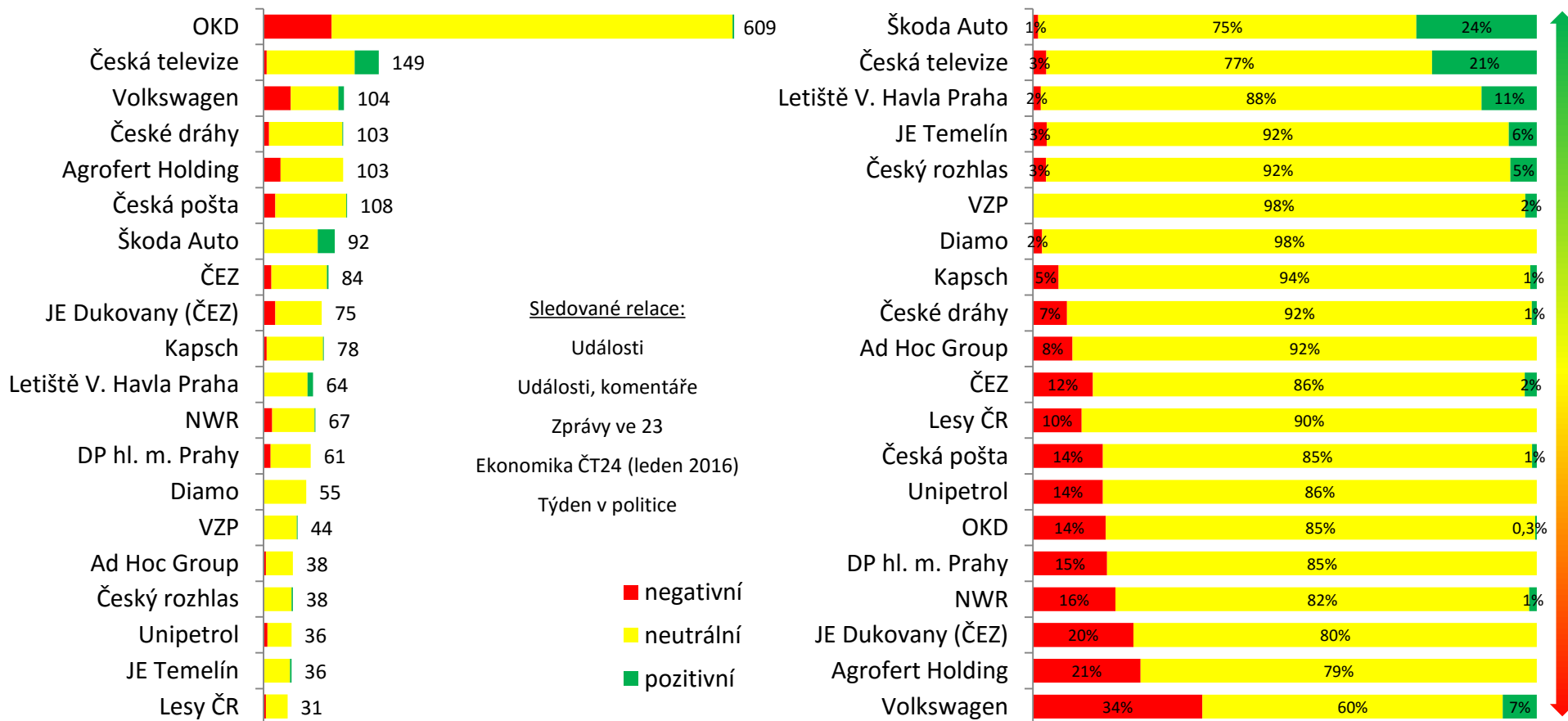
Intenzita a tón medializace ekonomického zpravodajství ve vybraných zpravodajských relacích (1P 2016), počet výpovědí o podnicích



**Loňská aféra Dieselgate ustoupila do pozadí za výraznou krizi těžební společnosti OKD.** Mateřská společnost NWR spolu se Zdeňkem Bakalou prodali své akcie společnosti Ad Hoc Group. Krize OKD se významně dotkla i politické agendy a zvýšila podíl negativity v informování o podnikové sféře ve všech sledovaných zpravodajských relacích. Vyhlášení insolvence vyvolalo oprávněné obavy horníků a odborářů o aktuální platy i blízkou budoucnost firmy a jejich dodavatelských a odběratelských společností.

