

Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (1. čtvrtletí 2015)

- Délka zpravodajství České televize o ukrajinsko-ruské krizi přesáhla 28 hodin a 30 minut
- Podíl zpráv ze zahraničí tvořil v Událostech 34 %, v Událostech, komentářích 52 % stopáže
- Nejčastěji zmiňovanými politickými stranami ve zpravodajství ČT24 byly ČSSD a ANO, mezi politiky bylo nejvíce informací vysloveno o prezidentovi Zemanovi a premiérovi Sobotkovi

V 1. čtvrtletí roku 2015 bylo analyzováno **15 zpravodajských relací** čtveřice médií o celkové stopáži **507 hodin a 38 minut**.



V analýze byly použity příspěvky těchto zpravodajských relací:

Česká televize (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. čtvrtletí roku 2015: **322 hodin a 38 minut v 8 876 příspěvcích**): Události, Události, komentáře, Události v regionech (Praha, Brno, Ostrava), Ekonomika ČT24, Horizont ČT24, Události v kultuře a Zprávy ve 23



TV Nova (celková stopáž zkoumaných pořadů v roce 2015: **60 hodin a 5 minut v 2 350 příspěvcích**): Televizní noviny



Prima FTV (celková stopáž zkoumaných pořadů v roce 2015: **93 hodin a 9 minut v 4 196 příspěvcích**): Zprávy FTV Prima, Krimi zprávy, Divácké zprávy a VIP zprávy



Český rozhlas Radiožurnál (celková stopáž zkoumaných pořadů v roce 2015: **31 hodin a 45 minut v 1 101 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 16 523 příspěvků o stopáži 507 hodin a 38 minut.

- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ Ekonomika
- ☑ Variabilita
- ☑ Metodika

TÉMATA

- Teroristické útoky v Paříži a Kodani i vražedná střelba v Uherském Brodě výrazně promluvily do zveřejňovaného obsahu všech analyzovaných relací. V **Událostech** tak byly nejčastěji prezentovanou kategorií *kriminální činy*, významný prostor získala i *bezpečnostní politika* (snímky [6](#), [7](#), [8](#), [9](#) a [10](#)).
- Silně zahraničně orientované **Události, komentáře** intenzivně medializovaly témata z kategorií *obrana, armáda a Evropská unie* ([snímek 13](#)).

POLITIKA

- **Události, komentáře** odvíšly největší množství i nejvyšší podíl negativních politických výpovědí ze všech analyzovaných relací. Této skutečnosti nahrával specifický profil relace, neboť autory nepříznivě hodnotících komentářů byli nejčastěji samotní zvaní politikové a odborníci ([snímek 19](#)).

LOKALITY

- Aktuálnímu zahraničnímu dění věnovaly **Události** 34 % své čtvrtletní stopáže, **Události, komentáře** 52 %, **Horizont ČT24** celých 100 %, **Zprávy ve 23** 39 % a **Ekonomika ČT24** 45 % obsahu. Vysokých hodnot dosáhly také **Hlavní zprávy ČRo** (44 %) a **Zprávy FTV Prima** (33 %) ([snímek 29](#)).

EKONOMIKA

- V **Událostech, Zprávách ve 23, Událostech, komentářích** a rozhlasových **Hlavních zprávách** zazněla kritika České televize z úst prezidenta Miloše Zemana (strany [36](#) a [37](#)).

VARIABILITA

- **Události** dosáhly příznivějších hodnot zahraniční tematické i územní variability než specializovaný **Horizont ČT24** (snímky [39](#) a [40](#)).

- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ Ekonomika
- ☑ Variabilita
- ☑ Metodika



[Hlavní zpravodajské relace](#)

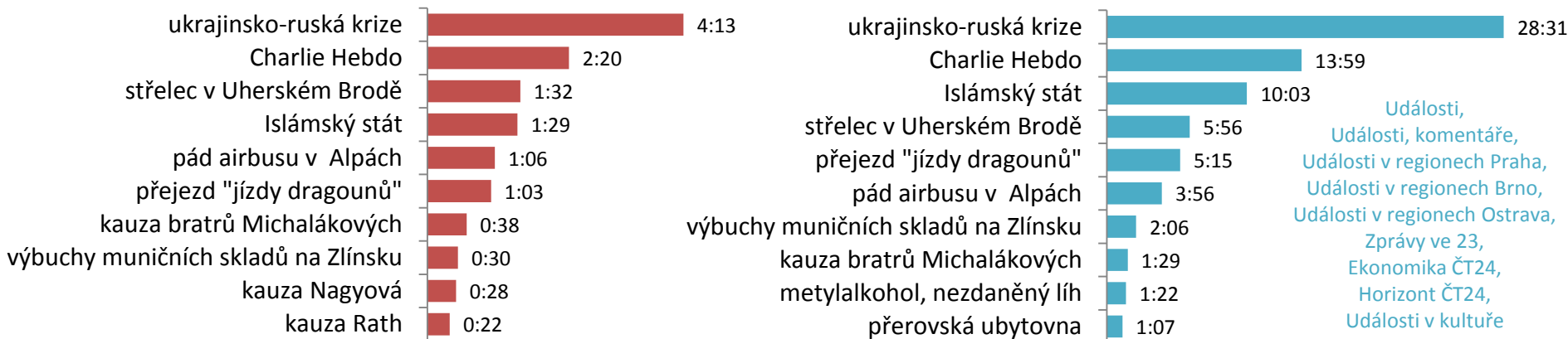
[Regionální zpravodajství](#)

[Komentované zpravodajství](#)

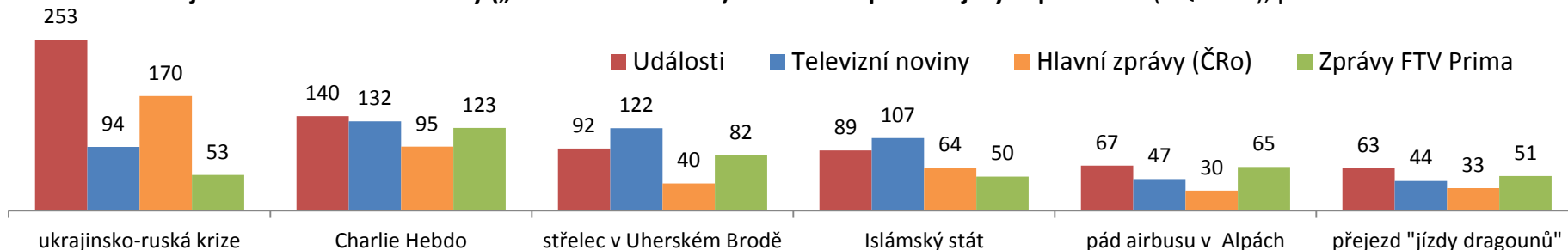
[Zprávy ve 23, Ekonomika ČT24,](#)
[Horizont ČT24, Události v kultuře](#)

MEDIÁLNÍ UDÁLOSTI (kauzy)

10 nejdéle prezentovaných mediálních událostí v Událostech (vlevo) a ve všech sledovaných relacích ČT24 (vpravo): 1Q 2015, počet hodin a minut



Nejvíce medializované kauzy („mediální události“) v hlavních zpravodajských pořadech (1Q 2015), počet minut

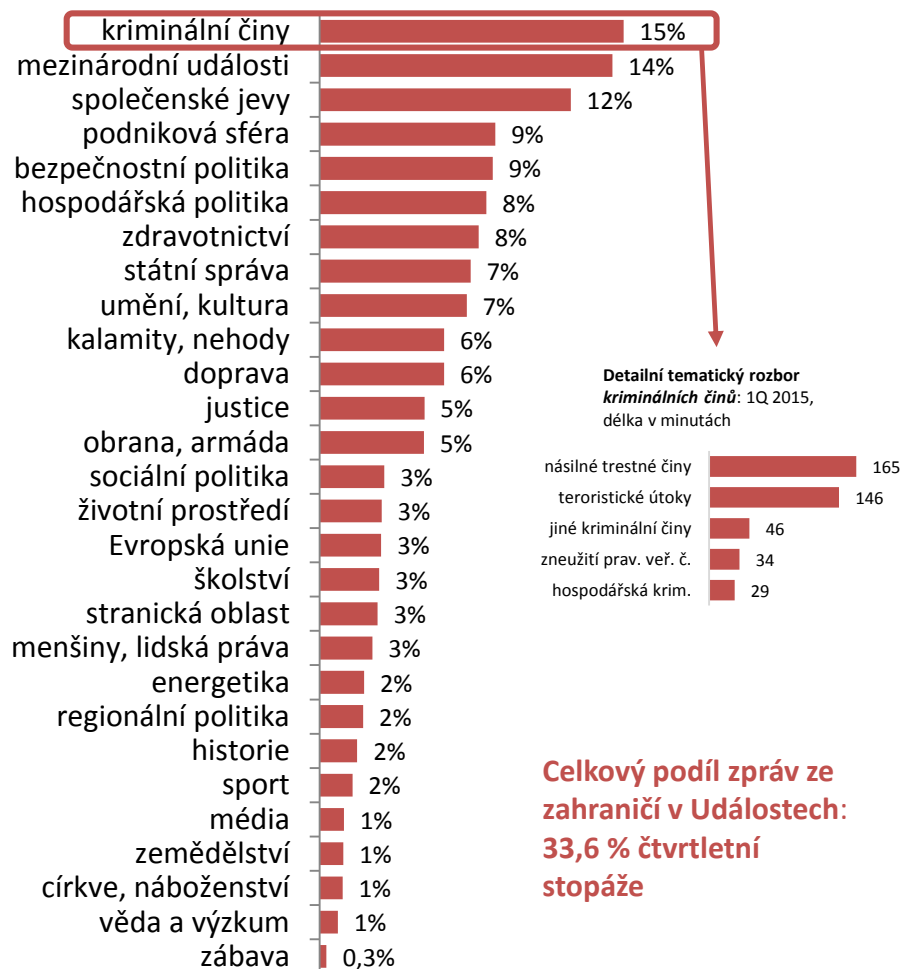


Výraznou pozornost novinářů České televize i konkurenčních stanic si vysloužily tragické mediální události, jako teroristické útoky na Charlie Hebdo a kavárnu v centru dánské Kodaně, nebo střelba v restauraci v centru Uherského Brodu.

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 roztrženy do vyššího množství kategorií.

ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

Tematické kategorie příspěvků **Událostí** (vlevo) a **všech sledovaných relacích ČT24** (vpravo): 1Q 2015, podíl na délce pořadu



Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Událostech: 33,6 % čtvrtletní stopáže



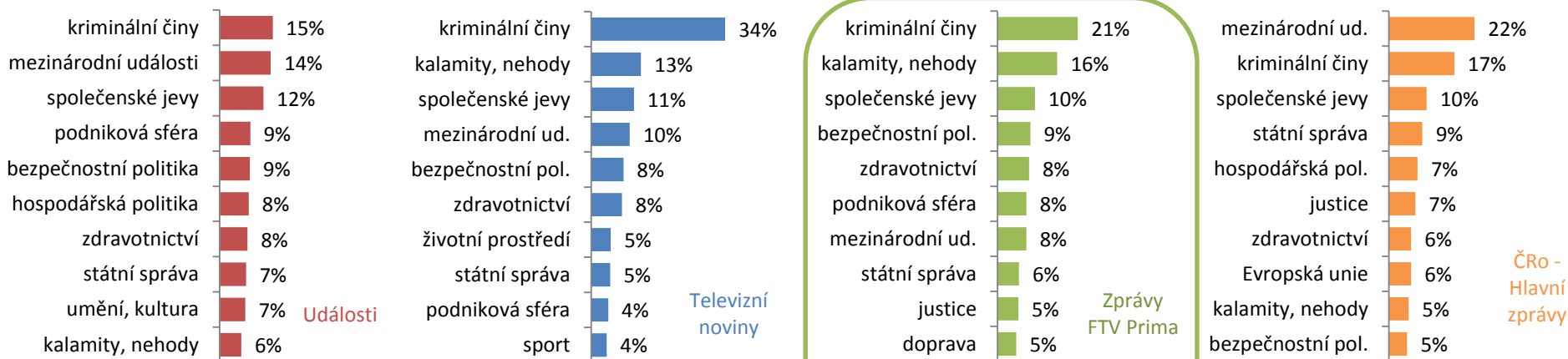
Události, Události, komentáře, Události v regionech Praha, Události v regionech Brno, Události v regionech Ostrava, Zprávy ve 23, Ekonomika ČT24, Horizont ČT24, Události v kultuře

Celkový podíl zpráv ze zahraničí v relacích ČT24: 38,6 %

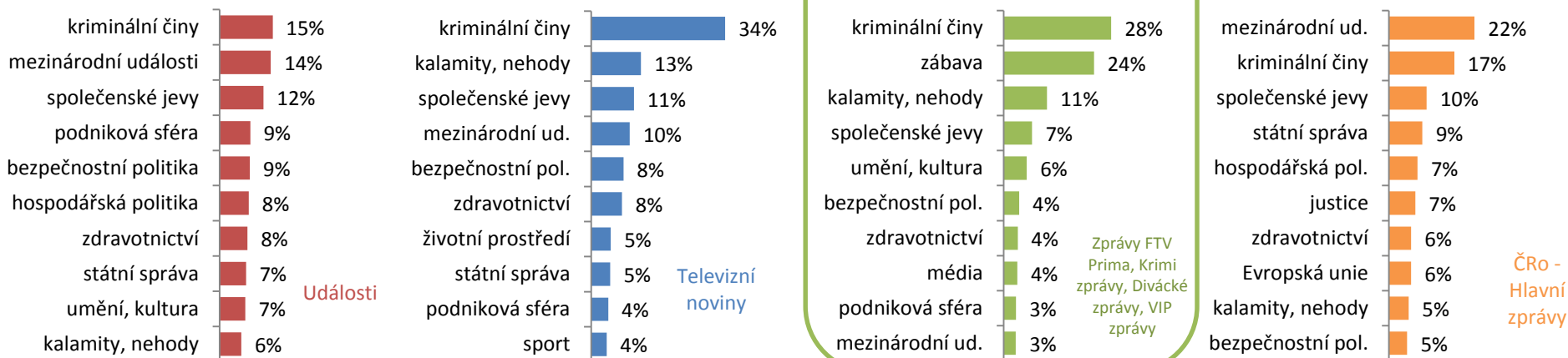
Právě na [předchozím snímku](#) zmíněné teroristické útoky islamistů a masová vražda v Uherském Brodě byly příčinou toho, že nejčastěji prezentovanou tematickou kategorií čtvrtletí byly v Událostech *kriminální činy*, významný prostor získala i *bezpečnostní politika*.

ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

TOP10 nejčastěji prezentovaných tematických kategorií v hlavních zpravodajských pořadech: 1Q 2015, podíl na délce pořadu



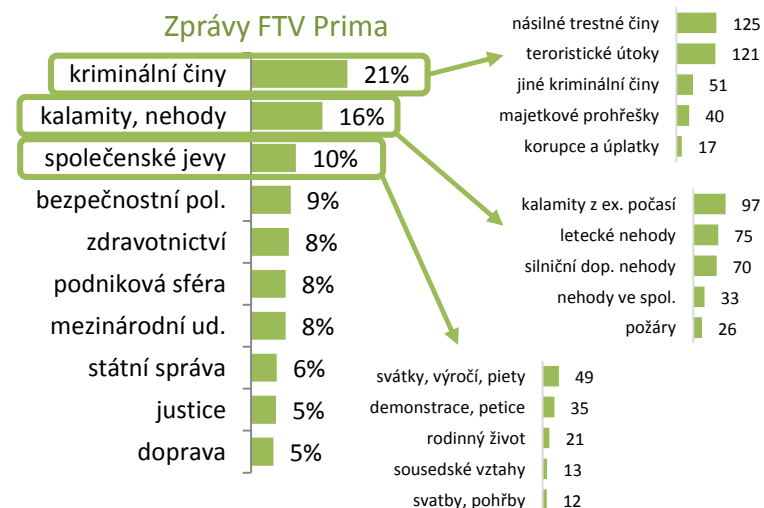
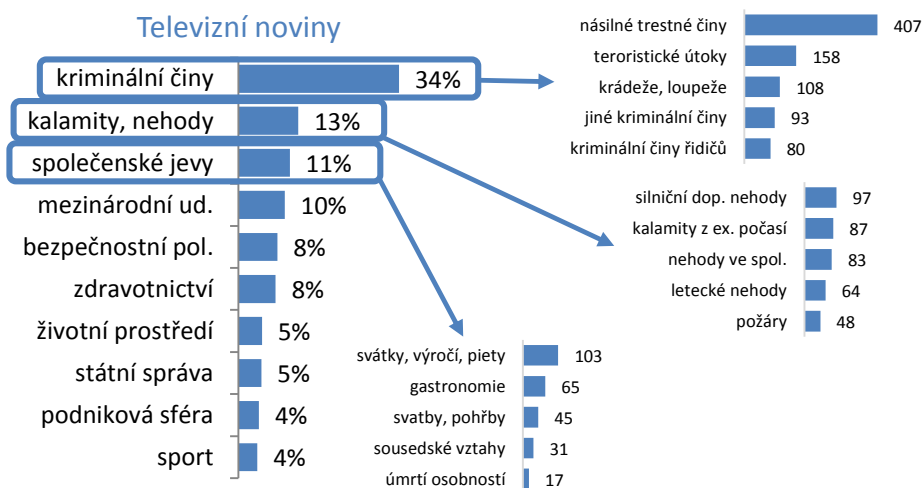
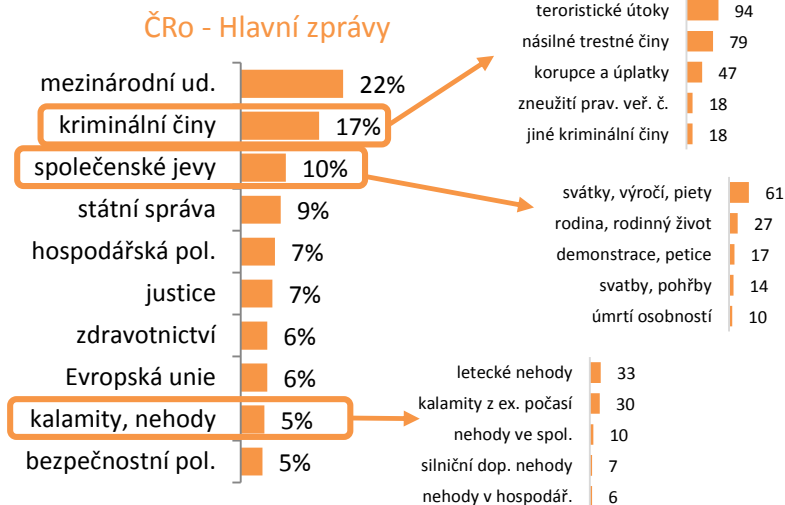
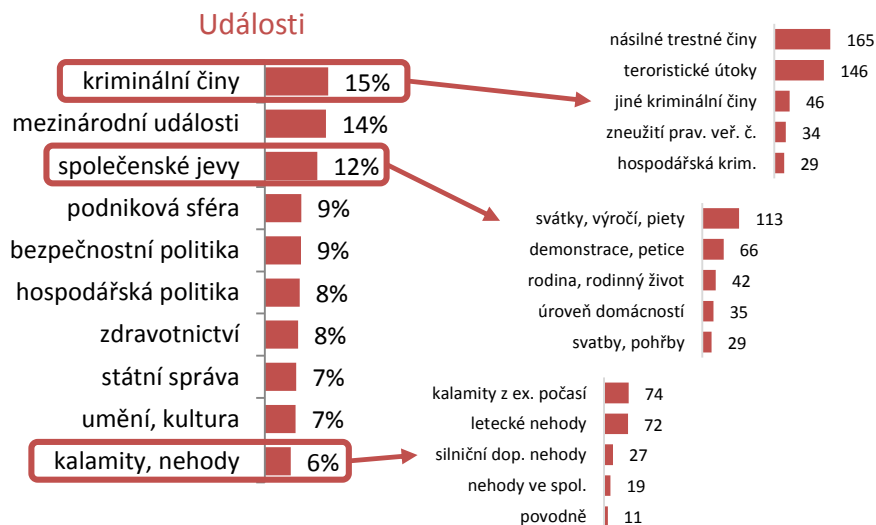
TOP10 nejčastěji prezentovaných tem. kategorií ve večerní zprav. hodině ČT, TV Nova, Prima FTV a ČRo: 1Q 2015, podíl na délce pořadu



Důsledkem tragických událostí, k nimž ve sledovaných měsících došlo, byla pro média veřejné služby povinnost podrobně se zaměřit právě na kriminální činy a mezinárodní události. Za připomenutí stojí, že podíl kriminality v Televizních novinách byl oproti Událostem více než dvojnásobný.

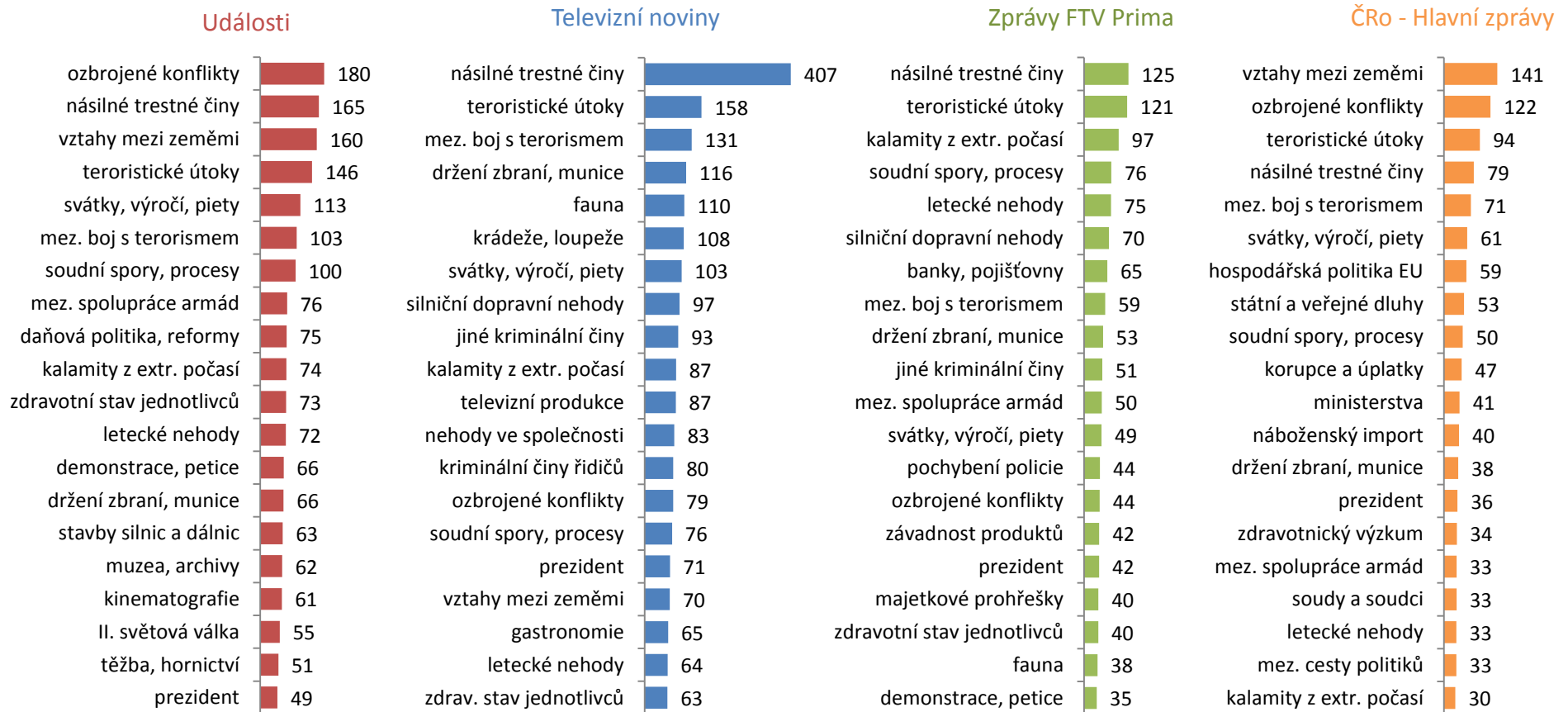
ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

Detailní tematický rozbor kategorií *kriminální činy, společenské jevy a kalamity, nehody* v hlavních zpravodajských pořadech: 1Q 2015, podíl na délce pořadu (hodnoty TOP5 detailních témat jsou uváděny v minutách)



HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÉ RELACE: detailní témata

Nejčastější témata v hlavních zpravodajských pořadech: 1Q 2015, počet minut (báze: 467 tematických aspektů)



Hrozby islámského extremismu a terorismu zrcadlily ve sledovaných relacích zvýšený zájem veřejnosti i politiků o zahraničně bezpečnostní témata jako *mezinárodní boj s terorismem, mezinárodní spolupráce armád nebo držení zbraní a munice*. Mezi dvacítku nejčastěji zmíněných námětů rozhlasových Hlavních zpráv se v souvislosti s finanční situací Řecka prosadila témata *hospodářská politika EU a státní a veřejné dluhy*.

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): 1Q 2015, počet minut (báze: 467 tematických aspektů)

Česká televize (19:00 – 19:50)

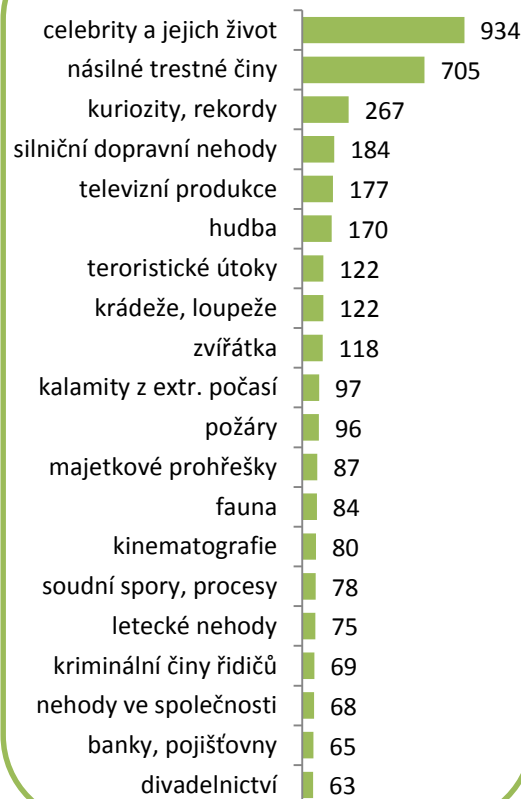


TV Nova (19:30 – 20:15)



Prima FTV (18:55 – 20:00)

Zprávy FTV Prima, Krimí zprávy, Divácké zprávy, VIP zprávy



ČRo Radiožurnál (18:00 – 18:30)



Při rozšířeném pohledu na tematický profil zpravodajství v hlavním vysílacím čase (rozšíření oproti předchozímu snímku zahrnuje další tři relace Prima FTV vysílané mezi 19. a 20. hodinou) je zřejmý vliv specifických VIP zpráv (téma *celebrity a jejich život*), Krimí zpráv (téma *násilné trestné činy*) i Diváckých zpráv (téma *kuriozity, rekordy*) na obsah zpravodajské hodiny na Primě.

UDÁLOSTI V REGIONECH – PRAHA, BRNO, OSTRAVA

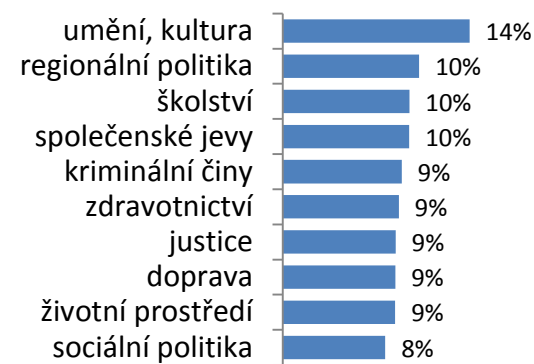
Nejčastější tematické kategorie (nahore) a detailní témata (dole) Událostí v regionech (1Q 2015), podíl na délce pořadu a počet minut



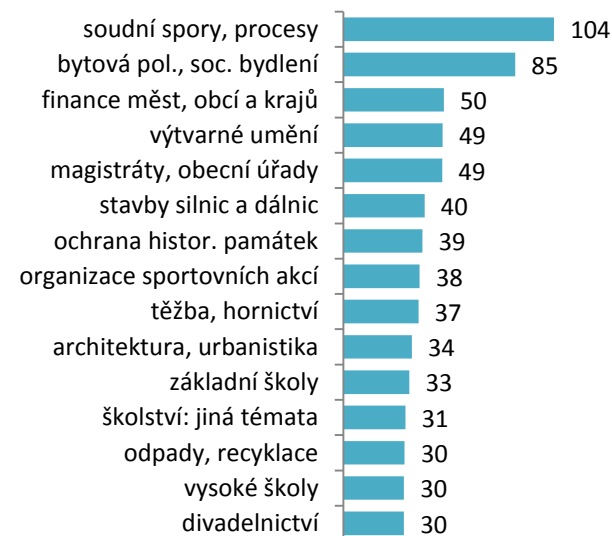
PRAHA



BRNO



OSTRAVA



Spory o dostavbu tunelu Blanka v analyzovaném čtvrtletí gradovaly, primátorka Adriana Krnáčová nešetřila ostrými výrazy a tematické agendě pražských Událostí v regionech tak vévodila s kauzou související témata *magistráty a obecní úřady, finance měst a obcí i stavby silnic a dálnic*.

UDÁLOSTI, KOMENTÁŘE: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Událostí, komentářů (1Q 2015), podíl na délce pořadu



Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Událostech, komentářích: 52,2 %

Nejčastější témata reportáží Událostí, komentářů (1Q 2015), počet minut (báze: 467 tematických aspektů)



Události, komentáře byly ve sledovaném čtvrtletí nejvíce zahraničně orientovanou všeobecnou zpravodajskou relací. Jak ukazuje [snímek 29](#), dění mimo Českou republiku a tuzemským mezinárodním vztahům byla věnována více než polovina stopáže. Žebříček tematických kategorií ukazuje na vysoké podílové hodnoty *obrony a armády* nebo *Evropské unie*.

