

**Winfried Schulz
Helmut Scherer
Lutz Hagen
Irena Reifová
Jakub Končelík**

**Analýza obsahu
mediálních sdělení**



Univerzita Karlova v Praze
Nakladatelství Karolinum
Praha 2004

Recenzenti: doc. PhDr. Jan Jirák
doc. PhDr. Blanka Říhová

Městská knihovna
knih. 1 odd. 1

N 6697

N2a ex. 1



Publikace vyšla s laskavým přispěním Nadace Volkswagen-Stiftung
© Irena Reifová, 2004
ISBN 80-246-0827-8

Obsah

Předmluva ke druhému, přepracovanému vydání (<i>Irena Reifová</i>)	7
Proces politické komunikace: vymezení problémů a kladení otázek (<i>Winfried Schulz</i>)	9
Úvod do metody obsahové analýzy (<i>Helmut Scherer</i>)	29
Informační kvalita a její měření (<i>Lutz Hagen</i>)	51
Praktický projekt Český rozhlas o České televizi (<i>Lenka Čábelová, Jan Jirák, Jakub Končelík, Irena Reifová, Tomáš Trampota</i>)	71

Předmluva ke druhému, přepracovanému vydání

Studijní text, který držíte v rukou, vyšel poprvé v nakladatelství Karolinum v roce 1998 jako součást česko-německého výzkumného a pedagogického projektu Média a volby, který uspořádaly univerzita Erlangen-Nürnberg, Lehrstuhl für Kommunikations und Politikwissenschaft s katedrou masové komunikace Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze.

Teoretickou část (první tři kapitoly věnované politické komunikaci a technice kvantitativní obsahové analýzy) zpracovali pro první vydání němečtí kolegové a zůstává zachována i v druhém, přepracovaném vydání.

Praktický projekt, jehož cílem je ilustrovat na konkrétním problému jednotlivé typické kroky kvantitativní analýzy obsahu, byl pro druhé vydání nahrazen novou a (doufáme) detailnější, návodnější a odborně náročnější analýzou.

Původní praktický projekt rozebíral televizní zpravodajství z předvolební kampaně před volbami do poslanecké sněmovny 1996. Editoři druhého vydání použili jako ukázkou novější a podstatně rozsáhlejší výzkum z roku 2001, který vědecký tým Centra pro mediální studia zpracoval pro Radu Českého rozhlasu. Tento výzkum dostal oficiální název Český rozhlas o České televizi. Vzhledem k neklidnému přelomu let 2000 a 2001 v České televizi, kdy část zaměstnanců odmítla akceptovat zvolení Jiřího Hodače na místo generálního ředitele, není těžké odvodit hlavní motivickou linii výzkumu Český rozhlas o České televizi. V analýze se jedná o kvantitativní vyjádření míry základních informačních kvalit, kterou bylo možné detekovat ve zpravodajství Českého rozhlasu (resp. ČRo1 Radiožurnálu a ČRo6 Svobodné Evropy) o událostech v České televizi. Obecněji shrnuto, autorový kolektiv si kladl otázku, jak jedno médium veřejné služby (Český rozhlas) referuje o druhém médiu veřejné služby, toho času v krizové situaci (Česká televize).

Ve chvíli, kdy se zrodila myšlenka zaměnit původní praktický projekt za novější a rozsáhlejší, se editoři druhého vydání obávali, že se ztratí prvotní kompatibilita teoretické a praktické části. Teoretická část (zejména stať profesora Winfrieda Schulze) byla přece napsána na téma politické komunikace

tak, aby interpretovala role hlavních aktérů – politických subjektů a jejich agendy, médií a veřejnosti – v tomto procesu a aby vytvářela logický celek s výzkumem zpravodajství v předvolební kampani. Podrobnější zamyšlení však vedlo k závěru, že stejně logický celek vytváří úvodní pasáž o politické komunikaci i s výzkumem informačních kvalit zpravodajství Českého rozhlasu o krizi v České televizi. I při zevrubném pohledu na složení mluvčích, kteří se k roli médií veřejné služby v české společnosti vyjadřují, je zřejmé, že nejenom média veřejné služby, ale i každý výrok o nich je součástí politické komunikace. Otázka, zda je to dobře nebo ne, stojí mimo kompetence metody kvantitativní obsahové analýzy. Ta však naopak, jak se v rámci nově doplněného projektu i stalo, může prokázat, že tomu tak je; tedy že řešení „záhady“ role veřejnoprávních médií je výrazné politikum.

Editoři druhého vydání této čistě studentské instruktážní publikace proto doufají, že cílová skupina zájemců o zvládnutí kvantitativní analýzy obsahu se z teoretických kapitol poučí o základních vzorcích zprostředkovávání informací v komunikační „houštině“, tvořené politiky, médii a občany. A že z nově dosazeného projektu získá technické minimum o praktických krocích, které je třeba podniknout, chceme-li některé parametry politické komunikace kvantifikovat a interpretovat.

14. 9. 2003

Irena Reifová

Proces politické komunikace: vymezení problémů a kladení otázek

Winfried Schulz

1 Volby jako politický proces

Všechna moc vychází z lidu. Podobně jako ve druhém článku Ústavy České republiky je tato zásada obsažena ve většině ústav demokratických států. Ve skutečnosti však nevychází politická moc v moderních demokraciích z lidu přímo, nýbrž nepřímou. Lid určuje (navrhne) zástupce lidu nebo – jak rovněž bývají označováni – zastupitele, kteří vykonávají politickou vládu. V takovémto případě se na rozdíl od přímé demokracie hovoří o zastupitelské demokracii.

Přímá demokracie existovala podle pramenů v městských státech antického Řecka. Moderní státy obsahují jen málo prvků přímé demokracie. Nejvýrazněji ještě existují ve Švýcarsku. Takovými plebiscitními prvky jsou např. požadavky lidu a rozhodnutí lidu. Rovněž přímá volba hlavy státu, jak je prováděna v různých zemích, je výrazem přímé demokracie.

Zástupci lidu se pokaždé volí s odstupem několika let ve všeobecných a rovných volbách, a vytvářejí tak parlament. V řadě zemí, stejně i v České republice, parlament sestává ze dvou komor, z poslanecké sněmovny a senátu. K nejdůležitějším úkolům parlamentu patří vydávat zákony a kontrolovat vládu. Zákony slouží k tomu, aby se politická vláda vykonávala podle závazných pravidel – tedy ne svévolně. Zákony přijímá parlament v zastoupení lidu většinovým rozhodnutím.

Vláda bývá schvalována buď parlamentní většinou, nebo potvrzena vyslovením důvěry. Tímto nepřímým způsobem získávají vládní rozhodnutí demokratické oprávnění. Úkolem vlády je, aby na základě parlamentem přijatých zákonů uspokojovala řadu podstatných potřeb společnosti, stejně jako každého jednotlivého občana. K těmto potřebám patří mimo jiné: osobní svoboda občanů a svobodný rozvoj osobnosti, dále zajištění sociálních jistot (alespoň skromných) a hospodářský blahobyt, stejně jako i vnitřní a vnější bezpečnost státu.

Úkolem parlamentu je dbát, aby vláda plnila své povinnosti a aby využívala podpory, které se jí za to přiměřenou měrou dostává. Nejdůležitější

podporou jsou přitom finanční prostředky, které vybírá od občanů ve formě daní. V širším pojetí sem také patří důvěra a souhlas občanů, projevující se mimo jiné i účastí na volbách.

Jestliže vláda neplní své úkoly uspokojivě, může být sesazena hlasováním parlamentu o vyslovení nedůvěry. K podobným situacím zpravidla nedochází, pokud jsou politické většiny v parlamentu výrazné a stabilní. Při těsné nebo nestabilní většině se to může stávat dokonce i častěji, jak o tom svědčí příklad Itálie. Ve většině států platí při volbách pravidlo, že politická strana může své zástupce poslat do parlamentu jen tehdy, dosáhne-li určité minimální hranice hlasů – např. nejméně 5 %. Toto opatření má zabránit přílišnému rozštěpení politických sil v parlamentu. Podobné riziko vyvstává především při volbách podle poměrného voličského práva. Volby podle většinového volebního práva se hodí už předem spíše pro stabilní většiny – avšak za cenu, že se hlasy pro poražené kandidáty nemohou politicky uplatnit.

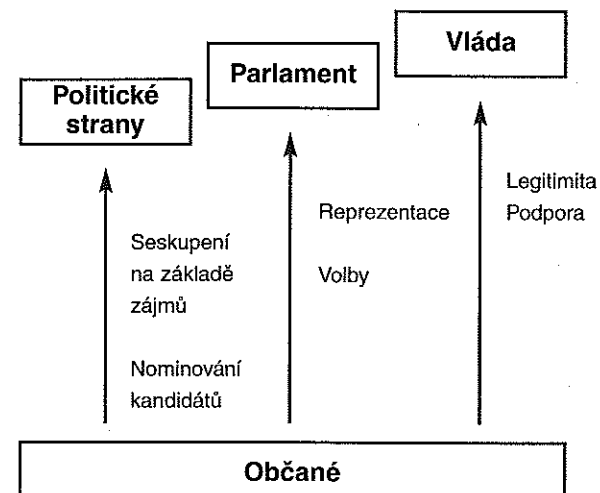
Stabilita parlamentní většiny závisí také na tom, jak se poslanci zorganizují. V parlamentu se slučují do frakcí a koalicí, aby tak snadněji dosáhli určitých politických cílů. Podobná sdružení se připravují a domlouvají už před samotnou parlamentní prací a před volbami. Osoby, které se chtějí dát zvolit do parlamentu a které sledují podobné cíle, většinou tvoří strany nebo vstupují do některé z již existujících stran.

Strany tudíž sdružují občany s podobnými politickými cíli a potřebami. Chtějí tak pro své poslance v parlamentu získat při volbách co možná největší počet křesel, aby ve vládě mohly prosazovat své cíle. Ty jsou obsaženy ve stranickém programu a volebních prohlášeních. Čím více občanů s těmito cíli souhlasí, o to více hlasů v parlamentních volbách strana získá a o to více poslanců může vyslat do parlamentu.

Pro politickou stranu je podstatné, aby rozpoznala a artikulovala politické cíle a potřeby pokud možno velké části obyvatelstva. V odborné terminologii se tento úkol označuje agregace zájmů. Strana se však musí rovněž snažit získat co možná nejschopnější osoby, které mají předpoklady přesvědčivě zastávat své politické cíle vzhledem k voličům. Tyto osoby pak strana navrhuje jako své kandidáty do parlamentu. Může už také naznačit, s jakými vládními úřady pro jednotlivé poslance počítá za předpokladu, že získá parlamentní většinu (nebo dosáhne-li jí v koalici s jinými stranami).

Obrázek č. 1 znázorňuje nejdůležitější vztahy mezi voliči, stranami, parlamentem a vládou.

Obr. 1 Volby jako politický proces



2 Volby jako komunikační proces

Podstatným rysem demokratických voleb je, že se o přízeň voličů uchází více stran, popř. kandidátů, zčásti s velmi odlišnými cíli. S tím souvisí i možnost každého voliče moci se svobodně – při odevzdávání hlasu – a tajně rozhodnout mezi různými stranami a jejich kandidáty. Předpokládá to však nejprve, že strany mohou svobodně vznikat, to jest, že je všem dána možnost založit si se stejně smýšlejícími stranu či do existující strany vstoupit.

Politické strany a kandidáti musejí být schopni vést účinný volební boj. Znamená to, že mají podmínky a prostředky, aby přesvědčili své potenciální voliče o svých cílech. V některých zemích jsou proto strany podporovány z daňových prostředků a získávají např. rovněž příspěvek na volební výdaje ze státní pokladny. Kromě toho jim bývá bezplatně vyčleněn vysílací čas v televizi.

Z toho je patrné, že masová média – především televize – mohou rozhodujícím způsobem přispět k účinnosti volebního boje. Volební boj je skutečně v prvé řadě komunikačním procesem. Stranám, popř. kandidátům, jde o to informovat voliče o svých cílech a přesvědčit je, že právě oni mohou nejlépe chápat zájmy občanů. Někteří vědci jsou přesvědčeni, že v obecné rovině

je komunikace podstatou politiky. Jisté v každém případě je, že masová média plní roli, která je nezbytná pro fungování demokratického státu.

Výrazný význam masových médií bývá zřejmý již z právních ráďů demokratických států, kde jsou médiím udělována rozsáhlá privilegia. Všeobecně nepatří mezi zvláště chráněná základní práva pouze svoboda médií; často se jim přisuzují i určitá další mimořádná práva, která jim mohou pomáhat při plnění jejich veřejných úkolů.

Mezi veřejné úkoly médií patří především informování občanů o všech důležitých událostech a tématech. Ve volebním boji mají informovat o akcích, cílech a programech všech politických stran co nejobsáhleji, co nejpresněji a pokud možno neutrálně. Kromě toho se od nich očekává, že nabídnou politickým stranám a jejich kandidátům fórum, na němž by před očima voličů mohly odehrát svůj souboj. K tomu jsou určeny diskusní pořady nebo debaty předních kandidátů v televizi, může to však být také volební reklama či volební spoty nebo i stranické pořady, to znamená pořady zhotovené přímo politickými stranami.

V neposlední řadě se mohou a také mají média sama aktivně účastnit politických sporů a ve svých příspěvcích obsahujících názory a postoje zaujímat otevřené stanovisko.

Je naprosto legitimní, pokud například noviny v některém z komentářů kritizují či chválí cíle jednotlivých stran a kandidátů či snad dokonce vysloví určité volební doporučení. Dokud si občané mohou vybírat z velkého počtu médií s rozdílnými politickými stanovisky, je to pro tvorbu názorů příznivé. Čím větší různost médií, tím lépe pro demokracii. Každé omezení různosti je naproti tomu nepříznivé.

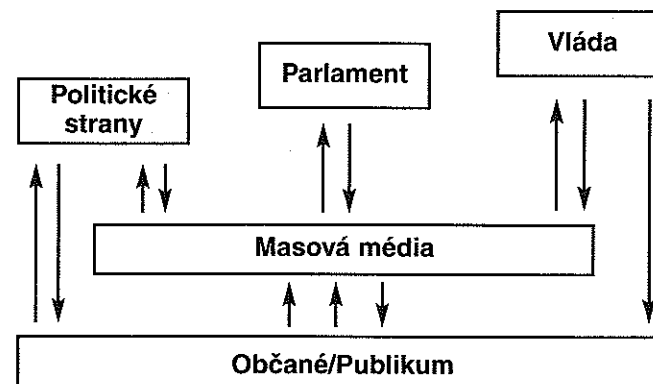
V souvislosti s funkcí vyjádření názorů se často výslovně připomíná další úkol médií: kontrola politických institucí, a to v prvé řadě tří mocí, totiž vlády, parlamentu a soudnictví. Média se pak označují jako čtvrtá moc, v anglosaském světě se někdy také mluví o úloze hlídačského psa demokracie – tzv. watchdog role. Tímto způsobem se pak princip rozdělení moci, který je podstatnou součástí demokratické státní formy, rozšiřuje i na masová média. Rozdělení moci znamená, že se státní úkoly rozloží na různé orgány – parlament, vládu a justici, které se pak vzájemně kontrolují.

Pro vnímání rozdílných politických funkcí masových médií máme k dispozici různé žurnalistické způsoby vyjádření a různé „formáty“. Zprávy a zpravodajské články slouží především jako informace občanům. Interview, diskusní pořady a televizní debaty jsou příležitostí pro strany a kandidáty, jak se představit svým voličům. Komentáře jsou prostředkem k spolupůso-

bení médií na tvorbu názorů, stejně tak jako prostředkem ke kritice a kontrole politických mocí. Rovněž investigativní zpravodajství slouží ke kontrole politických mocí a dalších mocenských skupin, např. v oblasti hospodářství, armády nebo mediálního systému. Politické strany využívají inzerci v tisku, volební spoty v rozhlasu a televizi i další programy nejen pro informaci voličů, ale také k diskusi s ostatními politickými stranami.

Obrázek č. 2 má znázornit významné postavení médií v moderní demokracii jako prostředníka mezi politickými institucemi na jedné straně a občany na straně druhé. Politické strany, parlament a vláda s občany většinou nevstupují do kontaktu přímo, nýbrž komunikují zprostředkovaně, prostřednictvím masových médií. Strany potřebují média proto, aby mohly voličům přiblížit své cíle a představit jim kandidáty. Občané se většinou dozvědí o argumentech v parlamentních debatách a o následném hlasování pouze něco z tisku, rozhlasu a televize. Také jednání vlády mohou občané většinou sledovat pouze prostřednictvím masových médií.

Obr. 2 Volby jako komunikační proces



Média však nejsou nejdůležitějším pramenem vytváření obrazu o politice pouze pro občany. I politici – ve stranách, parlamentu a vládě – využívají rozhlasu a televize, ale především tisku a zpravodajských agentur jako svého nejdůležitějšího informačního pramene. Politici se z médií informují o vyjádřeních a jednáních druhých politiků, o ostatních státech, jejich představitelích

a obyvatelích. Politici se z domácích médií však rovněž informují o náladách mezi obyvateli a potřebách občanů vlastní země. Masová média se pokládají za projev veřejného mínění.

Rozmanitost vztahů mezi obyvatelstvem na jedné straně a masovými médii a politickými institucemi na straně druhé se vyjadřuje nejrůznějšími termíny, používanými pro označení odlišných rolí obyvatelstva. Stojí-li ve středu pozornosti politické procesy, hovoříme většinou o občanech nebo voličích nebo také o voličstvu. Jedná-li se o komunikační procesy, používáme většinou výrazy jako veřejnost, publikum, cílová skupina nebo jednoduše příjemce (čtenář, posluchač, divák).

3 Východiska zkoumání

Vzhledem k nesmírnému významu masových médií pro politické procesy, především pro volby, se do popředí dostávají dvě otázky zkoumání masové komunikace: Jak vnímají média svou veřejnou úlohu? Jaký vliv mají média ve volebním boji?

Tyto obecně formulované otázky - a řada dalších specifických otázek ve výzkumu - se kladou s odlišnými záměry. Existuje praktická potřeba politického poradenství, záměrem výzkumu může být zájem o vědecké poznání a teoretické vysvětlení, stejně jako společenskokritický zájem. Všechny tyto tři zájmové okruhy ovlivňují způsob formulace otázek ve výzkumu.

Přitom se však může stát, že se v jednom výzkumu sleduje více záměrů, nebo že jeden výzkum slouží pro vědecké, praktické i společenskokritické účely. Pro další výklad je však užitečné jmenované tři okruhy zájmů zkoumat samostatně.

3.1 Praktický zájem:

Výzkum voleb jako politické poradenství

Ze zcela pochopitelných důvodů mají politické strany zájem na tom, aby si zjistily, co si obyvatelstvo přeje, jak voliči přijímají jejich kandidáty, jakou odezvu mají strany v médiích, jak se píše o stranických cílech, jak je hodnoceno vystupování kandidátů a zda je jejich samotná volební kampaň účinná.

Do jisté míry je tato situace srovnatelná se situací podniku v hospodářské sféře, který si zjišťuje informace o svém postavení na trhu a o svých výrobcích ve srovnání se svými konkurenty. Podniky přitom dnes mohou spoléhat na vysoce rozvinutý průzkum trhu s ověřenými metodami a na služby uzná-

vaných výzkumných institucí. V této oblasti existuje řada teoretických modelů umožňujících zobecnit patřičné poznatky a závěry pro marketingovou praxi.

Pro současnost je skutečně příznačné, že se zdůrazňuje analogie mezi politickými stranami a hospodářskými podniky a v mnoha zemích se přebírají marketingové metody pro praxi volebního boje. Tato analogie vychází z přesvědčení, že vědecké poznatky lze využívat k ovlivňování tvorby názorů ve volebním boji. V zásadě se pro přesvědčování obyvatelstva o přednostech pracích prášků či o kandidátovi na prezidentský úřad využívají stejné metody. V obou případech se vychází z poznatků komunikačních studií. A pro praktické využití poznatků získáváme instrumentarium z teorie marketingu. K důsledkům, jež má toto přesvědčení pro obsah a průběh volebních bojů, se ještě dostaneme, až budeme hovořit o „amerikanizaci“ volební kampaně. Zde se zabýváme pouze získáváním poznatků.

Vedení volebního boje na vědeckém základě vyžaduje, aby byla před volbami důkladně prozkoumána politická východiska a aby bylo možné rozpoznat nejrůznější změny situace v průběhu volebního boje. Důležité rovněž je, aby se průběžně vyhodnocovala působnost použitých volebních aktivit a výsledky se porovnávaly s volebními cíli.

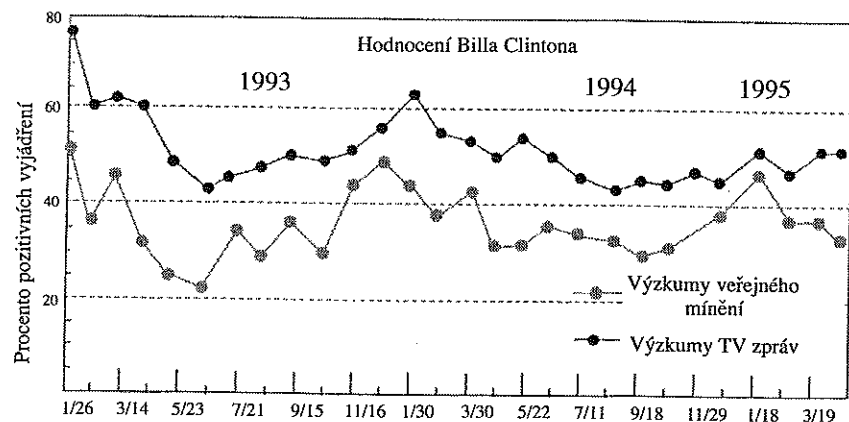
Jedním z nejdůležitějších nástrojů v takovém výzkumu je dotazování obyvatelstva, prováděné v reprezentativních i náhodně vybraných souborech voličů. Provádějí-li se s využitím dnes již velmi vypracované metodiky, mohou podávat poměrně velmi přesné informace o politických potřebách a prioritách obyvatelstva, o postojích k politickým stranám, o vnímání (reflexi) politických stran voliči, a dokonce i o jejich pravděpodobném voličském chování. Lze rovněž prozkoumat úspěch předvolebních akcí a působnost různých využívaných médií a dalších komunikačních prostředků.

Jinou podstatnou metodou jsou obsahové analýzy masových médií. I pro ně existuje standardizovaná metodika (viz níže). Tyto výzkumy umožňují například zkoumat pozornost, jakou média věnují politickým stranám a jednotlivým kandidátům. Z výsledků lze vyčíst, jakou mají jednotlivé strany naději při působení na své voliče prostřednictvím médií. Výsledky podobných zkoumání mají daleko větší výpovědní hodnotu, jestliže neukazují pouze, jak často a jak nápadně se politická strana, popř. její hlavní kandidát objevuje v médiích, nýbrž jestliže sledují i to, zda se tak děje spíše v pochvalném, souhlasném tónu, či spíše v kritickém, odmítavém. Je možné předpokládat, že to voliče ovlivňuje - v pozitivním nebo negativním duchu. Často

se obsahové analýzy využívá také k zodpovězení otázky, jakou pozornost věnují média jednotlivým volebním tématům a v jakém tematickém kontextu jsou jednotlivé strany představovány. O tom budeme podrobněji hovořit dále.

Obrázek č. 3 ukazuje příklad výzkumu provedeného v USA, který slučuje oba dva způsoby zkoumání: průzkum veřejného mínění a analýzu médií. Na první pohled je patrné, že hodnocení amerického prezidenta Clintona veřejným míněním získané z dotazování obyvatelstva podléhá stejným výkyvům jako hodnocení prezidenta v hlavních večerních zpravodajských pořadech tří největších televizních stanic (výsledky jsou získány obsahovou analýzou). Dalo by se z toho předpokládat, že se úsudek obyvatelstva řídí televizním zpravodajstvím. Přesné statistické analýzy souvislosti obou časových řad, jak je ukazuje obrázek č. 3, skutečně tento předpoklad potvrzují.

Obr. 3 Výsledky výzkumu veřejného mínění a zpravodajství



Zdroj: Media monitor, vol. IX, No. 3, květen/červen 1995

Výzkum TV zpráv: založen na obsahové analýze výpovědí ve večerním TV zpravodajství stanic ABC, CBS a NBC.

Výzkum veřejného mínění: vychází z výsledku šetření prováděného skupinou Gallup/USA Today/CNN. Odpovědi „nevím“ byly vyloučeny, výsledky se mohou zdát vyšší, než uvádějí jiné zdroje.

Je to příklad, jak mohou výsledky empirického zkoumání poskytovat politikům informace o tom, jak je hodnotí média a jak obyvatelstvo. Znalosti výsledků mohou pak využít pro své jednání. Je to mimořádně důležité především ve volebním boji, neboť se tak dají daleko efektivněji využít omezené finanční i personální prostředky.

Politické strany se proto stále častěji obracejí při plánování volebních kampaní na služby odborníků na masovou komunikaci, na instituce zabývající se výzkumem médií a veřejného mínění. Jejich výzkumy voleb slouží jako podklady pro politiky. Způsob kladení otázek se v první řadě řídí zájmem zadavatelů. Zadavateli jsou především politické strany, ale také vláda (která si chce pomocí výsledků šetření zlepšit své šance a být opět zvolena). Podobná šetření zadávají stále častěji rovněž masová média, neboť poznala, že se jejich publikum o výsledky výzkumů zajímá. Výsledky volebních průzkumů se mezitím již staly v mnoha zemích trvalou součástí volebního zpravodajství v tisku, rozhlasu i televizi.

3.2 Teoretický zájem: Vysvětlující volební šetření

V dějinách empirického výzkumu masové komunikace hraje otázka vlivu médií na volby velmi podstatnou úlohu. První velký výzkum na toto téma, Erie-County-Study, řídil ve Spojených státech rakouský emigrant Paul Felix Lazarsfeld. Bylo to při severoamerických prezidentských volbách v roce 1940. V úvodu výzkumné zprávy *The People's Choice*, kterou autoři zveřejnili v roce 1944, zdůvodnili, proč se lidé o volby a volební komunikaci tolik zajímají: Volební boje jsou velkým experimentem působnosti politické propagandy na veřejné mínění.

Je to důvod, jenž platí i dnes. Volební boje jsou přirozeným polem zkoumání, na němž se dají hledat odpovědi pro řešení celé řady vědeckých otázek. Velmi se například hodí k prozkoumání hypotéz o působnosti masových médií. Původně velmi obecně kladená otázka po působnosti médií se však dnes rozděluje na celou řadu dílčích podotázek. Můžeme to vidět např. na souboru otázek autorů Hollie Semetka a Klause Schönbacha, podle kterého se prováděl výzkum voleb do německého spolkového sněmu v roce 1990 (srov. obr. č. 4). Jsou to otázky zcela typické, které můžeme najít při šetřeních v mnoha moderních studiích o volební komunikaci.

Většinu těchto otázek můžeme odvodit z jednoho z faktorů komunikačního procesu, z něhož sestává „klasický“ model komunikačního toku Američana Harolda D. Lasswella. Lasswell v roce 1948 navrhl, aby se komunikační procesy popisovaly zodpovězením následujících otázek: „Kdo řekl

Obr. 4 Případová studie: Volby o sjednocení Německa*

Klíčové otázky:

- Nakolik byla kampaň, její témata, politické strany a jejich představitelé vidět v médiích?
- Věnovala média stranám a jejich kandidátům vyváženou pozornost z hlediska objemu zpravodajství, způsobu prezentace a vyprávěcího tónu?
- Lze vypozařovat rozdíly mezi mediálním ztvárněním kampaně v tisku a v televizi?
- Jak vnímali svou roli v procesu zabezpečení předvolebního zpravodajství sami novináři?
- Jak v průběhu kampaně využívali média nebo jiné informační zdroje voliči?
- Sehrála reklama politických stran úlohu důležitého informačního zdroje?
- Jak často besedovali voliči o politických tématech v rodinném kruhu nebo s přáteli?
- Nakolik se voliči zajímali o kampaň a proč?
- Jaký měla kampaň dopad na voličský zájem o volby?
- Stoupal voličský zájem o kampaň spolu s množstvím vstřebených politických informací nebo to bylo spíše tak, že voliči od počátku sami zaujatí kampaní více vyhledávali zprávy z politiky?
- Jak se v průběhu kampaně vyvíjelo veřejné mínění o klíčových tématech voleb?
- Podílela se média na ustavení volební agendy?
- Měnily se názory na hlavní strany a jejich kandidáty během kampaně nebo zůstávaly stabilní?
- Bylo voličské hodnocení stran a kandidátů formováno informacemi, které voliči získali z médií?
- Jaké informační kanály zaznamenaly v oblasti formování voličských hodnocení největší úspěch a jak důležitou roli v tom sehrála reklama politických stran?

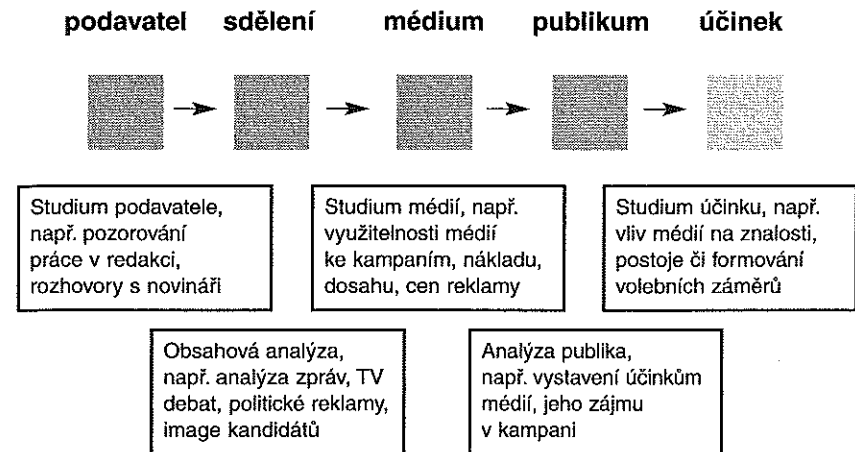
* Semetko, H. A., Schönbach, K. (1994). Volby o německém sjednocení. Voliči a média. Creskill, NJ: Hampton Press.

co komu, jakým kanálem a s jakým efektem?“ („Who says what in which channel to whom with what effect?“)

Obrázek č. 5 ukazuje faktory obsažené v této formulaci: podavatel sdělení, médium, publikum a působnost, stejně jako oblasti zkoumání, které se

kolem těchto faktorů vytvořily, a jsou tu ještě navíc typická východiska pro výzkum masové komunikace ve vazbě k volbám. Mezi tato jednotlivá východiska patří typické metody šetření – k výzkumu masové komunikace například zúčastněné pozorování, k analýze sdělení obsahová analýza a k výzkumu působnosti kontrolovaný experiment. Tato Lasswellova formulace je pokládána za model komunikačního toku proto, že představuje komunikaci jako řízený proces začínající u komunikátora (často označovaného rovněž jako pramen či podavatel) a dosahující cíle u působnosti.

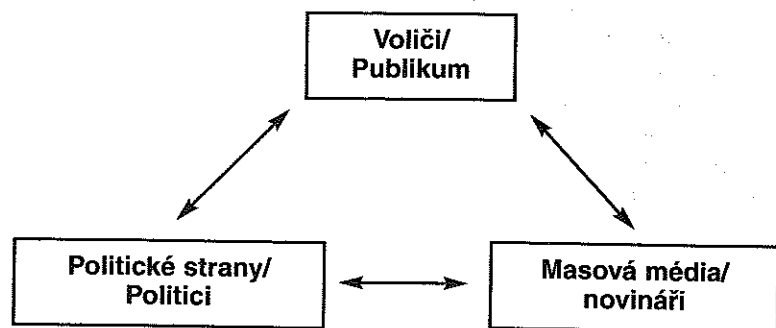
Obr. 5 Lineární (přenosový) model komunikace



Při novějším přístupu ke zkoumání často dochází k tomu, že se šetření soustřeďuje na dva či více faktorů najednou. Tyto studie již nelze podle Lasswellovy formulace jednoznačně přiřadit pouze jedné oblasti výzkumu. Komunikace tu již také neprobíhá pouze jednosměrně, nýbrž je chápána jako vícesměrný vztah. Nová šetření se mimo jiné zajímají o vzájemný vztah mezi třemi nejpodstatnějšími činiteli volebního boje, totiž mezi 1) politiky (stranami, kandidáty), 2) žurnalisty, popř. masovými médii a 3) voliči, popř. publikem. Tento přístup ke zkoumání znázorňuje obrázek č. 6.

