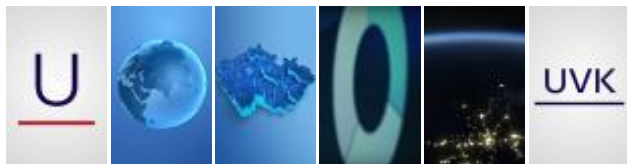


## Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (3. čtvrtletí 2015)

- Celková délka medializace uprchlické krize v relacích České televize dosahovala k 56 hodinám
- Události, komentáře informovaly o Evropské unii déle než 88 hodin a příspěvky o imigrační krizi tvořily 37 % čtvrtletní stopáže relace
- Nejčastěji medializovanou stranou v Událostech byla ČSSD, nejčastěji prezentovaným politikem prezident Miloš Zeman

Ve 3. čtvrtletí roku 2015 bylo analyzováno **15 zpravodajských relací** čtveřice médií o celkové stopáži **514 hodin a 4 minuty**.



V analýze byly použity příspěvky těchto zpravodajských relací:

**Česká televize** (celková stopáž zkoumaných pořadů ve 3. čtvrtletí roku 2015: **327 hodin a 49 minut v 9 157 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 ve 3. čtvrtletí roku 2015: **61 hodin a 33 minut v 2 664 příspěvcích**): Televizní noviny

**Prima FTV** (celková stopáž zkoumaných pořadů ve 3. čtvrtletí roku 2015: **92 hodin a 30 minut v 4 237 příspěvcích**): Zprávy FTV Prima, Krimi zprávy, Divácké zprávy a VIP zprávy/Top Star

**Český rozhlas Radiožurnál** (celková stopáž zkoumaných pořadů ve 3. čtvrtletí roku 2015: **32 hodin a 12 minut v 1 147 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 17 205 příspěvků o stopáži 514 hodin a 4 minuty.**



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

## TÉMATA

- Mediální událostí čtvrtletí byla uprchlická krize pokrytá především tématy *imigrační a azylová politika* (kategorie *menšiny a lidská práva*) a *bezpečnost EU* (kategorie *Evropská unie*). Analýze krize se téměř 23 hodin věnovaly **Události, komentáře** (snímky [6](#), [7](#), [8](#), [11](#) a [14](#)).
- **Události v regionech** v návaznosti na extrémní sucho informovaly o problémech v *zemědělství* (snímek [13](#)).

## POLITIKA

- Na celostátní úrovni byla mediální prezentace stran zastoupených v PS v **Událostech** i **souhrnu relací ČT24** svou tonalitou vyvážená. Rozdíly přinesla medializace pražské komunální politiky, z níž v nepříznivém světle vyšli Matěj Stropnický ze Strany Zelených a političky hnutí ANO Adriana Krnáčová a Radmila Kleslová (snímky [21](#), [22](#), [23](#) a [24](#)).

## LOKALITY

- Uprchlická krize znamenala rekordní hodnoty podílu zahraničního zpravodajství ve zkoumaných zpravodajských relacích: **Horizont ČT24** 100 %, **Události, komentáře** 60 %, **Zprávy ve 23** 48 % a **Události** 36 % ([snímek 29](#)).

## EKONOMIKA

- Kvůli skandálu s falšováním údajů o emisích vozů byl nejčastěji a zároveň nejméně příznivě hodnoceným podnikem v **relacích ČT** koncern Volkswagen. Naopak nejpříznivější mediální obraz měla samotná Česká televize (snímky [36](#) s [37](#)).

## VARIABILITA

- **Události** dosáhly nejvyšších hodnot ve statistikách domácí tematické variability, zahraniční tematické variability a politické variability (snímek [39](#)).

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



[Mediální události](#)

[Hlavní zpravodajské relace](#)

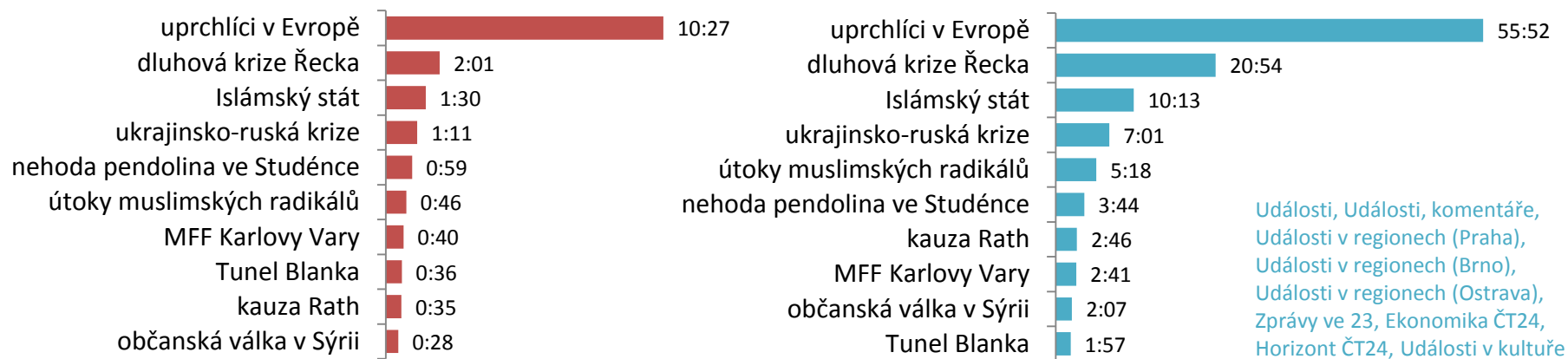
[Regionální zpravodajství](#)

[Komentované zpravodajství](#)

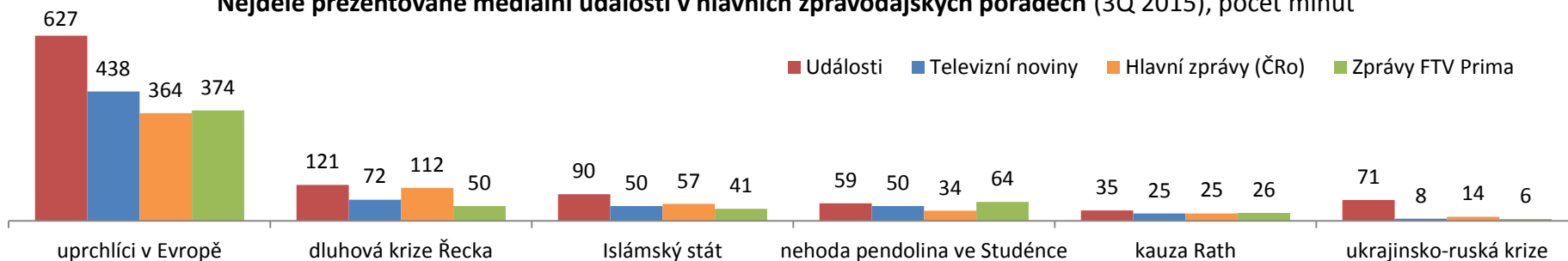
[Zprávy ve 23, Ekonomika ČT24, Horizont ČT24,  
Události v kultuře](#)

# MEDIÁLNÍ UDÁLOSTI

10 nejdéle prezentovaných mediálních událostí v Událostech (vlevo) a ve všech sledovaných relacích ČT24 (vpravo): 3Q 2015, počet hodin a minut



Nejdéle prezentované mediální události v hlavních zpravodajských pořadech (3Q 2015), počet minut

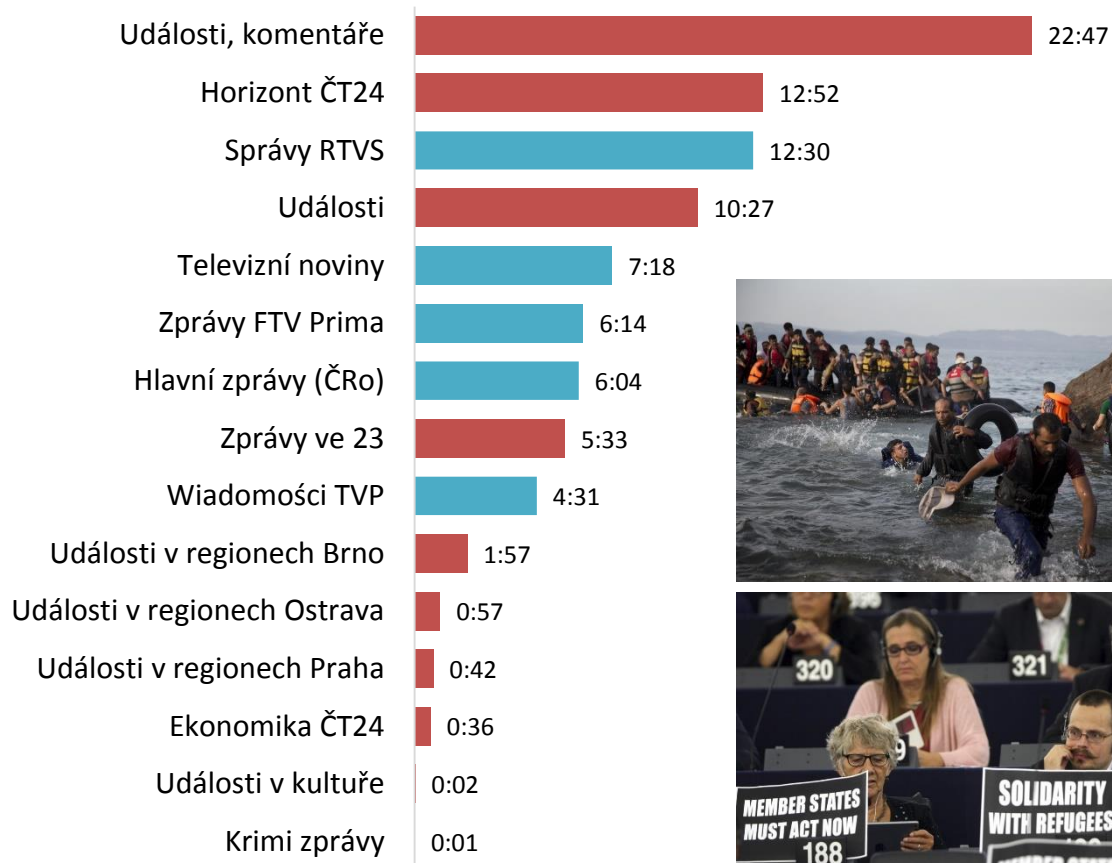


**Uprchlíká krize byla pro všechny zkoumané relace bezpochyby mediální událostí číslo jedna, jak ovšem ukazuje srovnání s komerčními televizemi a Českým rozhlasem, Události byly jedinou zpravodajskou relací, která neignorovala vývoj v krizi ukrajinsko-ruské.**

**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 přerušena televizním programovým schématu a vybočuje z denní rutiny; 4. událost není organizována médiem samotnými, ale mimo mediální organizace; 5. vysílání události vyvolává silnou (až fascinovanou) odezvu publika a 6. vysílání události probouzí hluboce zakořeněné představy a vyprávění spjatá s hrdinstvím (Dayan, Katz, 1994, s. 102). Media Tenor tuto teorii aplikoval v analytické praxi a kauzami jsou v jeho metodice myšleny významně intenzivně medializované události splňující Dayanova a Katzova kritéria. Kauzou jsou tak pokryty multi-tematické mediální události, jejichž medializace prochází vývojem a v tematické skladbě (viz [strana 8](#)) jsou roztrženy do vyššího množství kategorií. Exmplárním příkladem je **kauza metylalkohol**, která se dotýkala tematických kategorií *kriminální činy* (skupinová kriminalita), *bezpečnostní politika* (policejní vyšetřování a zásahy celní správy), *hospodářská politika* (vládní opatření na ochranu spotřebitelů), *zdravotnictví* (zdravotní stav otrávených konzumentů), *justice* (soudní procesy s aktéry metanolové aféry), *společenské jevy* (situace rodin obětí) nebo *podniková sféra* (aféry firem napojených na tzv. metanolovou chobotnici).

# UPRCHLICKÁ KRIZE VE STŘEDOEVROPSKÉM ZPRAVODAJSTVÍ

Medializace uprchlické krize ve středoevropském televizním a rozhlasovém zpravodajství: 3Q 2015, délka v hodinách a minutách

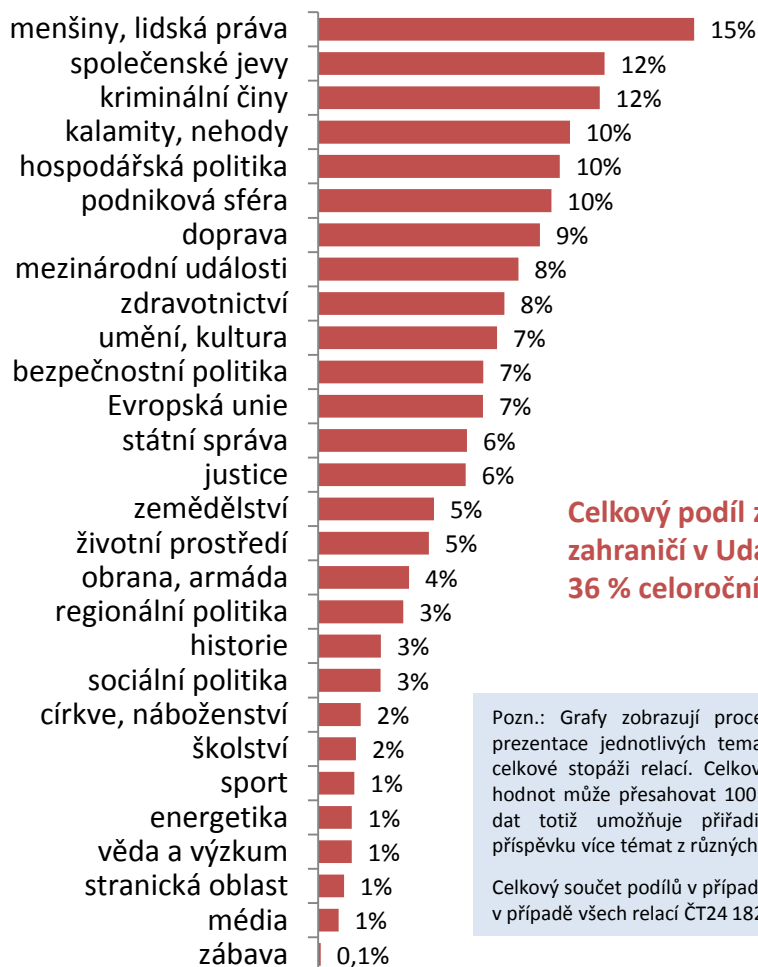


Podíl mediální události na čtvrtletní stopáži	
Události, komentáře	37 %
Horizont ČT24	34 %
Hlavní zprávy (ČRo)	19 %
Správy RTVS	18 %
Zprávy ve 23	18 %
Zprávy FTV Prima	15 %
Události	15 %
Wiadomości TVP	12 %
Televizní noviny	12 %
Události v regionech Brno	8 %
Události v regionech Ostrava	4 %
Události v regionech Praha	3 %
Ekonomika ČT24	2 %
Události v kultuře	0,1 %
Krimi zprávy	0,1 %

**Události, komentáře a Horizont ČT24 informovaly o přílivu uprchlíků do Evropy a snaže jednotlivých států i EU řešit nastalou krizi na více než třetině své čtvrtletní stopáže.** Kvůli sousedství s Maďarskem se krize více než České republiky dotýkala Slovenska. Tamní hlavní zpravodajská relace veřejnoprávní RTVS vysílala o zkoumané mediální události o 2 hodiny déle než Události.