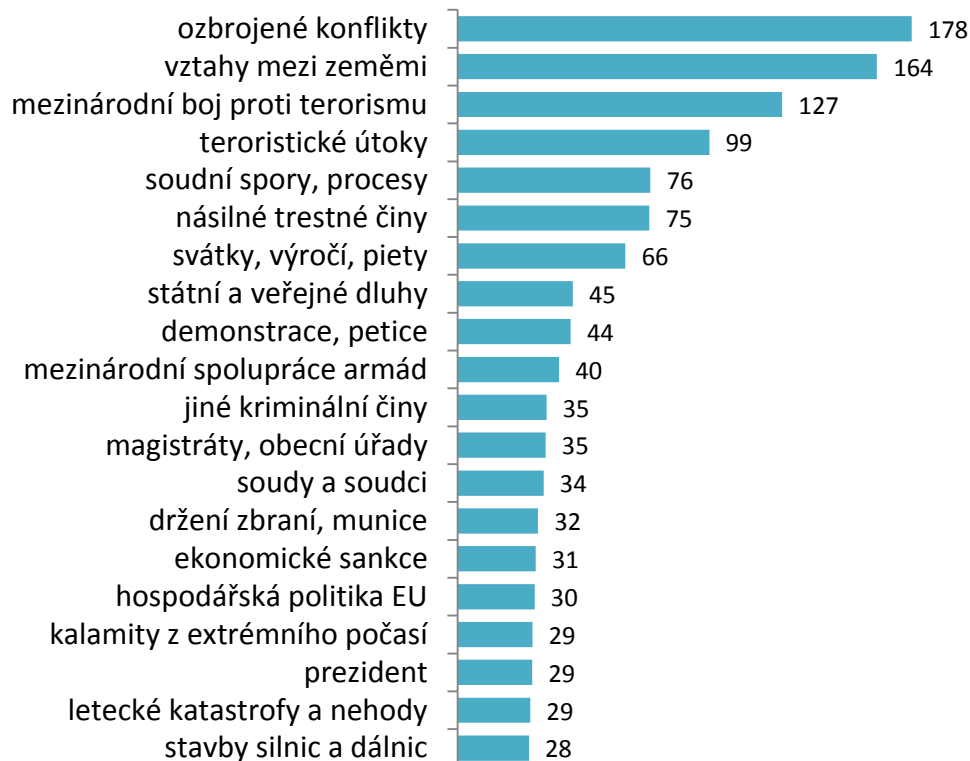
ZPRÁVY VE 23: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Zpráv ve 23
(1Q 2015), podíl na délce pořadu



Celkový podíl zpráv ze zahraničí ve Zprávách ve 23: 38,9 %

Nejčastější témata reportáží Zpráv ve 23 (1Q 2015), počet minut
(báze: 467 tematických aspektů)



I přes již opakovaně zmiňované teroristické útoky, byly hlavní náplní Zpráv ve 23 i Událostí a Událostí, komentářů i nadále ozbrojené konflikty a vztahy mezi zeměmi, především mezi Ukrajinou a Ruskem. Krize na východě Evropy byla i v roce 2015 nejčastěji prezentovanou mediální událostí ve zpravodajství ČT24 (viz [snímek 6](#)).

EKONOMIKA ČT24: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Ekonomiky ČT24 (1Q 2015), podíl na délce pořadu



Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Ekonomice ČT24: 44,7 %

Nejčastější témata reportáží Ekonomiky ČT24 (1Q 2015), počet minut (báze: 467 tematických aspektů)



Informace uváděné v Ekonomice ČT24 měly během prvních třech měsíců roku 2015 ve dvou pětinach příspěvků vztah k zahraničí, především k situaci v eurozóně vyhrcoené výsledkem parlamentních voleb v Řecku – témata *hospodářská politika EU* a *státní a veřejné dluhy*.

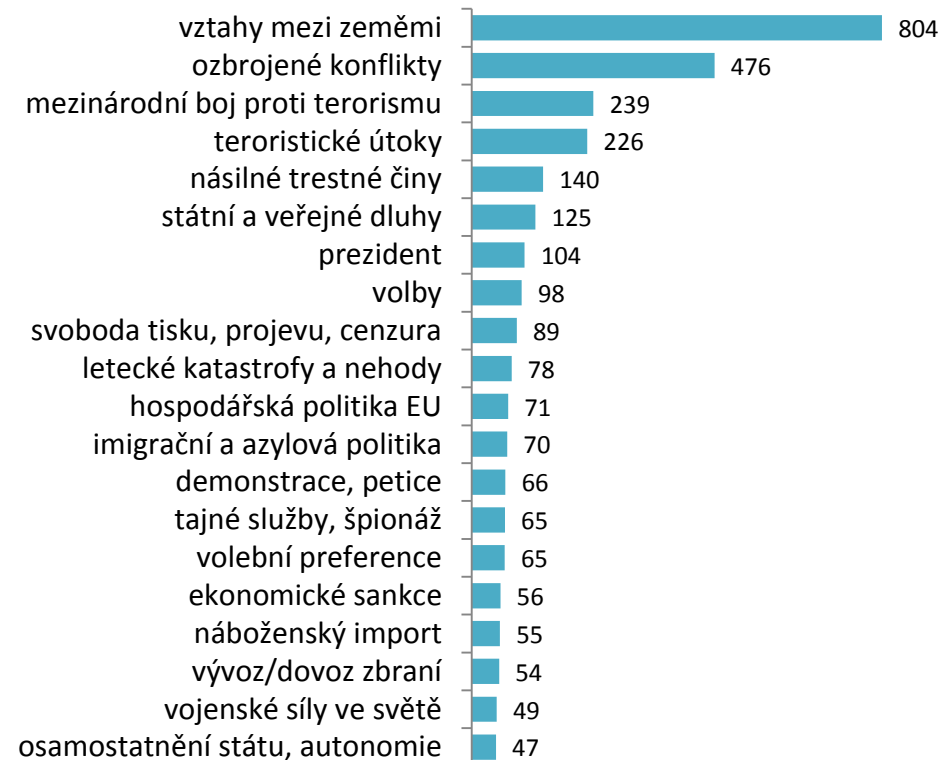
HORIZONT ČT24: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Horizontu ČT24
(1Q 2015), podíl na délce pořadu



Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Horizontu ČT24: 99,9 %

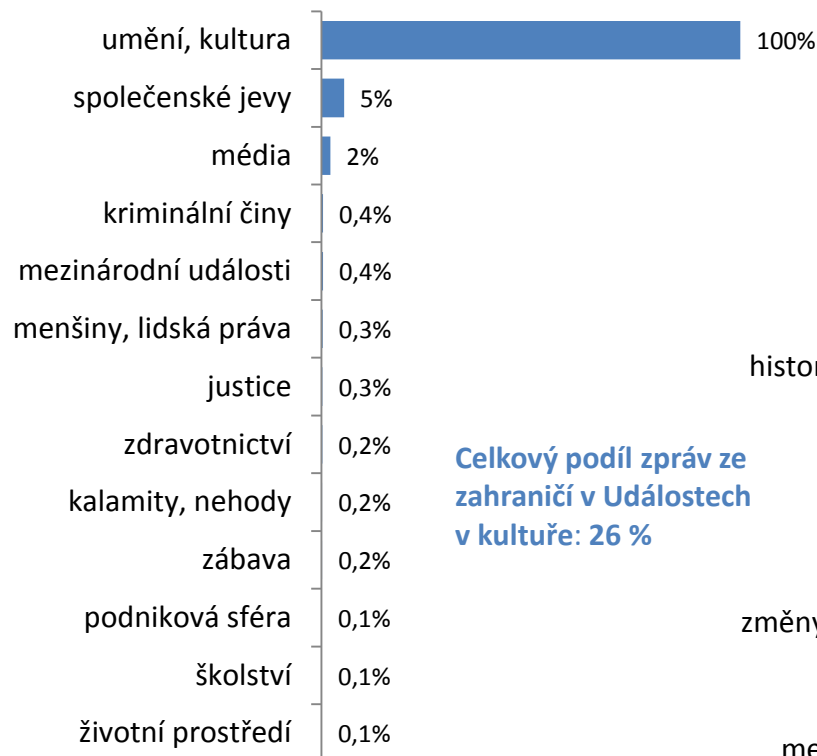
Nejčastější témata reportáží Horizontu ČT24 (1Q 2015),
počet minut (báze: 467 tematických aspektů)



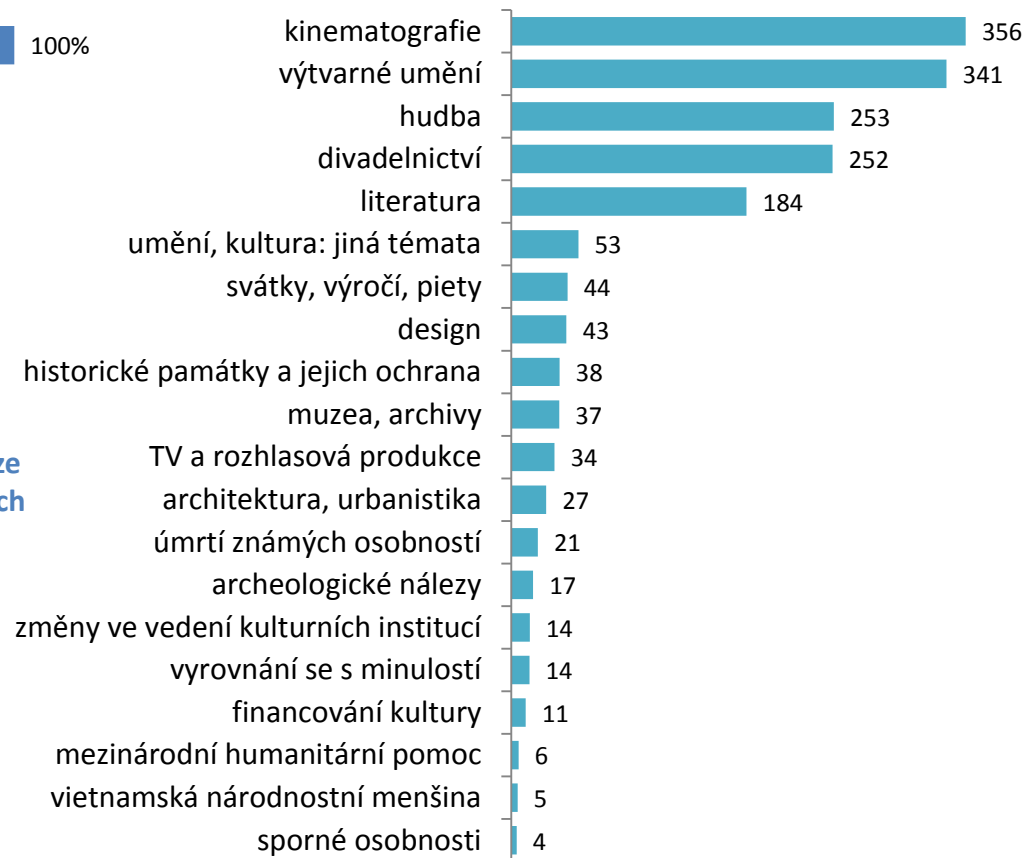
V souvislosti s rolí médií v ukrajinsko-ruské krizi byl 25. února vysílán speciál Horizontu ČT24 věnovaný právě cenzuře, svobodě tisku a projevu. Vysoký podíl kategorie média na obsahu relace byl spojen také s informováním o satirickém týdeníku Charlie Hebdo po teroristickém útoku na pařížskou redakci.

UDÁLOSTI V KULTUŘE: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Událostí v kultuře (1Q 2015), podíl na délce pořadu



Nejčastější témata reportáží Událostí v kultuře (1Q 2015), počet minut (báze: 467 tematických aspektů)



▶ **Udělování Oscarů i Českých lvů nebo mediální podpora festivalu Jeden svět stály za převahou tématu *kinematografie* v obsahu Událostí v kultuře prvního čtvrtletí roku 2015.**

- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ Ekonomika
- ☑ Variabilita
- ☑ Metodika



Souhrnné ukazatele

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

Politické strany

- [politické strany v Událostech, ve zpravodajství ČT24, v Událostech, komentářích, ve Zprávách ve 23](#)

Politici

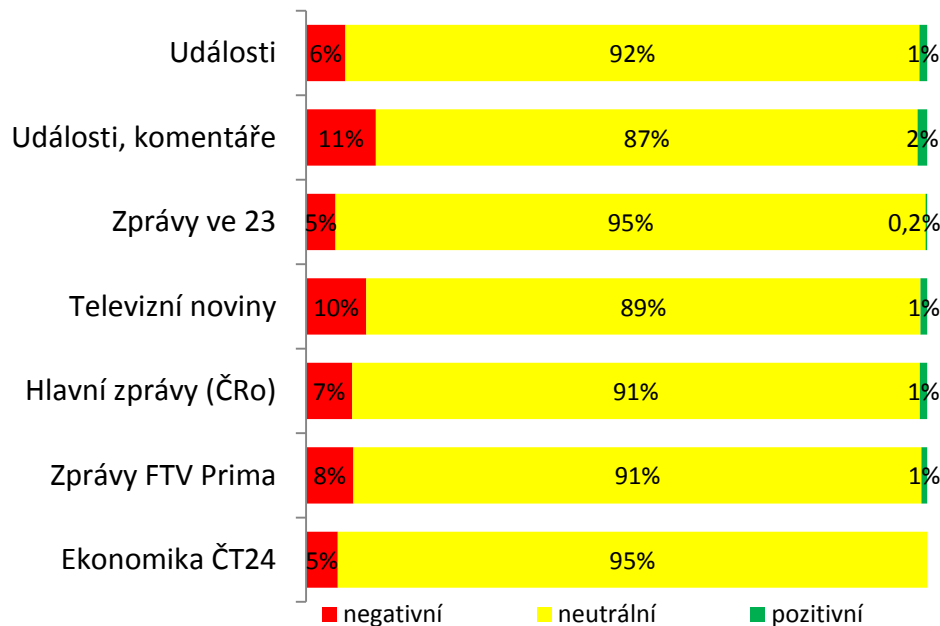
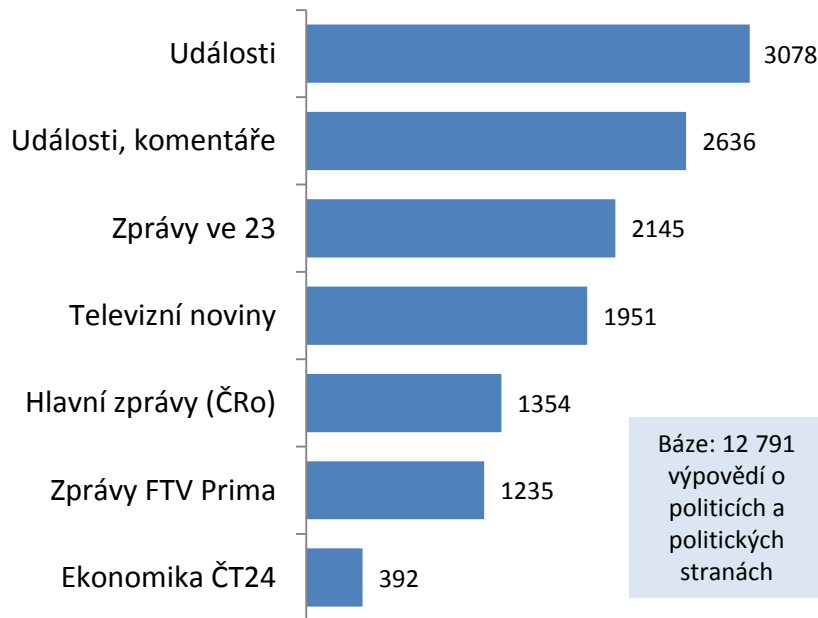
- [politici v Událostech, ve zpravodajství ČT24](#)
- [hosté Událostí, komentářů](#)

Témata

- [věcná témata v politickém zpravodajství](#)

SOUHRNNÉ UKAZATELE POLITICKÉHO ZPRAVODAJSTVÍ

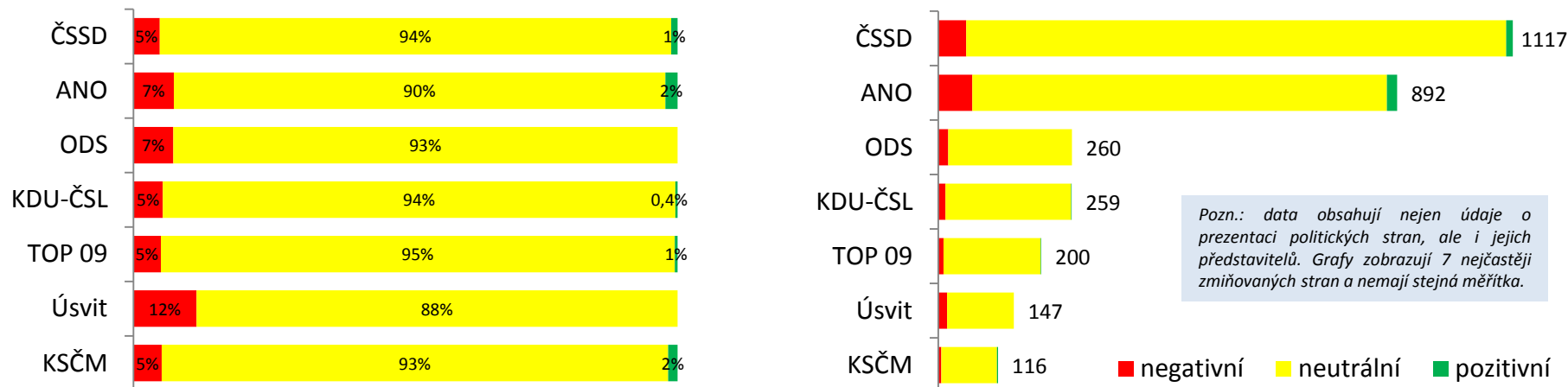
Intenzita a tón medializace politického zpravodajství ve zpravodajských relacích (1Q 2015), počet [výpovědí](#) o politicích a politických stranách



