

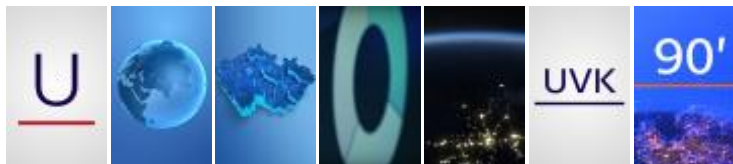
Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (1. čtvrtletí 2017)

→ Nejdéle prezentovanou mediální událostí čtvrtletí byl v relacích ČT24 brexit, jedním z nejčastějších námětů pak informování o prezidentech, konkrétně o aktivitách Donalda Trumpa a Miloše Zemana

→ Podíl zahraničního zpravodajství v součtu relací ČT24 tvořil 36 % čtvrtletní stopáže: Horizont ČT24 100 %, Události, komentáře 53 %, Zprávy ve 23 52 %, Události 33 %, Devadesátka ČT24 32 %

Ve 1. čtvrtletí roku 2017 bylo analyzováno **15 zpravodajských relací** čtveřice médií o celkové stopáži **570 hodin a 19 minut.**

ANALYZOVANÉ ZPRAVODAJSKÉ POŘADY



V analýze byly použity příspěvky těchto zpravodajských relací:

Česká televize (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. čtvrtletí roku 2017: **394 hodin a 52 minut v 9 479 příspěvcích**): Události, Události, komentáře, Události v regionech (Praha, Brno, Ostrava), Horizont ČT24, Události v kultuře, Zprávy ve 23 a 90' ČT24

TV Nova (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. čtvrtletí roku 2017: **57 hodin a 24 minut v 2 474 příspěvcích**): Televizní noviny

Prima FTV (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. čtvrtletí roku 2017: **87 hodin a 41 minut v 4 171 příspěvcích**): Zprávy FTV Prima, Krimi zprávy, Divácké zprávy a Top Star

Český rozhlas Radiožurnál (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. čtvrtletí roku 2017: **30 hodin a 22 minut v 939 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 17 063 příspěvků o stopáži 570 hodin a 19 minut.



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

TÉMATA

▪ **Události** se zaměřily na informování o *daňové politice* a *prezidentech*, tedy na oblasti *státní správy* a *hospodářské politiky*. Silně *evropsky* orientované **Události, komentáře** dávaly spolu s **Devadesátkou ČT24** široký prostor medializaci *stranické politiky* (snímky [7](#), [8](#), [9](#), [12](#) a [15](#)).

POLITIKA

▪ Relativně nejpozitivnější mediální obraz v **relacích ČT24** měly budoucí partnerské strany KDU-ČSL a STAN. Naopak negativita byla svázána s hnutím ANO a jeho představiteli Andrejem Babišem a Oto Koštou. Ve vládě došlo k nahrazení **Hlavními zprávami ČRo** a **Zprávami FTV Prima** kritizovaného ministra průmyslu Jana Mládky (snímky [19](#), [20](#), [21](#), [22](#) a [24](#)).

LOKALITY


▪ Zahraniční **zpravodajství ČT24** bylo orientováno především na prezidenta USA a vztahy Evropské unie s Velkou Británií při vyjednávání o brexitu (snímky [26](#), [27](#) a [28](#)).

PODNIKOVÉ ZPRAVODAJSTVÍ

▪ Zveřejňované informace o OKD, Agrofertu a mobilních operátorech O2, T-Mobile a Vodafone měly úzkou vazbu na politické i soukromé postoje členů koaliční vlády (snímky [32](#), [33](#) a [34](#)).

VARIABILITA

▪ Nejvyšších hodnot domácí tematické, zahraničně lokální a politické variability dosáhly **Události**. Nejvíce zahraničních témat prezentoval **Horizont ČT24**, nejvyšší počet stran **pražské Události v regionech**, **ostravská mutace** dosáhla nejvyššího podílu žen. **Televizní noviny** TV Nova zmínily nejvíce měst (snímky [36](#), [37](#) a [38](#)).

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

[Mediální události](#)

[Hlavní zpravodajské relace](#)

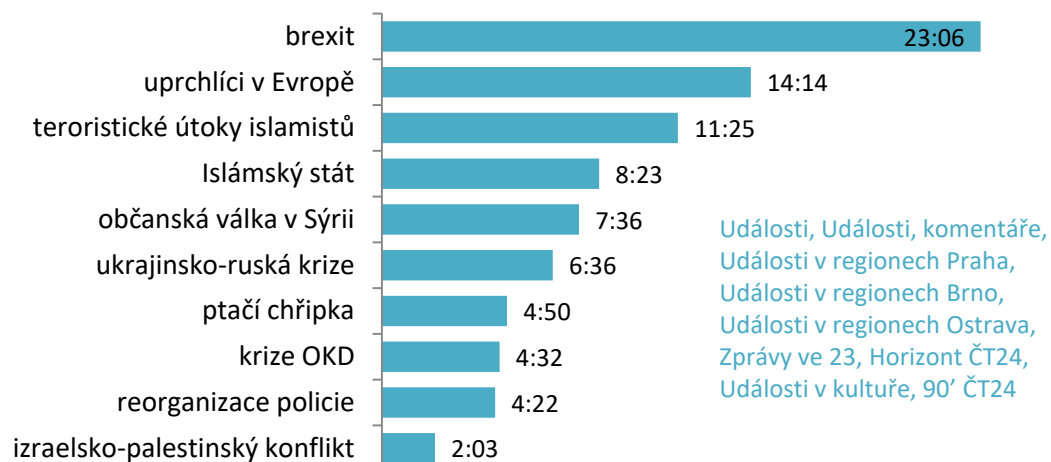
[Regionální zpravodajství](#)

[Komentované zpravodajství](#)

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

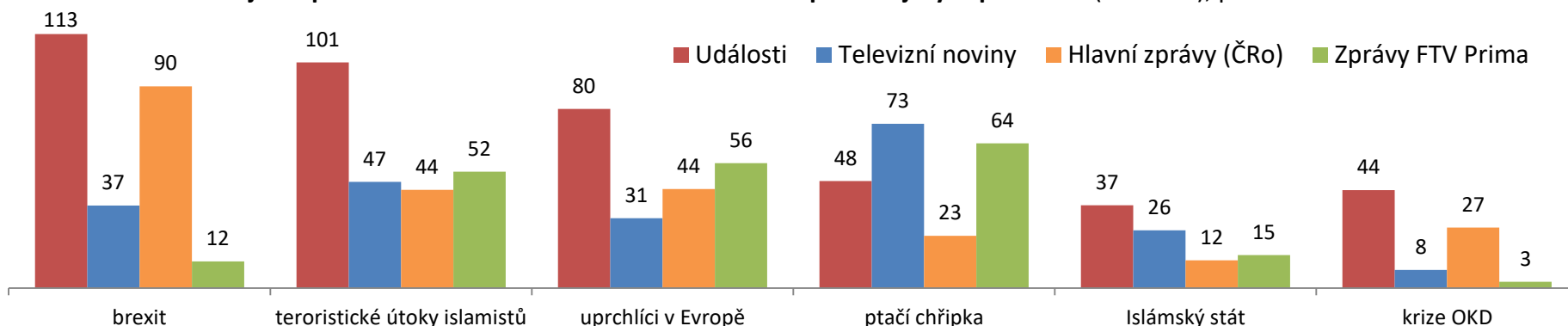
MEDIÁLNÍ UDÁLOSTI

10 nejdéle prezentovaných mediálních událostí v Událostech (vlevo) a ve všech sledovaných relacích ČT24 (vpravo): 1Q 2017, počet hodin a minut



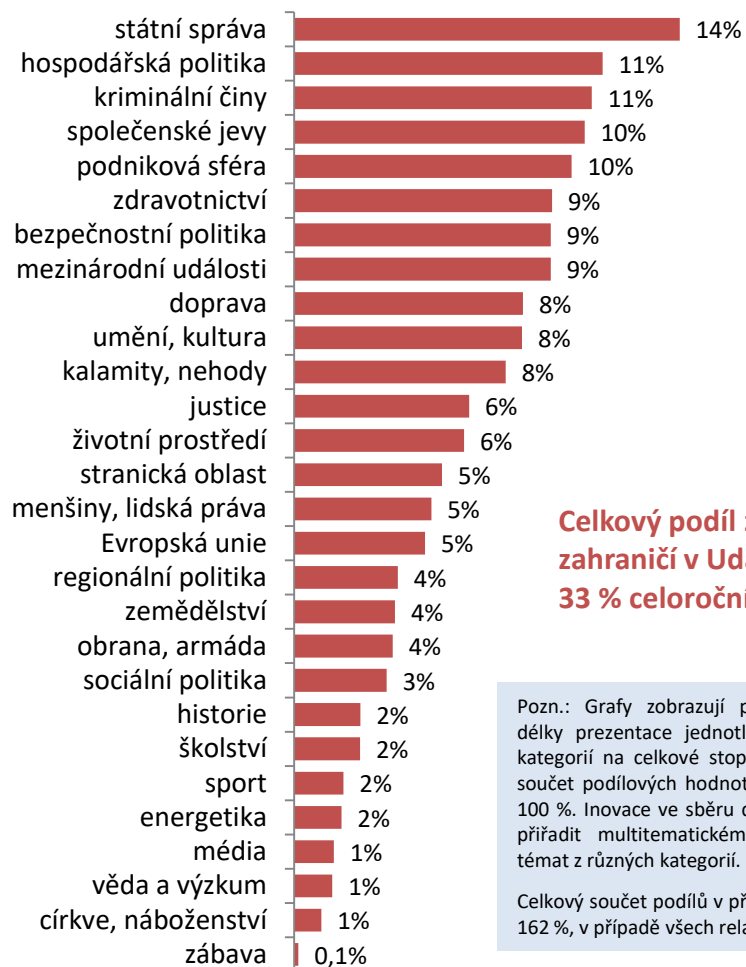
V samotném závěru analyzovaného čtvrtletí se vystoupení Velké Británie z Evropské unie stalo natolik intenzivně medializovanou událostí, že brexit doslova vyskočil na pozici nejdéle prezentované kauzy v relacích televize a rozhlasu veřejné služby.

Nejdéle prezentované mediální události v hlavních zpravodajských pořadech (1Q 2017), počet minut



ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

Tematické kategorie příspěvků **Událostí** (vlevo) a **všech sledovaných relacích ČT24** (vpravo): 1Q 2017, podíl na délce pořadu



Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Událostech: 33 % 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 162 %, v případě všech relací ČT24 171 %.



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

Celkový podíl zpráv ze zahraničí v relacích ČT24: 36 %

Medializace státní správy v relacích České televize byla do značné míry propojena s mezinárodními událostmi. Akteřem obou kategorií byl totiž nově zvolený, inaugurovaný a ve své funkci nebyvale aktivní prezident Spojených států amerických Donald Trump.

ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

TOP10 nejčastěji prezentovaných tematických kategorií v hlavních zpravodajských pořadech: 1Q 2017, podíl na délce pořadu



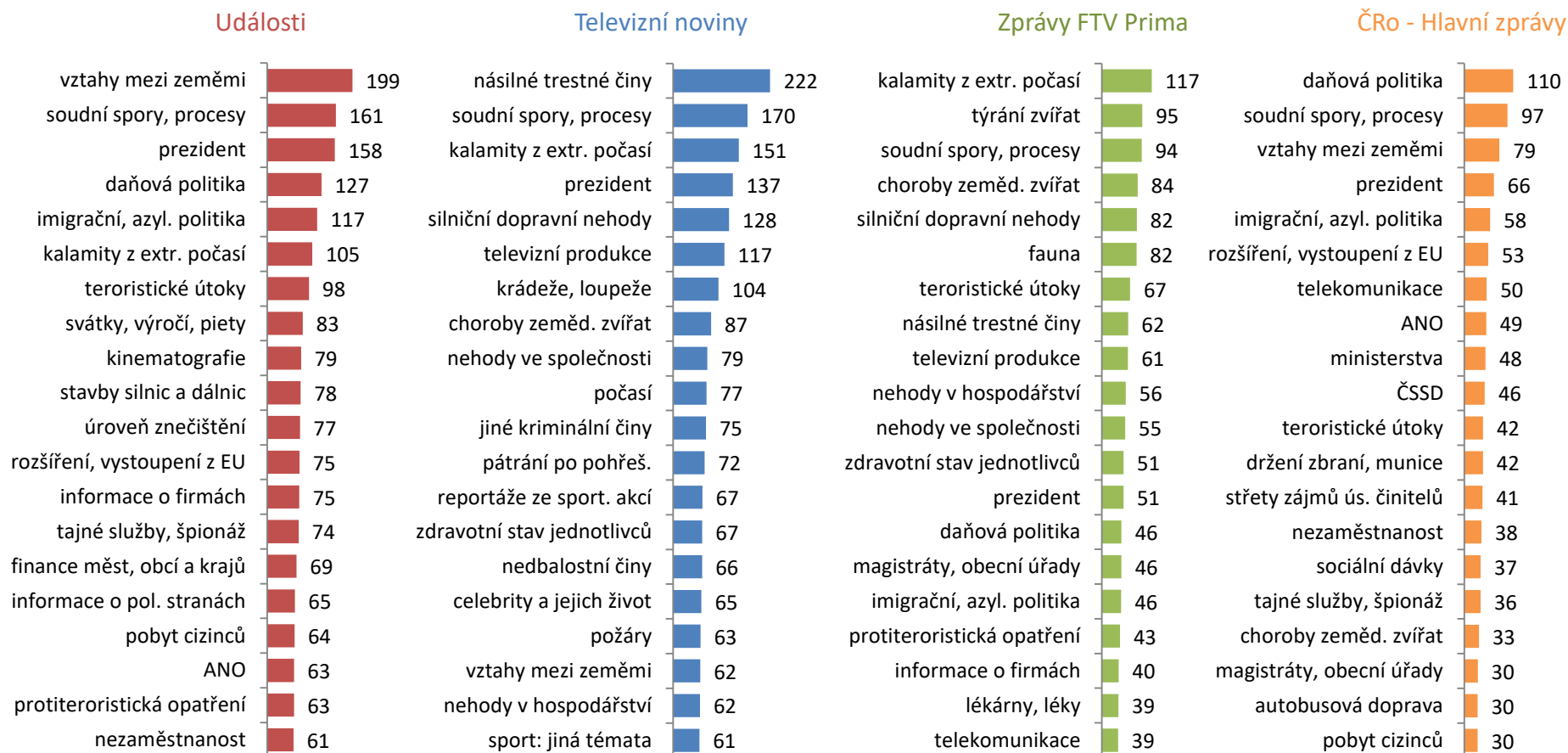
TOP10 nejčastěji prezentovaných tem. kategorií ve večerní zprav. hodině ČT, TV Nova, Prima FTV a ČRo: 1Q 2017, podíl na délce pořadu



Tematická kategorie *hospodářská politika* z velké části splývala s informováním o výběru daní po zavedení EET a před spuštěním jeho další vlny. Pro Události a Hlavní zprávy ČRo šlo o klíčový námět, který se v komerčních relacích vůbec neprosadil mezi 10 nejčastějších tematických oblastí.

HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÉ RELACE: detailní témata

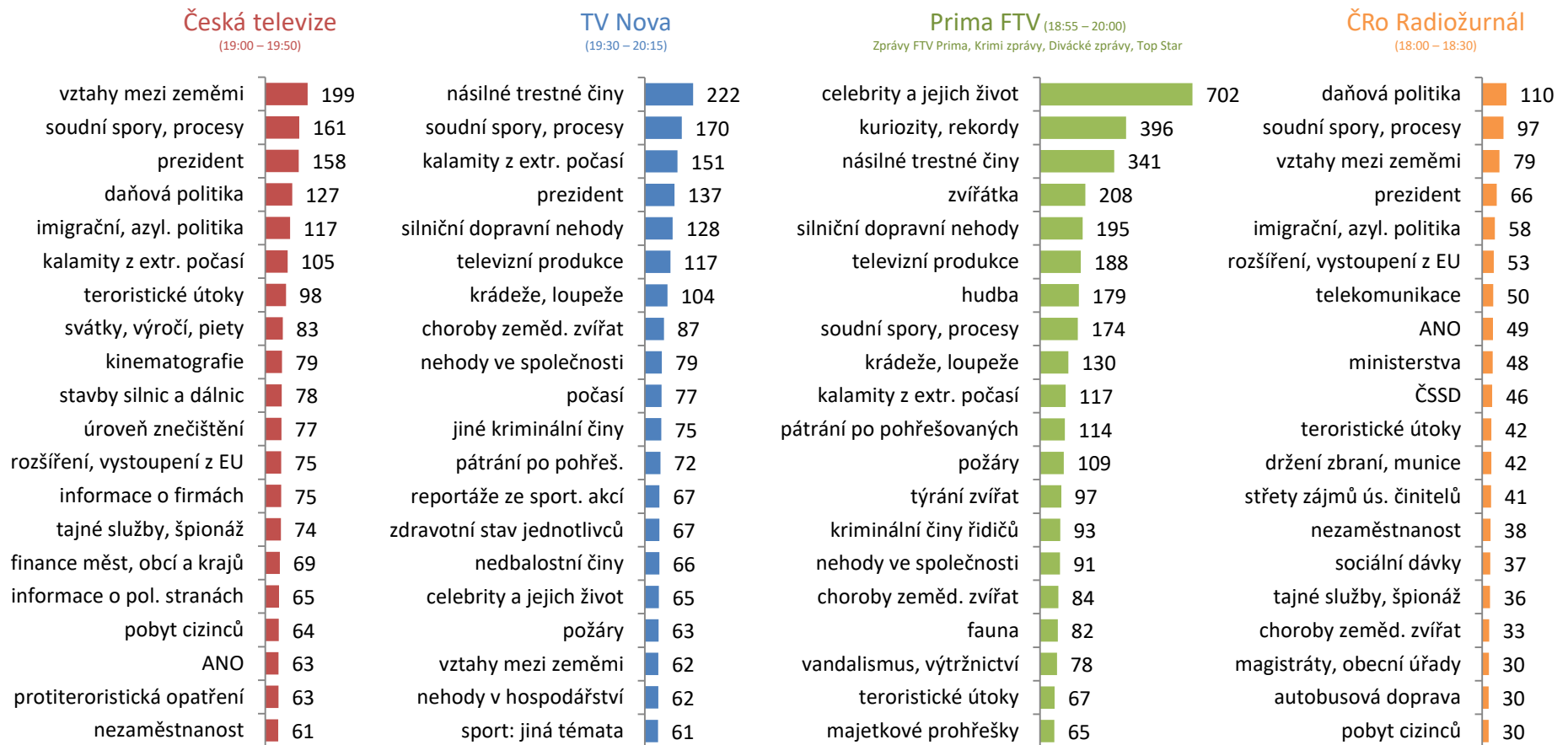
Nejčastější témata v hlavních zpravodajských pořadech: 1Q 2017, počet minut (báze: 472 tematických aspektů)



Jak ukázal [snímek 6](#), komerční média před informováním o *prezidentech* a *daňové politice* (doména Událostí a Hlavních zpráv ČRo) upřednostňovaly zveřejňování podrobností o ptačí chřipce (téma *choroby zemědělských zvířat*) a v nadstandardní míře také o zimních *kalamitách z extrémního počasí*.

HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÉ RELACE: detailní témata

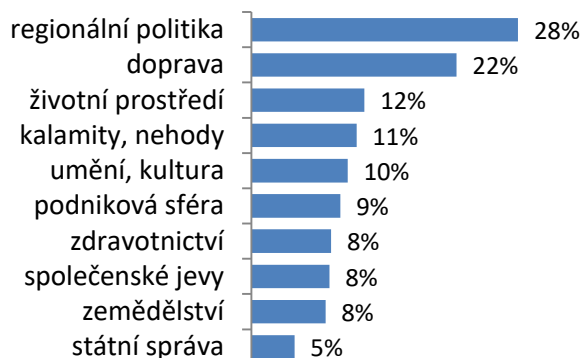
Nejčastější témata v hlavním zpravodajském čase na ČT, TV Nova, Prima FTV a ČRo (zahrnuty jsou prime-timové relace tzv. zpravodajské hodiny): 1Q 2017, počet minut (báze: 472 tematických aspektů)



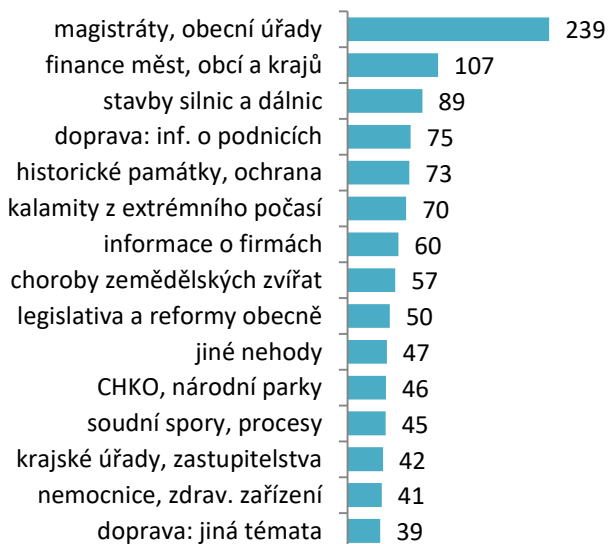
Všechny čtyři analyzované relace spojovalo téma *soudních sporů a procesů*. K dalšímu vývoji totiž došlo v mediálně sledovaných kauzách Davida Ratha, Romana Janouška, Jany Nečasové a Iva Rittiga. Komerční Televizní noviny a Krimi zprávy často informovaly také o soudních líčeních v případech *násilné kriminality*.

UDÁLOSTI V REGIONECH – PRAHA, BRNO, OSTRAVA

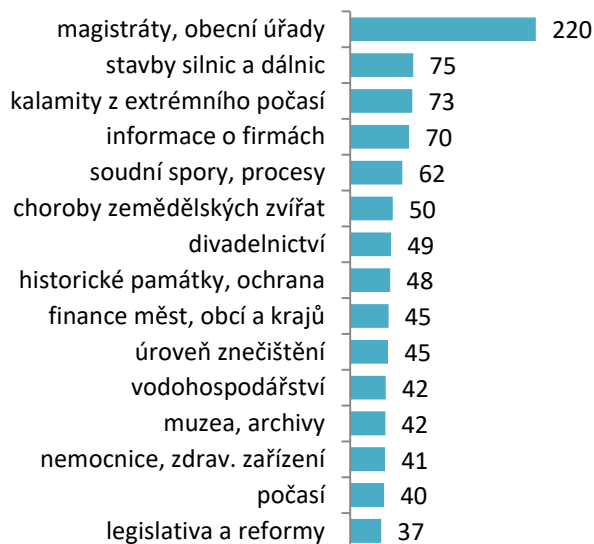
Nejčastější tematické kategorie (nahore) a detailní témata (dole) Událostí v regionech (1Q 2017), podíl na délce pořadu a počet minut



PRAHA



BRNO



OSTRAVA



Informování o činnosti a rozhodování magistrátů a obecních úřadů jednoznačně dominovalo všem mutacím Událostí v regionech. V ostravské verzi se kvůli smogové kalamitě prosadilo lokálně specifické téma úroveň znečištění, ukončování těžby v Dole Paskov zastřešoval námět těžba, hornictví, hutnictví.

UDÁLOSTI, KOMENTÁŘE: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Událostí, komentářů (1Q 2017), 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 Událostí, komentářů činí 211 %.

Nejčastější témata reportáží Událostí, komentářů (1Q 2017), počet minut (báze: 472 tematických aspektů)



Se situací Evropské unie souvisela třetina kvartální stopáže Událostí, komentářů – přesně 18 hodin a 12 minut vysílání relace, jak ukazuje [snímek 26](#). Významná část relace patřila **stranické politice**. V období začínající předvolební kampaně totiž své sjezdy, konference a sněmy uspořádaly strany ČSSD, ANO, ODS, STAN, KDU-ČSL nebo SPO.

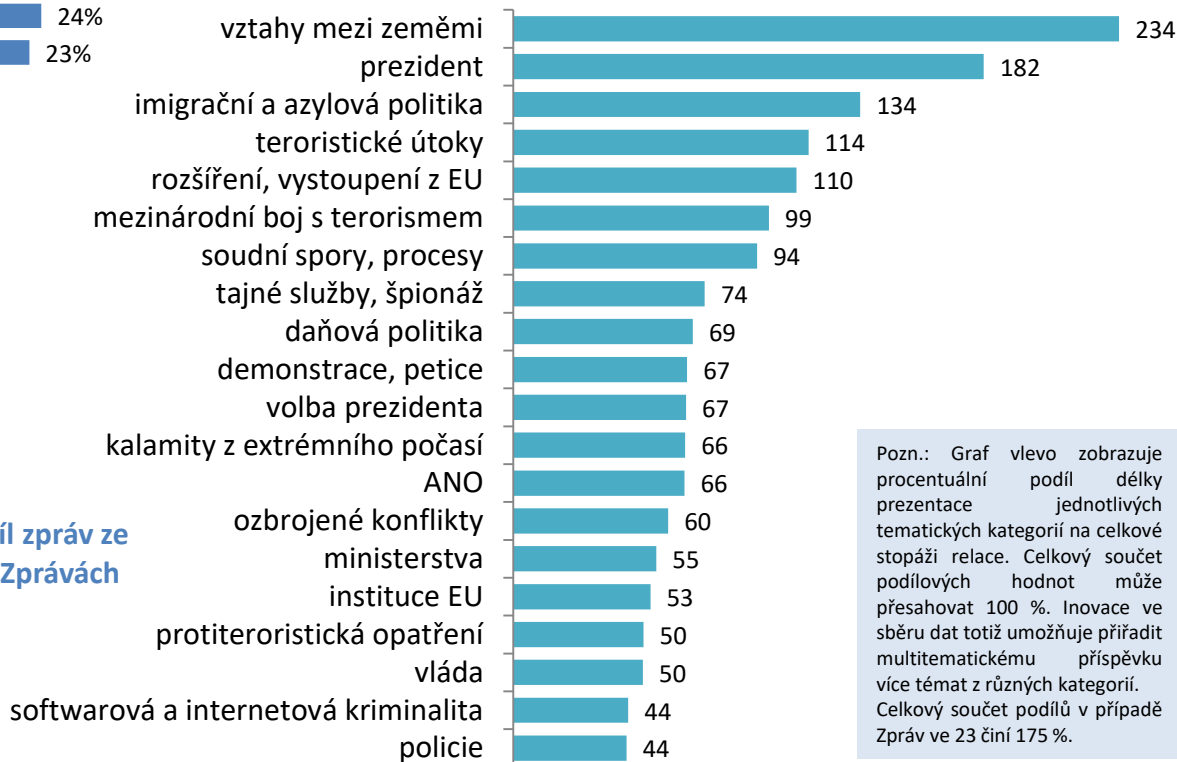
ZPRÁVY VE 23: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Zpráv ve 23
(1Q 2017), podíl na délce pořadu



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

Nejčastější témata reportáží Zpráv ve 23 (1Q 2017), počet minut
(báze: 472 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 175 %.

Šestice nejdéle medializovaných námětů ve Zprávách ve 23 byla svázána se zahraničním děním, kterému relace, podobně jako [Události, komentáře](#), věnovala více než polovinu své čtvrtletní stopáže. V minulosti málo frekventované téma *softwarová a internetová kriminalita* získalo mediální pozornost po odhalení hackerského útoku na e-mailové schránky zaměstnanců českého Ministerstva zahraničních věcí.

HORIZONT ČT24: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Horizontu ČT24

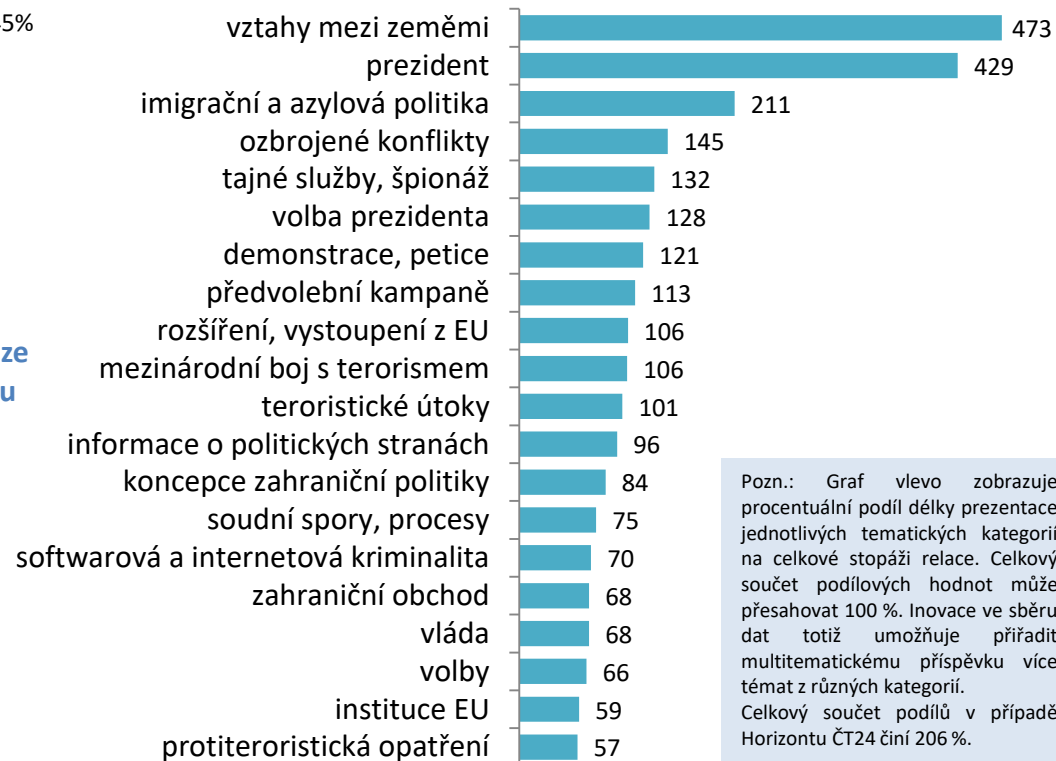
(1Q 2017), podíl na délce pořadu



Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Horizontu ČT24: 100 %

Nejčastější témata reportáží Horizontu ČT24

(1Q 2017), počet minut (báze: 472 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 Horizontu ČT24 činí 206 %.

Největší objem informací o americkém prezidentovi Donaldu Trumpovi byl zveřejněn ve specializovaném Horizontu ČT24. Jeho první kroky nastavily nový trend ve vztazích USA s Mexikem, Ruskem, Německem nebo Velkou Británií.