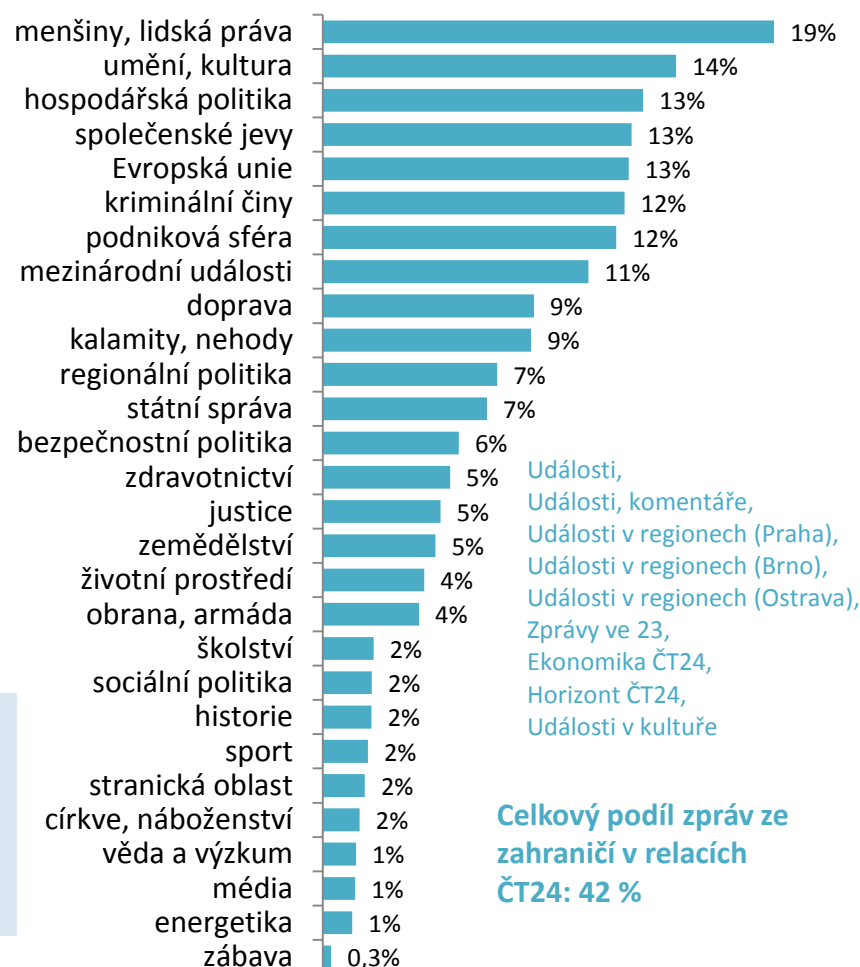
# ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

Tematické kategorie příspěvků **Událostí** (vlevo) a **všech sledovaných relacích ČT24** (vpravo): 3Q 2015, podíl na délce pořadu



**Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Událostech: 36 % 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 158 %, 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

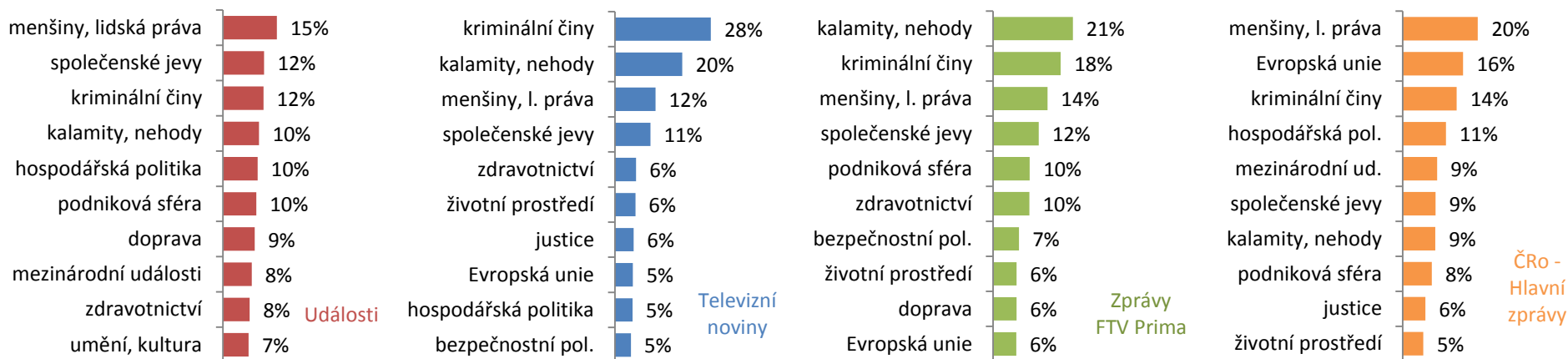
**Celkový podíl zpráv ze zahraničí v relacích ČT24: 42 %**

Uprchlíckou krizí tematicky zastřešovaly především kategorie **menšiny a lidská práva, Evropská unie**. Druhá ze jmenovaných tematických oblastí spolu s *hospodářskou politikou* navíc obsahově pokrývala jiný mezinárodně-politický problém, jímž byla dluhová krize Řecka. Ta vyvrcholila začátkem července. V září na ni navázaly předčasné parlamentní volby.



# ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

TOP10 nejčastěji prezentovaných tematických kategorií v hlavních zpravodajských pořadech: 3Q 2015, podíl na délce pořadu



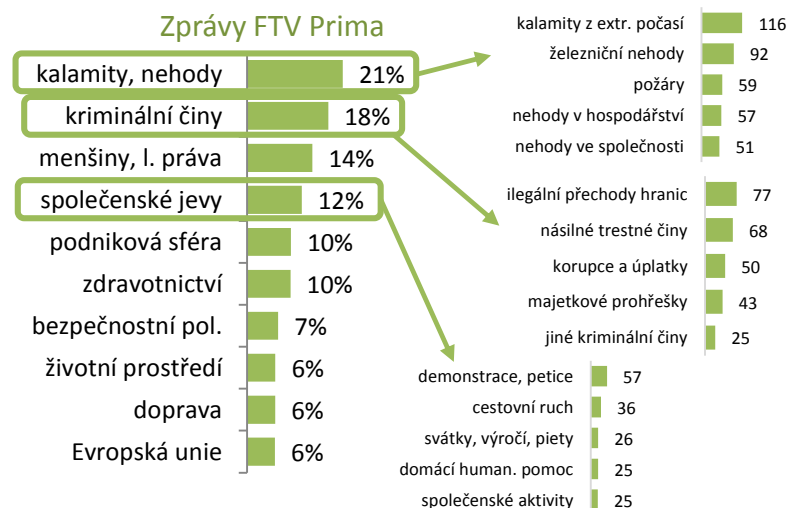
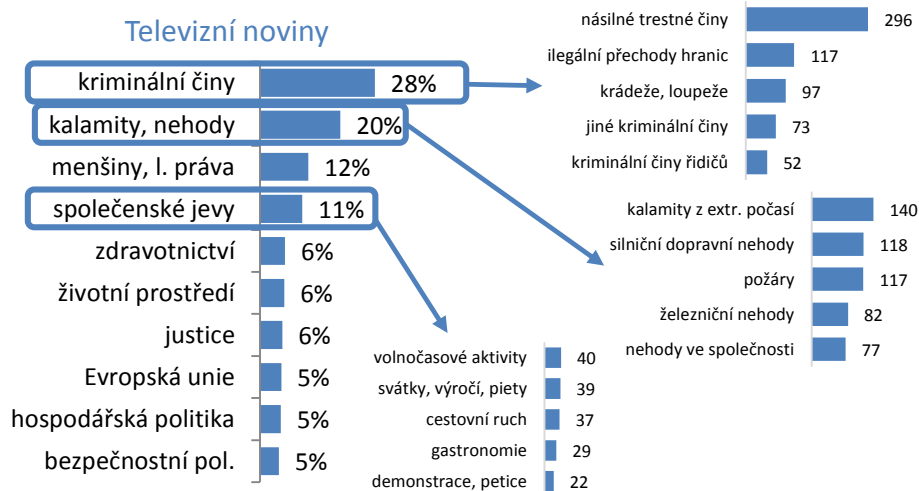
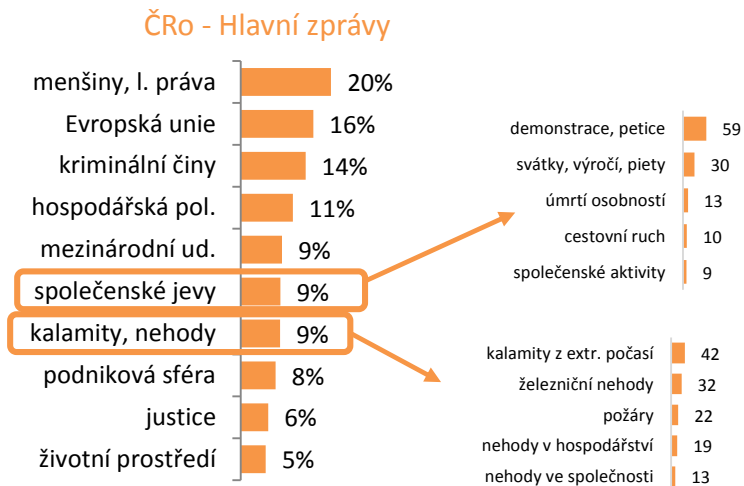
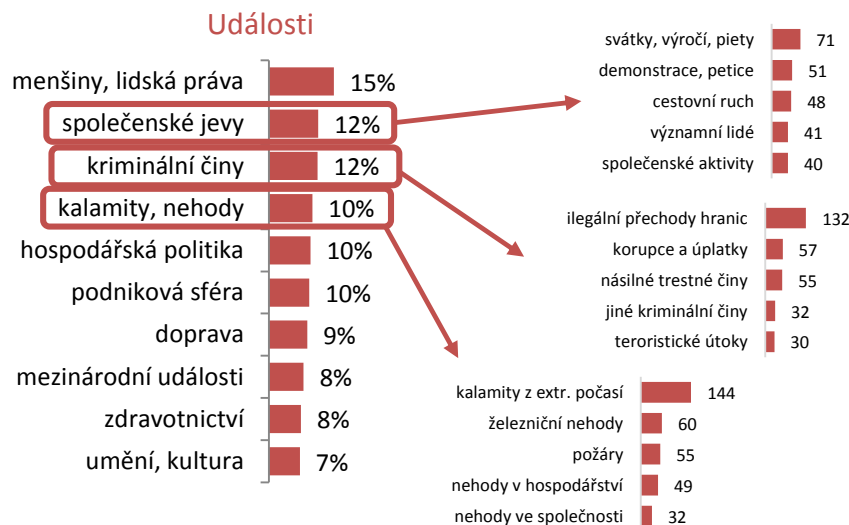
TOP10 nejčastěji prezentovaných tem. kategorií ve večerní zprav. hodině ČT, TV Nova, Prima FTV a ČRo: 3Q 2015, podíl na délce pořadu



Vysoký podíl kategorií *menšiny a lidská práva* a *Evropská unie* v Hlavních zprávách Českého rozhlasu dokresloval hodnoty zobrazené na [snímku 7](#), z nichž bylo patrné, že uprchlická krize tvořila pětinu celkové stopáže relace. Události zaznamenaly nižší podíl *kriminálních činů*, než zpravodajské relace komerční a rozhlasová.

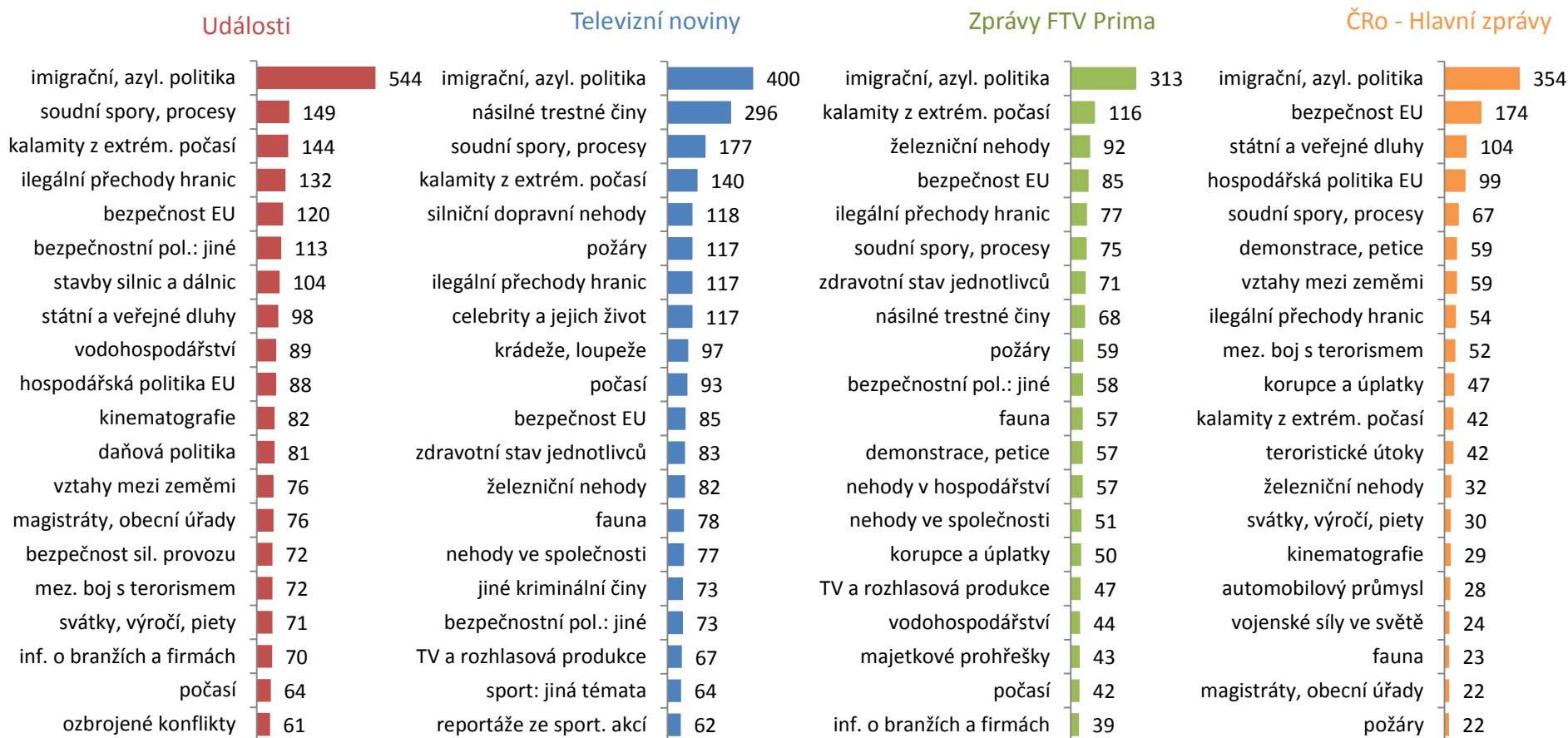
# ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

Detailní tematický rozbor kategorií *kriminální činy, společenské jevy a kalamity, nehody* v hlavních zpravodajských pořadech: 3Q 2015, podíl na délce pořadu (hodnoty TOP5 detailních témat jsou uváděny v minutách)



# HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÉ RELACE: detailní témata

Nejčastější témata v hlavních zpravodajských pořadech: 3Q 2015, počet minut (báze: 468 tematických aspektů)



**Imigrační a azylová politika** byla pro sledované hlavní relace logicky tématem číslo jedna. V Televizních novinách TV Nova ovšem nijak výrazně nevyčnívala nad typicky komerčními *násilnými trestnými činy*. Pro televizní zpravodajství bylo častým námětem také extrémní horko a sucho (téma *kalamity z extrémního počasí*).

# 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): 3Q 2015, počet minut (báze: 468 tematických aspektů)

## Česká televize (19:00 – 19:50)



## TV Nova (19:30 – 20:15)



## Prima FTV (18:55 – 20:00)

Zprávy FTV Prima, Krimí zprávy, Divácké zprávy, VIP zprávy/Top Star



## ČRo Radiožurnál (18:00 – 18:30)



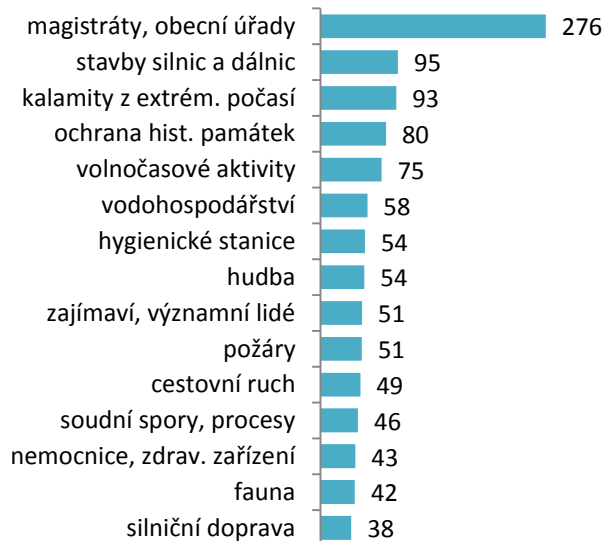
**Soudní spory a procesy byly druhým nejdéle medializovaným tématem Událostí a třetím ve statistice Televizních novin.** V hlavní relaci ČT šlo o 97 příspěvků, z nichž 17 se týkalo kauzy Davida Ratha. Televizní noviny vysílaly o soudech 93 reportáží, 17 z nich o bulvární kauze Kramný.