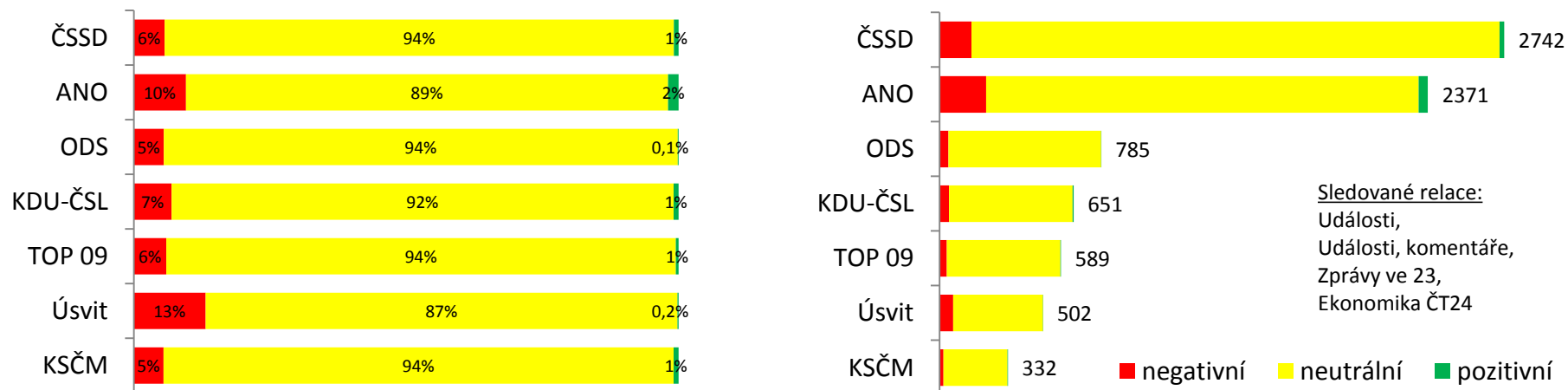
Sledované tříměsíční období bylo bohaté na zásadní události na politické scéně. V lednu uplynul rok od jmenování koaliční vlády Bohuslava Sobotky, uvnitř kabinetu došlo ke změně na postu šéfa Ministerstva spravedlnosti, koaliční strany ČSSD a ANO konaly sněm a sjezd, uvnitř hnutí Úsvit přímé demokracie došlo k rozkolu. Všechny tyto skutečnosti byly detailně a kriticky analyzovány především moderátory a hosty **Událostí, komentářů**.

POLITICKÉ STRANY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

Intenzita a tón medializace politických stran v pořadu UDÁLOSTI – 1Q 2015, počet výpovědí



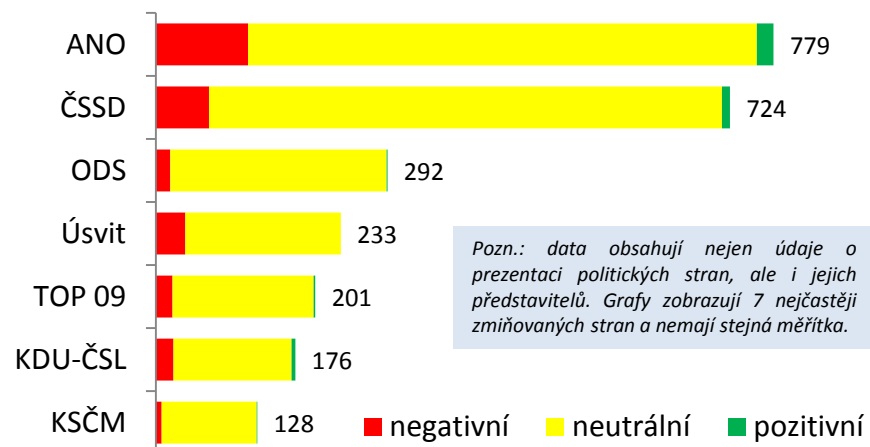
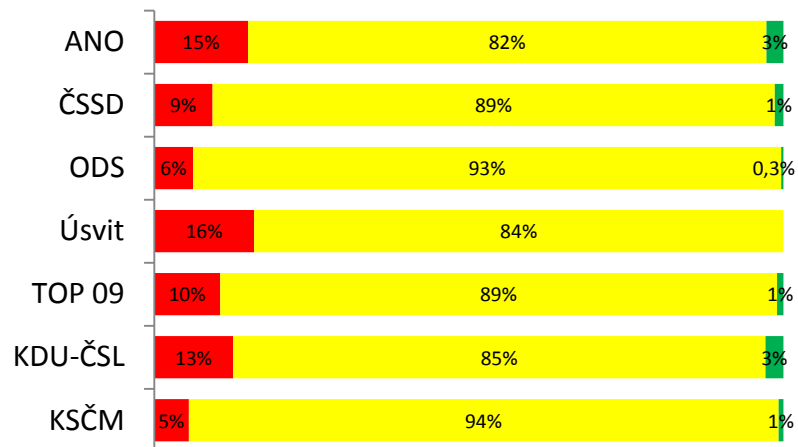
Intenzita a tón medializace politických stran v relacích ČT24 – 1Q 2015, počet výpovědí



Nejméně příznivě hodnocenou politickou stranou ve zpravodajství České televize bylo rozpadající se hnutí Úsvit. Autory negativně laděných výpovědí přitom byli paradoxně právě členové poslaneckého klubu hnutí samotného.

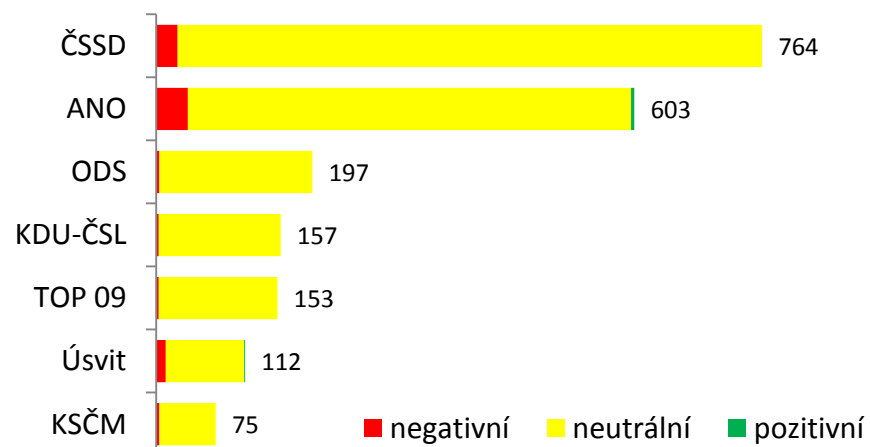
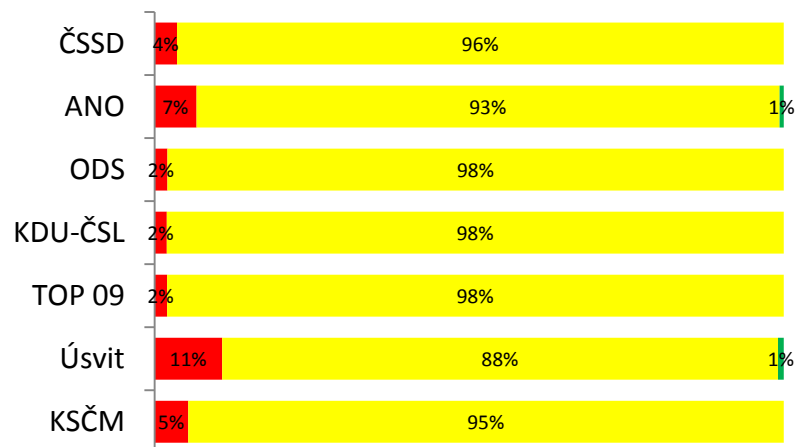
POLITICKÉ STRANY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

Intenzita a tón medializace politických stran v pořadu UDÁLOSTI, KOMENTÁŘE – 1Q 2015, počet výpovědí



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

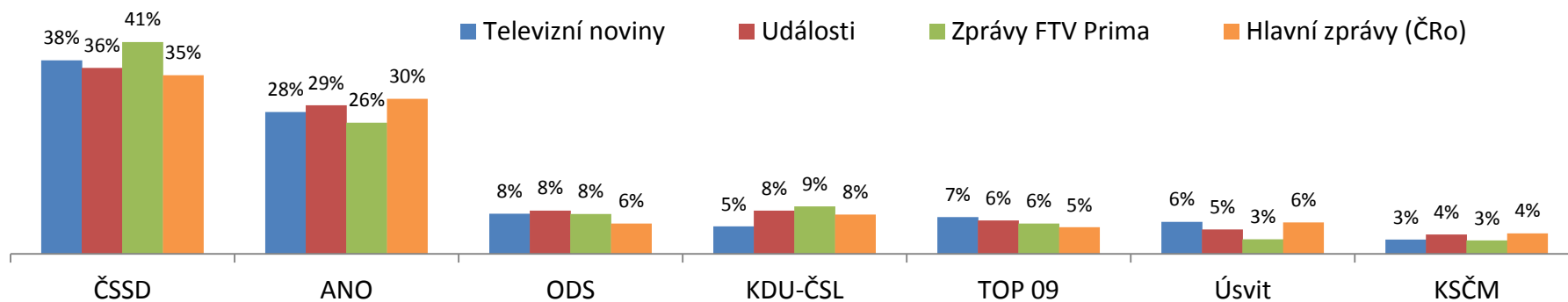
Intenzita a tón medializace politických stran v pořadu ZPRÁVY VE 23 – 1Q 2015, počet výpovědí



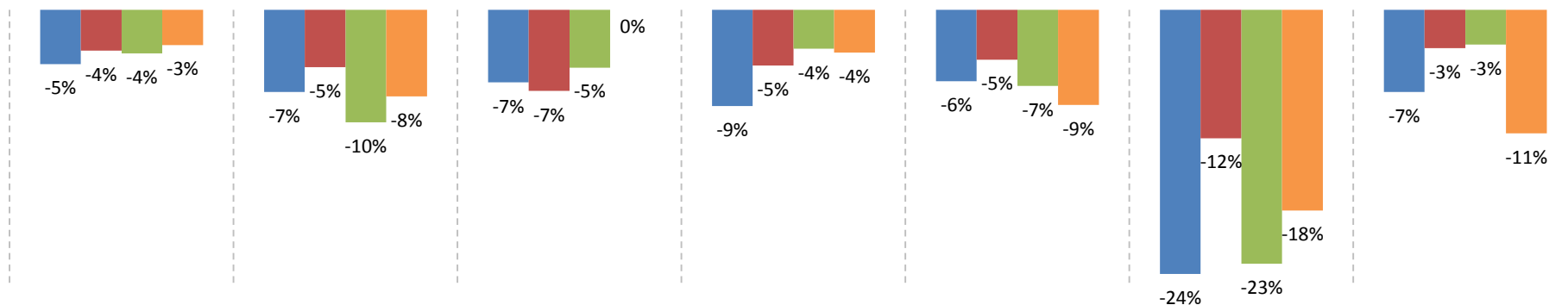
Snímek 19 naznačil, že Události, komentáře byly k politickým stranám kritičtější než Události nebo Zprávy ve 23. Tato skutečnost byla jednoznačně dána analytickým zaměřením relace, v níž byly autory negativně laděných výpovědí především přítomni hosté.

POLITICKÉ STRANY V HL. ZPRAV. POŘADECH: intenzita

Podíl sedmi nejčastěji zmiňovaných politických stran na politickém zpravodajství (1Q 2015); hodnoty představují procentuální zastoupení stran a jejich představitelů v politickém zpravodajství vybraných pořadů



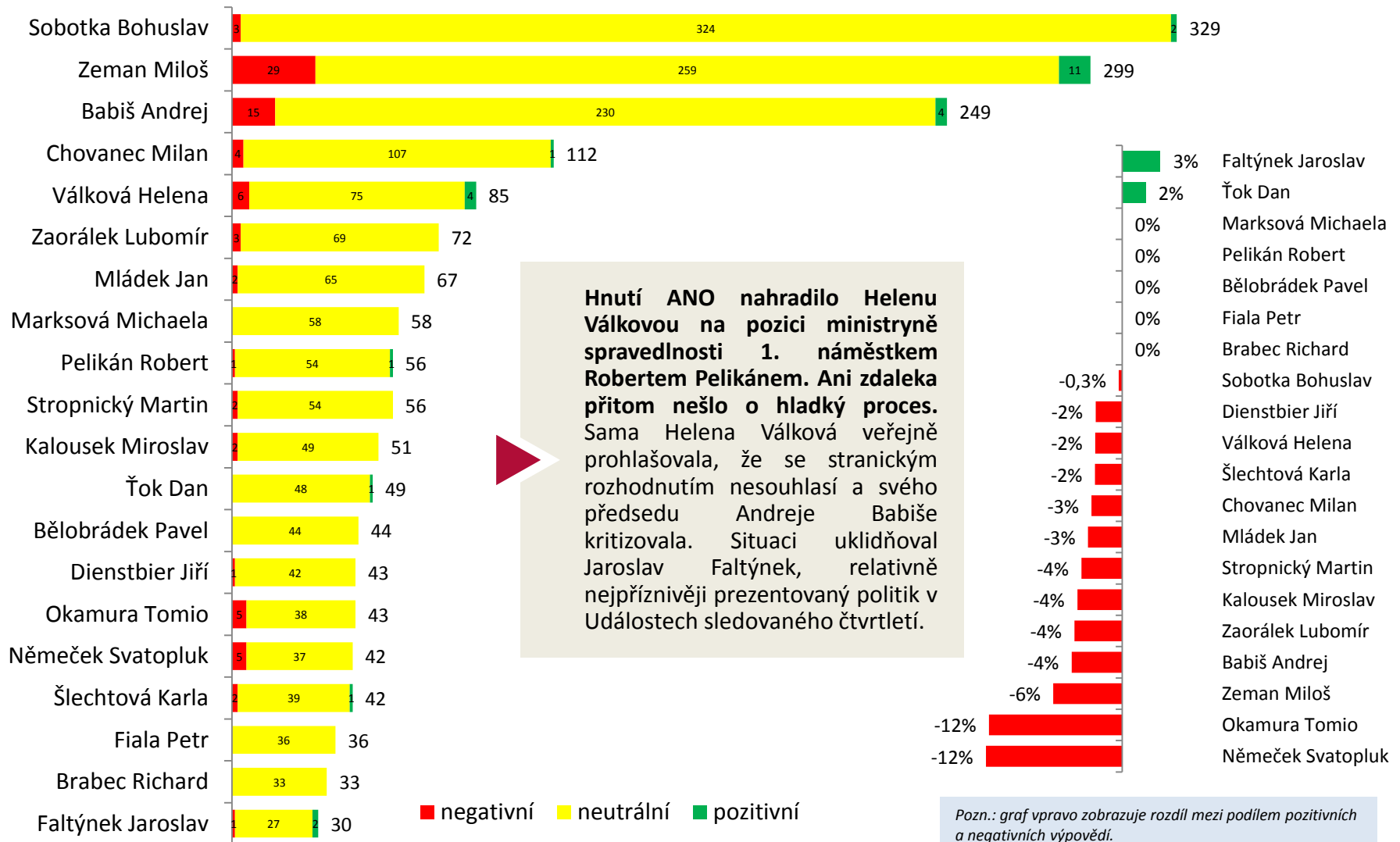
Tón medializace politických stran v hlavních zpravodajských pořadech (7 nejčastěji zmiňovaných pol. stran). Hodnoty představují rozdíl mezi podílem pozitivních a negativních výpovědí. Záporné číslo tedy znamená, že strana byla prezentována s převahou negativních výpovědí.