90' ČT24: tematická struktura

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



Celkový podíl zpráv ze zahraničí v 90' ČT24: 32 %

Nejčastější témata reportáží 90' ČT24 (únor až červen 2016), počet minut (báze: 472 tematických aspektů)

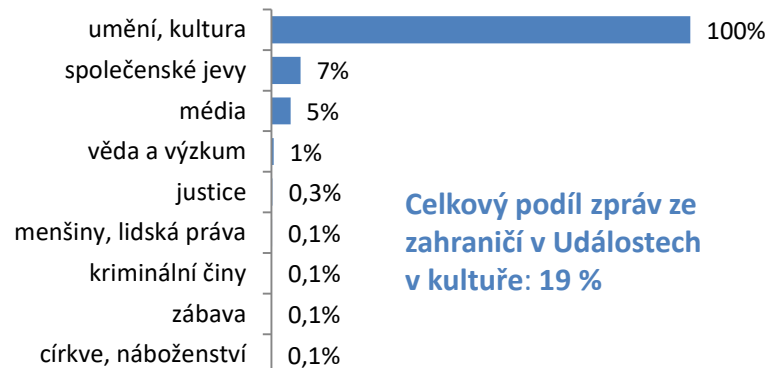


Pozn.: Graf vlevo zobrazuje procentuální podíl délky prezentace jednotlivých tematických kategorií na celkové stopáži relace. Celkový součet podílových hodnot může přesahovat 100 %. Inovace ve sběru dat totiž umožňuje přiřadit multitematickému příspěvku více témat z různých kategorií. Celkový součet podílů v případě 90' ČT24 činí 194 %.

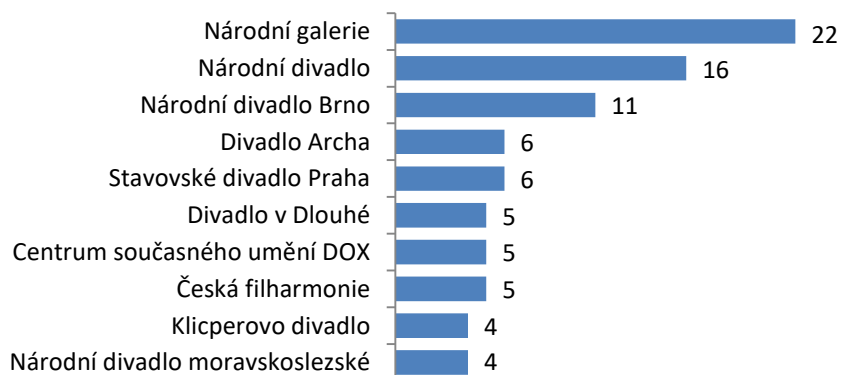
Agenda diskuzně-zpravodajské Devadesátky ČT24 byla širokým polem pro informování o politických stranách, jejich členech a vzájemných vztazích. Významná pozornost byla věnována také monetární politice před plánovaným ukončením intervencí ČNB na oslabování kurzu koruny.

UDÁLOSTI V KULTUŘE: tematická struktura

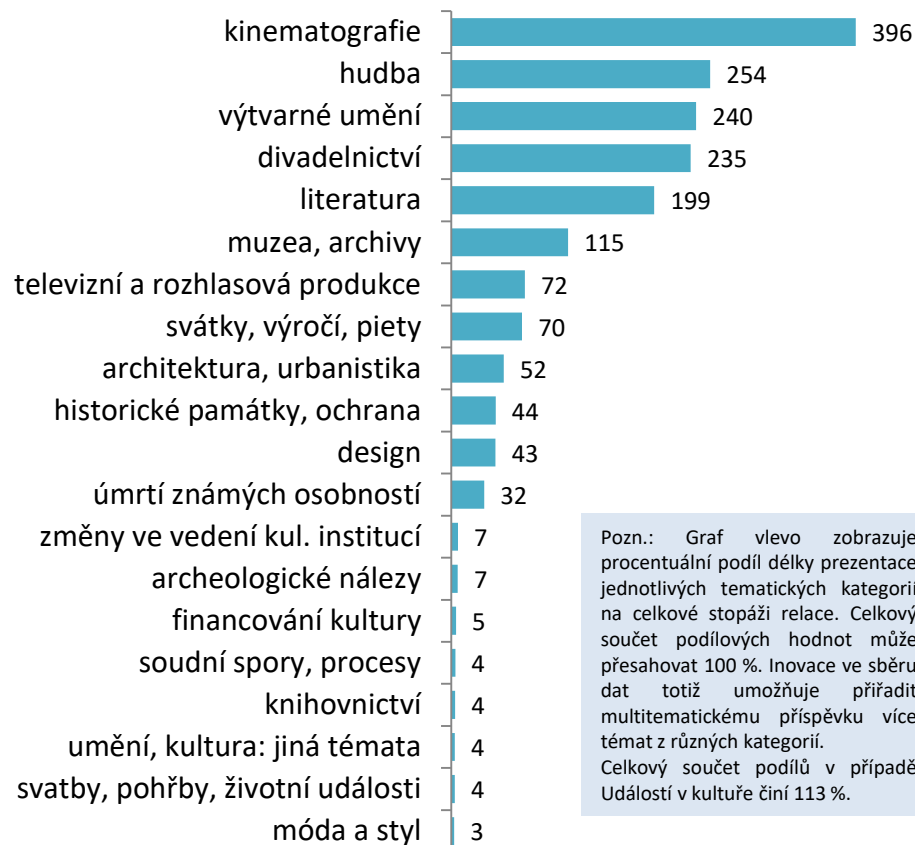
Tematické kategorie příspěvků Událostí v kultuře (1Q 2017), podíl na délce pořadu



Nejčastěji prezentované kulturní instituce v Událostech v kultuře (1Q 2017), počet příspěvků



Nejčastější témata reportáží Událostí v kultuře (1Q 2017), počet minut (báze: 472 tematických aspektů)



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

Námětem číslo jedna byla pro Události v kultuře kinematografie. Udělování Českých lvů jednoznačně ovládl biografický film Masaryk. Mezi nejčastěji zmiňované kulturní instituce patřila pražská divadla a galerie.

- ☑ 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, politické strany v UVR](#)

Politici

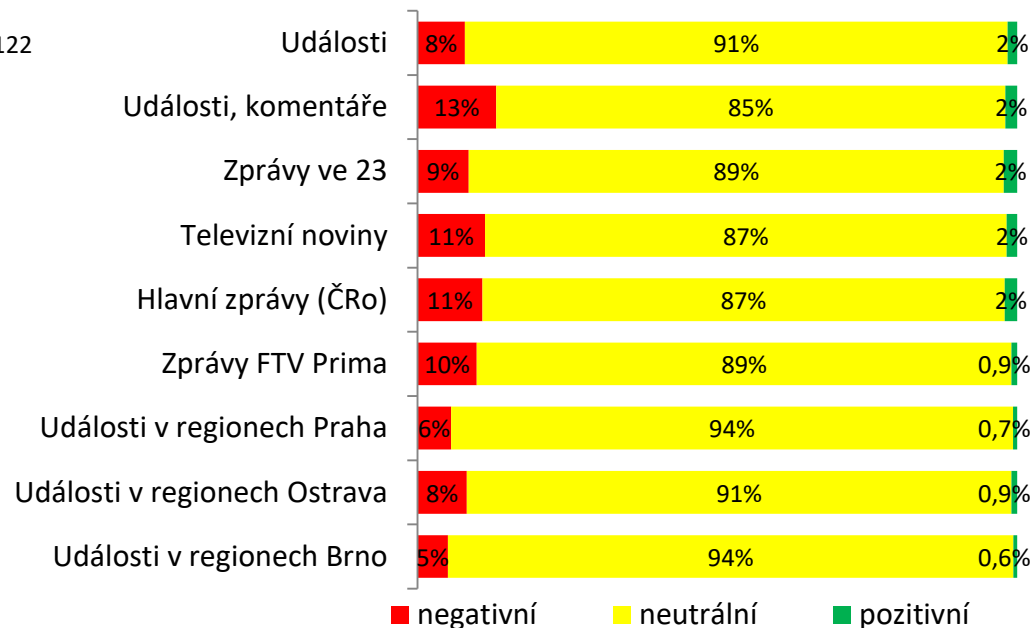
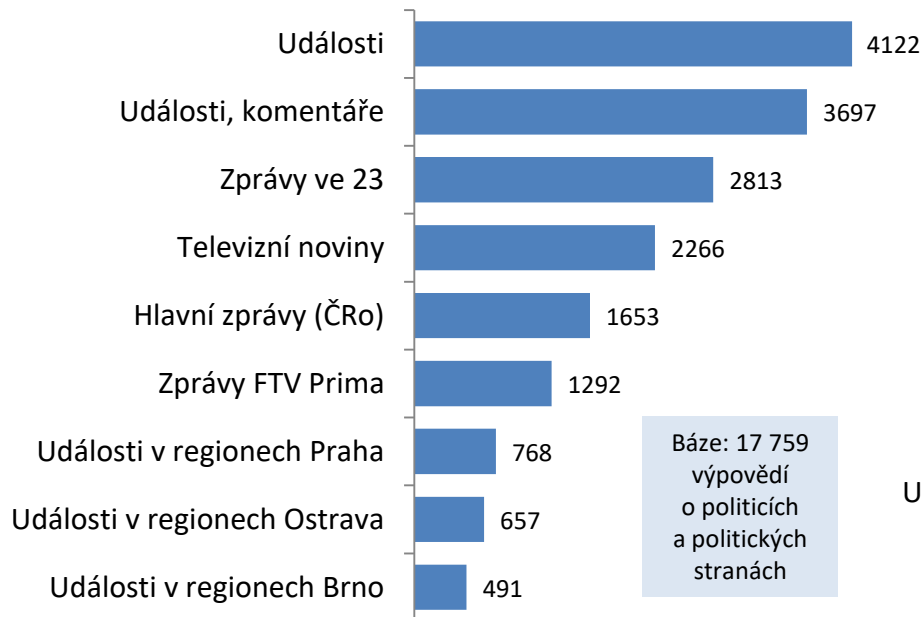
- [politici ve zpravodajství ČT24](#)
- [hosté Událostí, komentářů a 90' ČT24](#)
- [politici v UVR](#)

Témata

- [věcná témata v politickém zpravodajství](#)

SOUHRNNÉ UKAZATELE POLITICKÉHO ZPRAVODAJSTVÍ

Intenzita a tón medializace politického zpravodajství ve zpravodajských relacích (1Q 2017), počet [výpovědí](#) o politicích a politických stranách

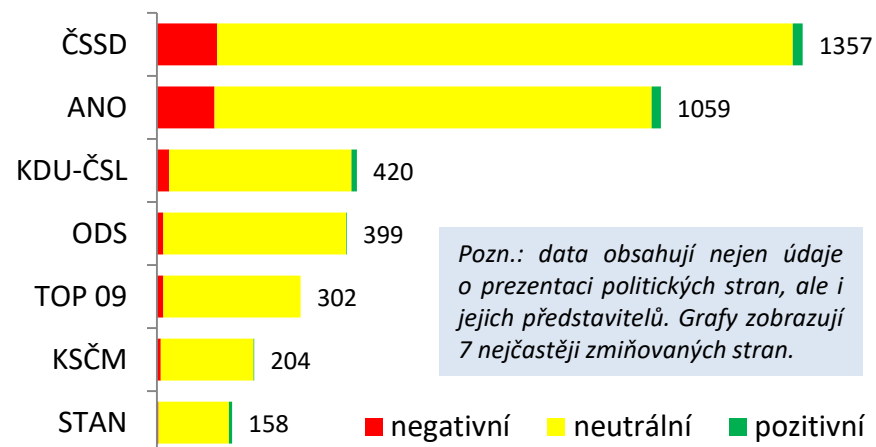
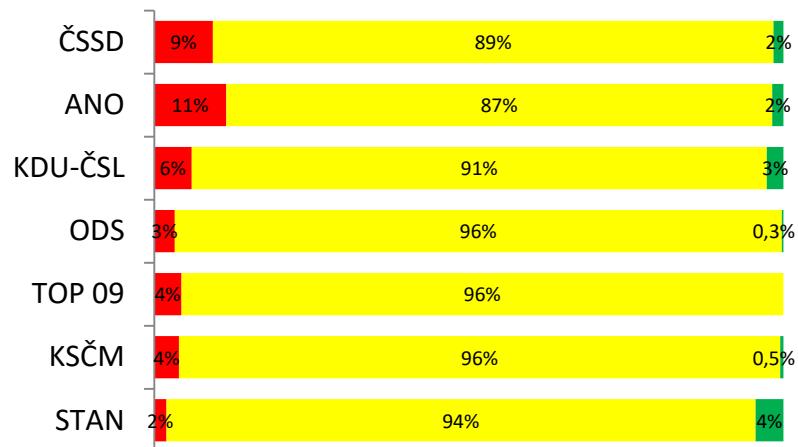


Ze zveřejněných téměř 18 tisíc výpovědí o politických stranách a politicích připadlo v 1. čtvrtletí 23 % na Události, 21 % na Události, komentáře a 16 % na noční Zprávy ve 23.

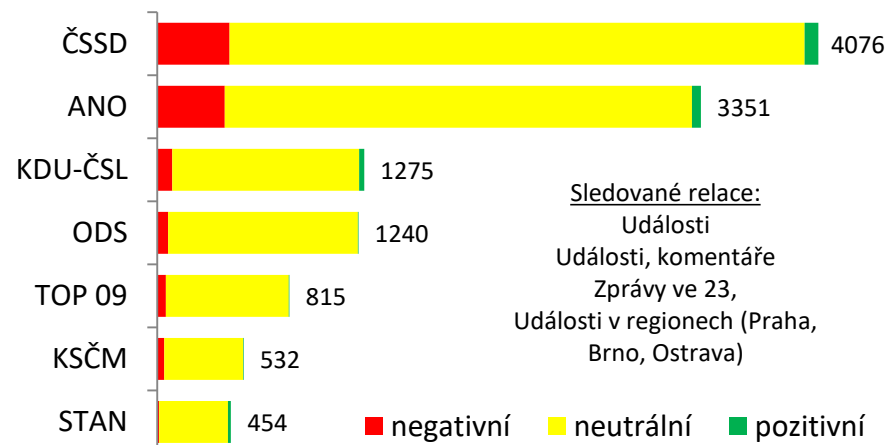
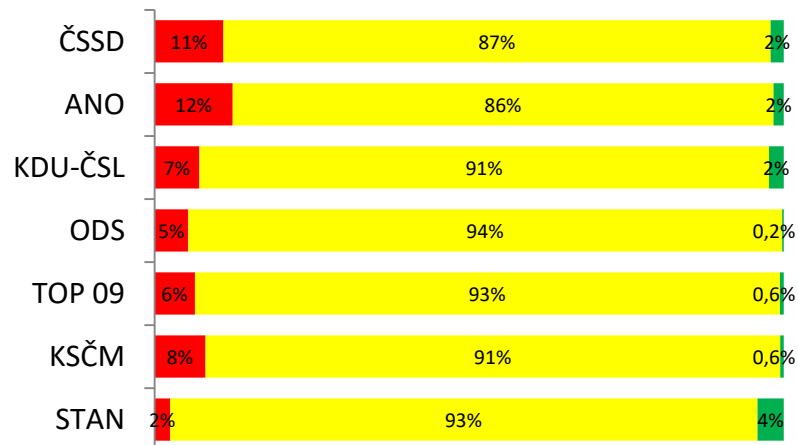
Svou tonalitou nejružnorodější politickou agendu nabízela již tradičně komentovaná relace České televize. Tématy zpravodajských a diskuzních příspěvků byl například výběr daní, výměna ministra průmyslu, oznámení prezidenta o opětovné kandidatuře, majetek ministra financí nebo sjezdy a konference politických stran a hnutí.