Vztahy mezi aktéry se realizují v komunikačním jednání, například při volebních shromážděních kandidátů. Dochází tu k interakcím mezi kandidátem a jeho publikem, někdy i s přítomnými zástupci médií. Jiným dru-

Obr. 6 Vztahy mezi aktéry kampaně



hem interaktivního setkání je diskuse mezi novináři a stranickými zástupci před studiovým publikem, které se může na diskusi podílet dotazy. Vedle toho je také možný další vztah k publiku, a to k posluchačům a divákům, kteří rozhlasový či televizní pořad sledují (a mohou se případně telefonicky i účastnit).

Pomocí zobrazeného modelu vztahů je však také možné popsat celou volební situaci, a to se všemi jejími jednotlivými událostmi. Může znázorňovat nejen interakce, které jsou viditelné, nýbrž i neviditelné vzájemné vztahy, tzv. koorientace. Patří sem především představy, předpoklady, očekávání vkládaná na partnera, tedy očekávání politiků vůči voličům a opačně, politiků vůči žurnalistům, podobně jako novinářů vůči voličům, a naopak.

Jako příklad nám mohou posloužit představy voličů o určitých charakterových vlastnostech politika, např. zda je pokládán za soudného, je-li vůdčím typem, zda je důvěryhodný apod. Podobné představy nazýváme také image. Jiným příkladem je očekávání politiků o předpokládaném volebním chování obyvatelstva. Image a očekávané chování se často utvářejí na základě mediálního zpravodajství. Do zpravodajství se zase dostávají - vědomě či nevědomě - osobní představy, předpoklady a očekávání žurnalistů. Obsahové analýzy volebního zpravodajství se tudíž často provádějí s úmyslem dozvědět se také něco o představách novinářů. Tyto analýzy vypovídají o tom, jaké informace mají média k dispozici a jaké informace vlastně slouží voličům pro tvorbu image politiků. Příkladem je obr. č. 4.

Představy, předpoklady a očekávání se nevztahují pouze na osoby a jejich vlastnosti nebo jejich chování. Mohou se také týkat např. politických cílů. Politické cíle hrají, jak už bylo konstatováno výše, ve stranických programech a při volební komunikaci důležitou úlohu. Politické cíle se týkají většinou splnění potřeb, jako jsou blahobyt, vnitřní i vnější bezpečnost, svoboda a spravedlnost, nebo řešení otázek nezaměstnanosti, chudoby, kriminality, inflace, státního deficitu apod. Různé politické strany přisuzují různým cílům vždy rozdílný význam a snaží se od sebe vzájemně odlišit a profilovat se vůči voličům.

Od počátku 70. let se v předvolebních výzkumech začal využívat výraz „agenda“ vyjadřující pořadí (posloupnost) politických cílů. S tímto pojmem je spojena představa, že politické strany, popř. politici sami řadí své cíle jako témata agendy (podle důležitosti): na prvním místě stojí nejdůležitější, nejnaléhavější téma, to, co je nutné vyřešit nejdříve, na druhém místě druhý nejpodstatnější úkol apod. Předpokládá se dále, že i voliči své politické cíle řadí do určité agendy. A konečně i v médiích můžeme rozpoznat agendu politických cílů. Lze ji koneckonců odvodit z četnosti a nápadnosti, s níž média o různých tématech informují. O jistých tématech se pojednává velmi často a se zvýšeným důrazem, jiná se vyskytují méně a nenápadněji.

Američtí vědci Maxwell McCombs a Donald Shaw, kteří tento způsob pohledu poprvé použili, analyzovali při prezidentských volbách v roce 1968 zpravodajství masových médií prostřednictvím kandidátské agendy různých stran. Zkoumali pomocí obsahové analýzy zpravodajství v masových médiích a podle důležitosti zpravodajských témat se pokusili odvodit mediální agendu. Porovnali ji s volební agendou, to znamená s významem, jež v šetření veřejného mínění přisoudili voliči jednotlivým tématům. Na základě poměrně vysoké shody obou hodnotových škál vyvozovali, že volební agenda se řídí agendou mediální. Hovořili o mediální „agenda-setting function“, tedy o schopnosti masových médií ustavovat agendu.

Od roku 1972, kdy autoři zveřejnili svůj výzkum, již byly zveřejněny stovky dalších podobných studií zpracovaných metodou výzkumu agenda-setting. K této metodě patří vedle výzkumu veřejného mínění sloužícího k zjištění voličské agendy vždy také obsahová analýza médií, tedy tisku, rozhlasu a televize. Na rozdíl od McCombsovy a Shawovy studie, která se zaměřila pouze na vztah mezi médii a voliči, zkoumaly jiné studie i agendu politických stran. Tímto způsobem se dají zkoumat vztahy mezi všemi třemi aktéry - politiky, žurnalisty a voliči.

Jako příklad si můžeme uvést výzkum vztahů mezi politickými stranami, voliči a lokálním tiskem, provedený v Lipsku při prvních svobodných komunálních volbách, konaných ještě v tehdejší NDR v březnu 1990.

Obr. 7 Agenda stranických, voličských a novinových témat při komunálních volbách v Lipsku 1990

Strany	Voliči	Tisk
1. Zavedení tržního hospodářství sociální politika, rodina, zdravot.	1. Měnová unie	1. Cesty k něm. jednotě
2. Životní prostředí, energie, obecní správa	2. Sociální politika	2. Způsob kom.voleb
3. Rozvoj města Lipska, bytová a městská výstavba	3. Trh práce, nezaměst.	3. Překonávání historie
4. Média, kultura, umění, hospodaření s byty	4. Životní prostředí, energie	4. Měnová unie
5. Rovnoprávnost	5. Bytová a městská výstavba	5. Strany, občanská zájmová hnutí
6. Vzdělání, věda	6. Hospodaření s byty	6. Rozvoj demokracie
7. Cesty k německé jednotě, rozvoj demokracie, pracovní trh, překonávání historie	7. Zavedení trž. hospod.	7. Životní prostř., energie
	8. Cesty k německé jednotě	8. Armáda, policie, soudnictví
	9. Rozvoj města Lipska	9. Sociální politika, rodina, zdravotnictví
	10. Obavy a strach	10. Mír, odzbrojování
	11. Překonávání hist., doprava	11. Bytová a městská výstavba
	12. Zásobování obyvatelstva	12. Média, kultura, umění

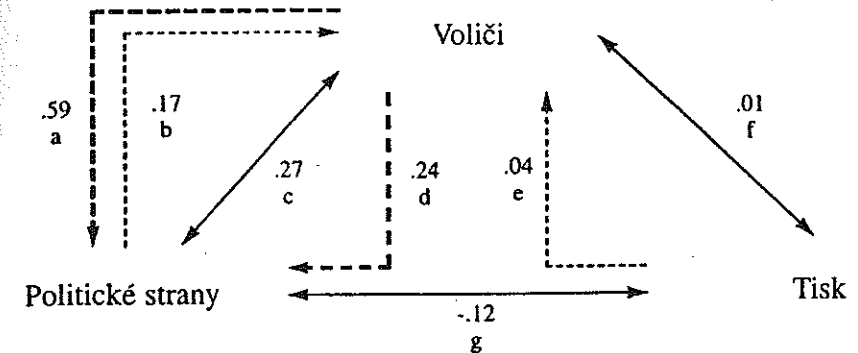
Pořadí témat podle důležitosti získané dotazováním, popř. obsahovou analýzou tisku.

Obrázek č. 7 porovnává agendy stran, voličů a tisku. Novinová agenda byla zkoumána pomocí obsahové analýzy lokálního tisku, stranická agenda a agenda voličů se šetřila prostřednictvím otázek kladených politikům,

popř. voličům. Kromě toho byli politici dotazováni také na své představy o voličské agendě a voliči zase na svůj předpoklad volební agendy politiků (tedy na předpoklad převažující tematické škály ve volebním boji).

Různé výzkumy umožňují řadu porovnání všech tří hlavních aktérů. Na obrázku č. 8 vidíme výsledek podobného šetření.

Obr. 8 Vztahy mezi tematickou agendou stran, voličů a tisku



- a: voličská agenda/voličská agenda v očích politických stran
- b: stranická agenda/agenda kampaně v očích voličů
- c: stranická agenda/voličská agenda
- d: stranická agenda/voličská agenda v očích politických stran
- e: novinová agenda/agenda v očích voličů
- f: novinová agenda/voličská agenda
- g: stranická agenda/novinová agenda

Pomocí různě silných linek, popř. šipek, tu je zaznamenána patrná shoda mezi agendou všech tří skupin. Přerušované linky znázorňují představy, resp. domněnky. Stupeň shody je vyjádřen statistickým údajem, takzvaným korelačním koeficientem. Tento koeficient může zachytit hodnoty od -1 do +1. Čím je vyšší hodnota v pozitivní položce, o to je vyšší shoda mezi srovnávanými agendami.

Korelace 0.59 pro vztah a, jak je vyjádřen v grafu, ukazuje poměrně vysokou shodu mezi předpoklady politiků o voličské agendě a skutečnou voličskou agendou. Koeficient s nízkou (pozitivní) hodnotou vyjadřuje, že mezi

srovnávanými agendami existuje pouze slabá shoda. Voliči měli v Lipsku pouze mizivou představu o politických cílech stran (vztah b, korelace 0.17).

Příčinou zřejmě bylo nedostatečné zpravodajství v tisku. Pozornost, jakou věnovaly politickým cílům noviny, v ničem neodpovídala stranické agendě. Tisková agenda a agenda politických stran byly dokonce lehce protichůdné. Proto vychází pro vztah g negativní hodnota -0.12. Zdůvodňuje to rovněž, proč neexistuje odpovídající shoda mezi agendou tisku a voličskou agendou (vztah e a f s hodnotami kolem nuly). Novináři tedy podle tohoto zjištění buď neměli žádný cit pro důležitost cílů, které si kladli politici a populace, nebo sledovali naprosto jinou škálu politických cílů, které se výrazně odlišovaly od agendy jiných zúčastněných skupin.

3.3 Společenskokritický zájem:

Výzkum voleb podle problémových okruhů

Výzkum volební komunikace nejen slouží politikům jako podklad a umožňuje vědecký výklad, ale má často i společenskokritický rozměr. Poukazuje rovněž na chybný vývoj nebo nedostatky, které mohou být pokládány za problematické. Výsledky výzkumu mají pak sloužit přesnému odhalení kritického vývoje, ukazovat na problémy a pokud možno i nacházet způsoby jejich řešení.

Výzkum zvláště kriticky sleduje dva vývojové směry: tzv. „amerikanizaci“ volebního boje a informační kvalitu volební komunikace, především kvalitu volebního zpravodajství. Oba problémy spolu souvisí.

Amerikanizaci se rozumí především uplatnění marketingových metod ve volebním boji. Tato praxe byla vypracována v USA a postupem času byla zavedena i v dalších zemích. Pro marketingový přístup je zapotřebí profesionálního volebního managementu, který pracuje na základě vědeckých poznatků. Profesionálové volebního managementu jsou odborníci v oboru komunikace, tzn. mediální poradci, novináři, odborníci v oblasti reklamy a public relations. Velmi podstatnou roli sehrávají v takovém volebním týmu také odborníci na výzkum veřejného mínění, kteří vypracovávají situační analýzy a průběžně kontrolují účinnost kampaní.

Podle amerického vzoru je pro profesionální management nejdůležitějším médiem volebního boje televize. Má totiž nejlepší předpoklady zasáhnout a ovlivnit nepolitické občany i ty takzvaně nerozhodné. Nerozhodnutí nemají pevnou ideologickou vazbu na žádnou politickou stranu. Při jedněch volbách se rozhodnou pro tu stranu, při dalších zase pro jinou a nechá-

vají se unášet okamžitými náladami, aktuálními tématy a image kandidátů. Tito voliči bývají často „jazýčkem na vahách“, to znamená, že jejich hlas rozhoduje, které politické seskupení se dostane k vládě. Počet nerozhodných voličů v moderních demokraciích výrazně vzrostl.

K amerikanizaci patří personalizace volebního boje. Kampaně se přizpůsobuje osobnosti hlavního kandidáta. Osobnost kandidáta je důležitější než politické cíle. Kandidát je programem.

Pro personalizaci je podstatné, aby kandidát měl především vhodné komunikační schopnosti, byl rovněž telegenem - řečeno jinak, měl pro televizi zvláště přijatelné fluidum. Takřka ideální osobností politika v tomto smyslu byl americký prezident Reagan, vyučený a zkušený filmový herec. Velké politické strany dnes často zaměstnávají herce, psychology a novináře, aby jim vyškolili kandidáty pro televizní vystoupení. Učí se přitom ztělesňovat i určité zvláštní image.

Vzhledem k tomu, že image kandidátů bývá často rozhodující, využívá se nezdídka i strategie „negative campaigning“ - útočného volebního boje. Podobná strategie se zaměřuje na zničení nebo zošklivení politického protivníka. Někdy se při těchto metodách využívají velmi nečestné prostředky, např. kompromitující informace ze soukromého života kandidátů, vymyšlené, nebo dokonce inscenované skandály.

Marketingové metody, profesionální management volební kampaně využívající komunikačních aspektů voleb, personalizace a negative campaigning, image-styling kandidátů, soustředění se na televizi jako nejpodstatnější médium - to vše patří mezi charakteristické rysy amerikanizace volebního boje. Tyto rysy se z mnoha důvodů pokládají za problematické a bývají často kritizovány.

Přenesením marketingových metod se hlavní funkce volebního boje odsouvají do pozadí. Ustupují především spory mezi rozdílnými politickými cíli, které jsou obsaženy v programech jednotlivých stran. Místo toho se jedná především o to „prodat“ voličům co možná nejatraktivnější představu o kandidátovi. Do popředí se dostávají především otázky „obalu“ kandidáta a působivá komunikace. Daleko silněji než programy zasahují do volebních bojů komunikační experti.

Na zesílení všech dalších průvodních problematických jevů amerikanizace volebních kampaní se rovněž podílejí masová média. Už jenom tím, že se televize stává určujícím médiem kampaní, získává masová komunikace - oproti osobnímu oslovení voličů - ve volební kampani podstatné místo. Management volebních bojů se tak musí přizpůsobit potřebám médií, pře-

devším televize. Personalizace výrazně vyhovuje televizním potřebám, neboť právě prostřednictvím televize lze velmi snadno představovat osoby, zatímco politické programy jen obtížně.

Rovněž negative campaigning je mediálně velmi působivý postup, neboť vychází vstříc potřebám senzace. O detaily ze soukromého života politiků, o aféry a skandály se zajímají především ta média, pro něž znamená žurnalistika více obchod než veřejné poslání. Protože se podobná média - hlavně však soukromé televize - v posledním desetiletí značně rozšířila, ovlivnila amerikanizace volební boje mnoha evropských demokracií.

Jako zvláště spektakulární příklad můžeme uvést vývoj v Itálii, který vedl v roce 1994 k vítězství stavebního podnikatele a mediálního magnáta Berlusconiho. Berlusconi využíval možnosti nabízené marketingovými přístupy téměř perfektním způsobem. Nevycházel přitom jen z poznatků zkušených marketingových odborníků svého podnikatelského konglomerátu. Pro svůj volební boj využil také soukromé televizní stanice, které jsou součástí jeho firemního celku.

Existuje už celá řada empirických šetření, která se zabývají Berlusconiho volební kampaní a amerikanizací volebních bojů v dalších evropských zemích. Sledují se v nich a komentují jak politické aspekty, tak aspekty informační kvality.

Podle kritického úsudku amerikanizace kvalitě volební komunikace škodí. Zhoršení kvality se projevuje především ve volebním zpravodajství, tvořícím nejpodstatnější informační zdroj pro voliče. O informačně chabé, amerikanizované kampani se ani nedá informovat jinak než stejným způsobem. Na druhou stranu však média posilují problematické aspekty volební kampaně jako rezonanční stěna.

Jestliže se během volební komunikace dostatečně neobjasní rozdílné politické cíle a programy stran, nedostane volič žádný informační základ, aby dospěl k racionálnímu volebnímu rozhodnutí. Stojí-li ve středu pozornosti volební komunikace image politika, jeho osobní spory a skandály, jsou-li show zajímavější než politické obsahy, ztrácí volební boj a příslušné zpravodajství o něm mnoho ze své politické funkce. Nízkou informační kvalitou mají rovněž zprávy o průzkumech veřejného mínění a o volebních prognózách, jestliže podobně jako při dostizích předvádějí pouze šance na vítězství špičkových kandidátů.

Naskytá se pak otázka, zda jsou média ve volební boji schopna vypořádat se se svou veřejnou úlohou. Často se právě toto stává ústřední otázkou, z níž vycházejí obsahové analýzy mediálního zpravodajství.

4 Shrnutí

V demokratickém státě získávají parlamentní a vládní rozhodnutí svá oprávnění svobodnými volbami. Voliči přitom rozhodují mezi různými politickými cíli, jejichž nositeli jsou politické strany. O politických cílech vstupujících do voleb a o politikách, kteří tyto cíle chtějí uskutečňovat, se voliči dozvídají především z masových médií. Masová média tak plní úlohu služby veřejnosti. K této úloze náleží, že média informují o průběhu a obsahu volebního boje, nabízejí stranám a politikům tribunu a spolupůsobí při vytváření veřejného mínění.

Jak masová média tuto roli plní a jaký vliv přitom vyvíjejí na samotné volby, patří mezi otázky, jimiž se výzkum masové komunikace velmi intenzivně zabývá. Do popředí se přitom dostávají rozdílná zaměření výzkumu, jednak orientace na poskytování politických rad, dále snaha o vědecké poznání a konečně odhalování a řešení společenských problémů. Podle těžiště zájmu se volí různé výzkumné metody a sledují se různé otázky.

Literatura

- Lasswell, H. D. (1948). *The Structure and Function of Communication in Society*. In: Lyman, B. (ed.): *The Communication of Ideas*. New York: Harper and Row.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., Gaudet, H. (1944). *The People's Choice. How the Voter makes up his Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- McCombs, M. E., Shaw, D. L. (1972). *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. In: *Public Opinion Quarterly* 36, str. 176-187.
- Radunski, P. (1996). *Politisches Kommunikationsmanagement. Die Amerikanisierung der Wahlkämpfe*. In: *Politik überzeugend vermitteln. Wahlkampfstrategien in Deutschland und in den USA. Analysen und Bewertungen von Politikern*, herausgegeben von der Bertelsmann Stiftung. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung, str. 33-52.
- Reiser, S. (1994). *Partei Kampagne und Medienberichterstattung im Europa-Wahlkampf 1989. Eine Untersuchung zu Dependenz und Autonomieverlust im Verhältnis von Massenmedien und Politik*. Konstanz: UVK Medien/Ölschläger.
- Schulz, W. (1994). *Wird die Wahl im Fernsehen entschieden? Der „getarnte Elefant“ im Lichte der neueren Forschung*. In: *Media Perspektiven*, 4-7, str. 318-327.
- Schulz, W., Scherer, H., Lutz, B., Kecke, A., Wagner, H. (1991). *Democracy comes to Leipzig. GDR: Political Communication in the First Free Local Election after the Fall of the Communist Regime*. In: *European Journal of Communication*, 6, str. 391-416.
- Semetko, H. A., Schönbach, K. (1994). *Germany's Unity Election: Voters and the Media*. Cresskill, NJ: Hampton Press.

Úvod do metody obsahové analýzy

Helmut Scherer

1 Analýza mediálních obsahů ve výzkumu politické komunikace

Analýza mediálních obsahů je jedním z hlavních úkolů při výzkumu politické komunikace. Tento úkol lze řešit mnoha různými způsoby. Na tom, jaké si odborník stanoví úkoly, závisí i to, jakou metodu analýzy použije. Jako typické příklady lze připomenout dva metodické přístupy k analýze, jež se od sebe vzájemně v mnohém liší: na jedné straně hermeneutickou textovou a obrazovou analýzu, na druhé straně kvantitativní obsahovou analýzu. Podstatným rozdílem mezi oběma způsoby je stupeň strukturovanosti, popř. otevřenosti postupu.

Hermeneutická analýza vychází z literárně vědní textové interpretace. Pomocí subtilních interpretačních postupů se pod povrchem textu odhalují jeho skryté hlubší struktury. Odkrývají se autorské intence a poukazuje se na specifické argumentační struktury. Pro tuto metodu je charakteristická vysoká míra otevřenosti a velmi důkladný rozbor jednotlivých mediálních obsahů. Z toho vyplývají specifické přednosti i slabiny hermeneutické analýzy. Tímto postupem je možné analyzovat pouze několik málo textů, zato z mnoha různých aspektů. Pro zpracování většího množství textů je však tato metoda nevhodná. Navíc je tento způsob rozboru silně subjektivní. Výsledek výzkumu je spjatý s osobou, která výzkum provádí. Poznávací proces mohou ostatní ověřit jen velmi podmíněně. Různí odborníci se mohou dohodnout na velmi rozdílných výsledcích.

Na rozdíl od hermeneutické analýzy je kvantitativní obsahová analýza vysoce strukturovaným a selektivním procesem. Tento postup vychází ze sociálněvědních metod měření a kvantifikace a při jeho použití se mediované obsahy zkoumají s ohledem na několik vybraných znaků. Charakteristickým rysem této metody je vysoká míra strukturovanosti a s tím je spojen i vysoký stupeň ověřitelnosti. Při rozboru podléhá každý krok explicitně formulovaným pravidlům. Mezi další přednosti této metody patří možnost zpracovat velké množství textů (nebo jiných mediovaných

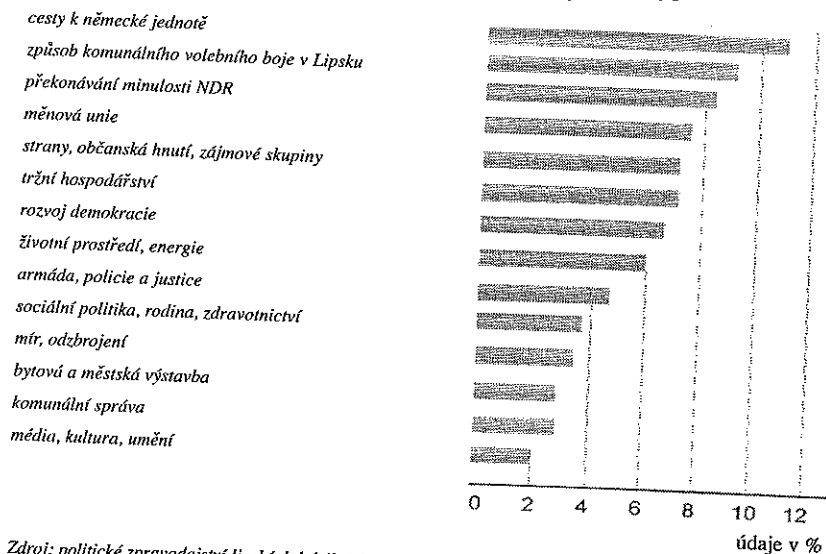
obsahů) a výsledky šetření podrobit statistickým analýzám. Výsledky se pak navíc dají precizně a přehledně znázornit v číselných hodnotách, tabulkách a grafech.

Mezi těmito dvěma ideálními typy leží široká škála smíšených forem. Můžeme také použít kombinovaný přístup obou těchto metod. Často je hermeneutická analýza předstupněm kvantitativní analýzy.

V následujícím textu se soustředíme na kvantitativní obsahovou analýzu. Popíšeme si, jak se prakticky provádí.

Obsahová analýza je kvantitativní výzkumnou metodou pro systematický a intersubjektivně ověřitelný popis komunikačních obsahů, vycházející z vědecky podloženého kladení otázek.

Obr. 9 Mediální agenda v lokálním volebním boji v Lipsku 1990



Zdroj: politické zpravodajství lipských lokálních novin 17. 4.–5. 5. 1990, 1730 příspěvků. Do tabulky byla zařazena témata, kterým bylo v článcích věnována alespoň 2 % obsahu

Výsledkem a cílem obsahové analýzy je kvantitativní popis mediovaných obsahů. Jako příklad slouží obr. 9. Popisuje tematické rozčlenění předvolebního zpravodajství v lipských denících před komunálními volbami v roce 1990. Z obrázku je patrné, že „cesty k německému sjednocení“ představovaly v komunálním předvolebním boji nejdůležitější téma. Teprve na druhém místě následovalo komunálněpolitické téma způsoby komunálního volebního boje v Lipsku. Všeobecně je možné konstatovat, že v komunálním volebním boji převažovala celonárodní témata, zatímco komunálněpolitická témata tvořila méně podstatný díl.

2 Výzkumný proces

Na začátku výzkumného procesu stojí...

Je třeba vypracovat metodu, která umožní odpovědět na zadání výzkumného tématu. Tuto etapu výzkumného procesu nazýváme...

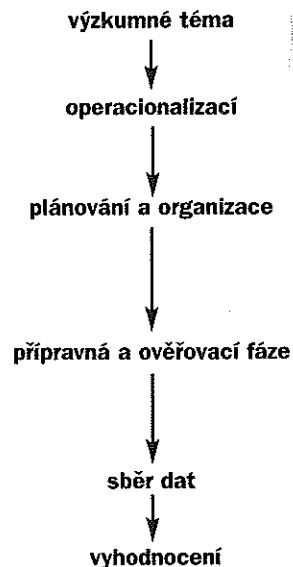
Pokud jsme stanovili metodu výzkumu, musíme si vymezit časový i organizační průběh šetření. Kromě jiného musíme získat spolupracovníky. Jsme tedy ve fázi...

Po zajištění personálních, metodických a technických předpokladů, ale ještě před zahájením vlastního šetření, si musíme ověřit vhodnost výzkumných metod. Nesmíme opomenout ani proškolení spolupracovníků. Vlastnímu šetření předchází...

Jestliže se naše metody i spolupracovníci osvědčili, následuje...

Když už jsme získali data, pak je musíme analyzovat a interpretovat. Závěr výzkumného procesu tvoří...

V praxi nelze jednotlivé fáze šetření od sebe přísně oddělovat. Může se např. stát, že se při ověřování pracovních postupů musí metoda práce pozměnit. Znamená to rovněž, že je také zapotřebí dále pracovat na operacionalizaci výzkumného tématu. Může se ale také stát, že se při vyhodnocování vyskytnou nová výzkumná témata, která si mohou vyžádat i dodatečné šetření.



3 Příprava zadání

Jak už bylo řečeno v první kapitole, existují tři vědecké kontexty, v nichž zjištění o mediálních obsazích mají svůj význam: politické poradenství, kritické zkoumání účinnosti mediálního systému a ověřování vědeckých teorií. Zadání výzkumu může tedy vycházet z teoretických úvah a ze stávajících výsledků šetření nebo z praktického či kritického zájmu o přesné znalosti mediálních obsahů.

Často se stává, že před stanovením konkrétního zadání výzkumu existuje jen vágně formulovaný zájem o určité aspekty mediálních obsahů či jejich ztvárnění. Zadání vzniká teprve v konfrontaci s odbornou literaturou. Prakticky to znamená, že na začátku obsahové analýzy je zapotřebí – stejně jako při každém jiném vědeckém bádání – zpracovat relevantní odbornou literaturu.

Než přistoupíme k vypracování metod obsahové analýzy, musíme si nejprve ujasnit, zda je kvantitativní obsahová analýza nejvhodnějším způsobem, jak optimálně odpovědět na zadanou otázku. Tuto metodu nelze užít pro vyřešení všech komunikačněvědních problémů. Předpokladem pro využití kvantitativní obsahové analýzy jsou otázky, které mají alespoň nepřímou vazbu na mediální obsahy.

Pokusíme se nyní popsat první kroky potřebné pro stanovení zadání. V dalším textu se budeme k tomuto příkladu stále vracet a znázorníme si na něm nejpodstatnější aspekty metody obsahové analýzy.

Masová média sehrávají ve volebním boji specifickou roli. Seznamují voliče s představami politických stran a mohou rovněž politikům zprostředkovat obraz o náladách mezi občany. Zvláště podstatné jsou dva aspekty: kandidáti a témata. Ve vysoce rozvinutých společnostech znají občané své politické elity jen ve výjimečných případech osobně. Důležitou zprostředkující úlohu na sebe v podobných situacích přebírají média. Seznamují občany s kandidáty a umožňují jim, aby se rozhodli. Volby jsou však vždy také rozhodováním o politických cílech, popř. tématech. Ve volbách rozhodují občané (i když nepřímo), jakými problémy se politika v budoucnu bude zabývat a jaké úkoly bude řešit. Masovým médiím se tu přisuzuje zcela zvláštní místo. Voliči chtějí vědět, jaké cíle navržení politici sledují, a politici se potřebují dozvědět, jaké cíle a jaká témata považují voliči za podstatná. Masová média tu plní nezastupitelnou zprostředkující roli mezi politikou a občany. Sama však také podněcují projednávání podstatných témat.

Takové chování masových médií se zkoumalo na příklad na pozadí specifické historické situace. V roce 1989 a 1990 procházela NDR obdobím revolučních změn od diktátorského k demokratickému systému. Ve zmíněném období se v NDR konaly dvoje demokratické volby: 19. března 1990 do Sněmovny lidu a 6. května 1990 komunální volby. Šetření, o němž tu pojednáváme, se provádělo při komunálních volbách. Obsahová analýza byla pouze jednou ze tří uplatňovaných výzkumných metod a byla doplněna dotazováním politiků a občanů.

Naše **výzkumné téma** tedy zní:

Jakou roli sehrála masová média v NDR v době politického zlomu, při komunálních volbách 1990?

Toto šetření spojuje prvky různých výzkumných metod.

Zkoumají se jak média samotná, tak také komunikačněvědní teorie.

4 Operacionalizace výzkumného tématu

4.1 Zadání výzkumu

Většinou bývá výzkumné téma formulováno poměrně abstraktně, obsahuje výpovědi o objektech (v našem případě o médiích) a jejich vlastnostech (v našem případě o zprostředkovatelské roli). Obvykle se nedá výzkumné téma prověřit přímo a je nutné abstraktní pojmy v něm obsažené nejprve upřesnit. Pak je nutné objekty obsažené v tématu konkrétně definovat a pokusit se nalézt měřitelné ukazatele vlastností v tématu vyjádřených.

Téma našeho výzkumu tedy znělo:

Jakou zprostředkovatelskou roli zaujímal masová média v NDR mezi občany a politiky při komunálních volbách v roce 1990?

Toto téma výzkumu obsahuje několik prvků, které si nyní musíme definovat tak, aby je bylo možné při šetření zkoumat:

1. média v NDR,
2. regionální volební boj 1990,
3. zprostředkující role mezi politiky a voliči.

ad 1. Vzhledem k tomu, že nemůžeme analyzovat všechna média NDR, musíme si stanovit, jaká média budeme podrobně zkoumat.

ad 2. Musíme si vymezit období, které budeme pokládat za období volebního boje, a sjednotit se na tom, co pokládáme za zpravodajství o komunálním volebním boji.

ad 3. Je zapotřebí si stanovit kategorie, podle nichž budeme posuzovat zprostředkovatelskou roli médií.

4.2 Požadavky na výzkumné metody

Ještě dříve než začneme s obsahovou analýzou, je nutné učinit několik základních rozhodnutí. Každé takové rozhodnutí má podstatný vliv na další práci.

