

## Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (rok 2016)

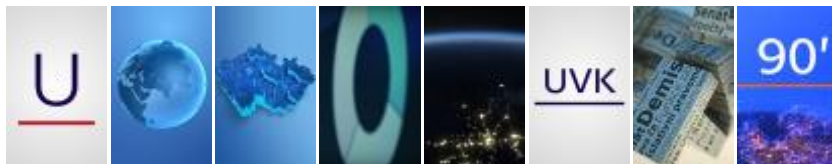
→ *Uprchlická krize* byla v relacích České televize v roce 2016 prezentována déle než 127 hodin. Druhou nejdéle medializovanou událostí byl *brexít* (58 a půl hodiny), třetí pak *teroristické útoky islamistů* (52 hodin)

→ Podíl zpráv ze zahraničí v celoročním obsahu relací ČT24 byl 39 %, což je srovnatelný podíl jako v roce 2015 (41 %) a vyšší podíl než v roce 2014 (35 %)

→ ČSSD byla ve zpravodajských obsazích ČT nejčastěji zmiňovanou politickou stranou. Nejvíce výpovědí bylo zveřejněno o aktivitách Bohuslava Sobotky (ČSSD), Andreje Babiše (ANO) a Miloše Zemana

**Ve roce 2016 bylo analyzováno 17 zpravodajských relací čtveřice médií o celkové stopáži 2 227 hodin a 34 minut.**

# ANALYZOVANÉ ZPRAVODAJSKÉ POŘADY



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

**Česká televize** (celková stopáž zkoumaných pořadů v roce 2016: **1 501 hodin a 55 minut v 38 252 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 roce 2016: **235 hodin a 7 minut v 9 870 příspěvcích**): Televizní noviny

**Prima FTV** (celková stopáž zkoumaných pořadů v roce 2016: **368 hodin a 32 minut v 17 214 příspěvcích**): Zprávy FTV Prima, Krimi zprávy, Divácké zprávy a Top Star

**Český rozhlas Radiožurnál** (celková stopáž zkoumaných pořadů v roce 2016: **121 hodin a 59 minut v 3 965 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 69 301 příspěvků o stopáži 2 227 hodin a 34 minut.**



- ✓ Základní zjištění
- ✓ Témata
- ✓ Politika
- ✓ Lokality
- ✓ Podnikové zpravodajství
- ✓ Variabilita
- ✓ Sebe prezentace a citace
- ✓ Metodika

## TÉMATA

▪ Řada relací ČT24 byla tematicky zaměřena především na zahraniční dění. **Události** a **Zprávy ve 23** nejčastěji informovaly o *imigrační a azylové politice*, **Události, komentáře** se specializovaly na *Evropskou unii*, **Horizont ČT24** podrobně analyzoval *předvolební kampaně a výsledky prezidentských voleb v USA*. Významný podíl celoročního obsahu *Devadesátky ČT24* byl věnován *podnikové sféře* (snímky [8](#), [11](#), [14](#), [15](#), [16](#) a [17](#)).

## POLITIKA

▪ Zásadní mediální pozornost v **relacích ČT24** dostaly volby do krajských zastupitelstev a třetiny senátu i celoroční politické diskuze o zavádění EET. Nejčastěji zmiňovanými politiky ve zpravodajství České televize byli čelní představitelé státu Bohuslav Sobotka (ČSSD), Andrej Babiš (ANO) a Miloš Zeman (snímky [21](#) a [22](#)).

## LOKALITY

▪ Zahraniční zpravodajství bylo provázáno s intenzivní medializací problémů Evropské unie, která vedle krize uprchlické řešila i důsledky brexitu. Celkový podíl zpravodajství se zahraničním přesahem tvořil v součtu **relací ČT24** 39 %, v **Horizontu ČT24** 100 %, v **Událostech** 34 %, v **Událostech, komentářích** 59 % a ve **Zprávách ve 23** 52 % (snímky [33](#), [34](#), [35](#) a [36](#)).

## PODNIKOVÉ ZPRAVODAJSTVÍ

▪ Společným jmenovatelem zpravodajství o podnicích byla v roce 2016 těžební společnost OKD, jejíž medializaci se detailně věnovaly **ostravské Události v regionech** a **Devadesátka ČT24**. I přes krizi nebyla OKD nejméně příznivě prezentovanou firmou v obsazích ČT24. Tuto pozici z předchozího roku obhájil Volkswagen, Škoda Auto naopak získala pozitivní mediální obraz (snímky [13](#), [17](#) a [42](#)).

## VARIABILITA

▪ **Události** se umístily nejvýše v žebříčcích domácích i zahraniční tematické variability, zahraniční územní variability a variability domácích politiků. Nejvíce politických stran bylo zmíněno v **pražských Událostech v regionech** (snímky [45](#), [46](#) a [47](#)).

## SEBEPREZENTACE A CITACE

▪ Pro **Události** byly nejčastějšími externími zdroji citací Český statistický úřad, YouTube.com a Google (snímek [50](#)).

- ☑ Základní zjištění
- ☑ **Témata** ▶
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ Podnikové zpravodajství
- ☑ Variabilita
- ☑ Sebe prezentace a citace
- ☑ Metodika

[Mediální události](#)

[Hlavní zpravodajské relace](#)

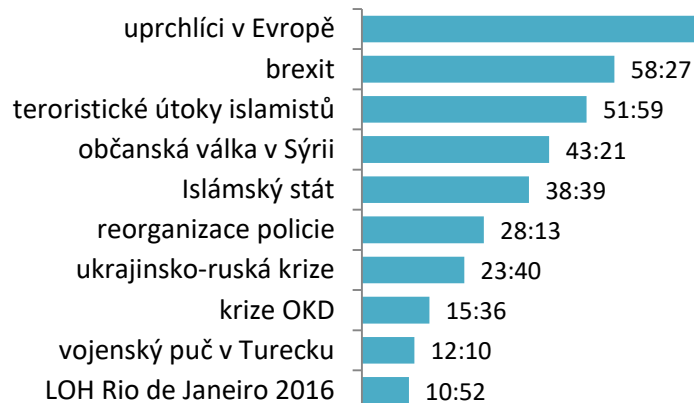
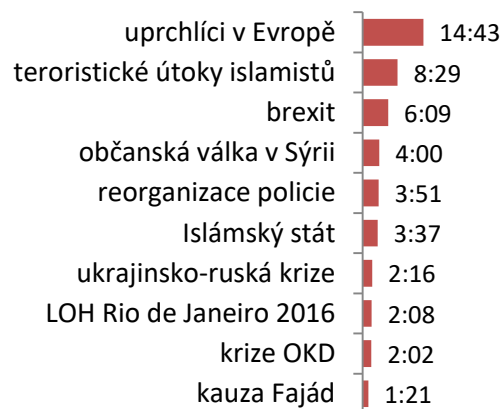
[Regionální zpravodajství](#)

[Komentované zpravodajství](#)

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

# MEDIÁLNÍ UDÁLOSTI

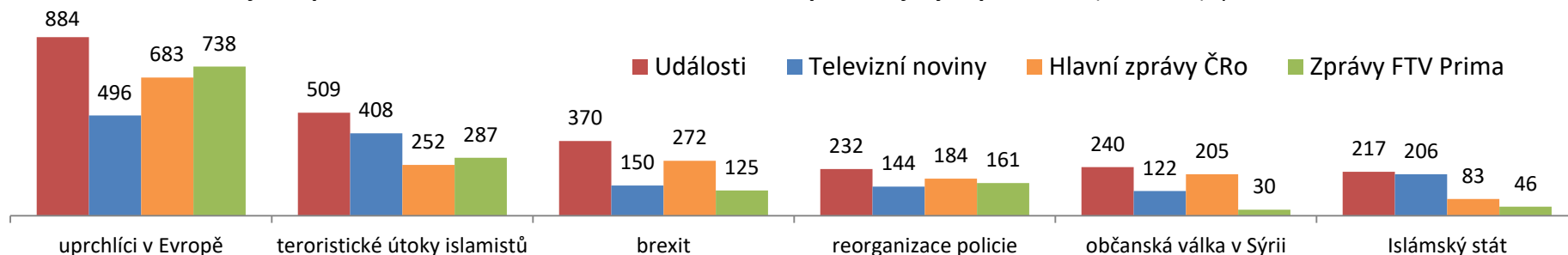
10 nejdéle prezentovaných mediálních událostí v Událostech (vlevo) a ve všech sledovaných relacích ČT24 (vpravo): rok 2016, počet hodin a minut



Události, Události, komentáře, Události v regionech Praha, Události v regionech Brno, Události v regionech Ostrava, Zprávy ve 23, Ekonomika ČT24, Horizont ČT24, Události v kultuře, Týden v politice, 90' ČT24

V roce 2015, kdy uprchlická krize propukla naplno, odvíšely Události 20 hodin zpravodajství vztáženého k migrační vlně. O rok později to bylo o 5 hodin méně. Toto zjištění ovšem neznamenalo, že v obsahu ČT24 poklesl zájem o uprchlíky. Naopak díky pořadu 90' ČT24 se celková délka medializace krize meziročně prodloužila ze 113 hodin a 21 minut na aktuálních 127 hodin.

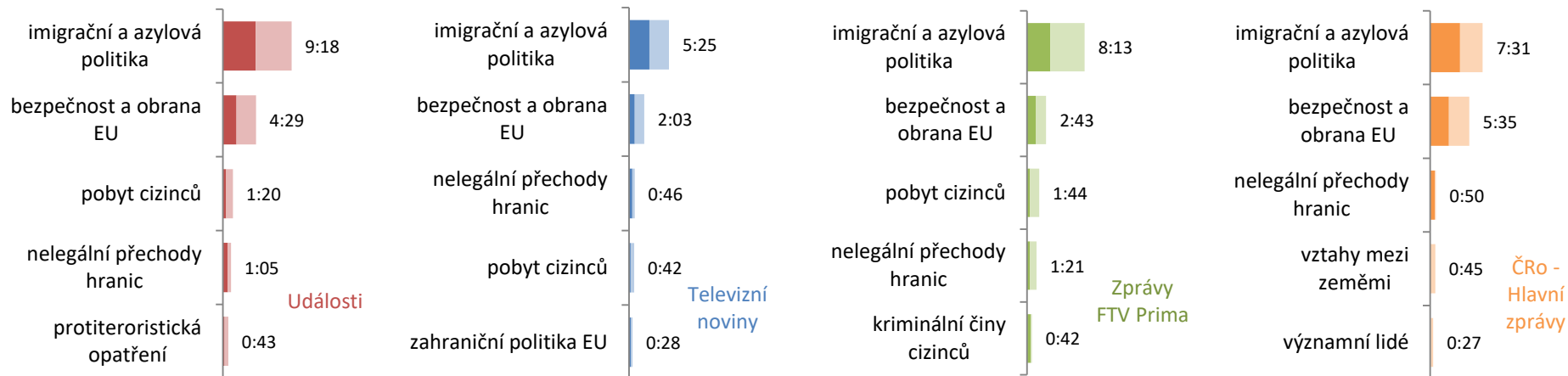
Nejdéle prezentované mediální události v hlavních zpravodajských pořadech (rok 2016), počet minut



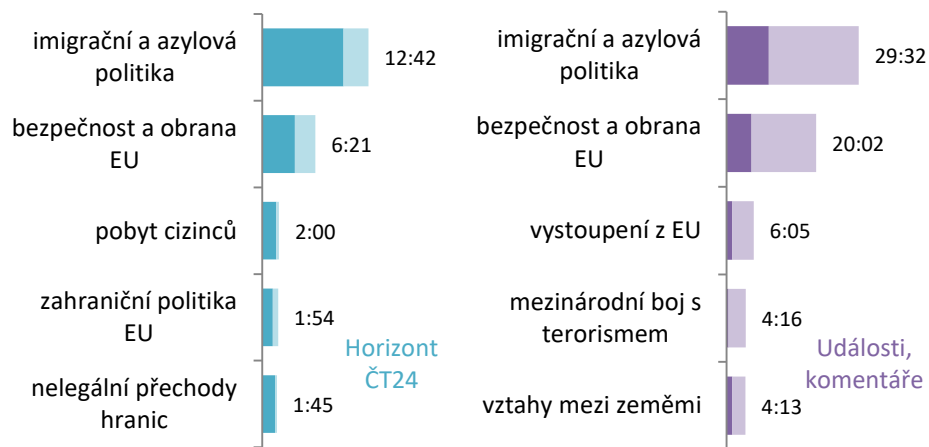
**Metodická poznámka:** Takzvanou kauzu, přesněji řečeno **mediální událost** definují Dayan a Katz v knize Media Events šesti kritérii: 1. událost je přenášena živě; 2. událost je předem naplánovaná a anoncovaná veřejnosti; 3. událost je přerušením televizního programového schématu a vybočuje z denní 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 významné 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 rozptýřeny 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).

# MEDIÁLNÍ UDÁLOSTI: UPRCHLÍCI V EVROPĚ

**Nejčastější témata příspěvků o uprchlické krizi: rok 2016, počet hodin a minut (tmavší odstín zobrazuje stopáž příspěvků bez vztahu k ČR, světlejší odstín příspěvky se vztahem k ČR)**



**Nejrozmanitější zpravodajství o uprchlické krizi přinášely Události, komentáře a Události.** V komentované relaci byly informace a diskuze o uprchlících častěji spojovány s brexitem (téma *vystoupení z EU*).



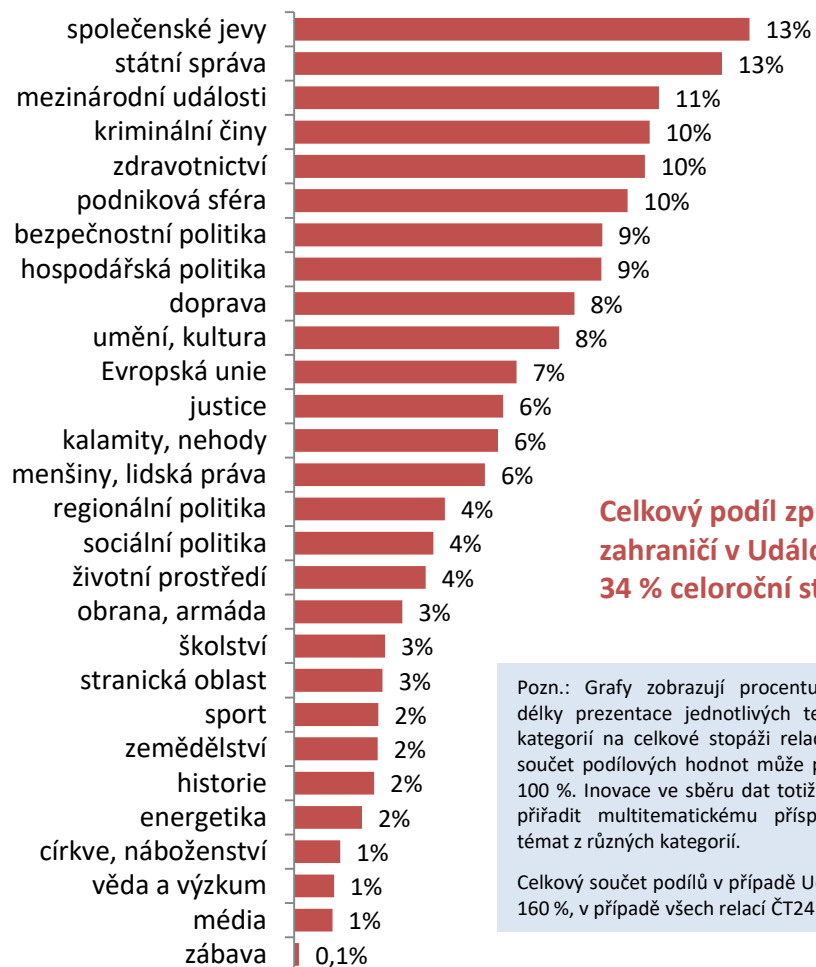
Graf má oproti ostatním dvojnásobné měřítko.

## Tematická variabilita zpravodajství o uprchlické krizi: rok 2016

Počet různých témat příspěvků o uprchlické krizi		Počet různých témat příspěvků o uprchlické krizi ve zpravodajství se vztahem k ČR	
relace ČT24	191	relace ČT24	164
Události	108	Události, komentáře	86
Události, komentáře	102	Události	82
Zprávy FTV Prima	88	Zprávy FTV Prima	65
Televizní noviny	80	Televizní noviny	63
Horizont ČT24	76	Hlavní zprávy ČRo	43
Hlavní zprávy ČRo	63	Horizont ČT24	34

# ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

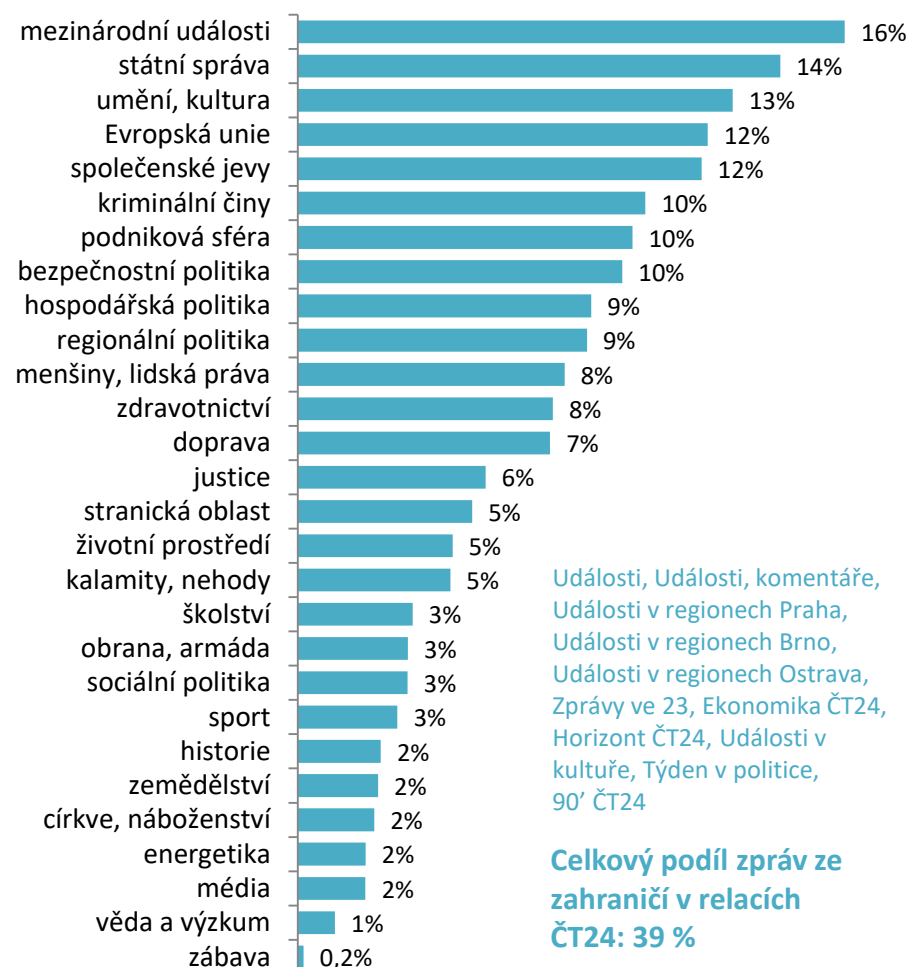
Tematické kategorie příspěvků **Událostí** (vlevo) a **všech sledovaných relacích ČT24** (vpravo): rok 2016, podíl na délce pořadu



**Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Událostech: 34 % celoroční stopáže**

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 160 %, v případě všech relací ČT24 182 %.



Události, Události, komentáře, Události v regionech Praha, Události v regionech Brno, Události v regionech Ostrava, Zprávy ve 23, Ekonomika ČT24, Horizont ČT24, Události v kultuře, Týden v politice, 90' ČT24

**Celkový podíl zpráv ze zahraničí v relacích ČT24: 39 %**

Na desetině svého celoročního obsahu Události informovaly o **podnikové sféře** nebo o **zdravotnictví**. Nejčastěji zmiňované *společenské jevy* byly zastoupeny především tématem *svátky, výročí, piety* (detailní rozbor kategorie nabízí [snímek 10](#)). V celkovém obsahu zpravodajství ČT24 se odrazily preference specializovaných relací [Horizont ČT24 \(mediální události\)](#), [Události v kultuře \(umění a kultura\)](#) a [Události, komentáře \(Evropská unie\)](#).

