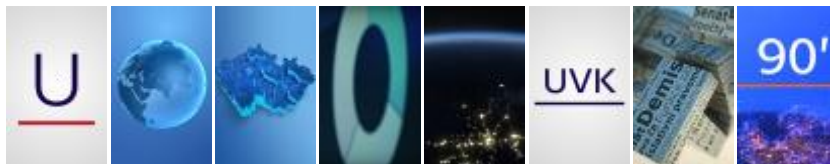


Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (1. čtvrtletí 2016)

- Celková délka medializace uprchlické krize v relacích České televize dosahovala k 50 hodinám
- Události, komentáře informovaly o Evropské unii téměř 17 hodin, tedy na třetině své čtvrtletní stopáže
- Nejčastěji medializovanou stranou v Událostech byla ČSSD, v žebříčku politiků se nejvýše usadil její předseda a premiér Bohuslav Sobotka

Ve 1. čtvrtletí roku 2016 bylo analyzováno **17 zpravodajských relací** čtveřice médií o celkové stopáži **565 hodin a 37 minut**.

ANALYZOVANÉ ZPRAVODAJSKÉ POŘADY



V analýze byly použity příspěvky těchto zpravodajských relací:

Česká televize (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. čtvrtletí roku 2016: **378 hodin a 25 minut v 9 960 příspěvcích**): Události, Události, komentáře, Události v regionech (Praha, Brno, Ostrava), Ekonomika ČT24, Horizont ČT24, Události v kultuře, Zprávy ve 23, Týden v politice a 90' ČT24

TV Nova (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. čtvrtletí roku 2016: **58 hodin a 18 minut v 2 342 příspěvcích**): Televizní noviny

Prima FTV (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. čtvrtletí roku 2016: **98 hodin a 43 minut v 4 584 příspěvcích**): Zprávy FTV Prima, Krimi zprávy, Divácké zprávy a Top Star

Český rozhlas Radiožurnál (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. čtvrtletí roku 2016: **30 hodin a 11 minut v 1 022 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 17 908 příspěvků o stopáži 565 hodin a 37 minut.



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

TÉMATA

▪ Obsahu televizního a rozhlasového zpravodajství opět dominovala uprchlická krize a témata spojená s *imigrační politikou a bezpečností EU*. Silným tématem v **Událostech** a v **Týdnu v politice** byla *daňová politika*, **Události, komentáře** zaměřovaly svou pozornost na informování o *Evropské unii* (snímky [6](#), [7](#), [8](#), [10](#), [13](#) a [15](#)).

POLITIKA

▪ Politická agenda byla nejčastěji spojována s projednáváním elektronické evidence tržeb v Poslanecké sněmovně. Nejméně příznivě hodnocenými politiky v **relacích ČT24** byli kvůli kauze Fajád Martin Stropnický (ANO), kvůli kauze Čapí hnízdo Andrej Babiš (ANO) a kvůli údajnému článku Ferdinanda Peroutky a návštěvě čínského prezidenta kritizovaný Miloš Zeman (snímky [21](#), [24](#), [25](#) a [26](#)).

LOKALITY


▪ Intenzivní medializace pokračující uprchlické krize, blízkovýchodního konfliktu a teroristických útoků v Bruselu a v Turecku znamenala rekordní hodnoty podílu zahraničního zpravodajství ve zkoumaných zpravodajských relacích ČT24: **Horizont ČT24** 100 %, **Události, komentáře** 63 %, **Zprávy ve 23** 58 % a **Události** 36 % (snímky [30](#), [31](#) a [32](#)).

PODNIKOVÉ ZPRAVODAJSTVÍ

▪ Medializaci podnikové sféry ve sledovaných relacích ČT24, ČRo, TV Nova a Prima FTV spojovala negativně laděná prezentace OKD a Agrofertu, kompenzovaná pozitivní sebe prezentací ČT v Událostech, Novy v Televizních novinách a Primy ve Zprávách (snímky [36](#), [37](#) a [38](#)).

VARIABILITA

▪ **Události** a **Zprávy ve 23** dosahovaly příznivých hodnot ve statistikách domácí i zahraniční tematické variability a variability politické (snímek [40](#)).

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

[Mediální události](#)

[Hlavní zpravodajské relace](#)

[Regionální zpravodajství](#)

[Komentované zpravodajství](#)

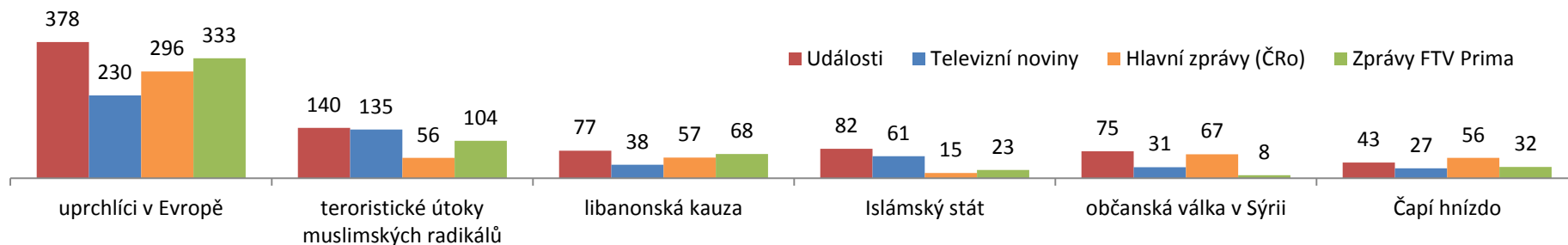
[Zprávy ve 23](#), [Ekonomika ČT24](#),
[Horizont ČT24](#), [Události v kultuře](#),
[Týden v politice](#), [90' ČT24](#)

MEDIÁLNÍ UDÁLOSTI

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



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

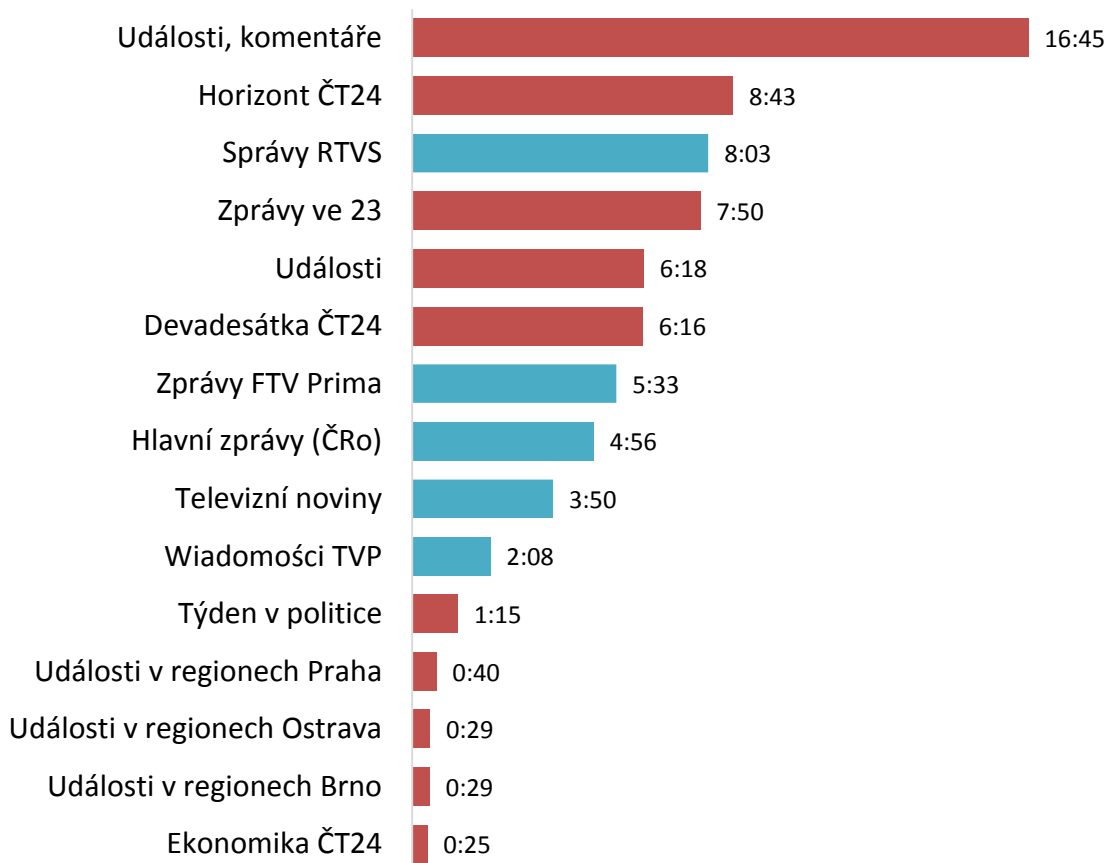


O občanské válce v Sýrii a kauze Čapí hnízdo se diváci a posluchači dozvěděli největší množství informací z médií veřejné služby. Ani v 1. čtvrtletí roku 2016 nepřestávaly zpravodajové České televize informovat o dění na východě Ukrajiny.

Metodická poznámka: Takzvanou kauzu, přesněji řečeno **mediální událost** definují Dayan a Katz v knize Media Events šesti kritérii: 1. událost je přenášena živě; 2. událost je předem naplánovaná a anoncovaná veřejnosti; 3. událost je přerušením televizního programového schématu a vybočuje z denní rutiny; 4. událost není organizována médii samotnými, ale mimo mediální organizace; 5. vysílání události vyvolává silnou (až fascinovanou) odezvu publika a 6. vysílání události probouzí hluboce zakořeněné představy a vyprávění spjatá s hrdinstvím (Dayan, Katz, 1994, s. 102). Media Tenor tuto teorii aplikoval v analytické praxi a kauzami jsou v jeho metodice myšleny významně intenzivně medializované události splňující Dayanova a Katzova kritéria. Kauzou jsou tak pokryty multi-tematické mediální události, jejichž medializace prochází vývojem a v tematické skladbě (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: 1Q 2016, délka v hodinách a minutách



Podíl mediální události na čtvrtletní stopáži

Události, komentáře	28%
Horizont ČT24	24%
Zprávy ve 23	19%
Hlavní zprávy (ČRo)	16%
Zprávy FTV Prima	13%
Týden v politice	12%
Správy RTVS	11%
Devadesátka ČT24	11%
Události	9%
Televizní noviny	7%
Wiadomości TVP	6%
Ekonomika ČT24	4%
Události v regionech Praha	3%
Události v regionech Brno	2%
Události v regionech Ostrava	2%

Ve středoevropském pohledu stál za pozornost přístup autorů hlavních relací televizních stanic veřejné služby v ČR, na Slovensku a v Polsku (srovnání se zahraničními zpravodajskými relacemi je zařazeno nad rámec běžného záběru zkoumaných relací, jejichž výčet nabízí [snímek 2](#)). Zatímco pro slovenské Správy RTVS byla uprchlická krize mediální událostí číslo jedna, které věnovala více než desetinu svého kvartálního obsahu, polské Wiadomości TVP řeší spíše vnitřní politicko-personální krizi informovaly o události pouze 2 hodiny během sledovaných 3 měsíců.

ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

Tematické kategorie příspěvků **Událostí** (vlevo) a **všech sledovaných relacích ČT24** (vpravo): 1Q 2016, 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 163 %, v případě všech relací ČT24 157 %.



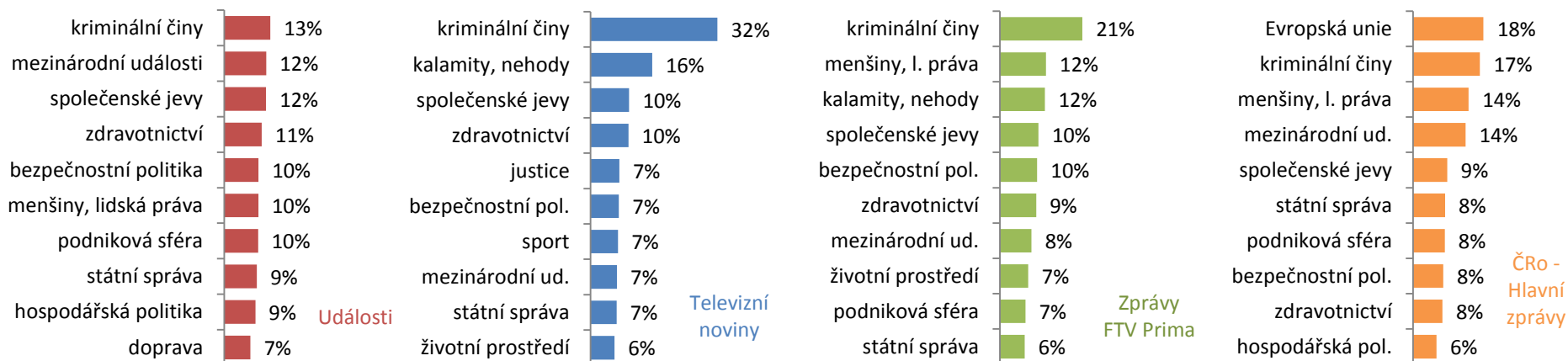
Události, Události, komentáře, Události v regionech Praha, Události v regionech Brno, Události v regionech Ostrava, Zprávy ve 23, Ekonomika ČT24, Horizont ČT24, Události v kultuře, Týden v politice, 90' ČT24

Celkový podíl zpráv ze zahraničí v relacích ČT24: 43 %

Čtvrtletní obsah Událostí byl velmi specifický vyrovnaným množstvím prostoru poskytnutého devíti nejčastěji medializovaným tematickým kategoriím. Jinými slovy, v agendě relace výrazně nevyčnívala jedna z kategorií, jak tomu bylo například u Televizních novin nebo Zpráv FTV Prima.

ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

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



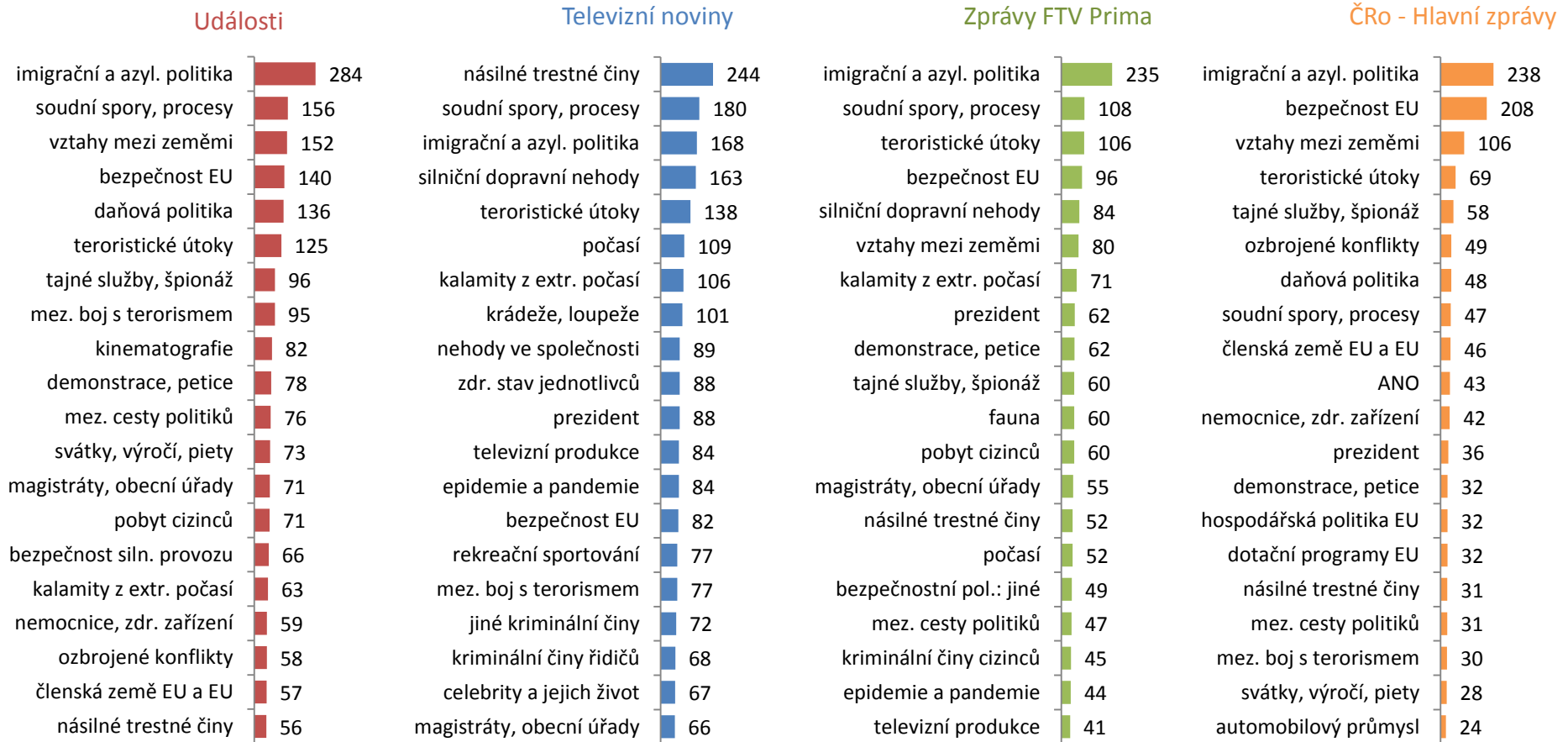
TOP10 nejčastěji prezentovaných tem. kategorií ve večerní zprav. hodině ČT, TV Nova, Prima FTV a ČRo: 1Q 2016, podíl na délce pořadu



Jak ukazuje [následující snímek](#), kategorie *kriminální činy* v Událostech, Zprávách FTV Prima a rozhlasových Hlavních zprávách byla vyplněna informováním o teroristických útocích v Bruselu a v Turecku, zatímco Televizním novinám dominovaly každodenní *násilné trestné činy*.

HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÉ RELACE: detailní témata

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



Témata imigrační a azylová politika a bezpečnost EU byly hlavními aspekty shrnujícími uprchlickou krizi. Tyto náměty ovšem postavili autoři Televizních novin až na druhou kolej svého zájmu. Pozoruhodné je, jaký mediální prostor ve svém obsahu věnovaly komerční relace varování před kalamitami z extrémního počasí, aniž by v nezvykle teplé zimě k nějakým významnějším vůbec došlo.

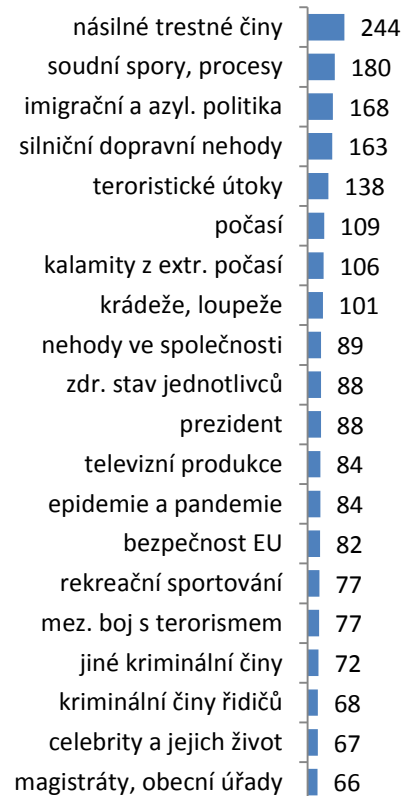
HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÉ RELACE: detailní témata

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

Česká televize (19:00 – 19:50)

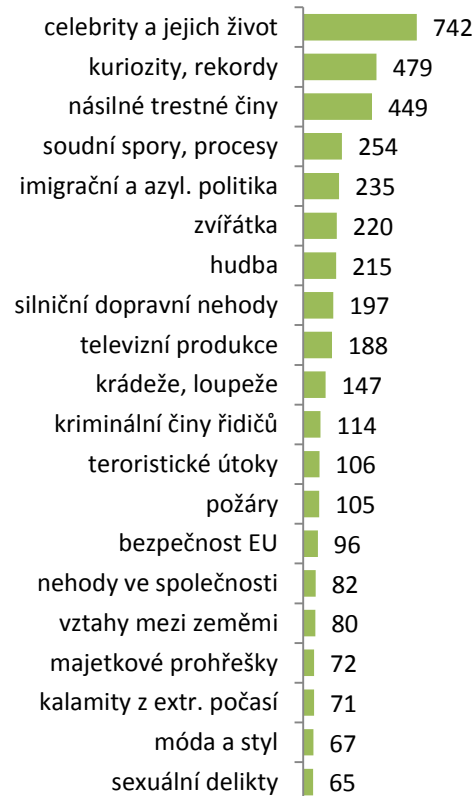


TV Nova (19:30 – 20:15)



Prima FTV (18:55 – 20:00)

Zprávy FTV Prima, Krími zprávy, Divácké zprávy, Top Star



ČRo Radiožurnál (18:00 – 18:30)



Pátým nejdéle prezentovaným tématem Událostí byla **daňová politika**. Vládní koalici se totiž přes značný odpor opozice podařilo protlačit Poslaneckou sněmovnou zákon o elektronické evidenci tržeb. Zpravodajským hodinám Prima FTV dominovalo informování o **celebritách**, především o soutěži Česká Miss, kterou právě Prima vysílala a v relaci Top Star na soutěž poutala.

UDÁLOSTI V REGIONECH – PRAHA, BRNO, OSTRAVA

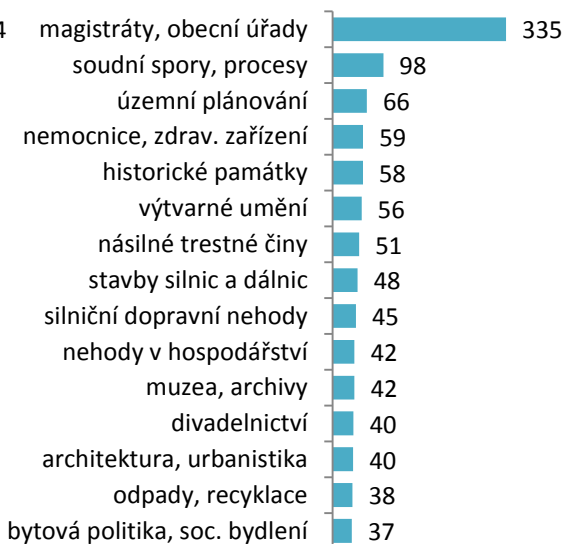
Nejčastější tematické kategorie (nahore) a detailní témata (dole) Událostí v regionech (1Q 2016), podíl na délce pořadu a počet minut



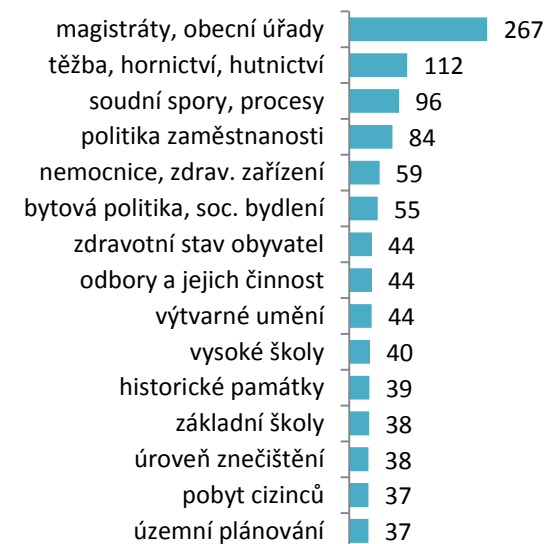
PRAHA



BRNO



OSTRAVA



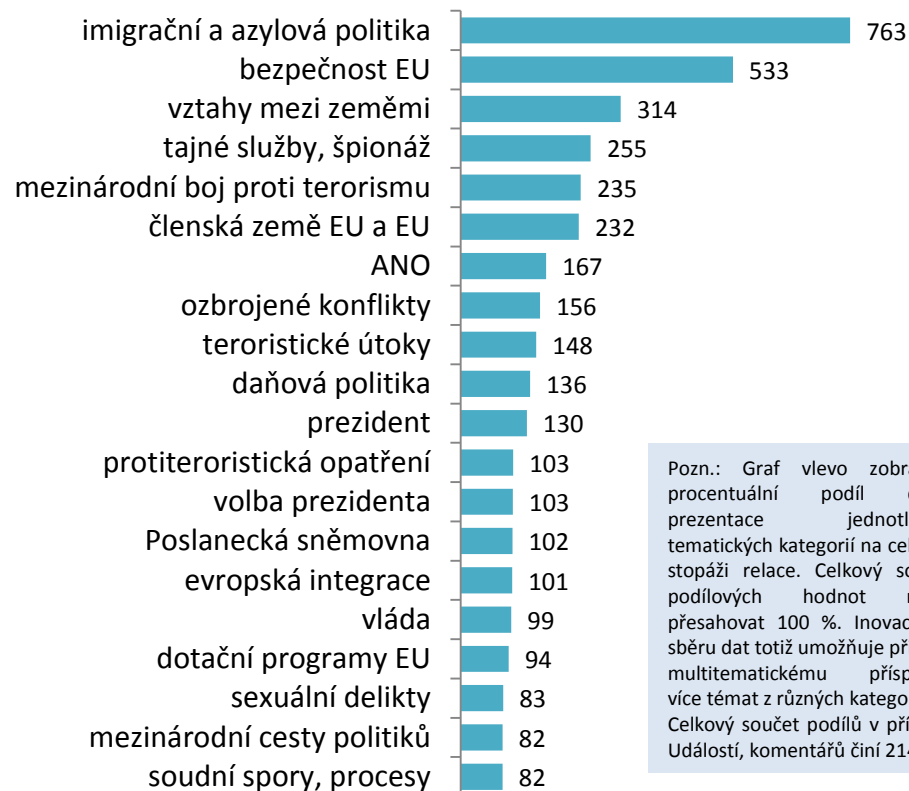
Krizová situace na pražském magistrátu se odrazila i v obsahu Událostí v regionech vysílaných z metropole. Významným tématem pro ostravskou mutaci se opět stala **těžba a hornictví**, neboť společnost OKD oznámila své plány na uzavření Dolu Paskov a propouštění horníků.

UDÁLOSTI, KOMENTÁŘE: tematická struktura

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



Nejčastější témata reportáží Událostí, komentářů (1Q 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 214 %.

Události, komentáře se během roku 2015 a v úvodu roku 2016 staly takřikajíc relací specializovanou na informování o dění v Evropské unii. O tom svědčí i stopáž příspěvků o EU, která jen v lednu, únoru a březnu dosahovala k 17 hodinám (více [snímek 30](#)).

ZPRÁVY VE 23: tematická struktura

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



Celkový podíl zpráv ze zahraničí ve Zprávách ve 23: 58 %

Nejčastější témata reportáží Zpráv ve 23 (1Q 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 195 %.

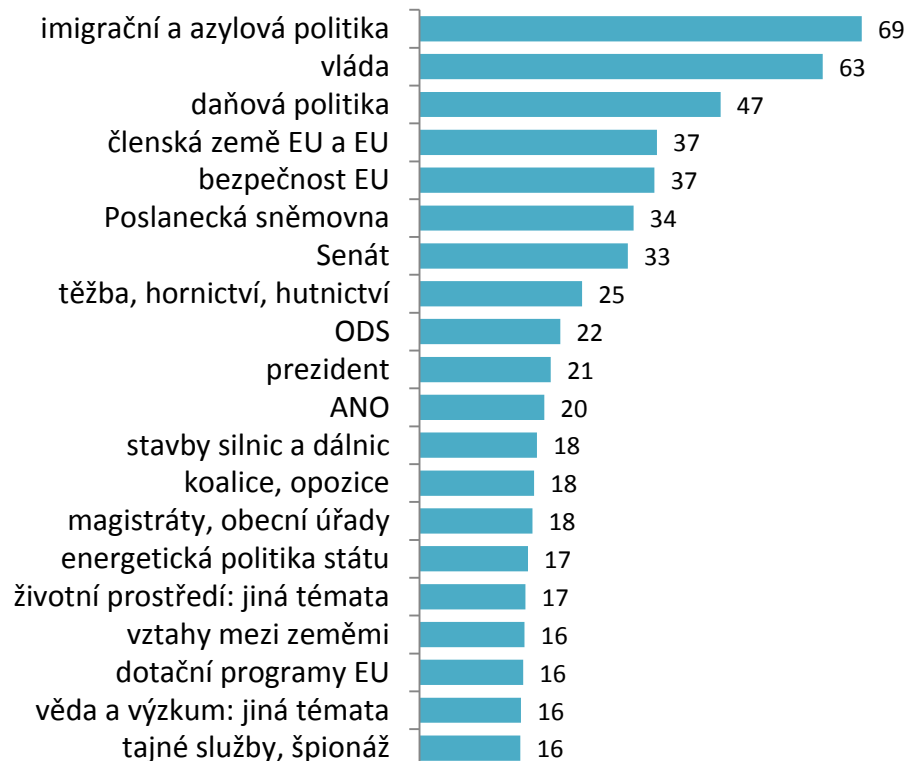
Večerní Zprávy ve 23 byly významně zahraničně orientovanou relací, když téměř tři pětiny svého obsahu věnovaly právě dění s přesahem za hranice České republiky. [Snímek 40](#) ovšem ukazuje, že relace dosahovala i výrazně příznivých hodnot domácí tematické variability.

TÝDEN V POLITICE: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Týdne v politice
(1Q 2016), podíl na délce pořadu



Nejčastější témata reportáží Týdne v politice (1Q 2016), počet minut
(báze: 468 tematických aspektů)



Týden v politice byl v závislosti na svém názvu pochopitelně tematicky orientován na politickou agendu, čím byl ovšem v českém mediálním prostředí pořad výjimečný, byl široký prostor pro medializaci dění v jinak upozaďovaném Senátu.

HORIZONT ČT24: tematická struktura

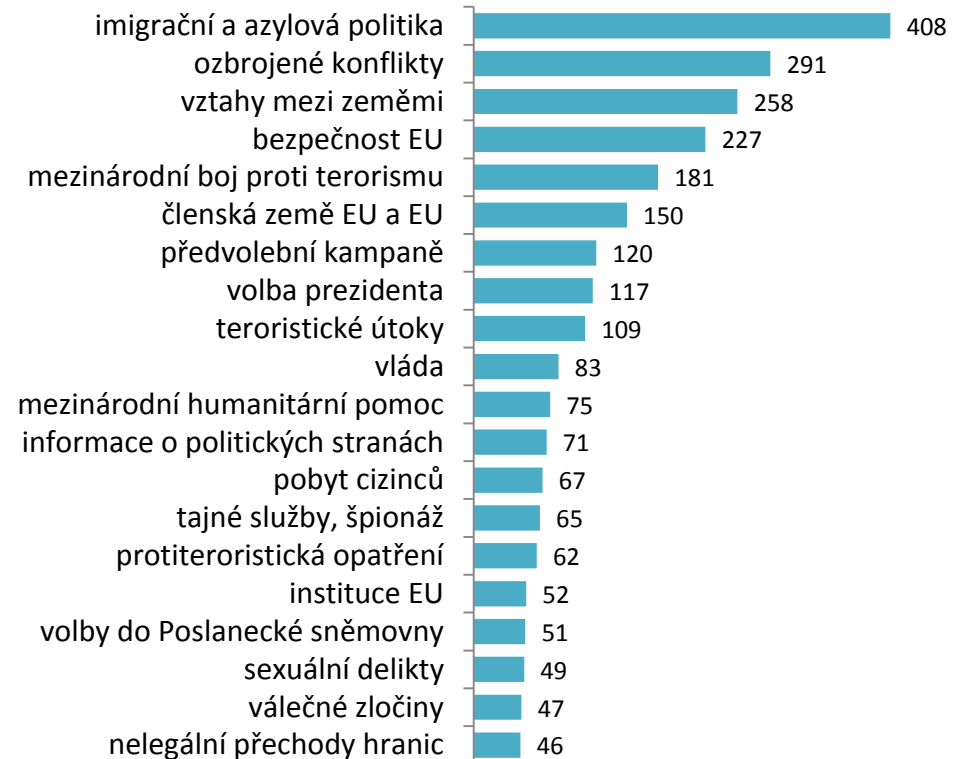
Tematické kategorie příspěvků Horizontu ČT24
(1Q 2016), podíl na délce pořadu



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 208 %.