Všechna důležitá rozhodnutí při výběru metod využívaných pro obsahovou analýzu musí odpovídat určitým zásadám. Označili jsme již dříve obsahovou analýzu za systematický a intersubjektivně ověřitelný způsob popisu mediálních obsahů. Systematický znamená, že se všechny mediální obsahy zpracují stejným způsobem. Intersubjektivně ověřitelný znamená, že všichni ostatní – alespoň v zásadě – budou schopni při aplikaci našich výzkumných metod reprodukovat naše výsledky. Je-li splněna tato podmínka, je možné prověřit přiměřenost a spolehlivost našeho metodického přístupu.

Ve vědecké terminologii se pro přiměřenost a spolehlivost většinou používají pojmy validita a reliabilita. Představují nejdůležitější kvalitativní nároky kladené na vědecká šetření. Reliabilita znamená, že metody využívané při šetření jsou zpracovány a zdokumentovány tak, že každý odborník, který tyto metody použije na stejném materiálu, musí dojít ke stejným výsledkům. Výsledky analýzy nemohou záviset na osobách provádějících analýzu, nýbrž na metodách a analyzovaném materiálu.

Validitou se rozumí požadavek, aby výzkumné metody měřily opravdu to, co zamýšlíme měřit.

Poněvadž jsou při realizaci obsahové analýzy finanční, osobní i časové možnosti většinou omezené, je zapotřebí již při plánování myslet ekonomicky. Je nutné mít na paměti, že analýzu můžeme realizovat skutečně jen s těmi prostředky, které opravdu máme.

Uvedené požadavky spolu souvisí. Reliabilita je předpokladem validity. Pouze poctivá analýza může mít validní výsledky. Reliabilita i ekonomie jsou konec konců dvě strany jedné mince, totiž použitelnosti výsledků šetření. Čím jednodušší lze šetření uskutečnit, o to spolehlivěji a rychleji je lze provést. Starost o ekonomii šetření souvisí rovněž s jeho validitou. Jestliže nám dojdou prostředky nebo trvá-li šetření příliš dlouho, může to zname-

nat, že studii neprovedeme v takové úplnosti, jak jsme zamýšleli. To větší nou omezí validitu výsledků.

4.3 Výběrový soubor

Operacionalizace začíná většinou vymezením výběrového souboru šetření, kterým se rozumí výběr jednotek přicházejících v úvahu pro analýzu.

Výběr se provádí ve čtyřech rovinách. Nejprve musíme rozhodnout, jaká média budeme rozebírat. Za druhé si musíme rozmyslet, jaké obsahy budeme v těchto médiích analyzovat. Za třetí si musíme stanovit, za jaké časové období budeme mediální obsahy sledovat. A konečně si musíme také specifikovat mediované obsahové jednotky.

Při výběru médií nesmíme opomenout, jaké požadavky klade zadání na výběr médií. Někdy se týká určitého média či skupiny strukturálně stejnorodých médií, jindy se zase implicitně vyskytnou při výběru médií jistá omezení. Budeme-li uvažovat např. o analýze zahraničního zpravodajství, které by bylo reprezentativní pro veškerá média, můžeme se možná rozhodnout, že podrobíme šetření pouze nejdůležitější zpravodajské agentury, neboť většina médií beztak ve svém zahraničním zpravodajství čerpá z agentur. Při jiném šetření, při němž např. budeme chtít znát, jak je některé z témat pojímáno v médiích s různým politickým zaměřením, si sestavíme mediální vzorek reprezentující přiměřeně různé politické směry. Je-li naše obsahová analýza součástí výzkumu působení médií na obyvatelstvo, může se ukázat jako účelné zkoumat jen média, která mají velký dosah mezi obyvatelstvem.

Vzhledem k tomu, že naše zdroje jsou většinou časově i finančně omezené, je velmi potřebná úvaha o vymezení co nejmenšího vzorku médií, který však přesto umožňuje dospět k přiměřenému výsledku. Obvykle nemáme zájem na celém obsahu jednotlivých médií. Zajímáme se většinou jen o určitou oblast, jako je politika, lokální či zahraniční zpravodajství, nebo nás dokonce zajímá jen zpravodajství o určitých událostech, jako např. předvolební boj, či některé žurnalistické útvary, jako je komentář. I tady platí, že je zapotřebí najít kompromis mezi požadavky na přiměřený a spolehlivý výzkum na jedné straně a omezenými prostředky na straně druhé.

Musíme rovněž vzít v úvahu časový úsek, který budeme rozebírat. Máme-li zájem např. o zpravodajství o určité předem nepředvídatelné události, pak ji můžeme většinou zkoumat teprve tehdy, jestliže se opravdu stane. Je-li však událost, kterou chceme učinit předmětem našeho zkoumání, předvídatelná, např. předvolební kampaň, pak je relevantní zpravodajství částečně paralelní k dané události, ale zčásti ho lze identifikovat již před samotnou

událostí. Zajímají-li nás účinky působení médií, pak musíme analyzovat média i v období, která těmto účinkům předcházejí.

Vezměme si jako příklad analýzu zpravodajství o předvolební kampani. V takovém případě se musíme rozhodnout, jaký časový úsek před volbami zahrneme do naší analýzy: týden, dva týdny nebo několik měsíců před samotnými volbami. Pokud nás zajímají dlouhodobé politické efekty předvolebního boje, pak musíme začít poměrně dlouho před samotným dnem voleb. Zpravidla to však, především z ekonomických důvodů, znamená, že můžeme sledovat jen určitý malý vzorek médií. Můžeme se např. soustředit jen na vybrané vzorky velmi vlivných médií. Usilujeme-li však o dobrý přehled o předvolebním zpravodajství v celém systému médií, pak si musíme vybrat pokud možno co největší počet různých médií. A to pak zřejmě bude znamenat, že musíme zkoumané období zkrátit.

Taková kritéria by se měla formulovat tak, aby se do šetření daly zahrnout všechny relevantní příspěvky. Kritéria by měla být také snadno použitelná. Kdyby se totiž měl pročíst, poslechnout či prohlédnout celý mediovaný obsah od začátku až do konce, a to jen proto, aby se rozhodlo, co je a co není relevantní, bylo by to značně náročné a neekonomické. Pak by se mohla provést obsahová analýza veškerého materiálu a žádná kritéria pro výběr relevantních příspěvků by nebyla zapotřebí. U tištěných médií musí stačit pohled na titulky nebo na perex článku nebo jen pouhé rychlé zběžné prolétnutí. Není tu zapotřebí ani důkladné pročítání a časově náročné vracení se k obsahu článku. Naše téma se týká médií v bývalé NDR. Protože jsme vzhledem k prostředkům, které jsme měli k dispozici, nemohli provést analýzu všech médií, museli jsme přistoupit k jejich selekci. V našem případě bylo hledisko výběru zřejmé. Protože komunální volby se vztahují k jednotlivým lokalitám a témata i aktéři se liší místo od místa, rozhodli jsme se pro volbu jednoho jediného velkoměsta. Zvolili jsme si Lipsko. To, že jsme si vybrali Lipsko, mělo především praktické důvody. Měli jsme v Lipsku na universitě kolegy, kteří s námi na šetření spolupracovali a převzali přímo na místě některé práce.

Soustředili jsme se na média s lokálním zpravodajstvím o Lipsku. Byly to tehdy prakticky pouze lokální noviny. Je pravda, že rozhlas a televize, ale i nadregionální a na jiných místech distribuované noviny občas něco o Lipsku zveřejnily. Bylo toho však tak nepatrně, že by se sotva vyplatilo sledovat i tato média. Vložené úsilí by rozhodně nemohlo odpovídat získa-

ným výsledkům. Naším záměrem bylo podrobně rozebrat zpravodajství při komunálních volbách, a tak jsme si pro náš mediální vzorek vybrali všechny noviny, které se tou dobou v Lipsku distribuovaly a obsahovaly lokální zpravodajství. Bylo to sedm deníků a jedny týdenní noviny.

Přiliš široce formulované výzkumné zadání „médiá v NDR“ se konkretizovalo na „lokální noviny v Lipsku“.

Naše téma se týká politické zprostředkovávací role médií v průběhu předvolebního boje při komunálních volbách. Výrazem „zprostředkovávací role“ chápeme, jak už bylo řečeno, naplňování vztahu mezi politiky a voliči. Podobné vztahy se většinou vytvářejí delší dobu a mohou se případně i měnit. Při šetření jsme se především snažili dovědět se něco i o období mezi volbami do lidové sněmovny (19. března 1990) a komunálními volbami (5. května 1990). Bohužel nám však naše prostředky nedovolily zkoumat po celý tak dlouhý časový úsek všechna média. Učinili jsme tudíž kompromis.

Rozebrali jsme v celém rozsahu nejrozšířenější místní noviny – „Leipziger Volkszeitung“. Ostatní listy jsme analyzovali jen za poslední etapu předvolebního období, od 17. dubna. Ohraničili jsme si tím také přesněji, co chápeme časovým úsekem „komunální předvolební boj“. Bylo však ještě nutné stanovit, které obsahy jsou pro nás v lokálních listech vzhledem k našemu zadání relevantní. K vymezení definice relevantnosti obsahu se ještě podrobněji vrátíme. Obecně ji můžeme charakterizovat asi následovně.

Analýze bychom měli podrobit všechny novinové příspěvky obsahující politické informace nebo informace, které mají zvláštní vztah k lokálnímu předvolebnímu boji. Neměli jsme zájem o celkové zpravodajství. Proto pro naši otázku neměly relevantnost sportovní stránky ani stránky s radami čtenářům.

4.3.1 Předvýběr materiálů

Jestliže jsme si již stanovili vzorek médií, pak si jako další krok musíme určit, jaké části médií budeme analyzovat. Může to být celý materiál určitého vzorku, mohou to však být rovněž pouze jeho jednotlivé části.

Analýzovat celý redakční obsah má smysl jen tehdy, jestliže chceme získat přehled o celé tematické šíři určitého média nebo mediálního typu. Často však máme zájem jen o zcela určité obsahy, jako např. o příspěvky, vztahující se k určitým tématům, událostem nebo určitým osobám. V takovém případě si musíme stanovit kritéria, podle nichž lze rozhodnout, které součásti mediovaného obsahu jsou pro dané šetření relevantní.

Jestliže jsme si už určili, jaké mediované obsahy v jakém časovém úseku budeme rozebírat, pak se v další fázi musíme seznámit se samotnými médii. Příliš rozsáhlý materiál je nutné zúžit a vybrat si z něj pouze vzorek. Prohlédneme vybraná média, popř. části médií, a pokusíme se zjistit, jak rozsáhlý je materiál, který máme analyzovat. Když se ukáže, že je relevantní materiál skutečně až příliš rozsáhlý, můžeme dospět k závěru, že je nutné vzorek zmenšit. Ukáže-li se však, že je relevantního materiálu příliš málo, pak se naopak může ukázat jako účelné mediální vzorek rozšířit.

Musíme se pokusit učinit si představu o mediovaných obsazích ještě z dalšího hlediska. Naším cílem je zjistit, jak lze relevantní mediované obsahy jednoduše identifikovat, jak lze materiál co nejlépe rozdělit do segmentů a jaké indikátory můžeme na materiál použít. V podstatě se jedná o to, abychom naše teoretické úvahy převedli do výzkumných metod, které lze aplikovat na zkoumané mediované obsahy.

4.4 Techniky zkoumání

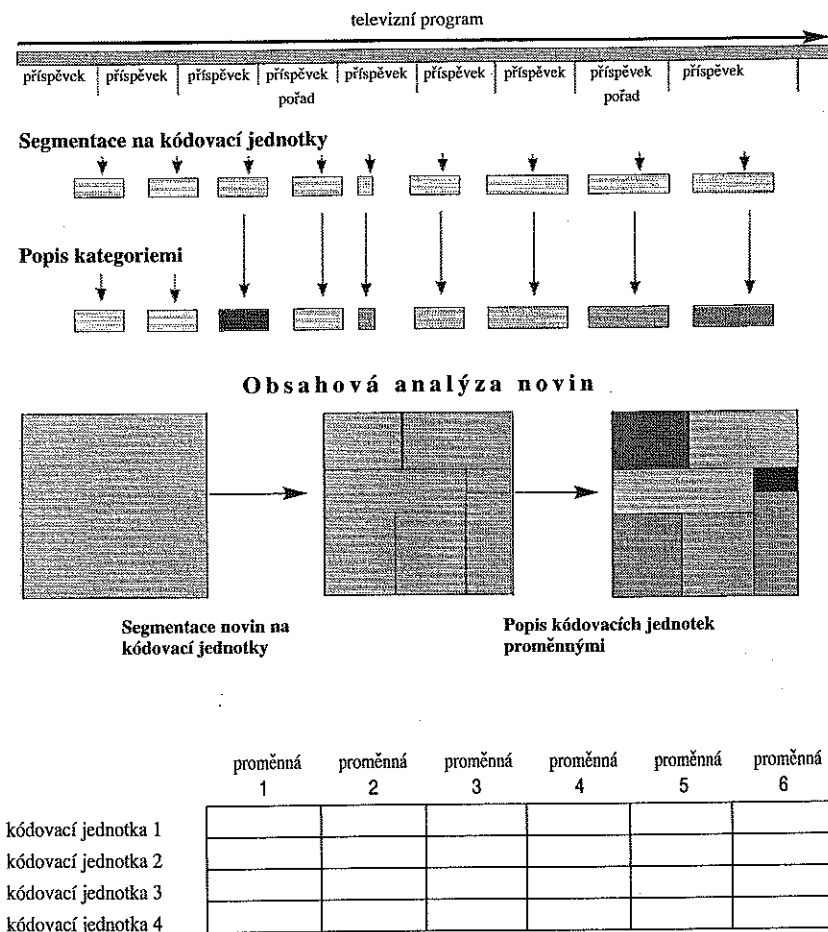
4.4.1 Kategorie pozorování

Abychom pochopili, jak je technika obsahové analýzy konstruována, musíme si nejprve ujasnit kódovací postupy. Kódováním označujeme praktický úkon, při němž mediované obsahy, které chceme analyzovat, identifikujeme a zaznamenáváme formou číselných hodnot - kódů. Jde o dvoustupňový proces. Prvním stupněm je segmentace mediovaných obsahů na jednotlivé prvky, kódovací jednotky. Tyto jednotky pak v druhé fázi popisujeme pomocí pevně stanovených kategorií. Obr. 10 takový proces znázorňuje.

Kódovací jednotka je jednotkou mediovaného obsahu, k níž se váže naše měření obsahu. Tvoří základ pozdějšího vyhodnocování. Kódovací jednotky se člení podle různých kategorií. Kategorie popisují vlastnosti mediovaného obsahu, které jsou relevantní pro naše téma. V odborné terminologii tyto znaky nazýváme proměnné, neboť se proměňují, to znamená, že mohou získávat různou hodnotu. Slouží jako indikátory pro různé prvky našeho dotazování. Každá kódovací jednotka se zařazuje ve vztahu ke každé relevantní proměnné. Jak se při tom postupuje, určují pracovní procedury.

Jednotlivé pracovní procedury pro kódování se shrnují do kódovací knihy. Samotný výzkum se provádí pomocí záznamového archu. Záznamový arch může být jen pouhým listem papíru, je však také možné připravit záznamový arch ve formě masky v počítači. Při kódování se v tomto případě zanáší kódy přímo do počítače.

Obr. 10



4.4.2 Kódovací jednotka

Zvláštní význam získává při obsahové analýze stanovení kódovací jednotky. U elektronických médií bývají tyto jednotky většinou definovány časově a u tištěných médií prostorově, např. hudební nebo mluvené pořady v rozhlasu a články nebo obrazový materiál v novinách.

Je nutné vypracovat velmi podrobné pracovní postupy, pomocí nichž lze relevantní materiál identifikovat a rozřídít do kódovacích jednotek. Naprosto přesně se stanoví, kdy jednotka začíná a kdy jednotka končí. Je zcela nevyhnutelné, aby se dal tento pracovní postup zcela přesně a snadno opakovat, aby každý, kdo podle této metody pracuje, mohl stejný materiál třídit do stejných segmentů. Všechny další kroky mohou být jen natolik spolehlivé, nakolik je spolehlivý krok první. Kdyby dva odborníci dospěli při studiu stejného materiálu k rozdílné segmentaci, pak by se lišily i jednotky, které odborníci zkoumají. Následná kategorizace by tudíž rovněž nebyla shodná.

Celkově je možné se shodnout, že jednoduchá formální členění jsou vhodnější než komplikované sémantické jednotky. Je např. relativně snadné vzájemně od sebe odlišit jednotlivé články v novinách, neboť jsou opticky dobře ohraničené. Daleko složitěji se však v jednotlivých člancích ohraničují samotná témata či argumenty. Ve filmu a televizi se např. snadno pozná nastavení kamery; každé nastavení je vymezeno stříhem. Pro dosažení cíle obsahové analýzy se může ukázat jako nezbytné vrátit se i ke složitým vymezením. Opět platí, že je nutné dbát na vymezení výzkumného zadání. Velmi hodnověrné rozčlenění, které však nedovoluje rozumně zodpovědět stěžejní problém šetření, je nesmyslné. Nelze dbát pouze na spolehlivost, nýbrž i na validitu.

Abychom plně pochopili problematiku tohoto kroku, měli bychom si ujasnit, jak média fungují. Z technického hlediska jsou televize a rozhlas tvořeny nepřetržitým proudem signálů. Tento proud rozložíme do jednotek, např. pořadů, příspěvků, výpovědí, obrazů. Různé segmenty mohou na sebe hierarchicky navazovat. Pořad je možné rozložit do příspěvků a příspěvek do výpovědí nebo nastavení kamer. Podobně je možné členit i tištěná média. Na první pohled představují rovněž jen prostorový shluk znaků. Jako čtenáři máme sklon znaky shlukovat do jednotek. Je poměrně výhodné stanovit jednotky obsahové analýzy pokud možno tak, jak by to udělal i naprosto nezkušený laik. Dají se pak v pracovním popisu snadněji definovat a zvyšuje se tím i spolehlivost kódování.

Naše zkušenost při zacházení s médii nám sice většinou dovoluje rozpoznat v mediální nabídce potřebné jednotky a rozdělit je účelně do prvků, avšak každý uživatel médií při tom postupuje jinak. Někdo v televizi pokládá už výpověď za vysílání, druhý nikoliv. U tištěných médií si jeden čtenář o vloženém rámečku může myslet, že se jedná o běžné pokračování textu, jiný zas, že je nutné ho pokládat za samostatný text. Ještě rozdílnější mohou

různí uživatelé postupovat při identifikaci menších jednotek, jako jsou témata nebo výpovědi, které jsou součástí určitých příspěvků. Různé přístupy by však při obsahové analýze způsobily značný problém, neboť by snižovaly spolehlivost celého šetření. Je proto účelné dospět k co možná nejjednodušší a nejuchopitelnější definici kódovací jednotky.

Čím menší jednotku si stanovíme, o to precizněji můžeme pojmut strukturu zpravodajství, o to komplikovanější a nákladnější však bude proces analýzy. Čím přesněji si vymežíme kódovací jednotku, o to složitěji zpravidla budeme jednotlivé jednotky od sebe spolehlivě odlišovat.

Pro naše šetření jsme potřebovali segmentovat zpravodajství v tištěných médiích. Pro tento účel stačilo hrubé rozdělení materiálu. Jako kódovací jednotku jsme zvolili příspěvek. Definice v kódovací knize zněla:

„Kódovací jednotkou je redakční příspěvek nebo volební reklama. Příspěvkem chápeme graficky ucelenou žurnalistickou jednotku s nadpisem nebo samostatný obrazový příspěvek s textem (jako nadpis mohou platit také značky), obrazový materiál k textovým příspěvkům se pokládá za součást příslušného textu.“

Tuto definici jsme mohli velmi dobře využívat pro precizní vyhledávání relevantních obsahů:

„Vyhledávání relevantních příspěvků:

kódují se všechny příspěvky s následujícími informacemi:

- a) informace o politických stranách a seskupeních v NDR, včetně vládních aktivit*
- b) informace o aktivitách vlády, politických stran a hnutí Spolkové republiky na území NDR a NSR včetně zahraničí. Aktivity NSR se podchycují jen v případě, pokud se jedná expressis verbis o sjednocovací proces (např. členství NDR v Evropské unii, NATO, hospodářské a měnové unii)*
- c) informace o místní komunální politice, starostovi, městských radách, městské správě, kulaté stoly apod.*
- d) informace o komunálních volbách*
- e) inzertaty zadavatelů volebních reklam.“*

4.4.3 Proměnné v obsahové analýze

Jestliže jsme si už materiál rozdělili do jednotek, musíme si také stanovit, jaké znaky na něm budeme podchycovat. Jednotlivé elementy předmětu výzkumu si musíme převést na měřitelné velikosti a znaky, které musí umožňovat zpětnou vazbu na výzkumné téma; to znamená, že musí být přiměřené, ale také snadno použitelné.

Nejprve si položíme otázku, které znaky jsou vůbec relevantní. Dojdeme-li např. k závěru, že pro naši výzkumnou otázku jsou podstatné znaky jako:

- politický dosah příspěvku
- jednající aktér
- politická strana aktéra a
- hodnocení aktéra,

pak je zapotřebí znaky definovat tak, aby je bylo možné při analýze jednoznačně zjistit.

Znaky mají zpravidla více charakteristik (proto je také nazýváme proměnné). Například znak politika může mít charakter:

- zahraniční politiky
- domácí politiky
- vojenské politiky
- hospodářské politiky.

Každá charakteristika dostane svůj vlastní číselný kód. Například zahraniční politika 1, domácí politika 2, armádní politika 3 apod. Tyto kódy se při analýze jednotlivých příspěvků zanášejí do záznamového archu.

Číselné hodnoty, které přidělíme určitým charakteristikám, mohou představovat zásadně odlišné údaje. Mohou sloužit jako ryzí pojmenování (nominální škála), mohou ukazovat pořadí mezi určitými jevy (ordinální škála), nebo mohou být „pravými“ hodnotami, jako je tomu např. u znaku délky nějakého příspěvku (metrická škála). Tyto rozdíly při škálování rozhodují posléze o tom, jaké statistické postupy použijeme při vyhodnocování výsledků analýzy.

Při použití nominálního škálování není mezi vyhledávaným znakem a přidělenými čísly žádný „přirozený“ vztah, neboť čísla jsou pouze náhodně přidělena. Číslo samo o sobě také nemá žádný význam, je pouhým stručným vyjádřením pojmenování charakteristiky znaků.

Příklad pro nominální proměnnou

Téma:

- 1 politika
- 2 hospodářství
- 3 sport
- 4 kultura
- 5 ...
- 6 ...
- atd.

Je však také možné, že číslo získá určitý význam. Může totiž vyjadřovat i určité pořadí, jestliže například přiřadíme znaku důležitosti nějakého tématu číselnou hodnotu.

Příklad pořadové škály

Důležitost tématu:

- 1 velmi důležité
- 2 spíše důležité
- 3 spíše nedůležité
- 4 zcela bezvýznamné.

Umístěním v pořadí tu číslo 1 vyjadřuje větší důležitost než čísla 2, 3 a 4. Numerické odstupy mezi čísly nevypovídají však zcela přesně o rozdílech v důležitosti. Je-li některé téma hodnoceno 1 jako velmi důležité, druhé s hodnotou 2 jako spíše důležité a třetí s hodnotou 3 jako spíše nedůležité, pak to neznamená, že odstupňování důležitosti je mezi těmito třemi tématy vždy stejné. Škála pořadí vypovídá pouze o vzájemné relaci mezi charakteristikami znaků – ve smyslu důležitější nebo méně důležité, větší nebo menší, pozitivnější nebo méně pozitivní apod.

Číselné kódy pro charakteristiky znaků mohou také znamenat skutečné hodnoty. V takovém případě pak hovoříme o metrické škále. Ta se uplatní vždy, měříme-li rozsah jednotky (u tištěných médií) nebo její délku (u elektronických médií). Nabízejí se však i jiné možnosti. Můžeme kupříkladu počítat četnost výskytu určitých prvků v kódovací jednotce, např. četnost, s níž se vyskytuje jistý typ aktérů, nebo četnosti nějaké výpovědi, např. negativně hodnotící výpovědi. Jedná se pak o metrické znaky kódovací jednotky (ne aktérů či výpovědí).

Rozlišujeme dva typy proměnných: identifikační proměnná a analytická proměnná. První slouží pouze pro identifikaci příspěvků. Umožňuje zpětně nalézt v médiích už analyzované příspěvky. Je to důležité především proto, že je možné analýzu ještě jednou zkontrolovat, vyjasnit sporné případy nebo opravit chyby v kódování.

Pomocí těchto proměnných je možné identifikovat každý příspěvek.

Abychom mohli identifikačním číslem označit rozhlasové jednotky nebo televizní vysílání, musíme zavést vysílací protokol, popř. protokol zvukové pásky nebo videozáznamu. Do něj si poznamenáváme umístění jednotky na pásku a k tomu ještě uvádíme příslušné identifikační číslo.

Pro identifikaci jsme v naší studii použili následující znaky:

Noviny

1 *Leipziger Volkszeitung*

2 *Sächsisches Tageblatt*

apod. ...

Měsíc

3 *březen*

4 *duben*

5 *květen*

Den (datum)

běžné číslo příspěvku

Příspěvky se v každém čísle novin číslují průběžně, čísla se uvádějí v novinovém výtisku vždy vlevo vedle nadpisu příspěvku.

Analytické, obsahové proměnné slouží k zodpovězení zadaného tématu a jsou v tématu zčásti formulovány jen abstraktně. Je proto nutné je převést na viditelnější znaky. Tento proces nazýváme operacionalizací, popř. tvorbou indikátorů. Přitom musíme dbát, aby měřený znak byl skutečnou konkretizací abstraktně pojmenovaného znaku v tématu (validita). Musíme si být naprosto jisti, že měříme to, co skutečně chceme měřit.

5 Plánování a organizace analýzy

5.1 Kódovači

Při rozsáhlejších analýzách nepřipadá v úvahu, aby kódování prováděl pouze sám analytik. Najímají se proto spolupracovníci, kteří tuto práci vykonávají, tzv. kódovači. Je svým způsobem výhodné, když mají kódovači alespoň základní znalost komunikačních strategií při kladení otázek. Často vykonávají práci kódovačů studenti, kteří si touto formou nejen přivydělávají, ale seznamují se tak se základy vědecké práce.

Zapojování kódovačů do výzkumu se pozitivně projevuje i na kvalitě šetření, mimo jiné se např. snižuje nebezpečí, že budou výsledky pod přílišným subjektivním vlivem autora šetření. Odborník je tak daleko více nucen zprůhlednit

své úvahy, neboť kódovači musí jeho záměry přenášet. Kódovači procházejí školením (kapitola 6), a to především proto, aby všichni postupovali stejně. Kritérium reliability, o němž jsme se již zmiňovali, platí především pro kódovače. Všichni kódovači musí stejný materiál kódovat podle shodných zásad.

5.2 Plán kódování

Čas, který máme pro určitou analýzu, je většinou předem omezen. Totéž platí i pro finanční prostředky, ovšem za předpokladu, že vůbec nějaké máme. Abychom mohli předem odhadnout, kolik pracovních hodin bude na celou analýzu potřebovat, děláme si zpravidla předem zkušební kódování.

Vyzkoušíme si, kolik materiálu můžeme nakódovat za určitou časovou jednotku (např. za hodinu). Je to pro nás důležité také proto, že si předem můžeme stanovit, kolik kódovačů k dosažení našich záměrů potřebujeme.

Platíme-li kódovačům hodinový plat, znamená to zpravidla, že si můžeme na celý projekt dovolit jen omezený počet kódovačů. To však musíme vzít v úvahu již na samotném počátku, kdy s prací začínáme. Nemáme-li jistotu, že nám mohou kódovači zpracovat celý materiál, pak necháme nejdříve zpracovat jen to nejpodstatnější. Teprve potom znovu zvážíme, zda nám zbývají prostředky ještě na další zpracování. Musíme si také předem rozmyslet, co a kdy při práci redukovat, abychom i při omezeném kódování dospěli k smysluplnému výsledku, a ne k výzkumnému „patvaru“.

Při zpracovávání médií, popř. obsahů, několika kódovači je jim zapotřebí materiál rozdělit pokud možno rovnoměrně nebo podle náhodných kritérií. Jsou-li mezi náhodným mediálním vzorkem např. různé novinové tituly, pak by měl každý kódovač - pokud to je možné - zpracovávat obsahy ze všech titulů. Ani při sebelepším školení totiž nikdy nedosáhneme toho, aby všichni kódovači pracovali zcela shodně. Rozdíly, které vzniknou při analýze, se při takovémto postupu rovnoměrně rozdělí na celý materiál a ve výsledku nebudou tak patrné.

5.3 Kódovací kniha a záznamový arch

Všechny pracovní pokyny pro kódovače jsou obsaženy v kódovací knize. Pro každou proměnnou je uveden:

- název proměnné
- definice
- podrobný pracovní návod
- hodnoty s příslušnými číselnými kódy

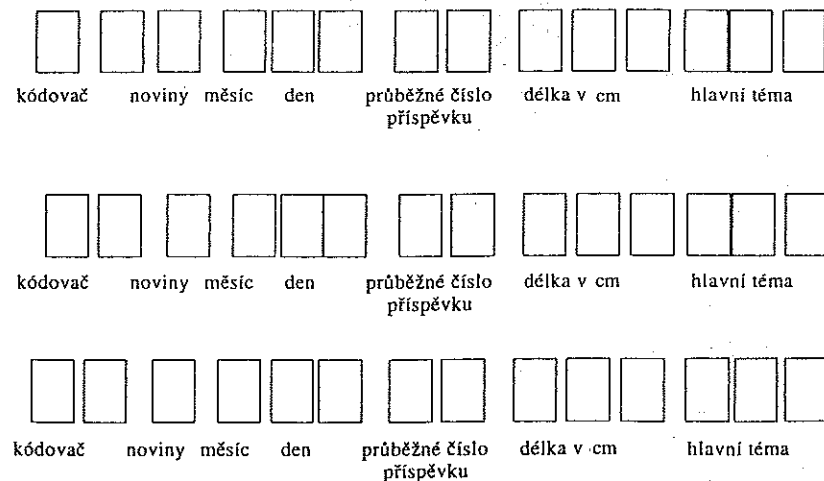
V kódovací knize jsou proměnné logicky uspořádány. Dbá se přitom na to, aby posloupnost v kódovací knize odpovídala jednotlivým krokům analýzy. Každý kódovač obdrží pro práci vlastní výtisk kódovací knihy.

Kódovací kniha neslouží pouze pro kódovače jako pracovní návod, nýbrž je také určitou dokumentací a je podle ní možné celý výzkum prověřit. Dokumentace pracovních postupů podle kódovací knihy umožňuje dalším zájemcům, aby si analýzu podle potřeby prověřili, popř. zhodnotili nebo zopakovali.

Výsledky se zanášejí do záznamového archu, popř. přímo do masky v počítači. V záznamovém archu (a popř. v masce v počítači) jsou uvedeny všechny proměnné v pořadí podle zpracování. U každé proměnné jsou kolonky, do nichž se zanášejí příslušné hodnoty - kódy.

Obr. 11 znázorňuje uspořádání záznamového archu. Všechny proměnné se pokud možno přehledně uspořádají tak, aby se jednotlivá pole dala snadno rozpoznat. Celou záležitost si můžeme usnadnit ještě tím, že políčka popíšeme. Je-li více proměnných, můžeme na jeden list zaneš více jednotek. Musíme také dbát na to, aby se jednotky od sebe dostatečně oddělily.

Obr. 11



6 Zaškolení a zkušební fáze

Po sestavení výzkumných metod následuje fáze zaškolování kódovačů a prověření metod (instrumentů). Kódovači se zaškolují a zacvičují, jak metod využívat. Často se ještě během ověřování výzkumné metody rozpracovávají a vylepšují. Zjistíme-li například, že se kódovači nemohou u některých proměnných dostatečně shodnout, pak musíme upřesnit kódovací instrukce, nebo musíme proměnné přesněji či jednodušeji definovat.