POLITICKÉ STRANY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

Intenzita a tón medializace politických stran v pořadu UDÁLOSTI – 1Q 2017, počet výpovědí



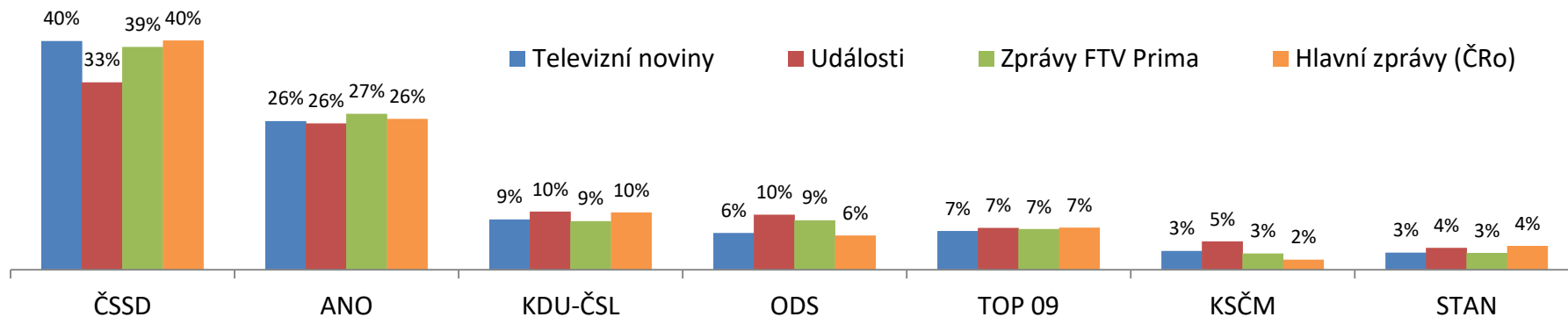
Intenzita a tón medializace politických stran v relacích ČT24 – 1Q 2017, počet výpovědí



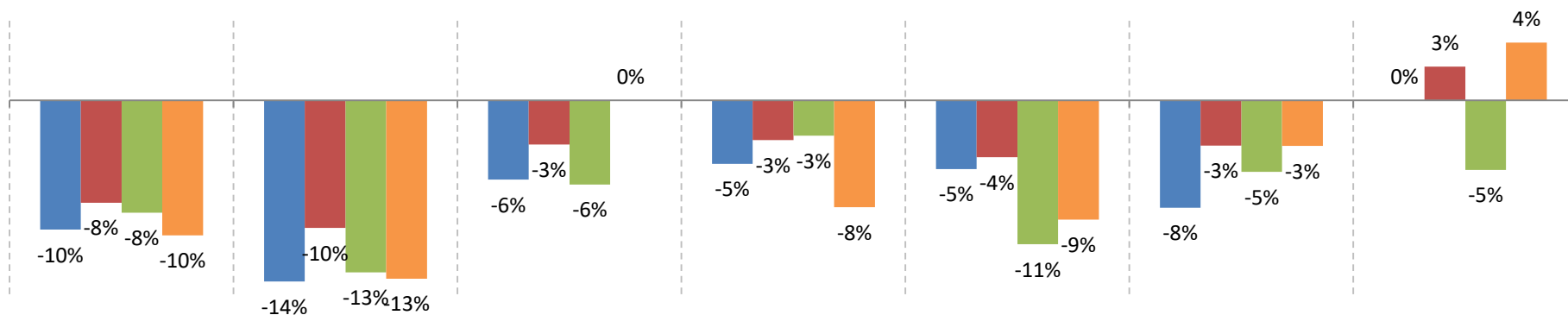
Mediální obraz hnutí ANO a ČSSD v Událostech i v souhrnu relací ČT24 byl velmi podobný. Relativně nejpříznivěji byli prezentováni Starostové a lidovci, kteří se rozhodli pro společnou koalici pro nadcházející sněmovní volby.

POLITICKÉ STRANY V HL. ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH: intenzita

Podíl sedmi nejčastěji zmiňovaných politických stran na politickém zpravodajství (1Q 2017); hodnoty představují procentuální zastoupení stran a jejich představitelů v politickém zpravodajství vybraných pořadů



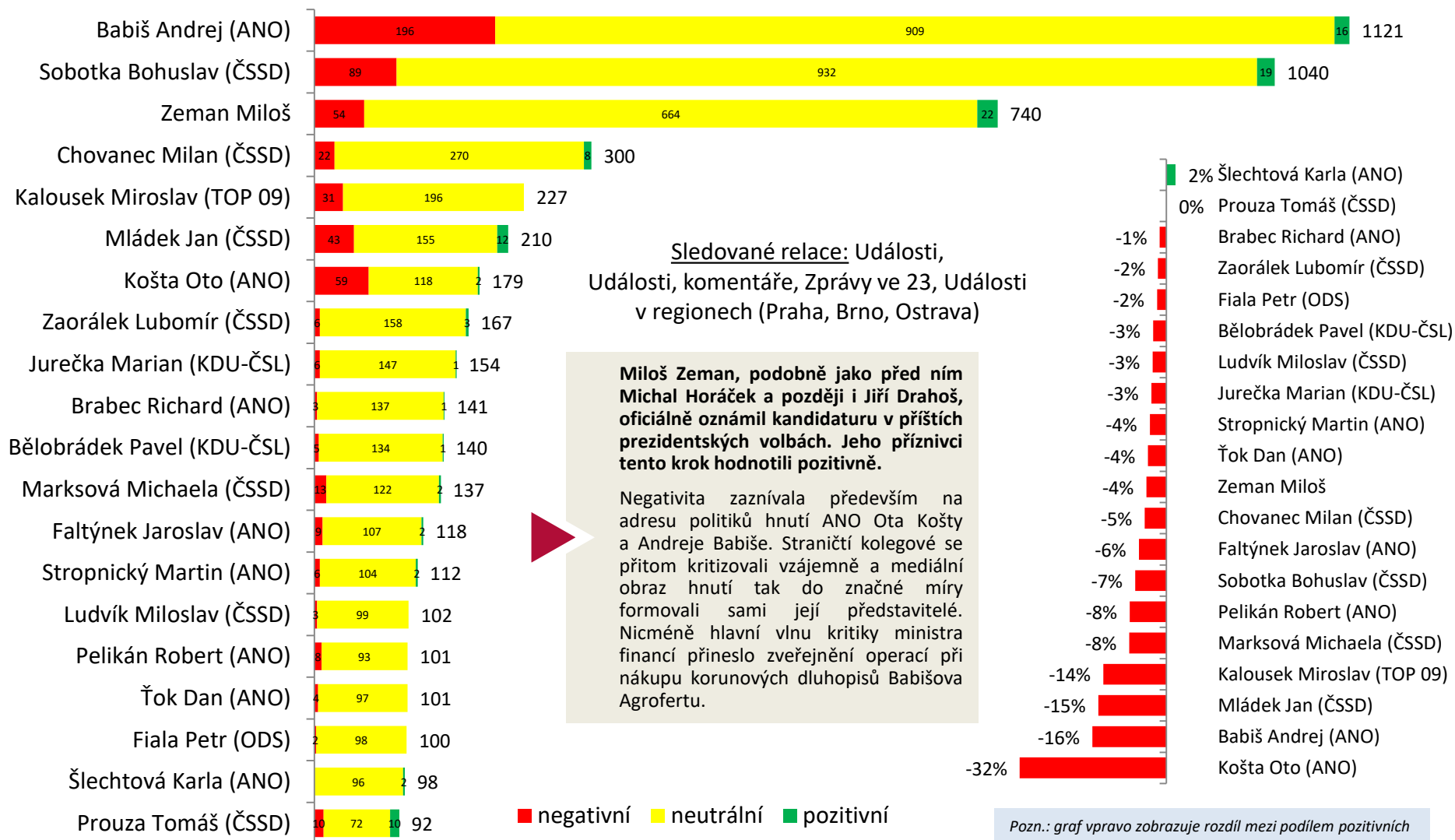
Tón medializace politických stran v hlavních zpravodajských pořadech (7 nejčastěji zmiňovaných pol. stran). Hodnoty představují rozdíl mezi podílem pozitivních a negativních výpovědí. Záporné číslo tedy znamená, že strana byla prezentována s převahou negativních výpovědí.



Ve srovnání s konkurenčními hlavními relacemi byly Události v tonalitě informování o hnutí ANO nejvíce zdrženlivé. Naopak rozhlasové Hlavní zprávy Andreje Babiše a jeho kolegy kritizovaly relativně stejně často jako komerční Televizní noviny.

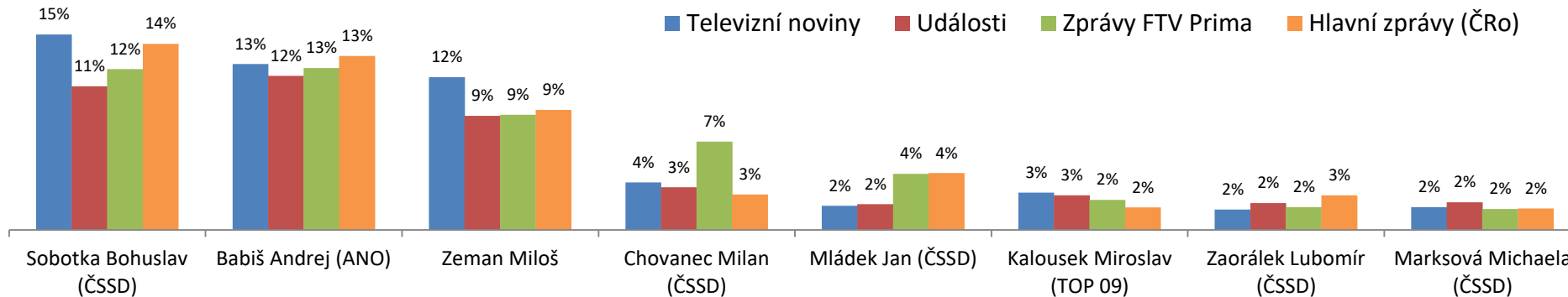
ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

Nejčastěji prezentovaní politici v relacích ČT24 a tón jejich medializace (1Q 2017), počet výpovědí



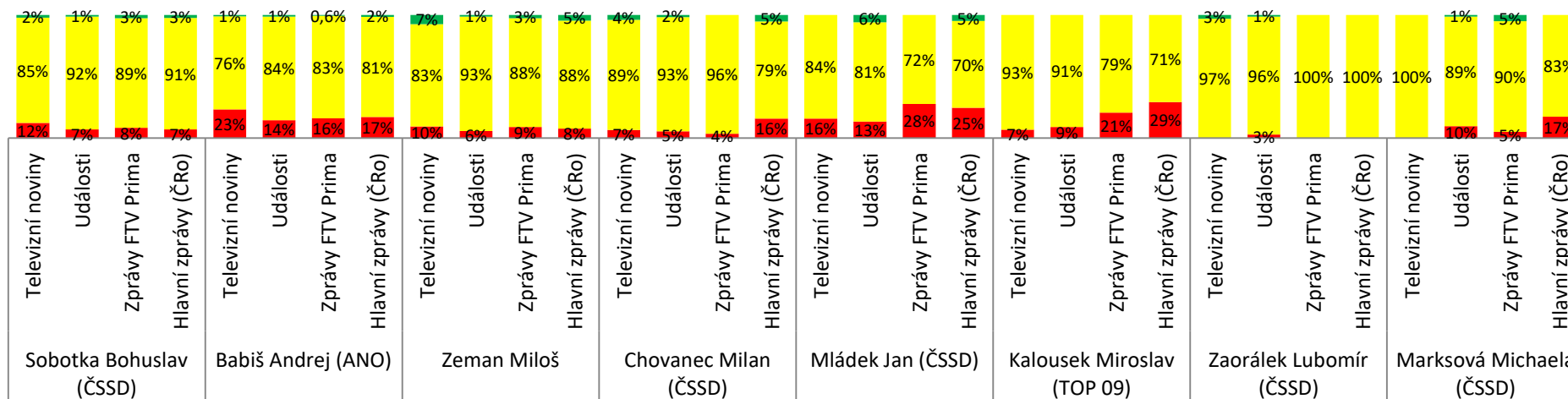
POLITICI V HLAVNÍCH ZPRAV. POŘADECH

Podíl nejčastěji zmiňovaných politiků na zpravodajství o politických představitelích (1Q 2017) (např. hodnota 5 % znamená, že každá dvacátá zmínka o politických představitelích se v daném pořadu věnovala tomuto politikovi)



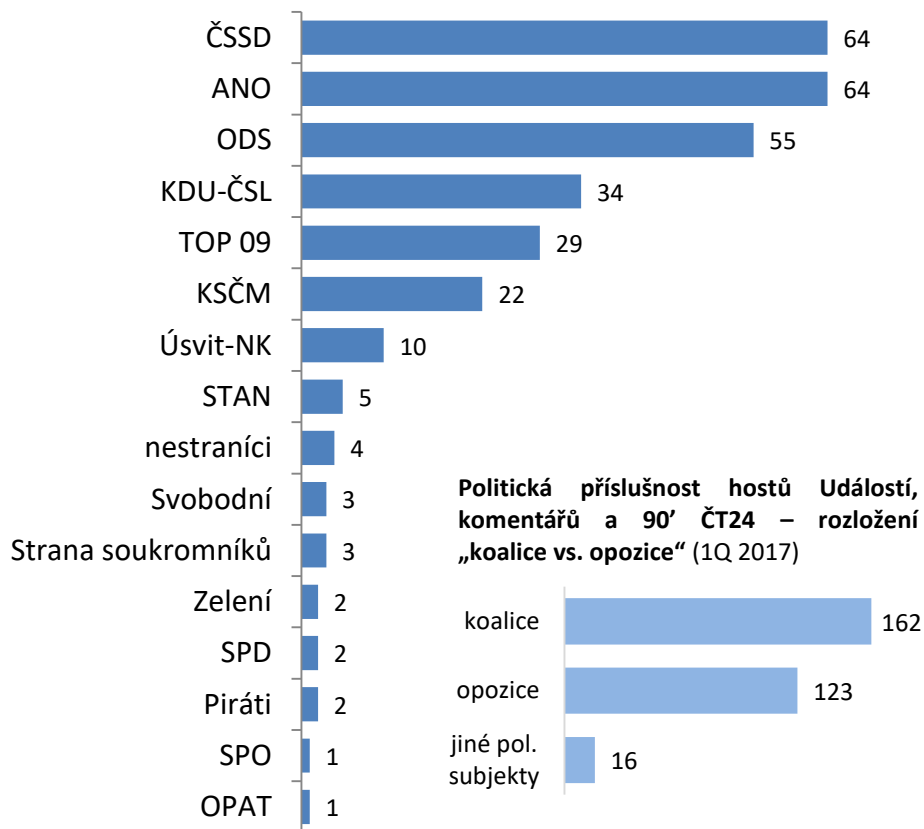
Rozhlasové Hlavní zprávy a Zprávy FTV Prima se relativně více než Události a Televizní noviny zaměřily na nepříznivě hodnocené spojení Jana Mládka s mobilními operátory, které vedlo k jeho odvolání (více [snímek 33](#)).