# UDÁLOSTI V REGIONECH – PRAHA, BRNO, OSTRAVA

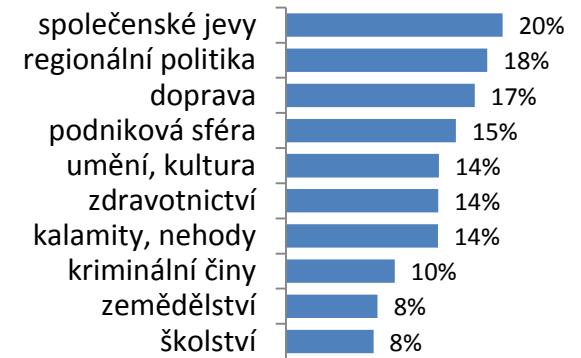
Nejčastější tematické kategorie (nahore) a detailní témata (dole) Událostí v regionech (3Q 2015), podíl na délce pořadu a počet minut



## PRAHA



## BRNO



## OSTRAVA



**Ve všech mutacích Událostí v regionech se významné pozornosti dostalo oblasti zemědělství, konkrétně především vodohospodářství.** Vinou extrémních letních teplot a absencí srážek trpěli zemědělci nedostatkem vody a hasiče zaměstnávaly lesní požáry.

# UDÁLOSTI, KOMENTÁŘE: tematická struktura

**Tematické kategorie příspěvků Událostí, komentářů (3Q 2015), podíl na délce pořadu**



**Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Událostech, komentářích: 60 %**

**Nejčastější témata reportáží Událostí, komentářů (3Q 2015), 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 205 %.

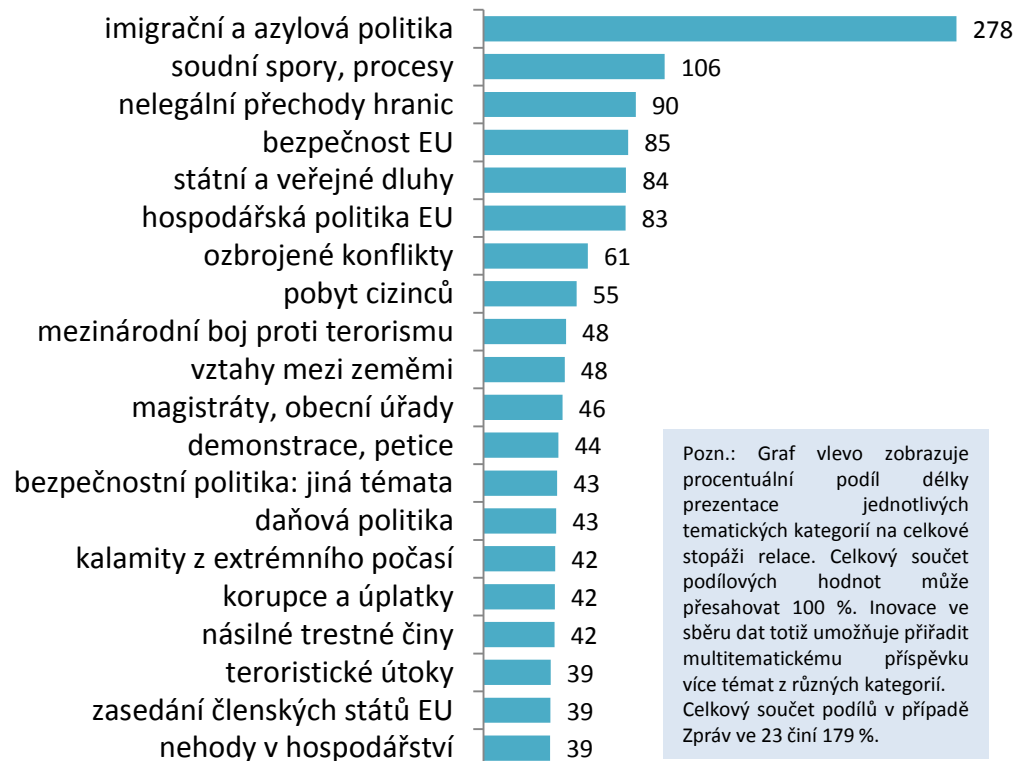
**Události, komentáře byly v dosavadním průběhu roku 2015 výrazně zahraničně a evropsky orientovanou relací, v níž délka informací o Evropské unii během tří čtvrtletí přesáhla 138 hodin, tedy 2 a čtvrt dne (více [snímek 29](#)). V aktuálně sledovaných třech měsících vyšplhal podíl zahraničního zpravodajství ke dvěma třetinám obsahu, a jak ukázal [snímek 7](#), komentovaná relace byla nejširším polem analýz migrační krize.**

# ZPRÁVY VE 23: tematická struktura

**Tematické kategorie příspěvků Zpráv ve 23**  
(3Q 2015), podíl na délce pořadu



**Nejčastější témata reportáží Zpráv ve 23** (3Q 2015), 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 179 %.

**Ve Zprávách ve 23 tvořila zásadní část kvartálního obsahu tematická kategorie *kriminální činy*.** Nešlo přitom o medializaci kriminálních činů s nižší společenskou relevancí, ale o témata spojená s domácí i mezinárodně-politickou situací – *nelegální přechody hranic, korupce a úplatky, teroristické útoky*.

# EKONOMIKA ČT24: tematická struktura

## Tematické kategorie příspěvků Ekonomiky ČT24

(3Q 2015), podíl na délce pořadu



**Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Ekonomice ČT24: 52 %**

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 186 %.

## Nejčastější témata reportáží Ekonomiky ČT24

(3Q 2015), počet minut (báze: 468 tematických aspektů)



**Ekonomika ČT24 informovala nejen o negativních dopadech řecké dluhové krize (témata *hospodářská politika EU* a *státní a veřejné dluhy*), ale také o příznivých výsledcích tuzemské ekonomiky (témata *ekonomický růst*, *nezaměstnanost*, *zahraniční obchod* a *zahraniční investice*). V závěru sledovaného období vypukl skandál automobilky Volkswagen (téma *automobilový průmysl*), kterému se podrobněji věnují snímky [35](#), [36](#) a [37](#) v kapitole *Ekonomika*.**



# HORIZONT ČT24: tematická struktura

**Tematické kategorie příspěvků Horizontu ČT24**  
(3Q 2015), podíl na délce pořadu



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 212 %.

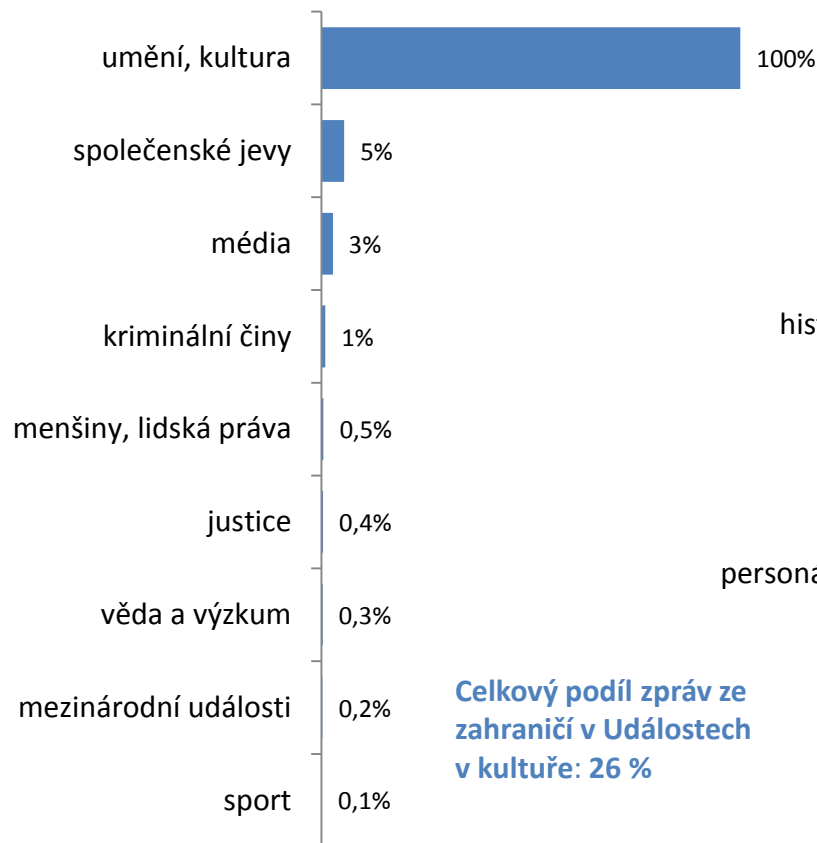
**Nejčastější témata reportáží Horizontu ČT24**  
(3Q 2015), počet minut (báze: 468 tematických aspektů)



**Diskuze o „novodobém stěhování národů“ obrátily pozornost světových politiků i redaktorů České televize k občanské válce v Sýrii. Značná část běženců totiž prchá právě před válkou a terorismem Islámského státu (témata *ozbrojené konflikty* a *mezinárodní boj proti terorismu*).**

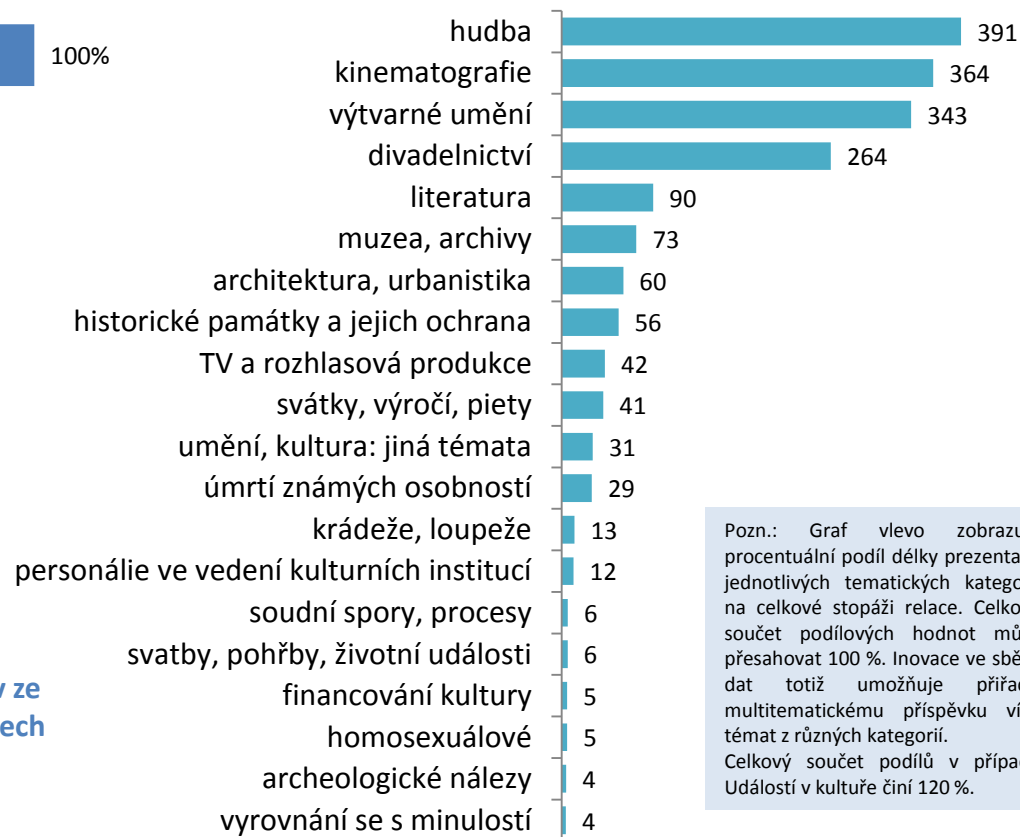
# UDÁLOSTI V KULTUŘE: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Událostí v kultuře (3Q 2015), podíl na délce pořadu



Nejčastější témata reportáží Událostí v kultuře

(3Q 2015), 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 120 %.

**Prázdninové měsíce přinesly řadu hudebních a filmových festivalů, o nichž specializované Události v kultuře informovaly. Jen o Mezinárodním filmovém festivalu v Karlových Varech bylo v relaci odvysíláno 46 zpravodajských příspěvků.**

- ☑ 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](#)

#### Politici

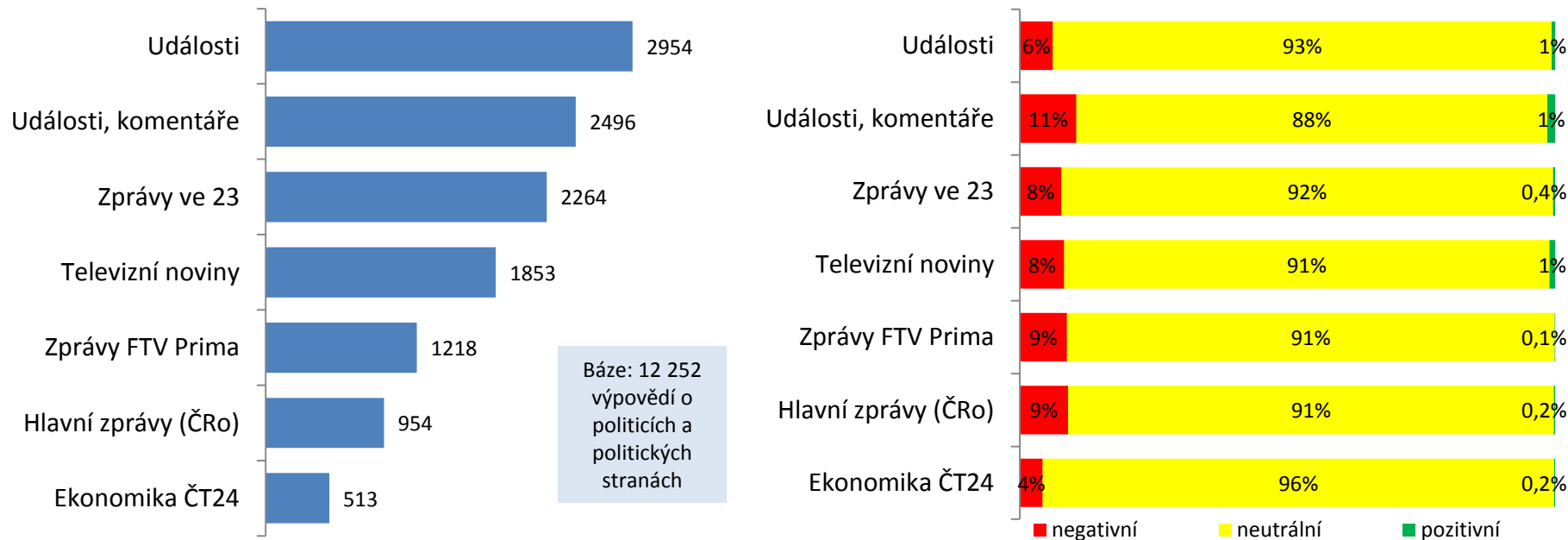
- [politici v Událostech, ve zpravodajství ČT24](#)
- [hosté Událostí, komentářů](#)

#### Témata

- [věcná témata v politickém zpravodajství](#)