Shodné postupy kódovačů můžeme ověřit malou náhodnou zkouškou materiálu, který si necháme každým kódovačem vypracovat. Pak porovnáme kódování každé jednotlivé proměnné, a to jako dvojici vždy pro dva kódovače. Tak srovnáme každého kódovače s každým. Shoda kódování pro proměnné se počítá podle následujícího vzorce:

$$SK = 2 S / (K_1 + K_2)$$

SK = spolehlivost kódovačů

S = počet shodných kódů u jedné proměnné

K₁ = počet kódů proměnné kódovače č. 1

K₂ = počet kódů proměnné kódovače č. 2

Znamená to, že počet shodných kódů pro proměnnou každých dvou kódovačů znásobíme dvěma a výsledek vydělíme počtem jednotlivých kódů každého kódovače. Provedeme to se všemi porovnávanými dvojicemi všech kódovačů a s každou proměnnou. Průměrnou shodu pro proměnné mezi kódovací skupinou získáme jako aritmetický průměr ze získaných výsledků.

Hodnoty SK vyjadřují podíl shodných kódů. Hodnota SK leží mezi 0 a 1, přičemž v krajním případě neexistuje buď vůbec žádná shoda, nebo naopak naprostá shoda. Je pochopitelné, že bychom měli usilovat o co nejvyšší shodu hodnot. Vyhodnocení testu spolehlivosti závisí na charakteru proměnných. U jednoduchých proměnných bude hodnota nutně vyšší než u složitějších. Zpravidla by hodnota neměla být nižší než 0,7. U jednoduchých identifikačních proměnných (médiu, datum, den) by se výsledek měl co nejvíce blížit hodnotě 1.

Z testu zjistíme spolehlivost proměnných, ale rovněž spolehlivost jednotlivých kódovačů. Střední hodnota shody v poměru proměnné pro všechny kódovače vyjadřuje spolehlivost dotyčných proměnných. Není-li hodnota dostatečně přijatelná, musíme zlepšit pracovní postup pro danou proměnnou.

Porovnáním jednotlivých dvojic je možné prověřit spolehlivost každého kódovače zvlášť. Zjistíme-li například, že se jeden z kódovačů v porovnávaných dvojicích se svými kolegy relativně málo shoduje, znamená to, že ještě nepracuje dostatečně spolehlivě. Důvodem často bývá, že kódovač nepochopil zcela správně pracovní postupy nebo že není dostatečně spolehlivý. Musíme se pokusit nedorozumění objasnit, nebo kódovače lépe zaškolit, aby k podobným nedostatkům nedocházelo. Účinnost nápravy si musíme ověřit dalším testem spolehlivosti. Vykazuje-li pracovník u druhého (popřípadě dalšího) testu stále ještě značně velké odchylky, pak bude nutné s dotyčným kódovačem spolupráci ukončit.

Zjistíme-li v prvním testu, že spolehlivost jednotlivých proměnných není zcela uspokojivá, musíme po vylepšení pracovních postupů provést test druhý, popř. i další. Během celé zkušební etapy se metodika výzkumu neustále dopracovává a vylepšuje. Pokud se ukáže, že se jednotlivé proměnné nedají ani po několikrátém vylepšení pracovních postupů spolehlivě kódovat, pak je lepší se jich vzdát.

Ve zkušebním období se tudíž test spolehlivosti několikrát opakuje. Jak dlouho tato fáze testů a zaškolování trvá, závisí značnou měrou na komplexnosti výzkumné metodiky. Složitější metody sice umožňují větší počet zajímavých analýz, vyžadují však delší a intenzivnější školení a ověření.

Doporučuje se, aby byl test spolehlivosti proveden i v případě, kóduje-li si odborník materiál sám. Je to možné udělat dvojím způsobem. Je možné tentýž materiál kódovat s určitým časovým odstupem dvakrát za sebou a ze srovnání výsledku vyčíst, zda byla výzkumná metodika vždy využita stejným způsobem. Nebo je možné požádat jinou osobu, aby použila stejnou metodiku na stejném materiálu.

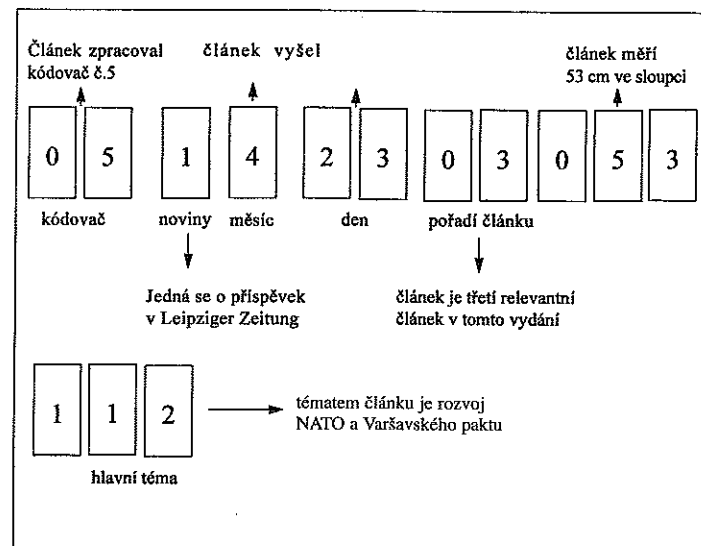
V tomto případě simulujeme něco na způsob testu se dvěma kódovači. Odborník si tak přezkouší, zda je jeho metodika srozumitelná i pro ostatní a padá-li vůbec v úvahu, aby bylo možné vyhovět podmínce opakovatelnosti.

7 Získávání dat a vyhodnocování

Ujistíme-li se při provedené zkoušce, že je metodika v pořádku a kódovači s ní dovedou spolehlivě zacházet, začíná teprve vlastní analýza (často tuto fázi nazýváme sběrem dat). Jestliže si odborník neprovádí analýzu sám, jak už bylo řečeno v kapitole o plánování a organizaci, rozdává se kódovačům materiál ke zpracování. Při šetření se charakteristiky každé kódovací jedno-

tky převedou pomocí kódovací knihy do podoby číselných hodnot a zanesou se do patřičných políček záznamového archu. Obr. 12 znázorňuje příklad vyplněného záznamového archu.

Obr. 12



Pokud se na analýze podílí více kódovačů, je především na počátku šetření účelné, aby pracovali společně v jedné místnosti. Mohou tak lépe zachytit drobné nedostatky, domluvit se o některých překryvech při kódování a dospět k jednotnému řešení. Dodatečné úpravy by se měly ještě zanechat do kódovací knihy nebo zvlášť zaprotokolovat. Pracují-li kódovači později samostatně, je zapotřebí scházet se na pravidelných setkáních. Kódovači si musí poznamenat nejasnosti, s nimiž se při své práci setkají, a ty si pak musí při pracovních schůzkách objasnit. Podobná setkání jsou důležitá i pro hlavního řešitele, aby věděl, jak práce pokračuje.

Záznamový arch musí být přehledně uspořádán nejen proto, aby se údaje daly dobře zanášet, ale aby se také daly dobře přečíst. Ze záznamového listu se hodnoty přenášejí do počítače (nekládají-li se data přímo do masky v počítači). Už při sestavování záznamového archu musíme dbát na to, abychom s ním později mohli snadno pracovat.

Máme-li data zanesena do počítače, je třeba je verifikovat a vyčistit. Prověrujeme, zda jsou zanesená data bezchybná. U většiny proměnných jsou možné jen určité hodnoty, ostatní jsou nepřipustné.

V následujícím příkladu se mohou vyskytovat pouze hodnoty 1 až 4, všechny ostatní jsou chybné.

Hodnocení důležitosti tématu:

1 velmi důležité

2 spíše důležité

3 spíše nedůležité

4 naprosto nedůležité.

Jestliže nějakou chybu nalezneme, musíme zpětně vysledovat, kde vznikla. Nejprve si musíme prověřit odpovídající záznamový arch. Najdeme-li tam správnou hodnotu, pak zřejmě chyba vznikla při přenosu do počítače. Je-li však chybná hodnota i v záznamovém archu, pak se musíme znovu vrátit až ke kódovanému materiálu, tedy např. k novinovému příspěvku, a provést správné kódování. Abychom mohli najít potřebný příspěvek, je důležité kódovací jednotky přesně označit identifikačními proměnnými.

Použitím masky pro ukládání dat je možné počet chybných údajů výrazně omezit. Počítač můžeme naprogramovat tak, aby už při ukládání rozpoznal nepřipustné hodnoty.

Kromě vyhledávání nepřipustných hodnot by se měla data vždy ještě překontrolovat, abychom si byli naprosto jisti, že jsou kompletní. Jsou zaneseny všechny sledované dny a všechna média? U řady následných čísel se dá snadno ověřit, zda některé nechybí.

Po prověření a korektuře dat následuje vyhodnocování. Většinou se pro sociálněvědní statistiku využívají už hotové soubory programů, jako je SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Jen s pomocí takových statistických programů se dají smysluplně a užitečně vyhodnotit data z šetření a dbát přitom na zadání výzkumného tématu.

Informační kvalita a její měření

Lutz Hagen

1 Veřejná role masových médií

Výměna informací potřebná pro fungující demokracii se převážně zprostředkovává masovými médii.¹

Od masových médií se tudíž očekává, že přinášejí zpravodajství odpovídající demokratickým hodnotám, tedy takové, které se nemusí shodovat s ekonomickými či politickými cíli novinářů ani vlastníků médií.

Siebert, Peterson a Schramm (1956) zavedli pro takovou situaci pojem social responsibility of the press (společenská odpovědnost tisku, tedy médií). V dalším textu budeme pro tento pojem používat výraz veřejná role masových médií. Kritéria kvality, která měříme ve výzkumu kvality, se odvozují z této společenské odpovědnosti médií, tedy jejich veřejné role.

Většina autorů se shoduje v tom, že veřejná role spočívá především ve třech dílčích funkcích:

1. Média mají informativní funkci - mají občanům umožnit, aby se racionálním způsobem a na základě obširných informací podíleli na politickém procesu.

2. Média by dále měla umožnit jednotlivcům i skupinám šířit fakta a názory. Je to současně příležitost, jak umožnit těm, kteří vládnou, seznámit se s názory rozšířenými mezi lidem (to je tzv. artikulační funkce médií, popř. funkce veřejného fóra).

3. Média mají střežit nebo kritizovat ty, kteří vykonávají moc nebo ohrožují demokracii (funkce kritiky, popř. kontrolní funkce).

První z uvedených funkcí - tedy informativní funkce - bývá pokládána za nejdůležitější. Z ní se pokusíme v následujícím textu odvodit kritéria informační kvality a představit možné metody jejího měření.

2 Potřeba měření kvality

Vědecké zkoumání kvality mediovaných obsahů má v demokratických systémech dlouhou tradici. To, že média plní požadavky veřejné role, není rozhodně žádnou samozřejmostí. Z tohoto pohledu se mohou vyskytnout přinejmen-

¹ Obširněji se o tom hovoří v příspěvku prof. W. Schulze.

ším dva problémy. Za prvé – zejména pokud jsou média organizována jako soukromý podnik, mohou být jejich ekonomické ohledy a veřejná role postaveny proti sobě: může vítězit dramaturgie a senzacnost, *personifikace*, přílišné zjednodušování a nesouvislost zpravodajství, jež mohou být důsledkem usilovné snahy o to, vyrábět cenově výhodně zprávy nacházející značný ohlas u masového publika. Za druhé – státní nebo stranická média mohou mít sklon k jednostrannosti či dokonce k propagandě odpovídající politickému zájmu vlastníků.

Ekonomické a politické cíle se někdy více, jindy zase méně výrazně projevují jak u vlastníků a řídicích pracovníků masových médií, tak také u novinářů – a mohou se dostávat do konfliktu s veřejnou rolí. To je důvod, proč vznikl a rozšířil se výzkum kvality médií. V duchu tradic tohoto analytického přístupu se zkoumá, nakolik kvalita mediovaných obsahů plní svou veřejnou roli. Převážně se při tom využívá výsledků kvantitativní obsahové analýzy. Nejprve se definují porovnatelné charakteristické znaky mediovaných obrazů nebo textů, které platí jako indikátory (ukazatele) kvality, a pak se tyto indikátory zjišťují v masově mediovaném zpravodajství.

Protože kvantitativní obsahovou analýzou lze měřit pouze jednotlivé, předem pevně stanovené znaky ve standardizovaném šetření, je možné tímto způsobem zkoumat velké množství mediovaných příspěvků. Je pak možné je racionálně a intersubjektivně porovnávat. Proto je kvantitativní obsahová analýza velmi vhodná jako východisko pro měření kvality mediovaného zpravodajství. Důležitá kritéria informační kvality, jako např. tematická pestrost, nejsou totiž tvořena znaky či vlastnostmi jednotlivých příspěvků, nýbrž charakteristikou celého zpravodajství určitého masového média po delší časové rozpětí.

3 Kritéria informační kvality

Masová média mají vzhledem ke své veřejně informativní úloze poskytovat občanům informace umožňující racionální účast na politickém procesu. Proto musí mediované zpravodajství především plnit taková kvalitativní kritéria, jaká od každého sdělení očekává racionální příjemce informací. Právě to jsou kritéria všeobecné informační kvality. Patří k nim relevance, pravdivost a srozumitelnost. Příjemce pokládá zprávu za informativní pouze tehdy, má-li sdělení potřebnou relevanci (je-li pro něj zpráva nějakým způsobem důležitá či užitečná) a rozpozná-li v ní vztah ke kontextu, který je pro něj významný. Je-li zpráva nepravdivá, pak neobsahuje informaci, nýbrž dezinformaci. Pokud je nesrozumitelná, nelze z ní žádnou informaci čerpat.

Různí příjemci mohou přistupovat k posuzování relevance, pravdivosti nebo srozumitelnosti zcela odlišně. Pro novináře například tato kritéria všeobecné informační kvality představují nutnost vyhovět několika profesionálním kritériím.

Je to především kritérium tzv. objektivity, jejímž cílem je co nejvíce ve zpravodajství minimalizovat vlastní názor novináře. Často bývá toto kritérium zahrnuto i do mediálního práva, a to v nejrůznějších podobách. Jmenujme jen ta nejdůležitější: správnost, transparentnost, neutralita, vyváženost a různorodost.

Pokud jde o relevanci, uveďme alespoň dva parametry, které jsou pro zpravodajská média obzvláště významné, tedy aktuálnost a rychlost zpravodajství. Nároky na společensky akceptované zpravodajství nacházejí své vyjádření v osmi hlavních kvalitativních kritériích, která bývají často předmětem šetření.

Kritéria kvality informace

Všeobecně platná kritéria profesionality:

Všeobecně	profesionálnost
relevance	relevance, aktuálnost
pravdivost	správnost, transparentnost, věcnost, vyváženost, různorodost
srozumitelnost	srozumitelnost

Každé z osmi uvedených kritérií dále vysvětlíme a na příkladech si objasníme způsob jejich měření. Hlavní důraz klademe na zpravodajství, neboť informace o politických tématech se zprostředkovávají především ve zpravodajských formátech. Kvalitu informace je však možné měřit i u jiných druhů mediovaných obsahů.

3.1 Relevance

Pro jednotlivého příjemce jsou relevantní všechna fakta, která jsou pro něj užitečná, a stojí tudíž za pozornost. Jako kvalitativní znak masově mediovaného sdělení však relevance označuje pouze to, co si zasluhuje určitou pozornost všeobecně, neboť je to důležité pro utváření vztahu k politickému a společenskému kontextu.

V tomto ohledu je možné rozlišovat dva druhy relevance: externí a interní relevanci. Externí (vnější) relevanci rozumíme, nakolik téma určité zprávy působí na společnost nebo politický systém. Externí relevance slouží především jako kritérium, podle něhož lze hodnotit výběr zprávy.

Interní (vnitřní) relevance naopak označuje důležitost jednotlivých faktů v souvislostech určité zprávy. Fakta jsou tedy vnitřně relevantní, pokud jsou součástí úplného a srozumitelného podání události.

Mnohé výzkumy externí relevance v mediovaném zpravodajství se zabývají nedostatečnou politickou relevancí. Zvláště televizní zpravodajství o volebních kampaních často silně zdůrazňuje soutěž mezi jednotlivými kandidáty, přináší mnoho informací o výsledcích průzkumů veřejného mínění nebo o vystoupeních jednotlivých kandidátů (v angličtině se pro tento typ zpravodajství vžil označení horse-race coverage, tedy zpravování o koňských dostizích). Mnohem méně pozornosti přitom média věnují politickým tématům nebo stanoviskům jednotlivých kandidátů, přestože podobné informace mají pro příjemce větší relevanci, jsou pro něj důležitější při volebním rozhodování. Pouze prostřednictvím takových zpráv si mohou voliči o kandidátech utvářet vlastní názor a dospět k určitému voličskému rozhodnutí. Obsahová analýza autorů Pattersona a McClureho (1979) dokazuje, že americké prezidentské volby z roku 1972 byly v televizi podány především jako sportovní utkání (obr. 13).

Obr. 13 Rozdělení vysílacího času velkých amerických televizních sítí během zpravodajství o prezidentské volební kampani v roce 1972 na různé druhy informací (hodiny)

	ABC	CBC	NBC
Volební aktivity (ankety, předvolební vystoupení)	144	122	130
Osobnost a kvalifikace kandidáta	19	16	8
Stanoviska kandidátů k nejdůležitějším volebním tématům	35	46	26

Pramen: Patterson/McClure 1979, str. 41

Patterson dospěl ke svým závěrům měřením času věnovaného ve volebních příspěvcích jednotlivým volebním aktivitám, osobním charakteristikám nebo stanoviskům jednotlivých kandidátů.

Používáme-li pojmy z obsahové analýzy, pak druh informace představuje analytický znak (proměnnou). Volební aktivity, charakteristiky a stanoviska kandidátů jsou třemi různými projevy (kódy) znaku, které jsou předmětem měření.² Stejným způsobem pochopitelně můžeme zkoumat i tištěná média.

² Srovnej příspěvek H. Scherera Úvod do metody obsahové analýzy.

V tištěných zpravodajských textech můžeme např. měřit délku odstavců připadající na různé druhy informace. Jinou možností je zjišťování podílu různých druhů informací, které se ve zpravodajství o předvolebním boji využívají. Zvolíme-li tento přístup, pak si nejprve příspěvky roztrídíme

Obr. 14 Fakta uvedená v agenturním zpravodajství o bombovém útoku na londýnském nádraží London Bridge

	AGENTURY				
	ADN	DPA	AFP	RTR	AP
Následky					
lidé byli zraněni	1	1	1	1	1
byla uzavřena jiná nádraží	1	1	1	1	1
nikdo se k útoku nepřiznal	1	1	1	1	1
na nádraží London Bridge vypukla panika	0	1	1	1	1
byli nasazeni záchranáři	1	1	1	1	0
v Londýně nastal dopravní chaos	1	1	0	1	1
vznikla věcná škoda	0	1	1	1	0
byla nasazena protiteroristická jednotka	1	1	1	0	0
nádraží London Bridge bylo vyklizeno	0	0	0	1	1
nájemní říkša byla značně poškozena	0	0	0	1	0
Okolnosti					
v London Bridge bylo plno lidí	1	1	1	1	1
konala se jednání o Severním Irsku	0	0	0	0	1
Před událostí					
ozval se varovný telefonát	1	1	1	1	1
IRA umístila bombu	1	1	1	1	1
bombové poplachy byly už dříve	1	1	1	0	1
neučinila se žádná rozhodná opatření	1	1	0	1	1
Historie					
boj IRA o nezávislost	0	0	0	1	1
Prognózy					
vliv na politiku Velké Británie	1	0	1	1	1
obraně síly budou ve větší pohotovosti	0	1	0	0	0
Hodnocení					
kritika IRA	1	1	1	1	1
STUPEŇ ÚPLNOSTI	65	75	65	80	75

(procentní podíl z celkového počtu 20 faktů)

Pramen: Hagen 1995, str. 143

podle těch druhů informací, které jsou ve zprávě nejvíce zdůrazněny. Důraz na určitou informaci rozeznáme podle toho, čemu je věnována největší část příspěvku, na co upozorňuje titulky nebo (v audiovizuálních médiích) co zdůrazní moderátor. Jsou-li příspěvky (kódovací jednotky) ohodnoceny (okódovány), je možné zjistit, kolik jich připadá na každý ze zkoumaných druhů informace. Vnitřní relevance značně souvisí s úplností sdělení. Podávat úplné zpravodajství znamená uvádět všechna fakta, která s daným tématem souvisejí. Existují dvě měřítka úplnosti: ostatní prameny a žurnalistické zásady. V prvním případě platí jako měřítka úplnosti všechna fakta, která se uvádějí v jednom nebo více zdrojích. Mohou to např. být fakta, která se vyskytují v souhrnném zpravodajství několika médií, nebo fakta vyskytující se v kronikách či v dokumentech, o nichž se informuje. Podle obr. 14 je například úplnost zpravodajství o bombovém atentátu měřena podle toho, o kolika faktech sledovaná agentura v jednotlivé zprávě informovala ve srovnání se všemi fakty uvedenými jednou z pěti německých agentur.

Obsahovými analytickými znaky jsou tedy v tomto případě fakta, to znamená reálný stav nebo děj. Jeden údaj se jako určitý projev kóduje vždy kódem 1, pokud je alespoň jednou zmíněn. Kódem 0 se zaznamenává poznatek, že údaj nebyl uveden. Abychom si mohli zaznamenat všechny rozdílné jevy nebo události, o nichž agentury v souvislosti s bombovým atentátem případně informují, je zapotřebí nejprve celé zpravodajství určitě k šetření předem pročíst.³

Úplností výpovědí se od sebe pět vybraných agentur nakonec příliš nelišilo. Stojí však za zmínku, že pouze jedna agentura uvedla bombový útok do souvislosti s rozhovory o Severním Irsku. Jednání mezi představiteli účastníků konfliktu v Severním Irsku probíhalo totiž ve stejné době, kdy došlo ke konfliktu. Jedním z motivů, proč k atentátu došlo, mohlo být právě narušení rozhovorů. Dále je zajímavé, že pouze dvě agentury uvedly historické souvislosti atentátu.

3 Příklad kódování jedné zveřejněné zprávy:

„Dnes ráno zničil výbuch bomby velkou část nádraží London Bridge a zranil 21 cestujících. Záchranáři pomáhali odklízet trosky a vyprošťovali zraněné. Až do redakční uzávěrky se k útoku nikdo písemně ani telefonicky nepřihlásil.“

Toto hlášení bylo okódováno následovně:

Fakta „lidé byli zraněni“, „nikdo se k útoku nepřihlásil“ a „vznikla věcná škoda“ byla kódována 1, neboť se v textu objevila nejméně jednou. Žádná jiná fakta se neuvádějí, a kódují se tudíž 0.

Jasně se tu ukazuje, že ve zpravodajství se objevují zprávy přinášející informace s různými obsahy a odlišnou důležitostí.

Abychom mohli vnitřní relevanci plně pochopit a nezkresleně vyjádřit, musíme si úplnost vymezit i respektovanými zásadami novinářské práce, tedy pravidly, která zpravodaj předepisují, jaké druhy faktů zpráva zahrnuje. Pravidla říkají, že každá zpráva má obsahovat co, kdy, kde a proč se událo, a také kdo se na události podílel (a to v pořadí odpovídajícím mimo jiné syntaktickým a textovým vzorcům daného jazyka). Těchto uvedených pět typů faktů (druh, doba, místo, příčina a aktéři události) představuje při odpovídající obsahové analýze znaky, jejichž četnost je možné počítat a jejichž textový rozsah je měřitelný. Podle jedné ze švédských studií věnovaly texty zkoumaných zpráv 77 % představování osob a předmětů, 19 % místu události, ale jen 4 % příčinám a důsledkům události (Findahl a Hoijer, 1981). Recepce zpravodajství přitom jednoznačně potvrzuje, že pro pochopení a zapamatování zpráv jsou důležité především údaje o příčinách a následcích událostí.

3.2 Přesnost

Přesnost je ústředním kritériem kvality žurnalistického sdělení. Zpráva smí, na rozdíl od románu, obsahovat pouze výpovědi odpovídající realitě. A přesto se správnost - na rozdíl od jiných kvalitativních znaků - zkoumá jen zřídkakdy. Přesnost nelze jednoduše zkoumat pouhou obsahovou analýzou. Ověřit, zda výpovědi ve zprávě odpovídají skutečnosti, je možné pouze tak, že je metodicky opodstatněným postupem porovnáme s realitou.

Další okruh problémů při ověřování přesnosti spočívá v tom, že sice mnoho výpovědí o abstraktních a komplexních obsazích může být správných nebo chybných, ale je prakticky nemožné to ověřit. Jak se dá například ověřit, zda nějaký motiv přisuzovaný ve zprávě politikovi je skutečně správný? Přesnost zpráv se tudíž obvykle zkoumá jen u takových údajů, které se dají snadno ověřit (např. správné časové údaje). I tyto údaje mohou být pochopitelně velmi podstatné. Kromě toho je četnost snadno identifikovatelných chyb dobrým indikátorem pečlivosti (a tedy i celkové důvěryhodnosti) daného média: čím více podobných, třeba i nepodstatných chyb ve zpravodajství určitého média najdeme, o to je pravděpodobnější, že se v něm vyskytují i chyby hůře ověřitelné.

Přesnost údajů v mediálním zpravodajství lze ověřit porovnáním s jinými prameny. Nejspolehlivěji je můžeme ověřit, srovnáme-li je přímo s originálními prameny nebo videozáznamem událostí. Zprávy o nějaké smlouvě tedy

nejlépe ověříme srovnáním s textem samotné smlouvy, zprávy o výročních některého z politiků srovnáním s videozáznamem.

Kromě toho můžeme také pro ověřování zpráv využívat informace získané od odborníků nebo statistiky. A konečně můžeme přesnost posuzovat rovněž podle vyjádření samotných aktérů událostí nebo informátorů (zdrojů) zpravodajství. Schröter kontaktoval v roce 1992 osoby, které byly citovány v ekonomickém zpravodajství německých novin či časopisů. Každé z nich předložil článek, v němž byla citována. Každý citovaný mohl posoudit, zda citovaná pasáž odpovídá skutečně tomu, co řekl, zda byl přesně či nepřesně citován. Ukázalo se, že mezi jednotlivými uveřejněnými citáty existuje řada velmi závažných kvalitativních rozdílů (obr. 15).

Obr. 15 Přesnost citátů posouzena autory citátů

druh média	součet všech citátů	z nich správně	z nich špatně
noviny			
Frankfurter Allgemeine Zeitung	11	10	1
Das Handelsblatt	14	12	2
Süddeutsche Zeitung	14	10	4
Frankfurter Rundschau	10	6	4
Die Welt	10	6	4
časopisy			
Spiegel	15	12	3
Manager Magazin	15	11	4
Wirtschaftswoche	41	30	11
Industriemagazin	19	13	6
Capital	8	4	4

Pramen: Schröter 1992

3.3 Transparentnost

Novináři musí zprávy rychle zpracovat a předat dále. Požadavek aktuálnosti, především u elektronických médií, dostává žurnalisty pod značný časový tlak. Proto není možné vyžadovat, aby novináři sami ověřovali správnost každého údaje, který ve svém zpravodajství použijí. Většinu událostí, o nichž informují, neprožívají novináři jako přímí očití svědci. Jsou tudíž odkázáni na informátory (zdroje). Proto je kladen takový důraz na požadavek transparentnosti: novináři mají uvádět své informační prameny a -

pokud možno - jejich spolehlivost. Novinář pochopitelně nemusí uvádět prameny u použitých informací tam, kde jde o naprosto samozřejmé informace nebo o informace, u nichž je pravdivost obsahů neproblematická. Stejně tak nemusí uvádět prameny ani v případě, že si může sám ověřit správnost své zprávy.

Výzkumy dokazují, že velká část politického zpravodajství je výsledkem řízeného styku s novináři, tedy profesionálního působení public relations. Takovým profesionálně řízeným stykem s žurnalisty jsou například tiskové konference či prohlášení pro tisk. Podobné prameny však média většinou neuvádějí. To potvrzuje i Baerns (1985) v analýze vstupů a výstupů ve zpravodajství o zemské politice německé spolkové země Severní Porýní-Vestfálsko. Pro svůj výzkum Baerns shromáždil veškeré protokoly ze všech tiskových konferencí a prohlášení pro tisk relevantních politických aktérů a s pomocí těchto textů se mu podařilo identifikovat všechny zprávy vycházející z činnosti public relations. U těchto zpráv pak Baerns ověřoval, zda v nich jsou či nejsou uvedeny prameny. Uvedení pramene kódoval Baerns jako znak obsahové analýzy. Obsahovala-li zpráva odkaz na jeden nebo více pramenů, například na tiskovou konferenci či prohlášení pro tisk, pak toto vyjádření kódoval jako uvedení pramene, když však zpráva žádné podobné odkazy na původ zprávy neobsahovala, kódovala se bez uvedení pramene.

Obr. 16 Podíl zpráv s uvedením pramene ve zpravodajství o zemské politice v Baden-Württembersku

Údaje jsou uvedeny v procentech			
zpravodajské agentury	rozhlasové stanice	deníky	televize
55	33	28	17

Pramen: Baerns 1985, str. 58

Jak ukazují výsledky na obr. 16, pramen uvedly ve většině případů zpravodajské agentury. Naproti tomu rozhlasové, tištěné a především televizní zpravodajství uvádí pramen jen velmi zřídka. Toto zpravodajství má tedy velmi nízkou transparentnost.

3.4 Věcnost

Novinářské zprávy jsou považovány za věcné, pokud do nich novináři explicitně nevkládají vlastní hodnocení. Novináři mají podle zpravidla respekto-

vaných profesních pravidel vyjadřovat své osobní názory pouze v komentářích, úvodnicích nebo jiných stylistických útvarech určených k vyjádření názoru (ať už jednotlivce nebo listu). Tyto stylistické formy mohou pak vypovídat o tom, jaké názory na určité téma novinář zastává nebo jakou politickou orientaci list sleduje. Ryzí, „tvrdá“ zpráva nesmí obsahovat žádná novinářská hodnocení, protože recipienti nemají být při tvorbě názorů ovlivňováni tím, že se zprávy podávají z perspektivy určitých postojů. Požadavek věcného zpravodajství nutí novináře rozlišovat mezi popisem obsahů tak, jak by je podal i každý jiný novinář či list, a mezi osobním hodnocením těchto obsahů.

Abychom zamezili nesrovnalostem, které by mohly během obsahové analýzy zaměřené na sledování věcnosti zpravodajství vzniknout, musíme si nejprve stanovit hodnocení jako znak. Hodnocení je výpověď o tom, zda hodnocený objekt má či nemá požadované vlastnosti (dobré, pěkné x špatné, ošklivé...). Znamená to, že hodnocení je vždy normativní, vždy implikuje, jak by je mělo být. Zatímco věcná výpověď konstatuje, zda je či není něco pravdivé, hodnocení není samo o sobě pravdivé či nepravdivé, ostatní je buď mohou, nebo nemusí sdílet. V některých jednotlivých případech je možné se o tom, zda jsou výpovědi hodnotící, dohadovat, většinou se však hodnotící výpovědi dají snadno odhalit. Hodnocení musíme okódotovat, jestliže zpráva explicitně vyjadřuje přání, požadavek nebo normu (např. vláda by měla odstoupit). Hodnocení musíme okódotovat i v případě, že hodnocené objekty jsou označeny vlastnostmi, které jsou obecně pokládány za uznávané, žádoucí nebo nežádoucí (např. pilný, zbytečný, škodlivý, slabý). Hodnotící vlastnosti se sice často vyjadřují pomocí adjektiv, můžeme je však rovněž najít jako substantiva (např. slaboch) nebo jako slovesa (např. vynikat). I v těchto případech je zapotřebí je odpovídajícím způsobem okódotovat.