# FIRMY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

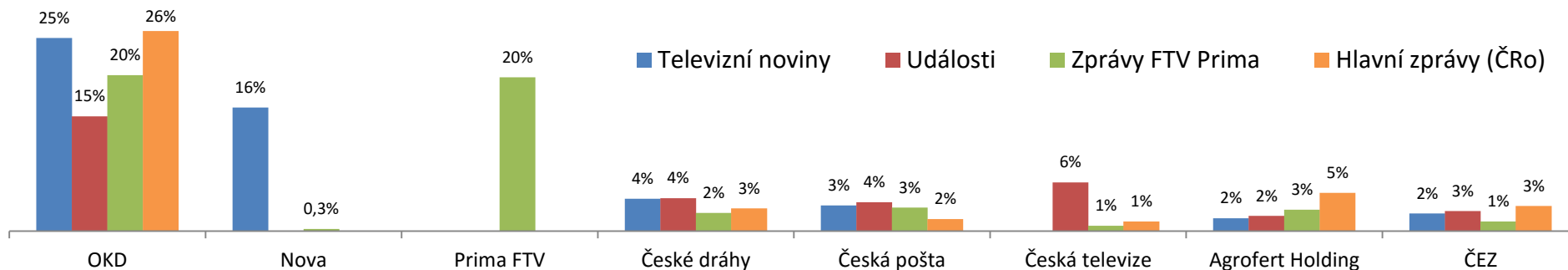
20 nejčastěji zmiňovaných společností ve zpravodajství ČT24 (1P 2016), počet výpovědí, tón medializace



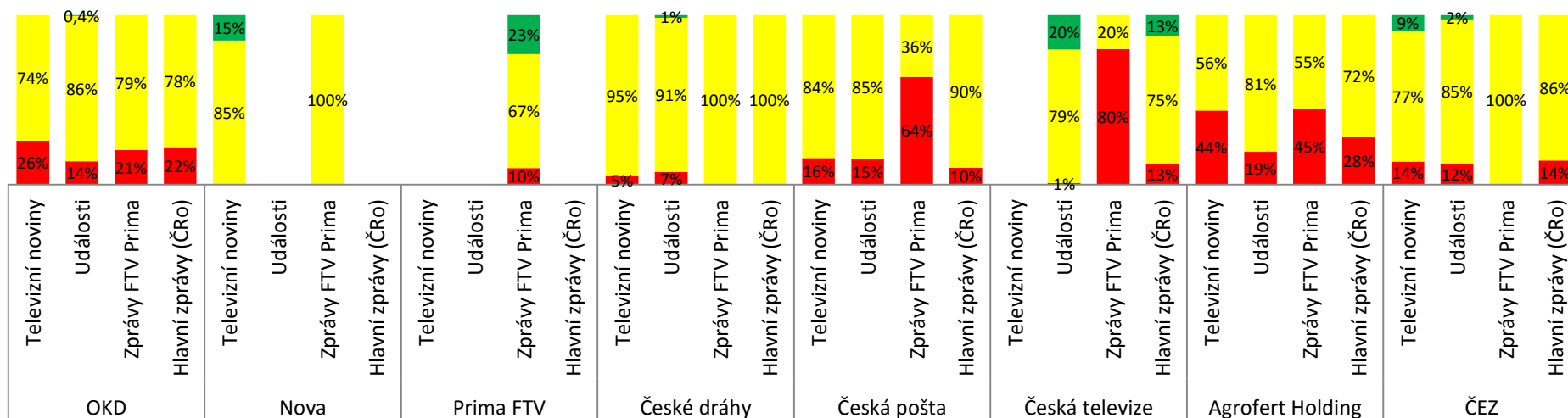
Na mediálním obrazu Skupiny ČEZ se nepříznivě podepsala několikaměsíční odstávka reaktorových bloků Jaderné elektrárny Dukovany, vynucená opravou nekvalitních svarů zjištěných při loňské rentgenové kontrole.