# SOUHRNNÉ UKAZATELE POLITICKÉHO ZPRAVODAJSTVÍ

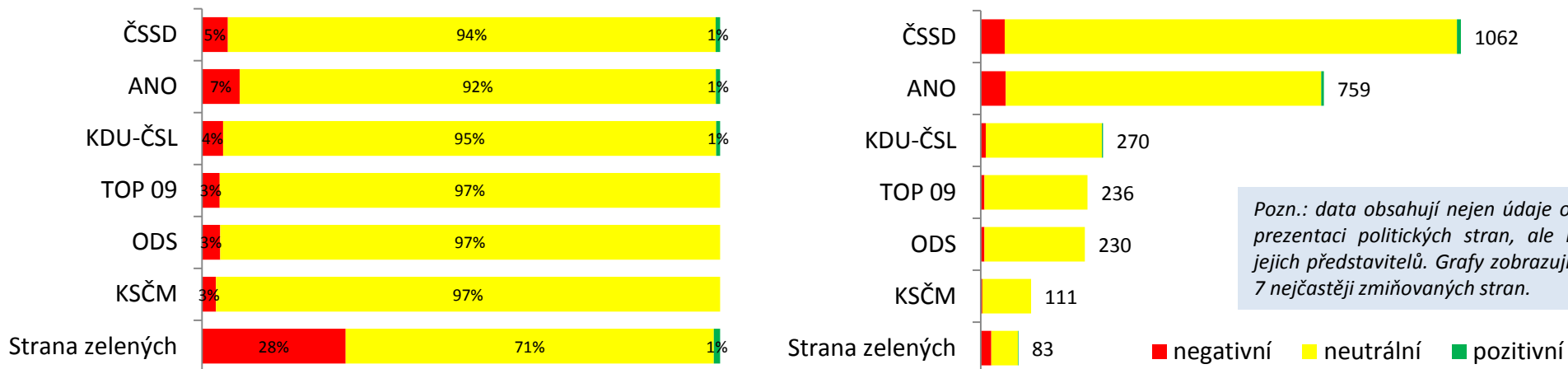
Intenzita a tón medializace politického zpravodajství ve zpravodajských relacích (3Q 2015), počet [výpovědí](#) o politicích a politických stranách



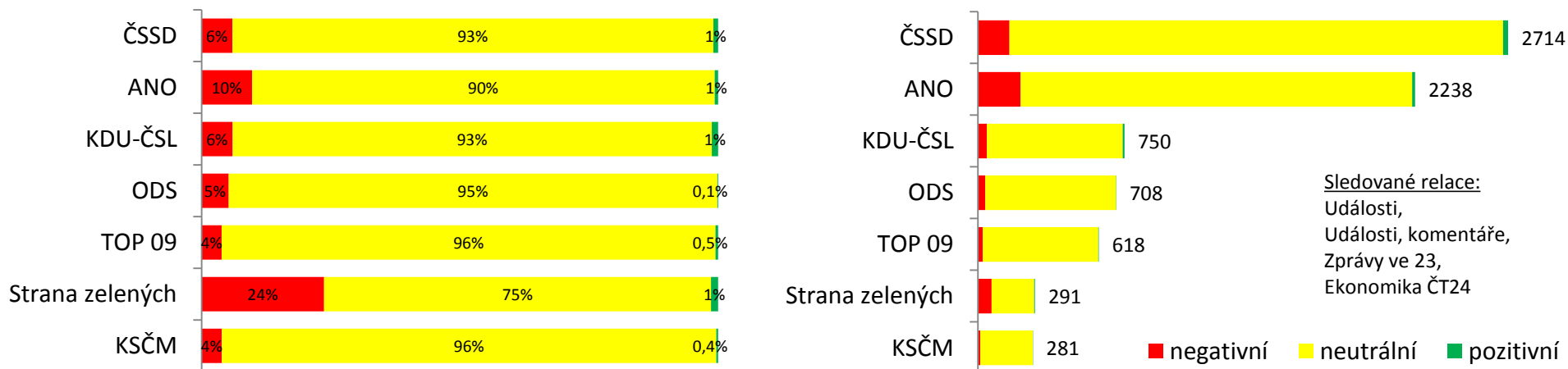
Uprchlíká krize se intenzivně dotkla i české politické scény. Všechny parlamentní strany se shodovaly v odmítní povinných kvót na přerozdělení běženců do členských států EU. Rozcházely se ovšem v návrzích řešení následků krizové situace. Pravděpodobně tato vzácná shoda politiků a parlamentní prázdniny byly příčinou velmi podobné struktury politických zpráv napříč zkoumanou bází pořadů, co se tonality týká. Co do intenzity, ve 3. čtvrtletí roku 2015 zaznělo v relacích ČT 8227 politických výpovědí. V kvartále 1. to bylo 8251 výpovědí, v dubnu, květnu a červnu 9667 politických výpovědí.

# POLITICKÉ STRANY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

Intenzita a tón medializace politických stran v pořadu UDÁLOSTI – 3Q 2015, počet výpovědí



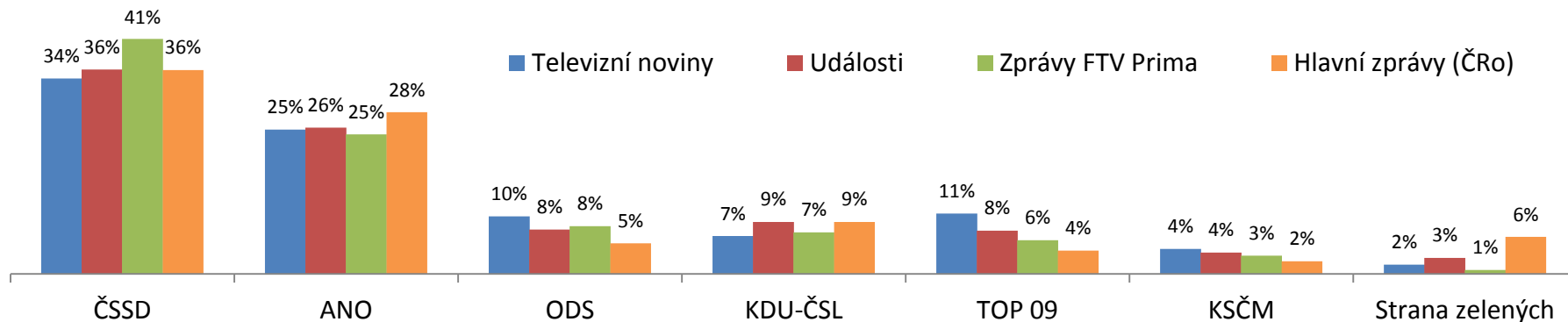
Intenzita a tón medializace politických stran v relacích ČT24 – 3Q 2015, počet výpovědí



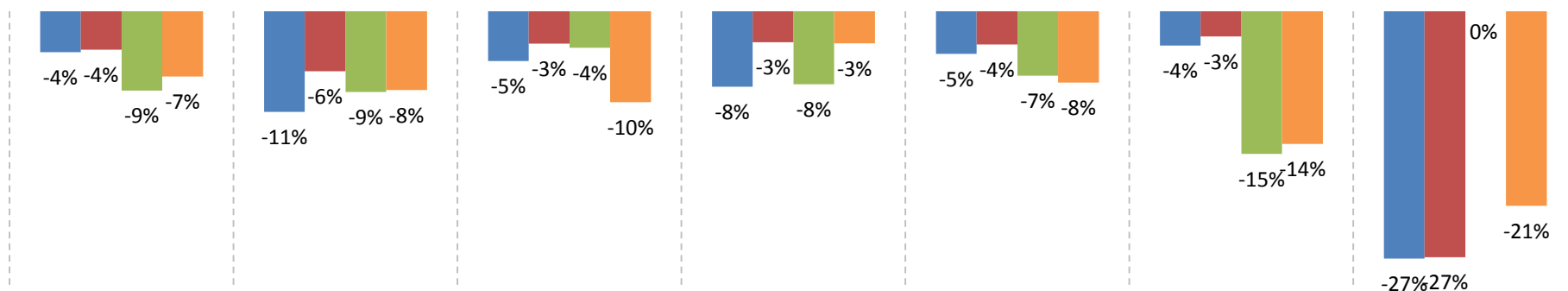
Na celostátní úrovni politiky byla medializace parlamentních stran v Událostech i souhrnu zpravodajství ČT24 v podstatě shodná. Negativita byla spojena s pražskou komunální politikou a mediálními obrazy Adriany Krnáčové (ANO), Radmily Kleslové (ANO) a Matěje Stropnického ze Strany zelených (více snímky [23](#), [24](#) a [25](#)).

# POLITICKÉ STRANY V HL. ZPRAV. POŘADECH: intenzita

Podíl sedmi nejčastěji zmiňovaných politických stran na politickém zpravodajství (3Q 2015); hodnoty představují procentuální zastoupení stran a jejich představitelů v politickém zpravodajství vybraných pořadů



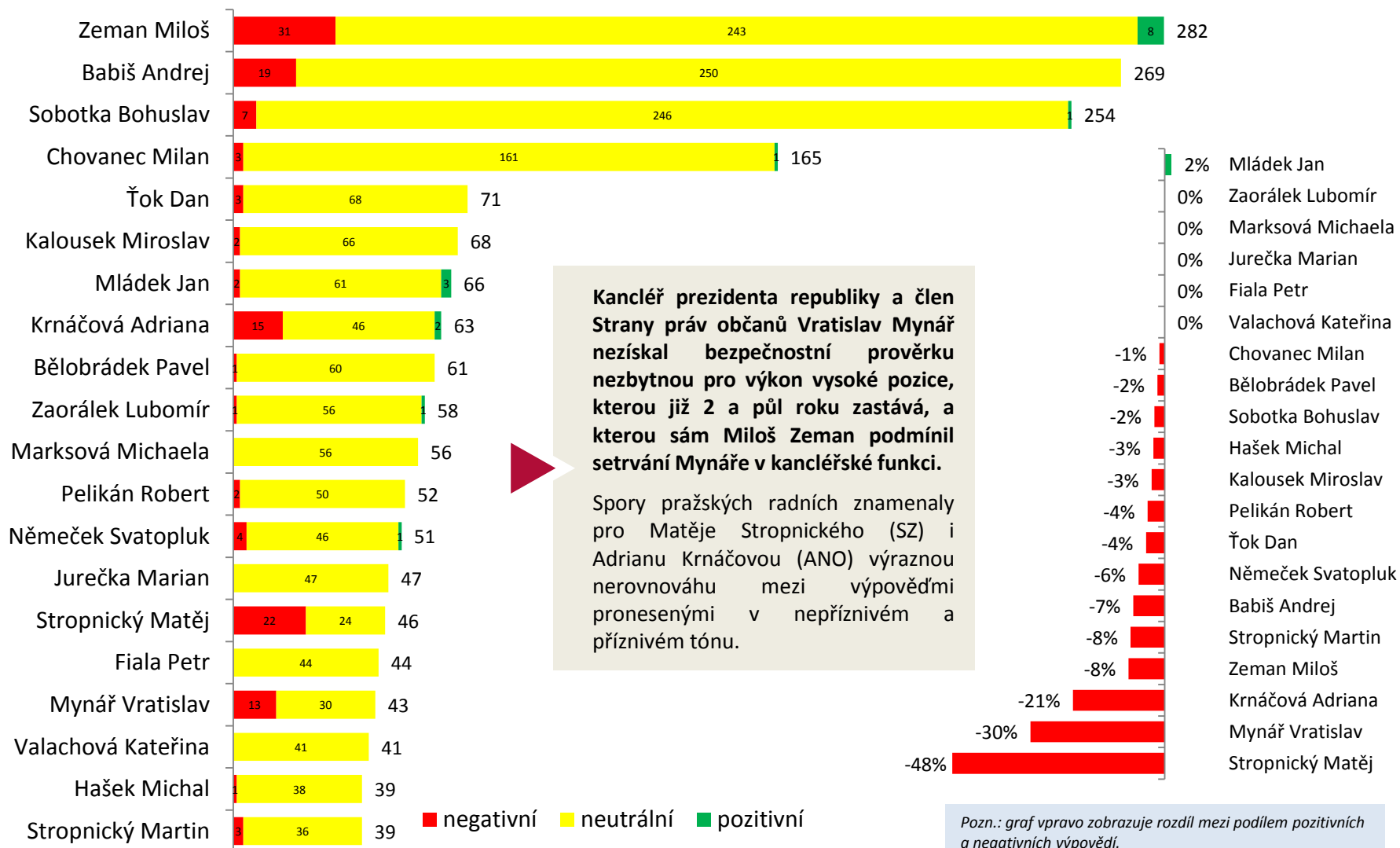
**Tón medializace politických stran v hlavních zpravodajských pořadech (7 nejčastěji zmiňovaných pol. stran). Hodnoty představují rozdíl mezi podílem pozitivních a negativních výpovědí.** Záporné číslo tedy znamená, že strana byla prezentována s převahou negativních výpovědí.



**Převaha negativní prezentace Strany zelených, respektive náměstka pražské primátorky Matěje Stropnického, v Událostech se výrazně nelišila od mediálního obrazu strany v Hlavních zprávách Českého rozhlasu nebo Televizních novinách. Všechny tři relace si všimaly koaličních sporů na pražském magistrátu, které Zprávy FTV Prima ignorovaly.**

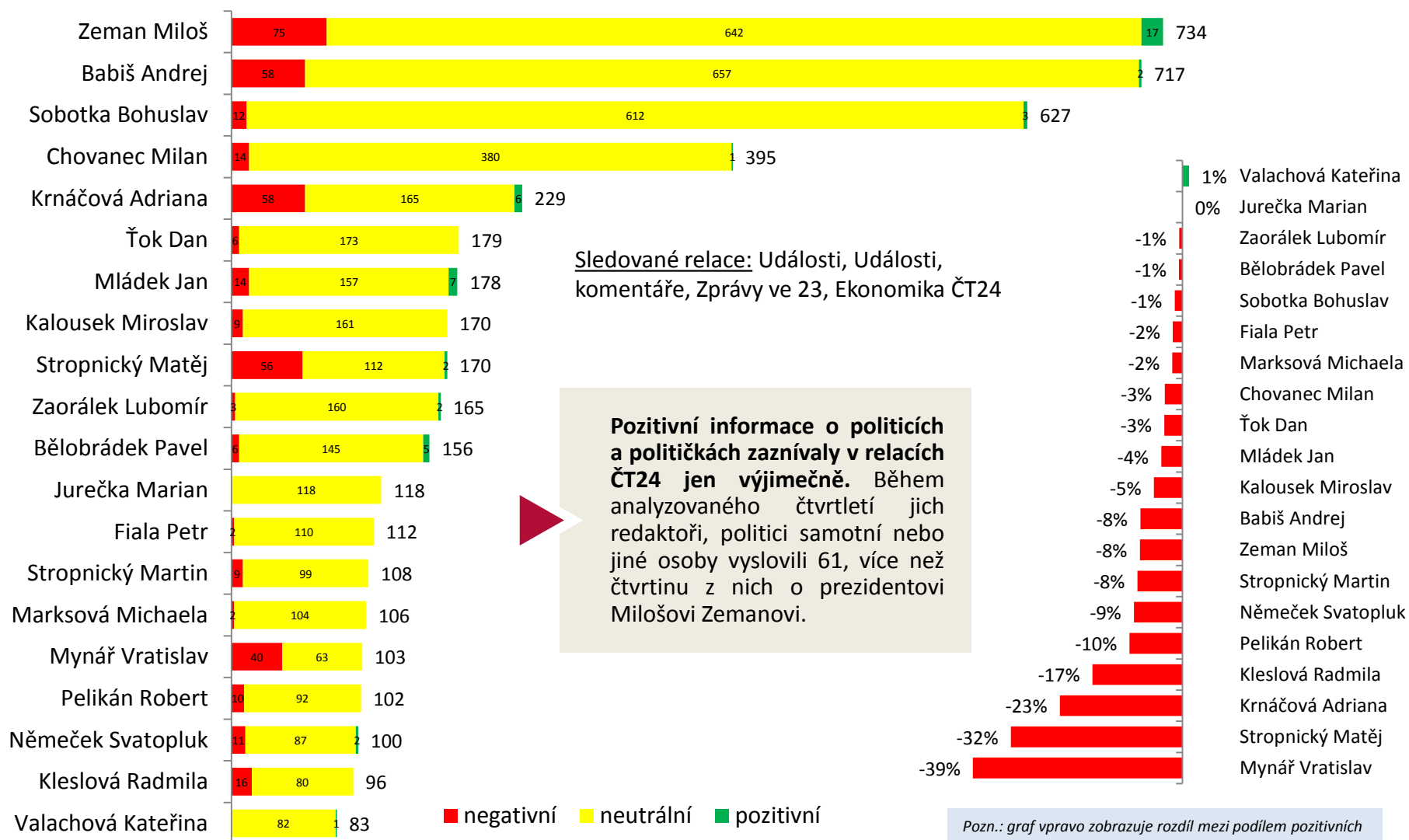
# ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ: Události

Nejčastěji prezentovaní politici v Událostech a tón jejich medializace (3Q 2015), počet výpovědí



# ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

Nejčastěji prezentovaní politici v relacích ČT24 a tón jejich medializace (3Q 2015), počet výpovědí



Sledované relace: Události, Události, komentáře, Zprávy ve 23, Ekonomika ČT24

**Pozitivní informace o politicích a politických zaznívaly v relacích ČT24 jen výjimečně.** Během analyzovaného čtvrtletí jich redaktoři, politici samotní nebo jiné osoby vyslovili 61, více než čtvrtinu z nich o prezidentovi Milošovi Zemanovi.