Relativně nejvíce kritiky si Úsvit vysloužil v komerčních televizních relacích, nezaostávaly ani Hlavní zprávy Radiožurnálu. ČSSD byla v období, kdy proběhl sjezd strany, analyzovanými relacemi relativně nejpříznivěji medializovaným politickým subjektem.

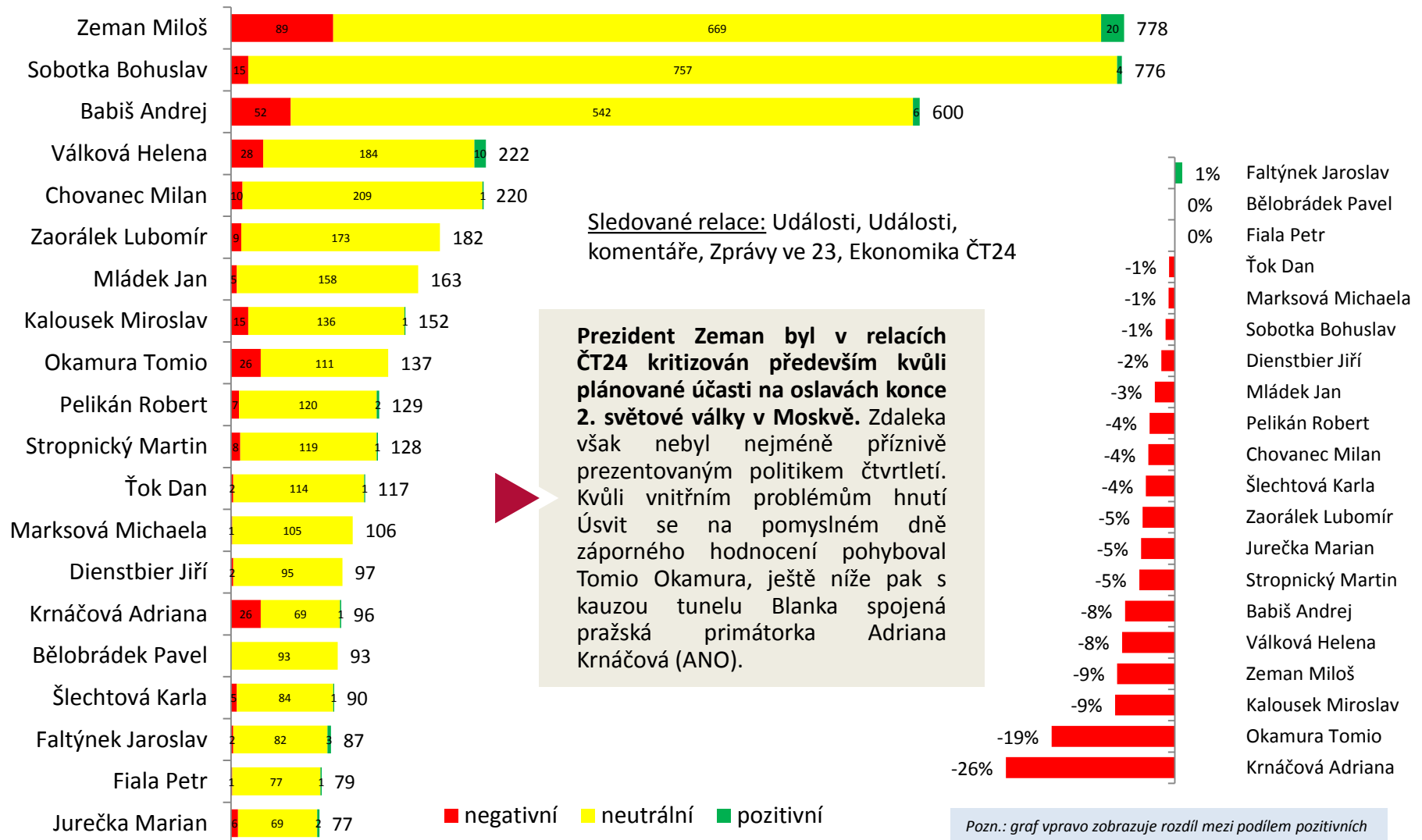
ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ: Události

Nejčastěji prezentovaní politici v Událostech a tón jejich medializace (1Q 2015), počet výpovědí



ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

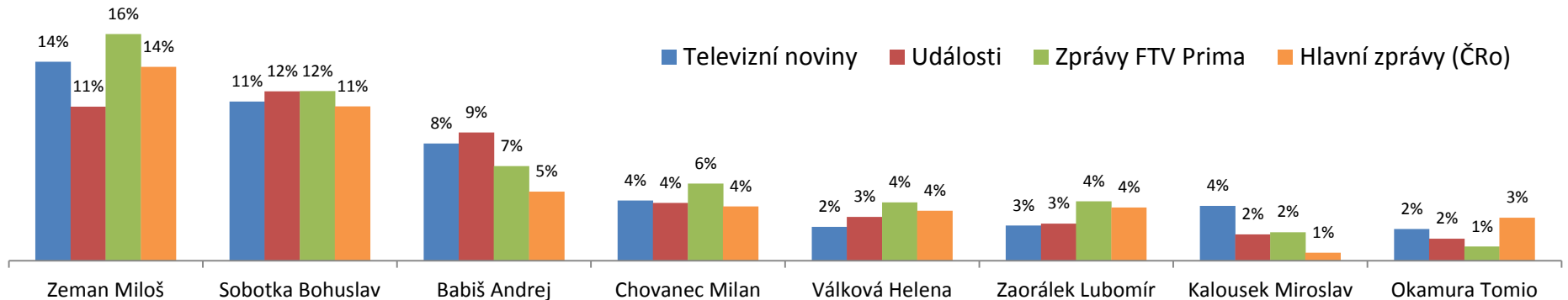
Nejčastěji prezentovaní politici v relacích ČT24 a tón jejich medializace (1Q 2015), počet výpovědí



POLITICI V HLAVNÍCH ZPRAV. POŘADECH

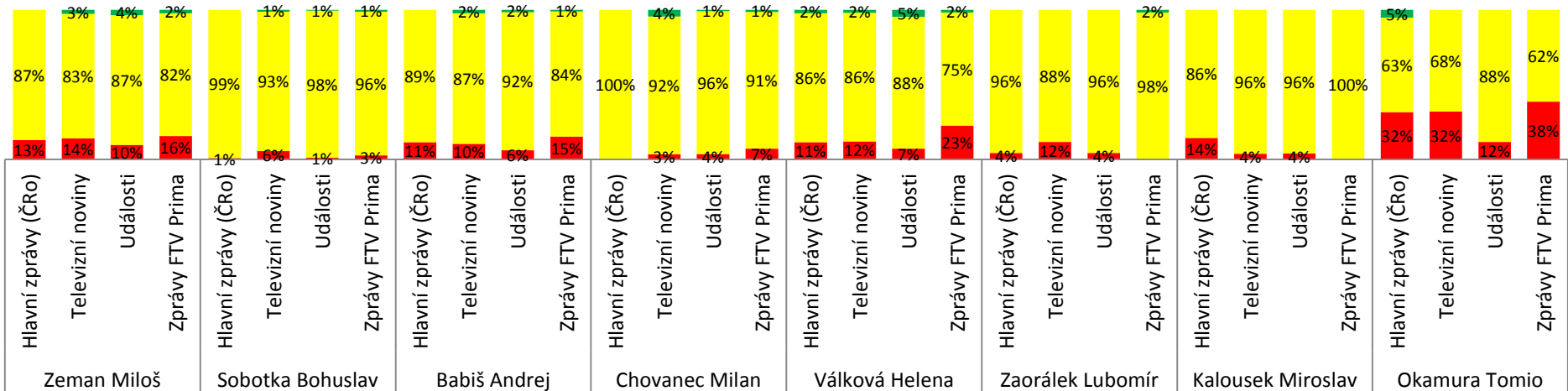
Podíl nejčastěji zmiňovaných politiků na zpravodajství o politických představitelích (1Q 2015)

(např. hodnota 5% znamená, že každá dvacátá zmínka o politických představitelích se v daném pořadu věnovala tomuto politikovi)



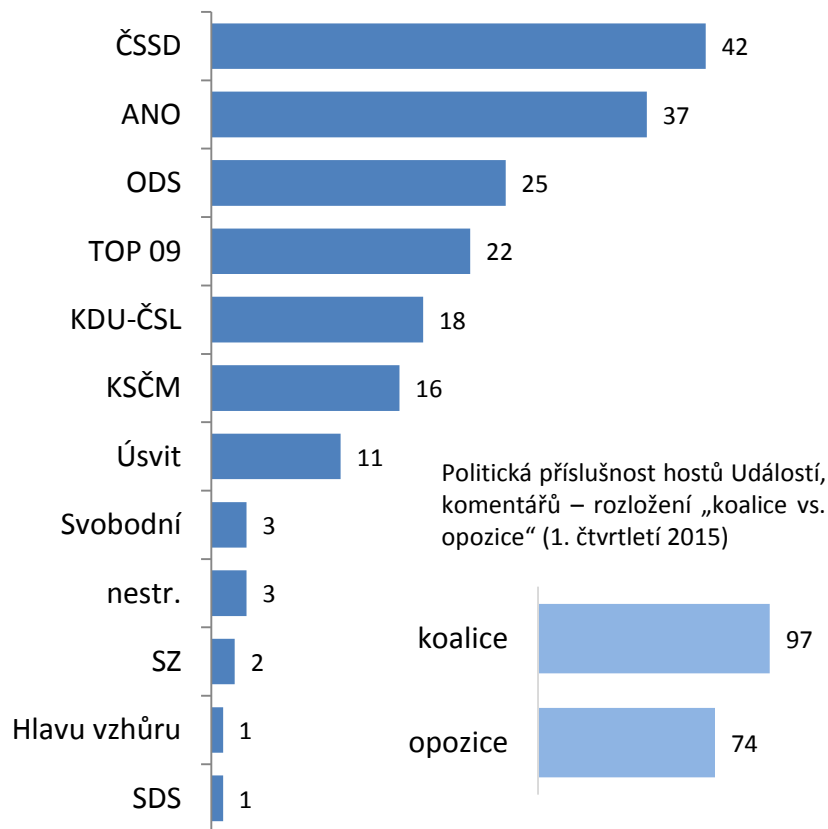
Významný mediální prostor si po střelbě v Uherském Brodě a vyostření protiislámských nálad po útoku na Charlie Hebdo získal i ministr vnitra Milan Chovanec, který hovořil o protiteroristické legislativě a práci policie.

Tón medializace nejčastěji zmiňovaných politiků v hlavních zpravodajských relacích (1Q 2015)

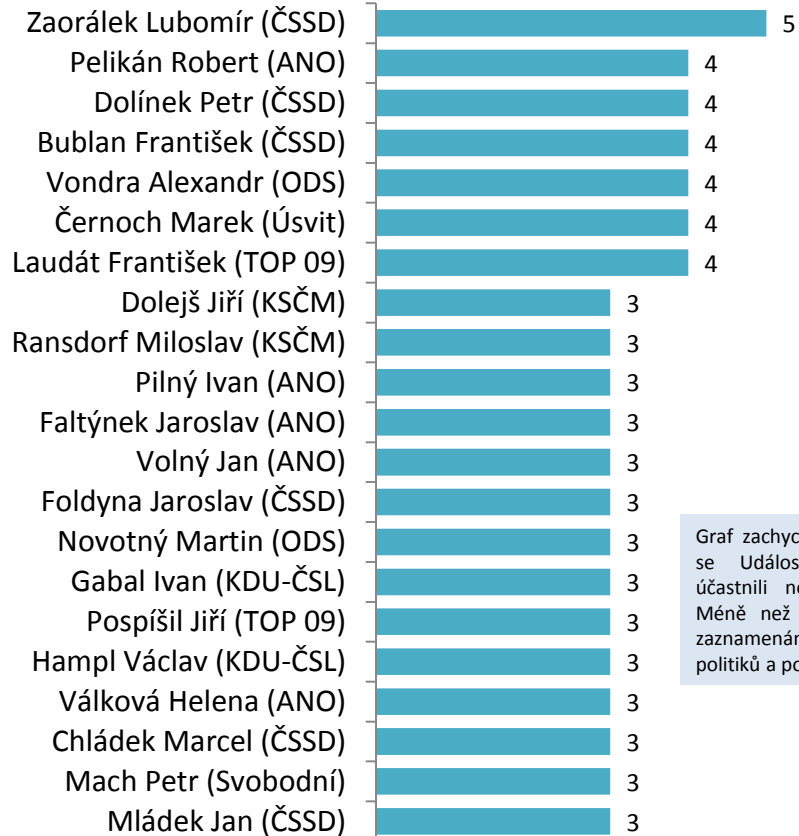


ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ: hosté Událostí, komentářů

Zastoupení představitelů politických stran v Událostech, komentářích (1. čtvrtletí 2015), počet účastí



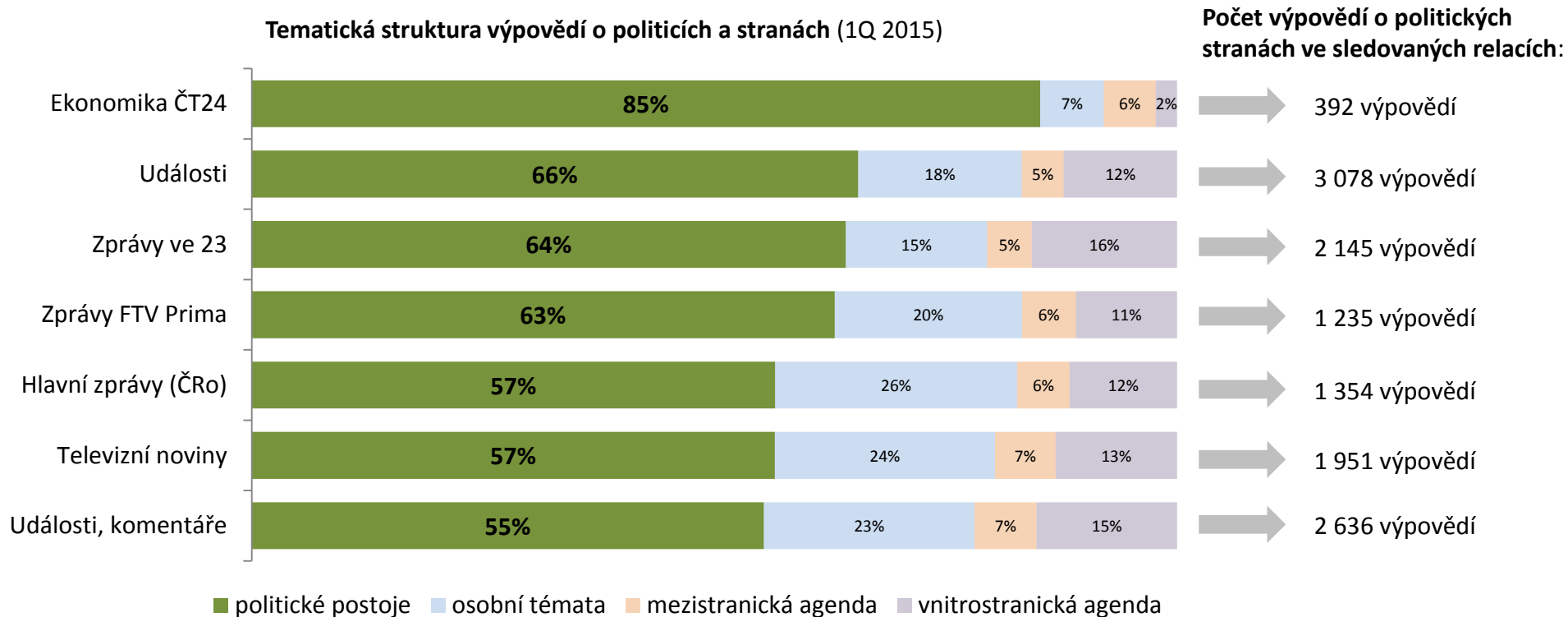
Nejčastější hosté Událostí, komentářů (1. čtvrtletí 2015), počet účastí



Graf zachycuje hosty, kteří se Událostí, komentářů účastnili nejméně třikrát. Méně než tři účasti byly zaznamenány u dalších 83 politiků a političek.