Tón medializace nejčastěji zmiňovaných politiků v hlavních zpravodajských relacích (1Q 2017)

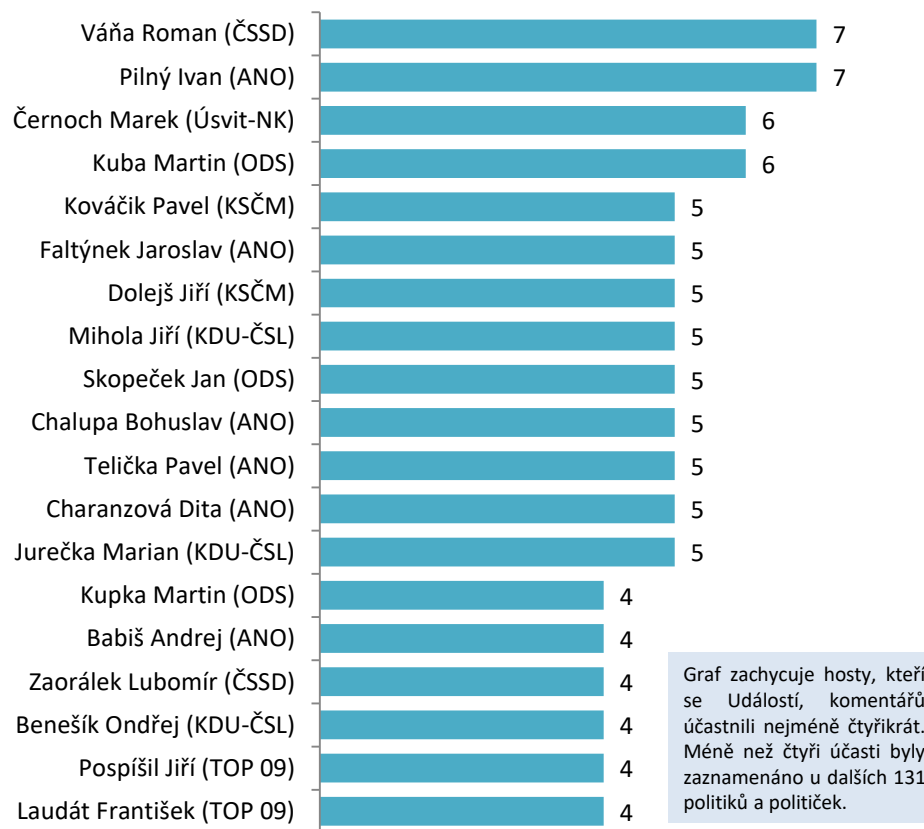


ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ: hosté Událostí, komentářů a 90' ČT24

Zastoupení představitelů politických stran v Událostech, komentářích a 90' ČT24 (1Q 2017), počet účastí



Nejčastější hosté Událostí, komentářů a 90' ČT24 (1Q 2017), počet účastí

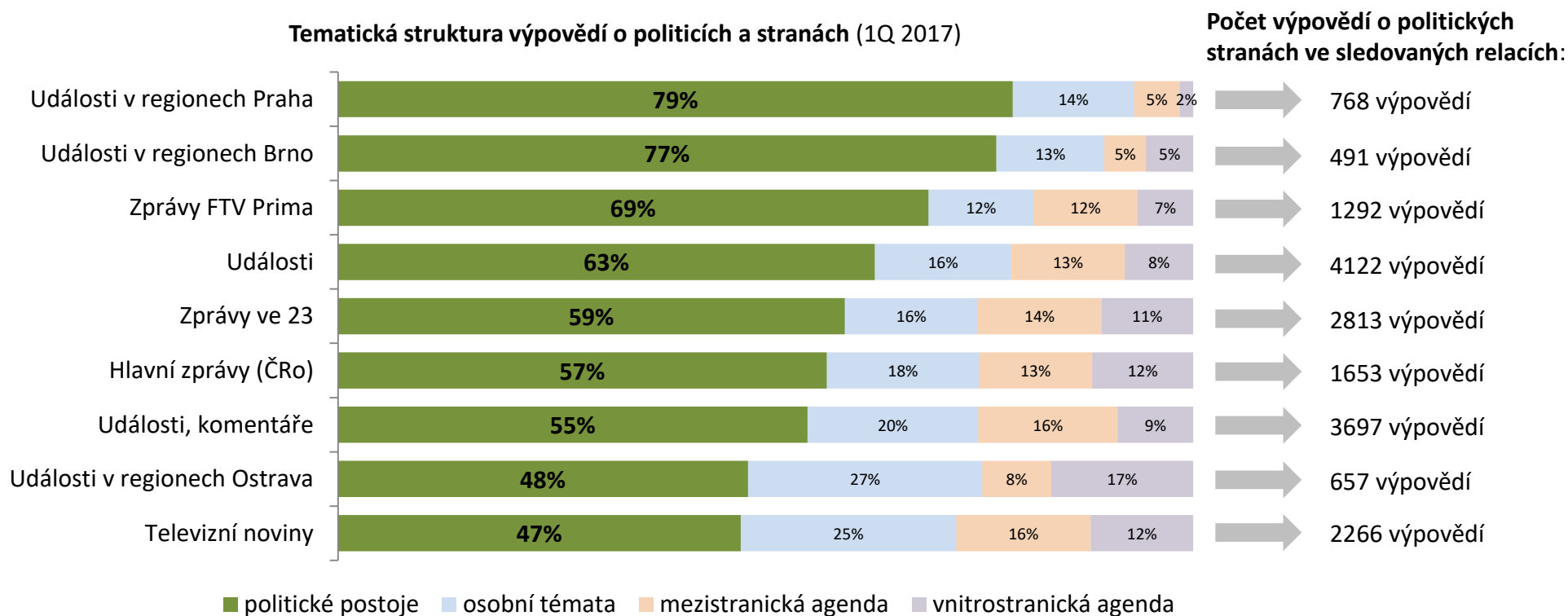


Graf zachycuje hosty, kteří se Událostí, komentářů účastnili nejméně čtyřikrát. Méně než čtyři účasti byly zaznamenáno u dalších 131 politiků a političek.

Událostí, komentářů a Devadesátky ČT24 se vedle jiných hostů účastnilo 150 různých politiků a političek z 15 stran a politických hnutí. Nesněmovní uskupení reprezentovalo 16 zástupců, poměr koaličních a opozičních politiků byl 1,3 ku 1, tedy v podstatě totožný, jako v Poslanecké sněmovně (1,25:1).


VĚCNÁ TÉMATA V POLITICKÉM ZPRAVODAJSTVÍ

Tematická struktura výpovědí o politicích a stranách (1Q 2017)



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.

Tematizace politického zpravodajství ukazuje velmi odlišný způsob zobrazování agendy v mutacích Událostí v regionech, kdy se od brněnských a pražských relací zaměřených na programové a faktické *politické postoje* lišily Události v regionech z Ostravy kladoucí důraz na *osobní politická témata*. Důvodem severomoravského specifického stylu bylo informování o vnitrostranickém sporu o osobní kvality odvolaného hejtmana Olomouckého kraje Oto Košty z hnutí ANO (více [snímek 21](#)).

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

Zahraniční zpravodajství

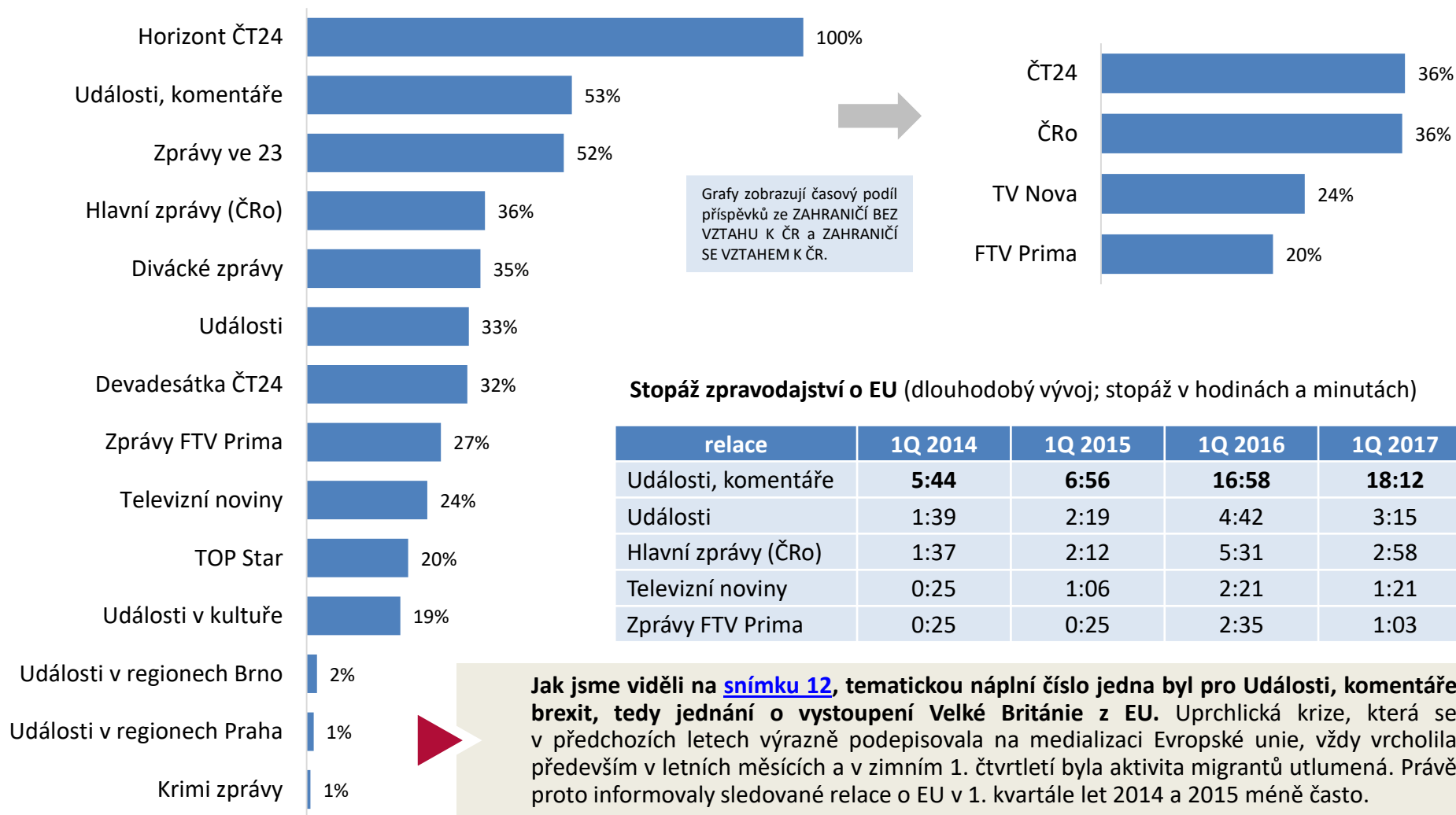
- podíl zahraničního zpravodajství
- nejčastěji zmiňované zahraniční lokality
- témata zahraničního zpravodajství
- kombinace „zahraniční lokalita: téma“

Regionální zpravodajství v celostátních relacích

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

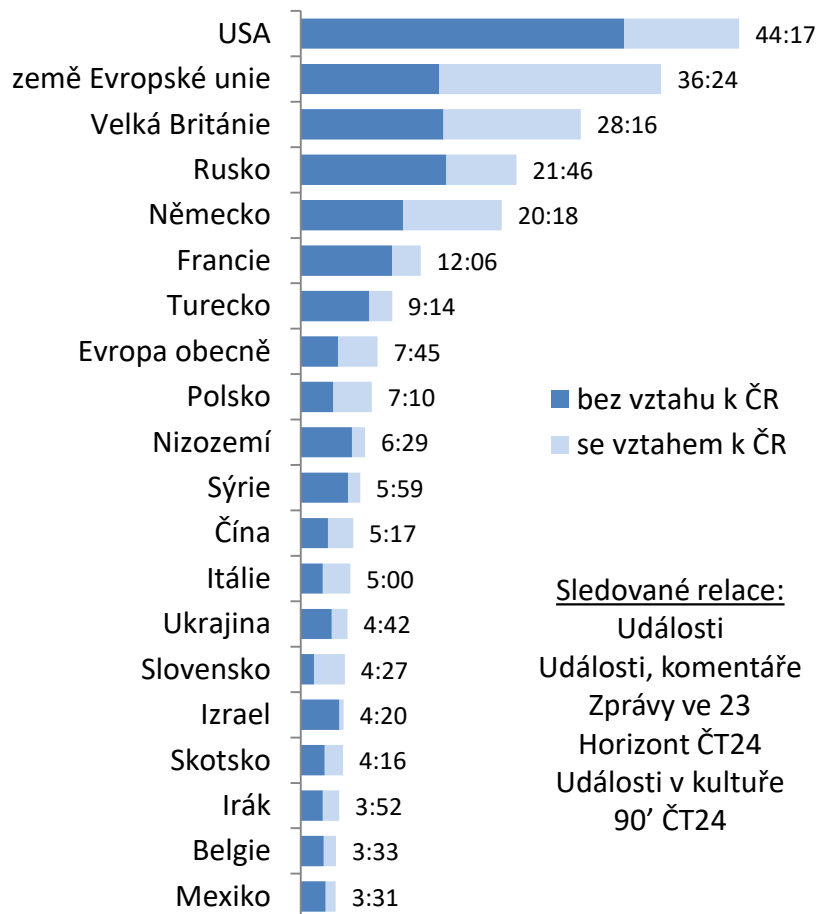
PODÍL ZAHRANIČNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Podíl zahraničního zpravodajství ve sledovaných relacích ČT24, TV Nova, Prima FTV a ČRo Radiožurnálu: 1Q 2017, podíl na stopáži

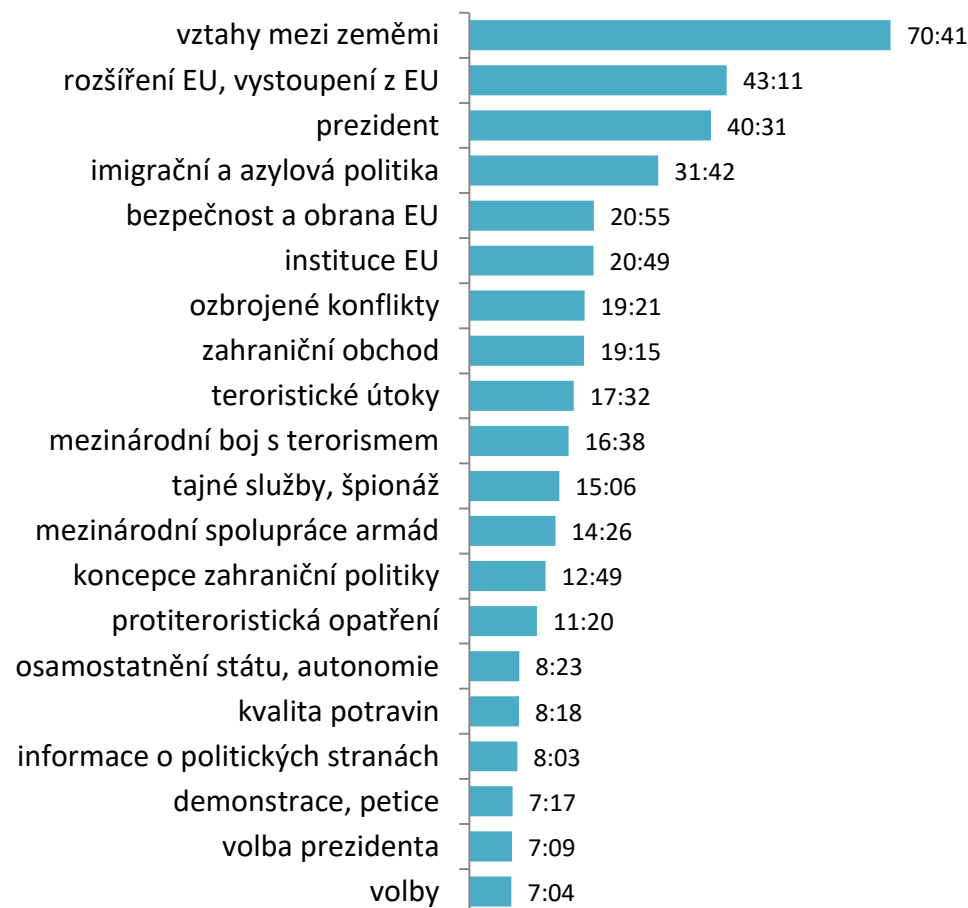


ZAHRA NIČNÍ LOKALITY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

Nejčastěji zmiňované zahraniční lokality ve zpravodajství ČT24 (1Q 2017, stopáž v hodinách a minutách)