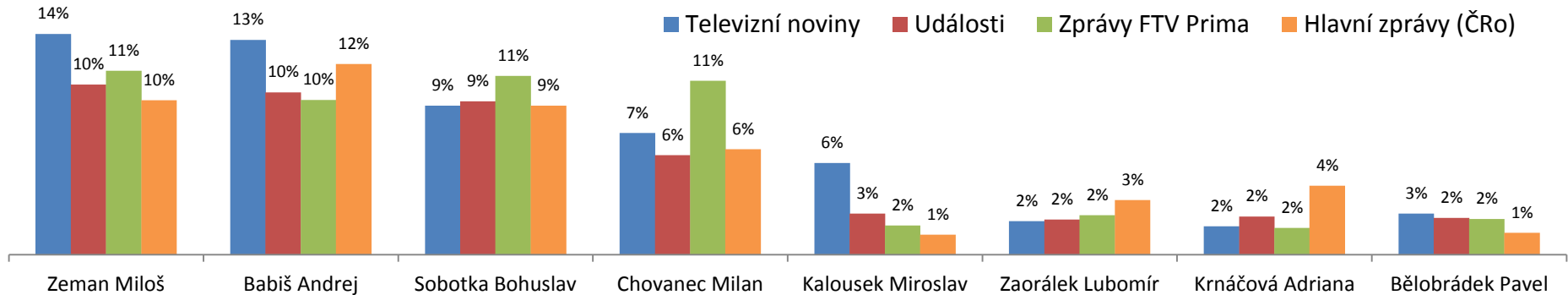
Pozn.: graf vpravo zobrazuje rozdíl mezi podílem pozitivních a negativních výpovědí.



# POLITICI V HLAVNÍCH ZPRAV. POŘADECH

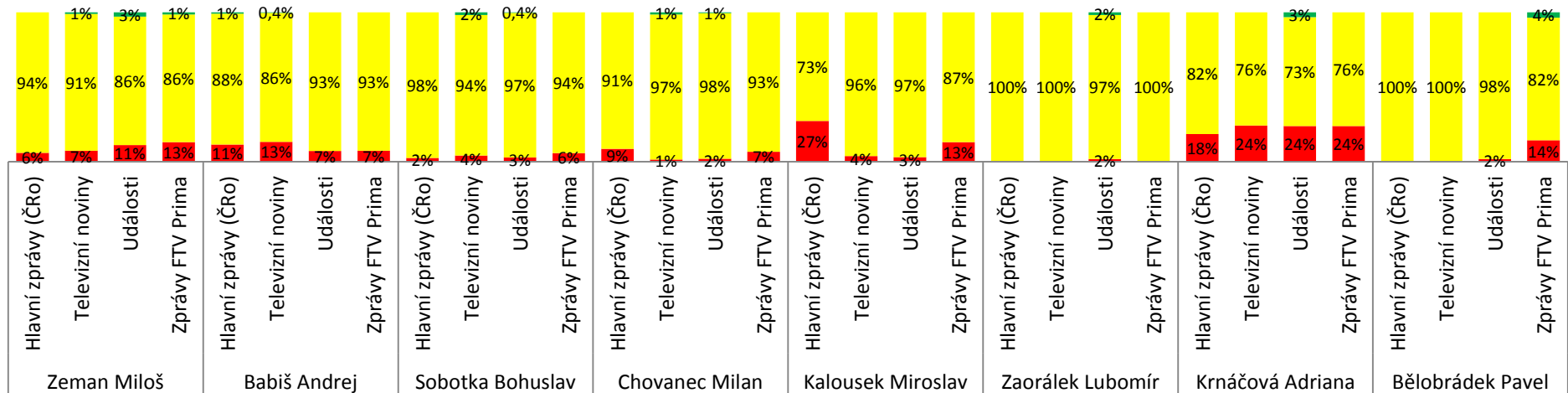
## Podíl nejčastěji zmiňovaných politiků na zpravodajství o politických představitelích (3Q 2015)

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



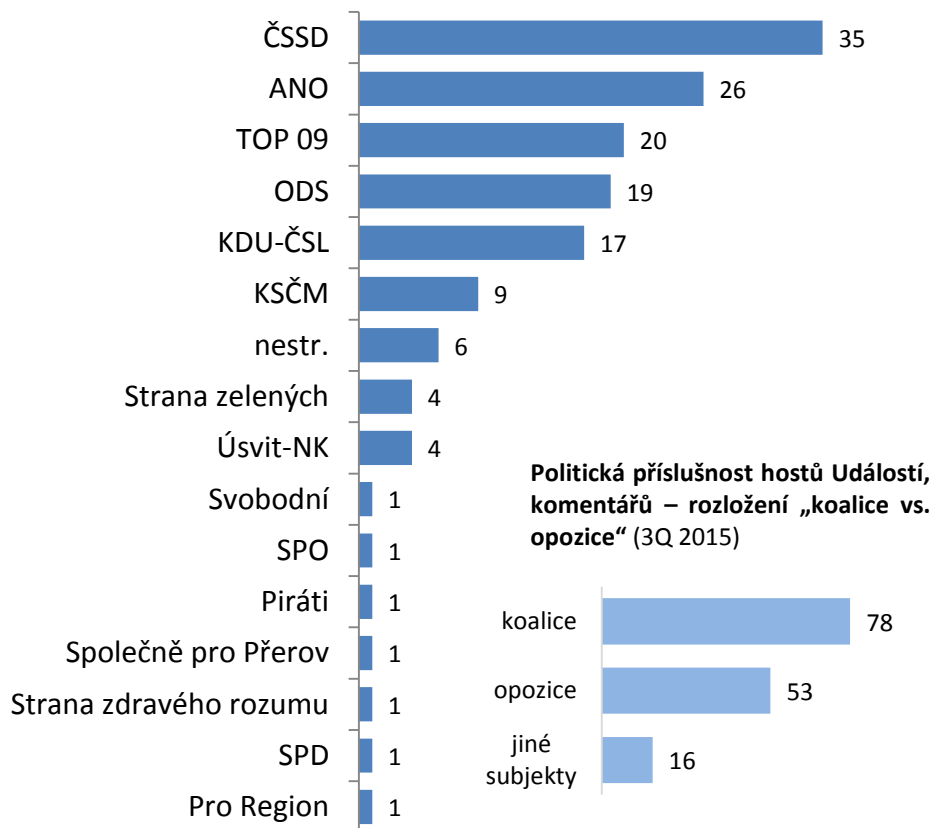
**Pouze ve Zprávách FTV Prima byl ministr financí Andrej Babiš až 4. nejčastěji prezentovaným politikem.** Naopak v rozhlasových Hlavních zprávách byl předseda hnutí ANO zmiňován častěji než Miloš Zeman.

## Tón medializace nejčastěji zmiňovaných politiků v hlavních zpravodajských relacích (3Q 2015)

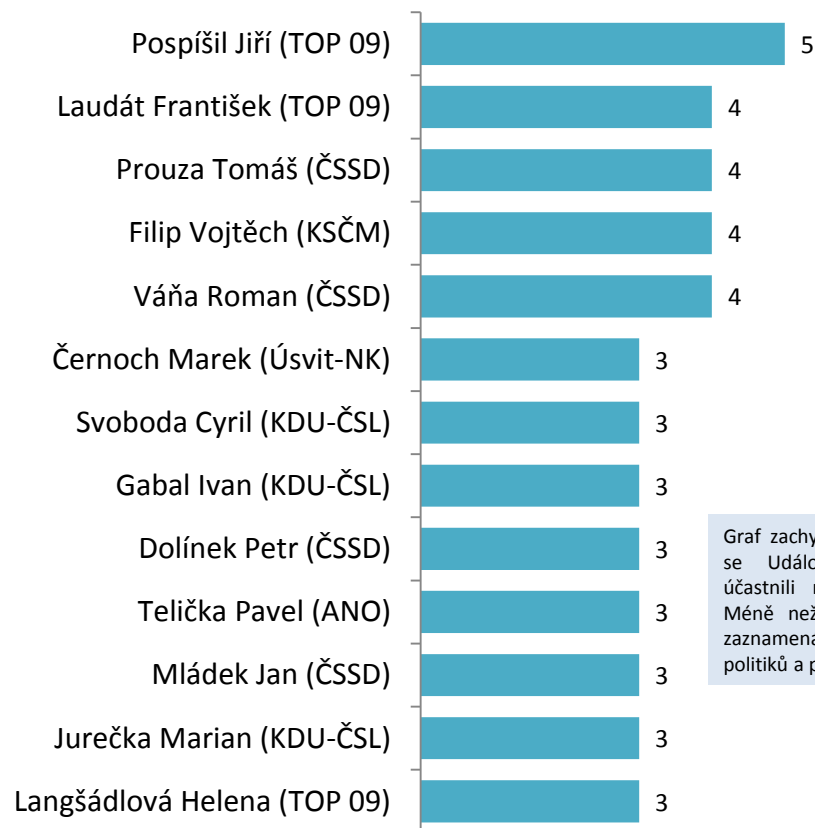


# ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ: hosté Událostí, komentářů

Zastoupení představitelů politických stran v Událostech, komentářích (3Q 2015), počet účastí



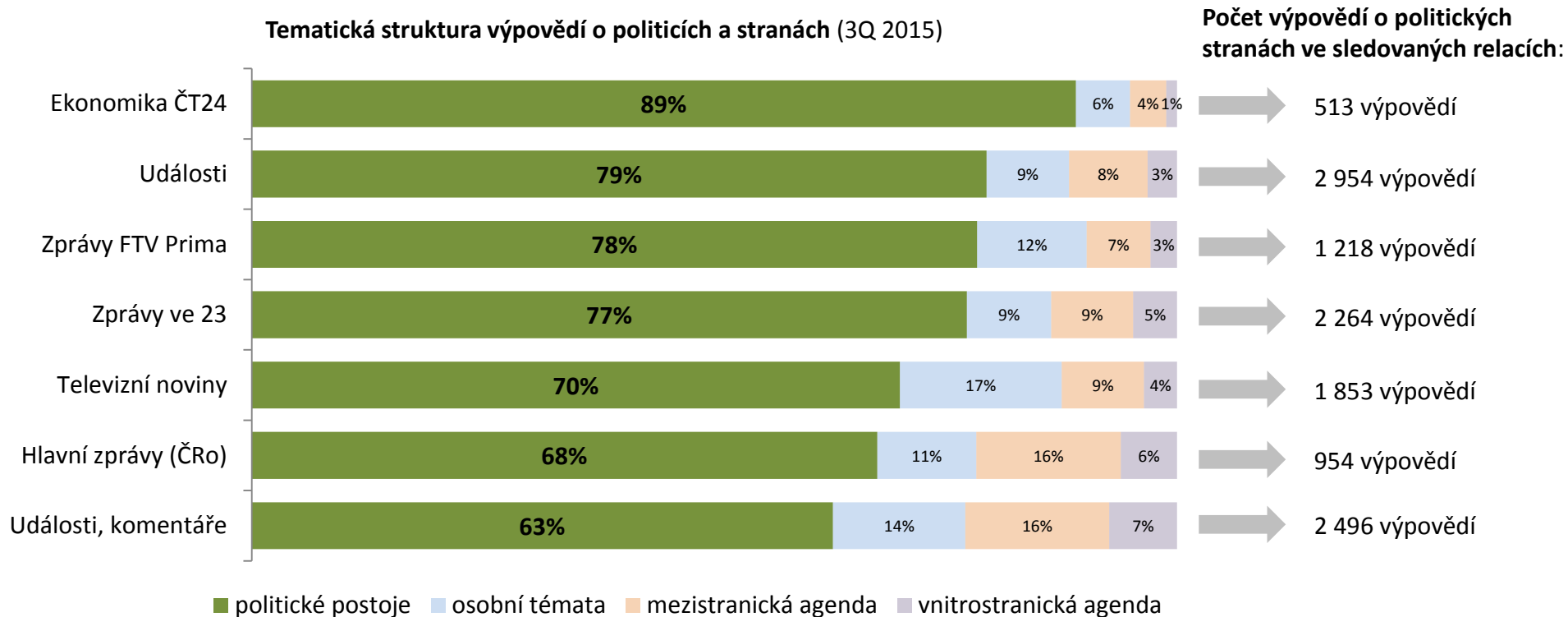
Nejčastější hosté Událostí, komentářů (3Q 2015), počet účastí



Graf zachycuje hosty, kteří se Událostí, komentářů účastnili nejméně třikrát. Méně než tři účasti byly zaznamenány u dalších 86 politiků a političek.

▶ **Událostí, komentářů se přímo ve studiu nebo pomocí telemostu účastnilo 99 různých politiků a političek z šestnácti politických stran, hnutí a uskupení. Slovo dostal mezi jinými například i bývalý prezident Václav Klaus (24. 9. 2015).**

# 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.

**Zahraničně-politická agenda ve 3. čtvrtletí výrazně ovlivnila tematickou strukturu politického zpravodajství, v níž ve všech sledovaných relacích převažovaly faktické a věcné kroky a rozhodnutí.** Televizní noviny ovšem neopustily svůj trend spojený s personalizací politiky a přinášením *osobních témat* o politicích a politických. Nechyběly tak například podrobné informace o jídelníčku prezidenta Zemana na jeho zahraničních i regionálních cestách nebo rubrika věnovaná prázdninovým dovoleným ústavních činitelů.

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



#### Zahraniční zpravodajství

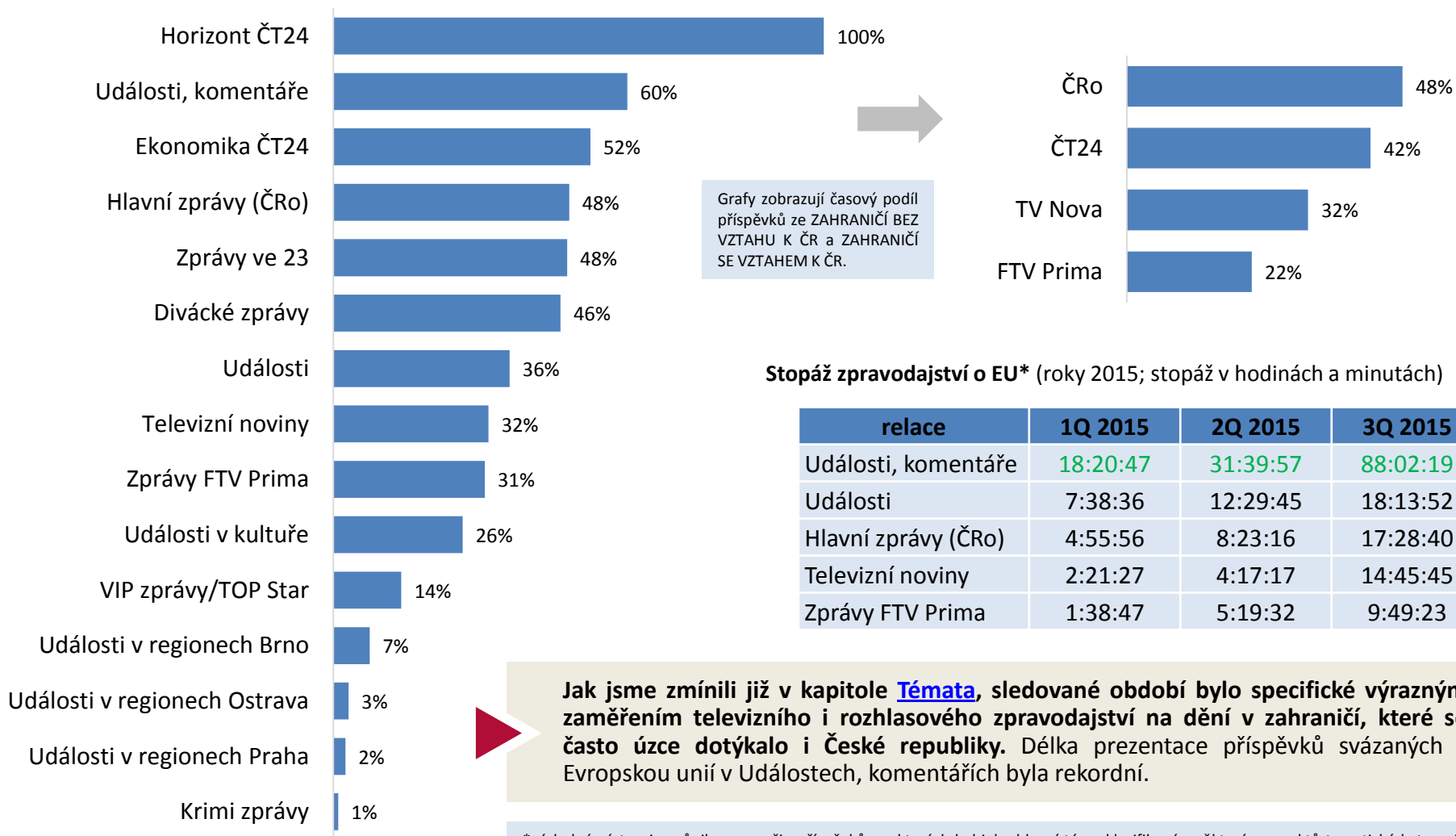
- podíl zahraničního zpravodajství
- nejčastěji zmiňované zahraniční lokality
- témata zahraničního zpravodajství
- kombinace „zahraniční lokalita: téma“