Událostí, komentářů se přímo ve studiu nebo pomocí telemostu účastnilo 104 různých politiků a političek. Poměrné rozložení zástupců vládní koalice a opozice téměř přesně kopírovalo rozložení politických sil v [Poslanecké sněmovně](#) (trojice koaličních stran ČSSD, ANO a KDU-ČSL má většinu 111 hlasů nad 89 opozičními poslanci).

VĚCNÁ TÉMATA V POLITICKÉM ZPRAVODAJSTVÍ



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.

Politické postoje ve sledovaných zpravodajských relacích byly spojovány především s bezpečnostní politikou zmiňovanou na snímku 25. Významný prostor ovšem především v Událostech, komentářích a Zprávách ve 23 získala **vnitrostranická agenda** spojená s medializací sněmu ČSSD, sjezdu hnutí ANO a vnitřním rozporům uvnitř Úsvitu a ANO.

- ✓ Základní zjištění
- ✓ Témata
- ✓ Politika
- ✓ Lokality
- ✓ Ekonomika
- ✓ Variabilita
- ✓ Metodika



Zahraníční zpravodajství

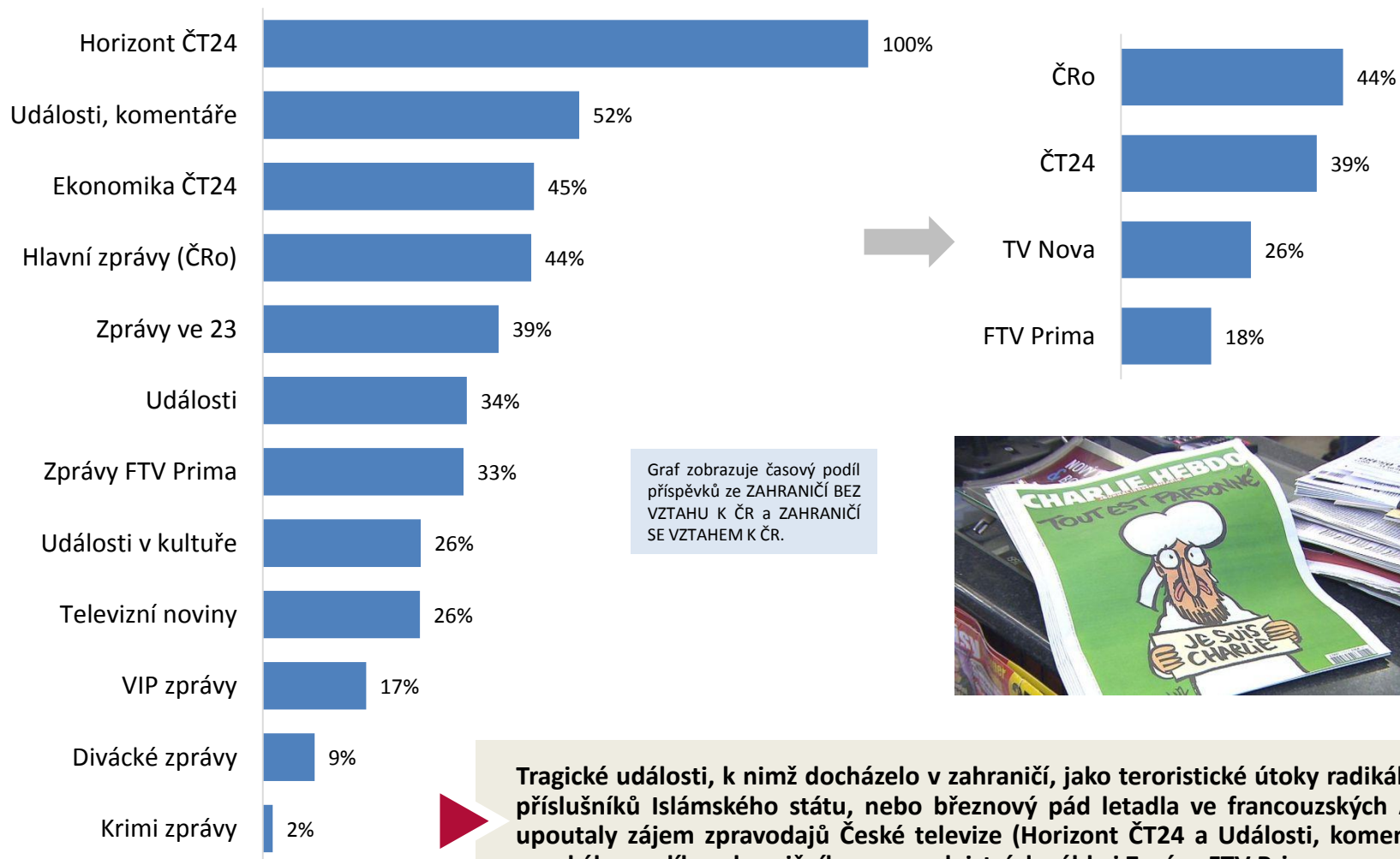
- podíl zahraničního zpravodajství
- nejčastěji zmiňované zahraniční lokality
- témata zahraničního zpravodajství
- kombinace „zahraniční lokalita: téma“

Regionální zpravodajství v celostátních relacích

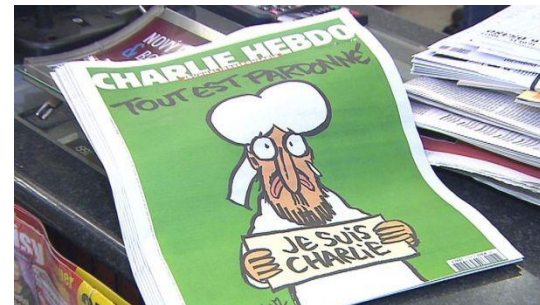
- regionální struktura zpravodajství o ČR
- medializace krajů v Událostech
- kombinace „regionální destinace: téma“

PODÍL ZAHRANIČNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Podíl zahraničního zpravodajství ve sledovaných relacích ČT24, TV Nova, Prima FTV a ČRo Radiožurnálu: 1Q 2015, podíl na stopáži



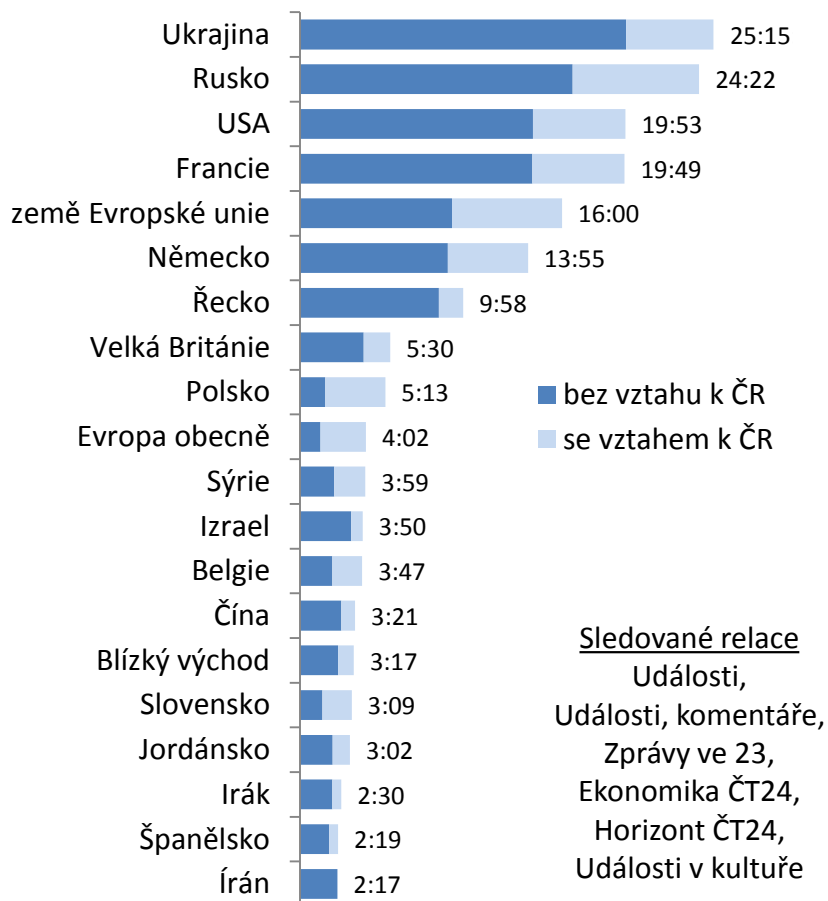
Graf zobrazuje časový podíl příspěvků ze ZAHRANIČÍ BEZ VZTAHU K ČR a ZAHRANIČÍ SE VZTAHEM K ČR.



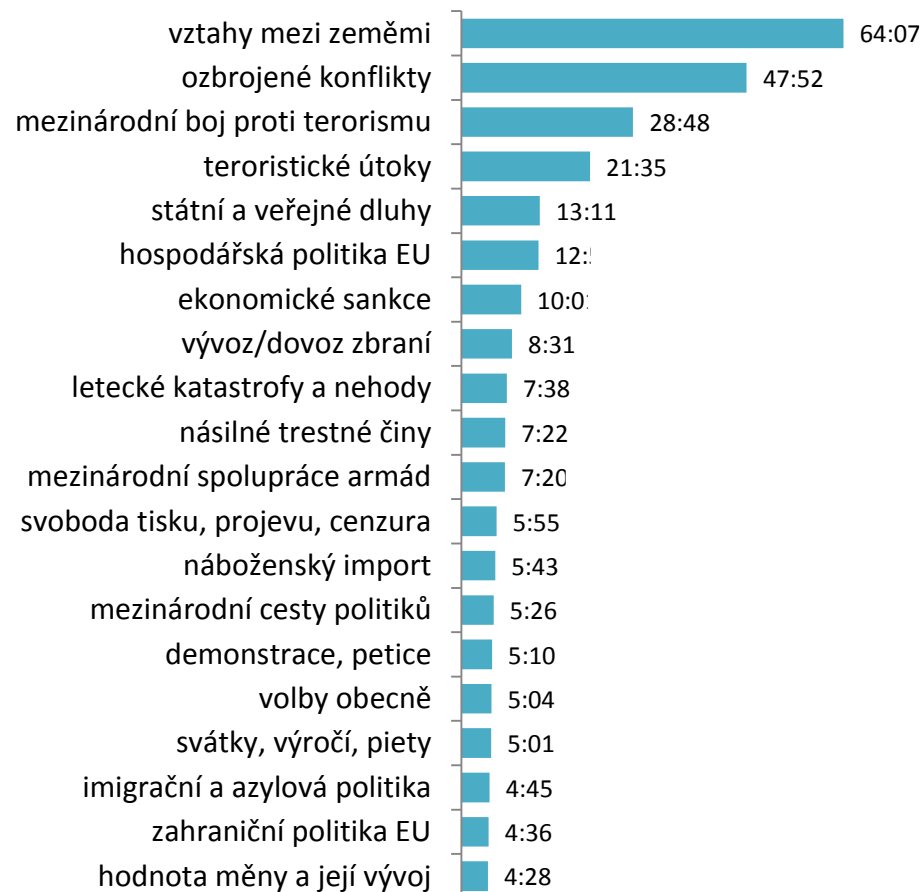
Tragické události, k nimž docházelo v zahraničí, jako teroristické útoky radikálních islamistů a příslušníků Islámského státu, nebo březnový pád letadla ve francouzských Alpách, výrazně upoutaly zájem zpravodajů České televize (Horizont ČT24 a Události, komentáře), nebývale vysokého podílu zahraničního zpravodajství dosáhly i Zprávy FTV Prima.

ZAHRANIČNÍ LOKALITY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

Nejčastěji zmiňované zahraniční lokality ve zpravodajství ČT24 (1Q 2015, stopáž v hodinách a minutách)



Nejčastější témata zahraničního zpravodajství v relacích ČT24 (1Q 2015, stopáž v hodinách a minutách)



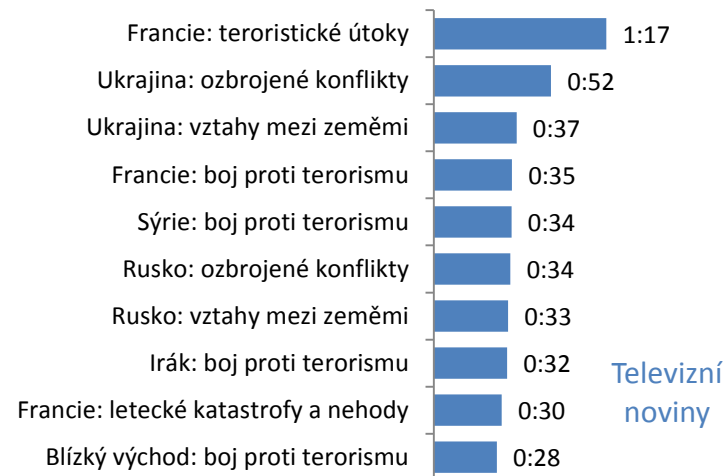
Třetí nejčastěji zmiňovanou zahraniční lokalitou ve zpravodajství ČT24 byly Spojené státy americké a to v necelé třetině případů se vztahem k České republice. Naším územím totiž v samotném závěru sledovaného období projel americký armádní konvoj – téma *mezinárodní spolupráce armád*.

TÉMATA ZAHRA NIČNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Nejčastější kombinace „zahraniční lokalita: téma“ v hlavních zpravodajských relacích (1Q 2015; stopáž v hodinách a minutách)



Události



Televizní noviny

Události se jednoznačně nejvíce soustředily na nové zvraty ve vývoji ukrajinsko-ruské krize. Rozhlasové Hlavní zprávy, jak naznačil už snímek 10, své posluchače informovaly o vztazích Řecka a Evropské unie.