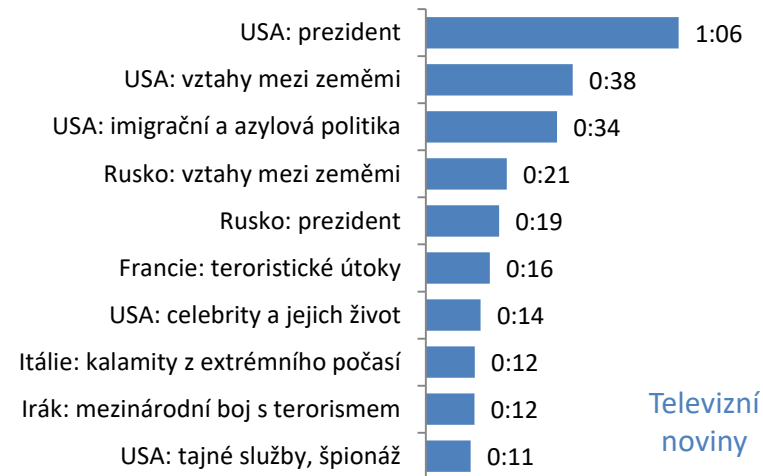
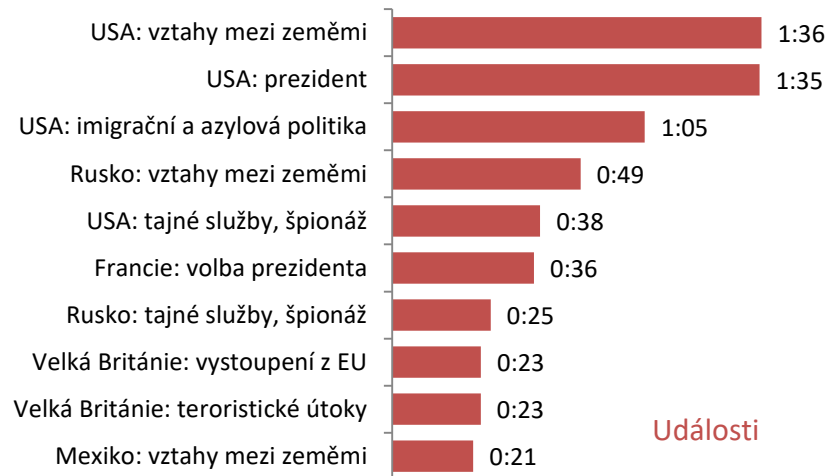
Nejčastější témata zahraničního zpravodajství v relacích ČT24 (1Q 2017, stopáž v hodinách a minutách)



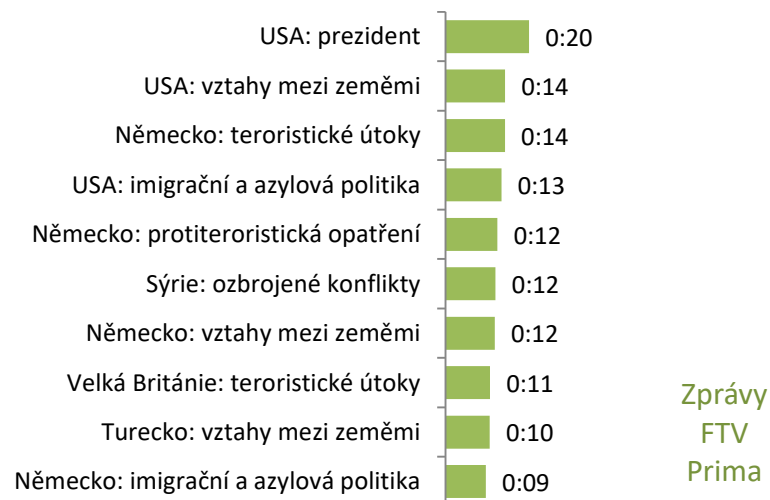
Ze sousedů České republiky bylo v relacích ČT24 nejdéle prezentováno dění v Německu před Polskem, Slovenskem a Rakouskem (jako 21. nejdéle zobrazovaná zahraniční lokalita prezentováno 2 hodiny a 52 minut).

TÉMATA ZAHRANIČNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Nejčastější kombinace „zahraniční lokalita: téma“ v hlavních zpravodajských relacích (1Q 2017; stopáž v hodinách a minutách)

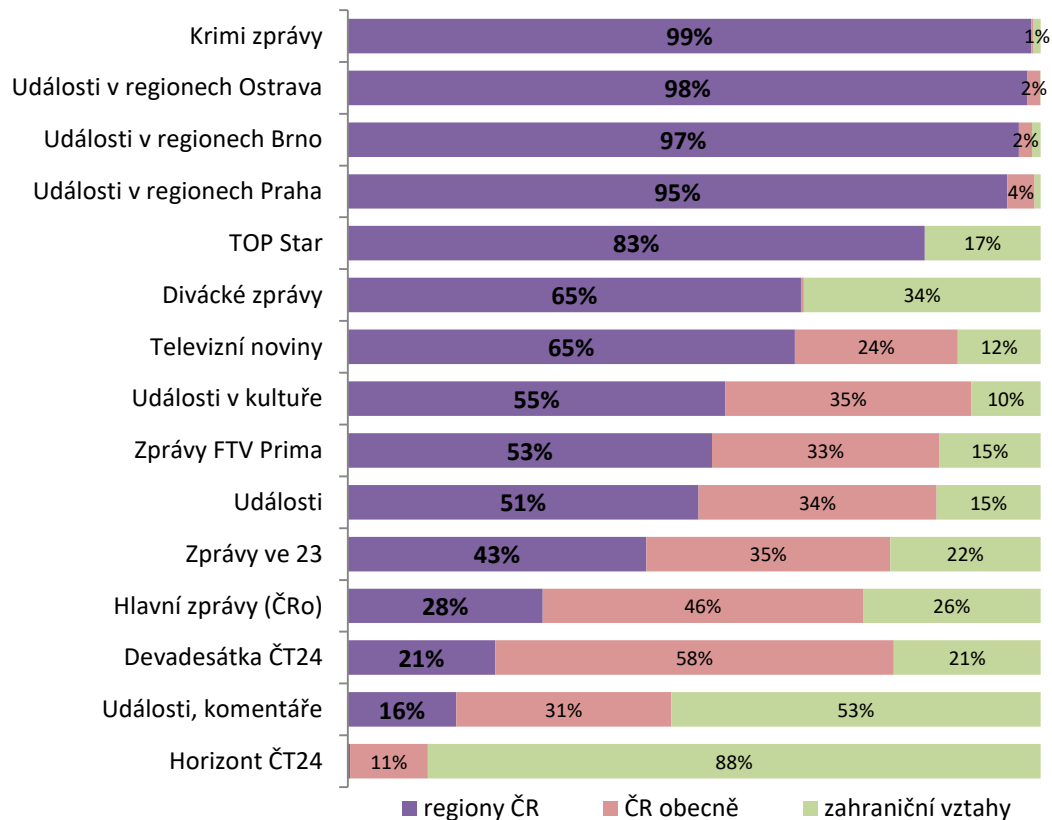


Z dlouhodobého pohledu je neobvyklá aktuální přítomnost Mexika ve výčtu nejčastějších kombinací zahraničních lokalit a témat v Událostech. Pochopitelně se jednalo o medializaci Mexika a jeho vztahů s USA po inauguraci Donalda Trumpa a jeho plánu o zastavení migrace.



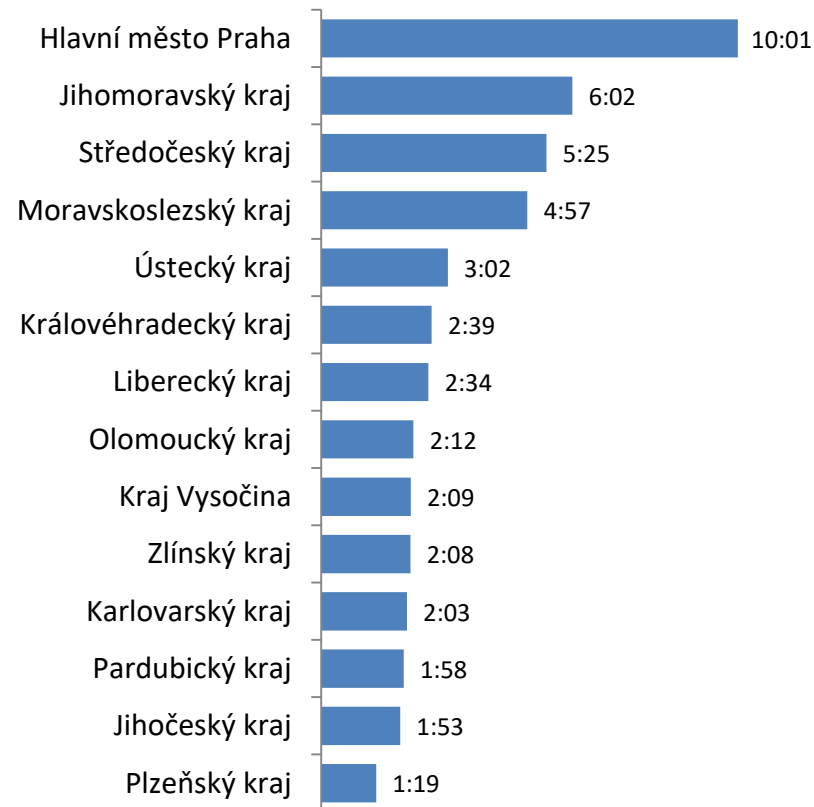
REGIONÁLNÍ STRUKTURA ZPRÁV O ČR VE ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍCH

Struktura zpravodajství o ČR: 1Q 2017, podíl na stopáži



Medializace krajů v regionálním zpravodajství

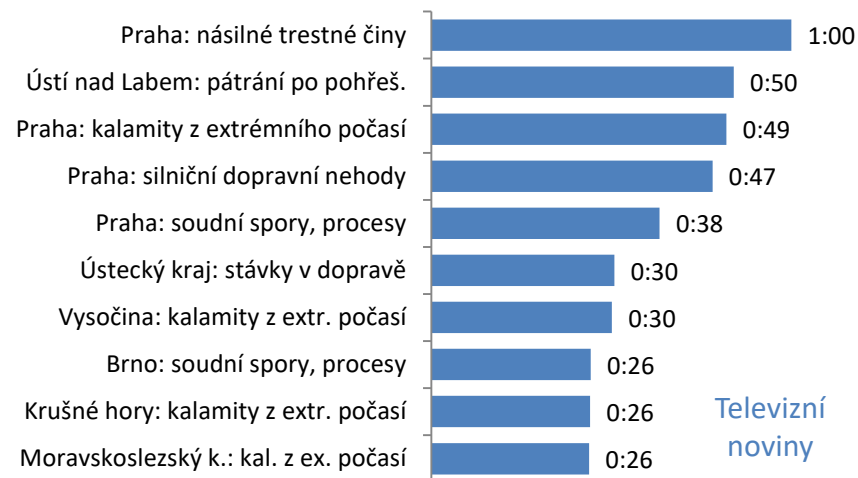
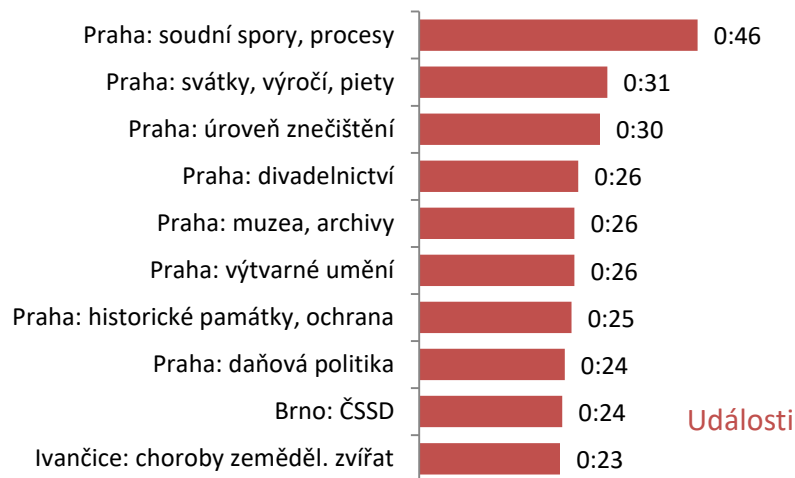
Událostí: 1Q 2017, stopáž v hodinách a minutách



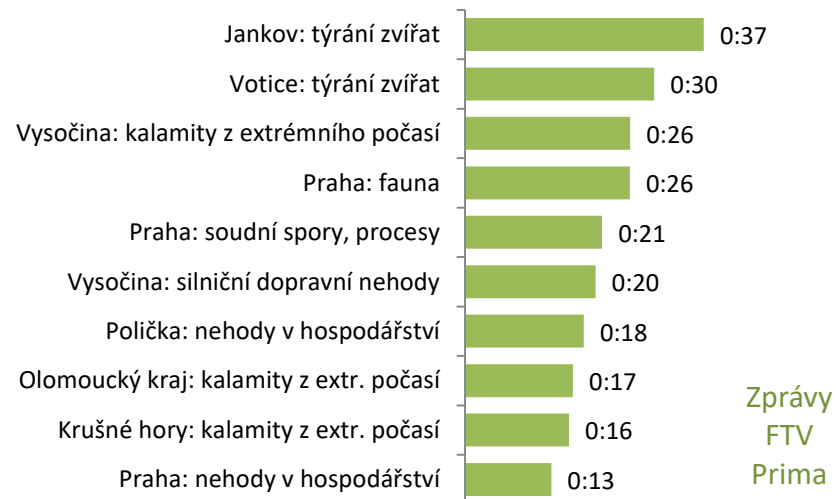
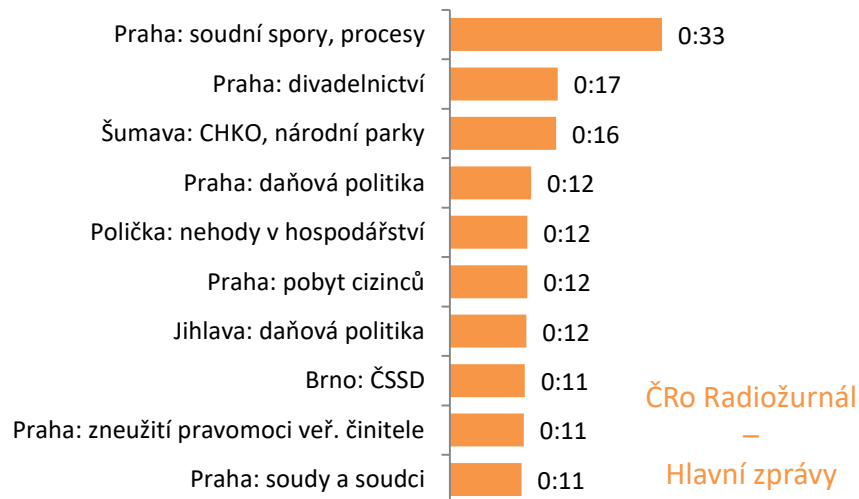
Polovina domácího zpravodajství Událostí připadla na medializaci dění v regionech. Ve Zprávách FTV Prima byl tento podíl přibližně stejný, naopak v rozhlasových Hlavních zprávách téměř o polovinu nižší. Rozhlasová relace totiž bezmála 50 % informací o tuzemsku vztahovala na celou Českou republiku.