#### Regionální zpravodajství v celostátních relacích

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

# PODÍL ZAHRANIČNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Podíl zahraničního zpravodajství ve sledovaných relacích ČT24, TV Nova, Prima FTV a ČRo Radiožurnálu: 3Q 2015, podíl na stopáži



Stopáž zpravodajství o EU\* (roky 2015; stopáž v hodinách a minutách)

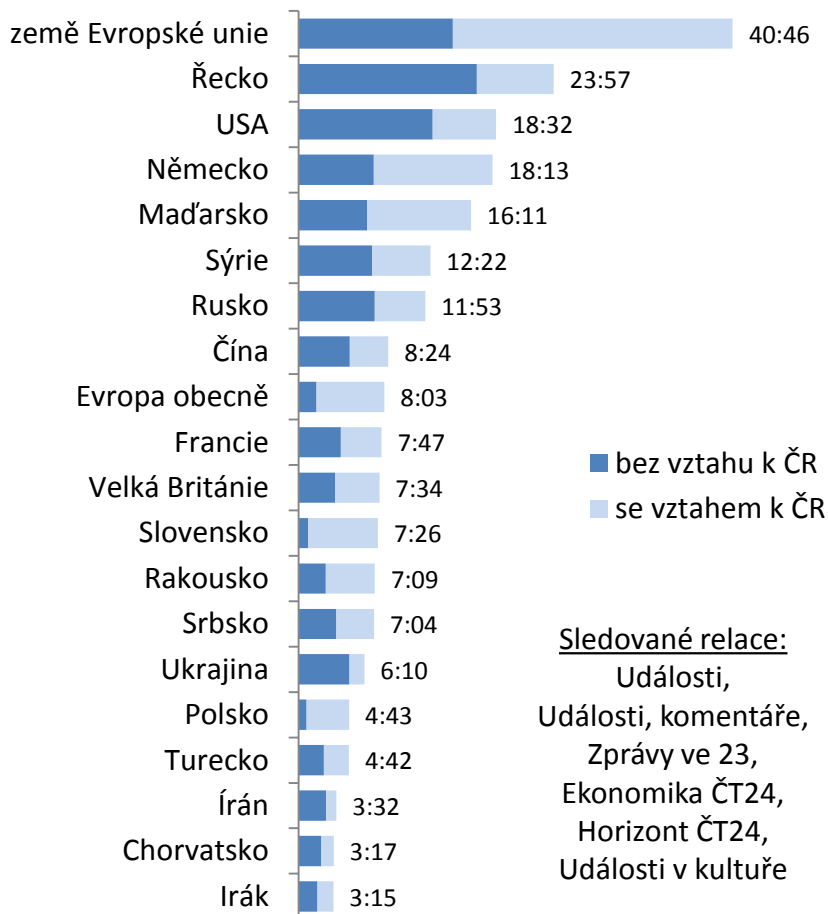
relace	1Q 2015	2Q 2015	3Q 2015
Události, komentáře	18:20:47	31:39:57	88:02:19
Události	7:38:36	12:29:45	18:13:52
Hlavní zprávy (ČRo)	4:55:56	8:23:16	17:28:40
Televizní noviny	2:21:27	4:17:17	14:45:45
Zprávy FTV Prima	1:38:47	5:19:32	9:49:23

Jak jsme zmínili již v kapitole [Témata](#), sledované období bylo specifické výrazným zaměřením televizního i rozhlasového zpravodajství na dění v zahraničí, které se často úzce dotýkalo i České republiky. Délka prezentace příspěvků svázaných s Evropskou unií v Událostech, komentářích byla rekordní.

\*výsledný výstup je průnikem množin příspěvků, ve kterých byl jako hlavní téma klasifikován některý z aspektů tematické kategorie *Evropská unie*, nebo takových, kde byly jako vztažný prostor příspěvku klasifikovány *země Evropské unie*.

# ZAHRA NIČNÍ LOKALITY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

## Nejčastěji zmiňované zahraniční lokality ve zpravodajství ČT24 (3Q 2015, stopáž v hodinách a minutách)



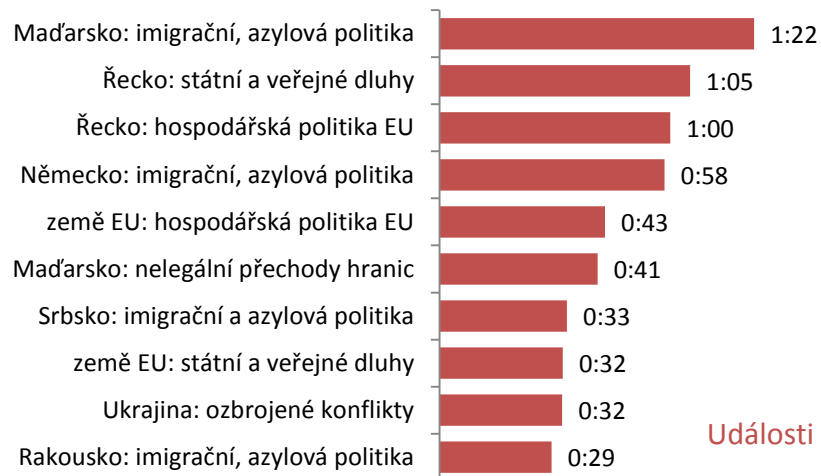
## Nejčastější témata zahraničního zpravodajství v relacích ČT24 (3Q 2015, stopáž v hodinách a minutách)



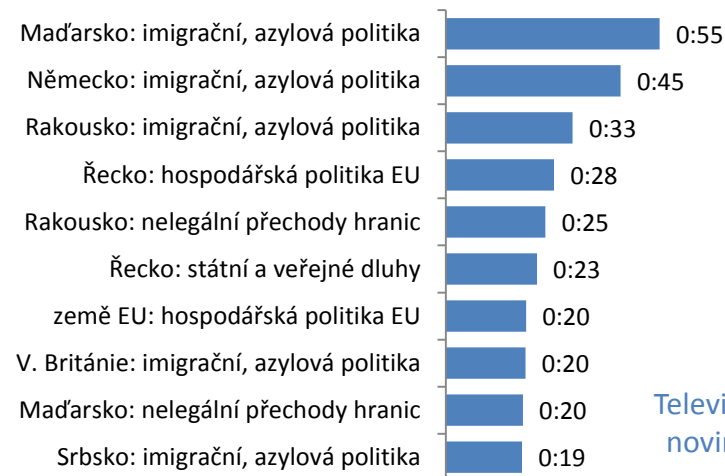
Vedle Evropské unie jako celku se imigrační krize velmi intenzivně dotýkala zemí za hranicí Schengenského prostoru, především tedy Srbska a Turecka, odkud syrští a iráčtí uprchlíci mířili do Maďarska, Rakouska a zvláště do Německa.

# TÉMATA ZAHRANIČNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Nejčastější kombinace „zahraniční lokalita: téma“ v hlavních zpravodajských relacích (3Q 2015; stopáž v hodinách a minutách)

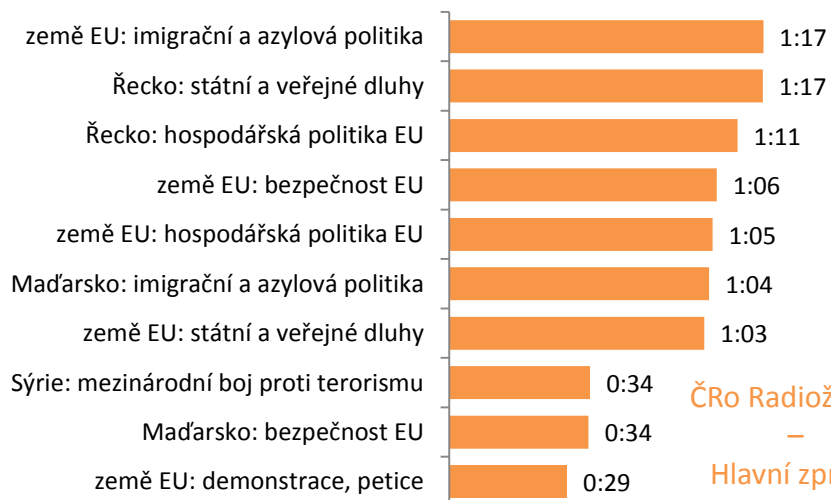


Události



Televizní noviny

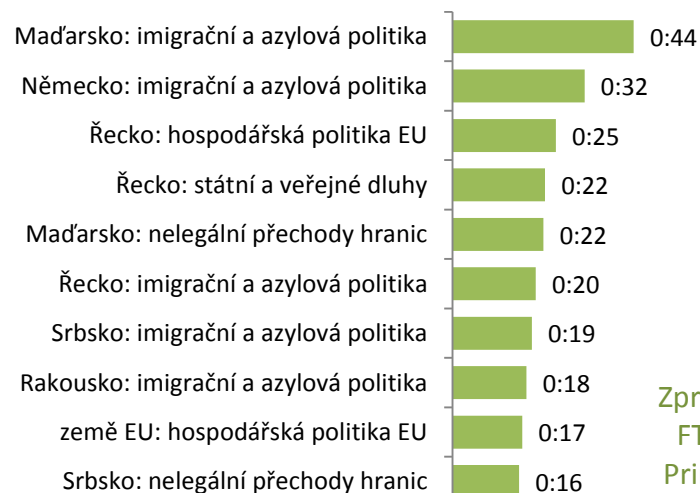
Podíváme-li se na kombinace zahraničních lokalit s konkrétními tématy, potvrzuje se nám, co bylo již výše opakovaně zmiňováno – 3. čtvrtletí roku 2015 bylo zcela výjimečné intenzitou medializace imigrační a řecké dluhové krize.



ČRo Radiožurnál

–

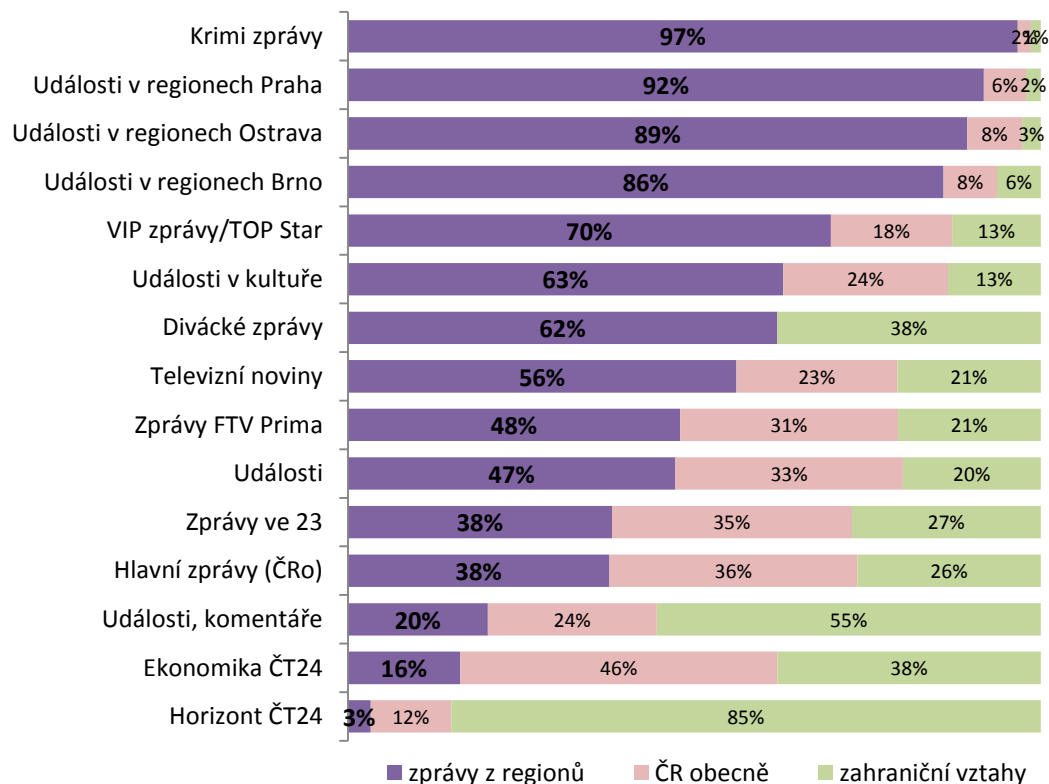
Hlavní zprávy



Zprávy  
FTV  
Prima

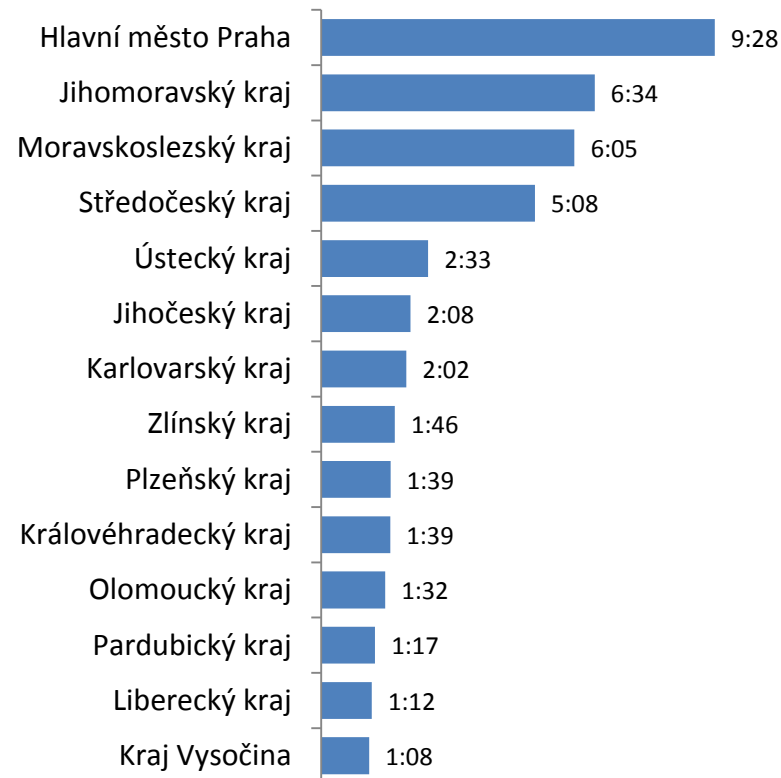
# REGIONÁLNÍ STRUKTURA ZPRÁV O ČR VE ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍCH

Struktura zpravodajství o ČR: 3Q 2015, podíl na stopáži



Medializace krajů v regionálním zpravodajství

Událostí: 3Q 2015, stopáž v hodinách a minutách

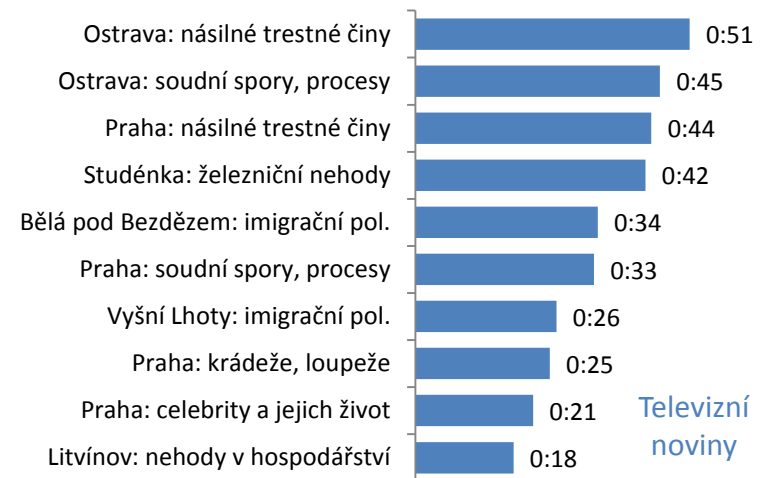
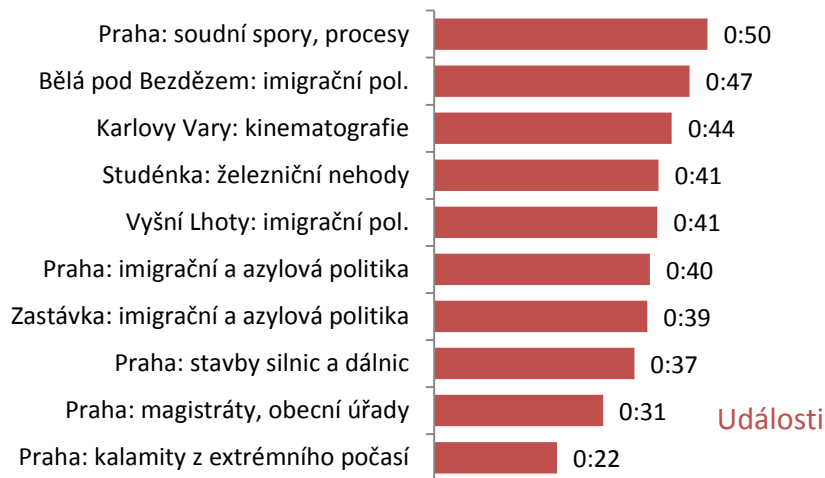


**Imigrační vlna ovlivnila i regionální zpravodajství českých televizních relací a Hlavních zpráv ČRo. Problém s ilegálními přechody hranice pocítil především Jihomoravský kraj.** Jak ukáže [následující snímek](#), do popředí zájmu zpravodajů se dostaly obce, v nichž byla zřízena záchytná centra pro uprchlíky, tedy Bělá pod Bezdězem (Středočeský kraj), Vyšní Lhoty (Moravskoslezský kraj) a Zastávka (Jihomoravský kraj).