Nejčastější témata reportáží Horizontu ČT24
(1Q 2016), počet minut (báze: 468 tematických aspektů)



Evropští i tuzemští politici stále častěji zmiňovali nutnost ukončení syrské občanské války (téma ozbrojené konflikty), jako jedné z příčin migrační krize. Na konci února se USA a Rusko dohodli na uzavření příměří a společném postupu proti teroristům z tzv. Islámského státu.

90' ČT24: tematická struktura

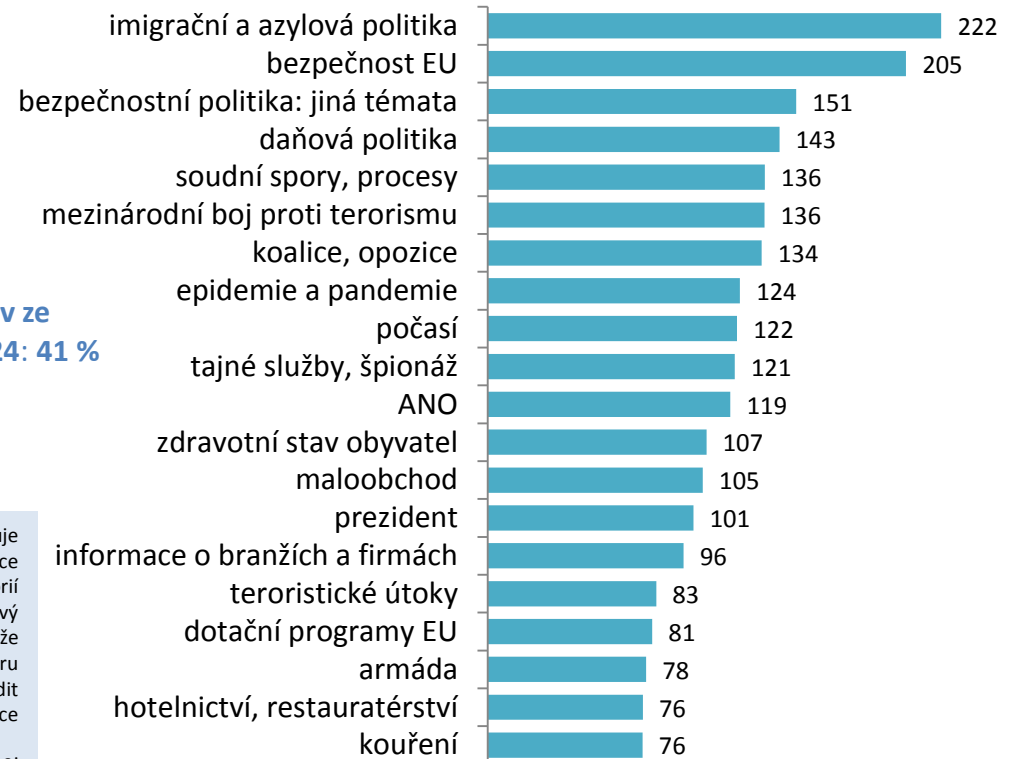
Tematické kategorie příspěvků 90' ČT24 (únor a březen 2016), podíl na délce pořadu



Celkový podíl zpráv ze zahraničí v 90' ČT24: 41 %

Pozn.: Graf vlevo zobrazuje procentuální podíl délky prezentace jednotlivých tematických kategorií na celkové stopáži relace. Celkový součet podílových hodnot může přesahovat 100 %. Inovace ve sběru dat totiž umožňuje přiřadit multitematickému příspěvku více témat z různých kategorií. Celkový součet podílů v případě 90' ČT24 činí 207 %.

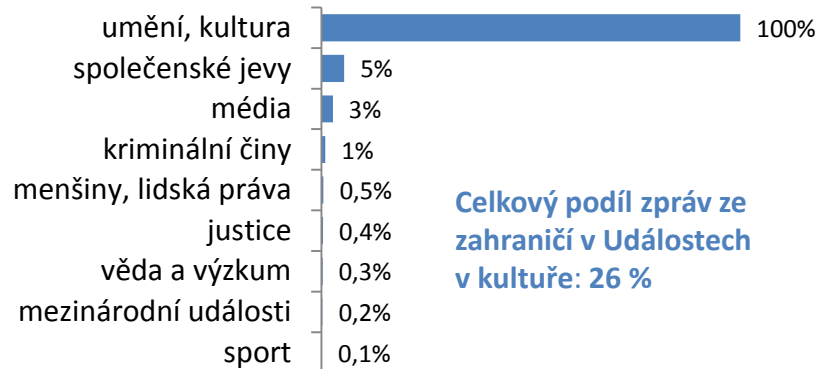
Nejčastější témata reportáží 90' ČT24 (únor a březen 2016), počet minut (báze: 468 tematických aspektů)



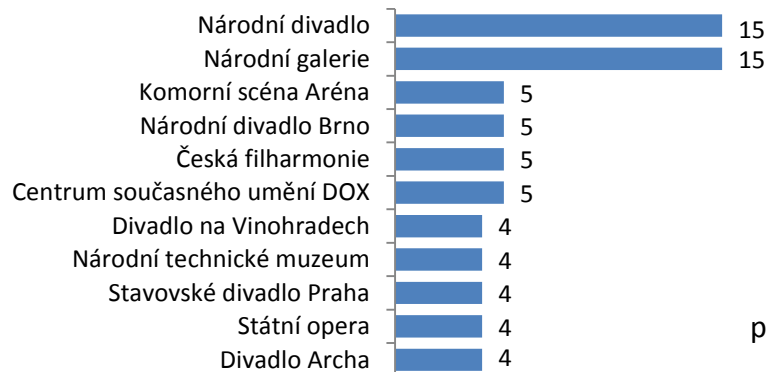
Formátově nový pořad byl složen ze zpravodajských i diskuzních pasáží. Jednou z pravidelných rubrik byla předpověď počasí, jinou pak ekonomická rubrika navazující na dříve vysílanou Ekonomiku ČT24 a informující o dění v podnikové sféře.

UDÁLOSTI V KULTUŘE: tematická struktura

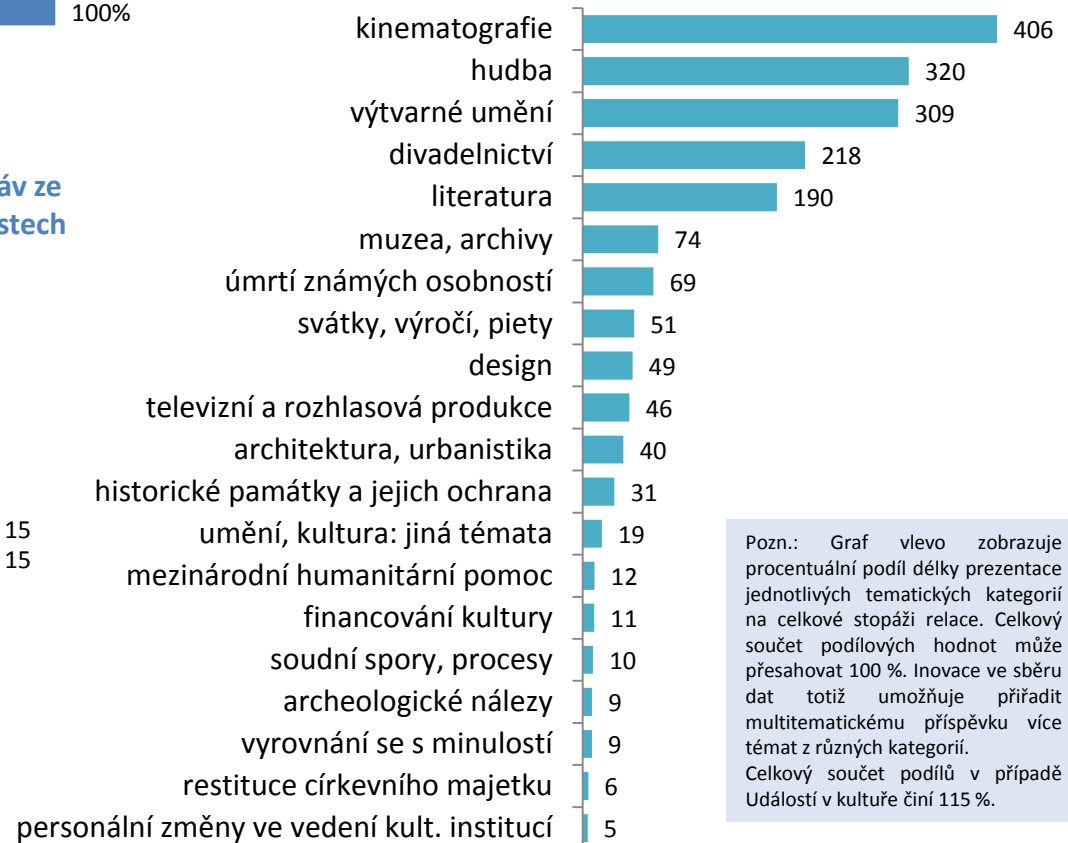
Tematické kategorie příspěvků Událostí v kultuře
(1Q 2016), podíl na délce pořadu



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



Nejčastější témata reportáží Událostí v kultuře
(1Q 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 115 %.

Události v kultuře informovaly o akcích v 92 kulturních institucích. Těmi nejčastěji zmiňovanými byly pochopitelně divadla, galerie a filharmonie působící v Praze.

EKONOMIKA ČT24: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Ekonomiky ČT24

(leden 2016), podíl na délce pořadu

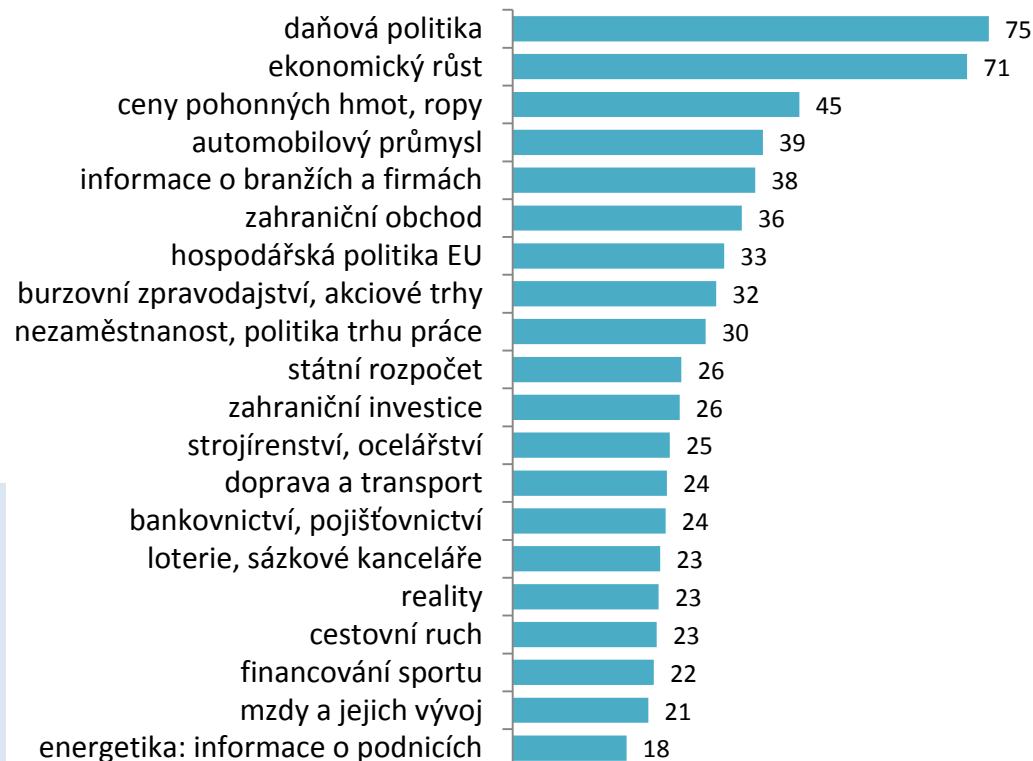


Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Ekonomice ČT24: 48 %

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

Nejčastější témata reportáží Ekonomiky ČT24 (leden 2016),

počet minut (báze: 468 tematických aspektů)



Ekonomika ČT24 byla vysílána pouze v lednu. Tehdy informovala především o novinkách v daňovém systému, tedy o kontrolních hlášeních daně z přidané hodnoty a připravované elektronické evidenci tržeb.

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

Souhrnné ukazatele

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

Politické strany

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

Politici

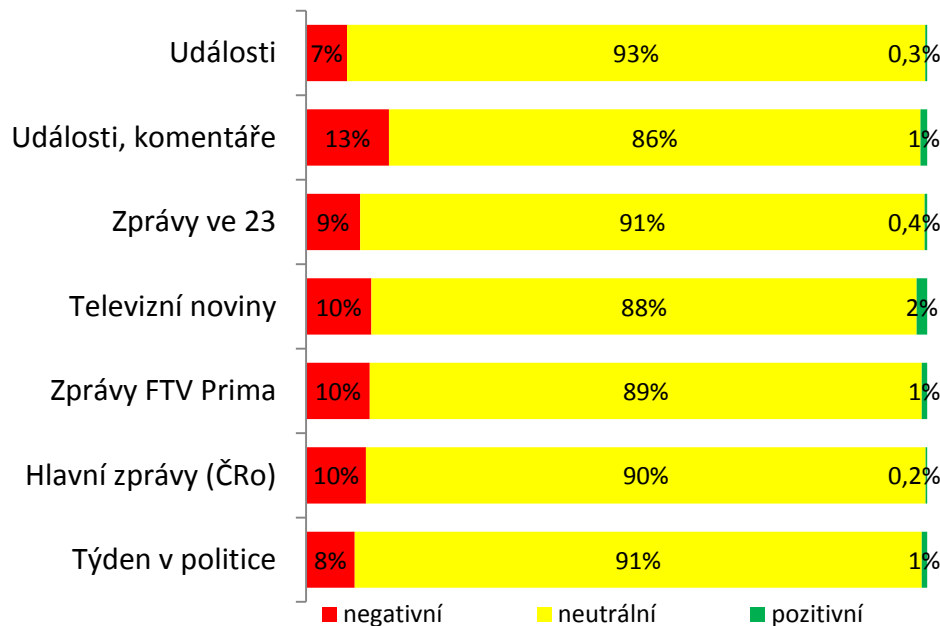
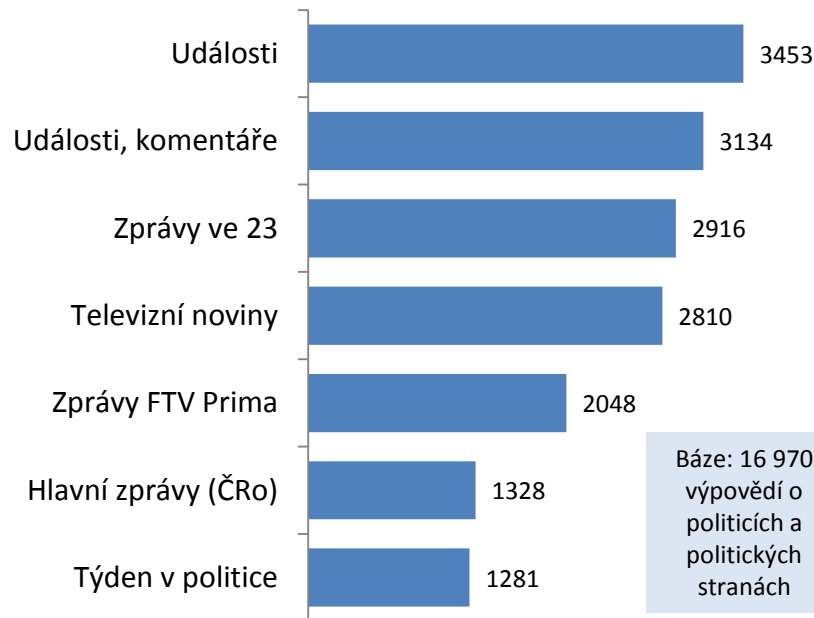
- [politici v Událostech, ve zpravodajství ČT24](#)
- [hosté Událostí, komentářů](#)

Témata

- [věcná témata v politickém zpravodajství](#)