# FIRMY V HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH


Podíl nejčastěji zmiňovaných firem na podnikovém zpravodajství (1P 2016); (např. hodnota 5 % znamená, že každá dvacátá zmínka z podnikového zpravodajství se v daném pořadu věnovala této firmě)



## Tón medializace nejčastěji zmiňovaných firem v hlavních zpravodajských relacích (1P 2016)



**Do holdingu Agrofert Andreje Babiše a do ministra financí samotného se kvůli kauze kolem farmy Čapí hnízdo opřely především komerční novináři.** Ve Zprávách FTV Prima zaznělo 5 výpovědí o České televizi (4 negativní a 1 neutrální), když komerční redaktoři odváděli pozornost od uniklé nahrávky z interní redakční porady, podle které vyšlo najevo, že majitelé požadovali po reportérech zaujetí negativního postoje k uprchlíkům.

- ☑ Základní zjištění
  - ☑ Témata
  - ☑ Politika
  - ☑ Lokality
  - ☑ Podnikové zpravodajství
  - ☑ Variabilita
  - ☑ Metodika
- 

#### Tematická

- [domácí zpravodajství](#)
- [zahraniční zpravodajství](#)

#### Politická

- [političtí představitelé](#)
- [politické strany](#)

#### Územní

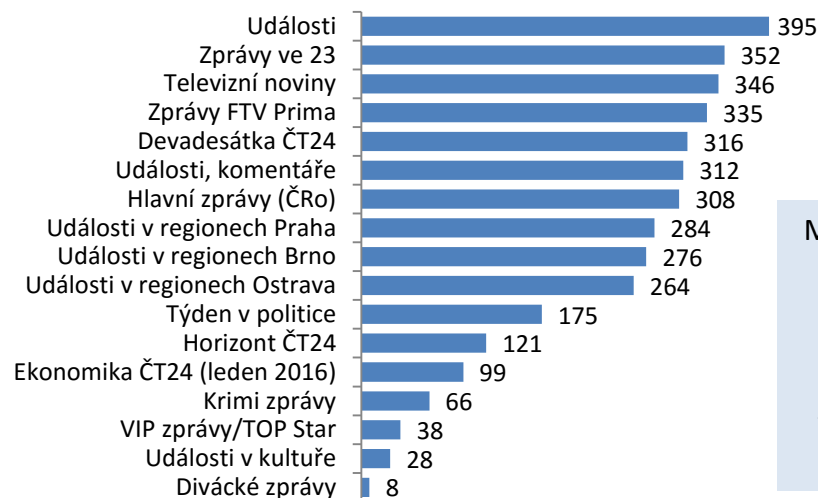
- [zahraniční lokality](#)
- [domácí lokality](#)

#### Genderová

- [podíl žen ve zpravodajství](#)
- [nejčastěji medializované ženy](#)