REGIONÁLNÍ ZPRAVODAJSTVÍ V HL. ZPRAV. RELACÍCH

Nejčastější kombinace „regionální destinace: téma“ v hlavních zpravodajských relacích (1Q 2017; stopáž v hodinách a minutách)



Veřejnoprávní Události a Hlavní zprávy ČRo informovaly o vývoji v kauzách Rath, Nagyová, Janoušek a Rittig. Kombinace regionálních lokalit a tematizací dokazují fascinaci komerčních zpravodajů zimními kalamitami, viditelnou již na snímcích [8](#) a [9](#).



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

Souhrnné ukazatele

- [intenzita a tonalita ekonomického zpravodajství](#)

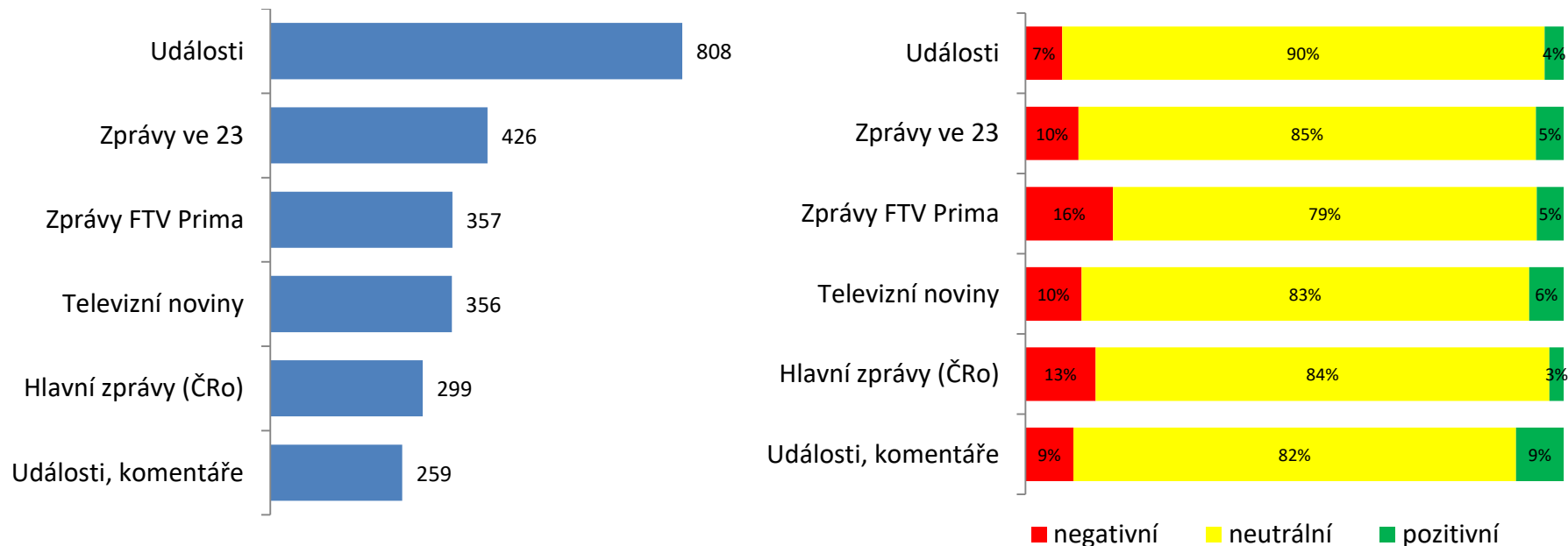
Firmy

- [podniky v hlavních zpravodajských pořadech](#)

- [podniky ve zpravodajských pořadech ČT24](#)

SOUHRNNÉ UKAZATELE PODNIKOVÉHO ZPRAVODAJSTVÍ

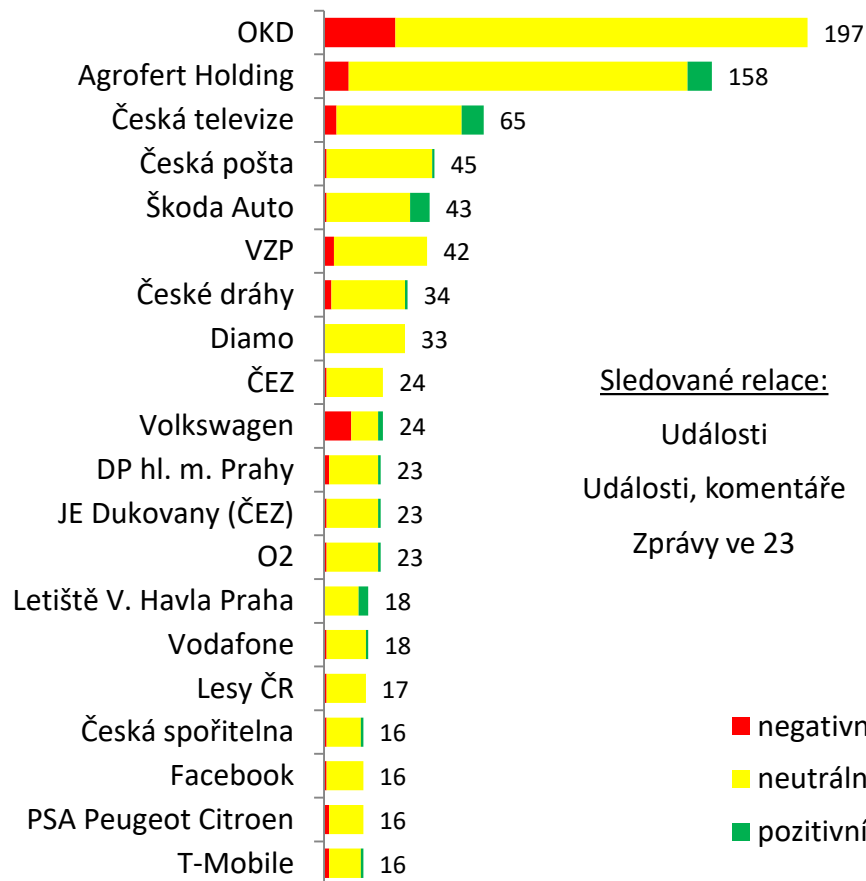
Intenzita a tón medializace ekonomického zpravodajství ve vybraných zpravodajských relacích (1Q 2017), počet výpovědí o podnicích



Mezi nejčastěji prezentované podniky v televizním a rozhlasovém zpravodajství patřily v 1. čtvrtletí společnosti OKD, Agrofert Holding, Česká pošta a díky sebe-prezentaci také komerční televizní společnosti Nova a Prima. Silný sociální i politický dopad nejen na Moravskoslezský kraj mělo ukončení těžby v Dole Paskov k poslednímu dni analyzovaného kvartálu.

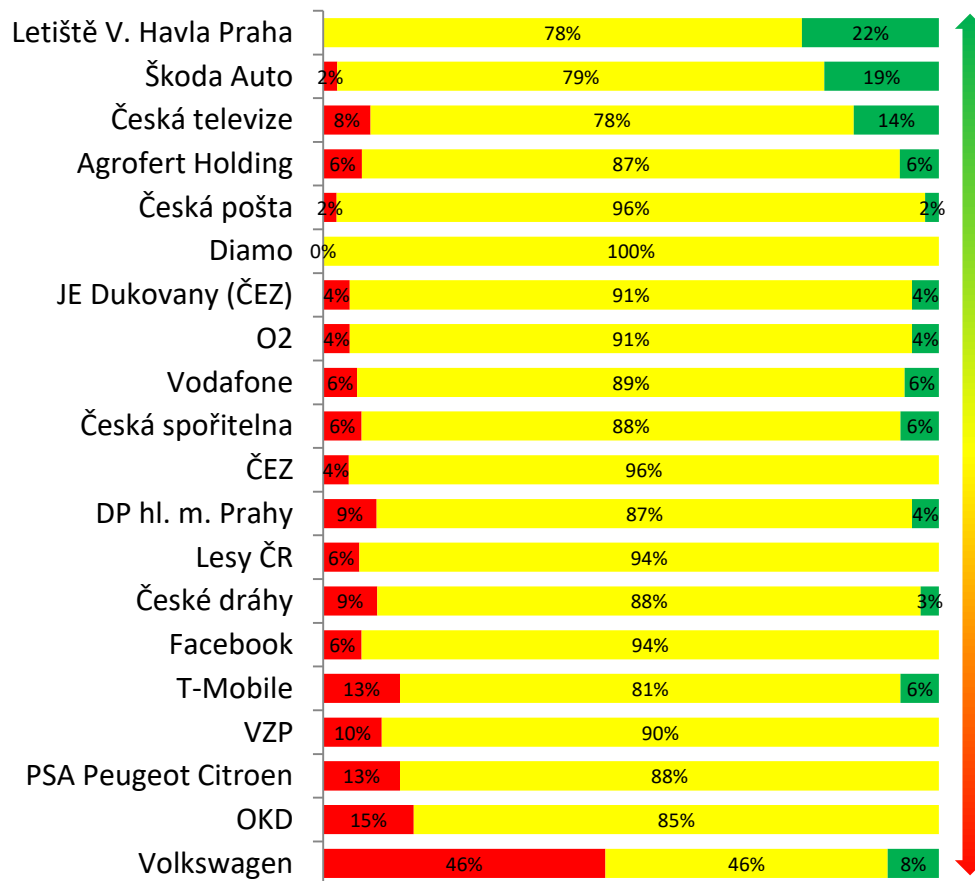
FIRMY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

20 nejčastěji zmiňovaných společností ve zpravodajství ČT24 (1Q 2017), počet výpovědí, tón medializace



Sledované relace:
 Události
 Události, komentáře
 Zprávy ve 23

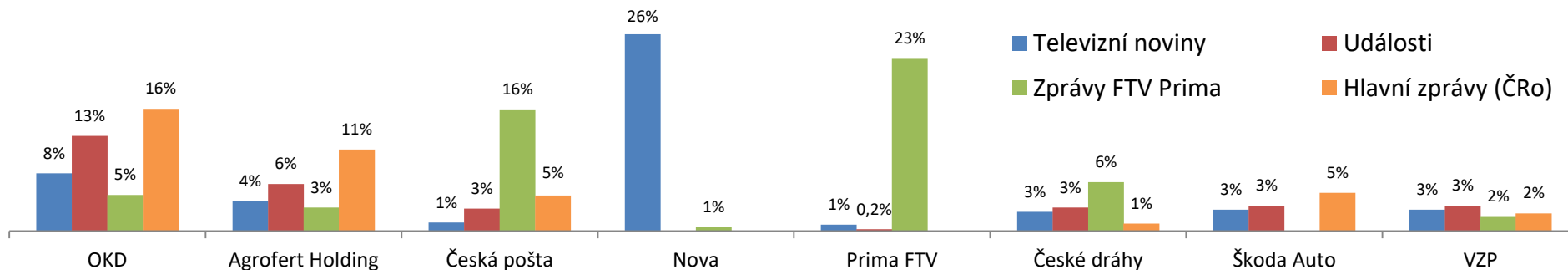
■ negativní
 ■ neutrální
 ■ pozitivní



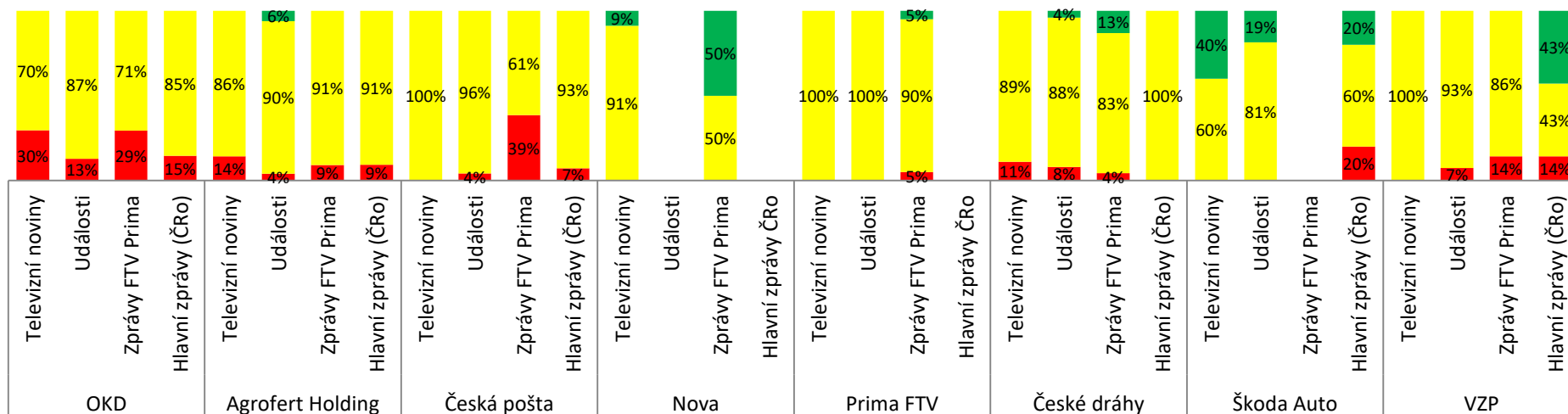
Mezi dvacítku nejčastěji zmiňovaných firem se v 1. čtvrtletí dostaly mobilní operátoři O2, Vodafone a T-Mobile. Telekomunikační politika Ministerstva průmyslu a obchodu stála za odvoláním šéfa rezortu Jana Mládky (ČSSD) a jeho politického náměstka Lubomíra Bokšťefla.

FIRMY V HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH


Podíl nejčastěji zmiňovaných firem na podnikovém zpravodajství (1Q 2017); (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 2017)



Zprávy FTV Prima v nepříznivém světle informovaly o České poště, když zaměřily svou pozornost na porušování vyhlášky o zákazu podomního prodeje poštovními doručovateli nucenými k této činnosti svým zaměstnavatelem.