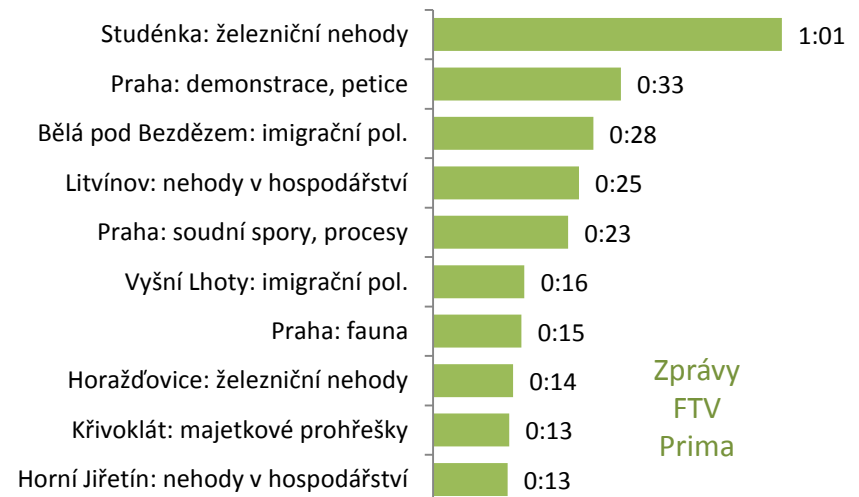
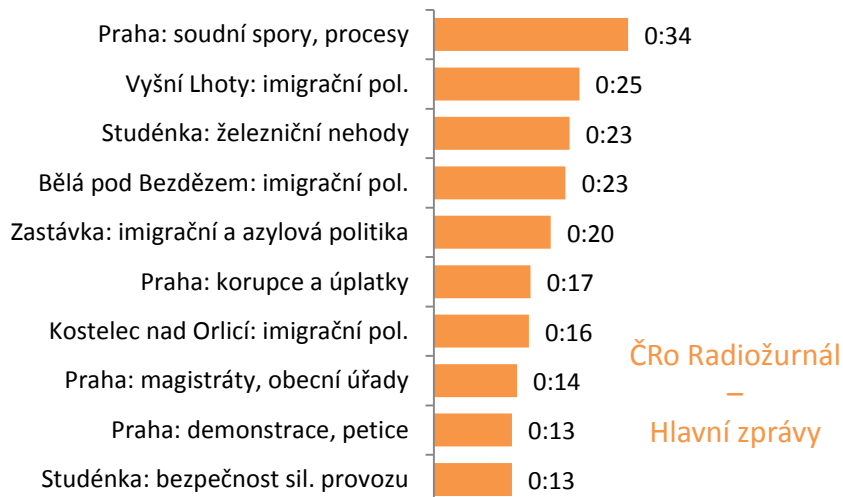


# REGIONÁLNÍ ZPRAVODAJSTVÍ V HL. ZPRAV. RELACÍCH

Nejčastější kombinace „regionální destinace: téma“ v hlavních zpravodajských relacích (3Q 2015; stopáž v hodinách a minutách)



Významnou událostí, která spojovala Prahu s tématy *stavby silnic a dálnic a magistráty*, bylo otevření tunelového komplexu Blanka, ke kterému došlo 19. září.



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



#### Souhrnné ukazatele

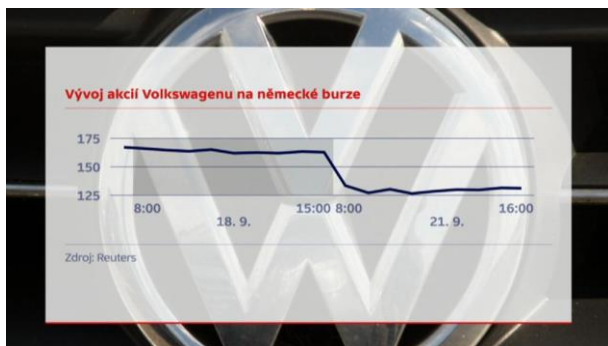
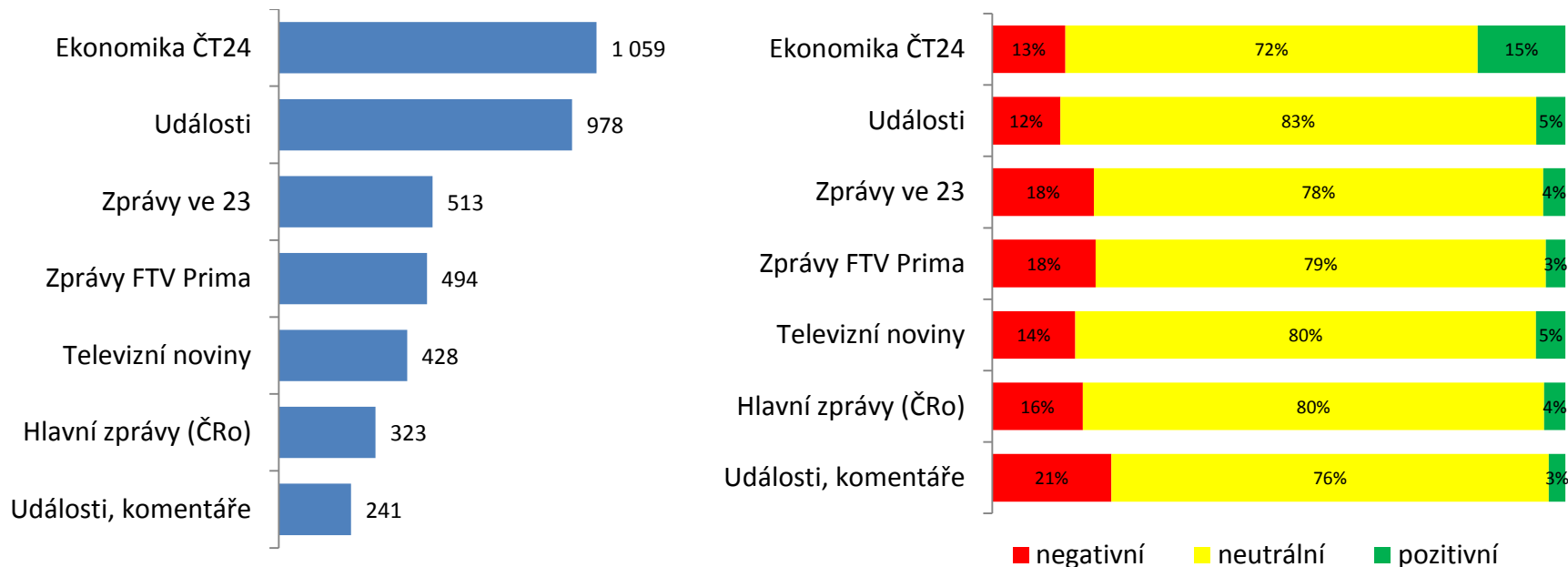
- [intenzita a tonalita ekonomického zpravodajství](#)

#### Firmy

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

# SOUHRNNÉ UKAZATELE EKONOMICKÉHO ZPRAVODAJSTVÍ

Intenzita a tón medializace ekonomického zpravodajství ve vybraných zpravodajských relacích (3Q 2015), počet výpovědí o podnicích

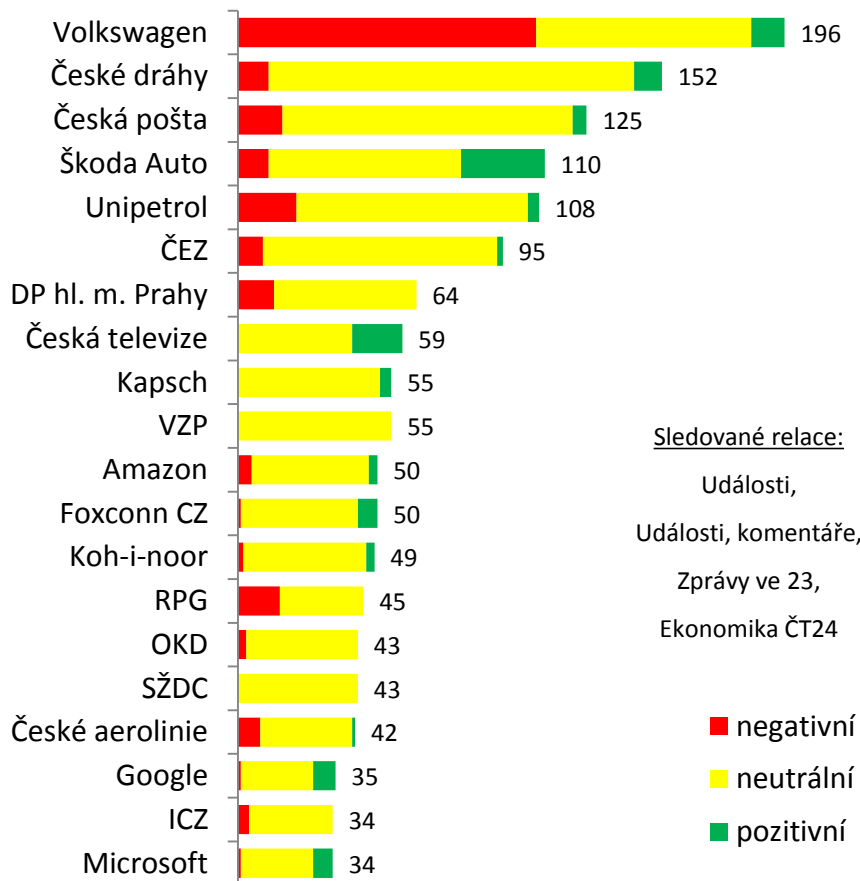


**V Ekonomice ČT24 převažovala pozitivní prezentace podnikové sféry nad negativitou. Tato skutečnost je navíc umocněna tím, že v relaci zazněl i absolutně nejvyšší počet příznivých zmínek (162).**

Medializaci podnikové sféry ovlivnily především tři události s negativní konotací. Šlo o tragickou srážku pendolina Českých drah s kamionem ve Studénce, nařčení ministra vnitra Milana Chovance z účasti na manipulování veřejných zakázek České pošty a především skandál automobilky Volkswagen s falšování údajů o emisích vozů koncernu.

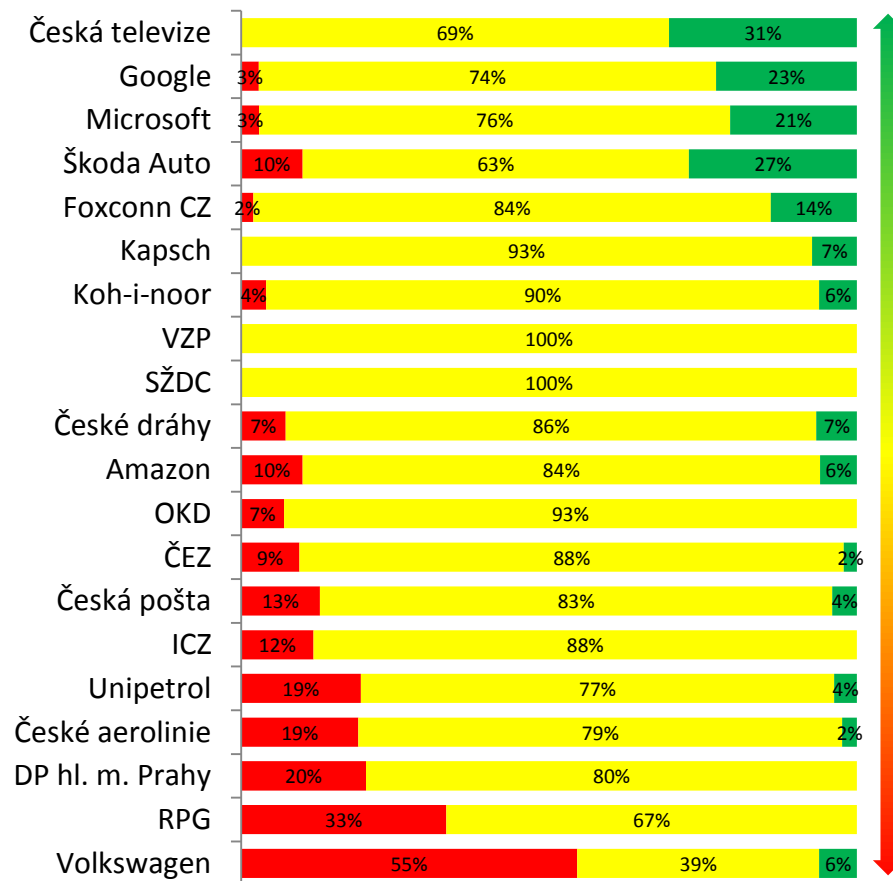
# FIRMY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

20 nejčastěji zmiňovaných společností ve zpravodajství ČT24 (3Q 2015), počet výpovědí, tón medializace



Sledované relace:  
 Události,  
 Události, komentáře,  
 Zprávy ve 23,  
 Ekonomika ČT24

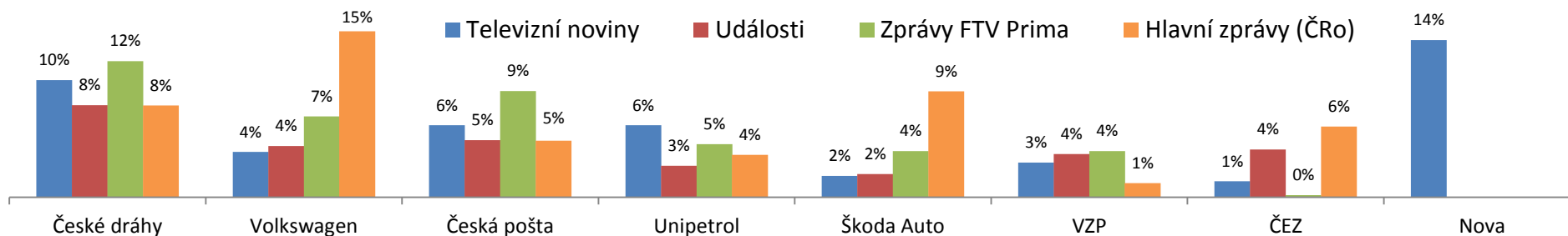
■ negativní  
 ■ neutrální  
 ■ pozitivní