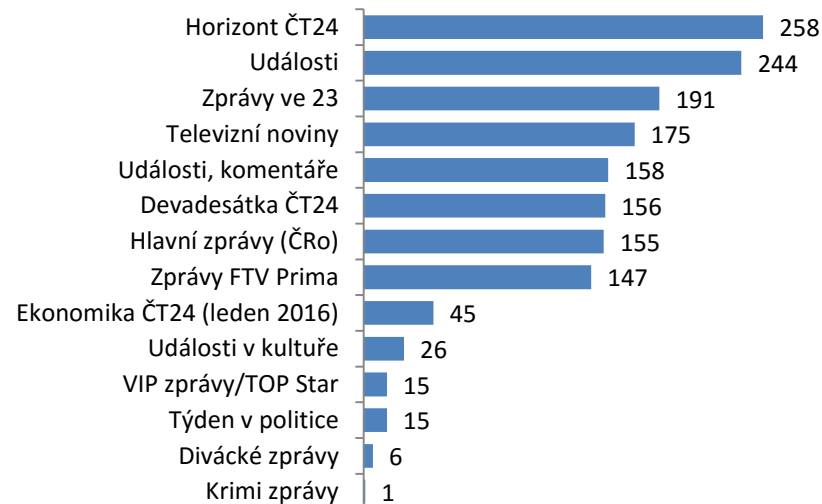
# TEMATICKÁ A POLITICKÁ VARIABILITA

Počet různých hlavních témat příspěvků se vztahem k ČR (1P 2016)



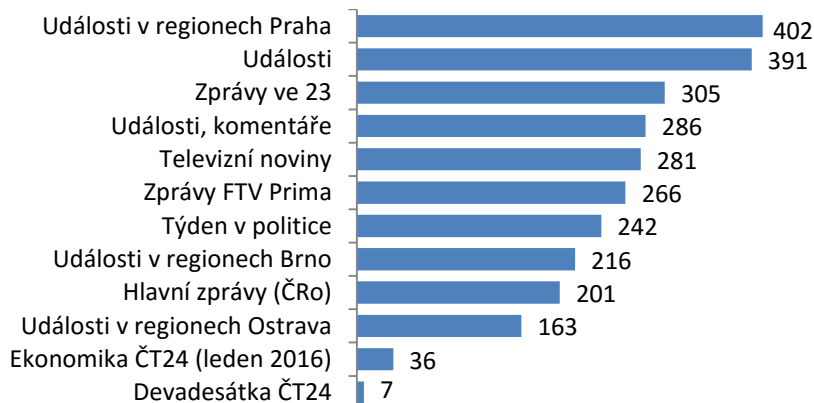
Maximální možný počet různých hlavních témat je **468**.

Počet různých hlavních témat příspěvků bez vztahu k ČR (1P 2016)

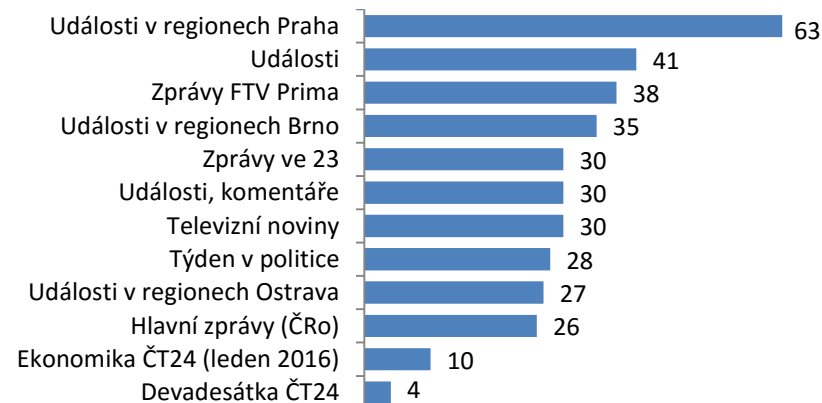


**Pražské Události v regionech využily svého potenciálu při pokrývání agendy komunální politiky na území Čech a Vysočiny.** Informovaly díky tomu o nejvyšším počtu různých politiků i politických stran a hnutí.