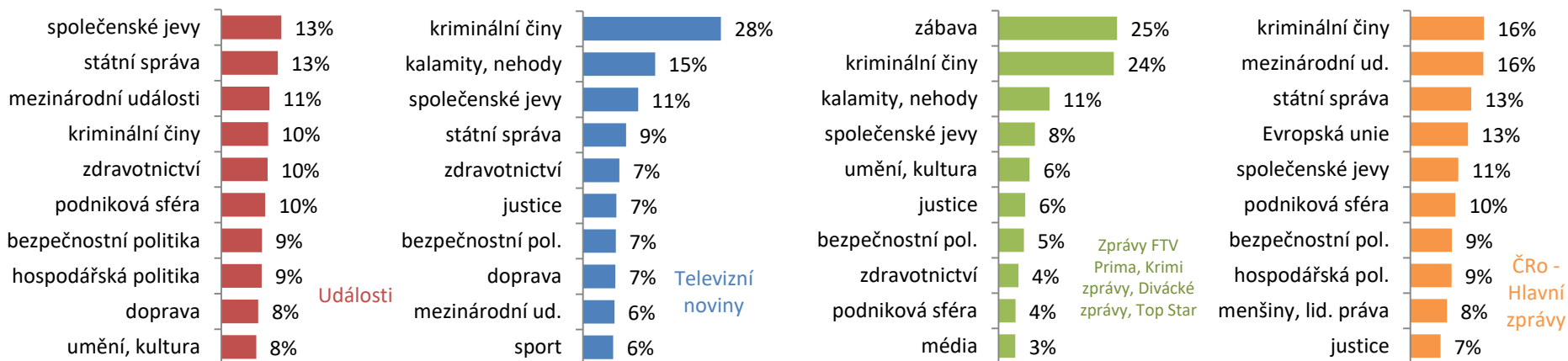


# ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

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



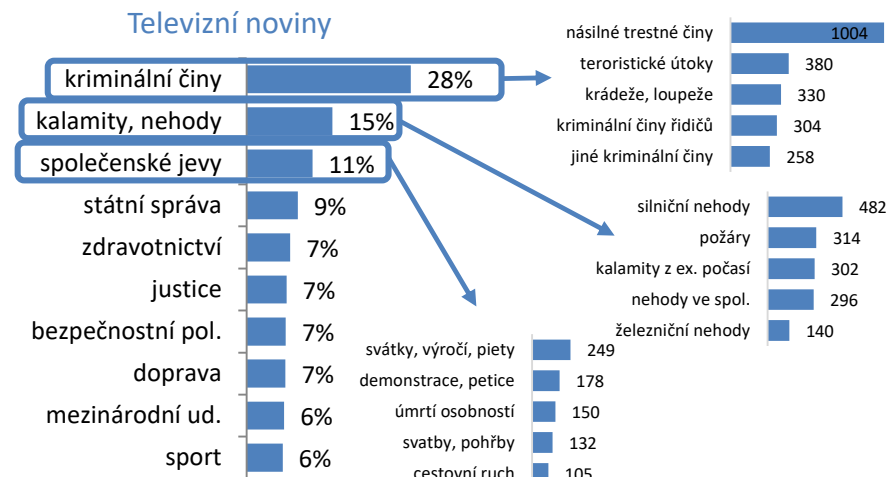
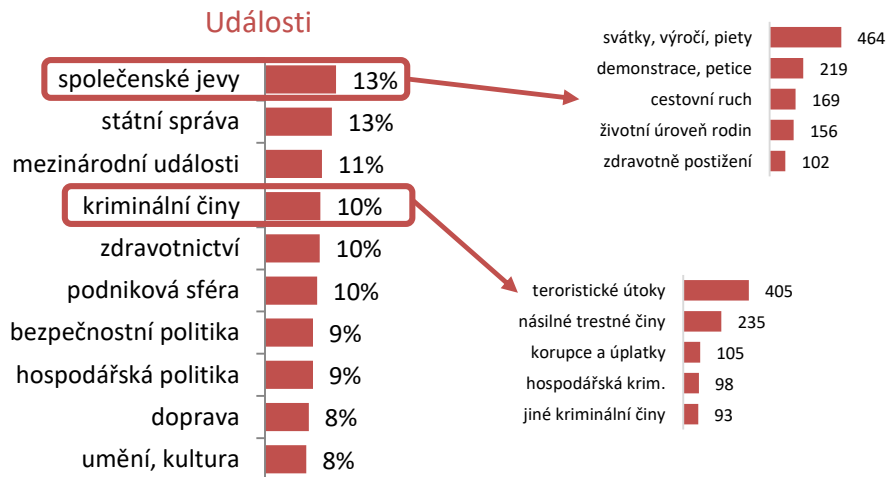
## TOP10 nejčastěji prezentovaných tem. kategorií ve večerní zprav. hodině ČT, TV Nova, Prima FTV a ČRo: rok 2016, podíl na délce pořadu



**Bulvarizující potenciál zpravodajství TV Nova a ve výrazně menší míře i ve Zprávách FTV Prima byl patrný především z intenzivní medializace *kriminálních činů, nehod a také sportu a zábavy* (3,4 % v TN, 1,6 % ve Zprávách FTV Prima, 0,3 % v Hlavních zprávách ČRo a 0,1 % v Událostech). Detailní rozbor tematických kategorií *společenské jevy, kriminální činy a kalamity, nehody* v médiích veřejné služby a ve zpravodajství komerčním nabízí [následující snímek](#).**

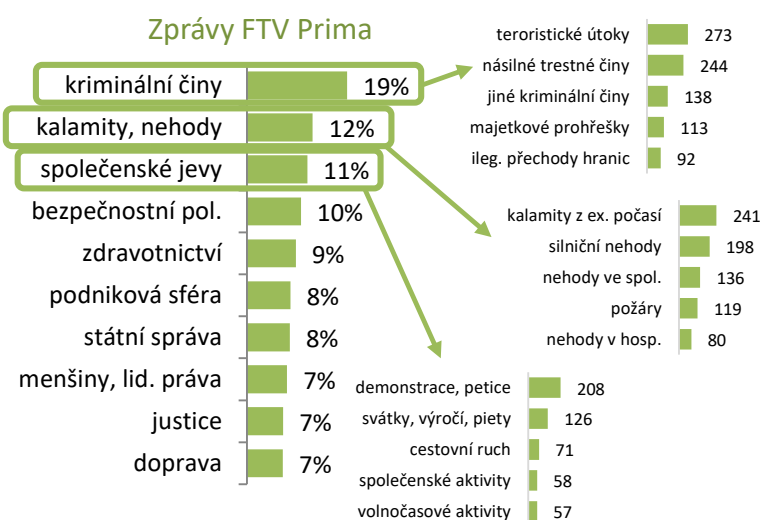
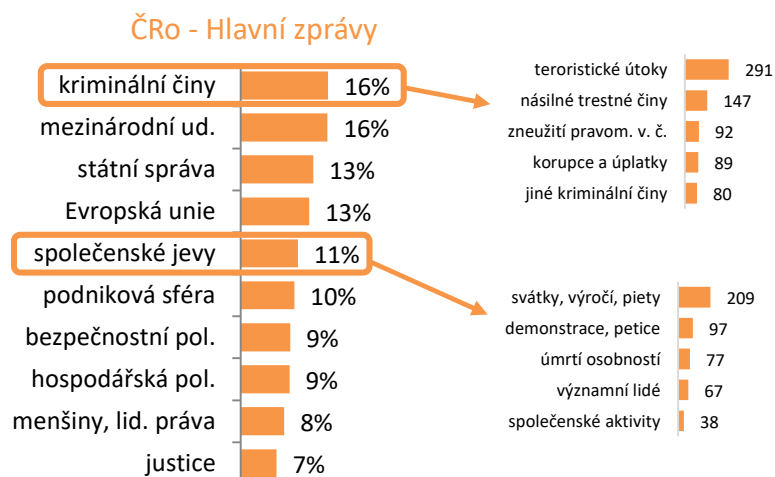
# ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

Detailní tematický rozbor kategorií *kriminální činy*, *společenské jevy* a *kalamity, nehody* v hlavních zpravodajských pořadech: rok 2016, podíl na délce pořadu (hodnoty TOP5 detailních témat jsou uváděny v minutách)



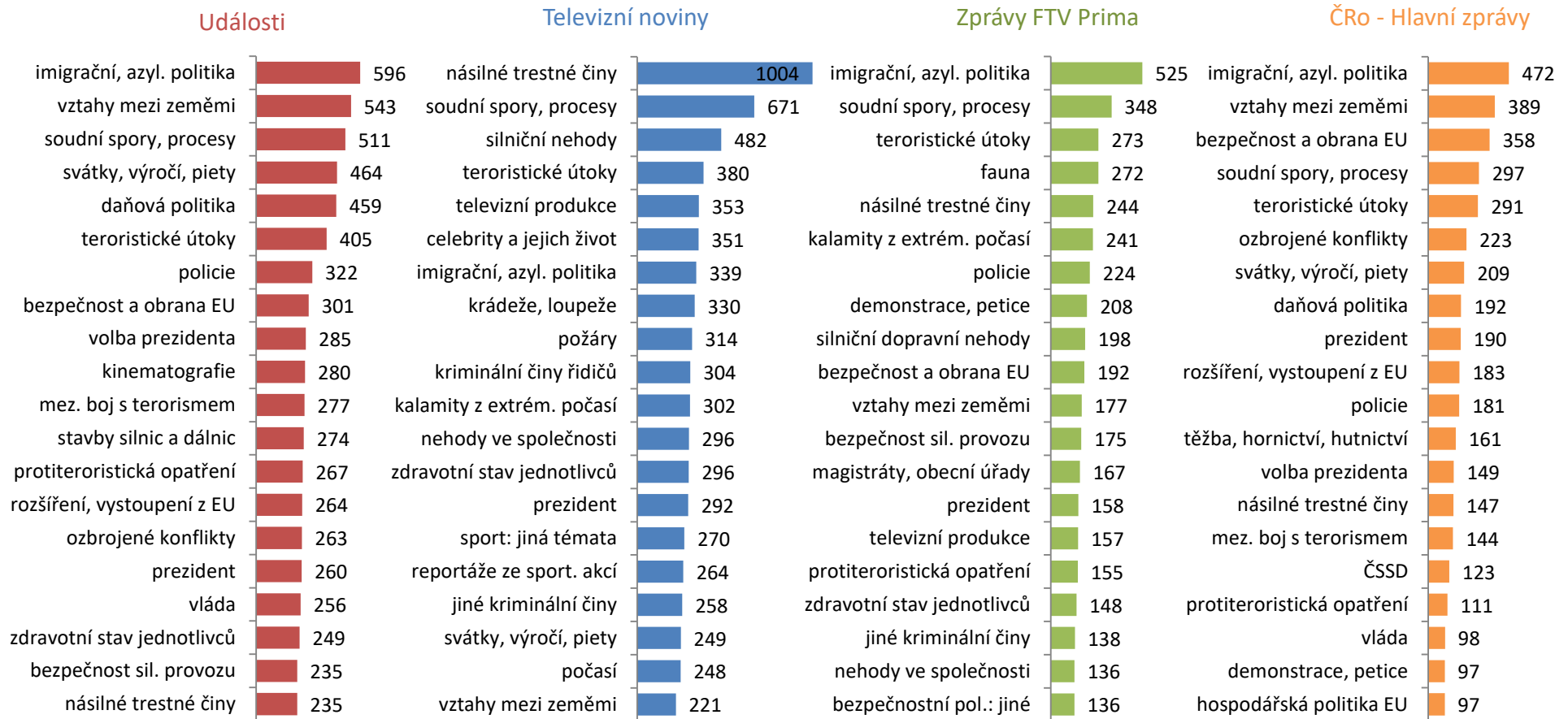
## média veřejné služby

## komerční média



# HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÉ RELACE: detailní témata

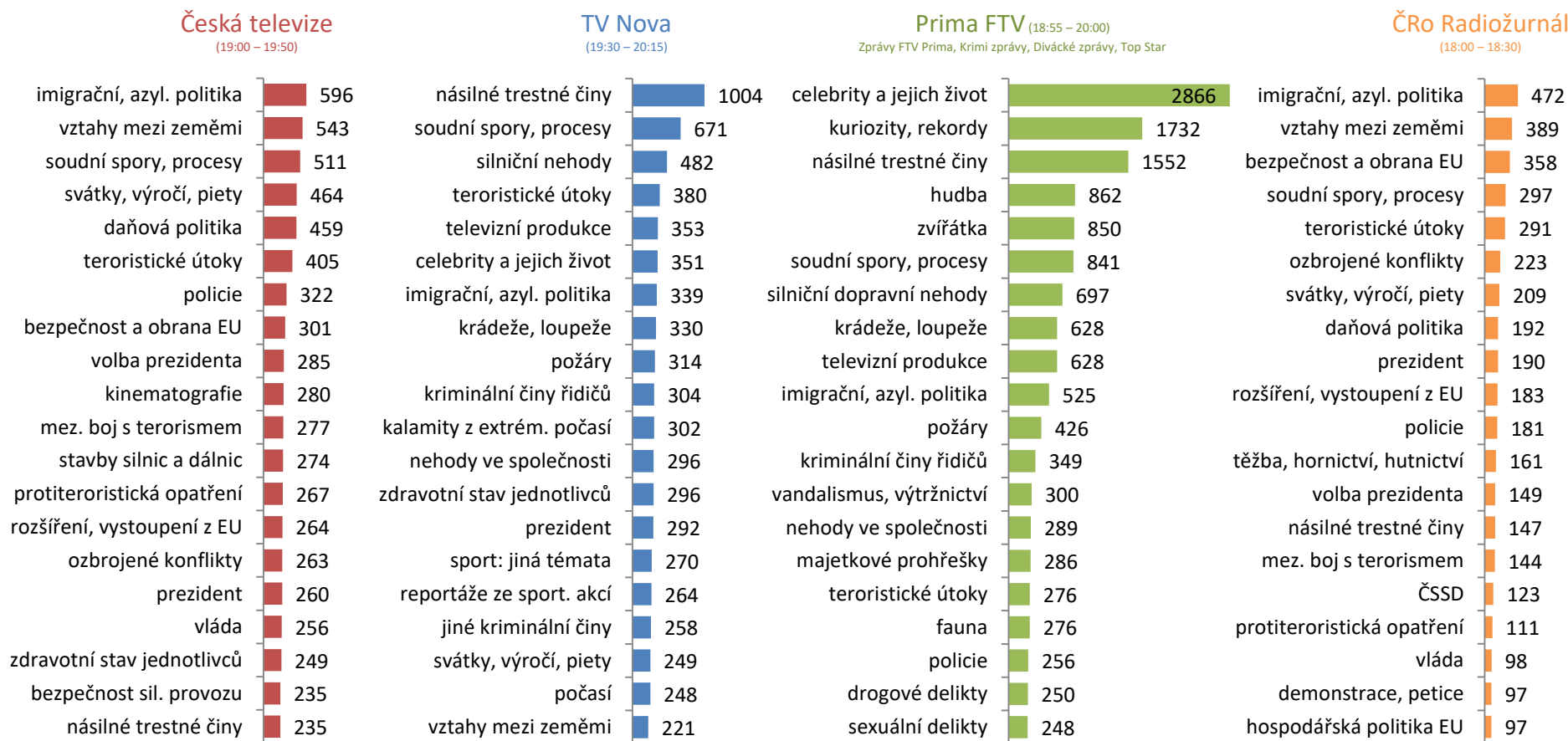
Nejčastější témata v hlavních zpravodajských pořadech: rok 2016, počet minut (báze: 468 tematických aspektů)



S uprchlickou krizí úzce souvisela především dvojice témat **imigrační a azylová politika** a **bezpečnost a obrana EU**, která byla v komerčních Televizních novinách odsunuta do pozadí za *násilnou kriminalitu*, *soudní procesy* s jejími pachateli a za *silniční nehody*, *sebe prezentaci televizní produkce* a *informování o celebritách*. Mezi 15 nejdéle medializovaných námětů reportáží a živých vstupů hlavních veřejnoprávních relací ČT a ČRo se prosadilo také téma *rozšiřování, vystoupení z EU* výhradně propojené s jinou mediální událostí roku, a to s takzvaným brexitem.

# 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): rok 2016, počet minut (báze: 468 tematických aspektů)



V prime-timové zpravodajské hodině FTV Prima byly relevantní informace prezentované ve Zprávách upozaděny za mnohdy monotematický a typický komerční obsah Krimi zpráv (násilné trestné činy, soudní procesy a silniční dopravní nehody), TOP Staru (celebrity a hudba) a Diváckých zpráv (kuriozity, rekordy a zvířátka).

# UDÁLOSTI V REGIONECH – PRAHA, BRNO, OSTRAVA

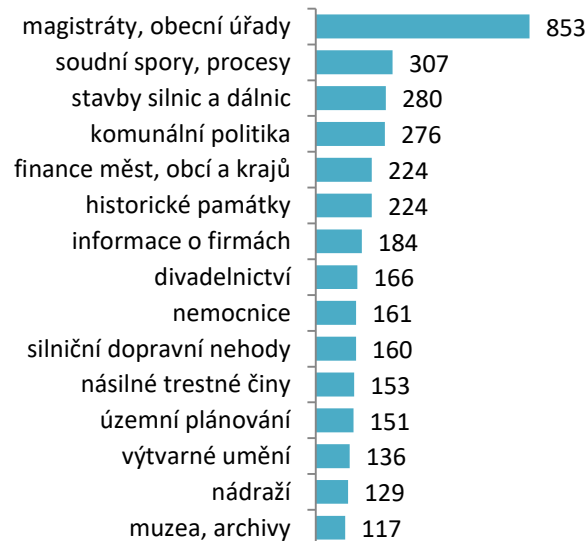
Nejčastější tematické kategorie (nahore) a detailní témata (dole) Událostí v regionech (rok 2016), podíl na délce pořadu a počet minut



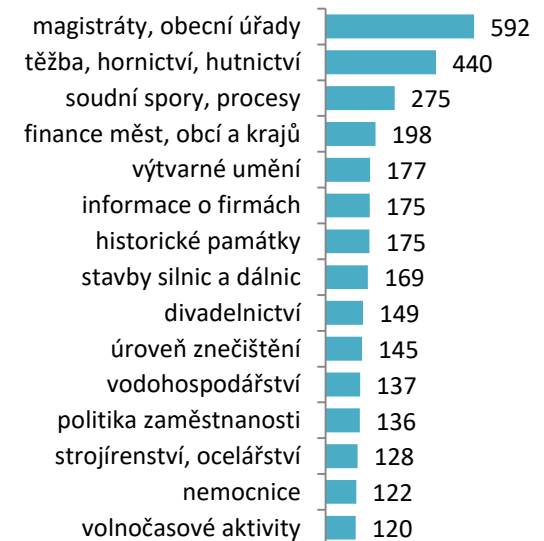
## PRAHA



## BRNO



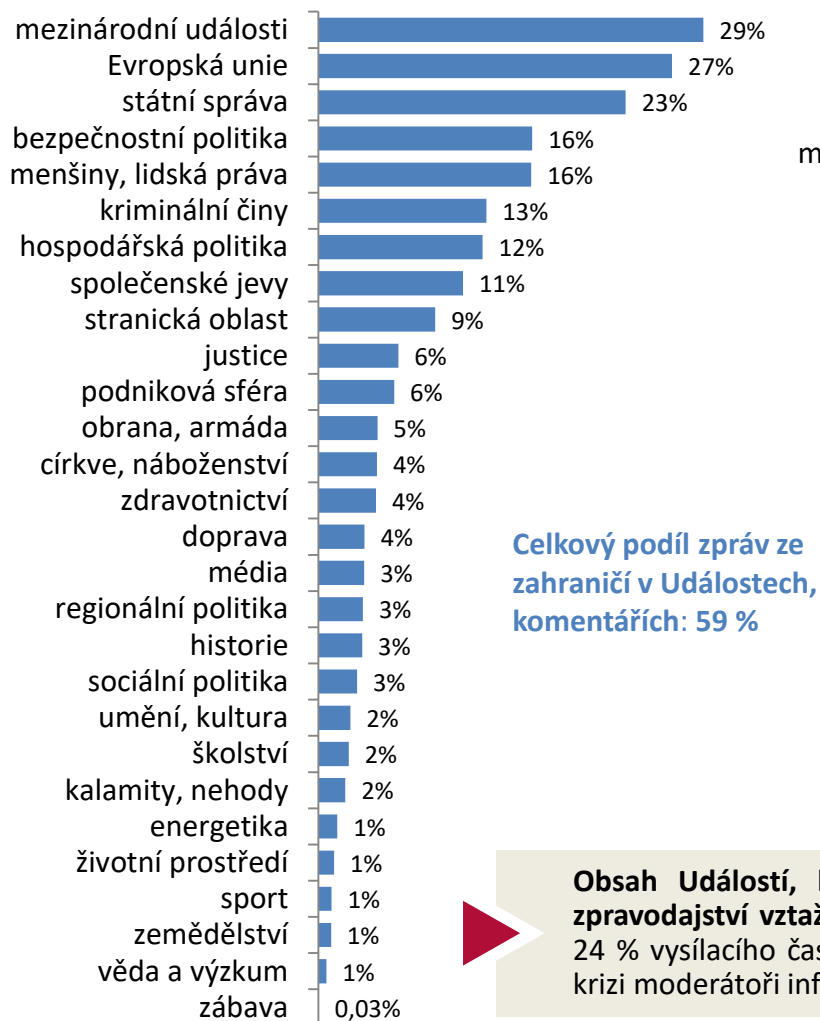
## OSTRAVA



Události v regionech z Ostravy vysílaly o *podnikové sféře* na pětinu svého ročního obsahu, když podrobně informovaly o krizi v OKD, jejíž insolvence se stala významným politickým tématem, k němuž se vyjadřovali i ministři Jan Mládek, Michaela Marksová a Andrej Babiš (téma těžba, hornictví, hutnictví).