Identifikujeme-li hodnocení jako znaky, pak v nejjednodušším případě můžeme kódovat výskyt a absenci hodnocení (např. jako 1 a 0). Často se ovšem kóduje na hodnotové škále i síla a zaměření určitého hodnocení (např. 2 = velmi pozitivní, 1 = spíše pozitivní, 0 = neutrální, -1 = spíše negativní, -2 = velmi negativní). Zda hodnotící prvek označíme za silný nebo slabý, rozhodneme podle toho, jestli je příslušná formulace zdůrazněná (např. velmi užitečný), nebo oslabena (např. poněkud ukvapeně).

Často se vedle projevů hodnocení kódují i hodnocené objekty (např. 1 = konzervativní strana, 2 = sociálně demokratická strana apod.). Abychom mohli posoudit, zda je dodržen požadavek věcnosti, musíme navíc okódotovat i autory těchto hodnocení (např. 1 = novinář, 2 = jiní).

Věcnost bývá často předmětem výzkumů věnovaných zpravodajství o kontroverzních veřejných tématech. Například výsledky analýzy zpravodajství o sporném německém sčítání obyvatel z roku 1987 ukázaly, že v celkovém počtu 448 zkoumaných novinových zpráv se objevilo 279 explicitních hodnocení, v nichž novináři zaujímají k sčítání obyvatel pozitivní, neutrální nebo negativní postoj (Hagen 1993).

Hodnotit, tedy stranit, nemusí jen texty. I obrazový materiál může vyjadřovat postoje. Věcnost proto zkoumáme rovněž obsahovou analýzou televizních záběrů. Průzkumy recipientů a dotazování kameramanů například prokázaly, že zabíráme-li osoby z pohledu či z nadhledu, vnímáme je negativněji, než pokud je zabereme z pohledu ve výši očí. Obsahová analýza provedená Kepplingerem (1979) prokázala, že v televizním vysílání z německých spolkových voleb z roku 1976 byl Helmut Kohl, který tehdy volby prohrál, častěji ukazován z nevýhodného horního nebo spodního pohledu (žabí nebo ptačí perspektivy) než vítěz, tehdejší kancléř Helmut Schmidt.

3.5 Vyváženost

Určitá zaujatost, jistě stranění (či dokonce stranickost), se může projevit i tím, že média podávají nevyvážené zpravodajství - předkládají zprávy o určitých politických alternativách, jako je například hodnocení určité sporné otázky, nebo referují o některých kandidátech ve volbách častěji než o jiných. Nevyváženost je subtilní, a tudíž nebezpečnou formou stranickosti. Zatímco nevěcné zpravodajství se při čtení, poslouchání nebo sledování dá okamžitě poznat v explicitním vyjádření názoru toho kterého novináře, situace, kdy se určité názory při kontroverzní situaci potlačují ve prospěch názorů jiných, se odhaluje mnohem složitěji. Aby se občané mohli mezi různými politickými alternativami rozhodovat demokratickým způsobem, musí se všem dostat stejných nebo přinejmenším obdobně dobrých výchozích podkladů. Jiná možnost, jak by se občané mohli s různými politickými alternativami seznámit, totiž není.

Za vyvážený poměr ve zpravodajství tedy většinou pokládáme rovnoměrné zastoupení politických alternativ, co do rozsahu a úpravy zpravodajství. Občas se jako předloha pro poměrné zastoupení názorů nebo aktérů ve zpravodajství využívá poměr mezi politickými inklinacemi obyvatel či rozložení politických sil v parlamentu. Chápe-li se vyváženost takto, pak přispívá ke stabilizaci stávajícího poměru politických sil.

I když se vždycky nedá přesně stanovit, co je vyvážený poměr sil, je přesto smysluplné zjišťovat, nakolik jsou určitá média nevyvážená, popř. jaké názory nebo aktéry prosazují při selekci témat a zpráv.

Tak je možné rozpoznat politickou tendenci určitého média. V zásadě je možné zjištěním nějaké převažující tendence v nevyváženosti odhalit, přes jaký filtr médium pohlíží na realitu.

Abychom mohli měřit vyváženost zpravodajství obsahovou analýzou, musíme jako znaky použít různé politické alternativy. Většinou to jsou různé postoje (různá hodnocení) určitého jevu (např. zvýšení daní). Různé postoje k danému jevu se okódují, v nejjednodušším případě jako pro a proti. Často se ještě jako další zjišťované znaky při analýzách vyváženosti zpravodajství využívají zástupci určitých názorových proudů. Kódují se pak například jako příznivci a odpůrci.

Při parlamentních volbách jsou zadané alternativy a kritéria vyváženosti naprosto jasně určeny politickými stranami, popř. jednotlivými kandidáty a většinovým systémem. To je také důvod, proč se při volebních analýzách tak často zkoumá právě vyváženost zpravodajství. Většinou se ukazuje, že ve zpravodajství se upřednostňují vládní strany a jejich kandidáti. Členové vlády se totiž - na rozdíl od opozičních politiků - mohou v rámci svých vládních úkolů podílet na řadě záležitostí majících vysokou zpravodajskou přitažlivost.

Obr. 17 Podíl zpráv v médiích ve starých spolkových zemích v průběhu spolkových voleb 1990 (1. 10. až 2. 12. 1990), v nichž se vyskytli vybraní političtí aktéři

	televize	regionální noviny	nadregionální noviny
kandidáti			
Helmut Kohl	22	24	21
Oskar Lafontaine	6	9	9
strany			
CDU/CSU	63	69	68
SPD	40	47	49

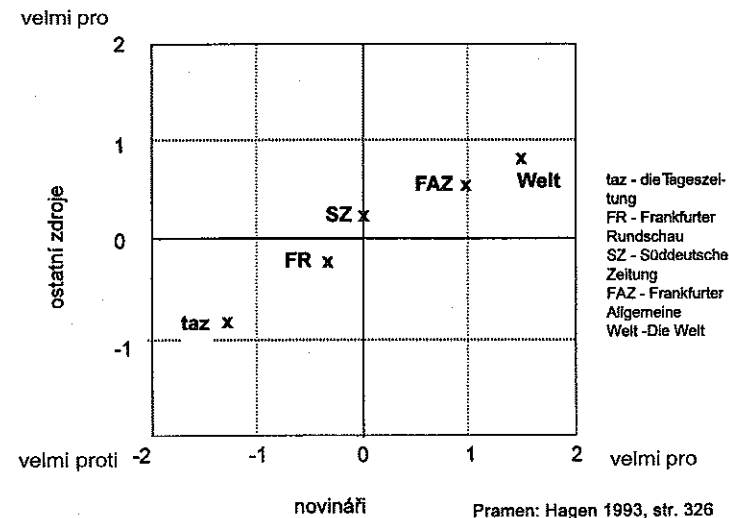
Pramen: Semetko/Schönbach 1994, str. 51

Jak lze vyčíst z obr. 17, vyskytoval se spolkový kancléř Helmut Kohl a vládní strany CDU/CSU ve zpravodajství o německých spolkových volbách 1990 daleko častěji než jeho protikandidát Oskar Lafontaine a jeho strana SPD.

Zpravodajství může být nevyvážené a nemusí to vždy nezbytně souviset jen s politickým zaměřením média či osobní inklinací novinářů. Jak tomu ale skutečně je, lze ověřit srovnáním hodnocení, která novináři explicitně vyjádřili, s projevy ostatních aktérů citovaných ve stejném médiu. Těto metody bylo využito při zpracovávání obsahové analýzy zpravodajství všech

nadregionálních německých deníků o sporech kolem sčítání obyvatel v roce 1987 (Hagen 1993). Zpracovávala se hodnocení sčítání obyvatel žurnalisty a jako projev hodnocení se kódoval vztah ke sčítání (2 = výrazně pro sčítání, 1 = slabě pro, 0 = neutrální postoj, -1 = slabě proti, -2 = výrazně proti). Obr. 18 ukazuje, že průměrné zaměření novinářského hodnocení sčítání obyvatelstva vysoce korelovalo s průměrným zaměřením hodnocení samotnými aktéry, kteří byli v novinách citováni. Novináři tedy citují nějaká vyjádření o to častěji, čím silněji citované názory odpovídají jejich vlastním.

Obr. 18 Průměrné hodnotové postoje novinářů a jiných pramenů ke sčítání obyvatelstva



Pramen: Hagen 1993, str. 326

3.6 Různorodost

Často je ovšem pro novináře těžké, ne-li přímo nemožné, posoudit, nakolik je určitý věcný obsah relevantní nebo podle jakých měřítek se dají postoje k určitému tématu vyváženě prezentovat. Je-li tomu tak, pak je třeba čtenáři, posluchači či divákovi poskytnout alespoň širokou možnost výběru různých informací - jinými slovy přispět k informovanosti recipienta různorodostí zpravodajství. V dnešní uspěchané a elektronicky „prosítované“ společnosti stojí proti sobě nepřehledné množství nejrůznějších informačních nabídek a nepřehledné množství informačních potřeb. Proto se stává různorodost jedním z klíčových kritérií v diskusi o kvalitě novináře.

Různorodost můžeme chápat jako vlastnost, kterou by zpravodajství v médiích mělo dlouhodobě a průběžně mít. Jako znaky různorodosti se zkoumají všechny oblasti existence a života společnosti, o nichž médium informuje. Různorodost vyjadřuje výskyt informací o nejrůznějších oblastech života, zeměpisných regionech, etnických či zájmových skupinách, stejně jako různých názorech (Schatz, Schulz 1992). Různorodost zpravodajství je o to větší, čím více různých projevů (oblastí společenského života, regionů, skupin, názorů) je v něm zastoupeno. Kromě toho je různorodost o to větší, čím rovnoměrněji je obsažena v jednotlivých zpravodajských formátech. Vždyt není důležité jen to, aby byly různé projevy ve zpravodajství vůbec přítomny, ale aby měly navíc i stejné šance, že budou brány na vědomí. Různorodost jako dlouhodobá vlastnost celého zpravodajství bývá často předmětem zkoumání právě u televizních programů. Ve většině zemí se jen málo televizních programů obrací na veškeré obyvatelstvo, a přitom právě televizní programy jsou pro ně nejdůležitějším zdrojem informací.

Bohatost zastoupení různých oblastí společenského života se ve zpravodajství odráží v tématech příspěvků či zpráv. Proto se také analýzy různorodosti velmi často zabývají zkoumáním témat jako znaků příspěvků. Téma je dominující obsahovou oblastí, kterou se příspěvek zabývá. Nejde tedy o konkrétní událost, jež je podnětem ke vzniku konkrétního příspěvku. Charakteristiky témat, která se mají kódovat, se buď mohou označit velmi zevrubně, jako např. ekonomika, technika, náboženství apod., nebo se mohou členit přesněji (např. uvnitř tématu ekonomika je možné dále rozlišovat např. nezaměstnanost, zdražování, investice).

Při výzkumu tematické různorodosti všech norimberských rozhlasových programů bylo předmětem zkoumání přes 150 různých tematických kategorií (Schulz, Scherer 1989). Kódovala se témata ze všech vysílaných programů za celých sedm dní. Ukázalo se, že různorodost programů je značně rozdílná. Zatímco v některých programech byla zastoupena téměř všechna vybraná témata alespoň jednou, ve stanici s nejmenší různorodostí nebyla zastoupena ani desetina témat (obr. 19).

Obr. 19 Procentní podíl témat prezentovaných jednotlivými stanicemi na všech tématech, která se v období výzkumu vyskytla

Stanice	Radio F	Charivari	Gong	Radio NI	Downtown	Radio Z	Starlet
procentní podíl	96	92	90	79	70	66	6

Pramen: Schulz/Scherer, 1989, str. 53

Různorodost lze kromě toho chápat také jako vlastnost zpravodajství o určitém tématu nebo události. Pak se jako znaky zkoumají různá hodnocení, různé věcné informace nebo různé informační prameny využit v rámci sledovaného tématu.

Asp (1980) měřil různorodost zpravodajství vztahujícího se k různým argumentům, které se uplatňovaly proti výstavbě podzemní garáže na náměstí Kungstorget v Göteborgu ve Švédsku. Za argument považoval Asp každý specifický obsah, který se uplatňoval jako zdůvodnění pro souhlas nebo nesouhlas se stavbou podzemní garáže (např. stavba hloubkové garáže povede ke zvýšení automobilové dopravy v centru města). Ve sledovaném zpravodajství se objevilo celkem 26 různých argumentů. Jak se ukazuje, byla různorodost v audiovizuálních médiích daleko menší než v denících: zatímco v novinách se informovalo průměrně o devíti různých argumentech, rozhlasové stanice informovaly o pouhých třech a televize všehovšudy o dvou argumentech. Je to možné vysvětlit i tím, že průměrná novinová zpráva obsahuje více textu než zpráva rozhlasová nebo televizní.

Z hlediska různorodosti je možné vyhodnocovat i obsahy vyjadřované obrazovými materiály. Berens a Hagen (1997) například zkoumali různorodost zpravodajských šotů pěti nejvýznamnějších televizních stanic o obsazení ropné stanice Brent Spar. Stanice měla být potopena do moře, a proto ji obsadili členové organizace Greenpeace, kteří chtěli tomuto činu zabránit. Jako kódovací jednotka obsahové analýzy se stanovil záběr, který tvořil ve zpravodajském příspěvku zřetelný celek jasně ohraničený dvěma střihy. Jako znak se kódoval obsah snímku, tedy natočený děj (např. členové Greenpeace šplhají na Brent Spar). Různorodost obrazového zpravodajství se měřila podle toho, kolik zahrnovala obsahově různých záběrů.

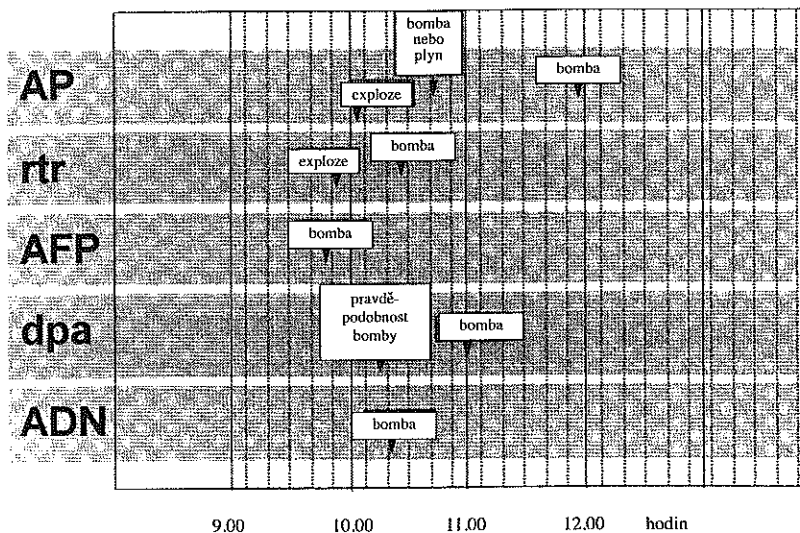
Důležitým kritériem kvality je rovněž různorodost pramenů využívaných ve zpravodajství. Koneckonců snad většinou platí, že informace je o to spolehlivější, čím více pramenů ji potvrzuje. Chceme-li pramen pojímat jako znak, pak musíme okódovat osoby nebo organizace, které se ve zprávě explicitně objevují jako informátoři. Provedené výzkumy prokazují, že různorodost pramenů bývá zpravidla velmi malá. Výše publikovaná analýza zpravodajství o zemské politice Severního Porýní-Vestfálska ukazuje, že jen v šestnácti procentech všech zkoumaných zpráv byl uveden více než jeden informační pramen (Baerns 1985).

3.7 Aktuálnost

Čím rychleji se informace o relevantních událostech uveřejní, tím rychleji na ni veřejnost může reagovat. Aktuálnost je důležitým parametrem hodnocení

kvality především u zpravodajských agentur a audiovizuálních médií. Aktuálnost, resp. rychlost, s níž médium určité zpravodajství zveřejní, se dá poměrně snadno změřit. Při výzkumu aktuálnosti se jako znaky kódují určité věcné obsahy (např. události), o nichž zpráva informuje, a časové vymezení, kdy byla zpráva zveřejněna. Obr. 20 ukazuje, kdy zveřejnily různé německy píšící zpravodajské agentury informaci o výbuchu na londýnském nádraží (věcný obsah 1) a v jakém okamžiku uvedly pumový atentát jako skutečnou příčinu výbuchu (věcný obsah 2).

Obr. 20 Časový údaj, kdy agentury poprvé informovaly o výbuchu na londýnském nádraží, a časový údaj, kdy uvedly bombu jako pravou příčinu výbuchu



3.8 Srozumitelnost

Srozumitelnost patří mezi důležitá kvalitativní kritéria, avšak ve srovnání s jinými kritérii bývá jen zřídkaždy předmětem výzkumu. Čím jsou zprávy nesrozumitelnější, tím větší úsilí pro jejich porozumění musíme vynaložit. Jsou-li zprávy jen těžko pochopitelné, pak se to dotýká osob s nižším vzděláním daleko víc než osob se vzděláním vyšším. Výsledky komunikačních výzkumů dokazují, že osoby s nižším vzděláním a nízkým socioekonomickým postavením jsou hůře politicky informovány než osoby s postavením vyšším a že zpravodajství v médiích může mezery ve

vědění (knowledge gaps) mezi uvedenými skupinami obyvatel ještě více prohlubovat až ve skutečnou vědomostní propast.

Většinou se srozumitelnost zkoumá na syntaktických, lexikálních a gramatických charakteristikách zpravodajských textů, neboť ty se dají jako znaky poměrně lehkou měřit. Jako znak složitosti (komplexity) sdělení můžeme například snadno stanovit počet souvětí nebo vedlejších vět v textu či počet cizích slov. Výsledky analýz srozumitelnosti opravdu dokazují, že ve srovnání s běžně mluveným jazykem bývá zpravodajství relativně složitě formulované, to znamená méně srozumitelně vyjádřené (obr. 21). Zprávy obsahující například delší věty a více pasivních konstrukcí jsou pro recipienta méně přijatelné než aktivně formulovaná sdělení.

Obr. 21 Syntaktické a gramatické znaky v různých textových typech

	Zpravodajské agentury	televize	rádio	hovorová řeč (ústně)
Podíl vět, které jsou součástí souvětí (hlavní a vedlejší věty)	34 %	40 %	58 %	-
Podíl vět v aktivu	80 %	85 %	85 %	96 %
Průměrná délka vět (počet slov)	15 %	17 %	14 %	11 %

Pramen: Straßner 1975, str. 94–96

Pro celkové vnímání zprávy má značný význam obsahová výstavba textu. Pro logickou výstavbu textu platí zásada, že události je třeba líčit v logicky správném sledu (tedy nejprve příčiny a pak důsledky). I to se dá ověřit obsahovou analýzou. Jako znaky můžeme kódovat například zmínky o různých událostech nebo jejich postavení v textu (např. v první větě, ve druhé větě apod.). Tímto postupem lze ověřit, zda pořadí informací v textu je logické a nakolik odpovídá logice události, o níž se zpravuje.

4 Závěr

Výzkumu, který se zabývá kvalitou obsahu médií, se často předhazuje, že nemůže posuzovat kvalitu na základě kvantitativní analýzy, neboť význam znaků je dán vždy prostřednictvím jejich interpretace. Naše každodenní zkušenost však potvrzuje, že jazyk skutečně svou úlohu plní, že příslušníci jednoho jazykového, popř. kulturního společenství spojují vždy s určitými

znaky i stejné představy. Jen tak lze dosáhnout žádaného působení veřejné role médií.

Pochopitelně, že texty i obrazy vždy obsahují i potřebný prostor pro rozdílnou interpretaci. To nehovoří proti kvantitativní obsahové analýze, nýbrž jen zdůrazňuje nutnost jejího pečlivého provedení. Zkoumané znaky a jejich podoby se musí precizně definovat a objasnit, je zapotřebí je systematicky prověřovat, sledovat, nakolik se všechny osoby, které kódují stejný text, shodují.⁴

Kromě toho se musí ověřit, že zkoumané znaky při zprostředkování informací pomocí zpráv skutečně plní svou roli. Mnohost jednotlivých témat ve zprávách je důležité zkoumat například proto, že, jak víme z různých výzkumů masové komunikace, čím častěji a nápadněji média o určité zprávě informují, tím se daná zpráva jeví pro čtenáře, posluchače nebo diváky významnější, a tím větší je i její vliv.

Metodická pečlivost při obsahové analýze, stejně tak jako znalost zásad čtení, sluchového a zrakového vjemu zpráv jsou tedy předpokladem validity a užitečnosti výzkumu kvality mediovaných obsahů.

Literatura

- Asp, K. (1980). *The Mass Media as Molders of Opinion and Suppliers of Information*. In: Wilhoit, C., Whitney, Ch. (eds.): *Mass Communication Review Yearbook 1*. Beverly Hills: Sage.
- Baerns, B. (1985). *Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluß im Mediensystem*. Köln: Berend von Nottbeck.
- Berens, H., Hagen, L. M. (1997). *Der Fall Brent Spar in Hauptnachrichtensendungen. Ansätze zur Operationalisierung von Qualitätskriterien für die Bildberichterstattung*. In Bentele, G., Haller, M. (eds.): *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure - Strukturen - Veränderungen*. Konstanz: UVK.
- Findahl, O., Höijer, B. (1981). *Studies of News from the Perspective of human Comprehension*. In: Wilhoit, C., de Bock, H. (eds.): *Mass Communication Review Yearbook 2*. Beverly Hills, London: Sage.
- Hagen, L. M. (1993). *Opportune Witnesses. An Analysis of Balance in the Selection of Sources and Arguments in the Leading German Newspapers Coverage of the Census Issue*. In: *European Journal of Communication*, 8, s. 317-343.

⁴ Srovnej příspěvek H. Scherera Úvod do metody obsahové analýzy.

- Hagen, L. M. (1995). *Informationsqualität von Nachrichten. Messmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hagen, L. M. (1995). *Relevanz von Nachrichten. Messmethoden für ein zentrales Qualitätskriterium und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen*. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 43, s. 158-177.
- Kepplinger, H. M. (1979). *Ausgewogenheit bis zur Selbstaufgabe? Die Fernsehberichterstattung über die Bundestagswahl 1976 als Fallstudie eines kommunikationspolitischen Problems*. In: *Media Perspektiven*, 1979, s. 750-755.
- Patterson, T. E., Mc Clure, R. D. (1979). *The Unseeing Eye. The Myth of Television Power in National Politics*. New York: Putnam's Sons.
- Schatz, H., Schulz, W. (1992). *Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem*. In: *Media Perspektiven*, 11, s. 690-712.
- Schröter, D. (1992). *Qualität im Journalismus. Testfall: Unternehmensberichterstattung in Printmedien*. München, Mühlheim: Publicom.
- Schulz, W., Scherer, H. (1989). *Die Programme der Lokalradios im Raum Nürnberg. Inhaltsanalyse erstellt im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien*. In: *BLM*, vol. 5.
- Semetko, H., Schönbach, K (1994). *Germany's „Unity Election“. Voters and the Media*. Cresskill: Hampton.
- Siebert, F. S., Peterson, T. B., Schramm, W. (1956). *Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press.
- Straßner, E. (1975). *Produktions und Rezeptionsprobleme bei Nachrichtentexten*. In: Straßner, Erich (ed.): *Nachrichten. Entwicklungen - Analysen - Erfahrungen*. München: Wilhelm Fink 1975.

Praktický projekt Český rozhlas o České televizi

(Kvantitativní obsahová analýza zpravodajství Českého rozhlasu o tzv. vánoční krizi České televize na přelomu let 2000 a 2001)

Lenka Čábelová, Jan Jirák, Jakub Končelík,
Irena Reifová, Tomáš Trampota

1 Úvod

1.1 Český rozhlas o České televizi: význam analýzy vzájemného obrazu médií veřejné služby

Situace, kdy se jedno médium stává předmětem zobrazení jiného média, je dosti kuriózní sama o sobě, aniž by nutně muselo jít o konkrétní záznam události kolem České televize ve vysílání Českého rozhlasu. Tyto případy jsou symptomem civilizační fáze, do níž se společnost na přelomu dvou století dobrala - symptomem vysokého stupně medializace jakéhokoli náhledu na svět a jakékoli zkušenosti. Nezprostředkované a přímé smyslové poznání samozřejmě stále existuje (všichni víme, zda včera v našem městě přšelo nebo že za rohem se staví nový dům). Vzhledem k tomu, jak média „formátují“ svět, ztrácí však tento typ poznání - nutně omezeného dosahem lidských smyslů - na významu. Je mnoho oblastí života, s nimiž se i dnes setkáváme bez mediálních „filtrů“. Tyto poznatky lze však ve světě o rozměrech definovaných médii stále hůře uplatnit. Média svým způsobem velmi úspěšně navazují na tradice Kryštofa Kolumba. Přesvědčila nás, že svět nekončí tam, kam dojedeme autobusem: přijali jsme jejich návrh, podle něhož se svět skládá převážně z míst, kde jsme nikdy nebyli a kam by nás beztak ani nepustili. (Tím se samozřejmě nemyslí jen vzdálené kraje, ale zejména svět významných institucí, velké politiky a celebrit.) Média jednoduše definovala svět tak, abychom ztratili možnost si jejich referáty o světě „mimolidských“ rozměrů ověřit jinak, než zase jen tak, že se s důvěrou obrátíme na média. Hovoříme-li o rozvinutém procesu medializace, máme potom na mysli právě tento začarovaný kruh: mediálně nezprostředkované poznání sice existuje, ale ve světě „vykolíkováném“ dosahem médií jej nelze zúročit, a naopak mediálně zprostředkované poznání nelze tím prvním prověřit. Ne všechny informace a poznatky, ale všechny *opravdu důležité, vlivné a hodnotitelné* informace a poznatky se nikdy

netýkají lokálního, komunitního či kontextového, ale naopak globálního, institucionálního a univerzálního. Nepocházejí ze zdroje mimo média, ale ze zdroje mediálního.

Zajímá-li se jedno médium o jiné, není to jen symptom ústupu nezprostředkovaného, je to i jeho symbol. Situace, kdy lze na konkrétním případu ukázat obecný princip medializace ve formě ještě nadsazenější, než se běžně objevuje. Zajímá-li se jedno médium o jiné, jde totiž o zobrazování události kolem organizace, která je sama již producentem obrazů. Medializace jednostupňová se tu proměňuje ve dvoustupňovou a symptom medializace se proměňuje v její symbol – ve zvláště nápadné ztělesnění procesu, kterému jsme v jeho méně křiklavých podobách již zcela přivykli.

Zajímá-li se však Český rozhlas o Českou televizi, lze o tomto typu vztahu uvažovat i z mnoha dalších hledisek. Obě organizace patří k vysílatelům ze zákona a do sféry médií veřejné služby. Obě jsou tedy financovány ze stejných zdrojů (z velké většiny z koncesionářských poplatků) a je jim zákonem předepsáno stejné poslání. Z tohoto postavení Českého rozhlasu a České televize je zřejmé, že zobrazení druhého prvním není zcela předvídatelné. Český rozhlas se jakožto médium zaznamenávající krizi v ČT dostal do stavu, kdy mohlo dojít k rozporu mezi předepsanými povinnostmi tohoto veřejnoprávního média a vnitřními zájmy. Český rozhlas se musel rozhodnout buď pro naplňování povinností, nebo pro obranu vlastních zájmů, nebo pro balancování na pomezí obojího. Jinými slovy: veřejnoprávní rozhlas byl zavázán objektivitou a vyvážeností v situaci, kdy oba znesvářené pracovní kolektivy veřejnoprávní televize deklarovaly, že její objektivita a vyváženost je ohrožena.

Jak se tedy Český rozhlas ve vztahu ke krizi v ČT zachoval? Obětoval dočasně svou povinnost nezaujatého informátora ve jménu obrany budoucích možností veřejnoprávních médií být nezaujatými informátory? Nebo obětoval svůj zájem bránit (jakoukoli) budoucnost České televize – a bylo jasné, že v ČT nejde o jeden ohraničený spor, ale o koncepci veřejnoprávnosti, která jistě zasáhne i budoucnost Českého rozhlasu – ve jménu povinností uložených zákonem? Přestal být Český rozhlas nezaujatý, aby mohla média veřejné služby ještě někdy být nezaujatá, či nikoli? Nebo byl jeho přístup k nutnosti informovat o dění v ČT mnohem složitější a nepostižený černobílým viděním, které s sebou nese étos vypjatého konfliktu?

Doufáme, že takto postavená úvodní otázka dostatečně vysvětluje, proč není zbytečné analyzovat zachycení krize České televize právě Českým rozhlasem a proč je obecně zajímavé zkoumat vzájemné vztahy médií veřejné služby (o tematizaci médií médii ani nemluvě).

1.2 Krize v ČT: konflikt pracovních kultur

O krizi v ČT přemýšlely stovky lidí z mnoha různých úhlů pohledů, jedno hledisko – ač se takřka samo nabízí – však z celé rozpravy vypadlo: názor, že v ČT se vlastně nic ohromujícího nestalo, že se o žádnou tragickou a bezprecedentní krizi, či dokonce mezinárodní ostudu nejedná. Tento výklad konfliktů v rámci jedné mediální organizace je přitom zachycen v písemnictví mediálních studií jakožto teorie latentního konfliktu pracovních kultur, kterou zformuloval Lars Engwall. (*Srv. Engwall, L., Newspapers as Organizations, 1978*). Engwall dospěl na základě pozorování běžného redakčního provozu ke zjištění, že v rámci každé mediální organizace koexistuje několik tzv. pracovních kultur, které mají zcela odlišné cíle (koncept „diversity of goals“), a jsou proto neustále ve skrytém, latentním konfliktu. Základní pracovní kultury jsou čtyři: zpravodajská (zpravodajští redaktori), politická (hlavní komentátoři, šéfredaktori), ekonomická (manažeři, ředitelé, finanční ředitelé, manažeři pro styk s veřejností) a technická (produkční, provozní personál). Mezi těmito čtyřmi pracovními kulturami jsou neustále napjaté vztahy, a nemusíme být právě v České republice a v ČT. Dokonce i hlavní ohnisko dřímajícího konfliktu umísťuje Engwallova obecná teorie tam, kde konflikt vzplál v ČT: tedy do vztahu zpravodajskopolitické a politickoekonomické kultury (tyto dvě totiž většinou existují v hybridních formách, každá má politický rozměr, obvykle však různého zaměření). Cílem zpravodajskopolitické kultury je vytvářet zpravodajství podle vlastních měřítek kvality a publicistiku podle vlastních měřítek hodnocení politické situace. Cílem politickoekonomické kultury je potom dbát na zamezení ekonomických ztrát a bezproblémové vztahy s režimem, který médiu „posvěcuje“ existenci (což platí pro média veřejné služby i držitele licence).

Z tohoto úhlu pohledu vypadá tzv. krize v ČT mnohem méně dramaticky (alespoň pokud jde o příčiny jejího vzniku). Nestalo se totiž nic víc, než že skrytý konflikt, který provází život každé mediální organizace, přerostl v konflikt otevřený. Zpravodajskopolitická kultura tvůrců obsahů (protestující redaktori) došla k názoru, že nová politickoekonomická kultura České televize (nové vedení) bude překážet aplikaci jejich vlastních měřítek při tvorbě zpráv a publicistiky silněji než ty předchozí. Proto také vždy existující – i když podpovrchový – konflikt vyvěl a stal se hlasitým a viditelným. To však nic nemění na tom, že podobné konflikty v „nevyvřelé“ podobě existují v každé mediální organizaci a že krize v ČT nemusí být nutně vnímána jako deviantní skandál vyvolávající pochybnosti o demokratických kvalitách

České republiky. O událostech v ČT na přelomu let 2000 a 2001 by se nemělo mluvit s hostejností k vysvětlením, obsaženým dokonce i v učebnicích.

1.3 Záměr analýzy

Následující stránky přináší výsledky kvantitativní analýzy vysílání Českého rozhlasu (ČRo1 a ČRo6) k tématu nepokojů v ČT.