Počet českých politiků zmíněných ve zpravodajství (1P 2016)

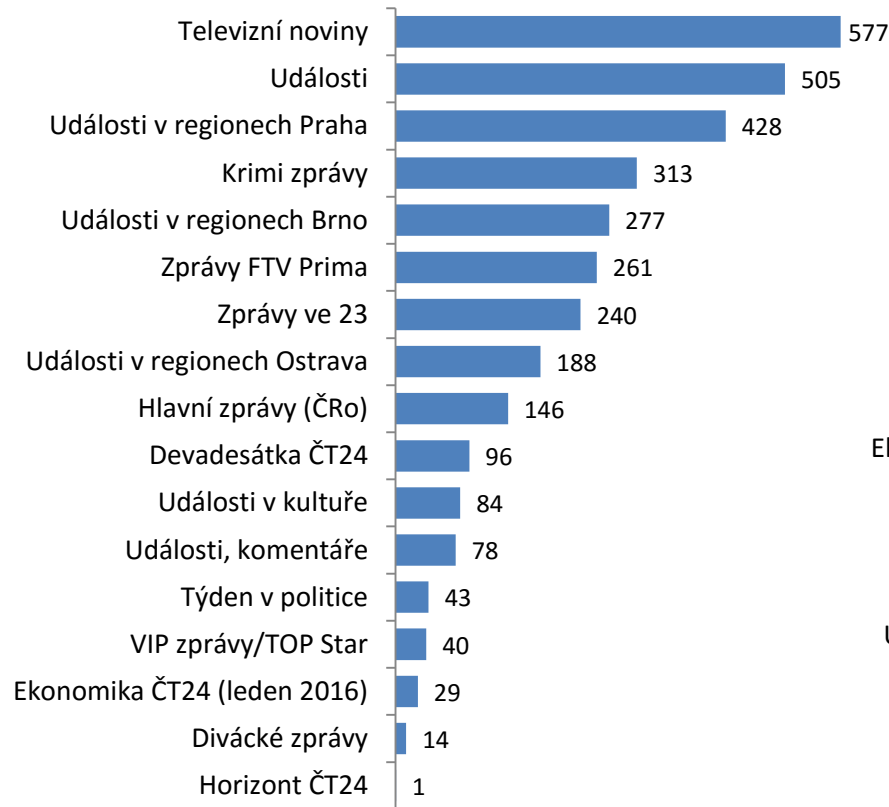


Počet českých politických stran zmíněných ve zpravodajství (1P 2016)