# UDÁLOSTI, KOMENTÁŘE: tematická struktura

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



**Nejčastější témata reportáží Událostí, komentářů (rok 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 %.

**Obsah Událostí, komentářů byl v roce 2016 ze tří pětin určen pro komentované zpravodajství vztahované k zahraničnímu dění (čistě zahraniční obsah bez vztahu k ČR tvořil 24 % vysílacího času, zahraniční obsah se vztahem k ČR 35 % roční stopáže). O uprchlické krizi moderátoři informovali a s hosty diskutovali 48 hodin a 38 minut v 274 příspěvcích.**

# ZPRÁVY VE 23: tematická struktura

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



**Celkový podíl zpráv ze zahraničí ve Zprávách ve 23: 52 %**

**Nejčastější témata reportáží Zpráv ve 23 (rok 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 184 %.

Zprávy ve 23 byly podobně jako [Události, komentáře](#) a [Horizont ČT24](#) zdrojem množství informací o **mezinárodních událostech a imigrační a azylové politice úzce propojené s uprchlickou krizí**. Třetím nejčastěji medializovaným tématem byly **ozbrojené konflikty** nejčastěji spojované s občanskou válkou v Sýrii. Zprávy ve 23 o ní odvysílaly 211 příspěvků.



# HORIZONT ČT24: tematická struktura

**Tematické kategorie příspěvků Horizontu ČT24**  
(rok 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 204 %.

**Nejčastější témata reportáží Horizontu ČT24**  
(rok 2016), počet minut (báze: 468 tematických aspektů)

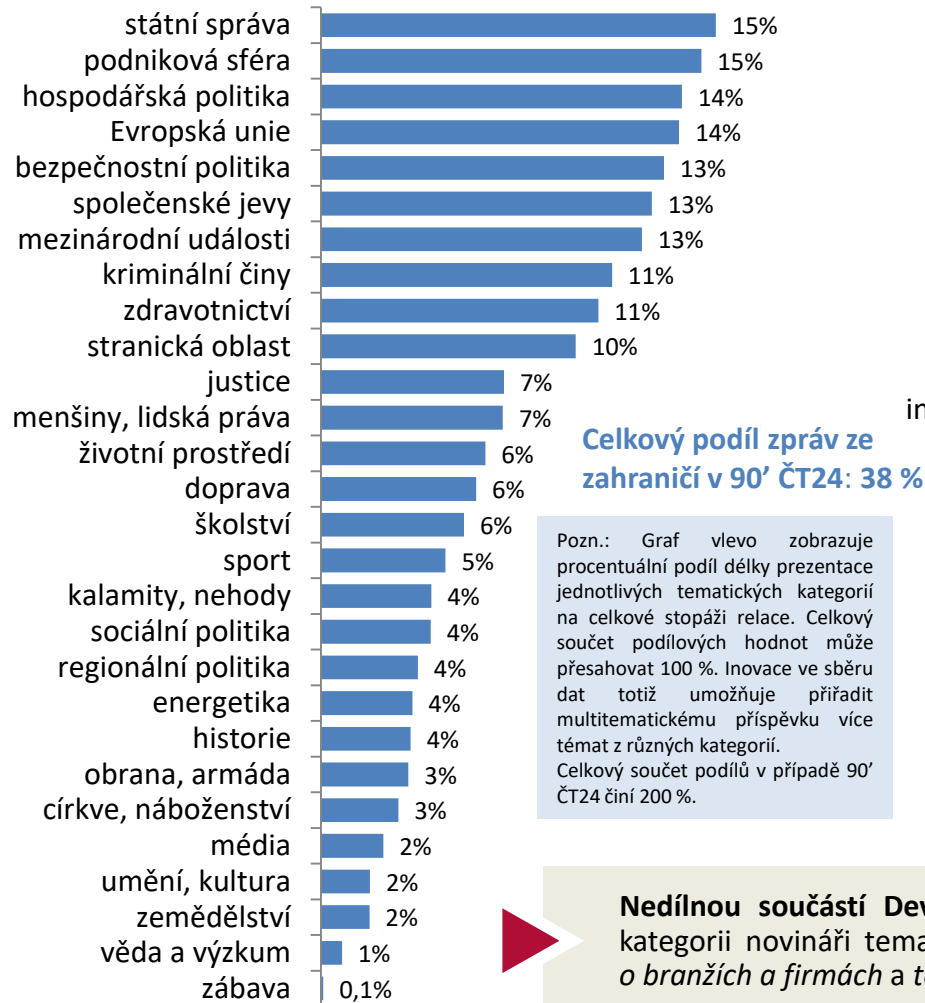


**Nejdéle prezentovanými mediálními událostmi v Horizontu ČT24 byly uprchlická krize (19 hodin a 39 minut), občanská válka v Sýrii (12 hodin a 44 minut), boje s tzv. Islámským státem (10 hodin a 54 minut), brexit (10 hodin a 31 minut), teroristické útoky islamistů (8 hodin a 12 minut) a ukrajinsko-ruská krize (6 hodin a 16 minut). Témata předvolební kampaně, volba prezidenta a prezident naznačují, kolik prostoru relace věnovala souboji Donalda Trumpa a Hillary Clintonové (a také prezidentských kandidátů v sousedním Rakousku).**



# 90' ČT24: tematická struktura

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



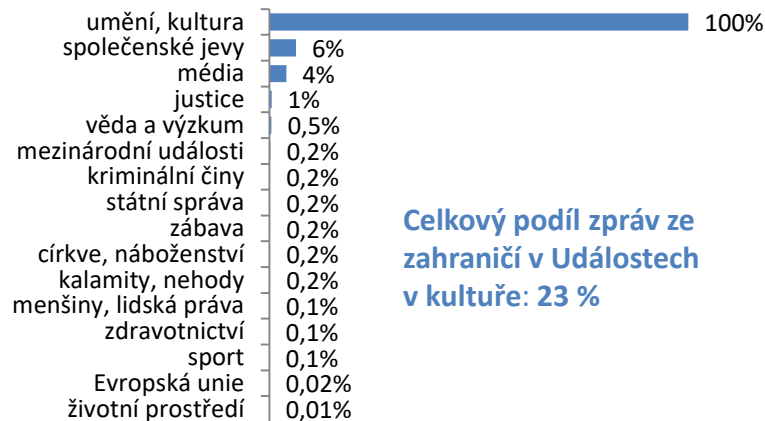
Nejčastější témata reportáží 90' ČT24 (únor až červen 2016),  
počet minut (báze: 468 tematických aspektů)



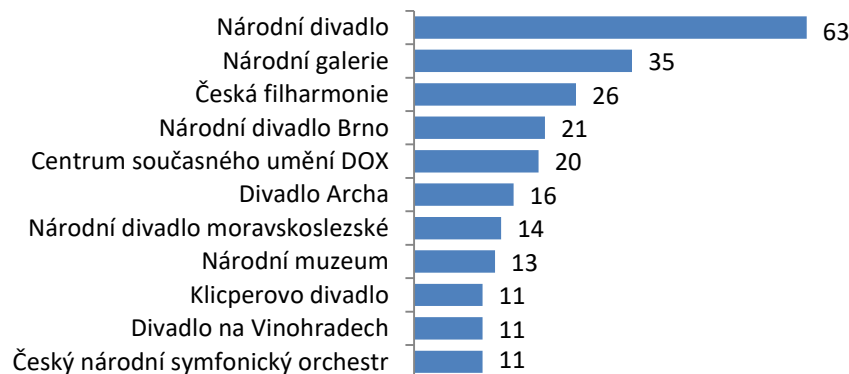
**Nedílnou součástí Devadesátky ČT24 byla rubrika informující o podnikové sféře.** Tuto kategorii novináři tematizovali v šesti stovkách příspěvků. Jak naznačují témata *informace o branžích a firmách* a *těžba, hornictví, hutnictví*, řeč byla nejčastěji o krizi společnosti OKD.

# UDÁLOSTI V KULTUŘE: tematická struktura

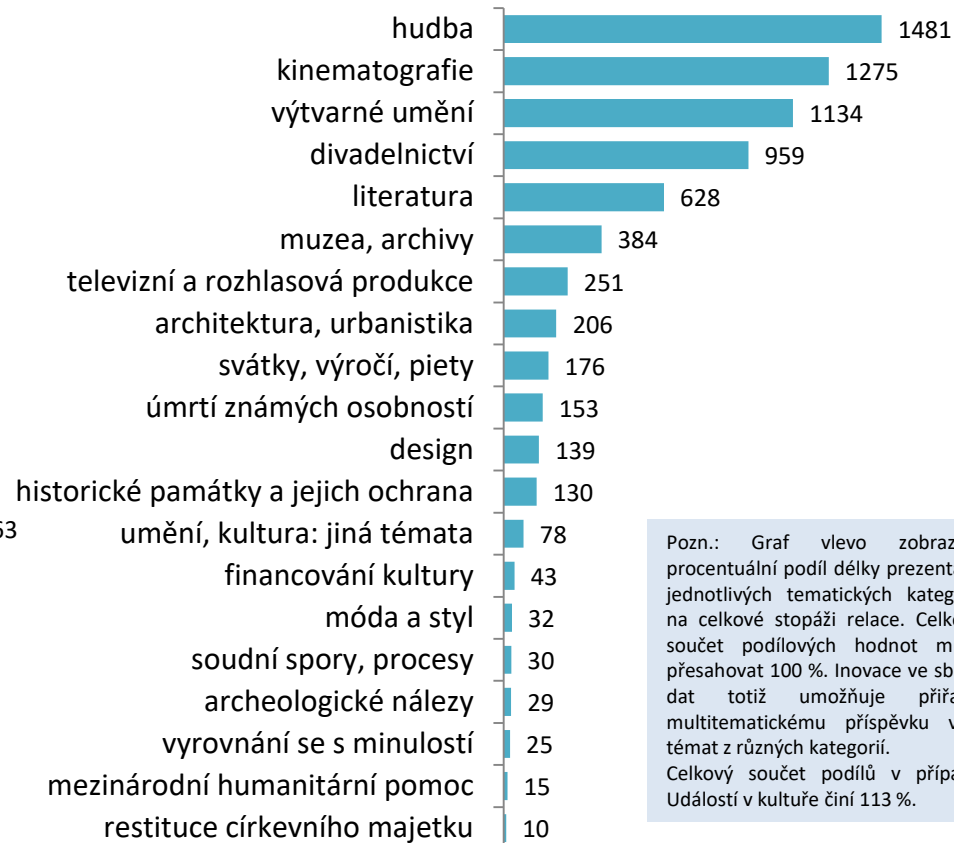
**Tematické kategorie příspěvků Událostí v kultuře**  
(rok 2016), podíl na délce pořadu



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



**Nejčastější témata reportáží Událostí v kultuře**  
(rok 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 167 různých kulturních institucí, přičemž nejčastěji redaktori a redaktorky informovali o koncertech, výstavách a divadelních představeních konaných v metropolitních divadlech, galeriích a koncertních sálech (k Praze bylo vztaženo 31 % příspěvků, k nepražským regionům 45 %).**

# EKONOMIKA ČT24: tematická struktura (leden 2016)

**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
- ☑ Sebe prezentace a citace
- ☑ Metodika

#### Souhrnné ukazatele

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

#### Politické strany

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

#### Politici

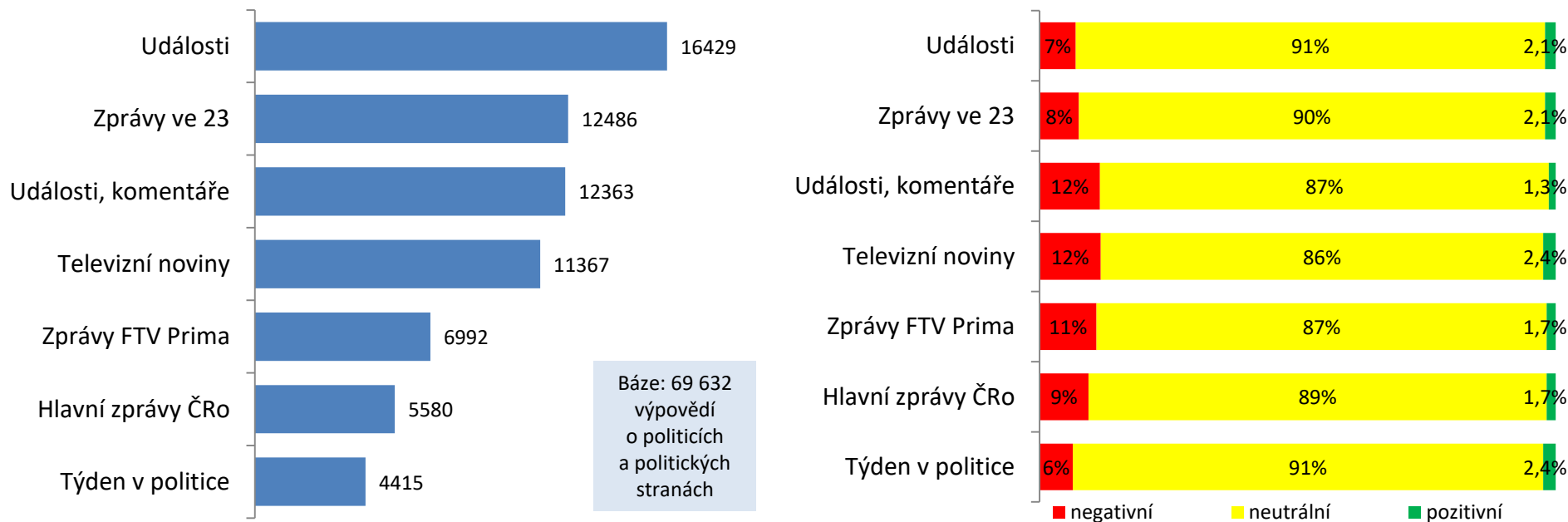
- [politici v Událostech, ve zpravodajství ČT24](#)
- [hosté Událostí, komentářů a 90' ČT24](#)
- [politici v Událostech v regionech](#)
- [prezident Miloš Zeman v krajích](#)

#### Témata

- [věcná témata v politickém zpravodajství](#)

# SOUHRNNÉ UKAZATELE POLITICKÉHO ZPRAVODAJSTVÍ

Intenzita a tón medializace politického zpravodajství ve zpravodajských relacích (rok 2016), počet [výpovědí](#) o politicích a politických stranách

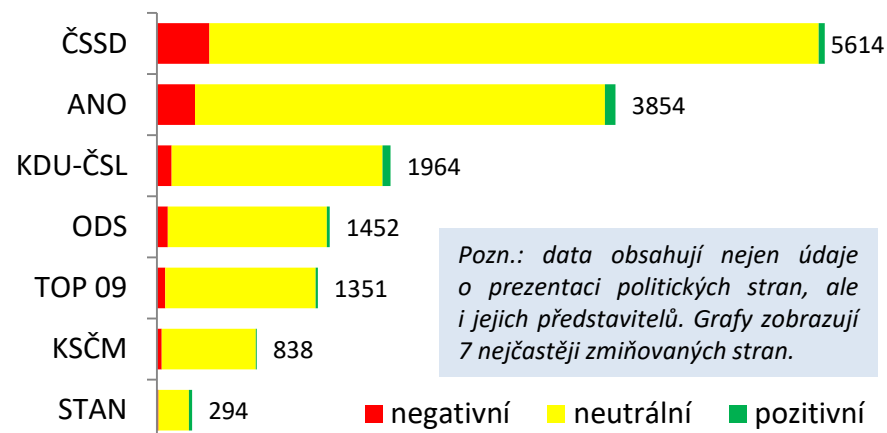
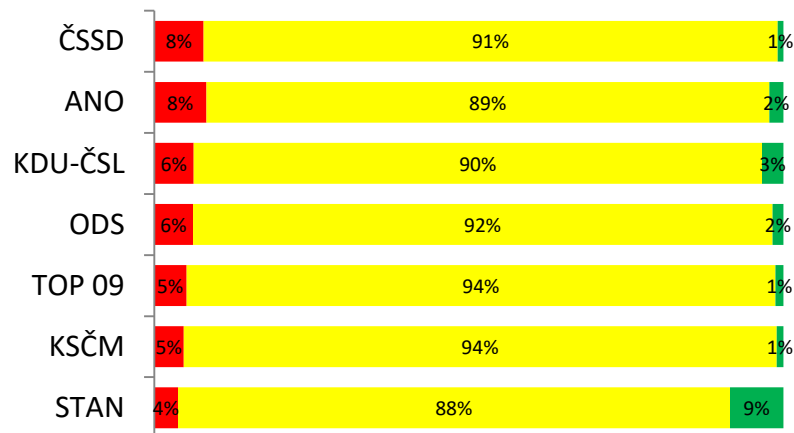


Politickou agendu mediálního zpravodajství v roce 2016 naplňovaly informace o vztazích koaličních stran, vyhrčené mimo jiné při sporech o reorganizaci policie, hlasování o protikuřáckém zákoně a zákoně o střetu zájmů, v první řadě ale politickou scénu výrazně ovlivnily podzimní volby do krajských zastupitelstev a třetiny Senátu.

Relativně nejvíce pozitivně laděných zpráv o politice, politicích a stranách zaznívalo v relacích Týden v politice a v Televizních novinách (obě relace s totožným podílem 2,4 %, přičemž hodnoty u ostatních relací byly velmi podobné). Zatímco ovšem první jmenovaná relace České televize byla k politikům poměrně nejméně kritická (pouze 6,4 % výpovědí s negativním tónem), komerční relace odvysílala 11,8 % nepříznivých zmínek.

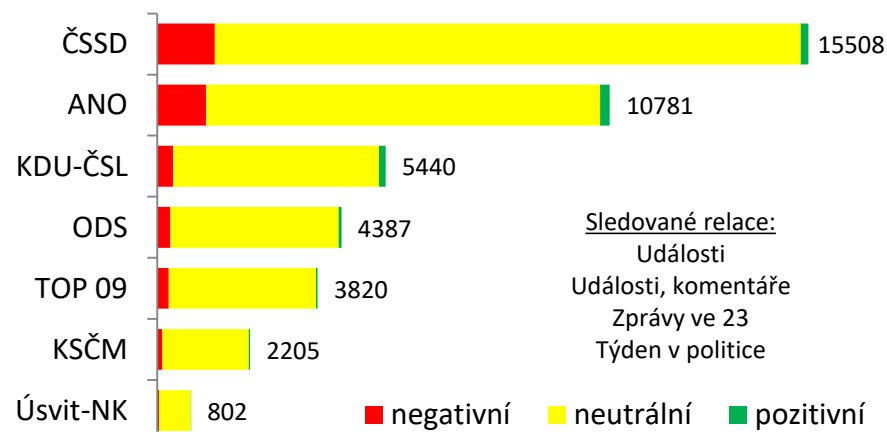
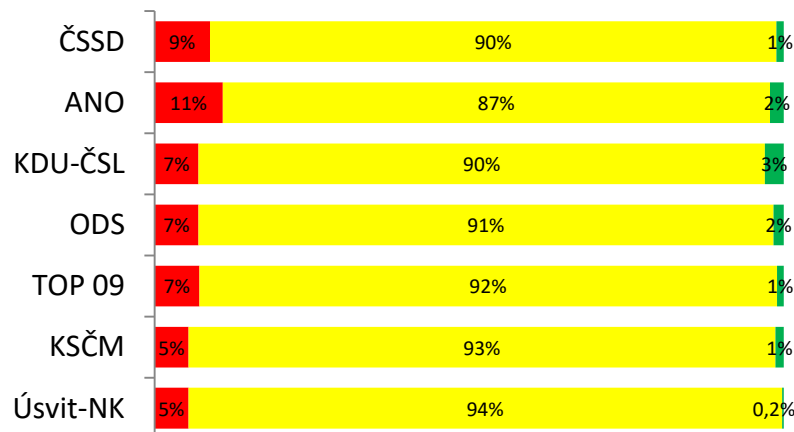
# POLITICKÉ STRANY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

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



Pozn.: data obsahují nejen údaje o prezentaci politických stran, ale i jejich představitelů. Grafy zobrazují 7 nejčastěji zmiňovaných stran.