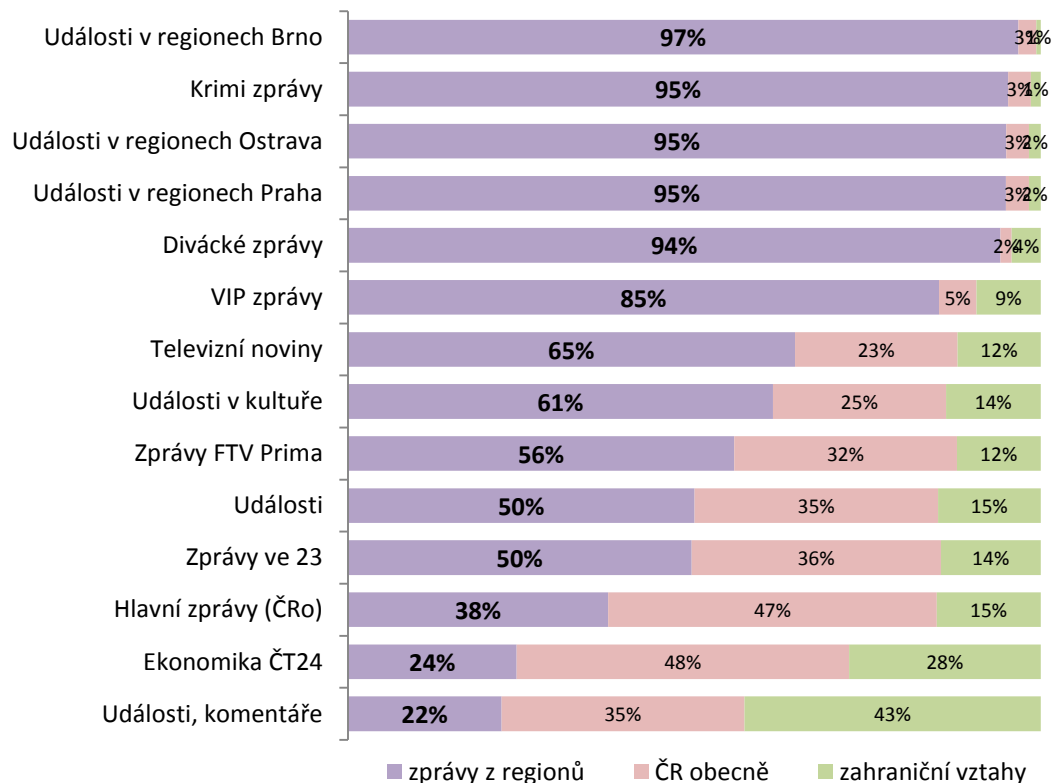
ČRo Radiožurnál
–
Hlavní zprávy



Zprávy
FTV
Prima

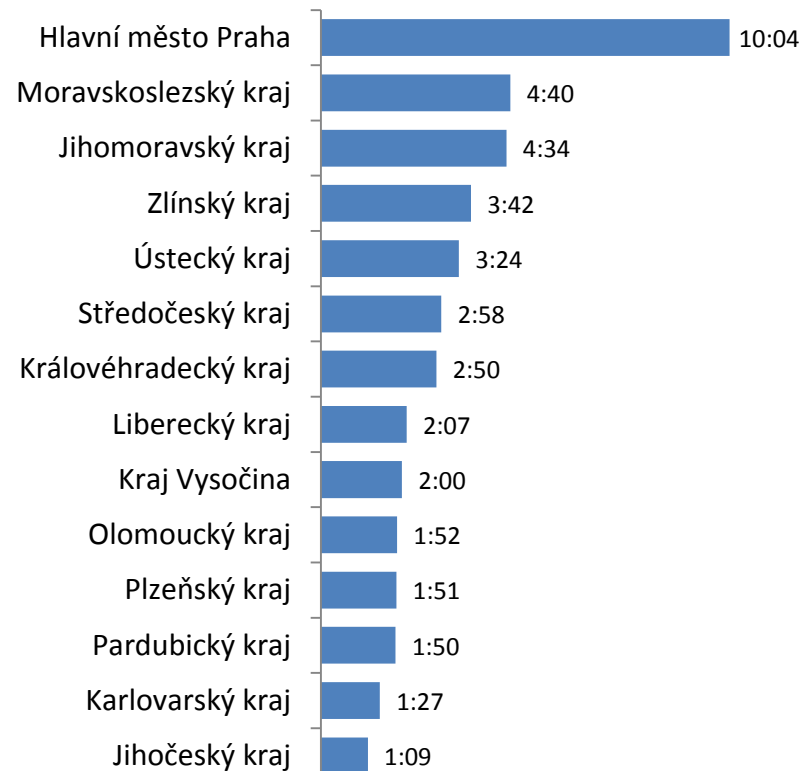
REGIONÁLNÍ STRUKTURA ZPRÁV O ČR VE ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍCH

Struktura zpravodajství o ČR: 1Q 2015, podíl na stopáži



Medializace krajů v regionálním zpravodajství

Událostí: 1Q 2015, stopáž v hodinách a minutách



Třetím nejčastěji prezentovaným krajem v Událostech byl kraj Jihomoravský. V Uherském Brodě totiž došlo k již výše zmiňovanému útoku střelce na restauraci v centru města. O život přišlo 7 hostů, servírka a samotný pachatel. Priorita, jakou analyzované hlavní relace informování o této masové vraždě příčky, podrobně mapuje [následující snímek](#).

REGIONÁLNÍ ZPRAVODAJSTVÍ V HL. ZPRAV. RELACÍCH

Nejčastější kombinace „regionální destinace: téma“ v hlavních zpravodajských relacích (1Q 2015; stopáž v hodinách a minutách)



Události



Televizní noviny

K přejezdu amerického armádního konvoje Českou republikou došlo až v posledním březnovém týdnu, pro Události šlo ovšem o natolik zásadní dění, že se téma *mezinárodní spolupráce armád* dostalo do žebříčku deseti nejčastějších kombinací společně se čtveřicí regionálních lokalit.



ČRo Radiožurnál
–
Hlavní zprávy



Zprávy
FTV
Prima

- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ **Ekonomika**
- ☑ Variabilita
- ☑ Metodika



Souhrnné ukazatele

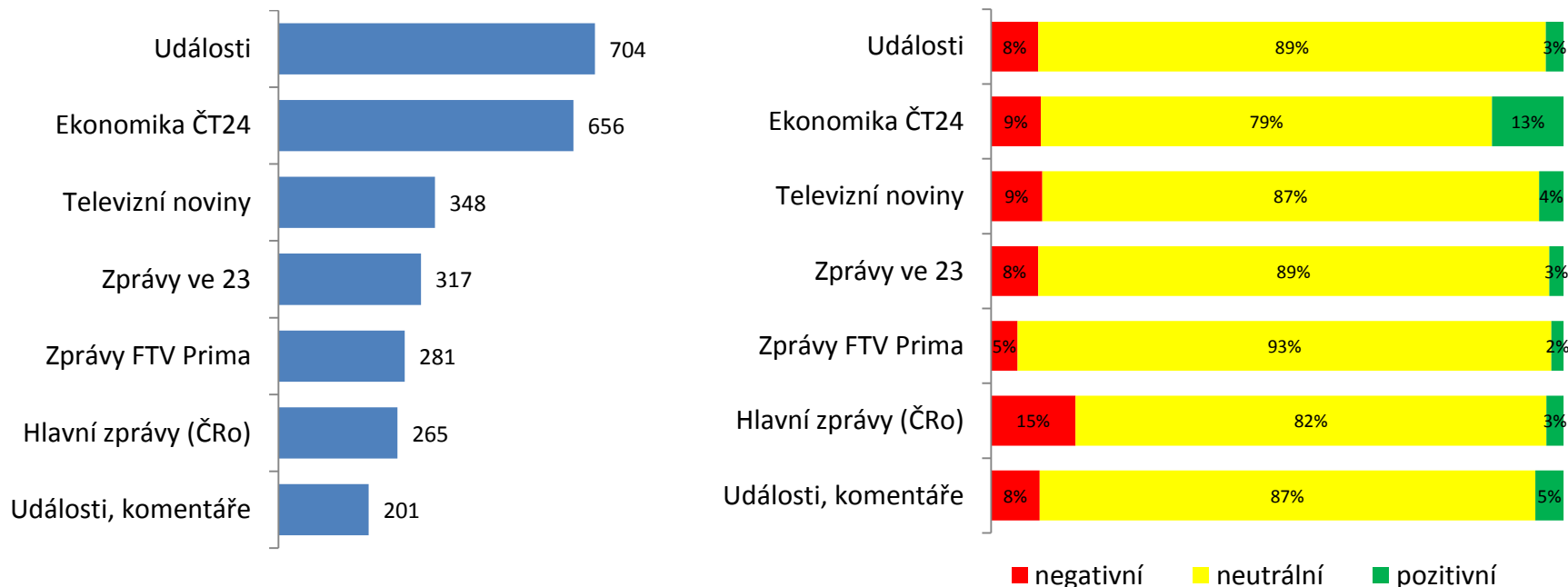
- [intenzita a tonalita ekonomického zpravodajství](#)

Firmy

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

SOUHRNNÉ UKAZATELE EKONOMICKÉHO ZPRAVODAJSTVÍ

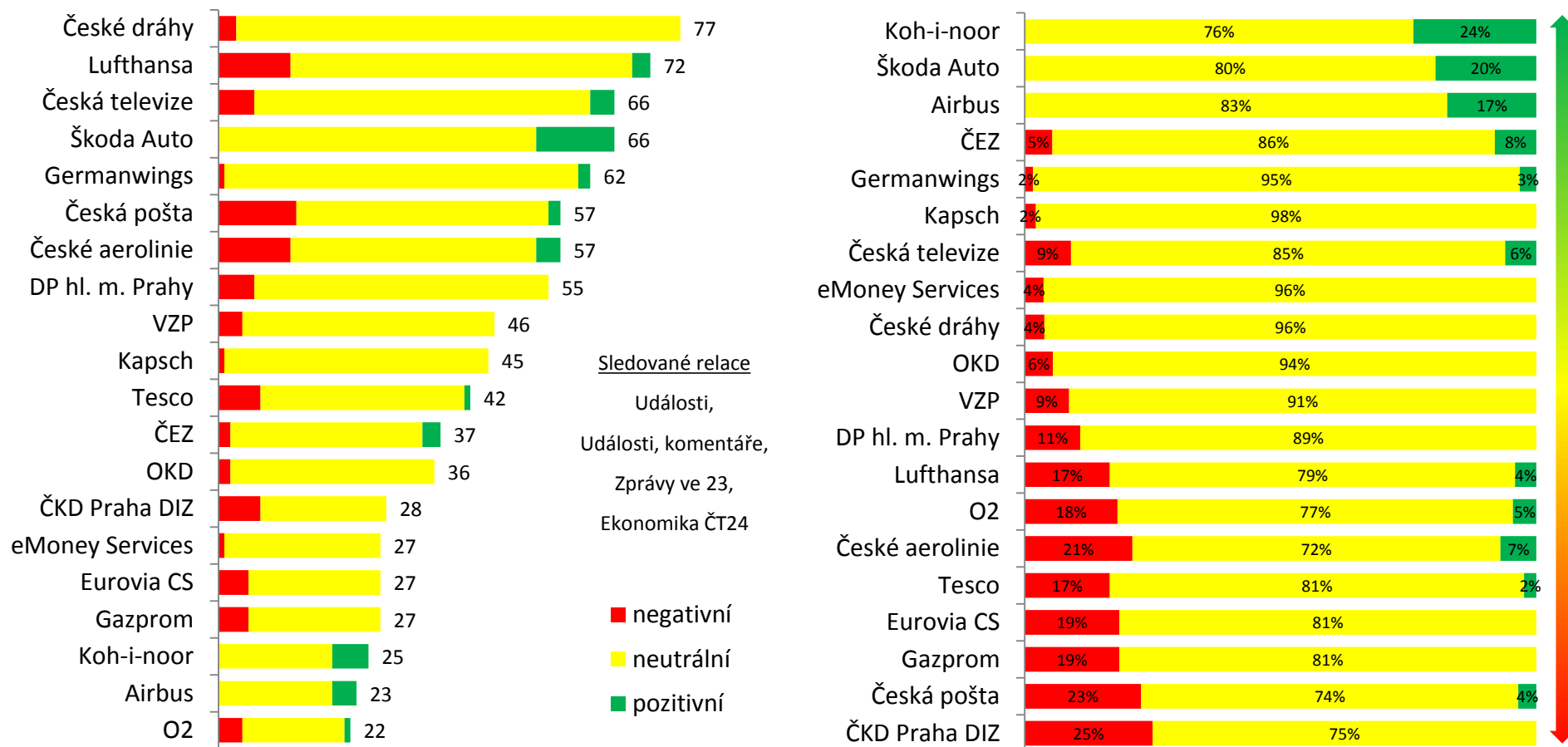
Intenzita a tón medializace ekonomického zpravodajství ve vybraných zpravodajských relacích (1Q 2015), počet výpovědí o podnicích



V 1. čtvrtletí roku 2015 nebyla nejrozmanitějším polem pro prezentaci podnikového zpravodajství Ekonomika ČT24, ale Události. Již snímek 15 totiž naznačil, že téměř polovina obsahu specializované relace byla orientována na zahraniční makroekonomická témata, především pak na *hospodářskou politiku Evropské unie* spojenou se *státním dluhem* Řecka. Ekonomika ČT24 si nicméně uchovala primát, kterým byl relativně i absolutně nejvyšší počet podnikových informací pronesených v příznivém tónu.

FIRMY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

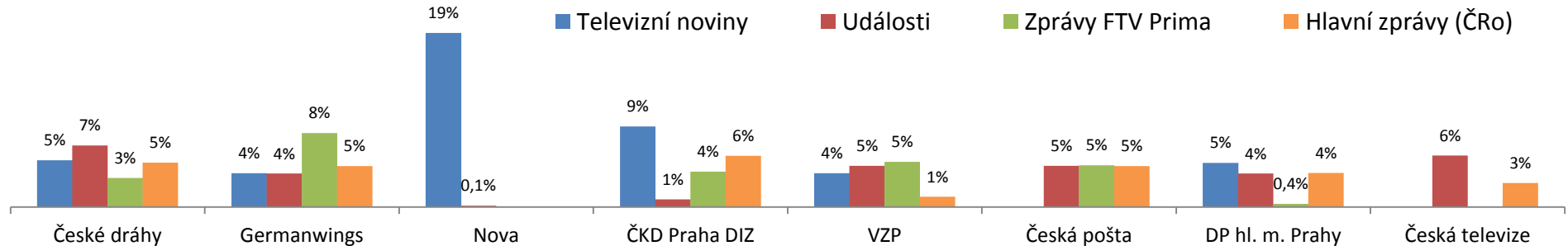
20 nejčastěji zmiňovaných společností ve zpravodajství ČT24 (1Q 2015), počet výpovědí, tón medializace



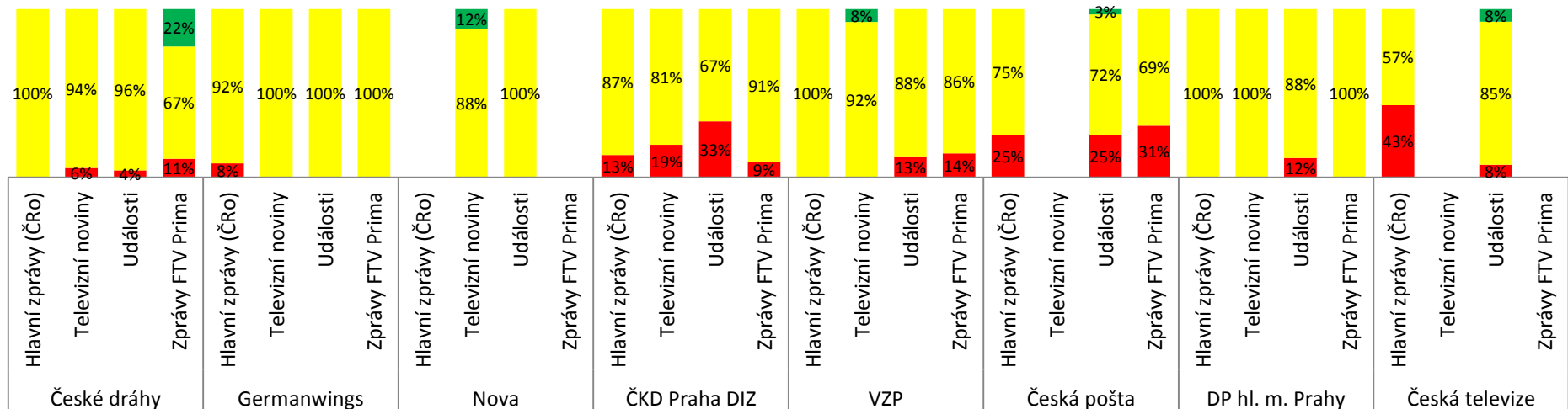
13 z 66 výpovědí o mladoboleslavské Škodě Auto bylo v relacích České televize proneseno příznivým tónem. Na opačném konci spektra, tedy mezi negativně prezentovanými podniky se usadil správce kabeláže v tunelu Blanka, společnost ČKD Praha DIZ.