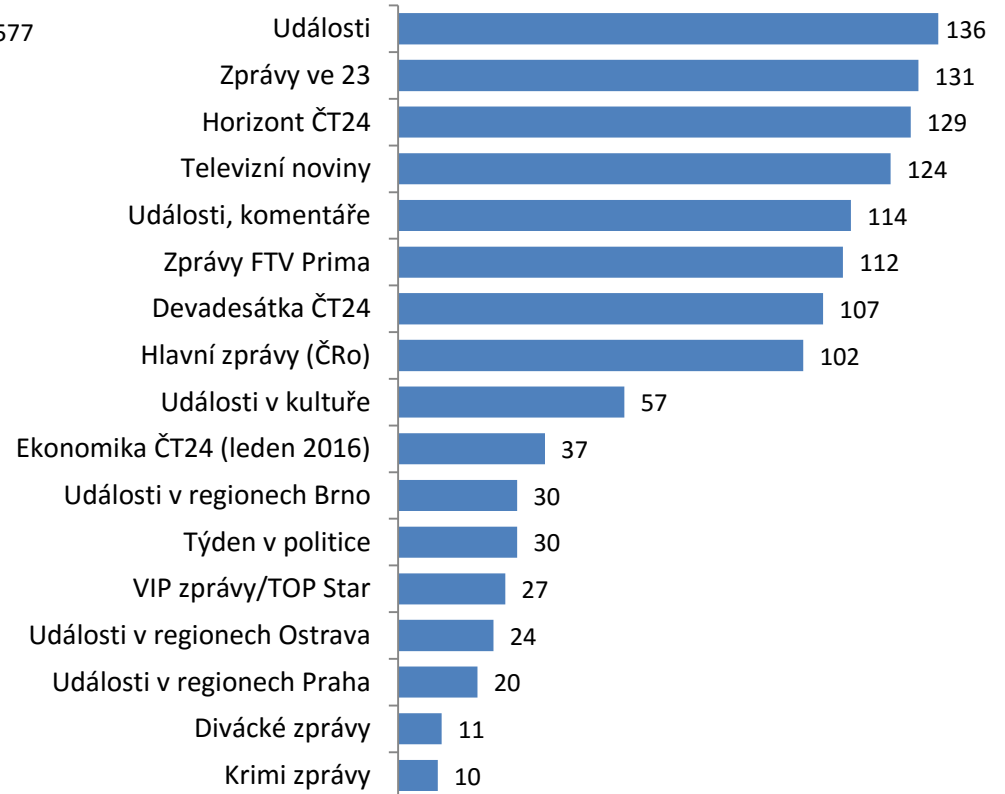


# ÚZEMNÍ VARIABILITA: zahraniční a domácí lokality

Počet různých měst a obcí zmíněných v regionálním zpravodajství (1P 2016)



Počet různých zahraničních lokalit zmíněných v příspěvcích se zahraničním přesahem (1P 2016)

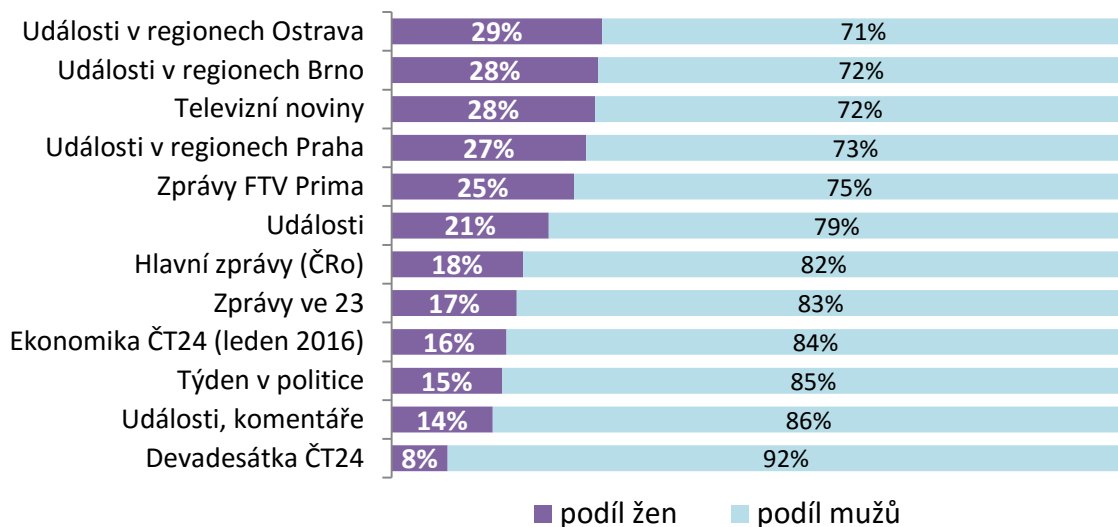


**Reportáže a živé vstupy Událostí informovaly o dění v 505 různých městech a obcích České republiky.** Nejvyšší počet odvysílaných regionálních příspěvků byl z Prahy (660), Brna (155), Ostravy (88), Plzně (44), Hradce Králové a Olomouce (43).



# GENDEROVÁ VARIABILITA

## Podíl žen a mužů ve zpravodajství (1P 2016)



Ministryně práce a sociálních věcí Michaela Marksová hledala řešení krize v těžební OKD, která s sebou nesla a nese hrozbu vysokého nárůstu nezaměstnanosti v Moravskoslezském kraji.