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

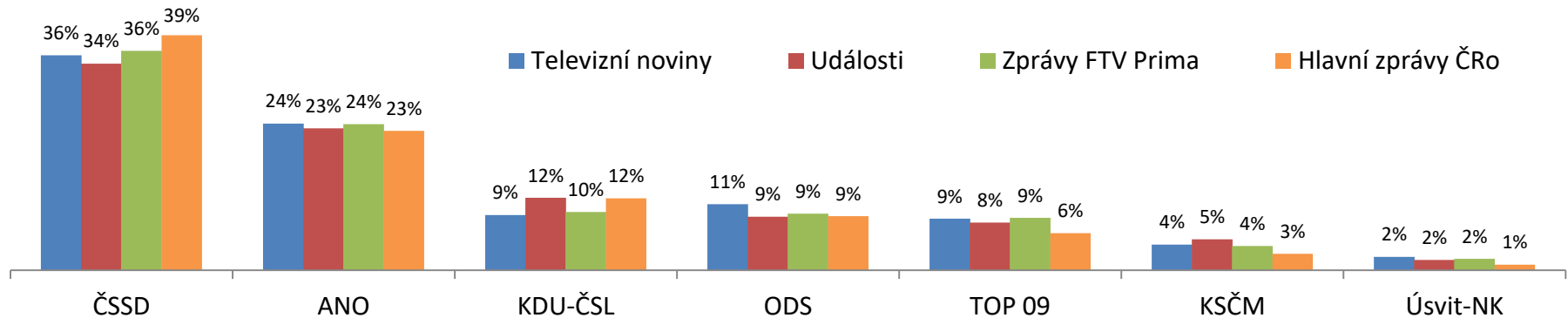


Sledované relace:  
 Události  
 Události, komentáře  
 Zprávy ve 23  
 Týden v politice

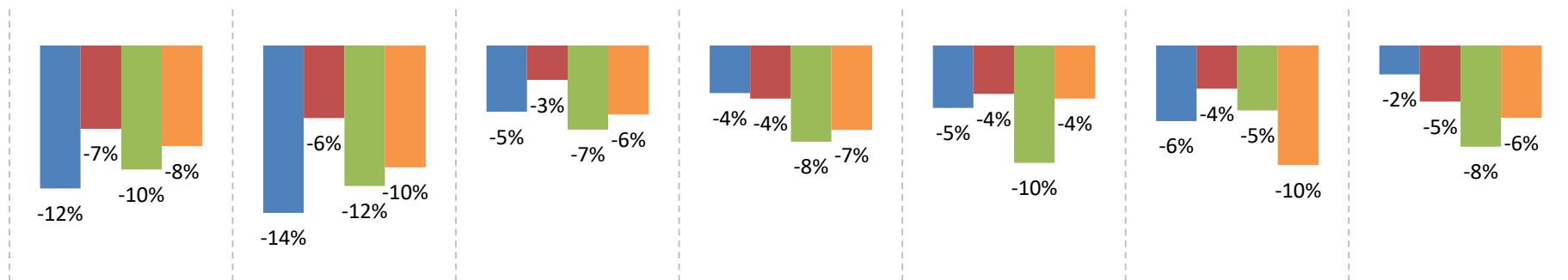
Relativně nejpříznivěji hodnocenou parlamentní stranou byla vládní KDU-ČSL (intenzita její medializace byla viditelně nižší než u ČSSD a ANO). Významný úspěch v krajských volbách odrážející se i v desetinném podílu pozitivních výpovědí posunul mezi 7 nejčastěji zmiňovaných stran v Událostech hnutí Starostů a nezávislých (částečně také zastoupené v Poslanecké sněmovně).

# POLITICKÉ STRANY V HL. ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH: intenzita

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



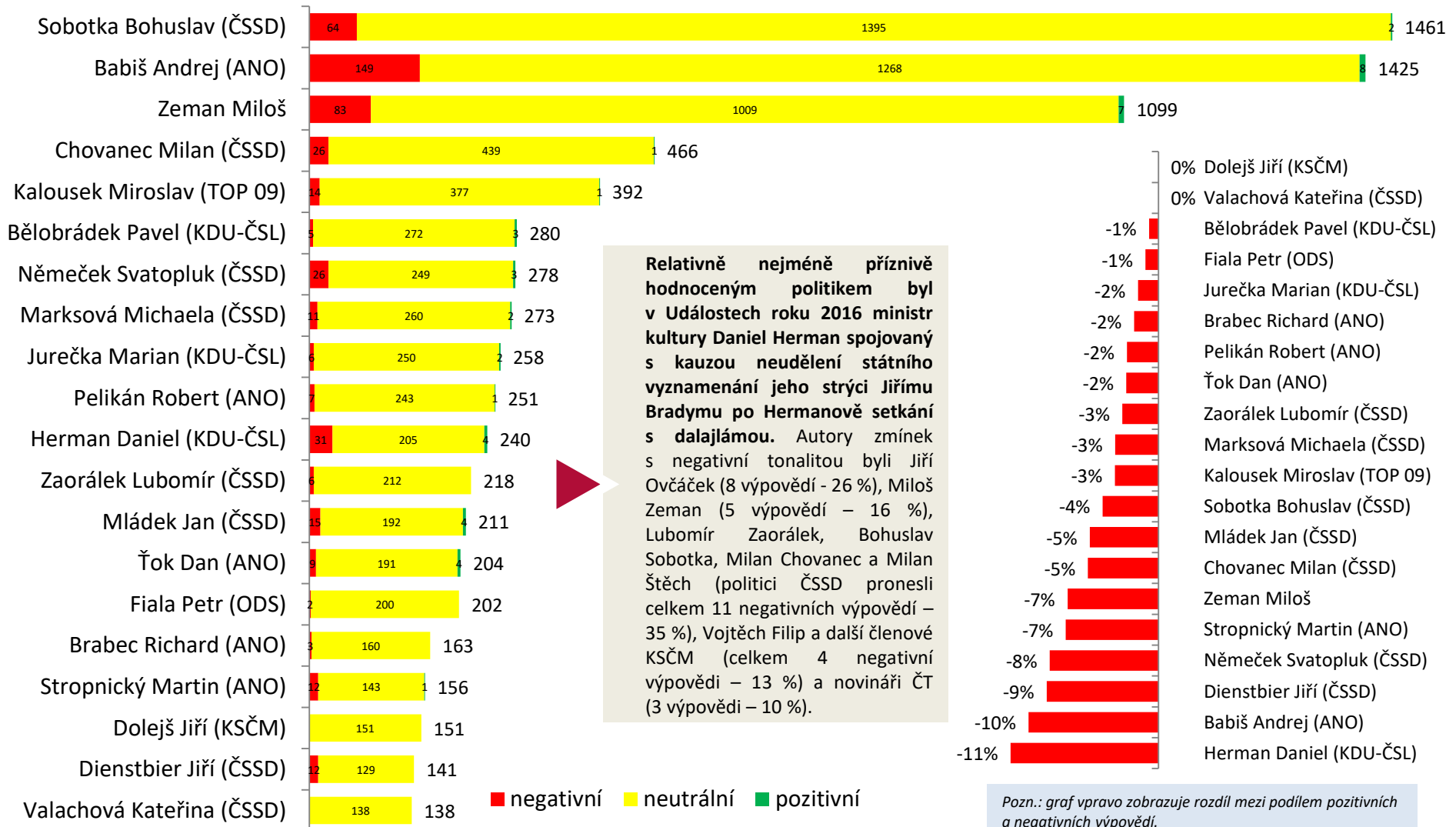
**Tón medializace politických stran v hlavních zpravodajských pořadech (7 nejčastěji zmiňovaných pol. stran). Hodnoty představují rozdíl mezi podílem pozitivních a negativních výpovědí.** Záporné číslo tedy znamená, že strana byla prezentována s převahou negativních výpovědí.



**Hnutí ANO bylo ve čtveřici relací prezentováno s podílově totožnou intenzitou. Tonalitou zabarvení výpovědí o hnutí ovšem výrazně vybočovaly častěji neutrální Události.** V Televizních novinách, Zprávách FTV Prima a Hlavních zprávách ČRo častěji zaznívala kritika ANO a jejího předsedy Andreje Babiše vlastního problematizovanou farmu Čapí hnízdo (více [snímek 26](#)).

# ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ: Události

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



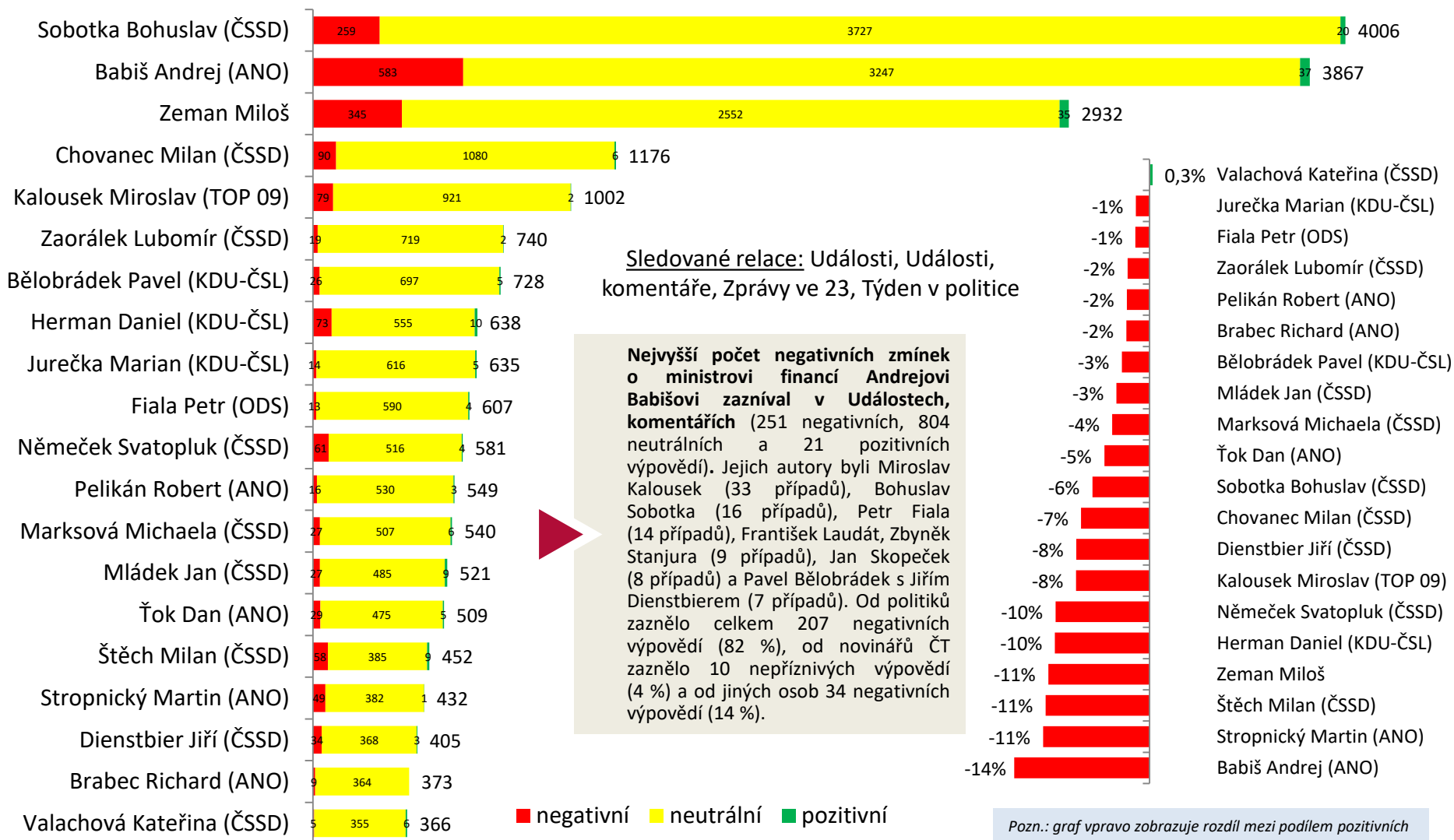
Relativně nejméně příznivě hodnoceným politikem byl v Událostech roku 2016 ministr kultury Daniel Herman spojovaný s kauzou neudělení státního vyznamenání jeho strýci Jiřimu Bradymu po Hermanově setkání s dalajámou. Autory zmínek s negativní tonalitou byli Jiří Ovčáček (8 výpovědí - 26 %), Miloš Zeman (5 výpovědí - 16 %), Lubomír Zaorálek, Bohuslav Sobotka, Milan Chovanec a Milan Štěch (politici ČSSD pronesli celkem 11 negativních výpovědí - 35 %), Vojtěch Filip a další členové KSČM (celkem 4 negativní výpovědi - 13 %) a novináři ČT (3 výpovědi - 10 %).

Pozn.: graf vpravo zobrazuje rozdíl mezi podílem pozitivních a negativních výpovědí.



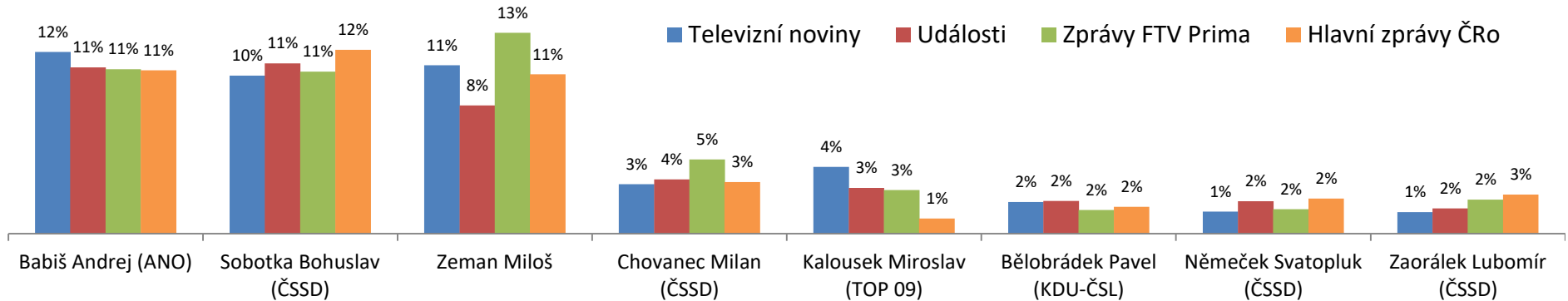
# ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

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



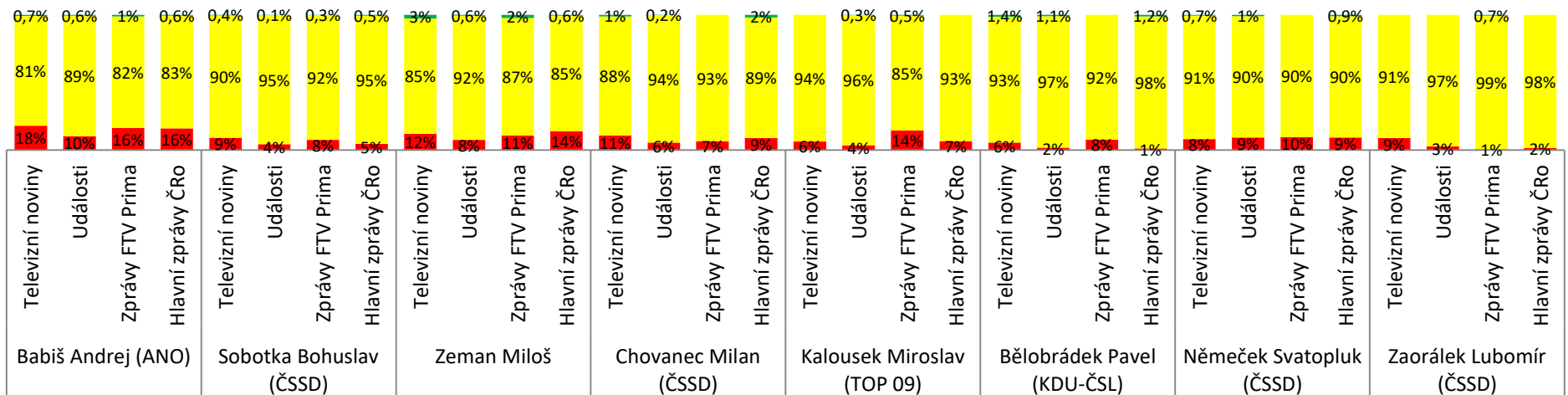
# POLITICI V HLAVNÍCH ZPRAV. POŘADECH

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



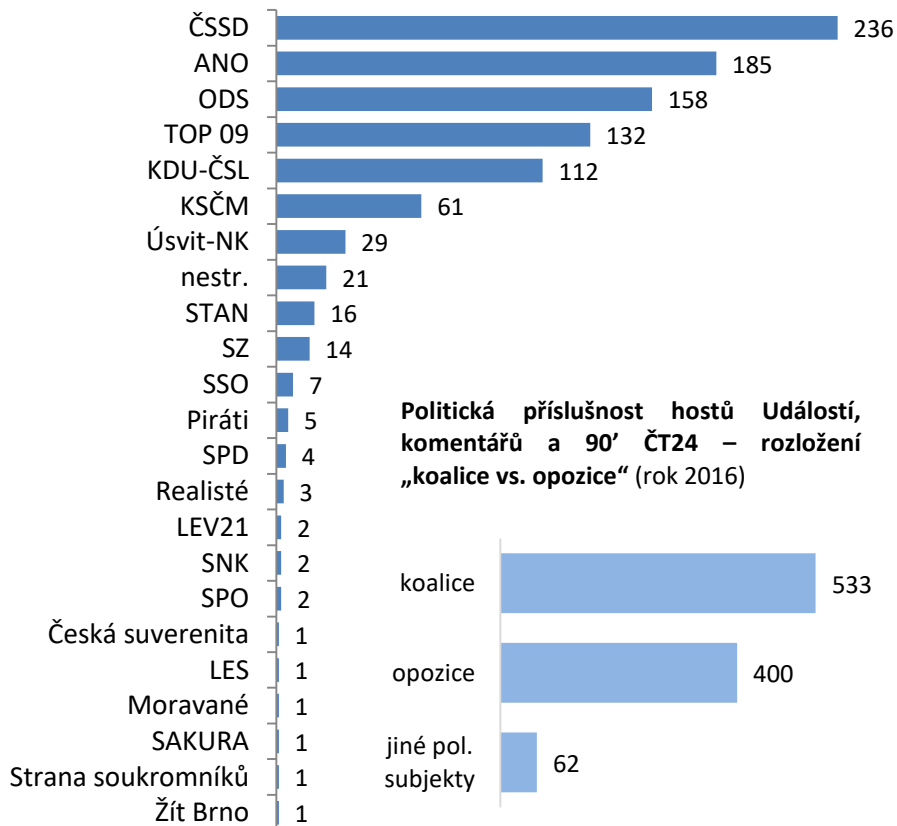
Pořadí trojice nejčastěji zmiňovaných politiků v Událostech byla přesně opačná než ve Zprávách FTV Prima. Komerční Zprávy informovaly především o prezidentovi M. Zemanovi (860 výpovědí) a premiér B. Sobotka získal pozornosti výrazně méně (694 výpovědí).