SOUHRNNÉ UKAZATELE POLITICKÉHO ZPRAVODAJSTVÍ

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

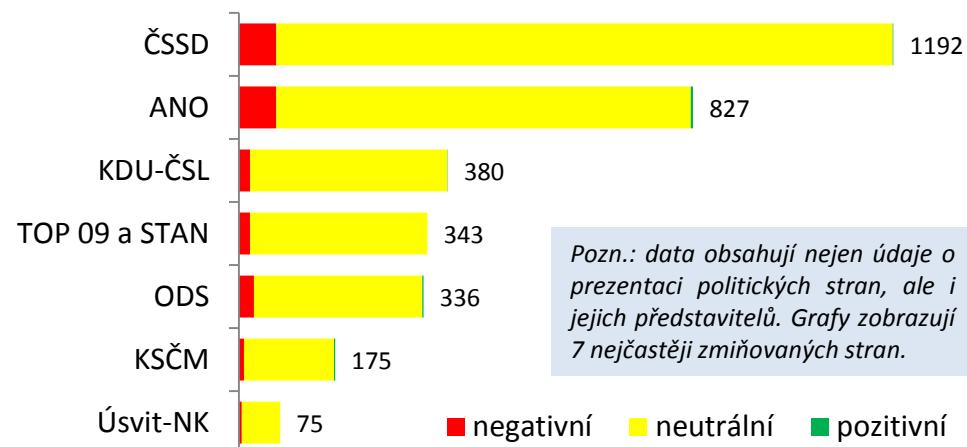
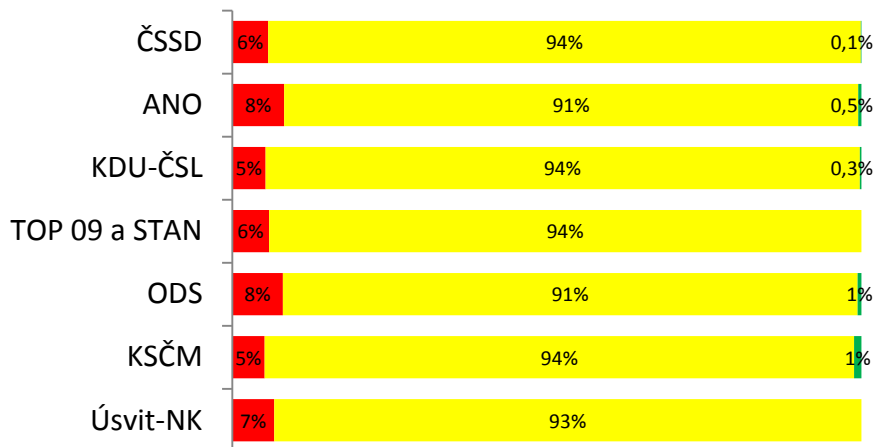


Hlavním tématem politické agendy v 1. čtvrtletí bylo schvalování zákona o elektronické evidenci tržeb v Poslanecké sněmovně. Zákon upravující systém výběru daní i přes odpor pravicové koalice sněmovna schválila.

Premiér Bohuslav Sobotka byl spojován s řešením uprchlické krize zástupci V4, ministr obrany Martin Stropnický se špionážní kauzou Fajád, v březnu pak zpravodajské relace informovaly o angažovanosti Miloše Zemana při návštěvě čínského prezidenta, do popředí zájmu novinářů se dostala Farma Čapí hnízdo (ne)svázaná s Agrofertem Andreje Babiše.

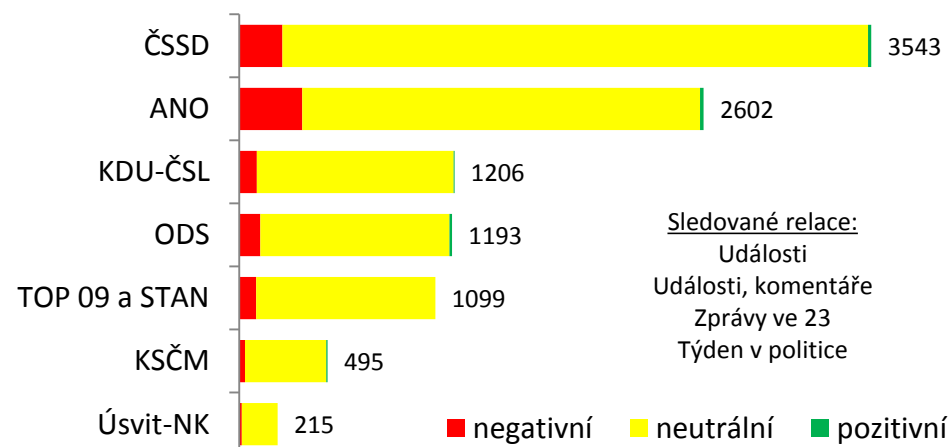
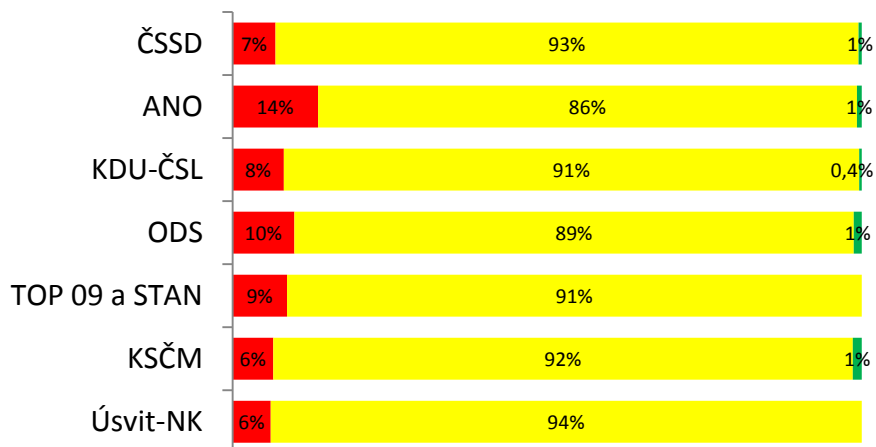
POLITICKÉ STRANY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

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

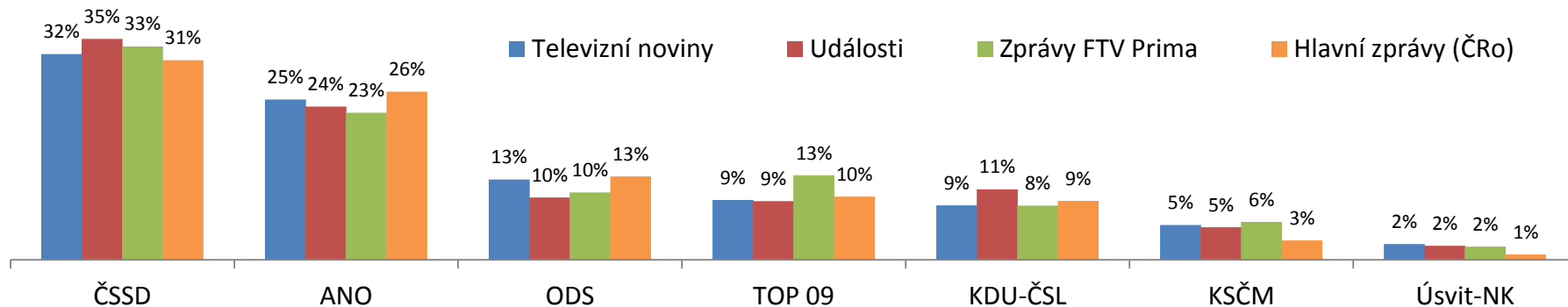


Sledované relace:
 Události
 Události, komentáře
 Zprávy ve 23
 Týden v politice

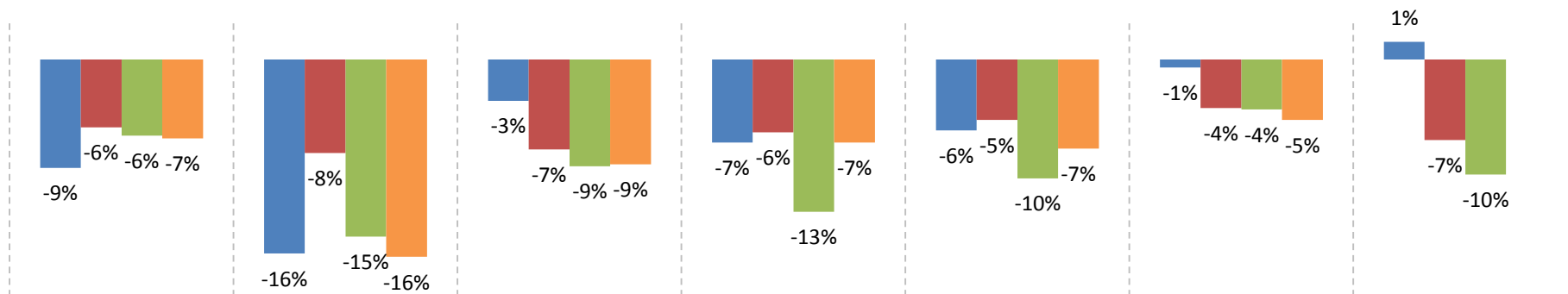
Předchozí snímek ukázal, že kritický pohled na politickou agendu, především na hnutí ANO a jeho předsedu, přinesly Události, komentáře. Jedná se o potvrzení dlouhodobého jevu daného dramaturgií komentované relace.

POLITICKÉ STRANY V HL. ZPRAV. POŘADECH: intenzita

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



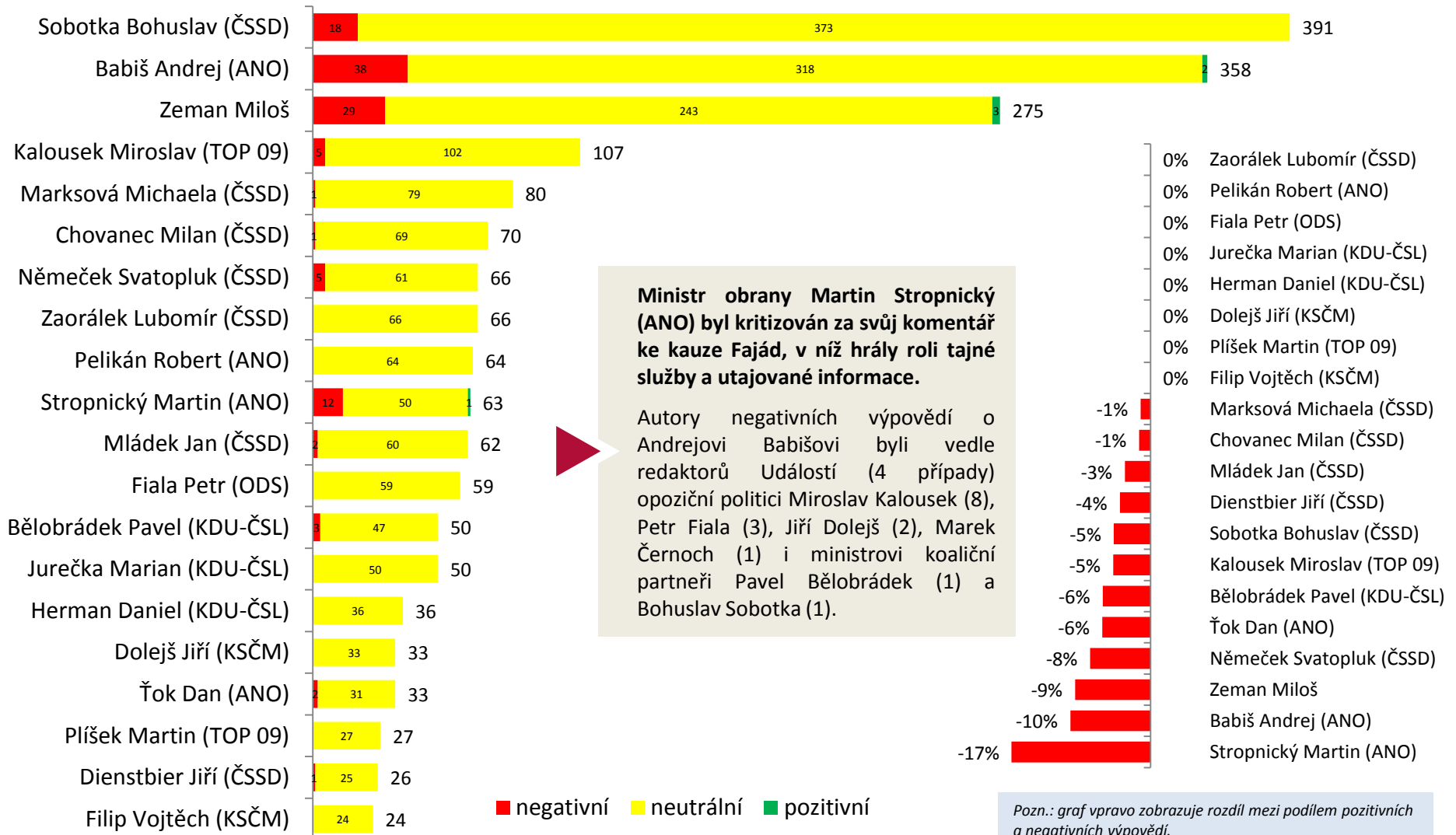
Tón medializace politických stran v hlavních zpravodajských pořadech (7 nejčastěji zmiňovaných pol. stran). Hodnoty představují rozdíl mezi podílem pozitivních a negativních výpovědí. Záporné číslo tedy znamená, že strana byla prezentována s převahou negativních výpovědí.



Události v první řadě informovaly o aktivitě a práci stran vládní koalice, to ostatně ukázal již předchozí snímek. Ve dvojici komerčních relací i v Hlavních zprávách ČRo bylo ovšem KDU-ČSL až 5. nejčastěji prezentovanou stranou. Ve trojici jmenovaných relací zaznívaly nepříznivé výpovědi o hnutí ANO dvakrát častěji než v Událostech.

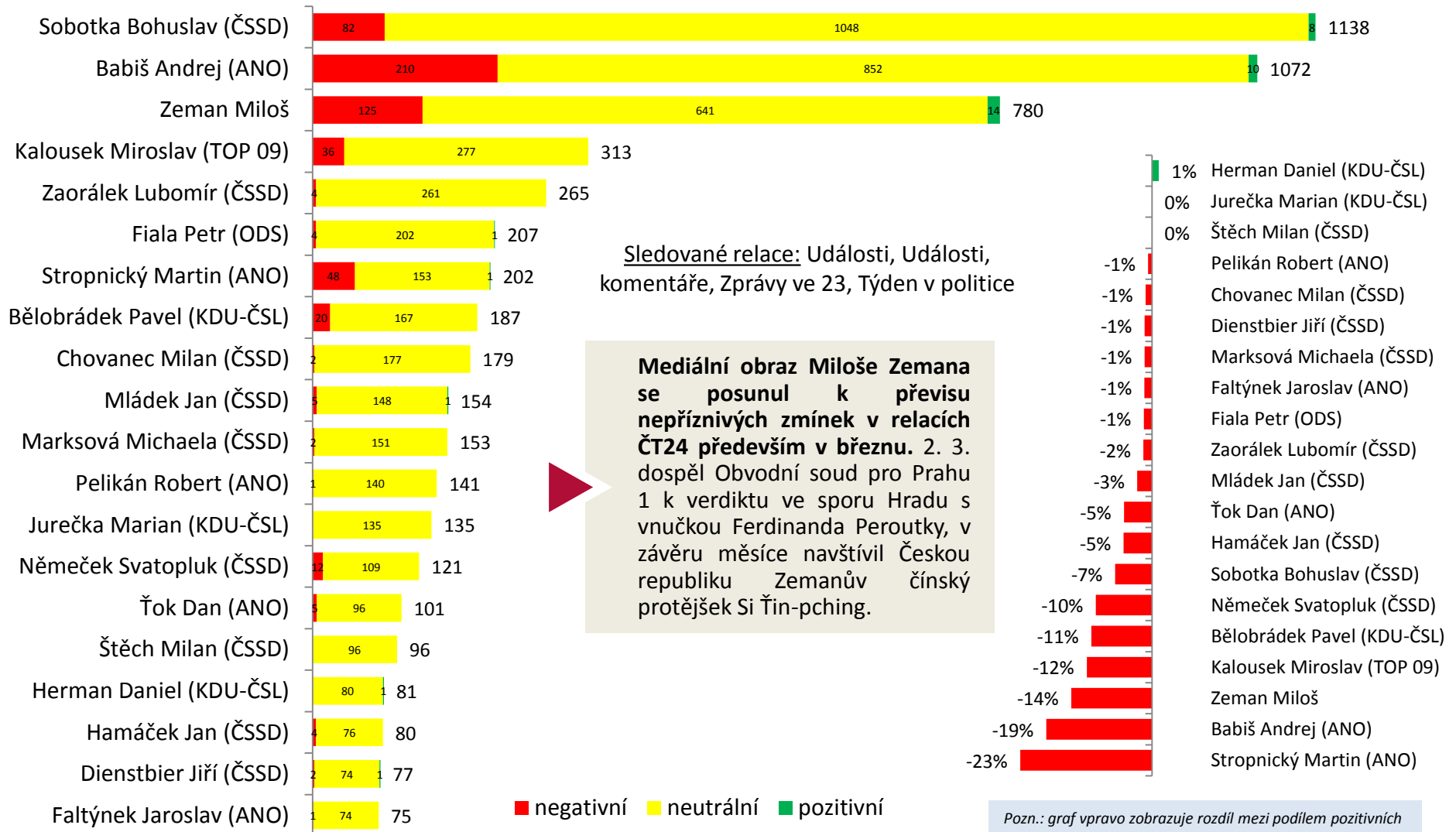
ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ: Události