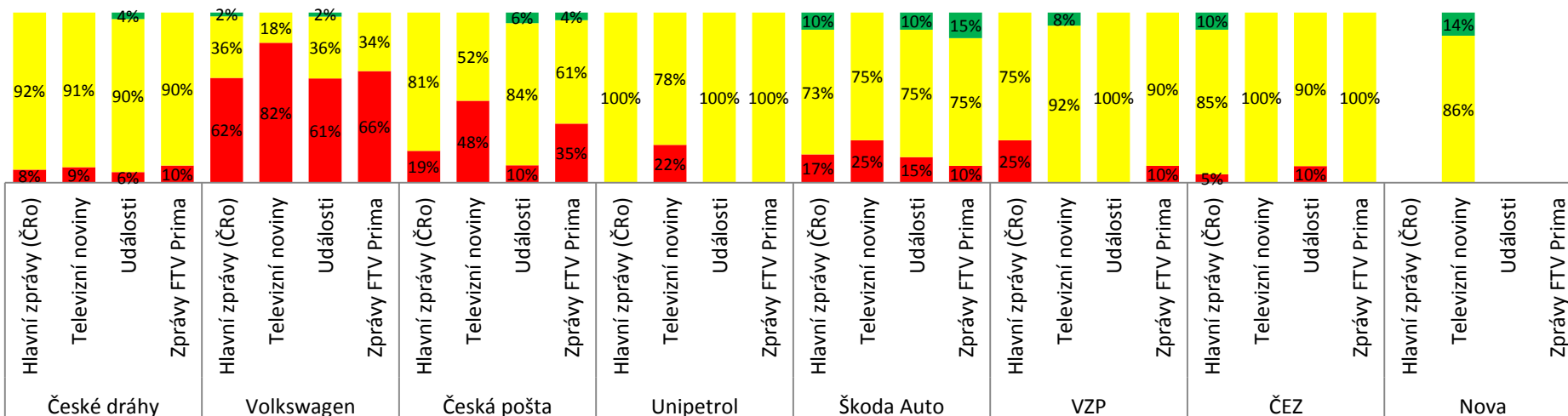
**Skandál německého automobilového koncernu, do nějž patří i mladoboleslavská Škoda Auto, vypuknul až v druhé polovině září. I přes to byl Volkswagen nejčastěji a také nejméně příznivě prezentovaným podnikem v relacích České televize.**

# FIRMY V HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH

Podíl nejčastěji zmiňovaných firem na podnikovém zpravodajství (3Q 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 (3Q 2015)



Srovnáme-li tonalitu vlastní medializace České televize (viz [předchozí snímek](#)) se sebe prezentací TV Nova, zjistíme, že Česká televize byla ve 3. čtvrtletí prezentována v relacích ČT24 příznivěji, než TV Nova v Televizních novinách.

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



#### Tematická

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

#### Politická

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

#### Územní

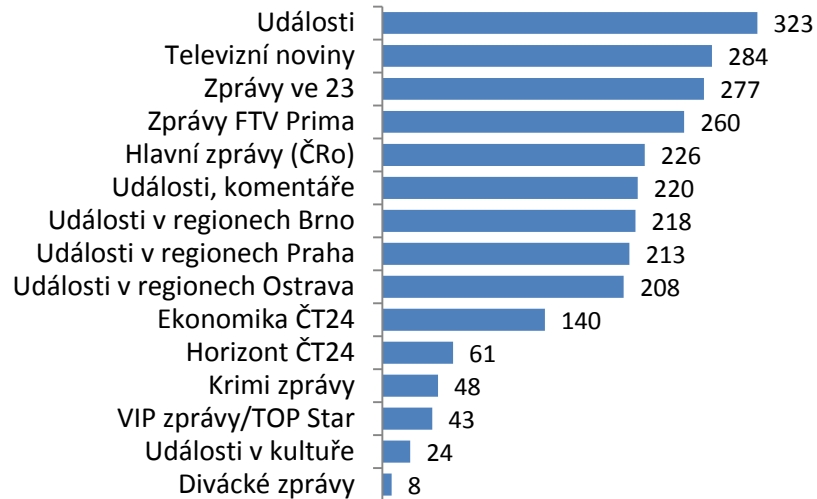
- [zahraniční lokality](#)
- [domácí lokality](#)

#### Genderová

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

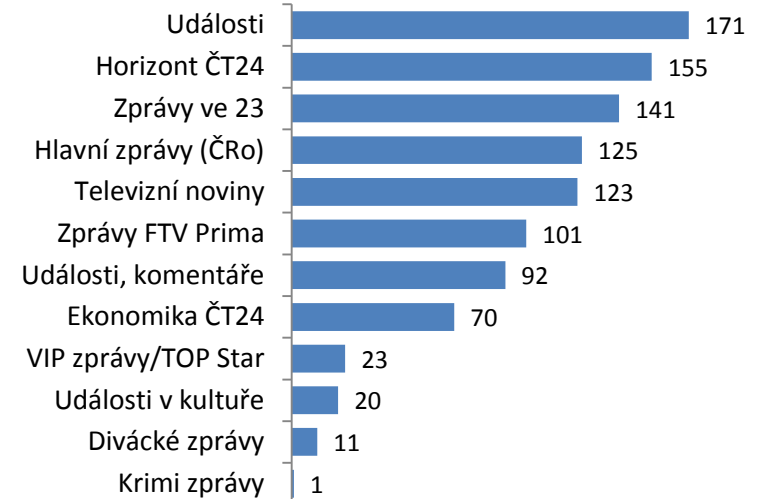
# TEMATICKÁ A POLITICKÁ VARIABILITA

Počet různých hlavních témat příspěvků se vztahem k ČR (3Q 2015)



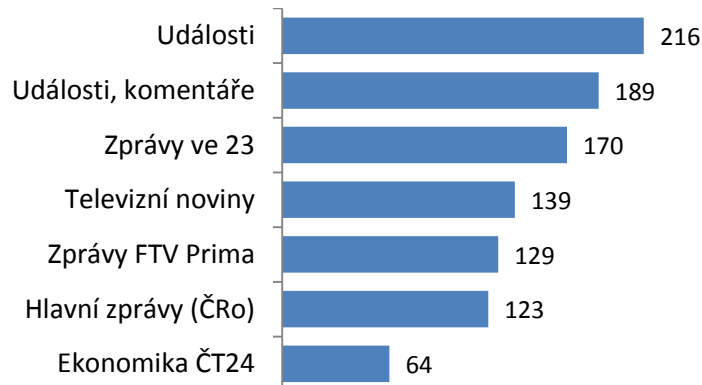
Maximální možný počet různých hlavních témat je **468**.

Počet různých hlavních témat příspěvků bez vztahu k ČR (3Q 2015)

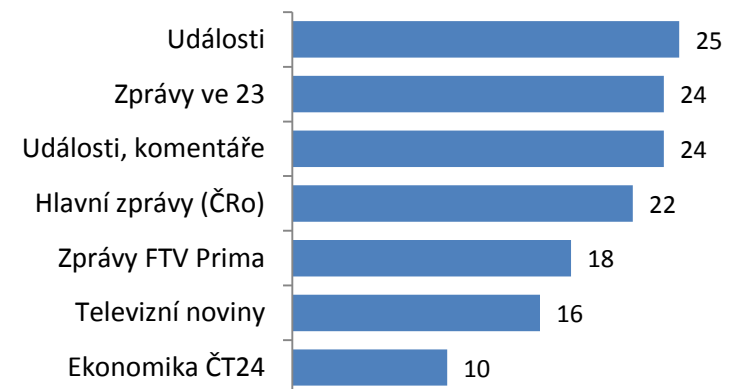


**I přes velmi intenzivní medializaci zahraničně-politických témat nelze říct, že by Události ztrácely zájem o široké pole námětů spojených s děním v České republice.** Hlavní relace ČT dosahovala nejpříznivějších hodnot nejen tematické, ale i politické variability.

Počet českých politiků zmíněných ve zpravodajství (3Q 2015)

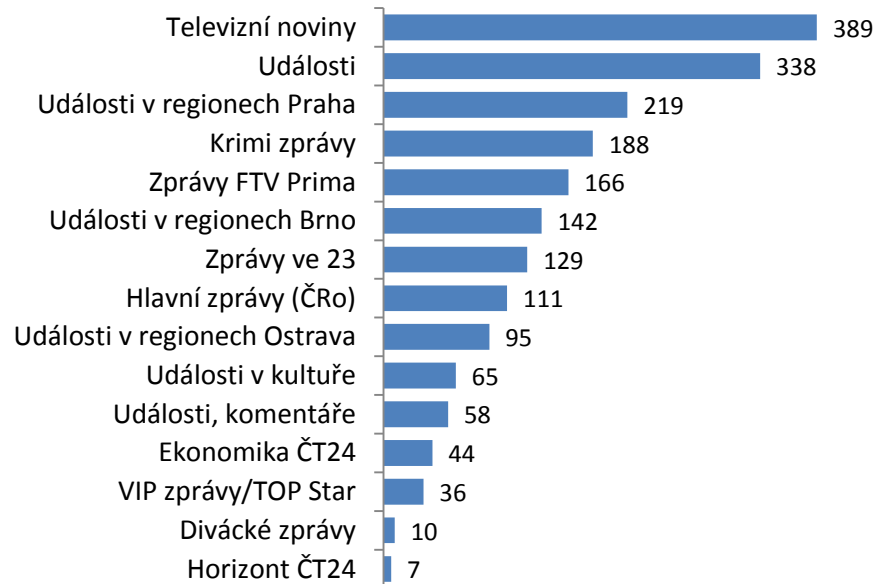


Počet českých politických stran zmíněných ve zpravodajství (3Q 2015)

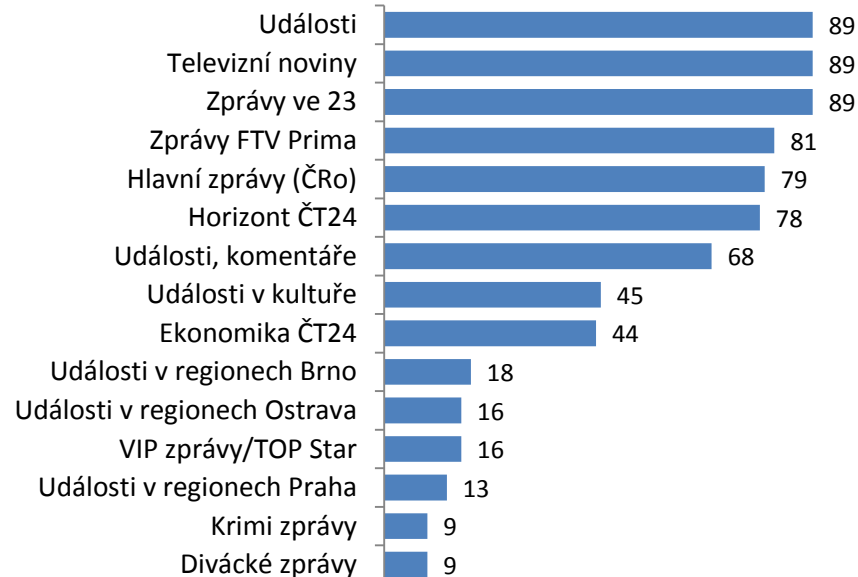


# ÚZEMNÍ VARIABILITA: zahraniční a domácí lokality

Počet různých měst a obcí zmíněných v regionálním zpravodajství (3Q 2015)



Počet různých zahraničních lokalit zmíněných ve zpravodajství bez vztahu k ČR (3Q 2015)

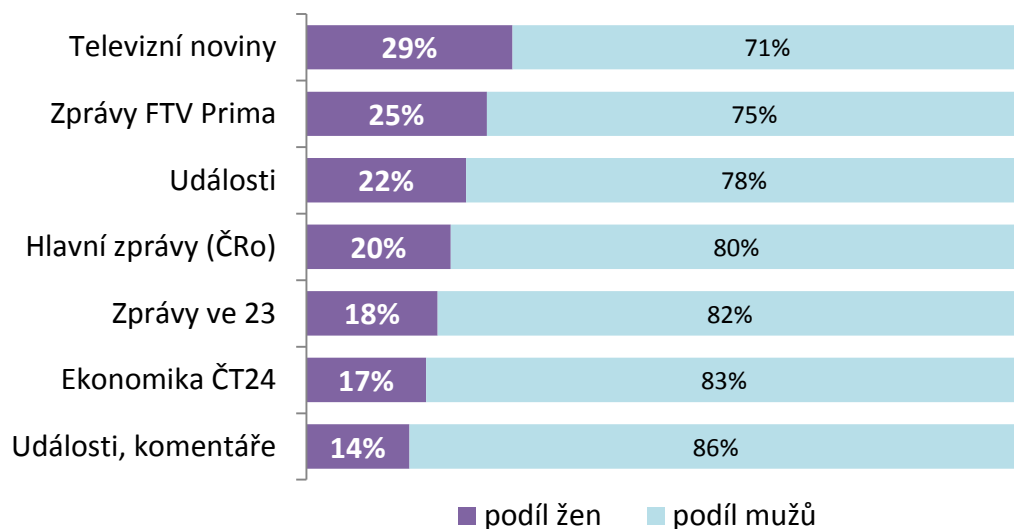


**Shoda, které dosáhly Události, Zprávy ve 23 a Televizní noviny v počtu zobrazených a zmíněných zahraničních lokalit, je velmi vzácným úkazem.** První desítku lokalit v Událostech tvořily země EU, USA, Německo, Řecko, Maďarsko, Rusko, Rakousko, Slovensko, Velká Británie a Francie. V TN byly Rusko a Francie nahrazeny Chorvatskem a Egyptem – dějištěm [výše](#) zmíněné kauzy Kramný.



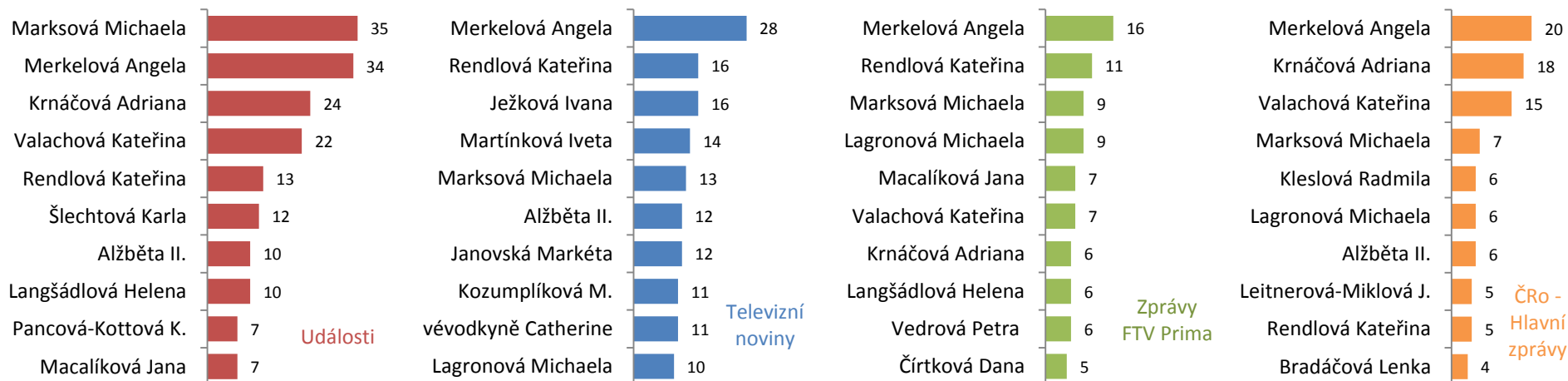
# GENDEROVÁ VARIABILITA

## Podíl žen a mužů ve zpravodajství (3Q 2015)



Tváří uprchlické krize byla ve všech hlavních zkoumaných relacích německá kancléřka Angela Merkelová. Politička se nejčastěji objevovala ve Zprávách ve 23, kde byla zmiňována v 37 příspěvcích. Vedle zobrazených 34 zmínek v Událostech, byla Merkelová prezentována také v 31 příspěvcích Událostí, komentářů.

## Nejčastěji zmiňované ženy v hlavních zpravodajských relacích (3Q 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 nejdůležitější výsledky – prvních 10 nejčastějších 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 říjnu 2015 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.