FIRMY V HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH

Podíl nejčastěji zmiňovaných firem na podnikovém zpravodajství (1Q 2015) a sebe prezentace televizních stanic v hlavních relacích (roky 2013 a 2015); (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 (1Q 2015)



Ve zpravodajství České televize a Českého rozhlasu byly odvíšilány i negativní výpovědi o samotné České televizi. Autorem sedmi z nich byl prezident Miloš Zeman, jedenkrát označil zveřejněné informace jako lživé komunistický europoslanec Miloslav Ransdorf.

- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ Ekonomika
- ☑ Variabilita
- ☑ Metodika



Tematická

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

Politická

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

Územní

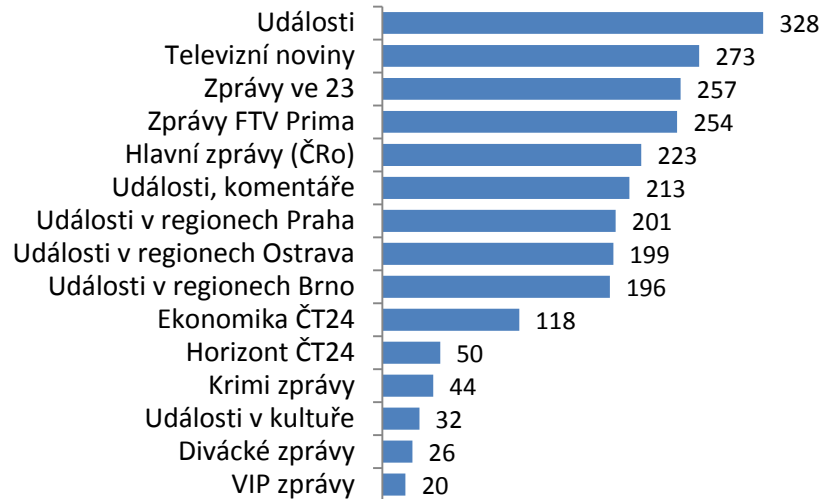
- [zahraniční lokality](#)
- [domácí lokality](#)

Genderová

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

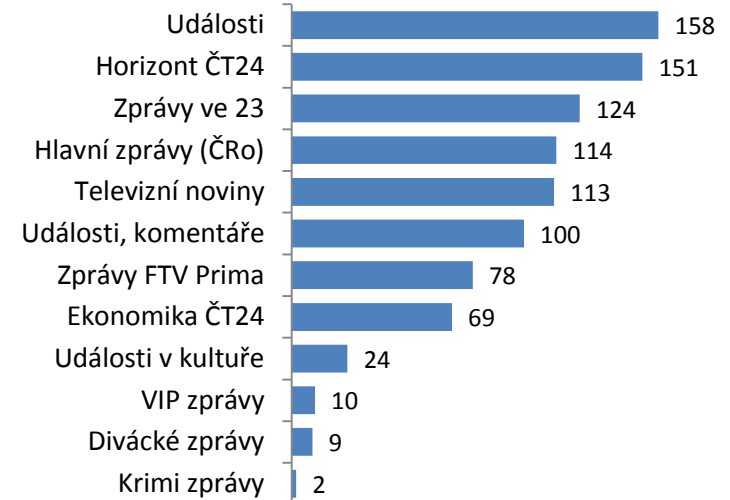
TEMATICKÁ A POLITICKÁ VARIABILITA

Počet různých hlavních témat příspěvků se vztahem k ČR (1Q 2015)



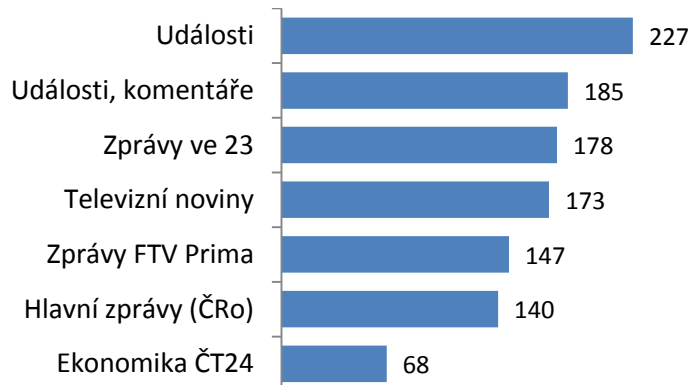
Maximální možný počet různých hlavních témat je **467**.

Počet různých hlavních témat příspěvků bez vztahu k ČR (1Q 2015)

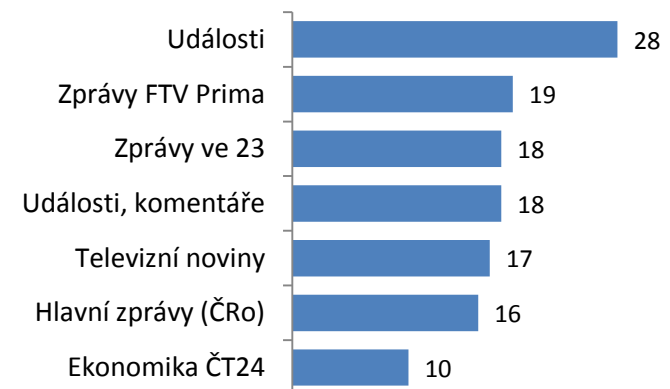


Zahraniční zpravodajství Událostí dosáhlo příznivějších hodnot tematické a územní (viz [následující snímek](#)) variability, než specializovaný Horizont ČT24. Zprávy FTV Prima zobrazily druhý nejvyšší počet politických stran.

Počet českých politiků zmíněných ve zpravodajství (1Q 2015)

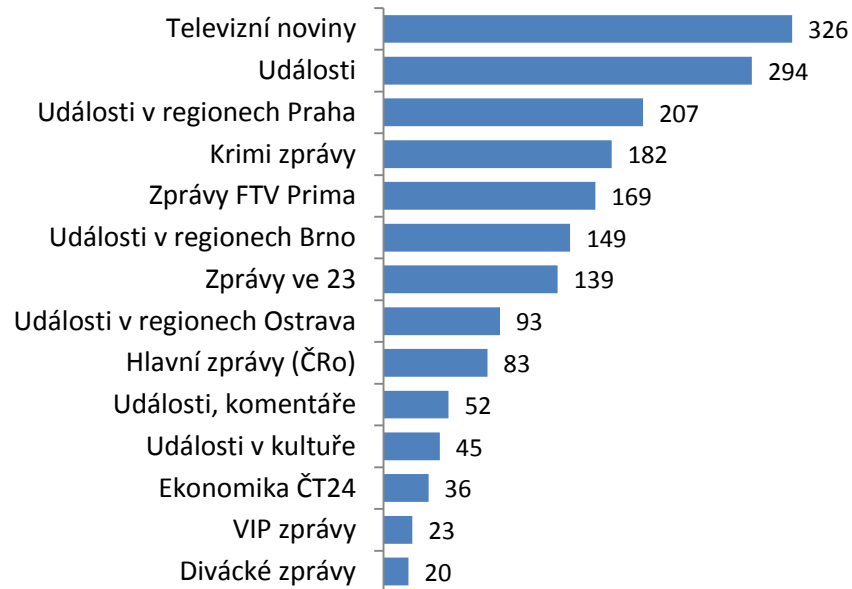


Počet českých politických stran zmíněných ve zpravodajství (1Q 2015)

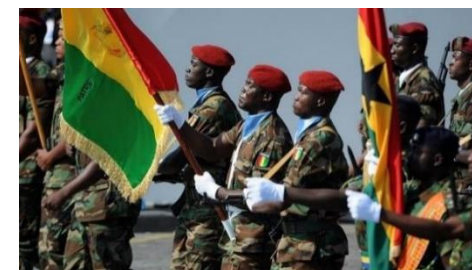
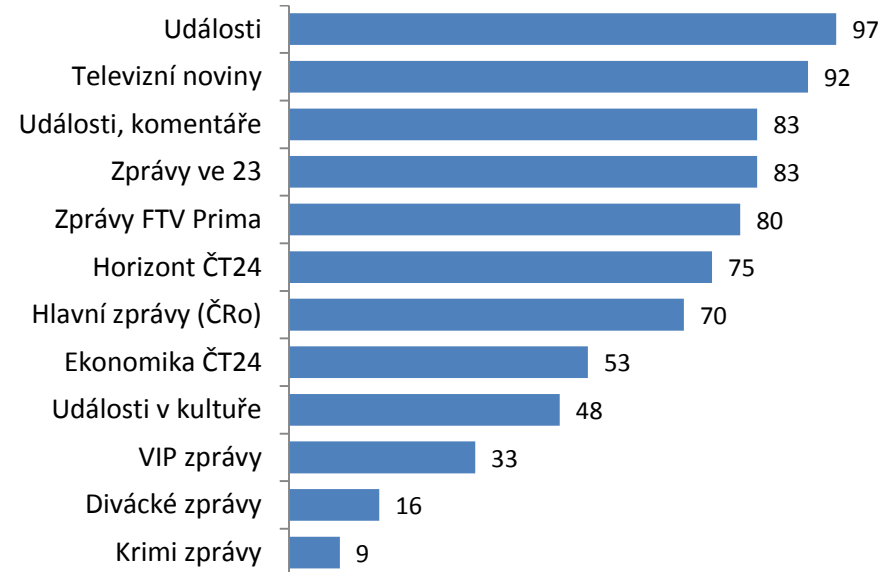


ÚZEMNÍ VARIABILITA: zahraniční a domácí lokality

Počet různých měst a obcí zmíněných v regionálním zpravodajství (1Q 2015)



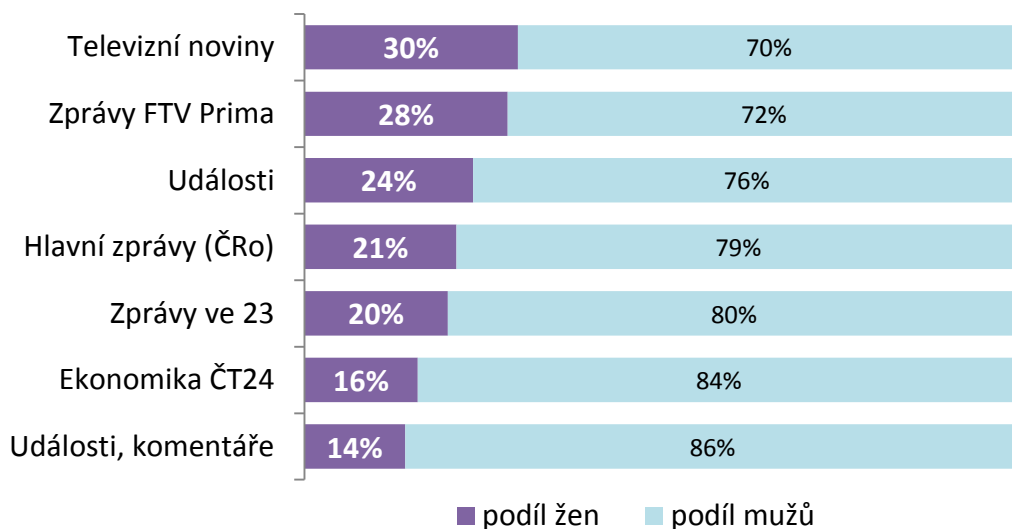
Počet různých zahraničních lokalit zmíněných ve zpravodajství bez vztahu k ČR (1Q 2015)



Horizont ČT24 ve sledovaných třech měsících roku 2015 vykazoval specializovanost nejen svým zahraničním profilem. Oproti očekávání nedosáhl nejvyšší hodnoty územní variability, soustředil se naopak na detailní informování o 75 různých zahraničních lokalitách.

GENDEROVÁ VARIABILITA

Podíl žen a mužů ve zpravodajství (1Q 2015)



Angela Merkelová vzala řešení ukrajinsko-ruské krize do svých rukou a angažovala se při hledání východisek a dodržování dohod z běloruského Minsku.

V 21 příspěvcích Televizních novin byla zmíněna nebo promlouvala pražská primátorka Adriana Krnáčová. Především v březnu se totiž redaktori komerční televize zajímali o novinky ve sporu magistrátu s projektanty tunelu Blanka, které Krnáčová označila za „debily“. Právě toto vyjádření bylo pro autory Televizních novin natolik atraktivní, aby se dočkalo několika opakování.

Nejčastěji zmiňované ženy v hlavních zpravodajských relacích (1Q 2015), počet reportáží



- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ Ekonomika
- ☑ 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.

Tendence - přímé (explicitní) vyjádření hodnotící sledovaný subjekt (osobnost, politickou stranu, podnik) ze strany novináře nebo jiných subjektů. Může mít negativní, neutrální nebo pozitivní vyznění. Za tendenci považujeme i projev souhlasu či odmítnutí.

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 je přední světovou asociací zabývající se obsahovou analýzou mediálních sdělení a v rámci mezinárodní sítě kanceláří v ČR, USA, Švýcarsku, Vietnamu a JAR jsou detailně analyzována média prakticky z celého světa.
- V roce 1996 byl v České republice zahájen unikátní projekt kontinuální obsahové analýzy klíčových médií, v němž Media Tenor analyzuje, jakými způsoby česká i zahraniční média informují o vybraných tématech, organizacích a osobách. Exkluzivní data Media Tenoru ukazují, které subjekty jsou přítomny v médiích, v souvislosti s jakými tématy, a jak jsou hodnoceny.
- Media Tenor ČR je v rámci asociace kanceláří Media Tenor zodpovědný především za metodologický a technologický vývoj v oblasti analýzy elektronického zpravodajství a publicistiky. Je autorem jedinečné metodologie pro detailní kvalitativní analýzu diskusních a publicistických formátů, která byla pilotně nasazena v České televizi (dodnes trvá) a později také v SABC (JAR), Deutsche Welle nebo STV.

STRUČNÁ HISTORIE MEDIA TENORU:

- 1985: Nakladatelství InnoVatio založeno ve Švýcarsku. Specializace na inovace v oblasti sociálních věd.
- 1994: Media Tenor v Bonnu: První mezinárodní výzkumný institut zaměřený kontinuální obsahovou analýzou médií.
- 1995: InnoVatio iniciovalo vznik International Media Monitor Association ve Washingtonu.
- 1996: Otevření kanceláří partnerských institutů v České republice a Velké Británii.
- 1999: 160 analytiků v Bonnu, Doveru, Lipsku a Ostravě.
- 2000: Otevření partnerských kanceláří v Pretorii a Londýně.
- 2003: 230 analytiků v pěti zemích, nová kancelář v Berlíně.
- 2005: Nové kanceláře v Luganu a Windhoeku (Namibie). Více než 230 analytiků kontinuálně a detailně sleduje více než 200 hlavních médií ve 34 jazycích na všech kontinentech.
- 2007: Vlastníkem Media Tenoru se v Česku stala společnost Media Content Experts. Dále se tak rozšířil analytický záběr.

- Media Tenor pravidelně dává k dispozici výstupy z kontinuálně zpracovávaných dat a studie založené na aplikované obsahové analýze médií. Aktuální studie jsou dostupné na [webových stránkách Media Tenoru](#).

V dubnu 2015 zpracoval Media Tenor, spol. s r. o.
Vedoucí projektu: Mgr. Štěpán Sedláček

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.