## Nejčastěji zmiňované ženy v hlavních zpravodajských relacích (1P 2016), počet reportáží



- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ Podnikové zpravodajství
- ☑ Variabilita
- ☑ Metodika

Mohou, či nemohou mít média výraznější vliv na to, co si lidé myslí o značce, firmě, organizaci nebo společenském tématu? A pokud ano, je možné z pozice zainteresované organizace aktivně vstoupit do tohoto procesu?

Úsilí o nepředpojaté zkoumání hromadně šířených obsahů sahá už do raného novověku. Výraznému boomu se analýzy masmédií těší ale až od nástupu hromadných sdělovacích prostředků, zejména rozhlasu. V současné době vedle sebe stojí jak průzkumy veřejného mínění, které dávají odpověď na otázku, jak vypadá myšlení lidí v okamžiku zodpovězení otázky, tak analýzy mediálních obsahů, které napomáhají odhalit, jakým směrem se může utvářet myšlení lidí v budoucnu.

Srovnáme-li trendy výzkumů veřejného mínění a výzkumů mínění zveřejněného v médiích, v řadě případů zjistíme, že křivky se nápadně podobají. Můžeme říci, že mezi míněním zveřejněným a veřejným se v některých obdobích objevuje provázanost: obsah médií se s určitým zpožděním promítá do myšlení veřejnosti. Vezměme za příklad pohyb volebních preferencí politických stran: intenzivní negativní mediální prezentace strany se s určitým zpožděním promítá do poklesu jejích preferencí. Tím neříkáme, že média určují, co přesně si budou lidé myslet, ale přinejmenším ovlivňují, o čem budou přemýšlet, a jaké úhly pohledu k tomu budou zaujímat.

Mediální analýza nabízí možnost nepředpojatého poznání obsahu tím, že jednotlivé obsahy zpracovává podle předem definované metodiky, tzv. kódovací knihy. Detailní popis metodiky v kódovací knize zajišťuje, že se data získávají jednotným způsobem, ať už je analyzuje kdokoli. Metodika slouží nejen ke klasifikaci informací, ale rovněž k jejich rozklíčování a interpretaci. Převáděno do praxe, seznámí-li se zadavatel podrobně s metodickými principy, rozumí datům stejně jako analytik, který je zpracoval. To eliminuje prostor pro zkreslení.

Podstata metodiky analýzy médií společnosti Media Tenor vychází z teorie a praxe obsahové analýzy mediálních sdělení. Zabývá se výzkumem vybraných aspektů obsahu sdělovacích prostředků, jejichž souhrn analyzovanou oblast stručně a výstižně charakterizuje. Parametry zkoumání volí podle typu zákazníka (médiu, podnik, politický subjekt, státní instituce...) a jeho specifických požadavků.

Zpracováno na základě publikace iniciované Media Tenorem: HAVLÍČEK, Petr. *Obsahová analýza nabízí nezaujatost a přehled*. In: *TREND Marketing*. no. 1, s. 38-40, 2005. ISSN 1214-9594.

**Báze** - představuje počet výpovědí/příspěvků, které byly zahrnuty do analýzy. Číslo v bázi se nemusí vždy shodovat se součtem hodnot uvedených v grafu, prezentuje-li například pouze nejvýznamnější výsledky – prvních 10 nejčtenějších tematických aspektů, nejčastější komentátory vyjadřující se k určitému subjektu atd.

**Hlavní téma** - obsahový aspekt, kterého se převážná část příspěvku týkala. V rámci každého příspěvku se tak stanovuje jedno nebo více hlavních témat prezentovaných na významném prostoru, může však v něm být zmiňováno více různých tematických aspektů, tzv. výpovědí. Témata, která jsou příspěvkům a výpovědím přiřazována, vybírá analytik z předem definovaného seznamu, jenž obsahuje cca 500 různých položek.