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

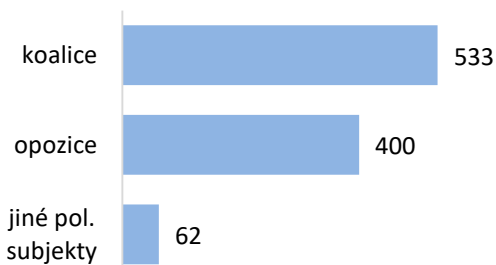


# ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ: hosté Událostí, komentářů a 90' ČT24

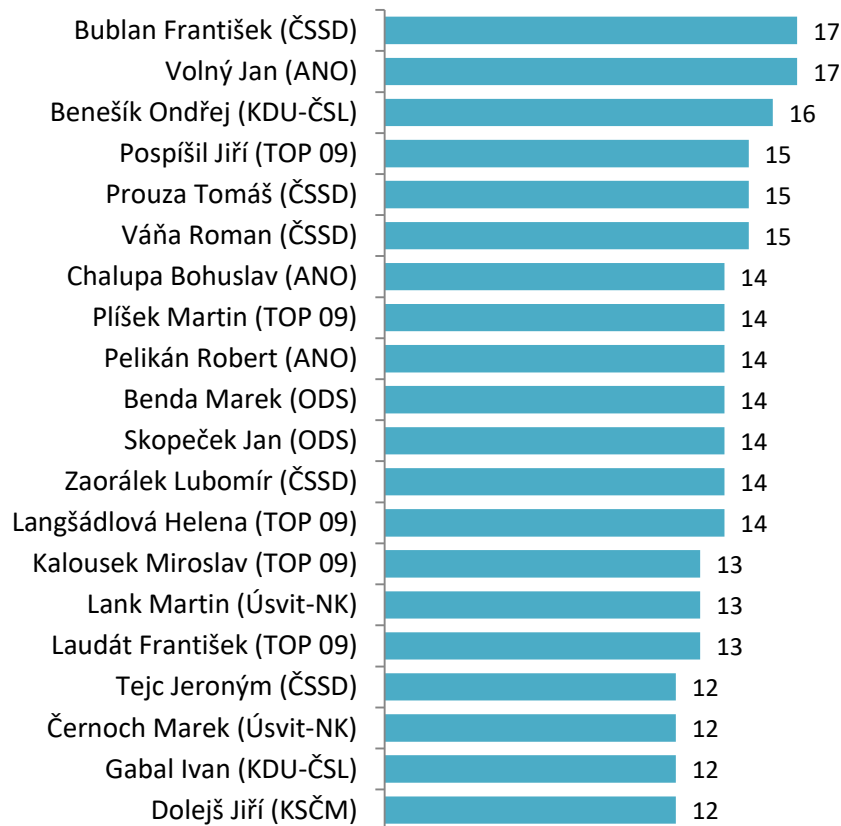
Zastoupení představitelů politických stran v Událostech, komentářích a 90' ČT24 (rok 2016), počet účastí



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



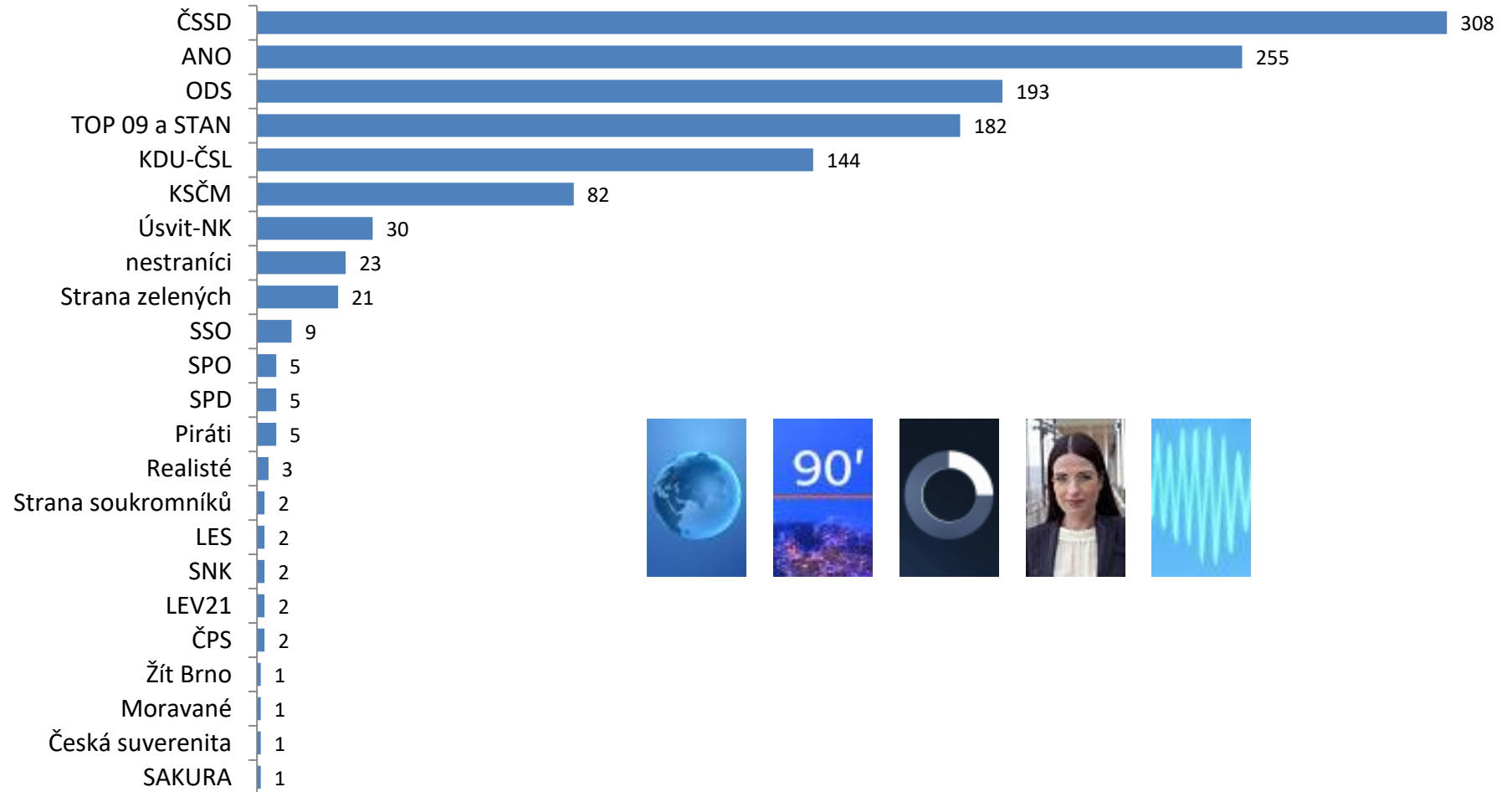
Nejčastější hosté Událostí, komentářů a 90' ČT24 (rok 2016), počet účastí



Rozhovorů v Událostech, komentářích a 90' ČT24 se zúčastnilo během sledovaného roku 255 různých politiků a političek. Sedmadvacet z nich bylo hosty desítky rozhovorů. Poměrné rozložení zástupců vládní koalice a parlamentní opozice 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 1,33.

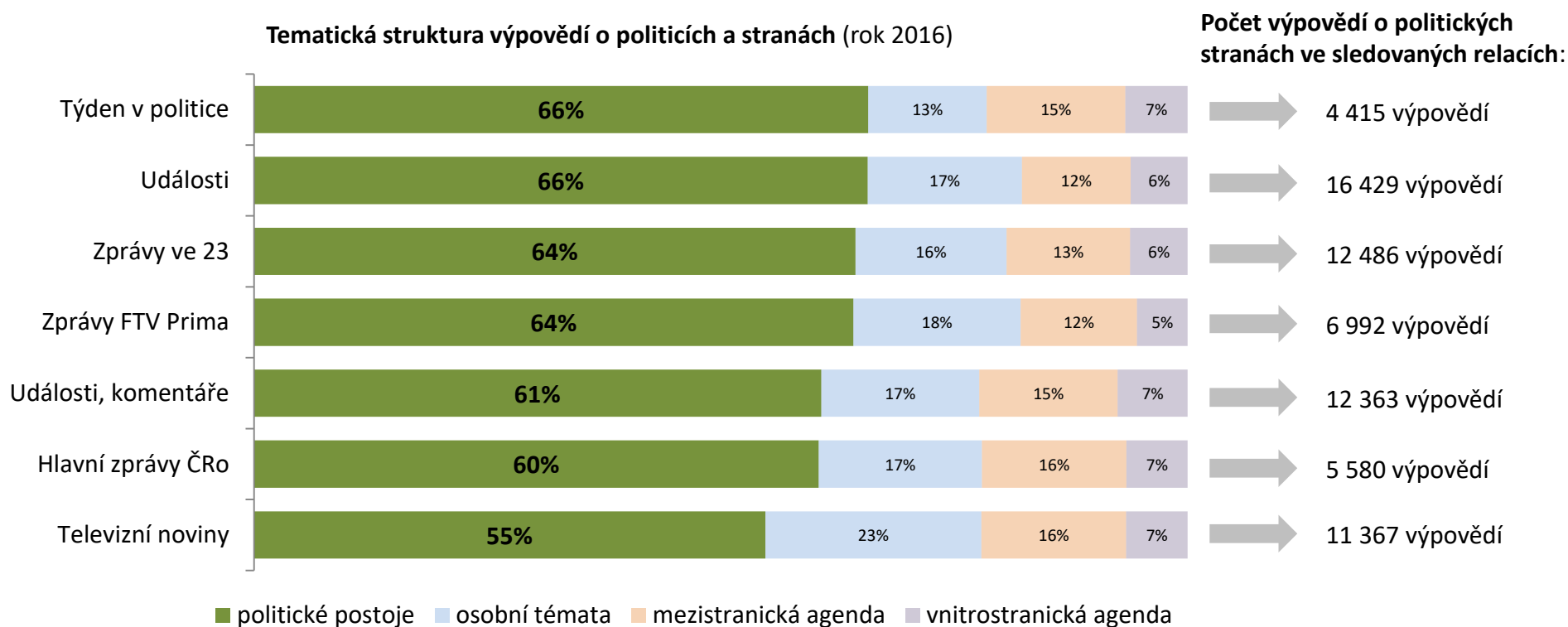
# POLITIČTÍ HOSTÉ ROZHOVORŮ V RELACÍCH ČT24

Zastoupení představitelů politických stran v Událostech, komentářích, 90' ČT24, Otázkách V. Moravce, Máte slovo s M. Jílkovou a Interview ČT24, rok 2016, počet účastí



# VĚCNÁ TÉMATA V POLITICKÉM ZPRAVODAJSTVÍ

Tematická struktura výpovědí o politicích a stranách (rok 2016)

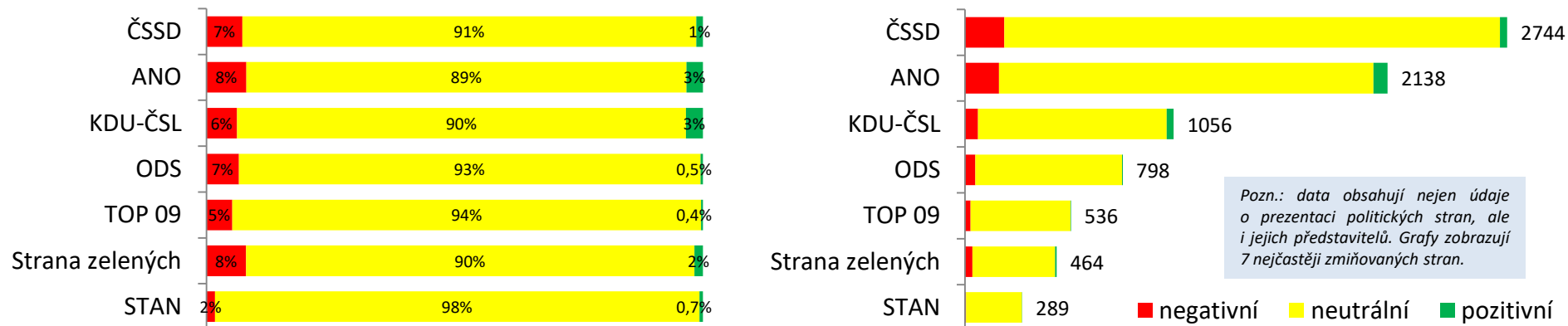


**politické postoje:** program, faktické programové kroky, věcná témata (školství, daňová politika, zdravotnictví...); **osobní témata:** oblíbenost, preference, jmenování či odvolání z funkcí, zvolení (i na post prezidenta); **mezistranická agenda:** vztahy s koaličními partnery a politickými oponenty;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

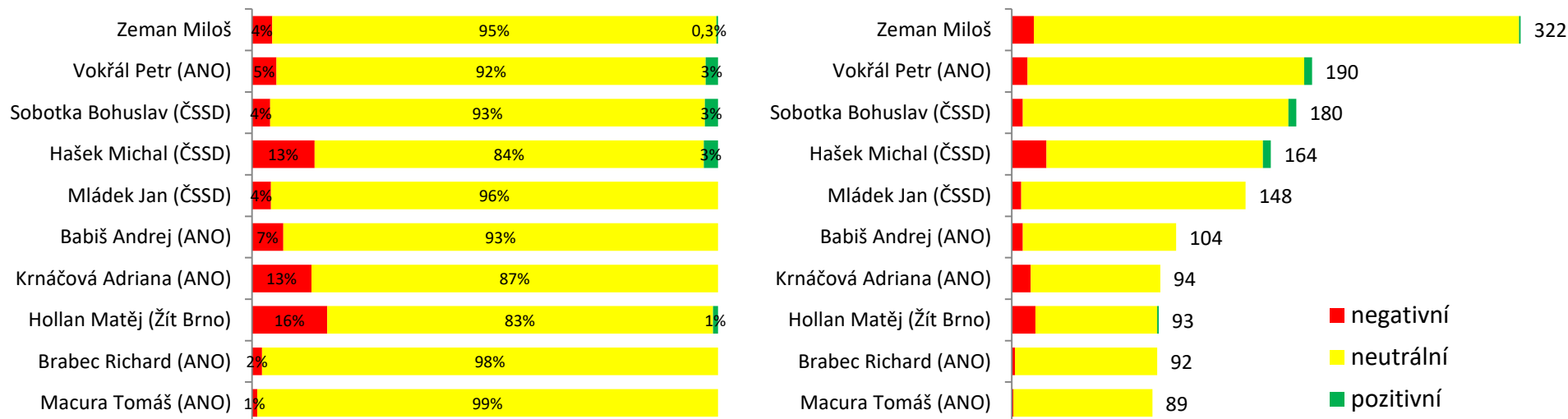
Všechny detailně analyzované relace informovaly na procentuálně podobném prostoru o **vnitrostranické agendě** spojené především ve třetím čtvrtletí s **nominacemi kandidátů pro krajské a senátní volby**. Významné rozdíly byly naopak v zaměření na *osobní témata*, kterým se redaktoři Televizních novin věnovaly výrazně častěji než autoři reportáží a rozhovorů Týdne v politice. Politická agenda jmenovaného Týdne v politice, Událostí a Zpráv ve 23, podobně jako v komerčních Zprávách FTV Prima byla ze dvou třetin tvořena věcnými programovými informacemi o stranách a politicích. Naopak v Televizních novinách tvořily *politické postoje* lehce nadpoloviční podíl.

# POLITICKÉ STRANY V UDÁLOSTECH V REGIONECH

Intenzita a tón medializace politických stran v pořadech UDÁLOSTÍ V REGIONECH (Praha, Brno, Ostrava) – rok 2016, počet výpovědí



Nejčastěji prezentovaní politici v relacích UDÁLOSTÍ V REGIONECH (Praha, Brno, Ostrava) a tón jejich medializace (rok 2016), počet výpovědí



**V relacích Událostí v regionech byl nejčastěji zmiňovaným politikem prezident Miloš Zeman pokračující ve svých pravidelných návštěvách krajů. Volební výsledky a kauza neexistující tiskové mluvčí se nepříznivě podepsaly na mediálním obrazu Michala Haška.**


# MEDIALIZACE KRAJSKÝCH CEST MILOŠE ZEMANA

Intenzita medializace cest prezidenta Miloše Zemana do krajů – rok 2016, počet příspěvků (vlevo) a stopáž v hodinách a minutách (vpravo)



**Prezidentským návštěvám krajů se relace ČT24 věnovaly v součtu 9 hodin.** Více než polovina této stopáže patřila Událostem, komentářům, které většinou neinformovaly čistě o krajských cestách Miloše Zemana, spíše využívaly prezidentem vyslovené názory jako námět k diskuzím a doplnění probíraných témat. Televizní noviny uváděly častěji informace o prezidentově soukromí nebo o politicky méně relevantních tématech (například o střelbě z útočné pušky v Ústeckém kraji; tato fakta korespondují se zjištěními popsány na [snímku 29](#)). Všechny tiskové konference prezidenta Zemana z jednotlivých krajů byly živě přenášeny na ČT24.

**Kritéria výběru zkoumaného vzorku:** pro detailní kvantitativní rozbor byly vybírány pouze zpravodajské příspěvky s přímým vztahem k pracovním cestám prezidenta Miloše Zemana do krajů ČR (těchto cest prezident v roce 2016 podnikl 13 – 25. - 27. ledna navštívil Jihomoravský kraj, 8. - 10. února Plzeňský kraj, 24. - 26. února Liberecký kraj, 7. - 9. března Karlovarský kraj, 31. března - 1. dubna Královéhradecký kraj, 18. - 20. dubna Středočeský kraj, 18. - 20. května Olomoucký kraj, 1. - 3. června Jihočeský kraj, 29. června - 1. července Kraj Vysočina, 14. - 16. září Pardubický kraj, 4. - 6. října Zlínský kraj, 2. - 4. listopadu Moravskoslezský kraj a 23. - 25. listopadu Ústecký kraj; zdroj: [www.zemanmilos.cz/cz/tiskova-sdeleni/](http://www.zemanmilos.cz/cz/tiskova-sdeleni/)). Do výběru byly tedy, vedle informací přímo se týkajících krajských návštěv, zahrnuty také příspěvky, v nichž bylo zveřejněno vyjádření prezidenta (vztahující se například k uprchlické krizi, brexitu či soudu se členy Ztohoven) uvedené během pracovní návštěvy (díky vizuální stránce zkoumaného obsahu bylo možné tomuto kritériu vyhovět se stoprocentní jistotou a přesností).

- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality 
- ☑ Podnikové zpravodajství
- ☑ Variabilita
- ☑ Sebe prezentace a citace
- ☑ Metodika

#### Zahraniční zpravodajství

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

#### Regionální zpravodajství v celostátních relacích

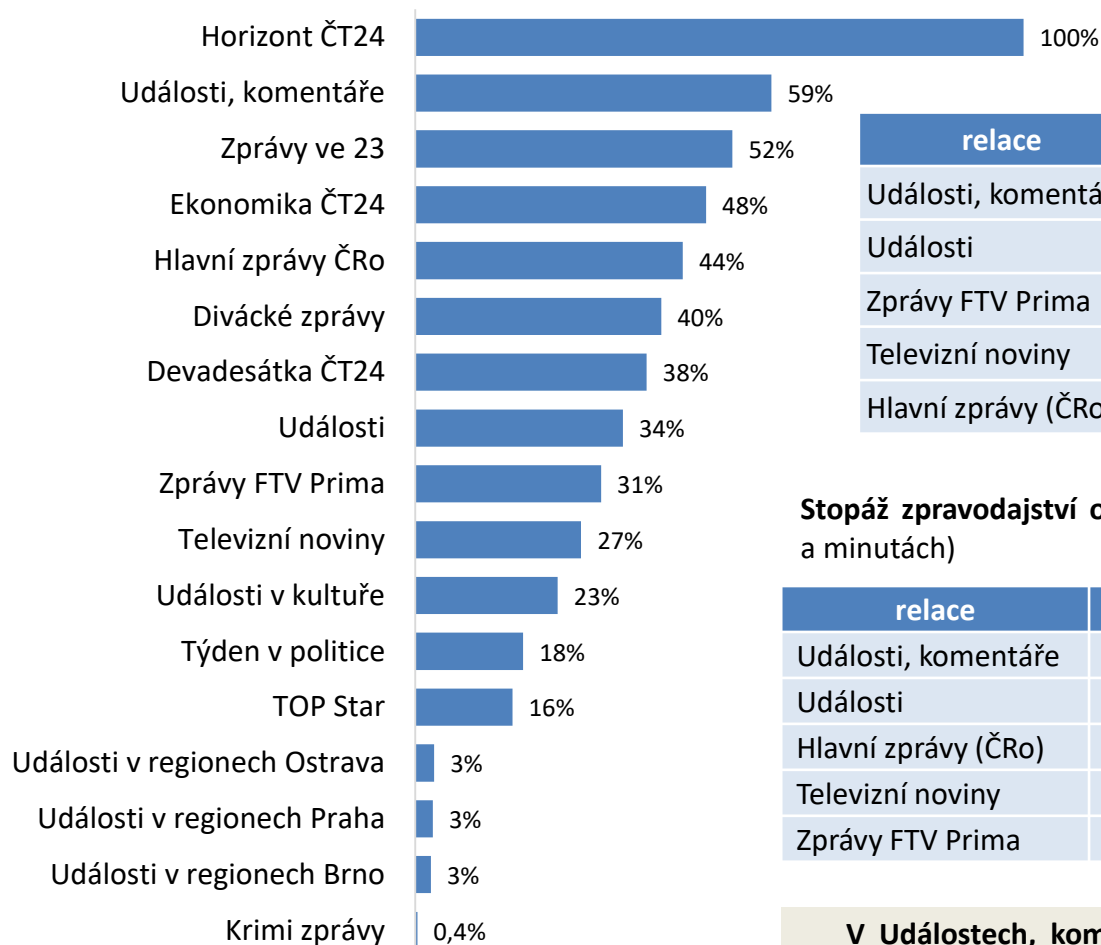
- regionální struktura zpravodajství o ČR
- medializace krajů v Událostech
- kombinace „regionální destinace: téma“