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



ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

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



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

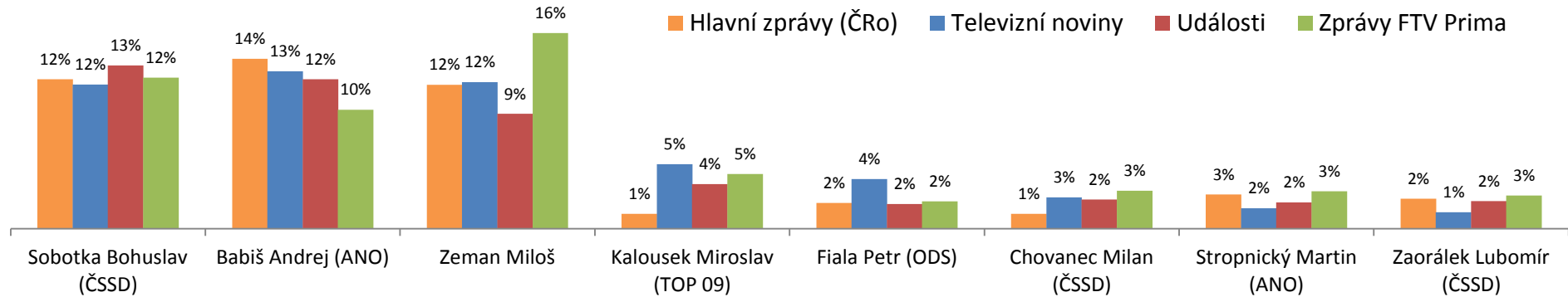
Mediální obraz Miloše Zemana se posunul k převisu nepříznivých zmínek v relacích ČT24 především v březnu. 2. 3. dospěl Obvodní soud pro Prahu 1 k verdiktu ve sporu Hradu s vnučkou Ferdinanda Peroutky, v závěru měsíce navštívil Českou republiku Zemanův čínský protějšek Si Ťin-pching.

■ negativní ■ neutrální ■ pozitivní

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

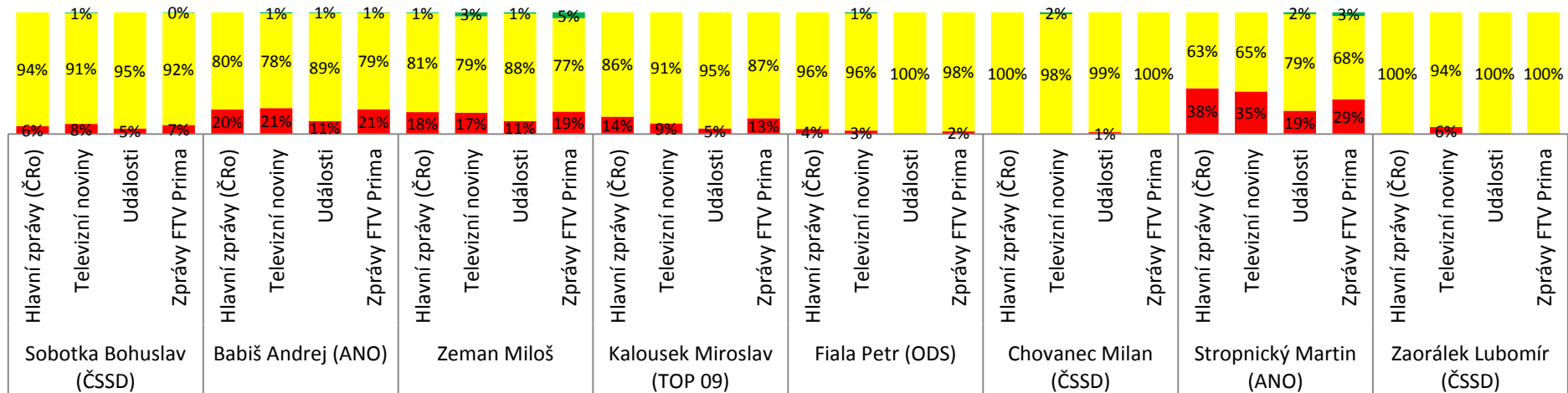
POLITICI V HLAVNÍCH ZPRAV. POŘADECH

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



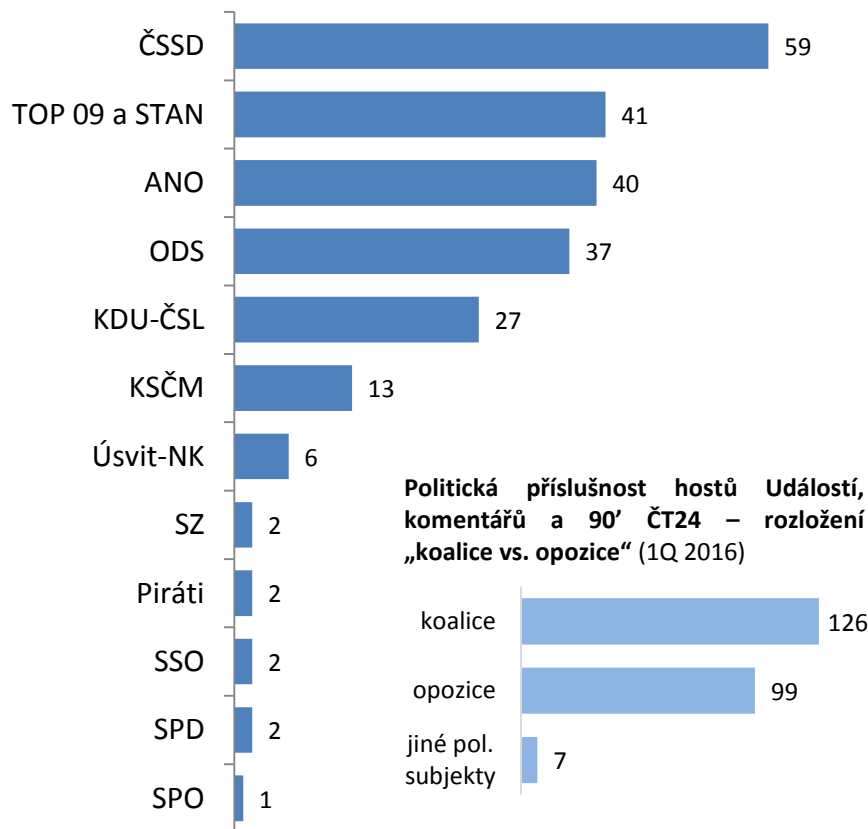
Zprávy FTV Prima přinesly absolutně nejvyšší počet výpovědí o prezidentovi Zemanovi (329), 5 % zmínek, tedy 16 z nich, bylo vysloveno v příznivém tónu.

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

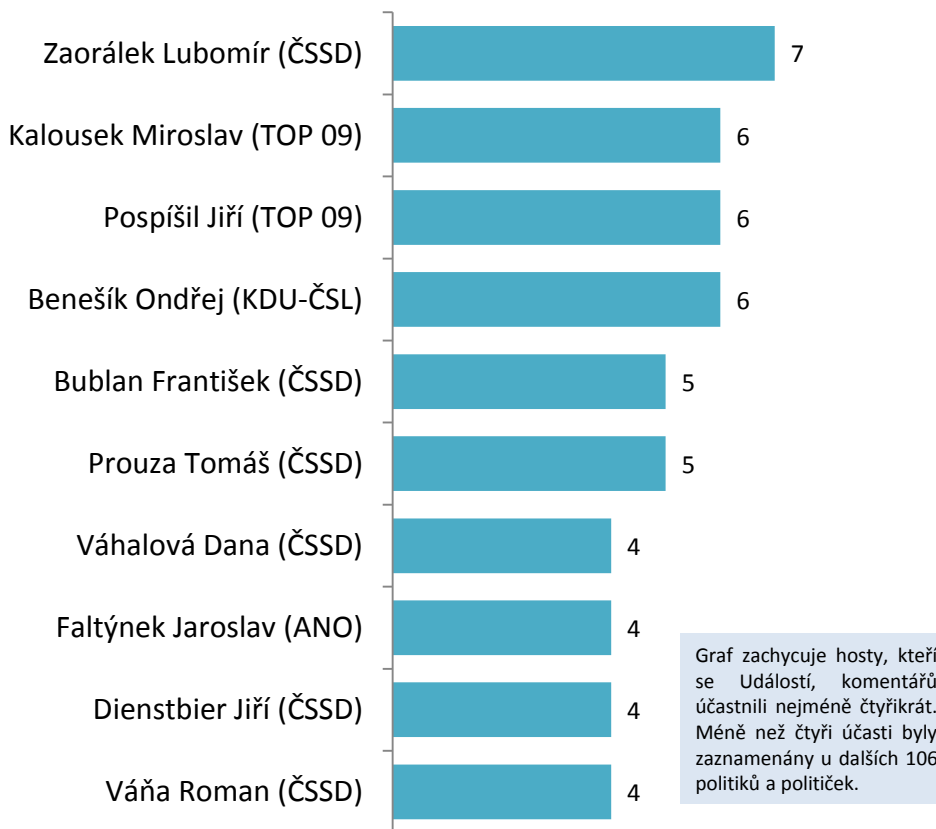


ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ: hosté Událostí, komentářů a 90' ČT24

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

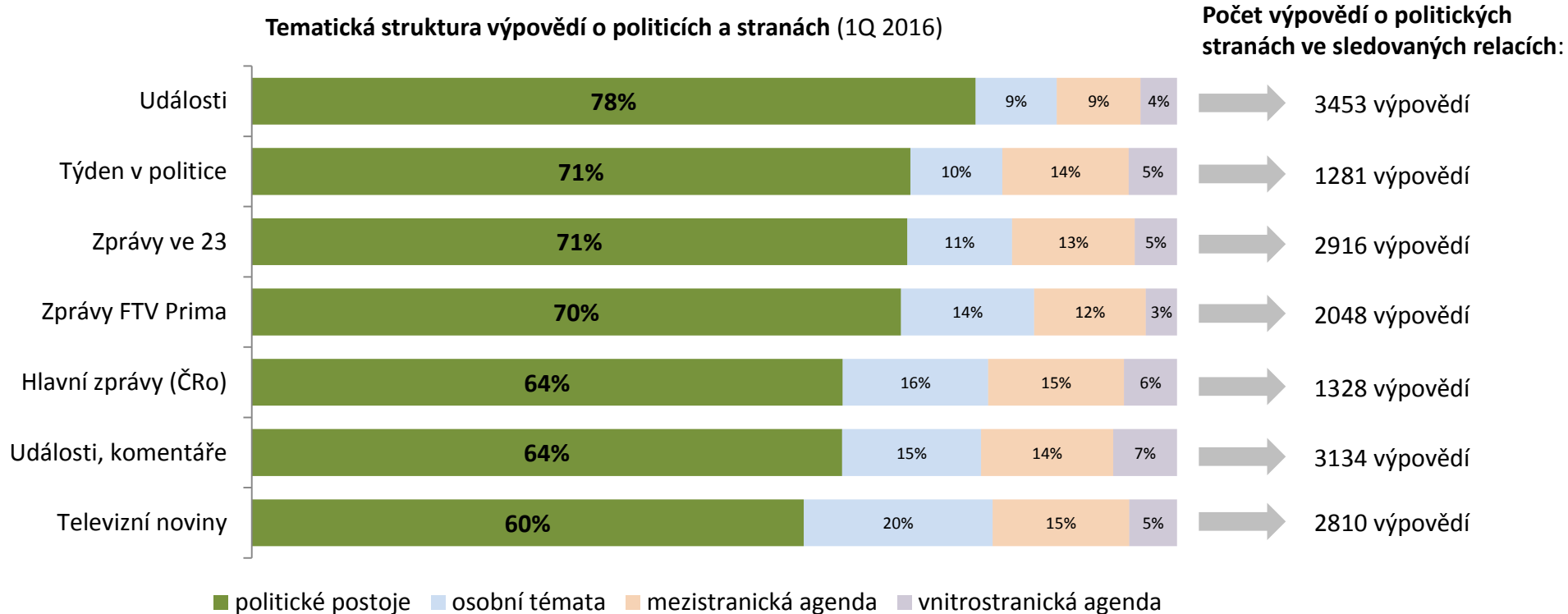


Nejčastější hosté Událostí, komentářů a 90' ČT24 (1Q 2016), počet účastí




Poměrné rozložení zástupců vládní koalice a parlamentní opozice v Událostech, komentářích a novém pořadu 90' ČT24 téměř dokonale odpovídalo rozdělení politických křesel v Poslanecké sněmovně (v PS i ve sledovaných pořadech byl výsledný podíl mezi koaličními a opozičními politiky 1,25).

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.

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

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

Zahraniční zpravodajství

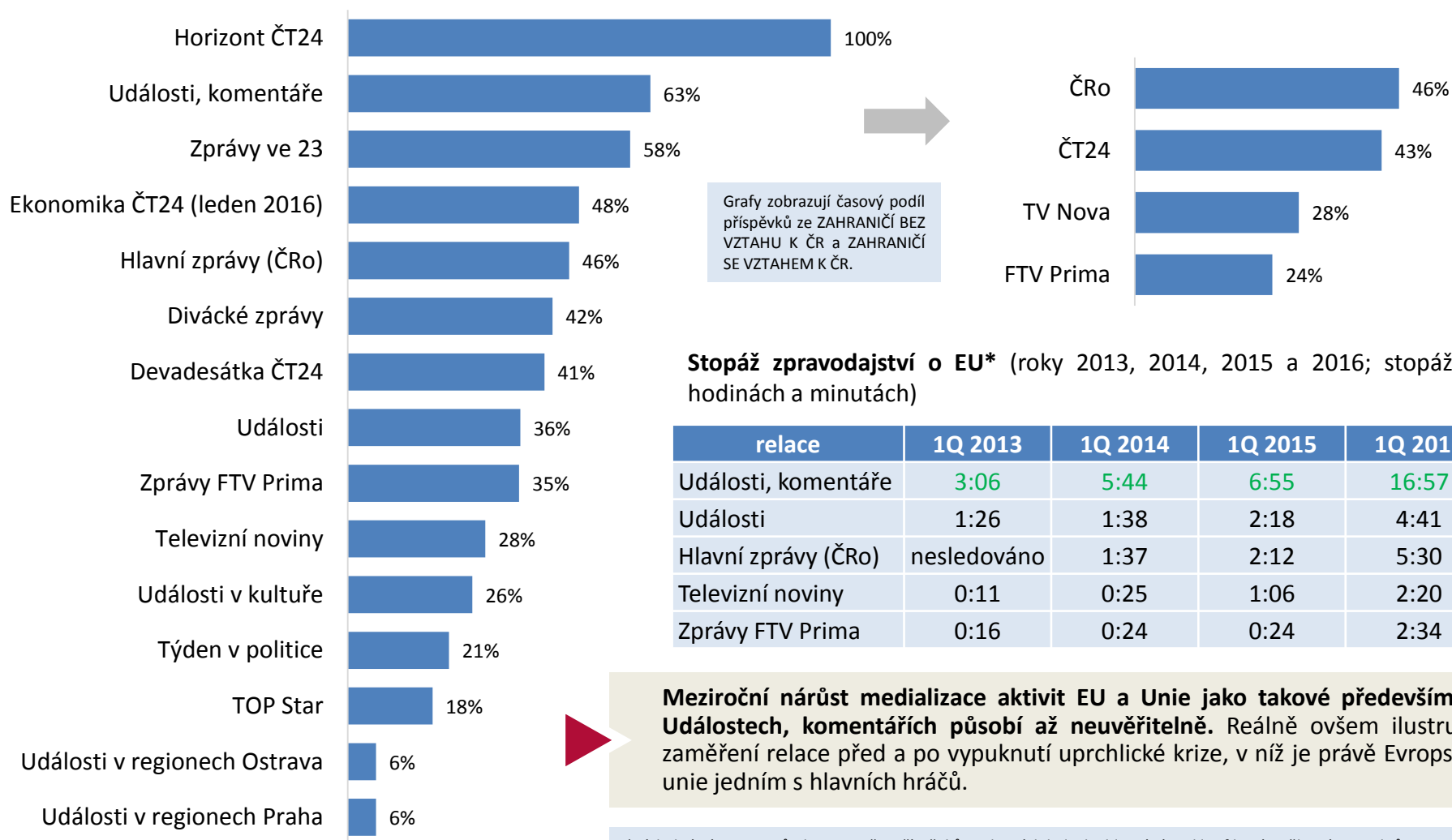
- podíl zahraničního zpravodajství
- nejčastěji zmiňované zahraniční lokality
- témata zahraničního zpravodajství
- kombinace „zahraniční lokalita: téma“