Základním výzkumným záměrem bylo zpracovat komplexní kvantitativní analýzu témat, aktérů, mluvčích, zdrojů a hodnocení a podílu tematiky o České televizi ve zpravodajství ČRo1 a ČRo6.

2 Kvantitativní obsahová analýza ČRo1 a ČRo6: metodologický úvod

2.1 Úvod

Zpravodajství jako specifický mediální žánr je svázáno s určitými normativními očekáváními, která na ně uplatňuje jak široká veřejnost, tak mediální experti či představitelé mediálních profesí. Tato očekávání by média měla svým obsahem splňovat nebo se alespoň snažit svým jednáním k nim směřovat. Základním předpokladem, aby tato normativní očekávání mohla být plněna, je život ve svobodné společnosti a eliminace politických tlaků na podobu mediálního obsahu. Nejčastějšími normativními požadavky, které se vztahují k obsahu zpravodajství, jsou požadavek objektivity a vyváženosti obsahu. Tyto normy jsou nejen součástí odborného mediálního diskursu, ale jsou vnímány i širokou veřejností při posuzování kvality zpravodajství.

Primární funkcí zpravodajství je informovat o důležitých událostech, ke kterým publikum často nemá možnost přístupu a chybí mu s nimi bezprostřední osobní zkušenost. Z toho důvodu je objektivita a vyváženost obsahu velmi důležitá pro nezkrácené vnímání reality. Koncepce mediální objektivitativy vychází z předpokladu, že je možné určité objektivitativy dosáhnout, nebo se tomuto ideálu alespoň do určité míry přiblížit.

Požadavek objektivitativy se vztahuje k tomu, jakým způsobem novináři shromažďují, zpracovávají, třídí a šíří informace a jak se to projevuje v konečném obsahu zpravodajství. Ve zpravodajském obsahu by se měla objektivitativy projevit poskytnutím dostatečně širokého spektra pohledů a názorů na mediovanou problematiku, zastáncům jednotlivých proudů poskytnout adekvátní prostor, a tak posloužit k tomu, aby si veřejnost mohla svobodně a bez omezení vytvořit svůj vlastní názor. Požadavek objektivitativy ve zpravodajství je zdůrazňován především v kritických momen-

tech vývoje společnosti, kdy dochází k vyhocenému střetu dvou či více stran a potřeba nezkrácených informací je o to větší. V momentech, kdy je veřejnost závislá na mediích jako na hlavním zdroji informací, se důraz na požadavky objektivitativy stupňuje. Neobjektivní a zkrácené zpravodajství (ať vědomě, či nevědomě) může přispět k manipulaci publikem a ovlivnit reakce na sociální krizi. Mediální obsah tak může vyvolávat nečekané sociální a politické procesy s vážnými důsledky pro stav společnosti. Z těchto důvodů je důležité normativní požadavky na média kontinuálně uplatňovat a monitorovat způsob jejich plnění.

Definovat pojem objektivitativy a operacionalizovat jej pro výzkum obsahu není snadné a nabízí se řada přístupů. Za vlivnou a při obsahové analýze často užívanou bývá považována definice objektivitativy Jörgena Westerståhla (*Srv. Westerståhl, Objektiv nyhetsförmedling, 1972*), která je vhodná i pro zkoumání obsahu zpravodajských relací obsahu médií. Westerståhl dělí objektivitativu na faktičnost a nestrannost. Faktičnost se podle něj skládá z *pravdivosti, informativnosti a relevance*. Výzkum těchto složek objektivitativy probíhá většinou komparací s extramediálními daty, statistickými výzkumy, pozorováním v terénu a podobně. Druhá složka objektivitativy, nestrannost, se k metodě kvantitativní obsahové analýzy, která je v této části studie uplatněna, váže silněji. Obsahuje *vyváženost* ve smyslu rovnoměrného přístupu jednotlivých názorových proudů do obsahu zpravodajství a *neutralitativy*, tj. nestrannění parciálním zájmům a snahy zachovat si patřičný odstup od sporu či krize. V našem případě obsahové analýzy Českého rozhlasu se zaměříme spíše na složku nestrannosti, a tedy konkrétně na zkoumání vyváženosti a neutralitativy obsahu.

V kontextu krize v ČT je zachování nestrannosti o to důležitější, že do hry vstupují i faktory jako profesní solidarita novinářů, trend větší senzitivity médií na sebe sama a na procesy, ke kterým v jiných médiích dochází. Profesní solidarita pramení ze silného interpersonálního propojení médií v neoficiální rovině, větší mobility a fluktuace novinářů, rutinního setkávání novinářů při určitých událostech (tiskové konference). (Novináři jsou na sobě také často vzájemně závislí z důvodu sdílení a výměny informací mezi sebou, což jejich vazbu přes hranice jednotlivých redakcí posiluje.)

2.2 Vzorek vysílání ČRo1 a ČRo6

Analýze byly podrobeny stanice ČRo1 a ČRo6. Základní soubor jednotek pro výběr vzorku byl časově ohraničen termínem volby Jiřího Hodače do funkce generálního ředitele České televize, tj. datem 20. prosince 2000, a momentem odvolání ředitele Parlamentem ČR, tj. 8. ledna 2001 (respektive

u ČRo1 prodloužený vzorek do 9. ledna). Do vzorku byly zahrnuty i uvedené dny. Rozdíl v časovém horizontu vzorků byl zvolen záměrně pro dorovnání objemu dat a dodržení schématu výběru vzorku. (Bez tohoto dorovnání by vzorek ČRo1 poskytoval diametrálně nižší množství dat – měřeno v časových jednotkách, dorovnání zvětšením vzorku v rámci určitého sledovaného dne by znamenalo zkreslení.) Žánrově byl vzorek v popsaném termínu vymezen žánrem zpravodajská relace. Konkrétnější deskripce rozsahu základního souboru a vzorku pro obsahovou analýzu je uvedena v následujícím oddílu věnujícím se metodice analýzy.

2.3 Metoda obsahové analýzy

V kvantitativní části analýzy Českého rozhlasu byla uplatněna metoda obsahové analýzy. Obsahová analýza (angl. content analysis) je tradiční metodou zkoumání obsahu. Její počátky sahají do období druhé světové války. Od té doby byla různým způsobem modifikována. K jejímu přesnému definování přispěl v 50. letech Bernard Berelson, který ji definuje jako „výzkumnou techniku pro objektivní, systematický a kvantitativní popis zjevného obsahu komunikace“. Základním rysem obsahové analýzy je, že kvantifikuje vybrané jevy vyskytující se v obsahu a řadí je do zvolených kategorií. Výsledky jsou většinou zpracovávány za pomoci statistických operací. K výchozím předpokladům provádění obsahové analýzy patří dostatečný rozsah zkoumaného vzorku, aby mohla být získána data statisticky zpracována s potřebnou validitou. Druhou důležitou podmínkou je snadná identifikovatelnost kvantifikovatelných jednotek v konkrétním obsahu.

Aplikace obsahové analýzy při výzkumu ČRo1 a ČRo6 probíhala v následujících krocích:

2.3.1 Formulace výzkumných otázek

Výzkumné otázky obsahové analýzy souvisí se zadáním analýzy ČRo1 a ČRo6 a s otázkou, do jaké míry bylo zpravodajství těchto stanic o krizi v ČT objektivní a vyvážené. Jako hlavní výzkumné otázky byly stanoveny tyto:

Otázka 1: Jaké místo zaujímala krize v ČT v agendě zpravodajství ČRo1 a ČRo6?

Otázka 2: Která konkrétní témata se ve spojitosti s krizí v ČT objevovala a jaký jim byl věnován prostor? (A jak se tato témata vyvíjela v čase?)

Otázka 3: Které zdroje informací stanice užívaly a s jakou četností?

Otázka 4: Jak často se vyskytovaly hodnotící soudy ve zprávách ČRo1 a ČRo6?

Z tohoto souboru základních otázek jsme vycházeli při stanovení zkoumaných proměnných a při vypracování kódovací knihy a výčtu jednotlivých kategorií, kterých mohly sledované proměnné nabývat.

2.3.2 Definování základního souboru jednotek

Základní soubor jednotek je soubor, ke kterému se celý výzkum vztahuje a ze kterého je (v případě potřeby) vybrán vzorek pro analýzu. Jeho rozsah je v našem případě zřejmý již z předchozího oddílu textu. Byly do něj zařazeny veškeré zpravodajské relace stanic ČRo1 v období od 20. prosince 2000 do 8. ledna 2001 a zpravodajské relace ČRo6 v období od 20. prosince 2000 do 9. ledna 2001.

2.3.3 Konstrukce vzorku ze základního souboru

Z popsaného základního souboru byl vybrán vzorek pro obsahovou analýzu. Důvodem, proč nebyl použit celý základní soubor, byly technickoekonomické podmínky, konkrétně nutnost redukovat množství analyzovaných a kódovaných dat na takové množství, které by bylo zpracovatelné v relativně krátkém časovém horizontu jednoho měsíce. Druhým důvodem byla snaha zamezit zbytečné duplikaci kódovaných údajů, a tedy zamezit snížení jejich vypovídací hodnoty (v případě ČRo1 není pro obsahovou analýzu signifikantní kódovat veškeré zpravodajské relace vysílané každou čtvrtodinu, neboť dochází k minimální obsahové proměně – výsledkem by byla duplikace dat).

Vzorek zpravodajských relací byl stanoven u ČRo1 na relace vysílané v 7.00 hod, 8.00 hod, 12.00 hod a 18.00 hod. U ČRo6 byly do vzorku zahrnuty relace v 6.00 hod, 10.00 hod, 14.00 hod, 18.00 hod. U obou stanic tak bylo vzorkem dosaženo pokrytí celého vysílacího dne. Určitá diskrepance od schématu vzorku nastala v období vánočních svátků, kdy obě stanice vysílaly podle pozměněného schématu. V tomto období bylo možno u ČRo1 zařadit jen vysílání v 18.00 hod. ČRo6 nevysílal v období vánočních svátků zprávy v 6.00 hod, proto v těchto dnech byly do vzorku zahrnuty zprávy v 8.00 hod. Odchylnou ve vysílání v průběhu vánočních svátků došlo k získání rozdílných objemů dat (v časové délce) pro jednotlivé stanice. Pro dorovnání časové délky souborů byl zvolen krok prodloužení vzorku u ČRo1 o jeden den.

Vzorek se dále dělil do dvou rovin. Pro výzkumnou otázku 1 (*Jaké místo zaujímala krize v ČT v agendě zpravodajství ČRo1 a ČRo6?*) byly zařazeny do vzorku celé zpravodajské relace, u nichž byla měřena časová délka pro zjištění poměru, kolik prostoru bylo věnováno sledované krizi.

U následujících výzkumných otázek byly do zkoumaného vzorku zahrnuty již jen ty příspěvky vybraných zpravodajských relací, které se tematicky zabývaly krizí v ČT a děním kolem ní, tyto byly podrobně kódovány a analyzovány.

2.3.4 Definování jednotky analýzy

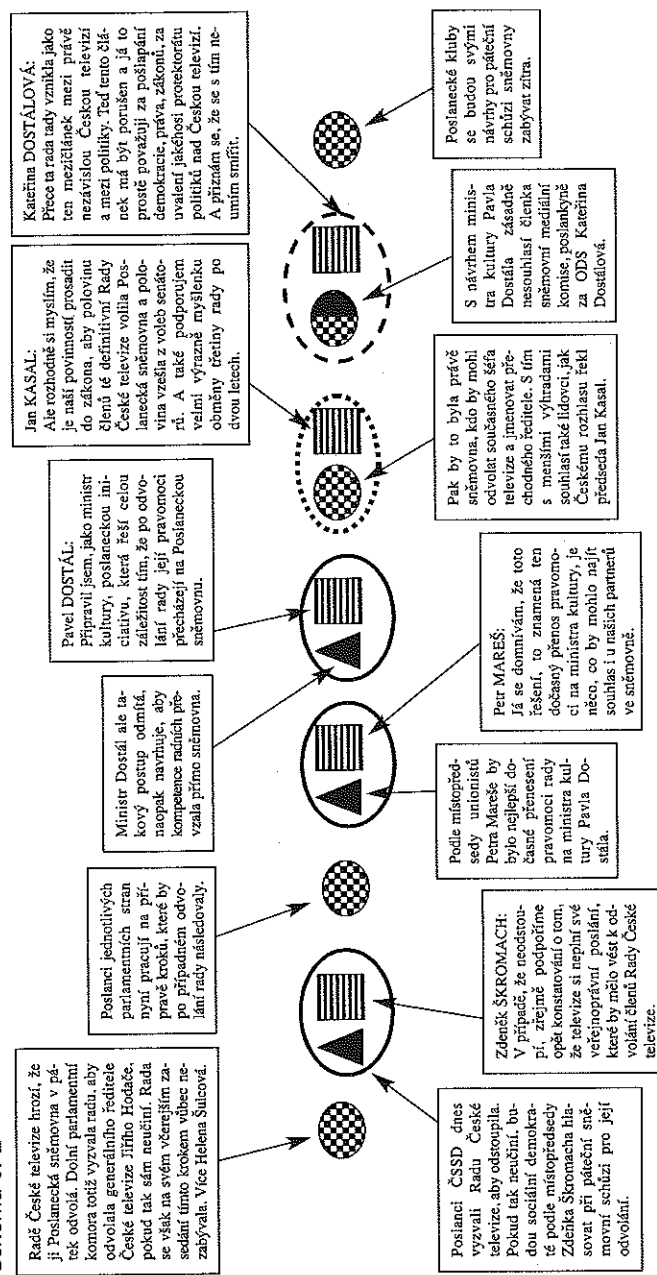
Jako jednotka analýzy byla stanovena s ohledem na sledované kategorie tzv. sekvence mluvčího. Definice a operacionalizace pojmu sekvence mluvčího narazila na problém odlišného zpracování zpravodajských příspěvků u ČRo1 a ČRo6. U vysílání ČRo1 byla sekvence stanovena jako úsek promluvy mezi změnami mluvčího, tedy se změnou mluvčího začíná nová sekvence. Tato definice se ukázala jako bezproblémově funkční, neboť zpravodajství ČRo1 je založeno na vstupech jednotlivých aktérů formou přímé řeči. U vysílání zpravodajství ČRo6 bylo nutné použít odlišnou operacionalizaci, neboť zpravodajské příspěvky této stanice jsou čteny téměř vždy celé moderátorem, a ten je tedy mluvčím po celou dobu příspěvku. Sekvence zde byla definována jako tematicky a gramaticky nezávislý celek vyznačující se změnou aktéra. I tato operacionalizace pojmu se u pilotní studie osvědčila jako reliabilní a kódovači ji používali totožným způsobem. Vedle pojmu základní jednotky sekvence se ve studii velmi často vyskytují pojmy příspěvek a relace. Příspěvek je definován jako synonymum pro zprávu. Relace je užívána jako jeden celý zpravodajský pořad.

Sekundárním a z hlediska tématu analýzy nezamýšleným zjištěním, kterou práce na vymezení kódovacích jednotek přinesla, byl popis nikoli nezajímavých rutinních postupů v kompozici zpravodajských relací ČRo1. Ten sice dodržuje neproblémové sekvence mluvčího, velmi často však úvodní sekvence moderátora ze studia pouze rekapituluje následující pří-
mou řeč dotazovaného mluvčího. (Tyto po sobě následující opakující se obsahy jsme metaforicky nazvali „dvojčata“.) Zpravodajská relace na ČRo1 je potom v celku značně plétorická, jak podrobně ilustruje Schéma č. 1 a související legenda. Srovnání s architekturou typické zpravodajské relace ČRo6 potom nabízí Schéma č. 2.

2.3.5 Konstrukce kategorií obsahu (proměnných), které mají být analyzovány

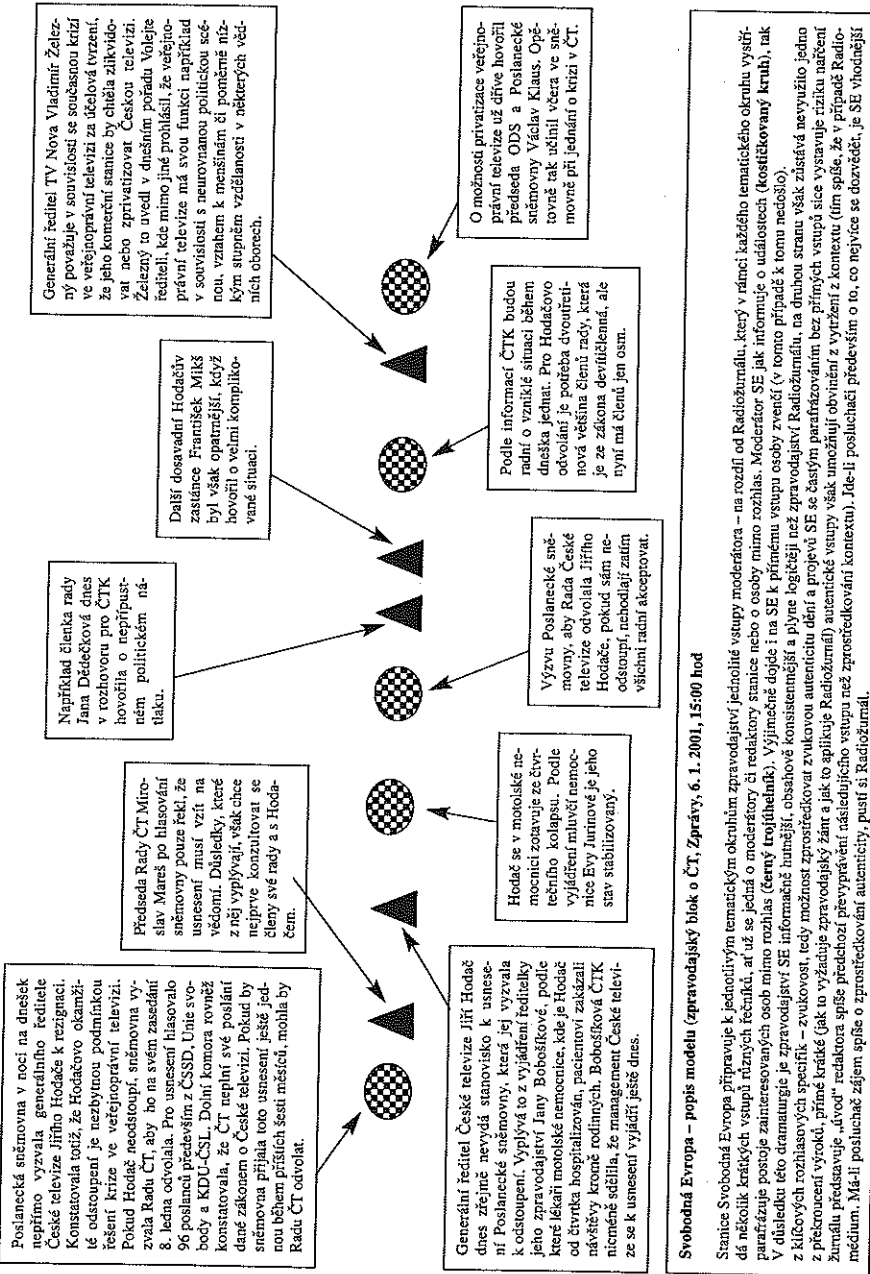
V této části obsahové analýzy bylo stanoveno, které jevy se budou zkoumat u jednotlivých sekvencí a zaznamenávat v kódovací knize. Každá z těchto

Schéma č. 1



Radižurnál – popis modelu (první zpravodajský blok Ozvěň dne, 9. 1. 2001, 18:00 hod)

Zpravodajský blok je uveden a uzavřen plynoucími vstupem redaktora (označovaný kruhy). Základním svačebním kamenem zpravodajství jsou pak „dvojčata“ neboli kombinace parafrází úplně parafrázované text, jenž je vzápětí vystaven osobou mimo rozhlas (tj. informací redundance, označeno plínými kruhy). Občas se stane, že autentický výrok osoby mimo rozhlas obsahuje jiné informace než úvodní slovo redaktora (označeno tečkami) nebo že se výrok překrývá jen zčásti (označeno čárkami).
Pro uvedený případ zpravodajského bloku tak například platí, že z pěti autentických vstupů osob mimo rozhlas jsou 3,5 v podstatě nadbytečné, neboť předchozí výrok redaktory dostatečně shrnuje a jasně emociivně, podstatu sdělení. Pouze Jan Kasal hovoří o něčem jiném než naznačuje redaktorův úvod, v případě Kateriny Dostálové je jejím výrokem zprostředkováno zdůvodnění postoje a jasně emociivně, podstatu sdělení je však řečena již redaktorem.



proměnných byla využita při závěrečné analýze sebraných dat. Zkoumány byly následující kategorie obsahu:

- Pořadí příspěvku o krizi v ČT v rámci zpravodajské relace.
- Pořadí analyzované sekvence v rámci příspěvku.
- Stopáž relace (časová vzdálenost mezi akustickým začátkem a koncem zpravodajské relace).
- Stopáž sekvence (časová vzdálenost mezi akustickým začátkem a koncem sekvence).
- Přítomnost headlinu (existence uvození příspěvku ke krizi v ČT v počátečním přehledu titulků relace).
- Mluví sekvence (ten, kdo v sekvenci přímo promlouvá).
- Aktér sekvence (ten, kdo je aktantem děje v sekvenci, hlavním činitelem; většinou ten, o kom se promlouvá).
- Zdroj informace (odkud informace pochází, ke komu se mluví odkazuje).
- Přítomnost hodnocení (existence hodnotících soudů, pejorativních vyjádření, hodnotících adjektiv apod.).
- Původce hodnocení (ten, kdo do sekvence vnáší hodnotící soud).
- Téma sekvence (o čem analyzovaná sekvence pojednává; o jakém dílčím tématu krize).
- Událost sekvence (co se stalo, co je hybatelem toho, že se o tématu mluví).

2.3.6 Výstavba systému kvalifikace

Pro jednotlivé kategorie obsahu byly stanoveny textové hodnoty a jim přidělené numerické kódy, do kterých budou data tříděna a kterých může ta která proměnná nabývat. Tyto jednotlivé kategorie proměnných jsou rozepsány v kódovací příloha.

2.3.7 Výcvik kódovačů a provedení pilotní studie

Veškerá data třídili a kódovali čtyři kódovači. Každá stanice byla kódována dvěma z nich. V této části výzkumu proběhla panelová diskuse všech kódovačů nad jednotlivými proměnnými a jejich kategoriemi a nad způsobem měření. Bylo tak potvrzeno jednotné kódování u rozdílných kódo- vačů.

Následná pilotní studie sloužila k testování kódovací knihy. Pilotní studie byla provedena na vzorku čtyř zpravodajských relací pro každou stanici.

2.3.8 Kódování obsahu podle ustanovené definice

V této fázi jednotliví kódovači samostatně kódovali jim přidělenou část zkoumaného vzorku. Použit byl Statistical Package for Social Sciences (SPSS), což je statistický program pro kvantitativní výzkumy v oblasti sociálních věd. Tento program je vhodný pro sběr, třídění a vyhodnocování velkého objemu dat při sledování většího počtu proměnných.

2.3.9 Analýza sebraných dat, vyvození závěrů a konečný výstup obsahové analýzy

Analytické zpracování získaných dat proběhlo rovněž v SPSS. Získaná data poskytla pro ČRo1 soubor 931 sekvencí a pro ČRo6 soubor 503 sekvencí. Data byla analyzována v souladu se stanovenými otázkami výzkumu. Výsledné údaje užívají tři jednotek: časová délka ve vteřinách, procentuální výskyt případů z celkového počtu sekvencí, četnost výskytu v absolutních číslech. Analýzou získaná data jsou prezentována v této studii formou tabulek a grafů spolu s připojenými textovými komentáři.

3 Český rozhlas o krizi v ČT: Srovnání ČRo1 a ČRo6

Tab. č. 1: Kolik času věnovaly stanice ČRo1 a ČRo6 krizi v ČT?

Charakteristika báze dat (souhrny a extrémy)	stanice Českého rozhlasu	
	ČRo1	ČRo6
Základní ukazatele báze dat		
Báze dat (počet vysílaných sekvencí)	931	503
Celkem vysíláno (hodin)	13,9	11,5
Celkem vysíláno (sec)	49939	41281
Vysíláno relací (počet)	58	79
Nejdélší relace (sec)	1499	552
Nejkratší relace (sec)	502	227
Průměrná relace (sec)	866,1	516,0
Vysíláno příspěvků o krizi v ČT (poč.)	218	157
Průměrně sekvencí v příspěvku (počet)	4,3	3,2
Celkem o krizi v ČT vysíláno (hodin)	5,0	3,9
Celkem o krizi v ČT vysíláno (sec)	17980	13871
Nejdélší sekvence (sec)	124	147
Nejkratší sekvence (sec)	1	5
Průměrná sekvence (sec)	19,3	27,6

Základní teze k tab. č. 1

→ Kvantitativní analýza vysílání ČRo o krizi v ČT byla provedena na vzorku 931 (ČRo1) a 503 (ČRo6) sekvencí mluvčího.

Komentář k tab. č. 1

Celkové sledované zpravodajské vysílání stanic ČRo1 a ČRo6 ve zpracovávaném období (od 20. prosince 2000 do 8., resp. 9. ledna 2001) představovalo 13,9 hodin (ČRo1) a 11,5 hodiny (ČRo6) v 58 (ČRo1) a 79 (ČRo6) relacích.

Ze sledovaného úseku zpravodajského vysílání ČRo jsme na základě (v metodické části definovaných) principů rozebrali základní soubor 931 sekvencí (ČRo1) a 503 sekvencí (ČRo6) věnovaných vysílání o krizi v ČT. A to o celkové délce 5 hodin (ČRo1) a necelé 4 hodiny (ČRo6) vysílání.

Tab. č. 2: Kolik času věnoval ČRo1 krizi v ČT?

Podíl vysílání o krizi v ČT na celku vysílání	ČRo1		
	v sec	v hodinách	v %
Celkem vysíláno	49939	13,87	100 %
O krizi v ČT vysíláno	17 980	4,99	36 %

Báze: 931 sekvencí

Tab. č. 3: Kolik času věnoval ČRo6 krizi v ČT?

Podíl vysílání o krizi v ČT na celku vysílání	ČRo6		
	v sec	v hodinách	v %
Celkem vysíláno	41 281	11,47	100 %
O krizi v ČT vysíláno	13 871	3,85	34 %

Báze: 503 sekvencí

Základní teze k tab. č. 2 a 3

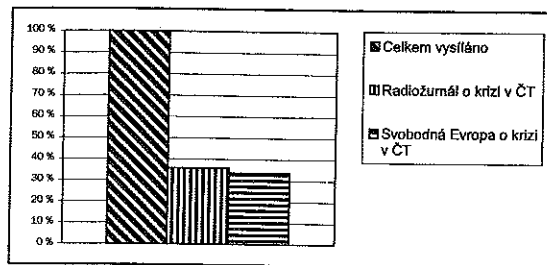
→ Ve zkoumaném období vysílal ČRo1 zpravodajské Ozvěny dne v souhrnné délce necelých 14 hodin. Krizi v ČT bylo z toho věnováno 5 hodin, tedy více než jedna třetina.

→ ČRo6 za sledované období odvysílal necelých 11,5 hodin Zpráv. Krizi v ČT z toho věnoval necelé 4 hodiny, tedy více než jednu třetinu.

Komentář k tab. č. 2 a 3

Stanice ČRo1 i ČRo6 považovaly události související s krizí v ČT za mimořádně důležité a věnovaly jim velkou část svého vysílání. O těchto událostech referovaly obě stanice s téměř totožnou intenzitou, na obou stanicích zabíraly relace věnované krizi v ČT přibližně jednu třetinu.

Graf č. 1 Jaký podíl vysílání věnovaly stanice ČRo1 a ČRo6 krizi v ČT?



Tab. č. 4: Kolik času věnovaly stanice ČRo1 a ČRo6 krizi v ČT?

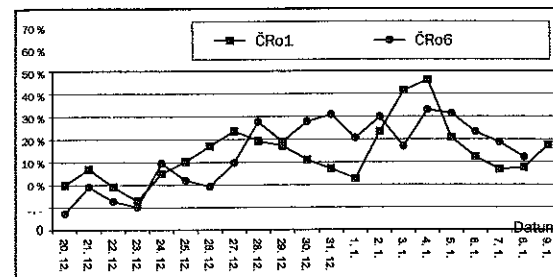
Podíl vysílání o krizi v ČT na celku vysílání		
datum	v příslušný den vysíláno o krizi v ČT (v %)	
	ČRo1	ČRo6
20. 12. 2000	19,9 %	7,3 %
21. 12. 2000	26,9 %	19,0 %
22. 12. 2000	19,1 %	12,7 %
23. 12. 2000	12,9 %	10,1 %
24. 12. 2000	24,9 %	29,5 %
25. 12. 2000	30,3 %	22,0 %
26. 12. 2000	37,0 %	19,2 %
27. 12. 2000	43,6 %	29,7 %
28. 12. 2000	39,2 %	47,6 %
29. 12. 2000	37,1 %	38,9 %
30. 12. 2000	30,9 %	47,8 %
31. 12. 2000	27,1 %	50,8 %
1. 1. 2001	22,7 %	40,6 %
2. 1. 2001	43,4 %	49,8 %

Tab. č. 4: pokračování

datum	v příslušný den vysíláno o krizi v ČT (v %)	
	ČRo1	ČRo6
3. 1. 2001	61,2 %	36,8 %
4. 1. 2001	66,0 %	52,7 %
5. 1. 2001	40,6 %	51,3 %
6. 1. 2001	32,3 %	43,1 %
7. 1. 2001	26,7 %	38,6 %
8. 1. 2001	27,6 %	32,1 %
9. 1. 2001	37,5 %	

Báze: 931 sekvencí (ČRo1) a 503 sekvencí (ČRo6)

Graf č. 2 Kolik času věnovaly stanice ČRo1 a ČRo6 krizi v ČT?



Základní teze k tab. č. 4

→ Nejvyšší pozornost věnovaly stanice ČRo1 a ČRo6 dění v ČT 4. ledna. Zpravodajství o ČT toho dne dosáhlo hranice dvou třetin celých zpráv (ČRo1), resp. přesáhlo jejich polovinu (ČRo6).

Komentář k tab. č. 4

Rovněž nejnižší podíl zpráv o ČT se objevuje u obou stanic ve stejný den - 23. prosince (u ČRo6 navíc ještě první den zkoumání). Po zbytek sledovaného období pak podíl zpravodajství o krizi v ČT ani u jedné ze stanic neklesl pod 20 % celku zpráv. (V případě ČRo6 s jednou výjimkou.) Pro srovnání: den nejvyššího zájmu stanic o krizi v ČT připadl na pracovní čtvrtek a den nejnižšího zájmu na předvánoční sobotu.

Zatímco zájem ČRo1 kulminoval ve dvou dnech (27. 12. a 4. 1.) a mezi těmito daty výrazně klesal, zájem ČRo6 lze označit (pro období 28. 12. až 6. 1.) za vytrvalý, stabilní.

4 ČRo1 o krizi v ČT: kvantifikace profilu vysílání

Tab. č. 5: Kolik času věnoval ČRo1 krizi v ČT?

Souhrnná stopáž zpravodajského vysílání ČRo1		
	v příslušný den vysíláno ve sledovaných relacích	
datum	celkem (v sec)	o krizi v ČT (v sec)
20. 12. 2000	3895	775
21. 12. 2000	3786	1018
22. 12. 2000	2680	667
23. 12. 2000	1027	132
24. 12. 2000	602	150
25. 12. 2000	909	275
26. 12. 2000	888	329
27. 12. 2000	4833	1520
28. 12. 2000	3473	1363
29. 12. 2000	3336	1266
30. 12. 2000	1216	376
31. 12. 2000	580	157
1. 1. 2001	1253	285
2. 1. 2001	3287	1428
3. 1. 2001	3488	2134
4. 1. 2001	3284	2166
5. 1. 2001	3127	1271
6. 1. 2001	781	252
7. 1. 2001	834	223
8. 1. 2001	3109	859
9. 1. 2001	3551	1334

Báze: 931 sekvencí

Základní teze k tab. č. 5

→ ČRo1 v některých dnech nevysílal Ozvěny dne (ve třech ze čtyř sledovaných vysílacích časů) – tato skutečnost se projevuje kolísáním souhrnných stopáží.