# PODÍL ZAHRANIČNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

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

Vývoj podílu zahraničního zpravodajství v relacích ČT, TV Nova, Prima FTV a ČRo (roky 2013, 2014, 2015 a 2016)



relace	rok 2013	rok 2014	rok 2015	rok 2016
Události, komentáře	27 %	41 %	55 %	<b>59 %</b>
Události	26 %	30 %	<b>35 %</b>	34 %
Zprávy FTV Prima	19 %	19 %	28 %	<b>31 %</b>
Televizní noviny	18 %	22 %	<b>29 %</b>	27 %
Hlavní zprávy (ČRo)	nesledováno	40 %	<b>45 %</b>	44 %

**Stopáž zpravodajství o EU** (roky 2013, 2014, 2015 a 2016; stopáž v hodinách a minutách)

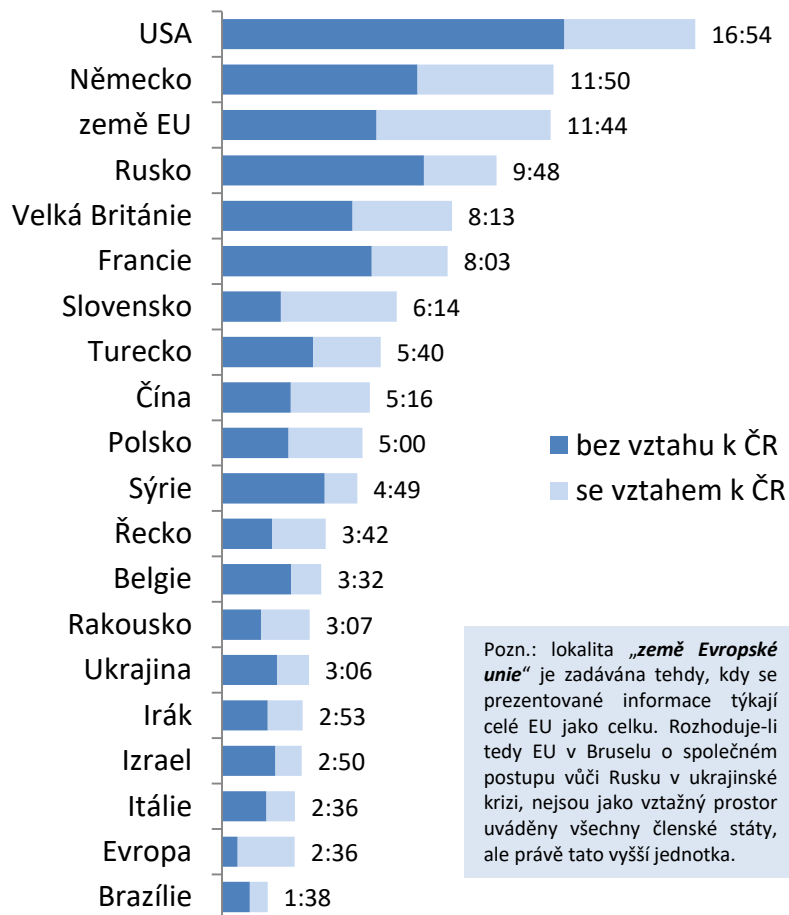
relace	rok 2013	rok 2014	rok 2015	rok 2016
Události, komentáře	7:02	24:05	50:40	<b>55:44</b>
Události	4:54	10:14	16:38	<b>17:34</b>
Hlavní zprávy (ČRo)	nesledováno	7:26	14:11	<b>15:06</b>
Televizní noviny	0:34	2:45	<b>9:22</b>	7:30
Zprávy FTV Prima	1:20	1:47	6:56	<b>7:31</b>

**V Událostech, komentářích nadále roste podíl zahraničního zpravodajství zaměřeného v první řadě na informování o Evropské unii. Té se v roce 2015 důrazně dotýkala uprchlická krize, k níž se v polovině roku 2016 přidala krize unijní integrace, která vyvrcholila rozhodnutím Britů o brexitu.**

Graf zobrazuje časový podíl příspěvků ze ZAHRANIČÍ BEZ VZTAHU K ČR a ZAHRANIČÍ SE VZTAHEM K ČR.

# ZAHRA NIČNÍ LOKALITY V UDÁLOSTECH

## Nejčastěji zmiňované zahraniční lokality ve zpravodajství Událostí (rok 2016, stopáž v hodinách a minutách)



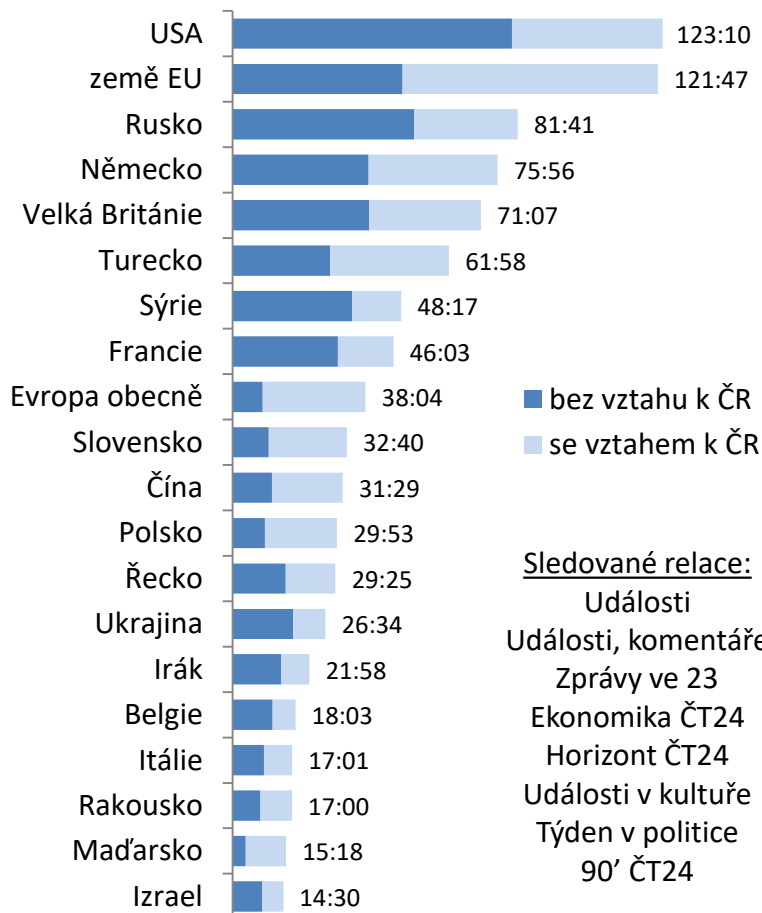
## Nejčastější témata zahraničního zpravodajství v Událostech (rok 2016, stopáž v hodinách a minutách)



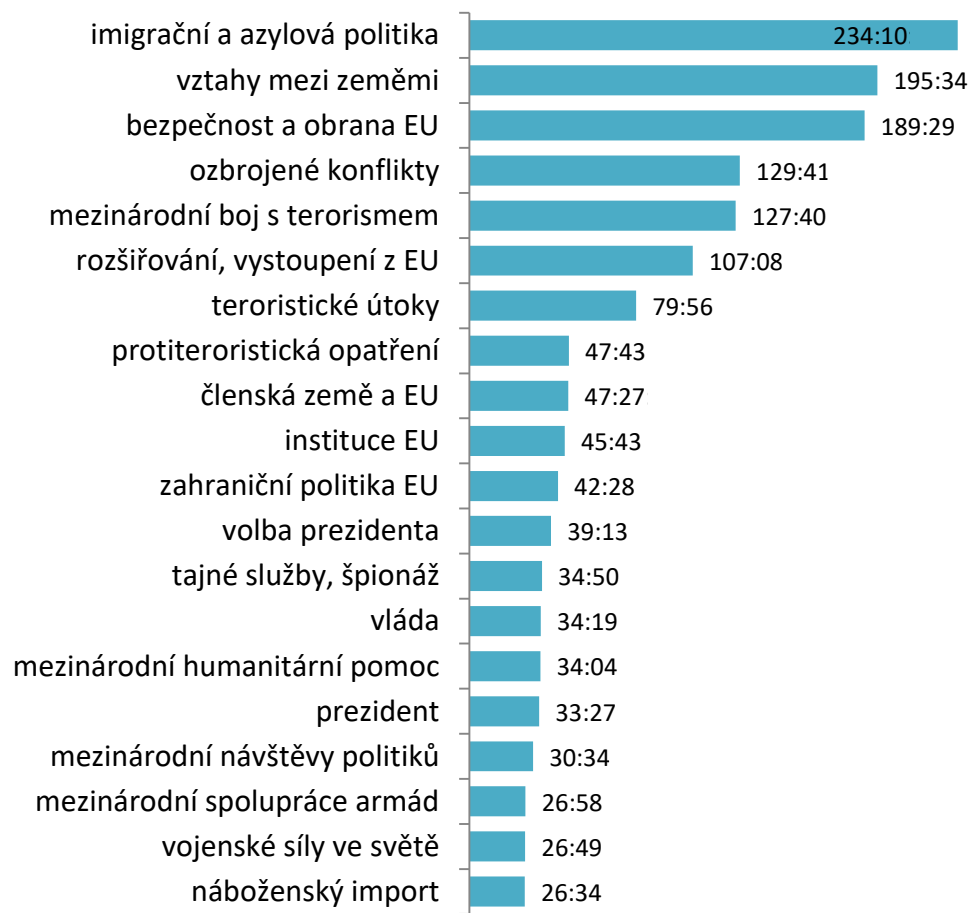
Podobně jako v letech 2013 a 2015 byly v Událostech nejčastěji zmiňovanou zahraniční lokalitou Spojené státy americké (v roce 2014 získaly prvenství Ukrajina a Rusko). Medializace USA byla spojena nejen s rolí, kterou země hraje v blízkovýchodních ozbrojených konfliktech a mezinárodním boji s terorismem, ale především s volbou prezidenta, který v roce 2017 nahradí Baracka Obamu.

# ZAHRA NIČNÍ LOKALITY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

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



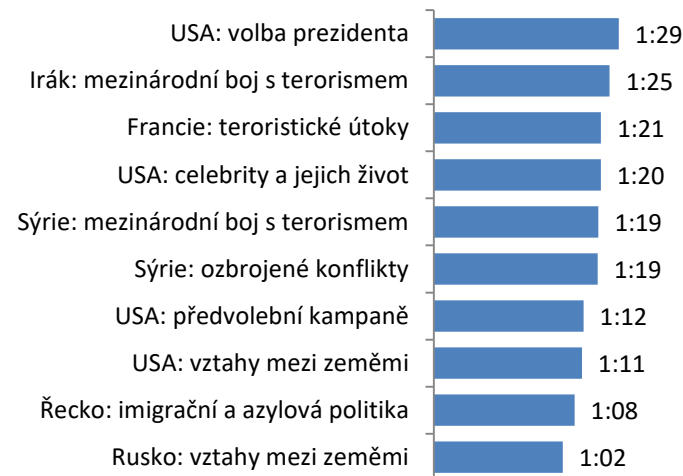
## Nejčastější témata zahraničního zpravodajství v relacích ČT24 (rok 2016, stopáž v hodinách a minutách)



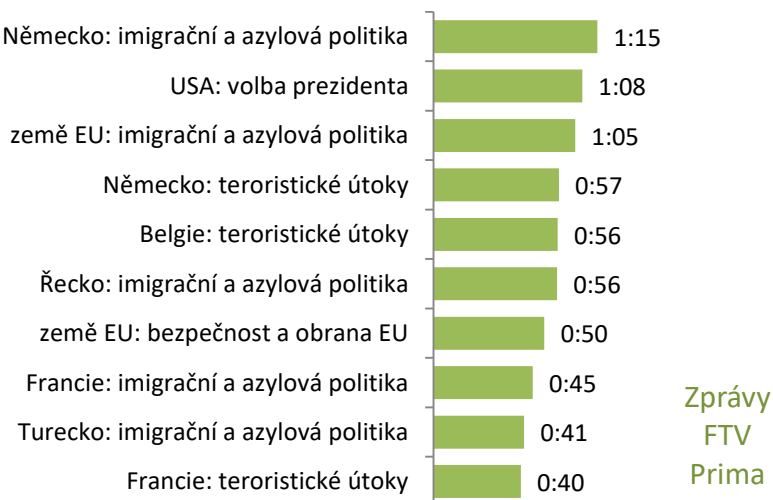
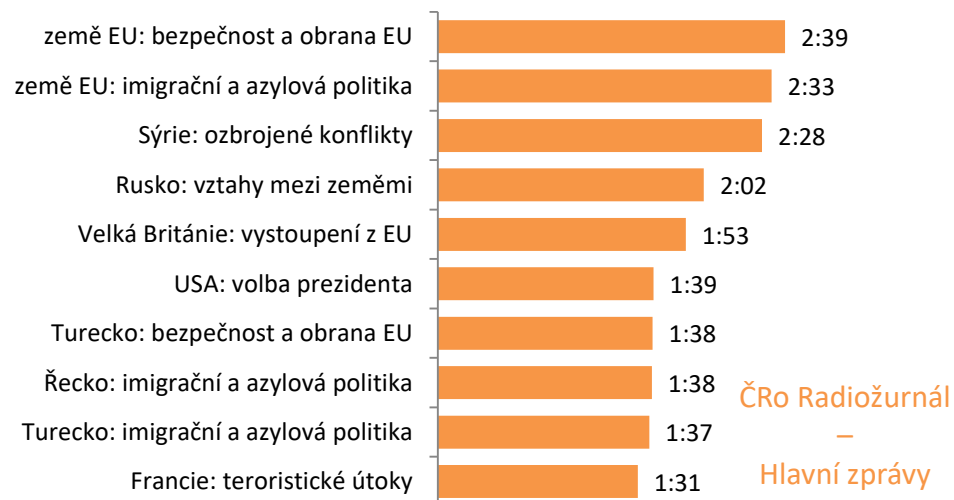
Více než 30 minut zpravodajové ČT24 informovali o **mezinárodních návštěvách politiků**. Mediálním pokrytím, zájmem veřejnosti a pravděpodobně i z pohledu mezinárodních politicko-ekonomických vztahů a postavení České republiky byla nejvýznamnější událostí tohoto typu v roce 2016 návštěva čínského prezidenta.

# TÉMATA ZAHRANIČNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

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

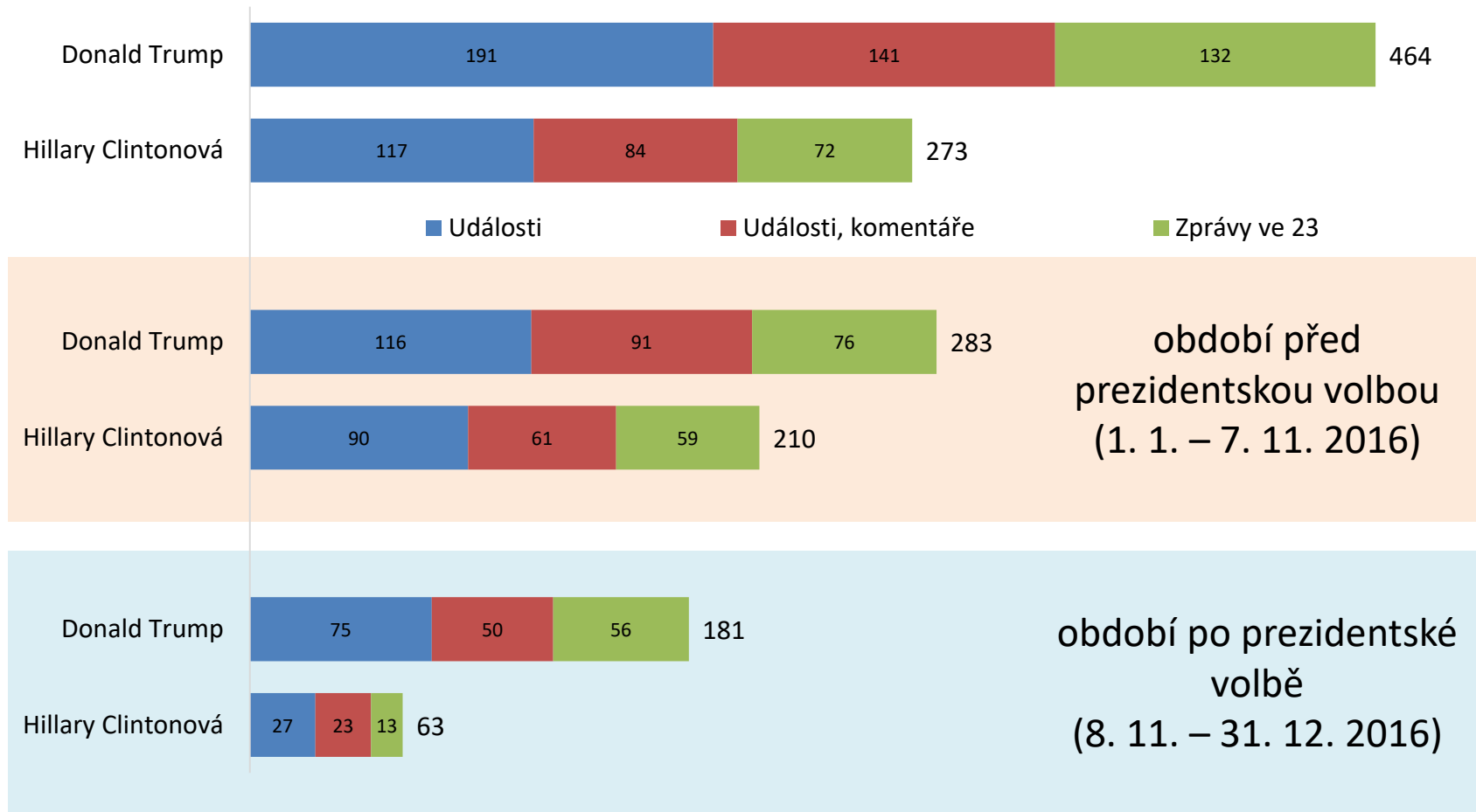


**O občanské válce v Sýrii informovaly rozhlasové zpravodajové 2 a půl hodiny, reportéři a moderátoři Událostí o 24 minut kratší dobu.** Pro Zprávy FTV Prima byla kombinace *Sýrie: ozbrojené konflikty* s osmiminutovým prostorem a 80. pozicí v žebříčku zcela okrajovou záležitostí.