Regionální zpravodajství v celostátních relacích

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

PODÍL ZAHRANIČNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

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



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

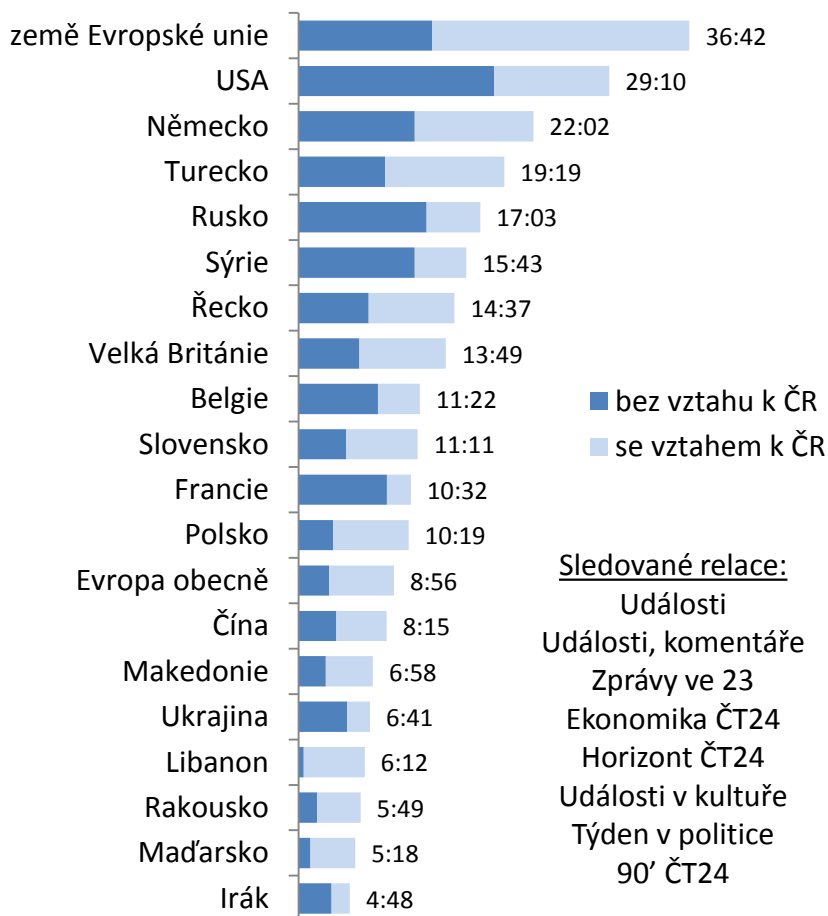
relace	1Q 2013	1Q 2014	1Q 2015	1Q 2016
Události, komentáře	3:06	5:44	6:55	16:57
Události	1:26	1:38	2:18	4:41
Hlavní zprávy (ČRo)	nesledováno	1:37	2:12	5:30
Televizní noviny	0:11	0:25	1:06	2:20
Zprávy FTV Prima	0:16	0:24	0:24	2:34

Meziroční nárůst medializace aktivit EU a Unie jako takové především v Událostech, komentářích působí až neuvěřitelně. Reálně ovšem ilustruje zaměření relace před a po vypuknutí uprchlické krize, v níž je právě Evropská unie jedním s hlavních hráčů.

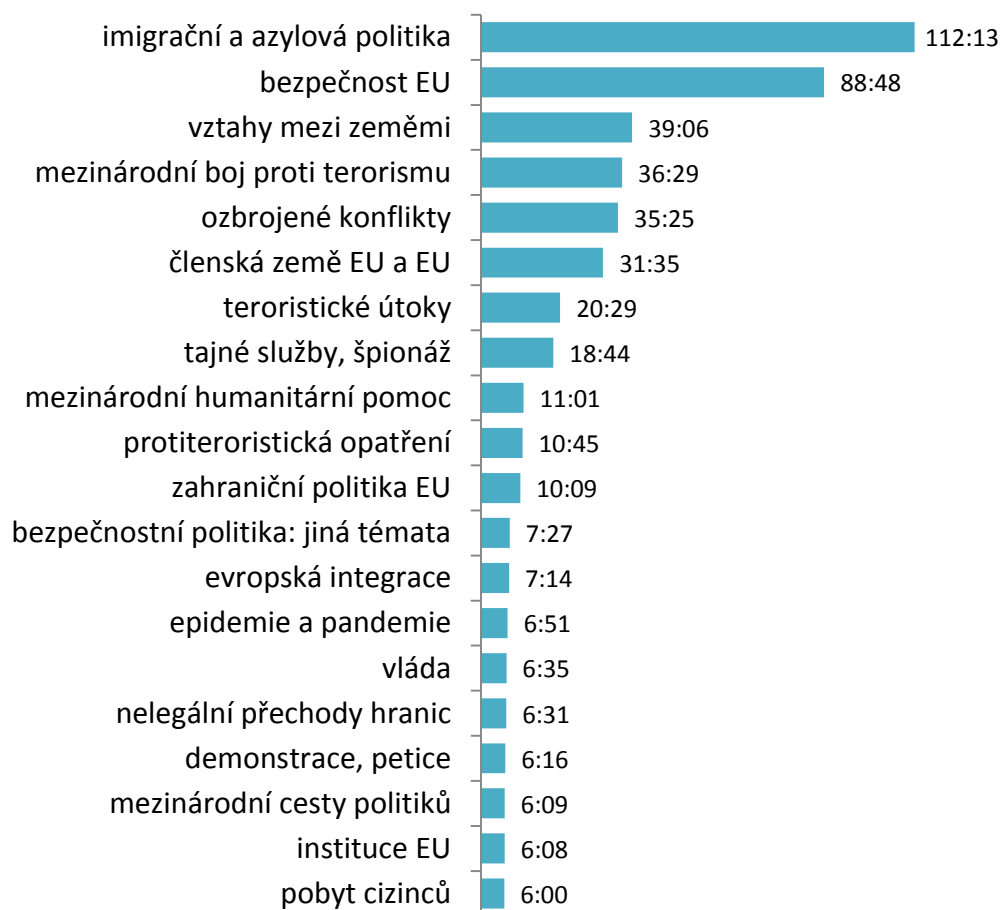
*výsledný výstup je průnikem množin příspěvků, ve kterých byl jako hlavní téma klasifikován některý z aspektů tematické kategorie **Evropská unie**, nebo takových, kde byly jako vztažný prostor příspěvku klasifikovány **země Evropské unie**.

ZAHRANIČNÍ LOKALITY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

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



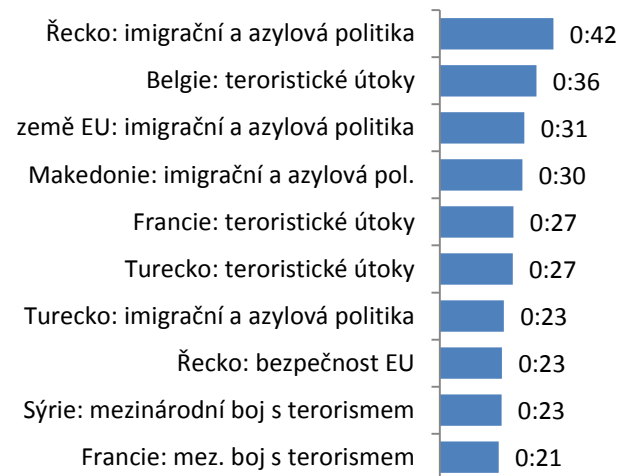
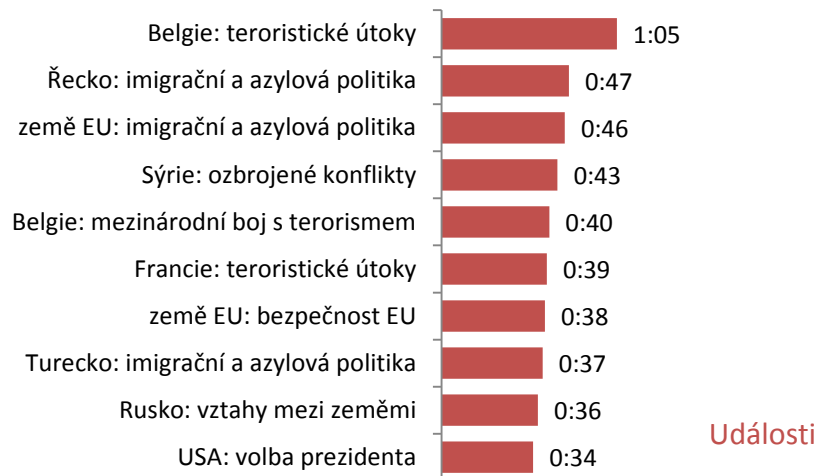
Nejčastější témata zahraničního zpravodajství v relacích ČT24 (1Q 2016, stopáž v hodinách a minutách)



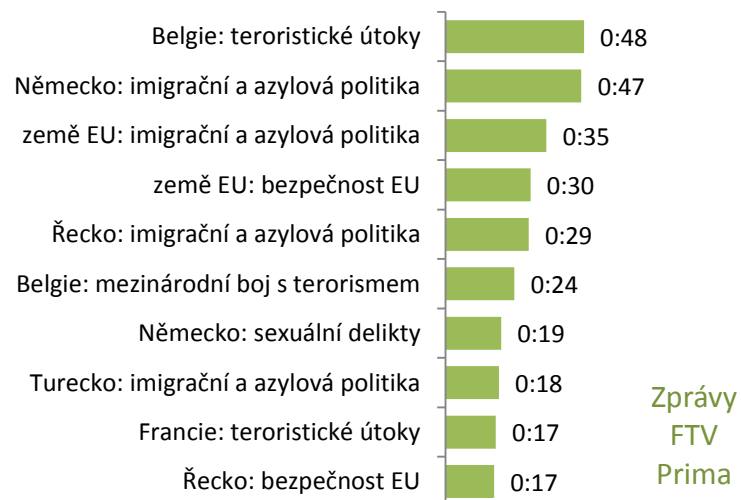
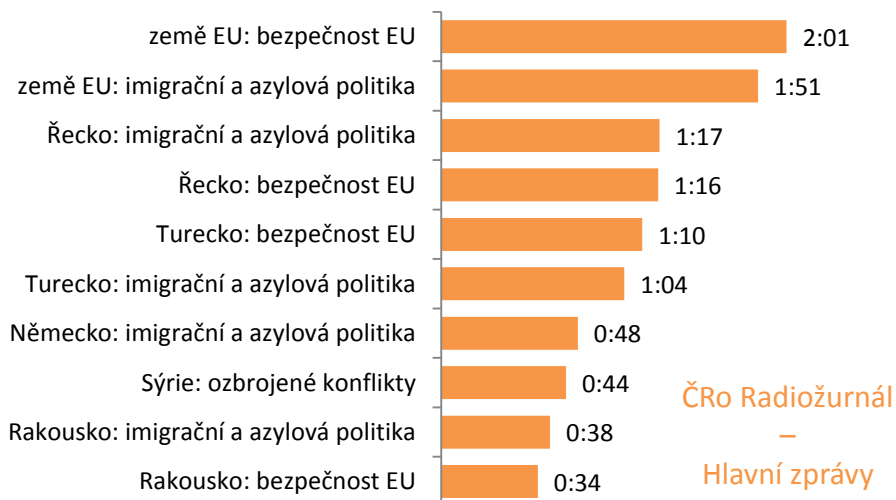
Dalším významným hráčem a partnerem EU v řešení přílivu migrantů do Evropy se stalo Turecko. Uprchlíci zatím našli novou cestu, jak se do Unie dostat. Tato trasa vedla přes dříve mediálně neexistující Makedonii.

TÉMATA ZAHRANIČNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

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

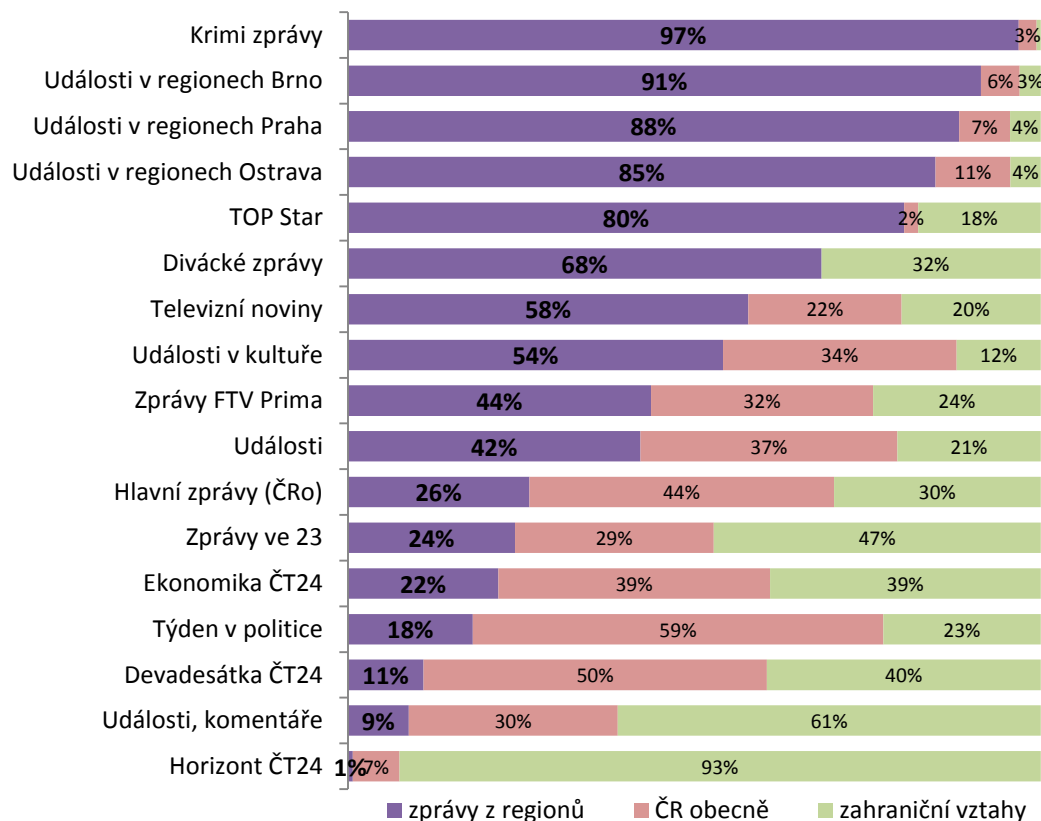


Na 10. místě statistiky kombinací zahraničních lokalit a hlavních témat příspěvků Událostí se objevila dvojice **USA: volba prezidenta**. Ve Spojených státech vrcholí nominační souboje a s blížícím se termínem volby lze pokládat za jisté, že tato kombinace bude v žebříčku stoupat výše.