→ Ve dnech 3. a 4. 1. 2001 věnoval ČRo1 krizi v ČT nejvíce času, a to přes půl hodiny denně, což představovalo dvě třetiny denního celku zpravodajských relací.

Komentář k tab. č. 5

Vyšší podíl zpravodajství o krizi v ČT lze vysledovat i po skončení vánočních svátků (20 až 25 min denně). V těchto třech pracovních dnech se objem zpravodajství o ČT pohyboval kolem dvou pětín celku zpravodajství.

Tab. č. 6: Kolik času věnoval ČRo1 krizi v ČT?

Podíl stopáže vysílání o krizi v ČT na celkové stopáži v ČRo1				
	o krizi v ČT vysíláno (v % celku zpráv)			
datum	7 h	8 h	12 h	18 h
20. 12. 2000	26,1 %	29,0 %	7,5 %	24,6 %
21. 12. 2000	33,8 %	39,5 %	15,0 %	30,3 %
22. 12. 2000	31,4 %	32,5 %	4,2 %	24,5 %
23. 12. 2000	12,9 %			
24. 12. 2000	24,9 %			
25. 12. 2000	30,3 %			
26. 12. 2000	37,0 %			
27. 12. 2000	60,1 %	63,2 %	17,4 %	57,9 %
28. 12. 2000	63,8 %	59,1 %	11,4 %	52,2 %
29. 12. 2000	43,8 %	38,9 %	19,6 %	54,6 %
30. 12. 2000	30,9 %			
31. 12. 2000	27,1 %			
1. 1. 2001	22,7 %			
2. 1. 2001	54,5 %	51,2 %	19,8 %	67,8 %
3. 1. 2001	69,1 %	58,5 %	46,1 %	82,5 %
4. 1. 2001	72,2 %	67,4 %	61,7 %	66,4 %
5. 1. 2001	37,0 %	41,5 %	48,6 %	31,5 %
6. 1. 2001	32,3 %			
7. 1. 2001	26,7 %			
8. 1. 2001	28,8 %	10,0 %	31,7 %	31,5 %
9. 1. 2001	28,5 %	33,0 %	50,4 %	29,8 %
9. 1. 2001	37,5 %			

Báze: 931 sekvencí

Základní teze k tab. č. 6

→ ČRo1 v některých dnech nevysílal Ozvěny dne (ve třech ze čtyř sledovaných vysílacích časů).

→ Ozvěny dne v 7, 8 a 18 hodin vykazují stejnou tendenci růstu i poklesu podílu času věnovaného krizi v ČT. Naproti tomu tytéž podíly konstruované pro zprávy ve 12 hodin vykazují obecně nižší zájem této zpravodajské relace o události v ČT.

Komentář k tab. č. 6

Zpravodajské relace vysílané ve 12 hodin lze považovat za výrazně se vymezující vůči zbylým třem. Až do 3. 1. věnují krizi v ČT o 15-40 % menší část vysílání než zbylé relace. Naopak poslední sledovaný den bylo zpravodajství o krizi v ČT ve 12 hodin o 18 % delší než relace, která se toho dne věnovala tématu nejméně.

V Ozvěnách dne v 18 hodin ze dne 3. ledna dosáhl podíl zpráv o krizi v ČT dokonce 82 %, tzn. že ostatním událostem z domova i zahraničí věnoval ČRo1 pouhou pětinu zpravodajského času. Naopak v Ozvěnách dne ve 12 hodin z 22. 12. se ČRo1 krizí téměř nezabýval (4,2 %).

Tab. č. 7: Kteří aktéři byli (nebyli) předmětem příspěvků uvozených headlinem?

Kteří aktéři byli (nebyli) předmětem příspěvků uvozených headlinem v ČRo1?				
aktér	s headlinem		bez headlinu	
	v % výskytu	v sec	v % výskytu	v sec
občané	25 %	91	75 %	179
zahraničí	39 %	1012	61 %	1749
mediální experti	47 %	313	53 %	273
neutrální zaměstnanci	50 %	376	50 %	436
politici	59 %	2870	41 %	2005
jiný aktér	62 %	361	38 %	241
vedení	73 %	3420	27 %	1256
protestující	75 %	1929	25 %	751
aktér průměrně	62 %	10372	38 %	6890

Báze: 930 sekvencí; 1 sekvence poškozena

Základní teze k tab. č. 7

→ Tabulka srovnává význam (podružnost) aktéra, přisouzený mu ČRo1 na základě podílu příspěvků o aktérovi uvozených headlinem a délky těchto příspěvků.

Komentář k tab. č. 7

ČRo1 upřednostňoval v příspěvcích s headlinem jako aktéry protestující a vedení ČT. Podprůměrný význam přisuzoval příspěvkům s občany (jen čtvrtina opatřena headlinem), zahraničními hlasy, mediálními experty a neutrálními zaměstnanci ČT.

Tab. č. 8: Kteří političtí aktéři byli (nebyli) předmětem příspěvků uvozených headlinem?

Kteří političtí aktéři byli (nebyli) předmětem příspěvků uvozených headlinem v ČRo1?				
aktér (politické strany, politici)	s headlinem		bez headlinu	
	v % výskytu	v sec	v % výskytu	v sec
4K	57 %	76	43 %	42
ČSSD	60 %	644	40 %	335
ODS	64 %	504	36 %	285
US	62 %	121	38 %	93
KDU	71 %	71	29 %	27
KSČM	100 %	39	0 %	0
ostatní – nepolitičtí	62 %	9280	38 %	6463

Báze: 931 sekvencí

Základní teze k tab. č. 8

→ Tabulka srovnává význam (podružnost) politického aktéra, přisouzený mu ČRo1 na základě podílu příspěvků o politickém aktérovi uvozených headlinem a délky těchto příspěvků.

Komentář k tab. č. 8

Příspěvky, ve kterých jako aktér vystupovali politici, ČRo1 nijak výrazně nediferencoval jejich uvozením headlinem. Příspěvky s politiky jakékoli strany byly uvozovány headlinem v přibližně stejné míře (57 % až 71 %). Naopak čas poskytnutý příspěvkům se velmi liší. Aktéři ČSSD a ODS dostali v příspěvcích s headlinem skoro pětikrát více času než ostatní strany dohromady.

Tab. č. 9: Jaká témata byla (nebyla) uvozoována headlinem?

Jaká témata byla (nebyla) uvozoována headlinem v ČRo1?				
téma	s headlinem		bez headlinu	
	v % výskytu	v sec	v % výskytu	v sec
o hospodaření	26 %	94	74 %	432
o zahraničním obraze	37 %	1048	63 %	1861
o zákonech	46 %	588	54 %	749
o svobodě a demokr.	50 %	63	50 %	76
o vysílání	55 %	1062	45 %	680
o veřejnoprávnosti	60 %	198	40 %	136
jiné téma	61 %	969	39 %	522
o politice	65 %	2057	35 %	1036
o radě	69 %	832	31 %	355
o vedení	78 %	2116	22 %	709
o protestujících	79 %	1345	21 %	334
celek	62 %	10372	38 %	6890

Báze: 930 sekvencí; 1 sekvence poškozena

Základní teze k tab. č. 9

→ Tabulka srovnává význam (podružnost) tématu, přisouzenou mu ČRo1 na základě podílu příspěvků o daném tématu uvozených headlinem a délky těchto příspěvků.

Komentář k tab. č. 9

ČRo1 zvýrazňoval příspěvky s tématy: protestující, vedení ČT, Rada pro rozhlasové a televizní vysílání a politika.

ČRo1 přikládal menší důležitost příspěvkům o hospodaření, o zákonech a o obraze ČR v zahraničí.

Tab. č. 10: Jaké události byly (nebyly) uvozoovány headlinem?

Jaké události byly (nebyly) uvozoovány headlinem v ČRo1?				
událost	s headlinem		bez headlinu	
	v % výskytu	v sec	v % výskytu	v sec
schůze pol. strany	48 %	492	52 %	530
petice	49 %	407	51 %	550
schůze vlády	54 %	537	46 %	362
vedení	58 %	1645	42 %	1222
individuální výrok	62 %	1917	38 %	1644
schůze rad	62 %	1483	38 %	1040
jiná událost	65 %	880	35 %	466
demonstrace	69 %	812	31 %	383
schůze parlamentu	72 %	1609	28 %	602
protestující	88 %	523	12 %	91
reakce politiků	100 %	67	0 %	0
událost průměrně	62 %	10372	38 %	6890

Báze: 930 sekvencí; 1 sekvence poškozena

Základní teze k tab. č. 10

→ Tabulka srovnává význam (podružnost) události, přisouzenou jí ČRo1 na základě podílu příspěvků o dané události uvozených headlinem a délky těchto příspěvků.

Komentář k tab. č. 10

ČRo1 sledoval v příspěvcích s headlinem zejména události vázané na schůzi v parlamentu, protestující, demonstrace, individuální výrok, schůzi mediálních rad.

Menší zájem projevoval ČRo1 o události vázané na schůzi politické strany, petice, schůzi vlády.

Tab. č. 11: Kteří mluvčí vystupovali ve zprávách ČRo1?

Kteří mluvčí vystupovali ve zprávách ČRo1?		
typ mluvčího		
kategorie	v % výskytu	v sec
moderátoři, reportéři	62,9 %	10817
protestující	6,6 %	1320
vedení	11,0 %	1883
politici	13,1 %	2720
	jednotlivé strany*	
	ODS	3,9 % 827
	ČSSD	4,6 % 1040
	US	1,7 % 328
	KDU-ČSL	0,9 % 158
	4K	0,2 % 35
	KSČM	0,2 % 31
občané	0,3 %	50
hlasy ze zahraničí	0,5 %	121
mediální experti	1,6 %	360
lidé z ČT (neutrální)	0,8 %	132
jiní	3,2 %	577
celkem	100,0 %	17980

Báze: 931 sekvencí

* Zbytek do celku tvoří mluvčí: Václav Havel, vláda a parlament jako celek

Základní teze k tab. č. 11

→ Jako mluvčí převažovali ve zpravodajství ČRo1 politici (13,1 %, 2720 sec), za nimi potom hlavní zúčastněné strany sporu: vedení ČT (11 %, 1883 sec) a protestující (6,6 %, 1320 sec).

→ Vyváženost v přímých vstupech představitelů politických stran panuje mezi ODS (3,9 %, 827 sec) a ČSSD (4,6 %, 1040 sec), zbytek politického spektra je vzhledem k této dvojici podhodnocen.

→ Protestující jako mluvčí vystupovali sice méně často, zato však s delšími sekvencemi.

Komentář k tab. č. 11

Mezi mluvčími, kteří ve zpravodajství ČRo1 pouze „hostovali“ (nebyli profesionálními moderátory či reportéry) převažují politici (13,1 % sekvencí,

2720 sec). Tento údaj svědčí o tom, že problém byl na ČRo1 zasazen zejména do politického rámce. O politizaci nevyovídá jen samotná frekvence politiků jako mluvčích, ale především řádový rozdíl mezi zastoupením politiků a nepolitických mluvčích. Politikové dostali místo skupinou tří nejdůležitějších komentátorů krize (vedle vedení ČT: zastoupeno v 11 % sekvencí, 1883 sec, a protestujících: zastoupení v 6,6 % sekvencí, 1320 sec). Dva hlavní zdroje nepolitického glosování jakékoli události – odborníci a veřejnost – dostali jako mluvčí nesrovnatelně menší prostor (mediální experti: 1,6 % sekvencí, 360 sec, a občané: 0,3 % sekvencí, 50 sec). Prostor pro přímá vyjádření politiků je poměrně vyrovnaný, pokud sledujeme pouze zastoupení ODS a ČSSD (ODS 3,9 %, 827 sec a ČSSD 4,6 %, 1040 sec). Po těchto dvou politických stranách přichází v časové dotaci pro přímé výpovědi politiků kvantitativní skok – zástupci dalších politických stran nemluví o krizi v ČT ani z poloviny tak často či dlouho jako představitelé ODS a ČSSD.

Hlavní strany konfliktu (vedení a protestující) ČRo1 prezentoval jako mluvčí zdánlivě velmi nevyváženě, ve prospěch vedení (11 % sekvencí, 1883 sec, zatímco protestující získali 6,6 % sekvencí, 1320 sec). Rozdíl časových údajů je však dosti malý, vzhledem k velkému rozdílu v počtech sekvencí: protestující totiž sami vypovídali sice méně často, zato však dostávali více času. Průměrná délka sekvence mluvčího je dokonce u protestujících vyšší (22 sec, vedení pouze 18 sec). Protestující tedy dostávali více času, z čehož lze usuzovat na to, že ČRo1 jim nabídl větší šanci nejen informovat, ale také vysvětlovat. (Explanační hodnota zprávy přímo souvisí s její délkou, což platí i o jejích úsecích.)

Tab. č. 12: Kteří politici mluvčí vystupovali ve zprávách ČRo1?

Kteří politici mluvčí vystupovali ve zprávách ČRo1?		
politický mluvčí	v % výskytu	v sec
Pavel Dostál	12,4 %	396
jiný politik ČSSD	11,5 %	300
Kateřina Dostálová	10,7 %	284
Václav Klaus	9,8 %	327
Miloš Zeman	8,2 %	238
Ivan Langer	6,6 %	148
vláda	5,7 %	157
Václav Havel	5,7 %	119
Vladimír Mlynář	5,7 %	141
Karel Kühnl	4,1 %	96

politický mluvčí	v % výskytu	v sec
Petra Buzková	3,3 %	106
Jan Kasal	3,3 %	84
jiný politik KDU-ČSL	3,3 %	74
jiný politik ODS	2,5 %	68
Jan Ruml	1,6 %	56
jiný politik US	1,6 %	35
politik 4K	1,6 %	35
politik KSČM	1,6 %	31
parlament jako celek	0,8 %	25
Petr Pithart	0,0 %	0
Cyril Svoboda	0,0 %	0
politik ODA nebo DEU	0,0 %	0
celkem	100,0 %	2720

Báze: 122 sekvencí politického mluvčího

Základní teze k tab. č. 12

→ Pořadí prvních sedmi konkrétních mluvčích je pouze „dvoubarevné“, složené z mluvčích ODS a ČSSD.

→ Jmenovitými mluvčími za ČSSD jsou spíše nositelé formálních funkcí (ministr, premiér, vláda), za ODS hovořili spíše straníční experti na mediální problematiku (Kateřina Dostálová, Ivan Langer).

Komentář k tab. č. 12

Z podrobnějšího rozboru politických mluvčích (ačkoli sem patří nejen mluvčí se stranickou příslušností, ale i kolektivní či nadstranické politické síly, jako je vláda, parlament či prezident) plyne potvrzení údajů o představitelích stran v roli mluvčího. I v tomto případě se mezi prvními sedmi nejvýšeřnými mluvčími objevují pouze zástupci ODS a ČSSD. Již mechanicky je přidělován v médiích prostor předsedům stran, odtud čelní postavení Václava Klause (9,8 %, 327 sec) a Miloše Zemana (8,2 %, 238 sec). Ostatní konkrétní politické mluvčí však ČRo1 vybíral v případě ČSSD a ODS podle různých klíčů. Vybrané mluvčí ČSSD vyneslo do čela žebříčku spíše formální postavení ve státním aparátu, figuruje tu ministr, premiér a vláda (Pavel Dostál: 12,4 %, 396 sec, Miloš Zeman: viz výše, vláda: 5,7 %, 157 sec). Z řad ODS sahal ČRo1 po mluvčích z řad tzv. stranických expertů na danou problematiku (Kateřina Dostálová: 10,7 %, 248 sec, Ivan Langer: 6,6 %, 148 sec). Zástupci

všech ostatních stran měli minimálně o polovinu méně příležitostí promluvit, tuto část žebříčku otevírá Vladimír Mlynář s 5,7 % a 141 sec, což není ani polovina příležitostí mluvčích z čela žebříčku. Údaje tedy již podruhé napovídají, že vyváženost se na ČRo1 myslí zejména vyváženost časů ODS a ČSSD, zatímco o ostatní strany se již tolik nedbá. Ne všichni političtí mluvčí samozřejmě mohou dostat stejný čas k vyjádření – dodržení informační kvality vyváženosti však neznamená ani tak stejnou časovou dotaci pro všechny mluvčí, jako spíše různorodost ve skupině těch, kteří dostávají slovo nejčastěji.

Tab. č. 13: Kteří aktéři vystupovali ve zprávách ČRo1?

Kteří aktéři vystupovali ve zprávách ČRo1?					
typ aktéra					
kategorie	v % výskytu	v sec			
protestující	17,4 %	2789	jednotlivé strany		
vedení	32,3 %	5342			
politici	27,6 %	5070			
			ODS	4,7 %	789
			ČSSD	5,9 %	979
			US	1,7 %	214
			KDU-ČSL	0,8 %	98
			4K	0,8 %	118
			KSČM	0,3 %	39
občané	1,8 %	293			
hlasy ze zahraničí	10,8 %	2782			
mediální experti	3,9 %	726			
lidé z ČT (neutrální)	1,2 %	160			
jiní	5,0 %	818			
celkem	100,0 %	17980			

Báze: 931 sekvencí

Základní teze k tab. č. 13

→ O politicích jako o aktérech se mluvilo méně často (27,6 %, 5070 sec) než o nepolitických subjektech. Sekvence, kdy se mluvilo o politicích, byly však delší.

- O protestujících se mluvilo méně často než o vedení. Současně s tím měli protestující delší sekvence mluvčího než vedení, a v důsledku tedy i větší kontrolu nad svým vlastním obrazem.
- Vystupuje silný rozdíl mezi přítomností zahraničních autorit (hlasů) jako aktérů a jako mluvčích. Mnohem častěji a déle se mluví o nich (10,8 %, 2782 sec), než ony samy přímo promlouvají (0,5 %, 121 sec). Tuto skutečnost lze vysvětlit jazykovou bariérou.

Komentář k tab. č. 13

Změníme-li perspektivu a nesledujeme kdo mluví (mluvčí zprávy), ale o kom se mluví (aktér zprávy), zjišťujeme, že ústup politiků jakožto aktérů na druhé místo je jen zdánlivý. Na rozdíl od politiků-mluvčích, které pořadí mluvčích vedou, jsou sice politikové-aktéři až druzí (27,6 %, 5070 sec) za vedením (32,3 %, 5342 sec), ovšem při zohlednění času (nejen počtu sekvencí), po který se mluvilo o politicích, se opět dostávají na první místo. ČRo1 tedy dával slovo především politikům a následkem toho se o nich také nejdéle mluvilo v sekvencích, kde vystupovali jako aktéři. Aktéři z jednotlivých stran jsou potom prezentováni podobně jako straničtí a političtí mluvčí: o nejdélejší časy a největší procenta sekvencí se opět dělí pouze ODS (4,7 %, 789 sec) s ČSSD (5,9 %, 979 sec), o ostatních stranických aktérech se nemluví ani z poloviny tak často či dlouho (US: 1,7 %, 214 sec, KDU-ČSL: 0,8 %, 98 sec, 4K: 0,8 %, 118 sec, KSČM: 0,3 %, 39 sec).

Druhým nejzastoupenějším aktérem zpravodajství ČRo1 bylo vedení (viz výše). V procentech sekvencí i v absolutních časech se o protestujících hovořilo méně (17,4 %, 2789 sec). Prezentace protestujících na ČRo1 v sobě tedy spojuje dva rysy: jako mluvčí měli nad vedením výhodu v „přídělu“ delších sekvencí mluvčího, jako o aktérech se o nich však hovořilo méně než o vedení. Typická prezentace zástupce protestujících tedy vypadá zhruba takto: mluví se o něm méně často než o vedení (má větší možnost sám regulovat svůj obraz, jevit se tak, jak se jevit chce) a sám mluví také méně často než zástupce vedení, ale v delších sekvencích (má větší možnost nejen sdělovat fakta, ale i vysvětlovat).

Zajímavé je rovněž srovnání zahraničních autorit jako aktérů (10,8 %, 2782 sec) a jako mluvčích (viz výše: 0,5 %, 121 sec). Zahraniční autority, subjekty tématu „Co si o nás kvůli krizi v ČT pomyslí v Evropě?“ se tedy mnohem častěji objevují jako aktéři, o kterých se hovoří, než že by samy promlouvaly. Nabízí se pro to technické vysvětlení – jazyková bariéra. Projev zahraničního hlasu jako mluvčího je třeba přeložit.

Tab. č. 14: Kteří političtí aktéři vystupovali ve zprávách ČRo1?

Kteří političtí aktéři vystupovali ve zprávách ČRo1?		
politický aktér	v % výskytu	v sec
parlament jako celek	36,5 %	2234
Pavel Dostál	8,9 %	406
vláda	7,4 %	391
Václav Klaus	7,4 %	394
jiný politik ČSSD	6,6 %	318
Miloš Zeman	5,1 %	236
prezident Havel	4,7 %	208
Kateřina Dostálová	3,5 %	151
jiný politik ODS	3,5 %	121
Ivan Langer	2,7 %	123
politik 4K	2,7 %	118
Vladimír Mlynář	2,3 %	55
Karel Kühnl	1,9 %	72
jiný politik US	1,6 %	65
Jan Kasal	1,2 %	33
jiný politik KDU-ČSL	1,2 %	47
politik KSČM	1,2 %	39
Petra Buzková	0,8 %	19
Jan Ruml	0,4 %	22
Petr Pithart	0,4 %	18
Cyriil Svoboda	0,0 %	0
politik ODA nebo DEU	0,0 %	0
celkem	100,0 %	5070

Báze: 257 sekvencí s politickým aktérem

Základní teze k tab. č. 14

- Mezi konkrétními politickými aktéry nevede žádný z individuálních politiků, ale parlament jako celek (36,5 %, 2234 sec). O parlamentu se hovořilo často v souvislosti s vysokými preferencemi tématu parlamentní řešení krize.
- První polovinu spektra zastoupenosti (do 5 %) obsadili aktéři ČSSD a ODS. Z této skupiny vypadla jako aktér pouze Kateřina Dostálová. V roli mluvčího měla 10,8 % sekvencí, v roli aktéra jen 3,5 % sekvencí.

Komentář k tab. č. 14

Detailní rozbor politických aktérů ukazuje, že důvodem, proč se tak silně hovořilo o politicích jako obecné kategorii, je mimo jiné parlament (36,5 %, 2234 sec). O parlamentu jako celku se hovořilo několikanásobně více než o ostatních jmenovitých politických aktérech. (Rozdíl mezi prvním parlamentem a druhým nejdůležitějším aktérem Pavlem Dostálem -8,9 %, 406 sec - je téměř 2000 sekund). Při pohledu na témata (viz níže) se ukazuje důvod častého a dlouhého rozebírání parlamentu jako aktéra, jedním z nejfrekventovanějších témat je totiž téma parlamentní řešení krize. Místa mezi 9 % a 5 % zastoupení politických aktérů opět obsadila skupina složená pouze ze zástupců ČSSD a ODS. Z politiků se tedy hovořilo nejčastěji o těch, kteří současně nejčastěji dostávali slovo. Jedinou výjimkou je Kateřina Dostálová, která byla pravděpodobně mnohem atraktivnější jako přímý mluvčí než jako ten, o kom se mluví. V žebříčku aktérů je totiž mnohem níže než v žebříčku mluvčích. Jako aktér má jen 3,5 %, 151 sec, jako mluvčí 10,7 %, 248 sec.

Tab. č. 15: Jaká témata prezentovalo zpravodajství ČRo1 v souvislosti s krizí v ČT?

Jaká témata prezentovalo zpravodajství ČRo1 v souvislosti s krizí v ČT?					
témata pod lupou	v % výskytu	v sec	základní témata	v % výskytu	v sec
gen. ředitel Hodač	13,6 %	2114	o vedení ČT	19,1 %	2880
zbytek vedení ČT	0,4 %	99			
vedení ČT jako celek	2,8 %	432			
ředitelka zprav. Bobošíková	2,3 %	235			
Rada ČT	8,2 %	1250	o Radě ČT	8,2 %	1250
protestující (jejich činnost)	9,7 %	1636	o protestech	10,5 %	1718
život ve velíně	0,8 %	82	o zákonech	5,9 %	1418
zákon o ČT	4,7 %	1156			
spor legalita vs. legitimita	1,2 %	262			
parlamentní řešení krize	13,5 %	2463	o politice	17,8 %	3227
politický vliv na ČT	3,9 %	674			
opoziční smlouva	0,4 %	90			
přerušované vysílání	4,8 %	945	o vysílání	11,0 %	1910
kvalita zprav. vedení ČT	4,4 %	648			
souběh dvou zpravodajství	1,0 %	189			
kvalita zprav. protestující	0,5 %	86			
kvalita zprav. obecně	0,3 %	42			

témata pod lupou	v % výskytu	v sec	základní témata	v % výskytu	v sec
hospodaření ČT	2,6 %	562	o hospodaření ČT	2,6 %	562
privatizace ČT	1,2 %	258	o veřejnoprávnosti	1,7 %	346
veřejnoprávnost	0,5 %	88			
obraz v zahraničí	11,6 %	2952	o obrazu v zahraničí	11,6 %	2952
demokracie	0,6 %	87	o svobodě a demokracii	1,2 %	170
svoboda projevu	0,6 %	83			
represe proti stávce	3,2 %	540	o jiném tématu	10,4 %	1547
ohlas veřejnosti	1,7 %	195			
angažovanost veřejnosti	1,6 %	307			
minulost ČT	1,2 %	190			
jiné téma	2,1 %	282			
neurčeno	0,6 %	33			
celkem	100,0 %	17980	celkem	100,0 %	17980

Báze: 931 sekvencí

Základní teze k tab. č. 15

- O tématu protestů se hovořilo pouze v 10,5 % sekvencí, 1718 sec, zatímco téma vedení ČT bylo zastoupeno v 19,1 % sekvencí, 2880. Základním problémem krize v ČT tedy na ČRo1 nebyly samy protesty, ale jejich iniciační příčina: nová podoba vedení ČT.
- Značné zastoupení tématu vysílání (11 %, 1910 sec) způsobila subtémata přerušování vysílání (4,7 %, 945 sec) a kvalita zpravodajství nového vedení (4,4 %, 648 sec).
- Dlouhé sekvence (v porovnání s absolutními četnostmi výskytu), a tedy nejanalytičtější přístup se objevovaly u témat obraz v zahraničí (11,6 %, 2952 sec), vysílání (11 %, 1910 sec) a zákony (5,9 %, 1418 sec).

Komentář k tab. č. 15

Pořadí témat zredukovaných na základní tematické kategorie je následující: vedení ČT (19,1 %, 2880 sec), politický rozměr problému (17,8 %, 3227 sec), obraz v zahraničí (11,6 %, 2952 sec), vysílání (11,0 %, 1910 sec), protesty (10,5 %, 1718 sec), Rada ČT (8,2 %, 1250 sec), zákony (5,9 %, 1418 sec), hospodaření ČT (2,6 %, 562 sec), veřejnoprávnost (1,7 %, 346 sec), svoboda a demokracie (1,2 %, 170 sec). Dominance tématu politika nepřekvapuje vzhledem k zjištěním o dominantním zastoupení politiků jako mluvčích i aktérů. Srovnáme-li však

přítomnost základních témat dvou hlavních stran sporu, základního tématu vedení ČT a základního tématu protestujících protesty, vyplyne takřka desetiprocentní rozdíl v neprospěch protestujících. V tomto případě se nabízí hypotéza, že ČRo1 jako základní problém nedefinuje reakci na zvolení ředitele Jiřího Hodače v podobě protestů, ale samu novou podobu vedení ČT.

Ze spektra témat dále vystupuje obraz v zahraničí, jehož vysoké zastoupení lze vysvětlit z údajů o aktérech a mluvčích (viz výše), a také téma vysílání. Při pohledu na témata pod lupou se ukazuje, že vysílání ČT jako téma se probíralo zejména z hlediska jeho přerušování a z hlediska kvality zpravodajství nového vedení. Vysoký zájem ČRo1 o téma přerušování vysílání (4,7 %, 945 sec) je v souladu s teorií zpravodajských hodnot, podle níž témata blízká publiku mají vysokou šanci stát se součástí mediální krajiny. Přerušované vysílání je právě takovým tématem, které osloví takřka každého, zejména v době vánočních svátků, které mají v naší kultuře charakter pohody u televize. Dále je signifikantní, že o kvalitě zpravodajství vedení ČT připravovaného Janou Bobošíkovou (4,4 %, 648 sec) se hovořilo mnohem více, než o zpravodajství protestujících (0,5 %, 86 sec). Zprávy vyslané z Kavčích hor ČRo1 nechápal jako výjimečnou událost, na rozdíl od paralelního zpravodajství týmu Jany Bobošíkové. Existence zpravodajství nového vedení byla pravděpodobně definována jako výjimka z normálu vysílání z Kavčích hor, kdy výjimka je zprávo tvorným tématem, zatímco normál nikoli.

Ve sledovaných tématech rovněž vykristalizovala témata, o nichž se sice nehovořilo příliš často, zato v dlouhých sekvencích. Jde o témata: obraz v zahraničí (11,6 %, 2952 sec), vysílání (11 %, 1910 sec) a zejména zákony (5,9 %, 1418 sec). Právě tato témata tedy ČRo1 pravděpodobně definoval jako sféry, v nichž je třeba nejvíce vysvětlovat, jako tu část problému, k níž je třeba přistoupit analyticky.

Tab. č. 16: Jaké události prezentovalo zpravodajství ČRo1 v souvislosti s krizí v ČT?

Jaké události prezentovalo zpravodajství ČRo1 v souvislosti s krizí v ČT?					
události pod lupou	v % výskytu	v sec	základní události	v % výskytu	v sec
volba ředitele Hodače	8,1 %	1558	událost vedení ČT	16,9 %	2867
vysílání vedení ČT	3,7 %	546			
nemoc ředitele Hodače	2,7 %	384			
rezignace ředitele Hodače	1,2 %	89			
jmenování širšího vedení	1,0 %	214			
TK vedení TV	0,2 %	76			

události pod lupou	v % výskytu	v sec	základní události	v % výskytu	v sec
stávka a protesty	1,8 %	320	událost protestujících	3,5 %	641
vysílání protestujících	1,6 %	294			
TK protestujících	0,1 %	27			
demonstrace na Václ.	3,8 %	768	demonstrace	6,2 %	1230
demonstrace na KH	1,6 %	262			
demonstrace v regionech	0,8 %	200			
petice ČT – věc veřejná	3,0 %	776	petice	4,2 %	957
ostatní petice	1,0 %	153			
petice Ta Fantastika	0,2 %	28			
schůze Rady ČT	14,2 %	2223	schůze mediál. rad	16,0 %	2662
schůze Rady RTV	1,8 %	439			
jednání vlády	4,0 %	899	jednání vlády	4,0 %	899
jednání PS	9,2 %	1832	jednání parlamentu	11,5 %	2278
jednání senátu	2,3 %	446	jedinání p. strany	7,4 %	1077
jednání politické strany	7,4 %	1077			
reakce politiků: antipatie	0,3 %	67	reakce politiků	0,5 %	103
reakce politiků: sympatie	0,2 %	36			
individuální výrok	22,1 %	3896	individ. výrok	22,1 %	3896
jiná událost	3,3 %	755	jiná událost	7,7 %	1370
trestní oznámení	1,8 %	340			
výpovědi stávkujícím	1,6 %	173			
publikace VVM	1,0 %	102			
celkem	100,0 %	17980			

Báze: 931 sekvencí

Základní teze k tab. č. 16

- Značný rozdíl mezi zastoupením událostí vedení (16,9 %, 2867 sec) a událostí protestujících (3,5 %, 641 sec) mizí, přičtou-li se k jednoznačným událostem protestujících události subjektů, které protestující podporovaly (demonstrace a vybrané petice). Události protestujících potom zabírají 13,7 %, 2800 sec.
- Opakovaně se vyskytuje systematický přístup ČRo1 k protestujícím: jejich události byly sice pokryty v menším počtu, ale v delších sekvencích než události vedení (protestující + jejich příznivci 2800 sec, vedení 2867 sec).
- Poměrně nízké zastoupení události jednání politické strany (jen 7,4 %, 1077 sec) kontrastuje s převahou politiků v rolích mluvčích a aktérů. Politikové tedy nebyli zachyceni pouze jako pasivní vyslanci konkrétních jednání, vystupovali spíše individuálně.