**Tón medializace** (dříve označován jako **kontext**) - určuje, zda je subjekt představen v pozitivním či negativním světle v závislosti na širších souvislostech (neurčuje tedy, jak je subjekt explicitně hodnocen, ale jakou povahu mají skutečnosti, s nimiž je spojován). Hovoříme o skrytém hodnocení, protože tón medializace má významný vliv na formování příznivého, či nepříznivého obrazu sledovaného subjektu.

**Příspěvek** - článek, ucelený televizní nebo rozhlasový příspěvek. Kvantitativní analýza klasifikuje nový příspěvek pokaždé, změní-li se jeho autor. Standardizovaná kvalitativní analýza klasifikuje čtenou zprávu a následnou reportáž jako jediný příspěvek.

**Původce výpovědi** - rozpoznatelný nositel hodnocení sledovaného subjektu. Může jím být subjekt sám (vyjadřuje-li se například politik k vlastní osobě), zástupce hospodářské sféry hodnotící podnik, pracovníci PR oddělení, novinář hodnotící daný subjekt ve vlastním názorovém článku atd.

**Subjekt** - předmět, k němuž se sledovaná informace vztahuje. Může jím být podnik, politická strana, osoba, město, organizace atd.

**Tematizace** - jeden ze základních aspektů výpovědi. Klasifikuje obsah (postoj, činnost), s nímž je subjekt ve výpovědi spojován. V rámci jednoho příspěvku tak může být kódováno - v závislosti na tematické různorodosti jednotlivých výpovědí - více tematizací. V případě analyzování zpravodajství o politických stranách jsou detailní tematické aspekty výpovědí seskupovány do specifických obecnějších kategorií v následujících oblastech: politické postoje: program, faktické programové kroky, věcná témata (školství, daňová politika, zdravotnictví...); osobní témata: oblíbenost, preference, jmenování či odvolání z funkcí, zvolení (i na post prezidenta); mezistranická agenda: vztahy s koaličními partnery a politickými oponenty; vnitrostranická agenda: stranické spory, obsazování vrcholných orgánů, personální politika, nominace volebních lídrů atd.

**Výpověď** - segment informace, v němž je citován nebo popisován sledovaný subjekt. Výpověď je tak definována určitým subjektem, tónem medializace, tematizací a původcem výpovědi. Změna kteréhokoli z těchto aspektů signalizuje zápis nové výpovědi. V jedné větě tedy může být obsaženo více výpovědí, stejně jako se více vět může skládat z výpovědi jediné. Analogicky pak v jednom příspěvku může být obsaženo více výpovědí.

## Media Tenor: *Kde jiní pracují s pocitý, my dodáváme čísla.*

- Unikátní řešení v media intelligence: monitoring a analýza médií připravované týmem zkušených analytiků a expertů
- Odborný partner řady korporátních, veřejných, neziskových a mediálních organizací
- Více než 20 let zkušeností s mezinárodním přesahem
- Leader v oblasti vývoje metodologií výzkumu obsahu
- Úcta k demokratickým hodnotám, systematická podpora akademikům
- Aktuální studie jsou dostupné na [webových stránkách Media Tenoru](#)
- Průběžné aktuality zveřejňujeme na [Facebooku](#).

## Střípky z monitoringu

Náhled aplikace monitoringu médií s přístupem k originální podobě příspěvků všech mediatypů



[Analýza: Lewická profesionálním výkonem korigovala neukázněného Glińského](#)



## Naše vybraná partnerství



## Podporujeme studenty



## Pořádáme oborové akce



V červenci 2016 zpracoval Media Tenor, spol. s r. o.  
Vedoucí projektu: Mgr. Štěpán Sedláček

[stepan.sedlacek@mediatenor.cz](mailto:stepan.sedlacek@mediatenor.cz)

<http://www.mediatenor.cz>

tel. +420 596 126 126

Nádražní 923/118

702 00 Ostrava

Česká republika

Tento dokument obsahuje všechna podstatná zjištění výzkumu.  
Pokud však některou informaci postrádáte, připravíme Vám ji na požádání.  
Budeme rádi za jakékoliv další náměty.