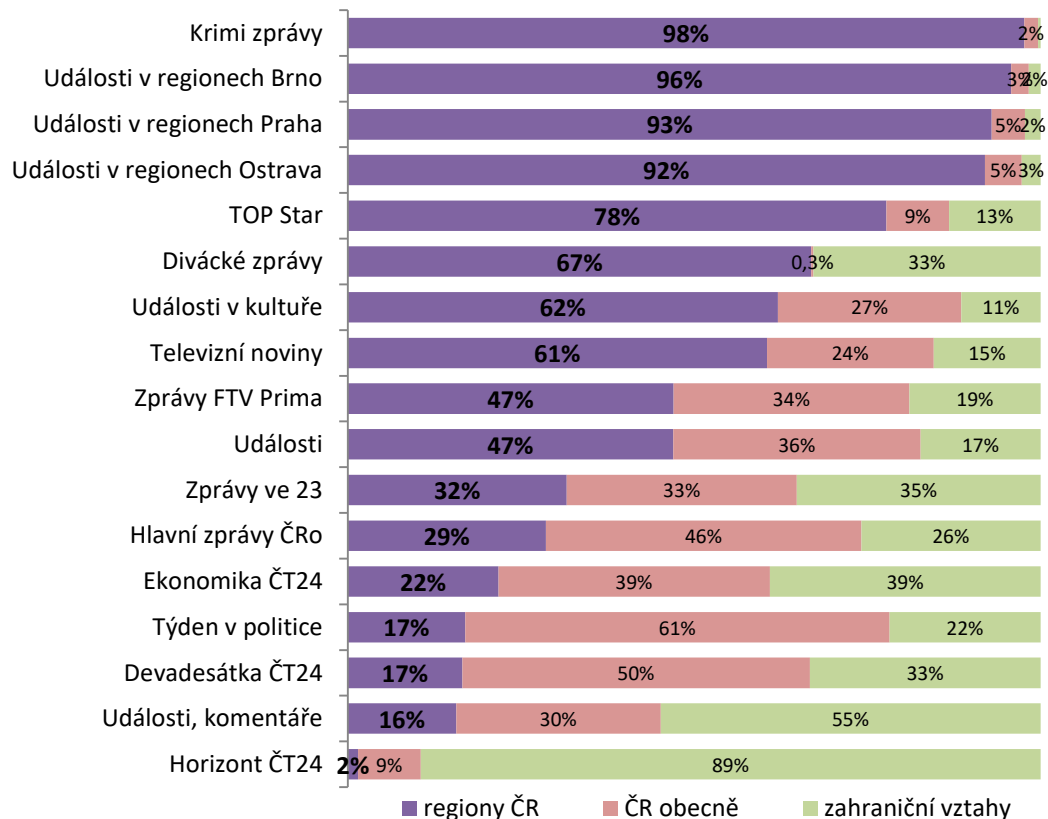
# ZAHraniČNÍ ZPRAVODAJSTVÍ: Donald Trump vs. Hillary Clintonová

Intenzita medializace Donalda Trumpa a Hillary Clintonové ve zpravodajství ČT24 (rok 2016, počet příspěvků)



# REGIONÁLNÍ STRUKTURA ZPRÁV O ČR VE ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍCH

Struktura zpravodajství o ČR: rok 2016, podíl na stopáži



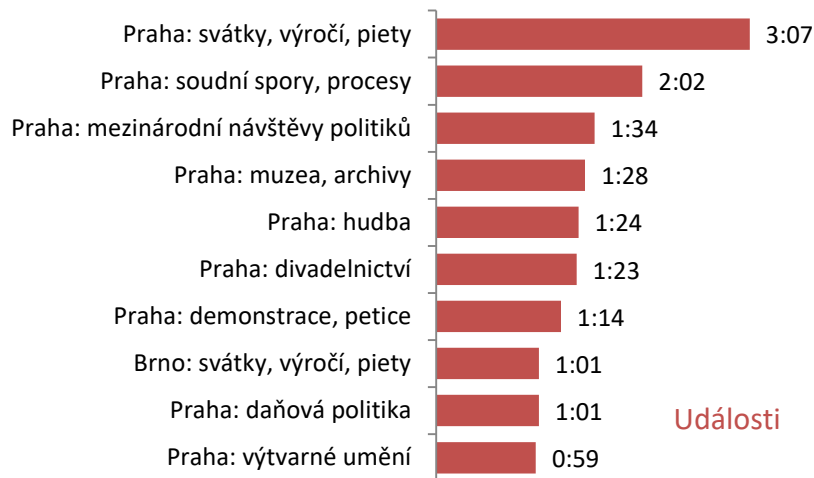
Medializace krajů v regionálním zpravodajství Událostí: rok 2016, stopáž v hodinách a minutách



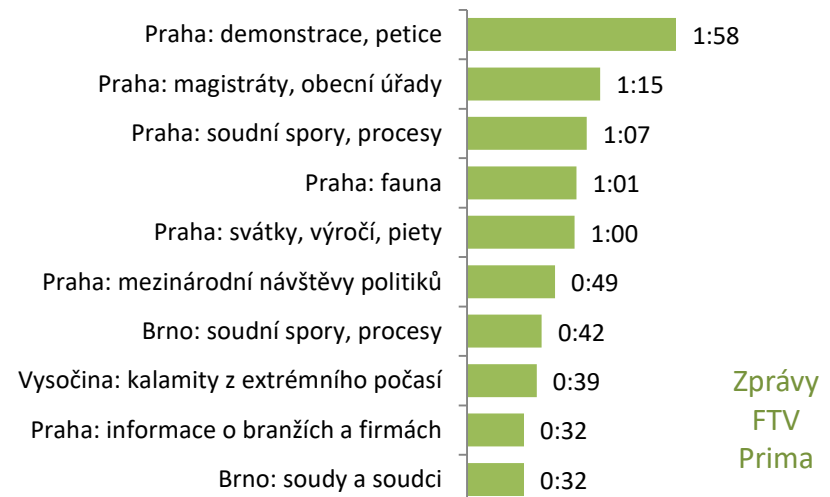
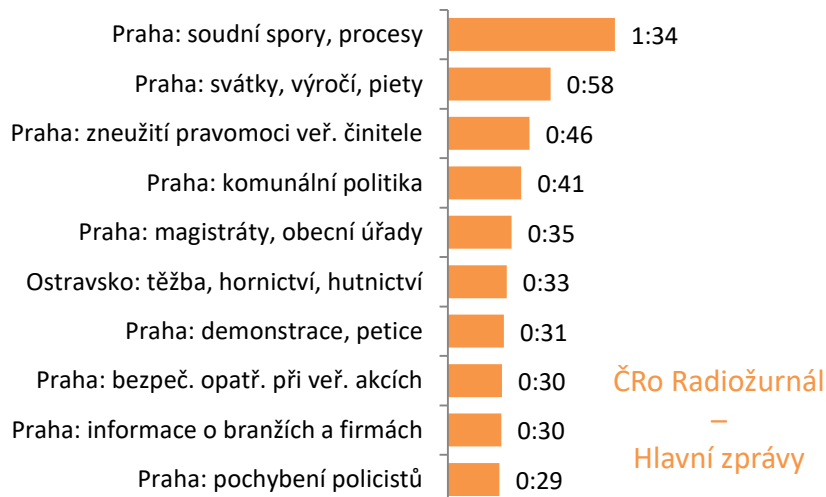
**Krise těžební společnosti OKD, která byla ve zpravodajství ČT24 jednoznačně nejčastěji zmiňovaným podnikem v roce 2016 (více [snímek 42](#)), posunula Moravskoslezský kraj na pozici druhého nejdéle medializovaného regionu v Událostech. Z [následujícího snímku](#) je zřejmé, že Praha byla v hlavní relaci České televize často zobrazována jako kulturní metropole.**

# REGIONÁLNÍ ZPRAVODAJSTVÍ V HL. ZPRAV. RELACÍCH

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



Na nejvyšších místech žebříčků kombinací regionálních destinací a témat se ve všech čtyřech analyzovaných relacích objevila **Praha: 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
- ☑ Sebe prezentace a citace
- ☑ Metodika

#### Souhrnné ukazatele

- [intenzita a tonalita ekonomického zpravodajství](#)

#### Firmy

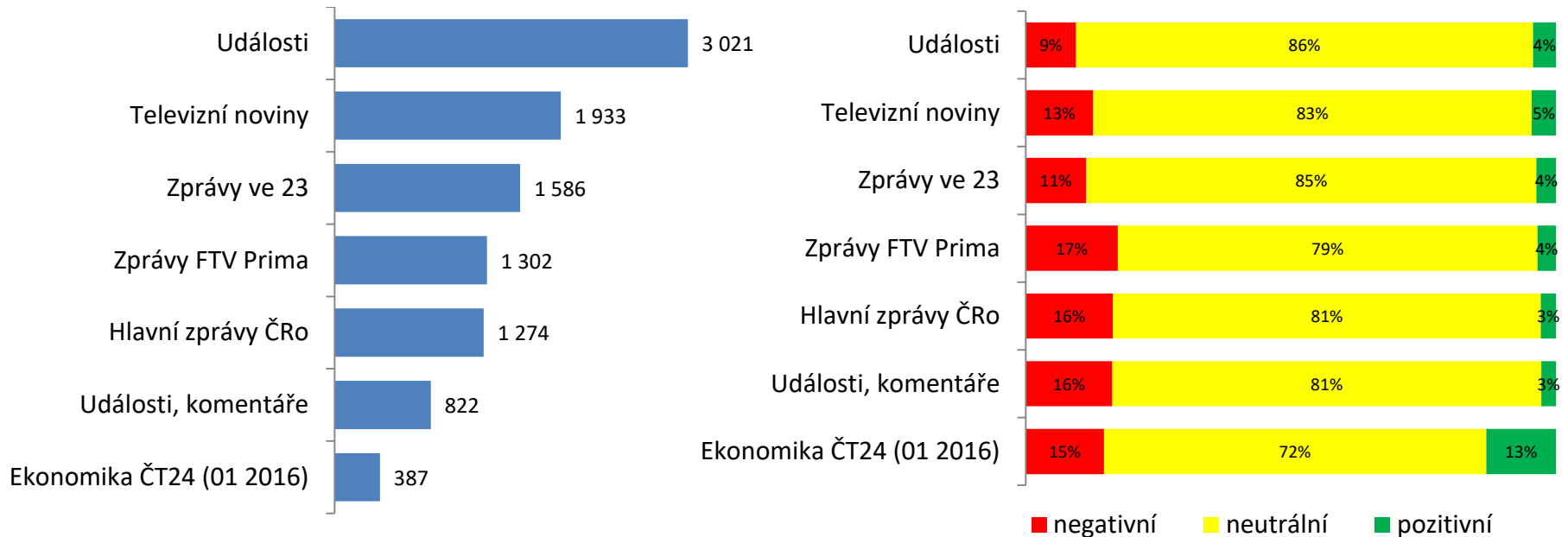
- [podniky ve zpravodajských pořadech ČT24](#)

- [podniky v hlavních zpravodajských pořadech](#)



# SOUHRNNÉ UKAZATELE PODNIKOVÉHO ZPRAVODAJSTVÍ

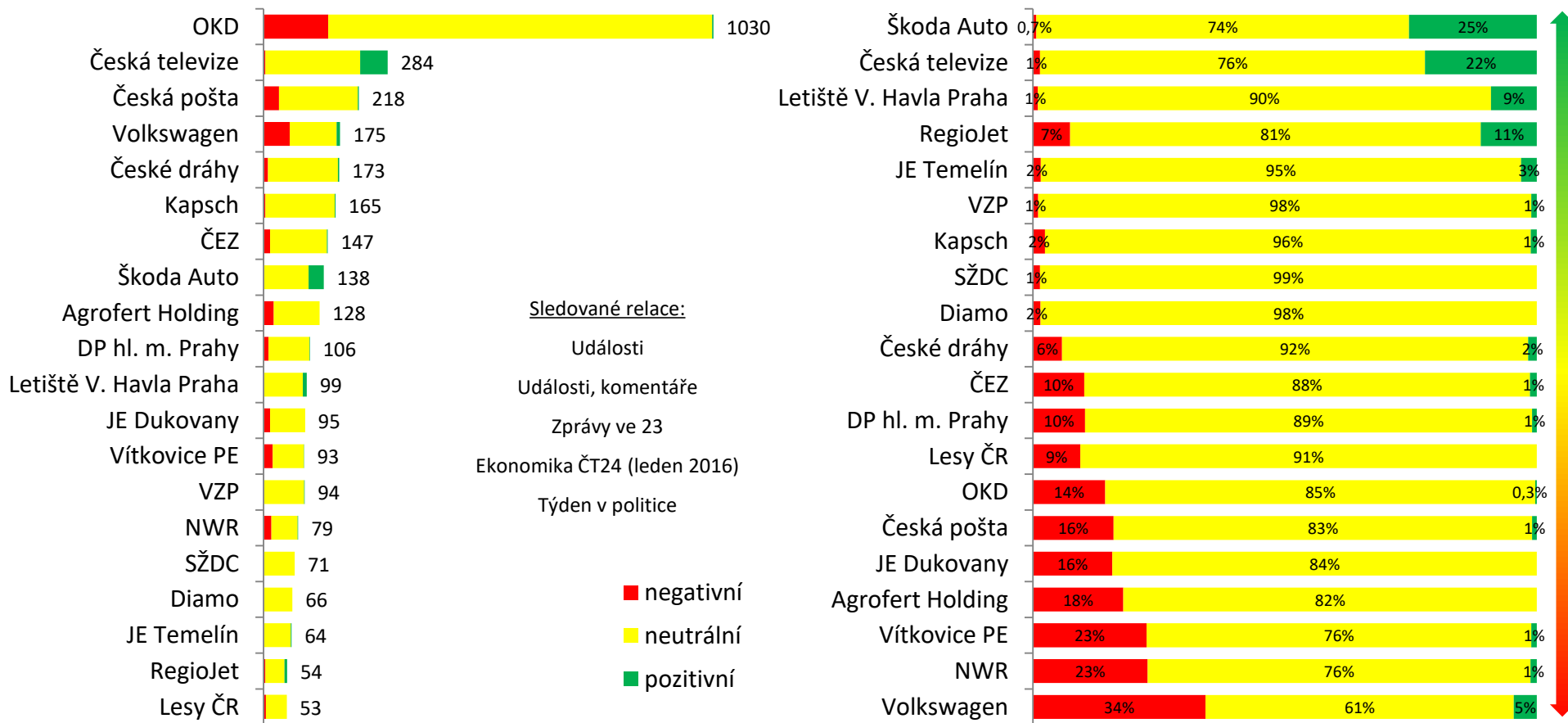
Intenzita a tón medializace ekonomického zpravodajství ve vybraných zpravodajských relacích (rok 2016), počet výpovědí o podnicích



Bez nadsázky lze říci, že společným jmenovatelem podnikového zpravodajství sledovaných relací byly Ostravsko karvinské doly, kterým zpravodajové věnovaly nesrovnatelně více prostoru než ostatním podnikům. V komerčních televizích byla jedinou výjimkou pozitivní sebe prezentace vlastních stanic (více [snímek 43](#)). Situace těžební společnosti byla také objektivním důvodem faktu, že v prezentaci podnikové sféry častěji zaznívaly výpovědi s negativní tonalitou. Nejmenší rozdíl v podílu pozitivity a negativity zaznamenaly Události (respektive v lednu vysílaná Ekonomika ČT24).

# FIRMY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

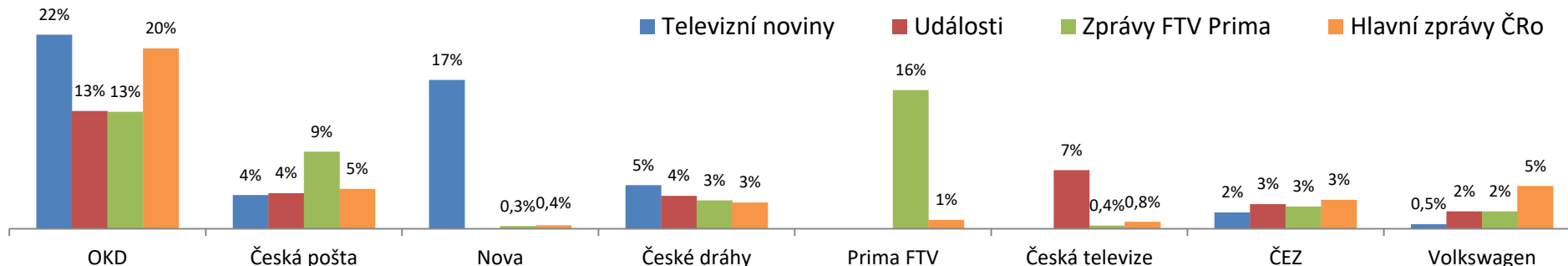
20 nejčastěji zmiňovaných společností ve zpravodajství ČT24 (rok 2016), počet výpovědí, tón medializace



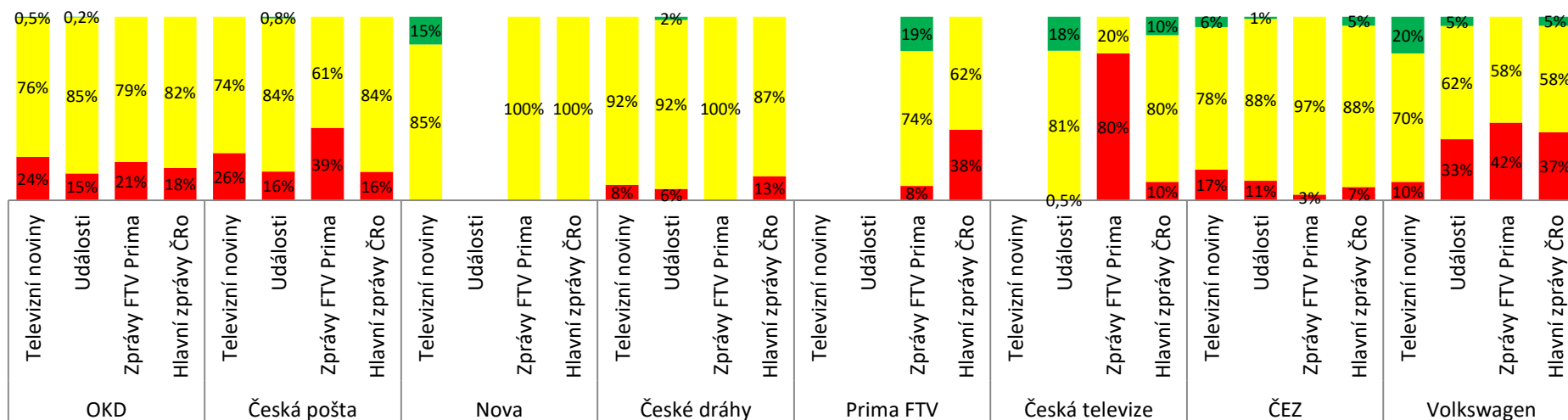
**Mediální obraz automobilky Volkswagen již v roce 2015 negativně ovlivnila tzv. aféra Dieseltgate, jejíž následky firma řeší doposud. Významně pozitivně byla na druhé straně v relacích ČT24 medializována česká značka koncernu VW Škoda Auto.**

# FIRMY V HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH


Podíl nejčastěji zmiňovaných firem na podnikovém zpravodajství (rok 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 (rok 2016)



**Všechny tři televizní stanice využívaly hlavní zpravodajské relace k pozitivní prezentaci vlastních aktivit a pořadů.** Komerční společnosti Nova a Prima volily tuto taktiku dvakrát častěji než Česká televize v Událostech.

- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ Podnikové zpravodajství
- ☑ Variabilita 
- ☑ Sebe prezentace a citace
- ☑ Metodika

#### Tematická

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

#### Politická

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

#### Územní

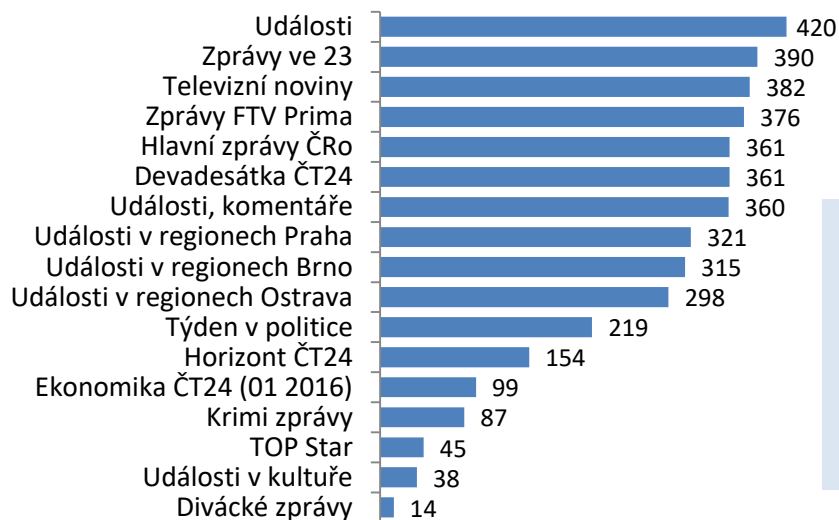
- [zahraniční lokality](#)
- [domácí lokality](#)

#### Genderová

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

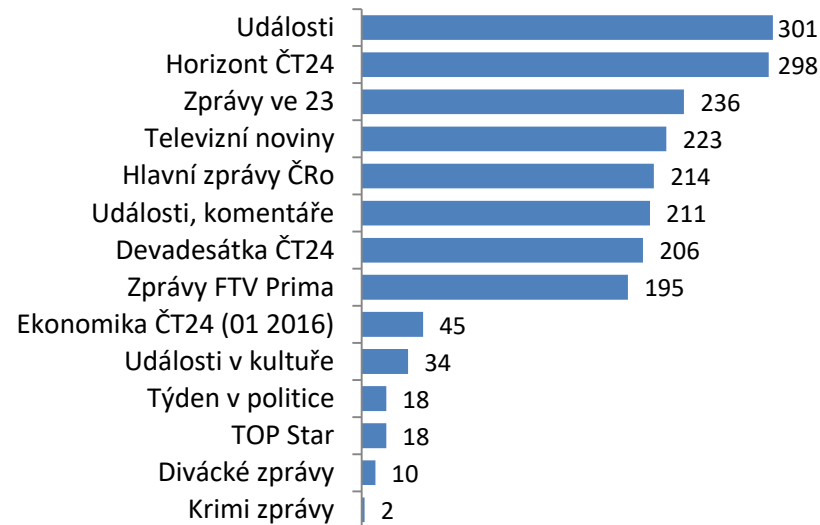
# TEMATICKÁ VARIABILITA

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



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

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



**Události v roce 2016 zvýšily svou rekordní hodnotu z roku 2014, když zpracovaly reportáže, živé vstupy, analýzy a rozhovory na 420 různých námětů a z 90 % tak využily tematickou databázi Media Tenoru. Dramatické dění na mezinárodní scéně se odrazilo v meziročním nárůstu počtu různých hlavních témat příspěvků bez vztahu k ČR v hlavní zpravodajské relaci ČT.**