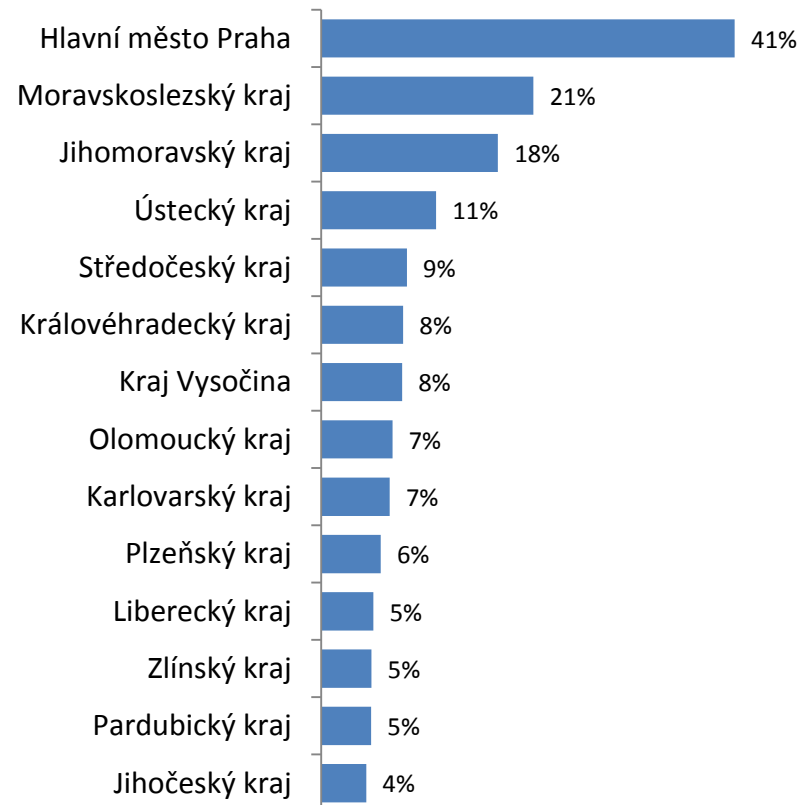
REGIONÁLNÍ STRUKTURA ZPRÁV O ČR VE ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍCH

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



Medializace krajů v regionálním zpravodajství

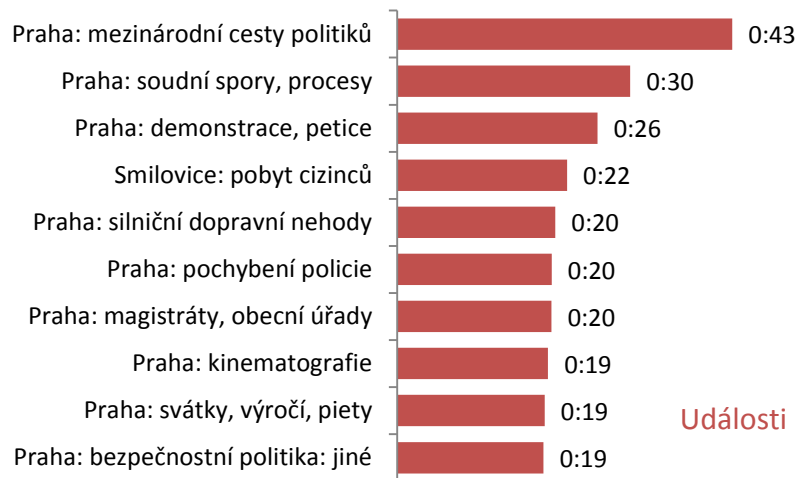
Událostí: 1Q 2016, stopáž v hodinách a minutách



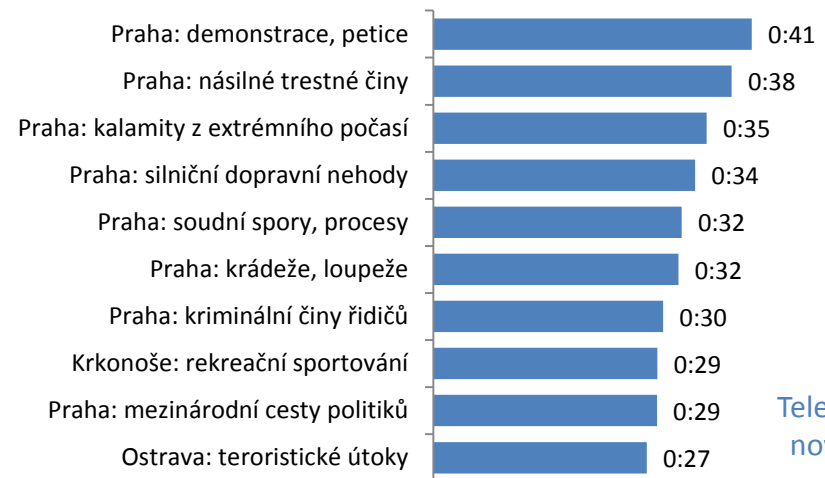
Jak je zřejmé z [následujícího snímku](#), medializace hlavního města na regionální (nikoliv celostátní) úrovni byla do značné míry spojena s osobou prezidenta Miloše Zemana. Praha byla totiž nejčastěji zmiňována kvůli návštěvě čínského prezidenta a pozadí této události, včetně demonstrací proti porušování lidských práv v Číně, nebo kvůli soudnímu sporu Hradu s rodinou Ferdinanda Peroutky.

REGIONÁLNÍ ZPRAVODAJSTVÍ V HL. ZPRAV. RELACÍCH

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



Události

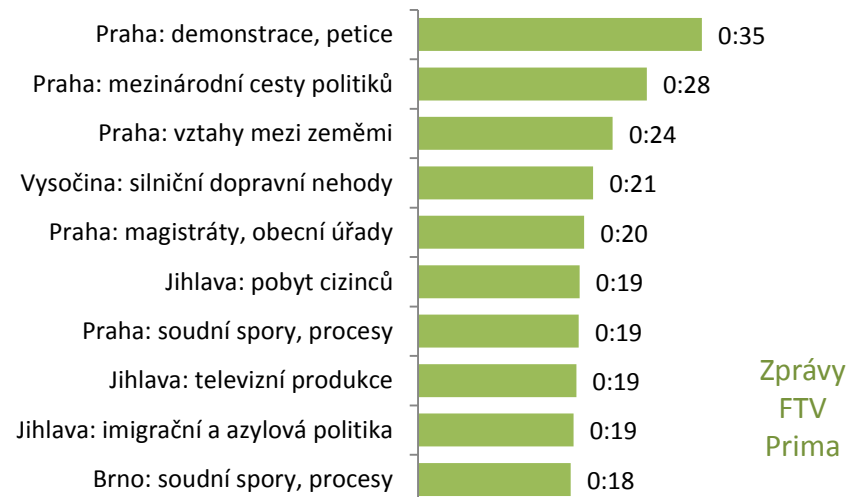


Televizní noviny

Paradoxní intenzitu pozornosti věnované tématu *kalamity z extrémního počasí* v Televizních novinách, zmíněnou již na [snímku 10](#), podtrhuje lokalizace kalamit do Prahy.



ČRo Radiožurnál
-
Hlavní zprávy



Zprávy
FTV
Prima

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

Souhrnné ukazatele

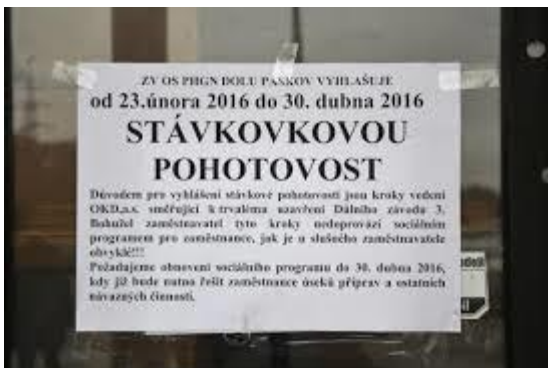
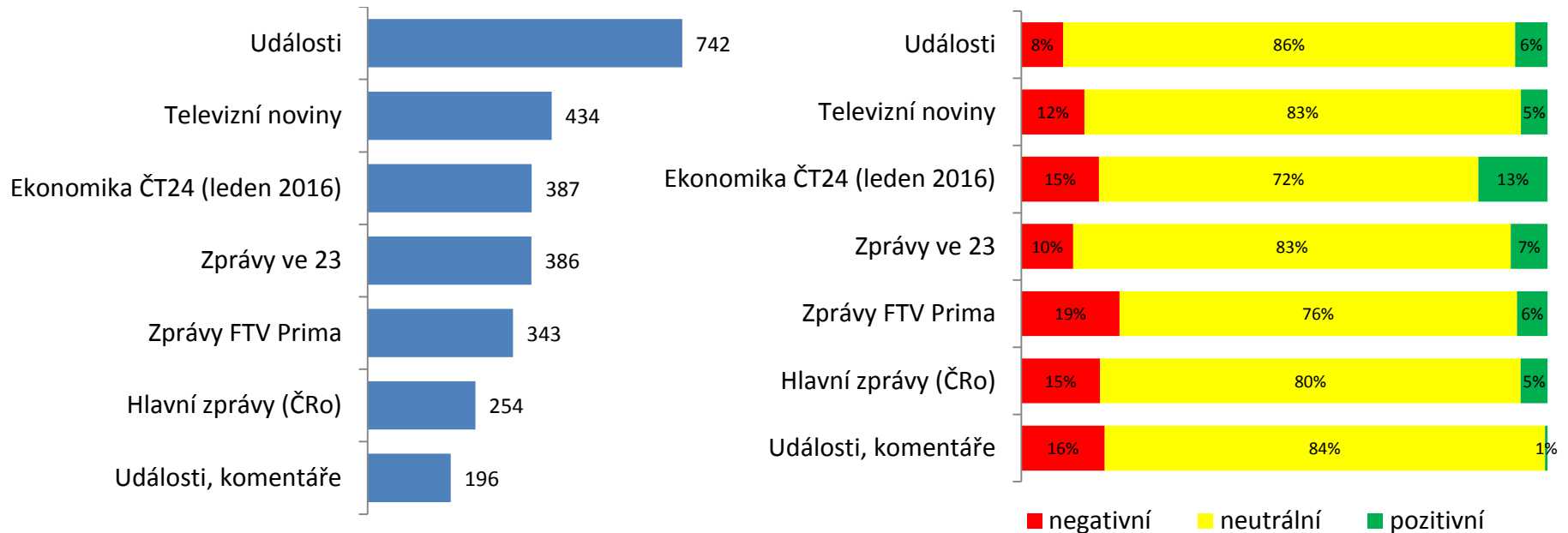
- [intenzita a tonalita ekonomického zpravodajství](#)

Firmy

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

SOUHRNNÉ UKAZATELE PODNIKOVÉHO ZPRAVODAJSTVÍ

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

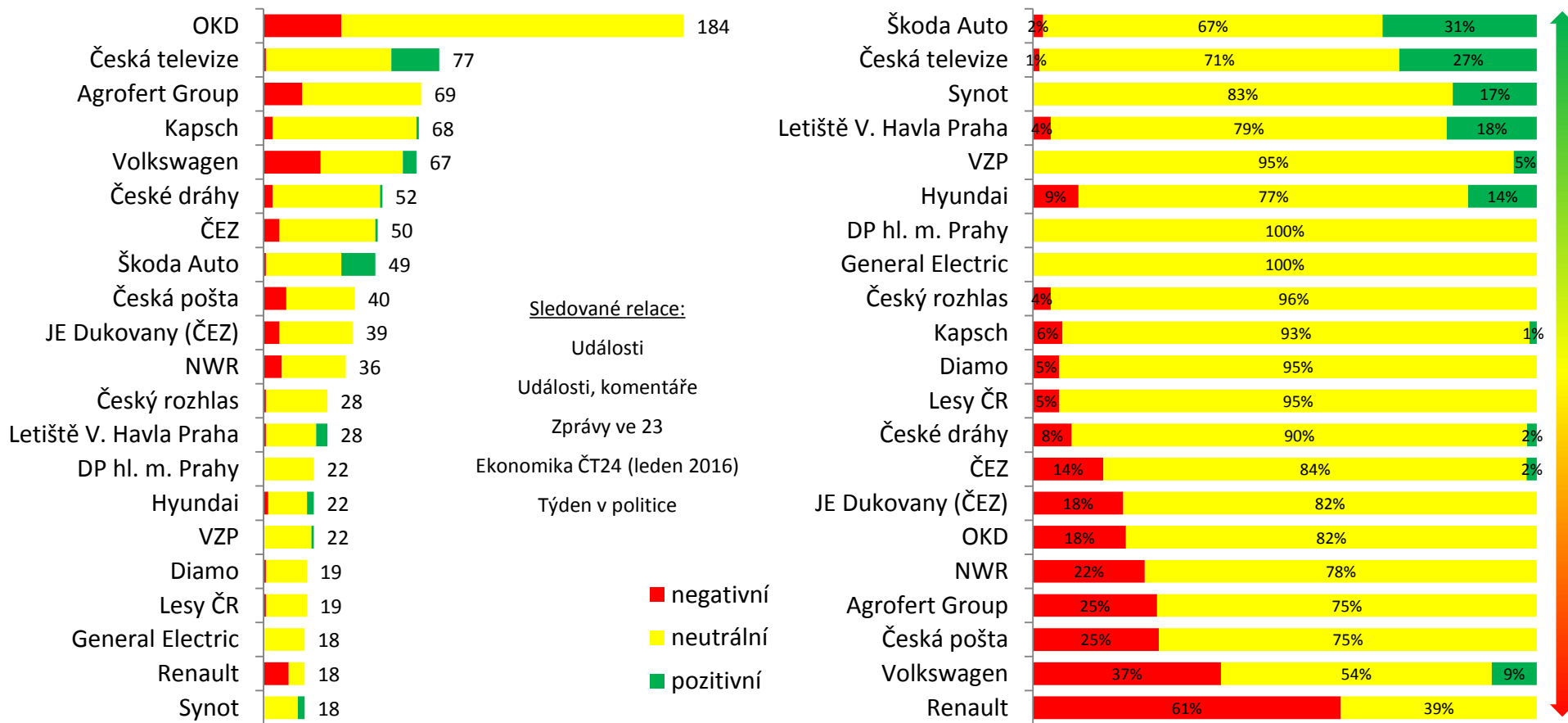


Medializaci podnikové sféry v 1. čtvrtletí dominovala spíše negativně laděná prezentace OKD a Agrofertu na straně jedné, kompenzovaná na druhé straně pozitivní sebeprezentací České televize v Událostech, TV Nova v Televizních novinách a Prima FTV ve Zprávách (více [snímek 38](#)).

Informace o výše zmíněné těžební společnosti OKD i o holdingu Agrofert byly úzce provázány s politickou sférou a aktivitou ministrů koaliční vlády.