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

Tematická

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

Politická

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

Územní

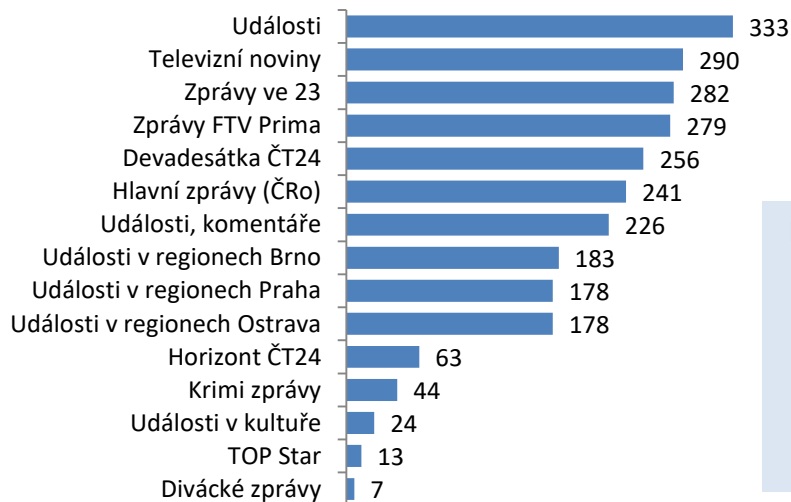
- [zahraniční lokality](#)
- [domácí lokality](#)

Genderová

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

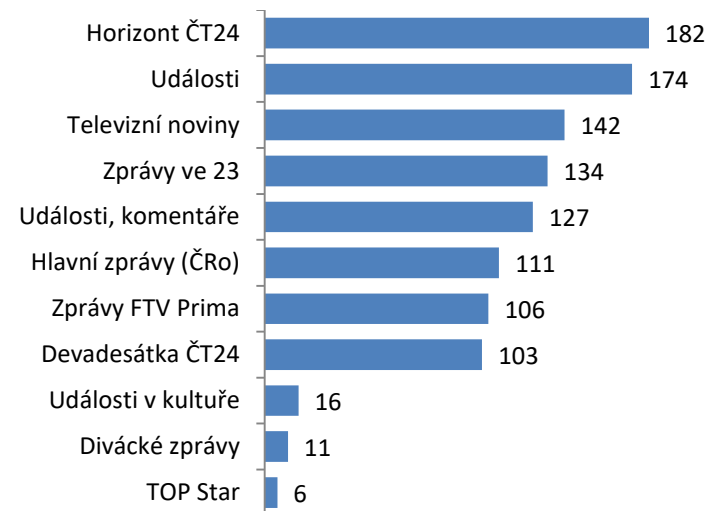
TEMATICKÁ A POLITICKÁ VARIABILITA

Počet různých hlavních témat příspěvků se vztahem k ČR (1Q 2017)



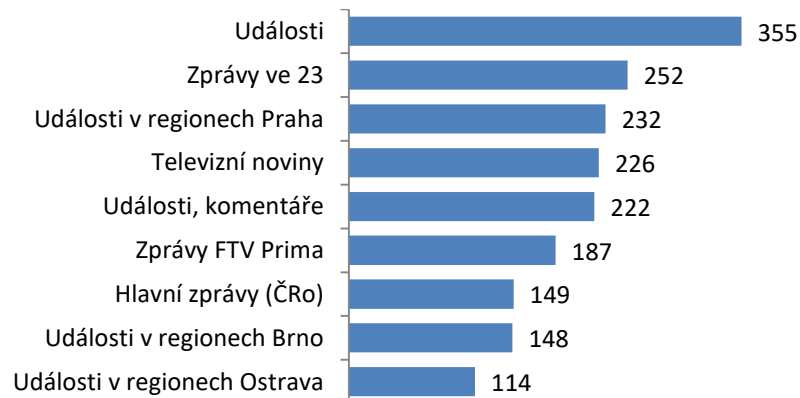
Maximální možný počet různých hlavních témat je **472**.

Počet různých hlavních témat příspěvků bez vztahu k ČR (1Q 2017)

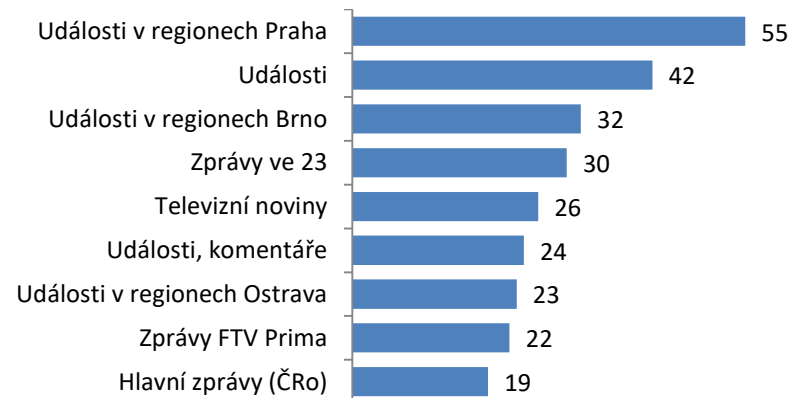


Události v 1. čtvrtletí využily 70 % tematické báze Media Tenoru a v tomto směru bylo jejich domácí zpravodajství různorodější než obsah ostatních analyzovaných pořadů. Hlavní relace zmínila také nejvyšší počet tuzemských politiků, stranicky nejvariabilnější byly pražské Události v regionech.

Počet českých politiků zmíněných ve zpravodajství (1Q 2017)

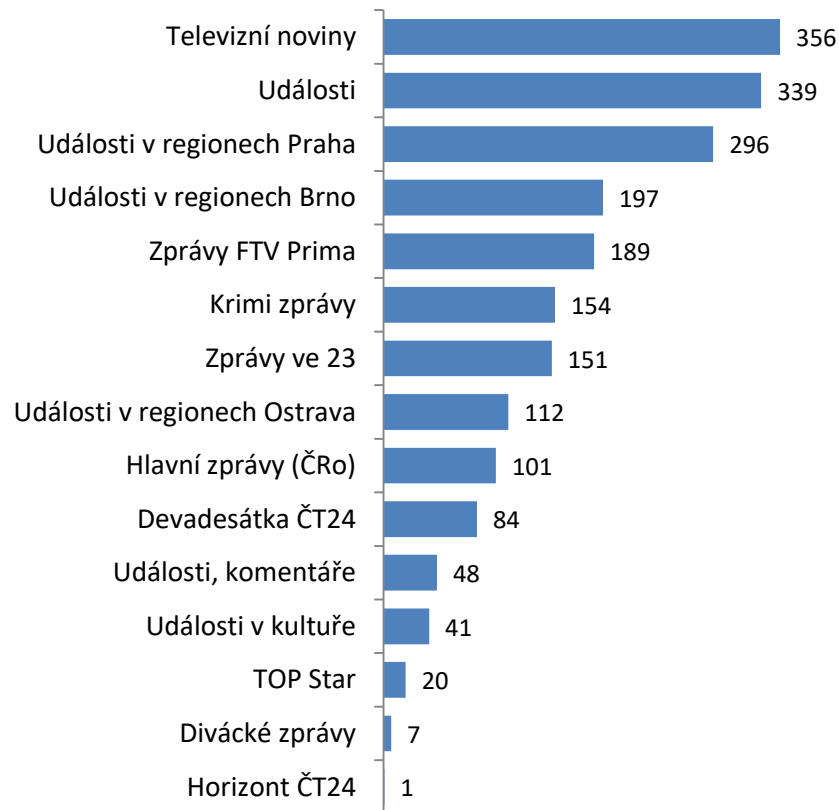


Počet českých politických stran zmíněných ve zpravodajství (1Q 2017)

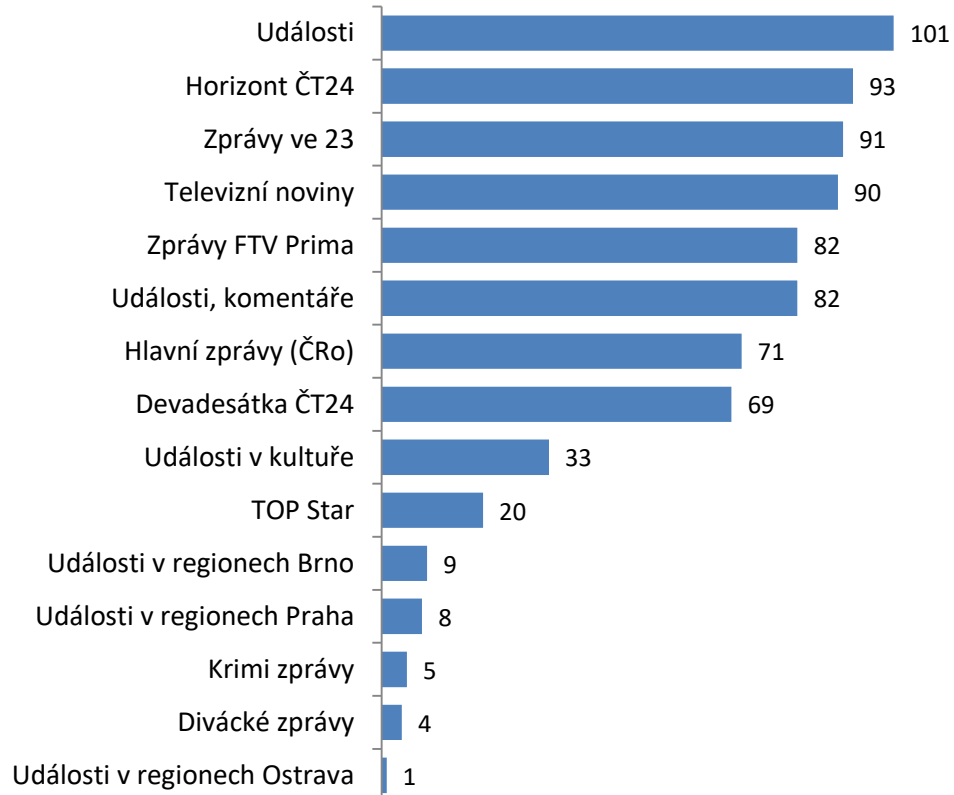


ÚZEMNÍ VARIABILITA: zahraniční a domácí lokality

Počet různých měst a obcí zmíněných v regionálním zpravodajství (1Q 2017)



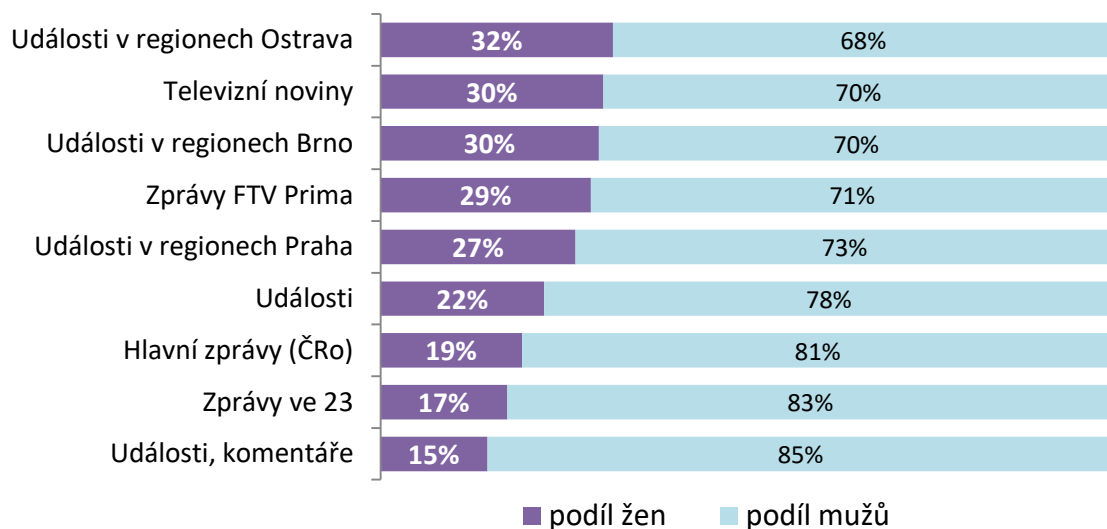
Počet různých zahraničních lokalit zmíněných v příspěvcích se zahraničním přesahem (1Q 2017)



Televizní noviny a Události zveřejnily informace o dění ve více než třech stovkách různých obcí a měst České republiky. Mezi nejčastěji zmiňované domácí lokality v Televizních novinách patřily vedle Prahy a Brna například Ústí nad Labem, Ostrava, Liberec, Jihlava a Zlín. V Událostech pak Praha, Brno, Ostrava, Olomouc, Plzeň, Ústí nad Labem, Hradec Králové, Náchod, Ivančice a Moravský Krumlov. Tematické zaměření domácího zpravodajství hlavních relací popisuje [snímek 30](#).

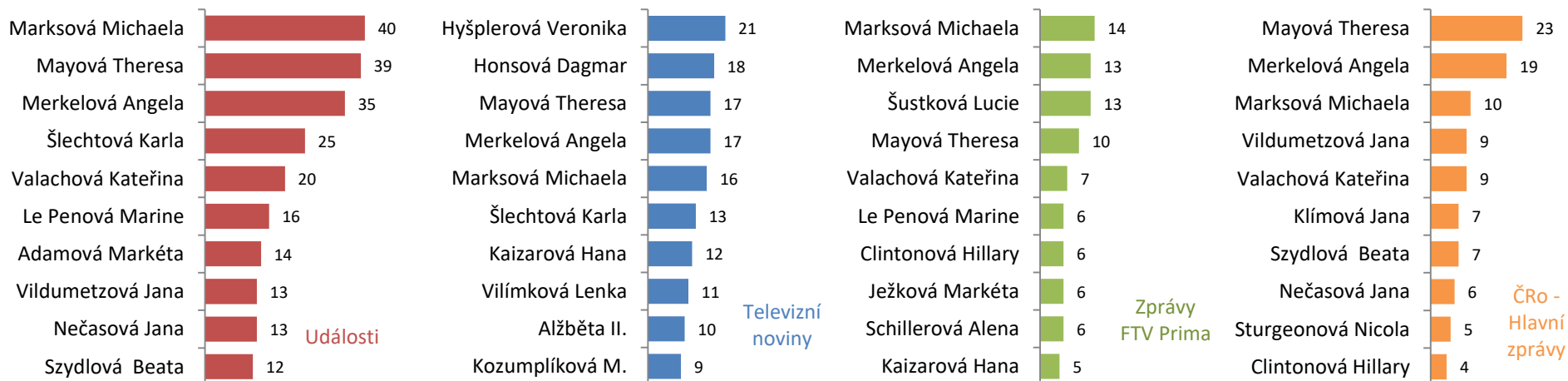
GENDEROVÁ VARIABILITA

Podíl žen a mužů ve zpravodajství (1Q 2017)



Ženy tvořily třetinu zobrazovaných osob v Událostech v regionech z Ostravy. Nejčastěji byla prezentována mluvčí Krajského soudu Ostrava Lucie Olšarová. Zaměření Televizních novin na kalamity z extrémního posunuly na pozici 2. nejčastěji zmiňované ženy meteoroložku Dagmar Honsovou.

Nejčastěji zmiňované ženy v hlavních zpravodajských relacích (1Q 2017), 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.

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

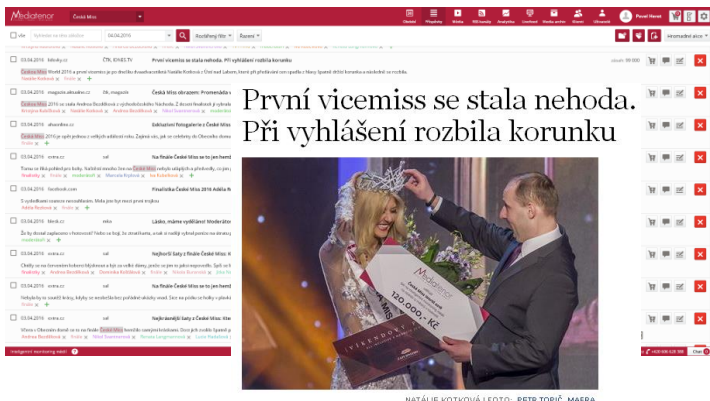
Výpověď - segment informace, v němž je citován nebo popisován sledovaný subjekt. Výpověď je tak definována určitým subjektem, tónem medializace, tematizací a původcem výpovědi. Změna kteréhokoli z těchto aspektů signalizuje zápis nové výpovědi. V jedné větě tedy může být obsaženo více výpovědí, stejně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

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

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

Střípky z monitoringu

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



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



Naše vybraná partnerství



Podporujeme studenty



Pořádáme oborové akce



V dubnu 2017 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.