Počet různých hlavních témat příspěvků se vztahem k ČR (roky 2013, 2014, 2015 a 2016)

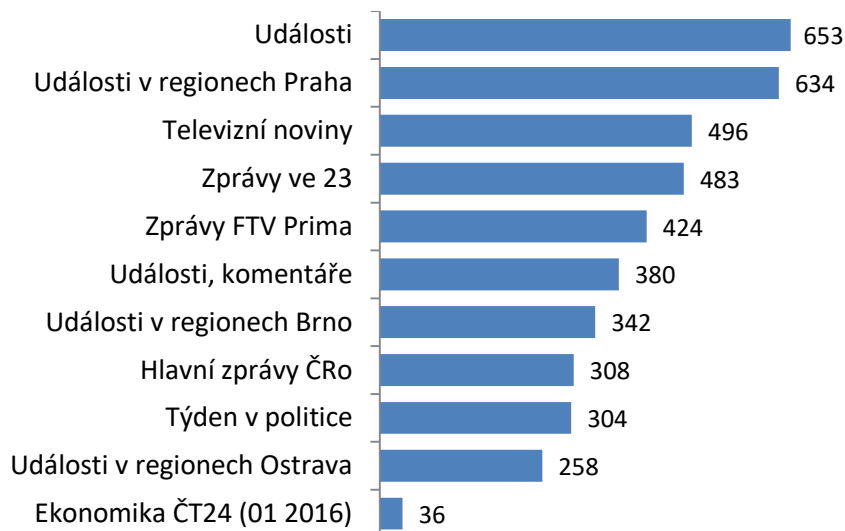
	rok 2013	rok 2014	rok 2015	rok 2016
Hlavní zprávy (ČRo)	X	361	352	361
Televizní noviny	339	352	376	382
Události	393	415	412	420
Události, komentáře	297	340	355	360
Zprávy FTV Prima	346	360	360	376

Počet různých hlavních témat příspěvků bez vztahu k ČR (roky 2013, 2014, 2015 a 2016)

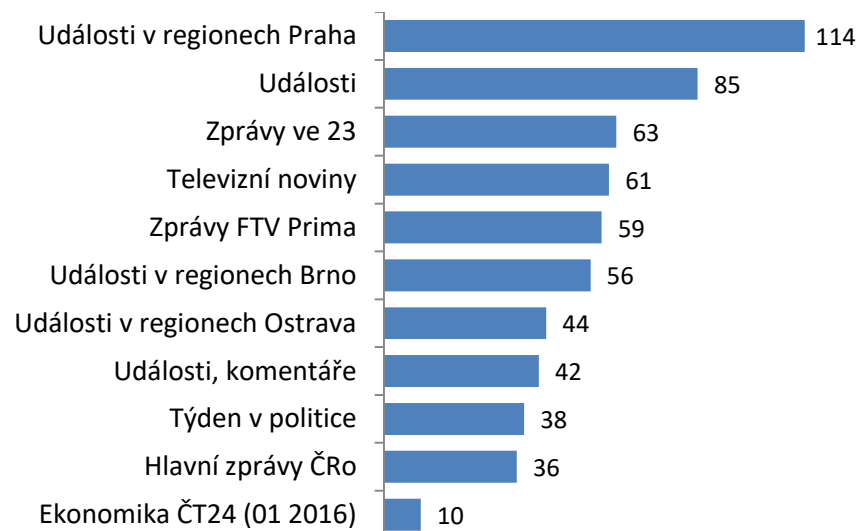
	rok 2013	rok 2014	rok 2015	rok 2016
Hlavní zprávy (ČRo)	X	186	220	214
Televizní noviny	190	193	219	223
Události	263	259	278	301
Události, komentáře	165	181	193	211
Zprávy FTV Prima	176	164	191	195

# POLITICKÁ VARIABILITA

Počet českých politiků zmíněných ve zpravodajství (rok 2016)



Počet českých politických stran zmíněných ve zpravodajství (rok 2016)



Zcela specifickou pozici měly v období před, během i po volbách do krajských zastupitelstev pražské Události v regionech, ve kterých se objevovaly informace o vysokém množství regionálních politických stran, hnutí, koalic a uskupení. Právě krajské a senátní volby vedly k významnému meziročnímu nárůstu počtu zmíněných politiků a političek v Událostech, Televizních novinách a Zprávách FTV Prima.

Počet českých politiků zmíněných ve zpravodajství (roky 2013, 2014, 2015 a 2016)

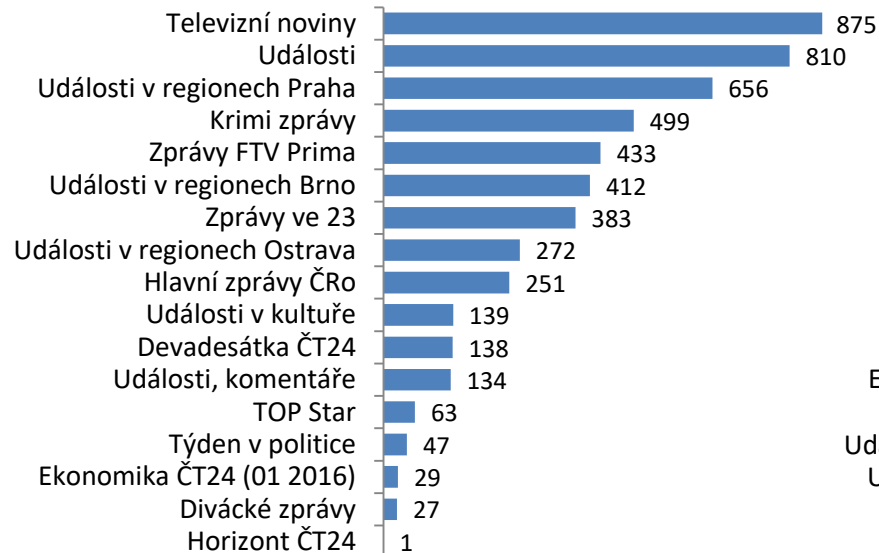
	rok 2013	rok 2014	rok 2015	rok 2016
Hlavní zprávy (ČRo)	X	311	263	308
Televizní noviny	275	393	307	496
Události	413	479	393	653
Události, komentáře	307	362	341	380
Zprávy FTV Prima	304	334	293	424

Počet českých politických stran zmíněných ve zpravodajství (roky 2013, 2014, 2015 a 2016)

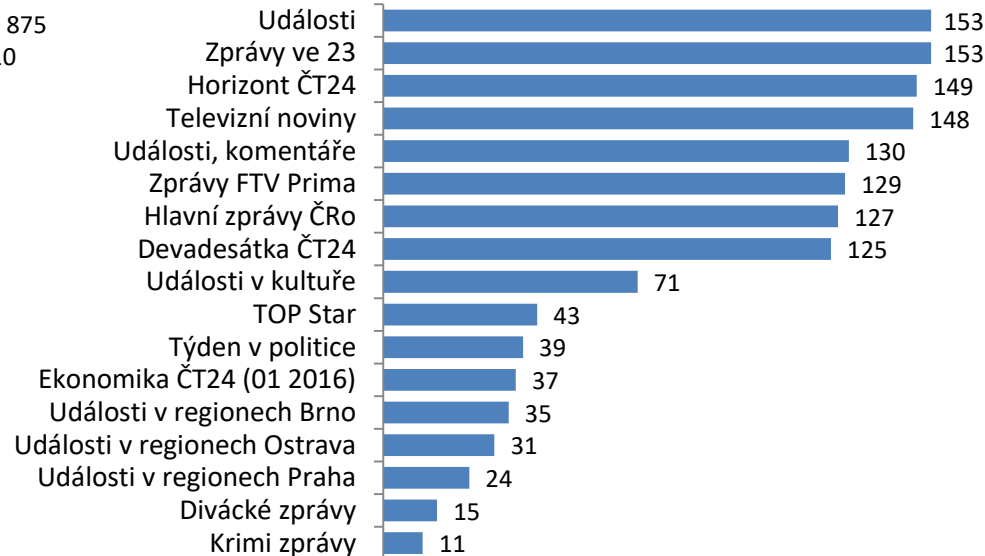
	rok 2013	rok 2014	rok 2015	rok 2016
Hlavní zprávy (ČRo)	X	31	32	36
Televizní noviny	29	49	31	61
Události	42	50	44	85
Události, komentáře	37	55	35	42
Zprávy FTV Prima	30	39	33	59

# ÚZEMNÍ VARIABILITA: zahraniční a domácí lokality

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



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



Podobně jako počet různých témat zahraničního zpravodajství zmíněný na [snímku 45](#) narostl v Událostech meziročně i počet prezentovaných různých zahraničních lokalit. Ve Zprávách ve 23 se hodnota oproti roku 2015 zvýšila o 16, v Horizontu ČT24 o 7.

Počet různých měst a obcí zmíněných v regionálním zpravodajství (roky 2013, 2014, 2015 a 2016)

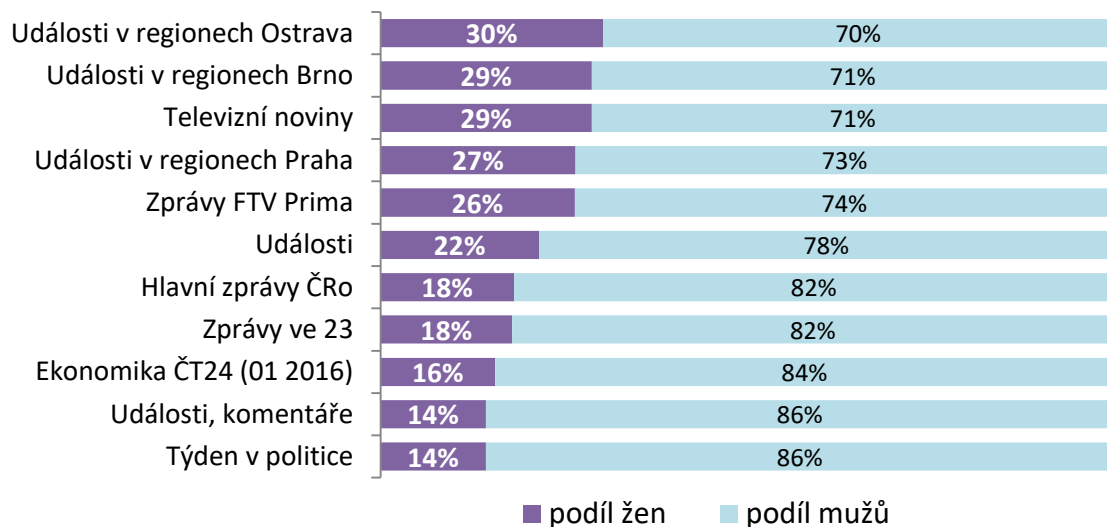
	rok 2013	rok 2014	rok 2015	rok 2016
Hlavní zprávy (ČRo)	X	231	237	251
Televizní noviny	816	949	878	875
Události	634	742	756	810
Události, komentáře	136	153	127	134
Zprávy FTV Prima	495	529	447	433

Počet různých zahraničních lokalit zmíněných v příspěvcích se zahraničním přesahem (roky 2013, 2014, 2015 a 2016)

	rok 2013	rok 2014	rok 2015	rok 2016
Hlavní zprávy (ČRo)	X	107	121	127
Televizní noviny	97	138	140	148
Události	127	147	144	153
Události, komentáře	98	116	119	130
Zprávy FTV Prima	107	117	120	129

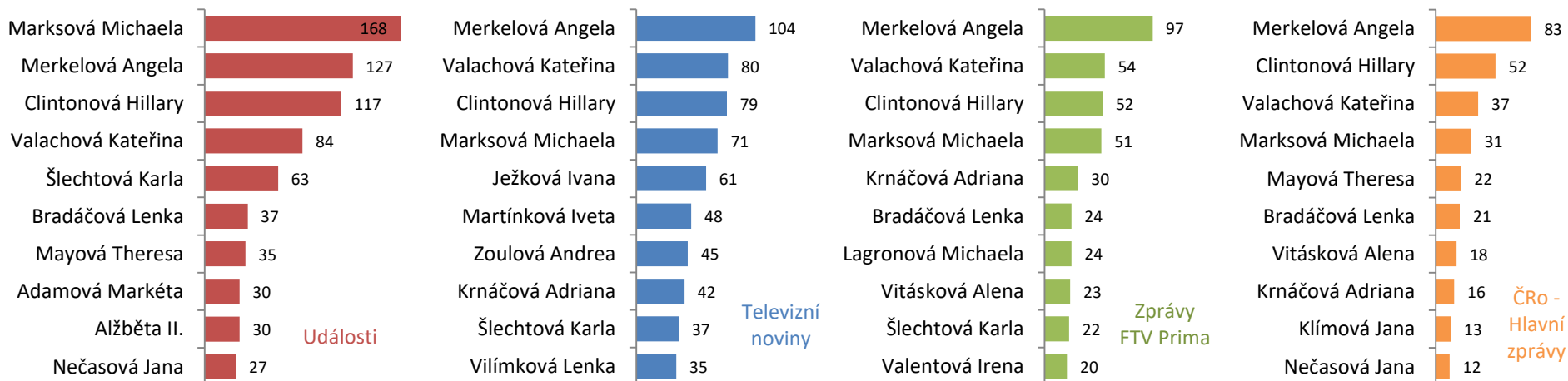
# GENDEROVÁ VARIABILITA

## Podíl žen a mužů ve zpravodajství (rok 2016)



Neúspěšná kandidátka na prezidentku Spojených států amerických Hillary Clintonová byla aktérkou vysokého počtu zpravodajských příspěvků především ve 2. pololetí. Pozice nejčastěji zmiňované zahraniční političky ovšem připadla německé spolkové kancléřce **Angele Merkelové**, která byla již druhý rok po sobě nejaktivnějším evropským lídrem angažovaným v řešení uprchlické krize.

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

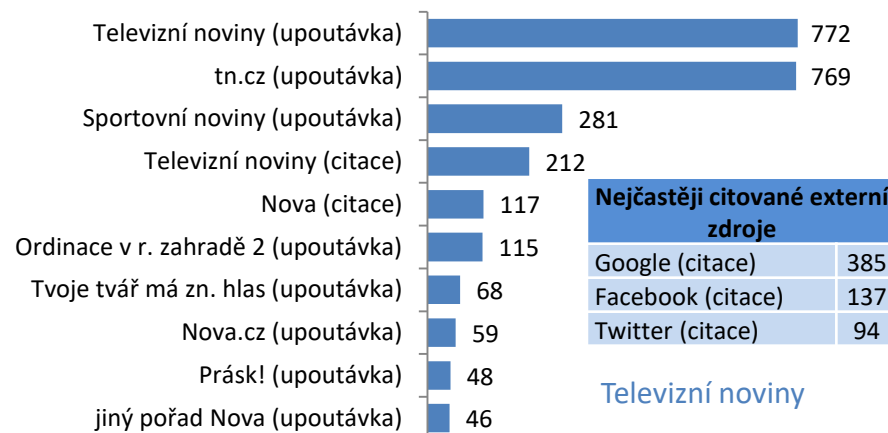
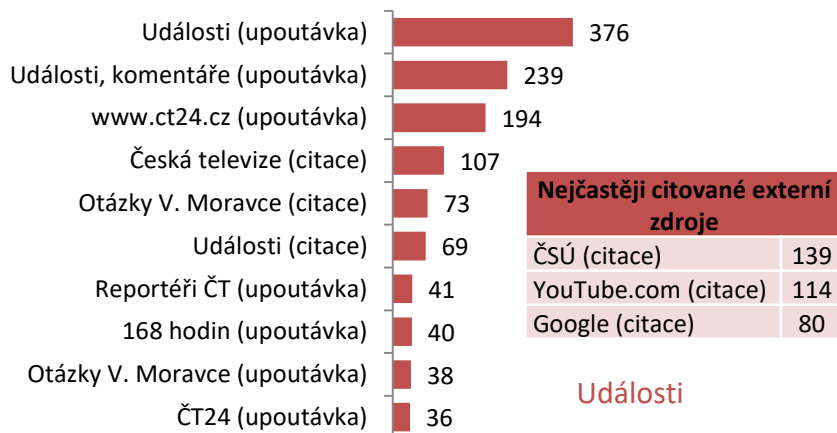




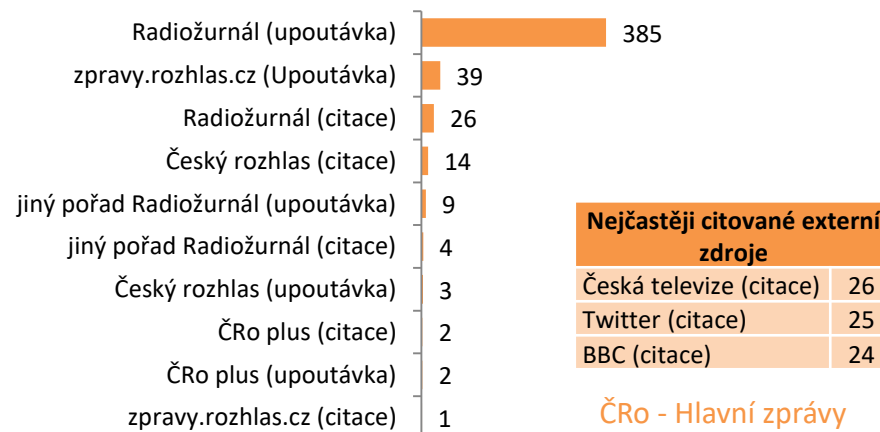
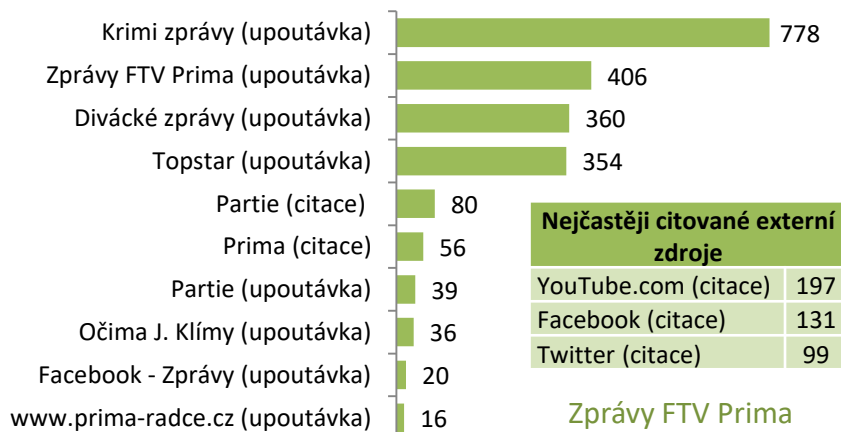
- Základní zjištění
- Témata
- Politika
- Lokality
- Podnikové zpravodajství
- Variabilita
- Sebe prezentace a citace
- Metodika

# SEBEPREZENTACE A CITACE: interní a externí zdroje

Nejčastěji citovaná média a pořady v hlavních zpravodajských relacích (rok 2016), počet příspěvků v nichž byla média citována



Obě komerční relace si byly podobné svou dramaturgií zařazování dvou upoutávek na další průběh aktuálně vysílané relace denně. Události zařazovaly upoutávku na rubriku Naše téma pravidelně jedenkrát za relaci.



Metodika Media Tenoru umožňuje rozlišování sebeprezenčních interních i externích zdrojů na **upoutávky** a **citace**. **Upoutávkou** je myšlen například předtočený spot, kterým Události pravidelně upoutávají na večerní Události, komentáře, další obsah samotné relace („dále uvidíte“) nebo v živém vstupu či reportáži vyslovený odkaz typu „více se dočtete na serveru tn.cz“. Za **citaci** je pak považován odkaz „podle CNN“, „jak zjistili Reportéři ČT“ nebo audio-vizuální citace jiného média nebo relace. Externí zdroje logicky nemohou být kvalifikovány jako upoutávky, ale pouze jako citace.

- ✓ Základní zjištění
- ✓ Témata
- ✓ Politika
- ✓ Lokality
- ✓ Podnikové zpravodajství
- ✓ Variabilita
- ✓ Sebe prezentace a citace
- ✓ 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 kdokoliv. 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 nejdůležitější výsledky – prvních 10 nejčastějších tematických aspektů, nejčastější komentáry 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](#).

## Naše vybraná partnerství



## Střípky z monitoringu

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



## Analýza: Lewická profesionálním výkonem korigovala neukázněného Glińskiego



## Podporujeme studenty



## Pořádáme oborové akce



V lednu 2017 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.