FIRMY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

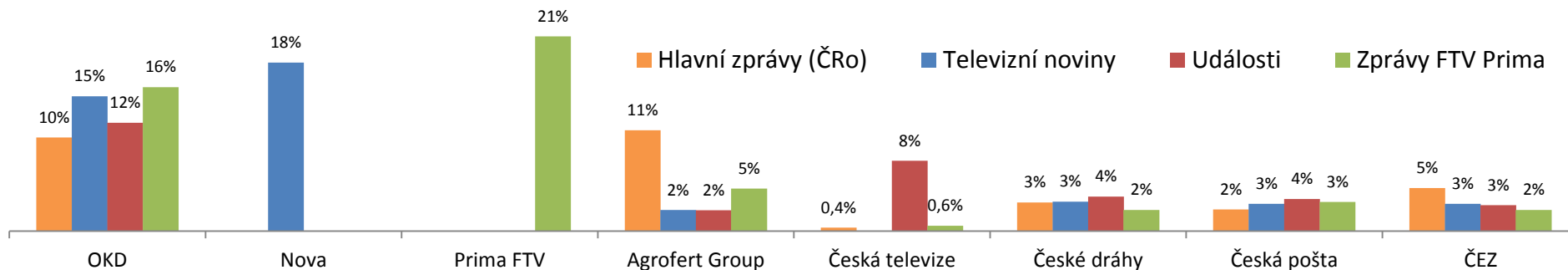
20 nejčastěji zmiňovaných společností ve zpravodajství ČT24 (1Q 2016), počet výpovědí, tón medializace



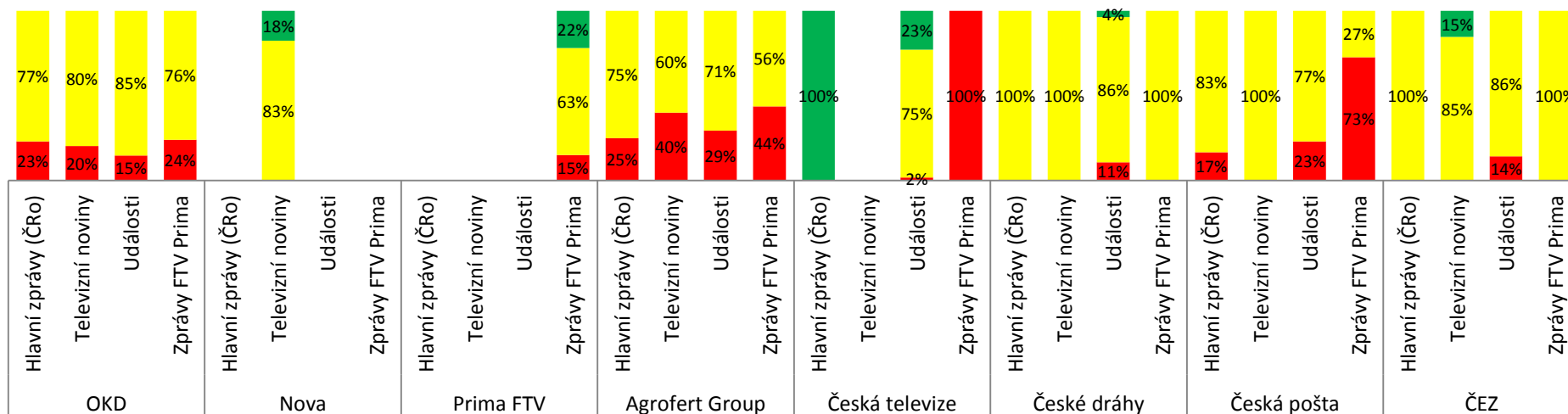
Společnost OKD, z jejíž matky NWR v únoru vystoupil Zdeněk Bakala, oznámila své plány na ukončení těžby v Dole Paskov. Situaci, která by o místa připravila tisíce horníků a dodavatelských i odběratelských pracovníků, řešil i ministr průmyslu a obchodu Jan Mládek, odboráři zatím vyhlásili stávkovou pohotovost. Výkonný ředitel Antonín Klimša 11. března prohlásil, že rozhodnutí o uzavření dolu není definitivní.

FIRMY V HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH


Podíl nejčastěji zmiňovaných firem na podnikovém zpravodajství (1Q 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 (1Q 2016)



Do rozkrývání kauzy Čapí hnízdo a spojení farmy se společností Agrofert se intenzivně pustili především redaktoři rozhlasových Hlavních zpráv. Tuto skutečnost ukázal již [snímek 6](#). Komerční televizní relace byly přitom v souvislosti s kauzou k firmě Andreje Babiše výrazně kritické.

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

Tematická

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

Politická

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

Územní

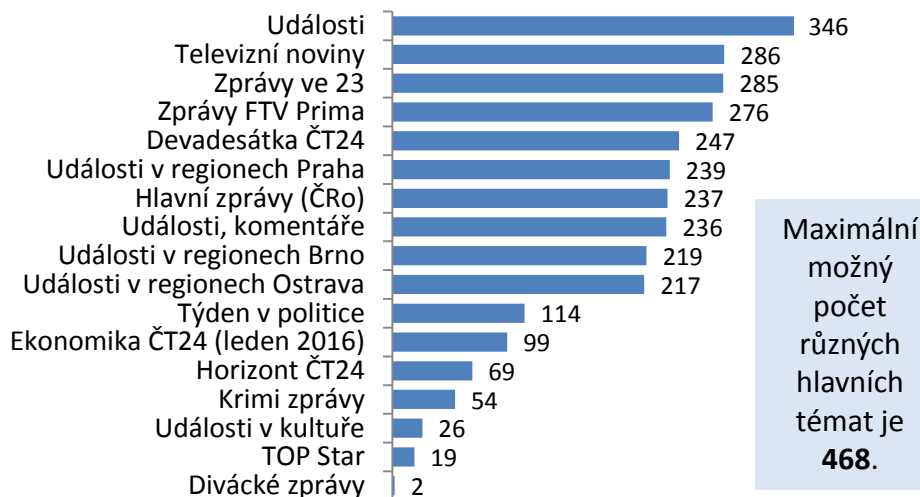
- [zahraniční lokality](#)
- [domácí lokality](#)

Genderová

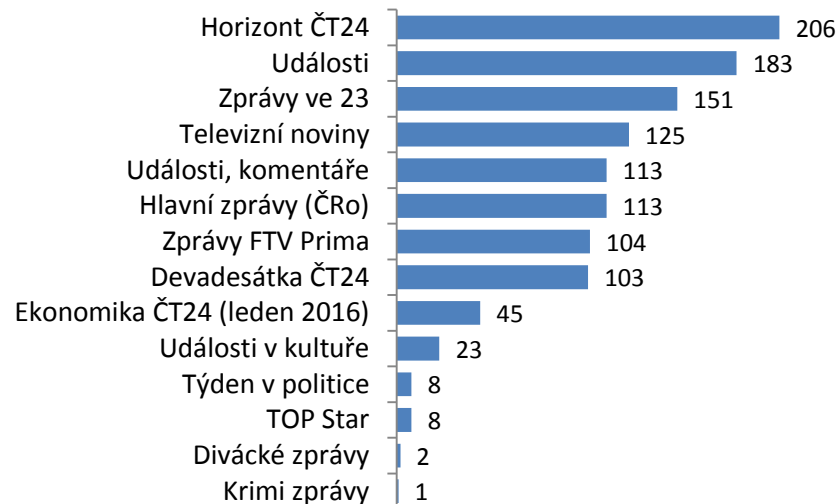
- [podíl žen ve zpravodajství](#)
- [nejčastěji medializované ženy](#)

TEMATICKÁ A POLITICKÁ VARIABILITA

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

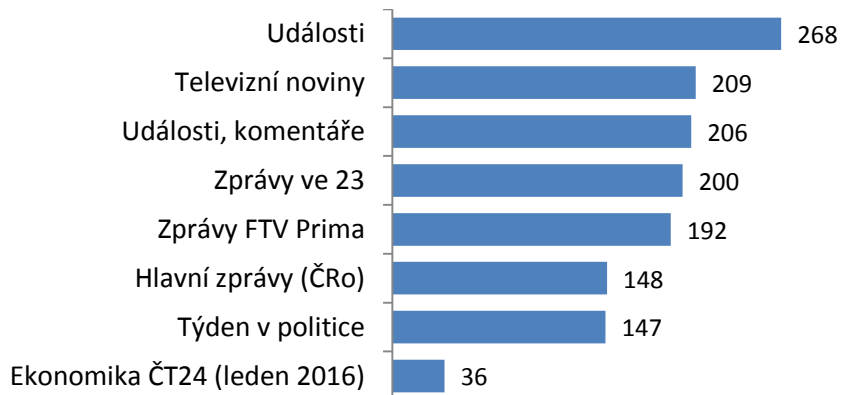


Počet různých hlavních témat příspěvků bez vztahu k ČR (1Q 2016)

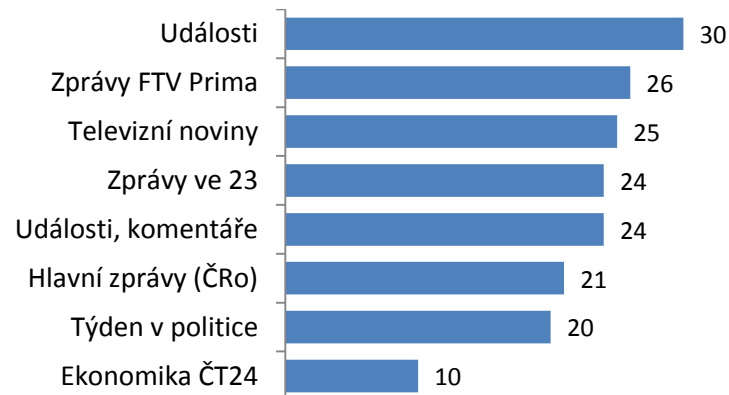


Týden v politice, jako specializovaná relace, příznivých hodnot politické variability nedosahoval. Vysvětlením této skutečnosti je pravděpodobně významně nižší stopáž (Týden v politice je vysílán pouze v neděli mezi 20. a 21. hodinou) než v případě denně vysílanych relací.

Počet českých politiků zmíněných ve zpravodajství (1Q 2016)

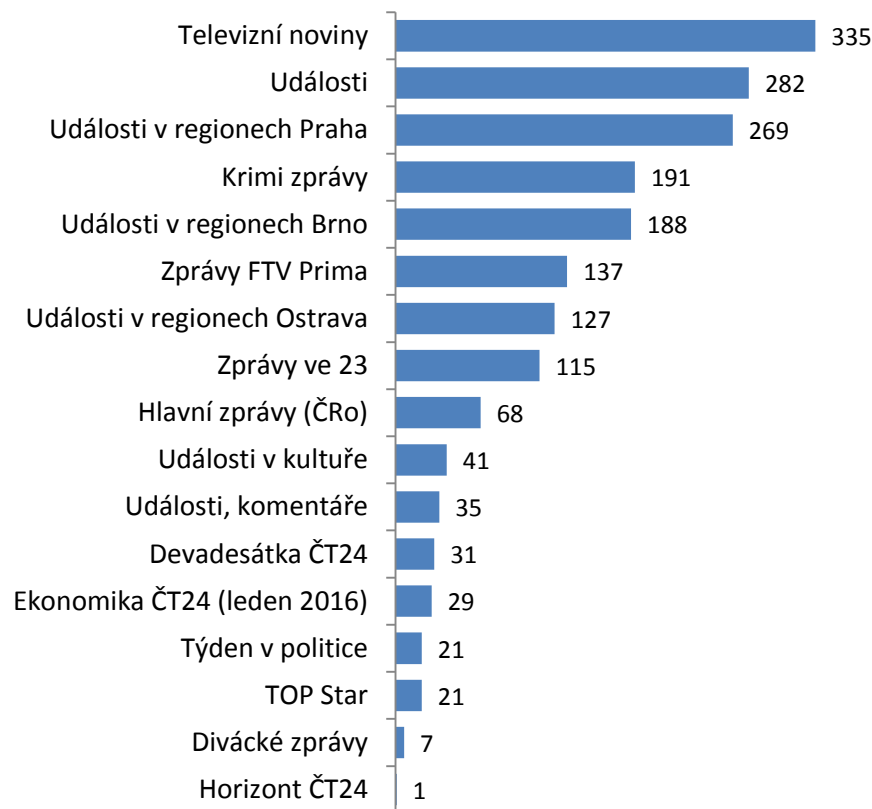


Počet českých politických stran zmíněných ve zpravodajství (1Q 2016)

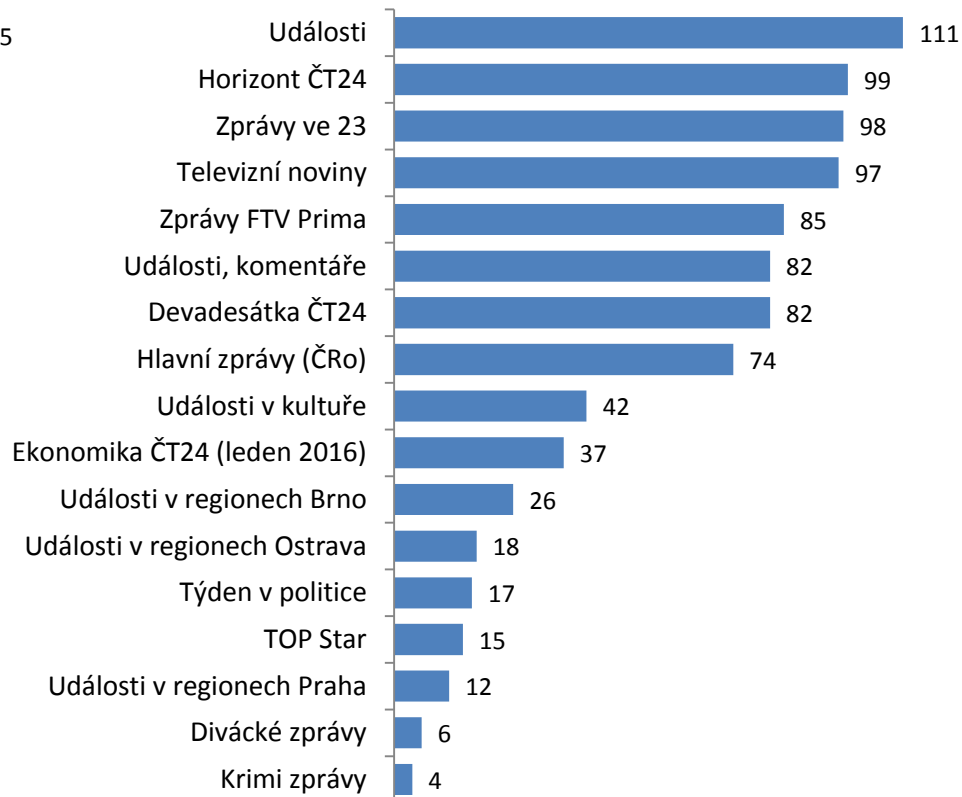


ÚZEMNÍ VARIABILITA: zahraniční a domácí lokality

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



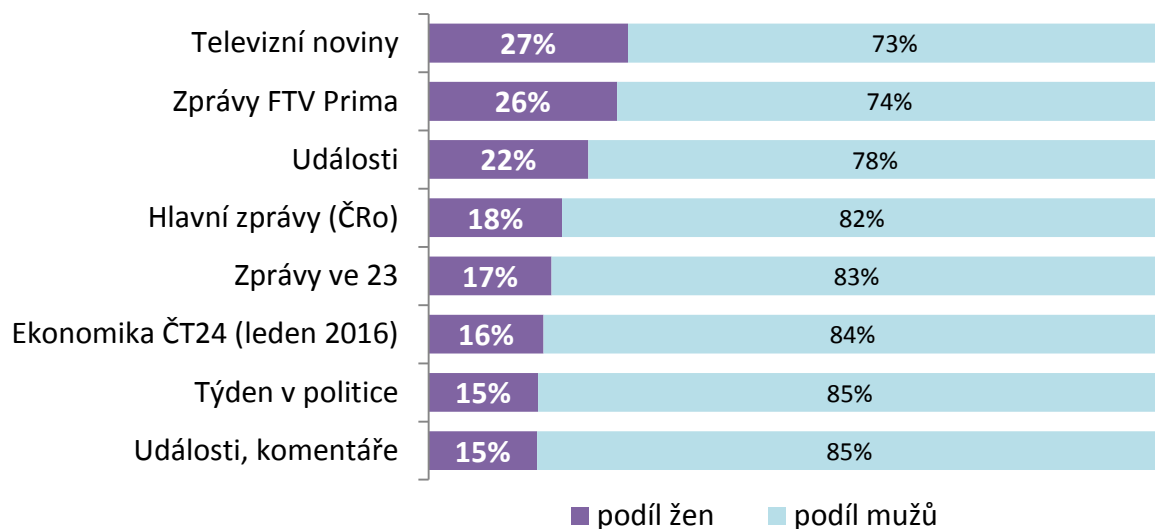
Počet různých zahraničních lokalit zmíněných v příspěvcích se zahraničním přesahem (1Q 2016)



U Událostí v regionech z Brna a Ostravy byl mimo prvořadé regionální zaměření znát i zahraniční přesah, když regionální relace vztahovaly prezentované informace například k Antarktidě, Číně, Indii, Íránu, Belgii, Německu, Rakousku nebo EU.

GENDEROVÁ VARIABILITA

Podíl žen a mužů ve zpravodajství (1Q 2016)



Kauza s šikanou učitelky na pražské průmyslovce posunula na vrchní příčky žebříčků nejčastěji prezentovaných žen ministryni školství Kateřinu Valachovou (ČSSD).

Na snímku 32 zmiňovaná volba prezidenta USA posunula v relacích médií veřejné služby vzhůru kandidátku demokratů Hillary Clintonovou.

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



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

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

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

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

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

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

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

Báze - představuje počet výpovědí/příspěvků, které byly zahrnuty do analýzy. Číslo v bázi se nemusí vždy shodovat se součtem hodnot uvedených v grafu, prezentuje-li například pouze 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 dubnu 2016 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.