Komentář k tab. č. 16

Událost, která ze systému pokrytí událostí kolem krize v ČT nápadně vyčnívá, událost typu individuální výrok (22,1 %, 3896 sec), je paradoxně třeba z interpretace vyloučit. Soustředěnost na události, které vypadají jako reálné dění, ale ve skutečnosti se odvozují pouze od výrazného individuálního slovního prohlášení, patří k obecným pracovním rutinám všech médií. Nápadnou preferenci tohoto typu události by proto zjistila analýza libovolného tématu, není zde přímá provázanost s prezentací situace v ČT právě na ČRo1.*

Srovnáme-li zájem ČRo1 o události, které se týkají vedení ČT (16,8 %, 2867 sec) a o události protestujících (3,5 %, 641 sec), rozdíl je na první pohled zarážející. Do skupiny události protestujících však nepřímou patří také demonstrace a petice (bez petice Ta Fantastika), alespoň v tom smyslu, že se jedná o události podobně zaměřených iniciátorů, iniciátorů se stejným „nepřítelem“. Sloučíme-li tyto události (události protestujících, demonstrace, petice ČT věc veřejná a ostatní petice), ukáže se poměr 16,8 % a 2867 sec (vedení ČT) ku 13,6 %, 2800 sec (protestující). Prezentace události strany protestujících a strany vedení se potom dokonce více než vyrovnává. Událostem vedení bylo sice věnováno více sekvencí, ale i v tomto případě se již opakovaně ukazuje specifický přístup ČRo1 k protestujícím. Procentuálně jsou sice jejich události zastoupeny méně, ale opět v sekvencích mnohem delších, než jsou sekvence událostí vedení. (Množství událostí protestujících bylo věnováno skoro stejně času jako většímu počtu událostí vedení: vedení 2867 sec a protestující 2800 sec.)

Na předním místě se objevuje rovněž schůze mediálních rad (16 %, 2662 sec), což je kategorie, kde naprostou většinu zpráv vytvořily schůze Rady ČT (14,2 %, 2223 sec) a jen mizivé procento schůze Rady RTV (1,8 %, 439 sec). Tento fenomén však opět souvisí spíše s obecnými vzorci chování médií, než přímo s pokrytím krize v ČT. Pokrývat především tzv. události plánované je vlastní všem médiím bez rozdílu.

* *Tuto opakující se mediální rutinu vysvětluje koncept tzv. personálního obsazení události autorky Guye Tuchmanové. Z tohoto hlediska jsou na zprávy preferenčně převáděny dobře či zajímavě personálně obsazené události; události, k nimž lze snadno dohledat přímého svědka či zasvěceného znalce, který o události může referovat. Tato rutina patří k metodám racionalizace práce v mediální organizaci a časových úspor. Současně se podílí na tom, že mediální obraz události je vytvořený podle specifických pravidel a nemá smysl od něj požadovat, aby byl totožný s reálným děním. (Srov. Tuchmanová, Making News, 1978)*

Podobné vysvětlení se týká i prezentace další vysoce postavené události: jednání parlamentu (11,5 %, 2278 sec). Zájem o událost tohoto typu má však i rysy specificky související s chováním ČRo1 v období krize v ČT, koreluje totiž s vysokým zájmem o téma parlamentní řešení krize.

Přínosný je také pohled na prezentaci jednání politických stran (7,4 %, 1077 sec). Tento poměrně nízký údaj kontrastuje se zcela dominantním postavením politiků jako aktérů a mluvčích, a lze tedy usoudit, že k hovorům o politicích či k přímým vstupům politiků nedocházelo v souvislosti s tím, že jejich strana oficiálně zasedala. V pojetí ČRo1 se politici v období krize v ČT stávají spíše solitéry, kteří nereprezentují výhradně kolektivní stanoviska z posledního stranického jednání. Tento jev může souviset také s tím, že události v daném období byly generovány velmi rychle a média žádala politiky o vyjádření dříve, než se k příslušnému problému stačila sejt daná stranická formace.

Tab. č. 17 na str. 104

Základní teze k tab. č. 17

- Sledování tematického zaměření jednotlivých typů mluvčích ukazuje, že všichni hlavní zúčastnění sporu hovořili hlavně o svém tématu. O stávce protestující (22,4 %, 22 výroky), o vedení ČT vedení (18,5 %, 33 výroky) a o politice politikové (30,7 %, 51 výroky).
- Novináři jakožto zvláštní kategorie mluvčích (logicky nejpočetnější, celkem 586 sekvencí) se věnovali všem sledovaným tématům, některým tak intenzivně, že po srovnání s jinými mluvčími lze říci, že například téma obraz ČR ve světě (93,6 % všech sekvencí o obrazu ve světě, 101 výroky) nastolili právě novináři.

Komentář k tab. č. 17

Kombinace témat a typů mluvčích, tedy hledání odpovědi na otázku, o jakých tématech jednotliví mluvčí hovořili, ukazuje, že většina mluvčích hovořila o sobě a ostatními účastníky konfliktu se zabývala málo. O stávce hovořili zejména protestující (22,4 %, 22 výroky), o Radě ČT rovnou měrou vedení (19,7 %, 15 výroky) a politikové (19,7 %, 15 výroky), o politice politikové (30,7 %, 51 výroky). Ve vysílání ČRo1 se tedy vytvářeli jakési informační miniaturní monopoly na některá témata, která potom – pokud jde o výklady hostujících mluvčích – posluchač vnímal převážně ve verzi samotných hlavních protagonistů těchto témat. Protesty znal převážně z perspektivy protestujících, politický rozměr krize od politiků apod. Nelze přitom

Tab. č. 17

téma	mluvčí v % výskytu (počtech případů)									
	protestující	vedení	politiky	občané	zahr. hlasy	med. exp.	neurádové	novináři	jiní	celkem
o vedení ČT	3,9 % (7)	18,5 % (33)	4,5 % (8)	1,1 % (2)		1,7 % (3)	1,7 % (3)	63,5 % (113)	5,1 % (9)	100 % (178)
o protestujících	22,4 % (22)	9,2 % (9)	3,1 % (3)	1,0 % (1)		1,0 % (1)	2,0 % (2)	60,3 % (59)	1,0 % (1)	100 % (98)
o vysílání ČT	3,9 % (4)	17,7 % (18)	3,9 % (4)			2,9 % (3)		63,7 % (65)	7,9 % (8)	100 % (102)
o Radě ČT	5,3 % (4)	19,7 % (15)	19,7 % (15)					54,0 % (41)	1,3 % (1)	100 % (76)
o politice	3,0 % (5)	3,6 % (6)	30,7 % (51)				0,6 % (1)	60,3 % (100)	1,8 % (3)	100 % (166)
o zákonech	7,3 % (4)	10,9 % (6)	27,3 % (15)		1,8 % (1)	7,3 % (4)		43,6 % (24)	1,8 % (1)	100 % (55)
o veřejnopráv.			50,0 % (8)					50,0 % (8)		100 % (16)
o svob. a dem.	18,1 % (2)		36,4 % (4)					36,4 % (4)	9,1 % (1)	100 % (11)
o hospodaření	4,2 % (1)	20,8 % (5)	20,8 % (5)			8,3 % (2)		41,7 % (10)	4,2 % (1)	100 % (24)
o zahr. obraze			0,9 % (1)		3,7 % (4)	0,9 % (1)		93,6 % (101)	0,9 % (1)	100 % (108)
jiné téma	12,4 % (12)	10,3 % (10)	8,2 % (8)			1,0 % (1)	1,0 % (1)	63,0 % (61)	4,1 % (4)	100 % (97)
celkem	6,6 % (61)	11 % (102)	13,1 % (122)	0,3 % (3)	0,5 % (5)	1,6 % (15)	0,8 % (7)	62,9 % (586)	3,2 % (30)	100 % (931)

Báze: 931 sekvencí

Tab. č. 18

téma	straniční aktéři v % výskytu (počtech případů)							
	ODS	ČSSD	US	KDU-ČSL	4K	KSČM	celkem	
o vedení ČT	37,5 % (3)	25,0 % (2)	37,5 % (3)				100 % (8)	
o protestech		66,7 % (2)	33,3 % (1)				100 % (3)	
o vysílání ČT		75,0 % (3)			25,0 % (1)		100 % (4)	
o Radě ČT	20,0 % (3)	40,0 % (6)	13,3 % (2)	20,0 % (3)		6,7 % (1)	100 % (15)	
o politice	40,0 % (18)	33,3 % (15)	15,6 % (7)	11,1 % (5)			100 % (45)	
o zákonech	46,2 % (6)	46,2 % (6)	7,6 % (1)				100 % (13)	
o veřejnoprávnosti	25,0 % (2)	50,0 % (4)	12,5 % (1)			12,5 % (1)	100 % (8)	
o svobodě a demokracii	66,7 % (2)				33,3 % (1)		100 % (3)	
o hospodaření ČT	40,0 % (2)	40,0 % (2)	20,0 % (1)				100 % (5)	
o jiném tématu		100 % (3)					100 % (3)	
celkem	33,6 % (36)	40,2 % (43)	14,9 % (16)	7,5 % (8)	1,9 % (2)	1,9 % (2)	100 % (107)	

Báze: 107 výroků stranických mluvčích

řici, že by bylo porušeno pravidlo přítomnosti názoru druhé strany, spíše je tomu tak, že ačkoli jsou zastoupeny perspektivy různých stran, nemají společný styčný bod a každá se zaměřuje na to své, k čemuž zase (s nadsázkou řečeno) mlčí ti ostatní. Hlavní zúčastněné strany: politikové, protestující a vedení, měly sklony soustředit se na sebe, pokládat svůj podíl na situaci za hlavní téma a protivníka neodzbrojovaly ani tak záporným hodnocením jeho úhlu pohledu, jako spíše tím, že tento úhel pohledu tabuizovaly, ignorovaly. K takové situaci ovšem mohlo dojít pouze se souhlasem těch, kteří zpravodajství tvoří - zpravodajských redaktorů ČRo1. Z obsahu zpráv samotných však nelze určit, zda k tomuto chování novináři ostatní mluvčí vedli nebo zda se mu jen neprotivili.

Vydělíme-li jako kategorii mluvčích přímo novináře, vystoupí fakt, že jejich pozornost byla plošně rozložena na všechna sledovaná témata. Nerýsuje se žádná nápadná antipatie k některému tematickému okruhu. Mimořádnou pozornost (reprezentovanou více než 100 výroky) věnovali tématům vedení ČT (113 výroků), politika (100 výroků) a obraz ve světě (101 výroků). Zatímco dosud bylo tedy jasné, že téma obraz ve světě nepřinesly zahraniční autority (ty měly jako mluvčí jen 0,5 %, 121 sec), ale že bylo velmi preferované, nyní je jasné nejen, kdo ho nenastolil, ale i kdo ho nastolil. Lze říci, že z celého spektra mluvčích se důsledky krize v ČT pro naši pověst ve světě zabývali nejvíce právě novináři.

Tab. č. 18 na str. 105

Základní teze k tab. č. 18

→ Nejfrekventovanějším tématem všech mluvčích/členů konkrétních stran je politika. Ze všech sekvencí věnovaných politice, v nichž byli mluvčími představitelé stran, jich má na „svém kontě“ nejvíce ODS (40,0 %, 18 sekvencí) a následně ČSSD (33,3 %, 15 sekvencí).

→ Nejuniverzálnějším tématem pro stranické mluvčí byla Rada ČT. K tomuto tématu se alespoň jednou vyjádřilo pět stran z šesti.

Komentář k tab. č. 18

Detailní rozbor zájmu mluvčích o témata, jsou-li mluvčími jen představitelé jednotlivých politických stran, potvrzuje předcházející závěr: Hlavní zúčastnění hovořili hlavně o sobě a o tématech sobě vlastních. Konkrétně ODS, ČSSD, US i KDU-ČSL se ve svých promluvách soustředovaly právě na politiku. U všech těchto stran platí, že tématem, k němuž se vyjadřovaly nejčastěji, je politika - ODS 18 výroků (40,0 % sekvencí stranického mluvčího o politice), ČSSD 15 výroků (33,3 %), US 7 výroků (15,6 %), KDU-ČSL 5 výroků (11,1 %).

Zajímavý je také pohled na to, jak se vyjadřovali představitelé jednotlivých stran k Radě ČT, nikoli však z hlediska konkrétního procentuálního rozložení pozornosti tomuto tématu od stranických mluvčích, spíše z hlediska všeobecné přijatelnosti tohoto tématu pro celé politické spektrum. K tématu Rada ČT se minimálně jednou vyjádřilo pět stran ze šesti a z hlediska stranických mluvčích bylo toto téma nejuniverzálnějším tématem, k němuž se cítila kompetentní každá politická strana (což bezpochyby souvisí se stranickým principem její nominace a volby).

Tab. č. 19: O čem hovořil Jiří Hodač?

O čem hovořil Jiří Hodač		
téma	v sec.	v % výskytu
o vedení	99	29,2 %
o protestujících	94	25,0 %
o vysílání	75	20,7 %
o politice	21	4,2 %
o hospodaření ČT	11	4,2 %
o jiném tématu	67	16,7 %

Báze: 24 sekvencí Jiřího Hodače

Tab. č. 20: O čem hovořila Jana Bobošíková?

O čem hovořila Jana Bobošíková		
téma	v sec.	v % výskytu
o vedení	38	55,6 %
o protestujících	11	11,1 %
o vysílání	23	27,7 %
o politice	3	5,6 %

Báze: 18 sekvencí Jany Bobošíkové

Základní teze k tab. č. 19 a 20

→ Jana Bobošíková a Jiří Hodač mají takřka stejnou tematickou agendu. Oba mluvili nejvíce o vedení ČT, Bobošíková však často a krátce, zatímco Hodač méně často a dlouze.

→ Ani jeden z nich ve sledovaném vzorku ani jednou nemluvil o Radě ČT, o zákonech, o veřejnoprávnosti a o svobodě a demokracii jakožto o hlavním tématu svého vstupu.

Komentář k tab. č. 19 a 20

Tematická agenda dvou nejznámějších představitelů vedení ČT Jiřího Hodače a Jany Bobošíkové je zajímavá pro takřka identické zastoupení témat, i když v objemu pozornosti věnované jednotlivým tématům se mírně liší. Jana Bobošíková hovořila o vedení ČT (které je u obou tématem číslo jedna) ve větším počtu sekvencí (55,6 % jejich výroků), ale krátce (jen 38 sec). U Jiřího Hodače je poměr obrácený, hovořil o vedení ČT v 29,2 % svých výroků, ale 99 sec. U Jiřího Hodače navíc přibývá téma hospodaření ČT, jistě související s jeho tehdejší funkcí generálního ředitele ČT. Odhlédneme-li však od poměru témat, až na hospodaření ČT je jejich rejstřík zcela shodný. Tato teze platí i negativně, mají také společná témata, o nichž ve sledovaném zpravodajském vzorku nikdy nemluvili, tedy o Radě ČT, o zákonech, o veřejnoprávnosti a o svobodě a demokracii. Témata Jany Bobošíkové a Jiřího Hodače, konkrétně jejich výrazná podobnost, ukazují na mimořádnou kompaktnost tábora vedení v názoru na to, z jakých stránek by měla rozhlasová veřejnost vnímat konflikt v ČT.

Tab. č. 21: Časový vývoj témat o zákonech a o pověsti ČR

Časový vývoj témat o zákonech a o pověsti ČR		
datum	o zákonech (v sec)	o pověsti ČR (v sec)
20. 12. 2000	0	0
21. 12. 2000	5	0
22. 12. 2000	103	0
23. 12. 2000	0	0
24. 12. 2000	0	0
25. 12. 2000	0	0
26. 12. 2000	16	0
27. 12. 2000	96	199
28. 12. 2000	109	359
29. 12. 2000	14	155
30. 12. 2000	0	179
31. 12. 2000	0	0
1. 1. 2001	14	0

datum	o zákonech (v sec)	o pověsti ČR (v sec)
1. 1. 2001	14	0
2. 1. 2001	32	341
3. 1. 2001	392	348
4. 1. 2001	229	991
5. 1. 2001	164	180
6. 1. 2001	0	0
7. 1. 2001	0	99
8. 1. 2001	74	28
9. 1. 2001	170	73

Báze: 163 sekvencí s tématy o zákonech a o pověsti ČR ve světě

Základní teze k tab. č. 21

- Časový vývoj má smysl sledovat u témat, která nejsou přímo vázána na konkrétní události, tj. u témat kontinuálních.
- Témata zákony a pověst ČR ve světě shodně zaznamenala velmi pomalý nástup (počátek až 27. 12.), což naznačuje, že je ČRor chápal jako témata analytická (mimo jiné jim věnoval dlouhé sekvence, viz výše).

Komentář k tab. č. 21

Sledovat časový vývoj pozornosti, kterou ČRor věnoval vybraným tématům, má smysl jen u témat, u nichž není vývoj pozornosti ze strany média předem jasný. Tedy u témat, která nejsou přímo vázána na konkrétní události či individuální výroky. Například vývoj tématu privatizace ČT lze odhadnout bez podrobné analýzy, zastoupení tohoto tématu by kulminovalo v den, kdy pronesl Václav Klaus na toto téma iniciační výrok a jeden nebo dva dny poté. Témata zákony a pověst ČR v zahraničí byla proto vybrána ke sledování časového vývoje, neboť nejsou z tohoto hlediska předem předvídatelná.

Shodou okolností, která – jak se ukáže – nemusí být jen shodou náhodou, se obě tato témata vyvíjejí, pokud jde o pozornost, kterou jim věnovalo zpravodajství ČRor, velmi podobně. Obě témata nastupují velmi pomalu, až do 27. 12. se prakticky v tematickém rejstříku ČRor neobjevují. Tento pomalý nástup souhlasí s jinou shodou obou těchto témat, popsanou výše. Jak téma zákony, tak téma obraz ve světě patří k těm, o kterých se nehovořilo výrazně často, zato však v dlouhých sekvencích. Byla proto zařazena jako témata, jež ČRor definoval jako analytická, vyžadující nejvíce vysvětlování,

a tedy také času. Tento rys vybraných dvou témat se potvrzuje i z hlediska jejich časového vývoje. Pomalý nástup svědčí o tom, že ani legislativní tematika, ani obraz ČR ve světě nebyly chápány jako věcný soubor faktů, které lze jen mechanicky shrnout a okamžitě nabídnout posluchači. Jejich zapracování do tematické agendy ČRo1 trvalo 6 dnů, ale poté, co byla tematika – s nutným zpožděním za okamžitými denními událostmi – zvládnuta, zůstávají na programu (s výjimkou dnů kolem Silvestra, kdy obecně ubylo i zpravodajství jako takového) až do konce sledovaného období. Se začátkem nového roku dokonce kulminují, například pověsti ČR se ČRo1 ve zprávách zabýval 4. 1. rekordních 991 sec.

Tab. č. 22: Jaké zdroje stanice používaly?

Jaké zdroje stanice používaly		
zdroj	četnost	v % výskytu
přímý vstup	665	71,4 %
domácí agentura	2	0,2 %
domácí médium	1	0,1 %
zahraniční agentura	11	1,2 %
zahraniční médium	4	0,4 %
jiný zdroj	0	0,0 %
neuveden	248	26,7 %
celkem	931	100 %

Báze: 931 sekvencí

Základní teze k tab. č. 22

→ U uváděných zdrojů informací stanice ČRo1 tvořil přímý vstup (vlastní informace ČRo1) naprostou většinu – 71,4 %. K případu, kdy zdroj nebyl uveden, došlo ve 26,7 % případů. Z ostatních kategorií jen zahraniční agentura přesáhla jedno procento – 1,2 %.

Komentář k tab. č. 22

Ve zpravodajství ČRo1 tvoří naprostou většinu zdrojů kategorie přímý vstup (71,4 % všech sekvencí, tj. 665 případů), neboli vlastní informace ČRo1. V této kategorii byly zahrnuty veškeré případy, kdy je z výpovědi zjevné, že jde o vlastní informace, které získali redaktoři ČRo1. Druhý největší podíl dosahuje kategorie zdroj neuveden (26,6 %, 248 případů).

Znamená to, že více než jedna čtvrtina veškerých sekvencí neobsahovala žádný odkaz na zdroj informace. Ostatní kategorie vykazují téměř zanedbatelné výsledky. Výjimkou může být zahraniční agentura, která dosahuje 1,2 %, tj. 11 případů. Zbývající kategorie vykazovaly výskyt menší než jedno procento: domácí agentury se jako zdroj objevily jen ve dvou případech, což je 0,2 %. O něco méně dosáhla domácí média jako zdroje informace (0,1 %, 1 případ výskytu). Zahraniční médium nebylo citováno jako zdroj ani v jednom případě, nikdy nebyl použit ani jiný zdroj než uvedené kategorie.

Tab. č. 23: Jak často se vyskytovalo hodnocení?

Jak často se vyskytovalo hodnocení v ČRo1					
	v % výskytu	v sec			
bez hodnocení	75,1 %	12097			
s hodnocením	24,9 %	5883	původce hodnocení	v % výskytu	v sec
			mluvčí sekvence	17,0 %	3770
			aktér sekvence	7,4 %	1959
			jiný zdroj	0,4 %	119
			neurčeno	0,1 %	35
celkem	100,0 %	17980			

Báze: 931 sekvencí

Základní teze k tab. č. 23

→ Zpravodajství ČRo1 o krizi v ČT bylo zatíženo hodnocením přibližně v jedné čtvrtině případů (24,9 % sekvencí). To je výrazně méně než u stanice ČRo6. Co se týče původce těchto hodnocení, dominantní úlohu zde sehráli mluvčí sekvence, kteří byli zdrojem hodnocení asi u dvou třetin hodnotících soudů, původcem téměř celé zbývající třetiny hodnocení byl aktér sekvence.

Komentář k tab. č. 23

V další části obsahové analýzy bylo zkoumáno, jak často se u vysílání ČRo1 o krizi v ČT vyskytovalo hodnocení. Výsledky ukázaly, že hodnotící soudy byly obsaženy skoro přesně v jedné čtvrtině sekvencí, přesněji ve 24,9 % všech sekvencí ve zkoumaném vzorku ČRo1. Naopak bez hodnocení bylo 75 % všech sekvencí. U sekvencí, které hodnocení obsahovaly, bylo dále analyzováno, kdo je jejich původcem. Jak ukazuje tabulka, ve

většine sledovaných případů se hodnocení do sekvencí dostávalo prostřednictvím mluvčího sekvence. To pravděpodobně souvisí s faktem, že stanice ČRo1 využívá často stříhových vstupů a přímé řeči aktérů sledované události (Schéma č. 1, viz výše), a v relaci tedy nepůsobí jako mluvčí jen moderátor (jak je tomu například u zpravodajství stanice ČRo6), ale dostává se prostoru i jiným mluvčím. Mluvčí sekvence přinášel hodnotící soudy v 17 % všech sekvencí. Pokud sekvence měla hodnocení, tak přibližně ve dvou třetinách byl původcem opět mluvčí sekvence. Druhým výrazným zdrojem hodnocení u stanice ČRo1 je aktér sekvence, který vyplňuje skoro celou zbývající třetinu sekvencí s hodnocením. Poměrně nevýrazné zastoupení v tomto měření měly kategorie jiný zdroj (0,4 % ze všech sekvencí) a neurčeno (pouze 0,1 %).

5 ČRo6 o krizi v ČT: kvantifikace profilu vysílání

Tab. č. 24: Kolik času věnovala ČRo6 krizi v ČT?

Souhrnná stopáž zpravodajského vysílání ČRo6		
	v příslušný den vysíláno ve sledovaných relacích	
datum	celkem (v sec)	o krizi v ČT (v sec)
20. 12. 2000	2141	156
21. 12. 2000	2173	413
22. 12. 2000	2174	276
23. 12. 2000	2148	217
24. 12. 2000	2145	633
25. 12. 2000	2117	465
26. 12. 2000	2134	410
27. 12. 2000	2175	646
28. 12. 2000	2179	1038
29. 12. 2000	2151	836
30. 12. 2000	2022	966
31. 12. 2000	2035	1033
1. 1. 2001	1734	704
2. 1. 2001	2006	999
3. 1. 2001	1955	719
4. 1. 2001	2008	1059

datum	celkem (v sec)	o krizi v ČT (v sec)
5. 1. 2001	2007	1029
6. 1. 2001	2014	869
7. 1. 2001	2013	777
8. 1. 2001	1950	626
celkem	41281	13871

Báze: 503 sekvencí

Základní teze k tab. č. 24

- Ve dnech 28. 12. až 7. 1. věnoval ČRo6 krizi v ČT vždy v souhrnu více než 12 minut denně, což představovalo třetinu až téměř polovinu celé zpravodajské relace.
- Zpravodajství ČRo6 nerefletovalo skutečnost, že v období vánočních svátků byl rozhlas jediným médiem, které mohlo přinášet aktuální a potenciálně nestranné informace o vývoji situace.

Komentář k tab. č. 24

Nejméně se ČRo6 zabýval Českou televizí v prvních osmi dnech krize. První den to byly pouhé dvě minuty, 27. prosince už téměř 11 min. Tuto skutečnost je třeba zmínit zejména z hlediska poskytování služby veřejnosti. Je totiž zajímavé, že se v objemu pozornosti, již zpravodajství ČRo6 věnovalo vánoční krizi, nijak neodrazila skutečnost, že v počáteční fázi krize nevycházely deníky (24.–26. 12.) a rozhlas byl tou dobou jediným médiem, které bylo schopno nabízet aktuální (a potenciálně nezaujaté) zpravodajství.

Tab. č. 25: Kolik času věnoval ČRo6 krizi v ČT?

Podíl stopáže vysílání o krizi v ČT na celkové stopáži v ČRo6				
	o krizi v ČT vysíláno (v % celku zpráv)			
datum	7 h	8 h	12 h	18 h
20. 12. 2000	6,6 %	5,8 %	7,4 %	9,3 %
21. 12. 2000	21,4 %	18,0 %	9,2 %	27,4 %
22. 12. 2000	10,5 %	11,6 %	10,9 %	17,8 %
23. 12. 2000	9,7 %	9,0 %	10,1 %	11,6 %
24. 12. 2000	21,8 %	18,9 %	31,1 %	46,2 %
25. 12. 2000	0,0 %	16,2 %	23,1 %	46,7 %

datum	7 h	8 h	12 h	18 h
26. 12. 2000	11,7 %	14,5 %	10,4 %	40,2 %
27. 12. 2000	10,4 %	22,2 %	40,5 %	46,0 %
28. 12. 2000	43,1 %	40,7 %	56,7 %	50,1 %
29. 12. 2000	34,7 %	32,0 %	35,0 %	53,3 %
30. 12. 2000	42,3 %	40,3 %	56,6 %	51,9 %
31. 12. 2000	43,7 %	43,0 %	62,1 %	53,4 %
1. 1. 2001	19,8 %	28,3 %	47,8 %	55,3 %
2. 1. 2001	38,7 %	38,7 %	57,5 %	63,5 %
3. 1. 2001	17,3 %	15,7 %	55,0 %	57,0 %
4. 1. 2001	53,6 %	45,6 %	51,9 %	60,4 %
5. 1. 2001	36,6 %	28,6 %	72,4 %	65,6 %
6. 1. 2001	41,7 %	37,5 %	30,7 %	61,9 %
7. 1. 2001	53,0 %	42,1 %	10,4 %	50,7 %
8. 1. 2001	31,6 %	29,8 %	12,3 %	55,8 %

Báze: 503 sekvencí

Základní teze k tab. č. 25

→ V případě Zpráv v 18 hodin lze konstatovat stabilně vysoký podíl informací o krizi v ČT (od 28. 12. vždy více než polovina zpravodajství z domova i zahraničí).

→ Krátkodobě byla vysoká pozornost situaci v televizi věnována i v několika relacích Zpráv ve 14 hodin (5. 1. pak dosáhla téměř tří čtvrtin celku – 72 %), naopak v jiných dnech Zprávy ve 14 hodin jeví o situaci v ČT nízký nebo nejnížší zájem (např. 7. 1. jen 10,4 %).

Komentář k tab. č. 25

Zpravodajské relace vysílané v 6 (8) a v 10 hodin vykazují stejnou tendenci růstu i poklesu podílu času věnovaného krizi v ČT. Věnovaly krizi (v období 24. 12. až 6. 1.) o 6 až 40 % méně času než zprávy v 18 hodin. Ve zprávách dne 25. 12. v 8 hodin se ČRo6 krizí nezabýval vůbec.

Tab. č. 26: Kteří aktéři byli (nebyli) předmětem příspěvků uvozených headlinem?

Kteří aktéři byli (nebyli) předmětem příspěvků uvozených headlinem v ČRo6?				
aktér	<i>s headlinem</i>		<i>bez headlinu</i>	
	v % výskytu	v sec	v % výskytu	v sec
občané	81,1 %	523	18,9 %	153
zahraničí	72,0 %	805	28,0 %	289
mediální experti	0 %	0	100,0 %	59
neutrální zaměstnanci	100,0 %	32	0 %	0
politici	75,6 %	3123	24,4 %	1115
jiný aktér	83,1 %	1364	16,9 %	323
vedení	81,0 %	2639	19,0 %	713
protestující	69,3 %	1790	30,7 %	943

Báze: 503 sekvencí

Základní teze k tab. č. 26

→ Tabulka srovnává význam (podružnost) aktéra, přisouzený mu ČRo6 na základě času, po který byl předmětem příspěvku, a podílu příspěvků o aktérovi, jež byly uvozené headlinem.

Komentář k tab. č. 26

ČRo6 zvýrazňoval příspěvky o vedení, o občanech a nejméně významněji, překvapivě, o aktérech spadajících do kategorie jiné.

ČRo6 přikládal podprůměrnou důležitost příspěvkům o protestujících.

Tab. č. 27: Kteří političtí aktéři byli (nebyli) předmětem příspěvků uvozených headlinem?

Kteří političtí aktéři byli (nebyli) předmětem příspěvků uvozených headlinem v ČRo6?				
aktér (politické strany, politici)	<i>s headlinem</i>		<i>bez headlinu</i>	
	v % výskytu	v sec	v % výskytu	v sec
4K	54,5 %	124	45,5 %	119
KDU	66,7 %	41	33,3 %	14
ODS	67,7 %	586	32,3 %	234
ČSSD	81,8 %	724	18,2 %	162

aktér (politické strany, politiky)	<i>s headlinem</i>		<i>bez headlinu</i>	
	v % výskytu	v sec	v % výskytu	v sec
US	85,7 %	318	14,3 %	70
KSČM	100,0 %	30	0,0 %	0
ostatní – nepolitici	77,3 %	8453	22,7 %	2996
celkem – politici	76,1 %	1823	23,9 %	599
celkem	76,7 %	10276	23,3 %	3595

Báze: 503 sekvencí

Základní teze k tab. č. 27

→ Tabulka srovnává význam (podružnost) politického aktéra, přisouzený mu ČRo6 na základě času, po který byl předmětem příspěvku, a podílu příspěvků o politickém aktérovi uvozených headlinem.

Komentář k tab. č. 27

ČRo6 zvýrazňoval příspěvky, ve kterých byli předmětem politici ČSSD a US. Příspěvky s politiky ODS dostaly velký prostor, ale podprůměrně na ně bylo odkazováno v headlinech.

ČRo6 přikládal podprůměrnou důležitost příspěvkům, ve kterých byli předmětem politici KDU (či Čtyřkoalice jako celku). Politici KSČM téměř nebyli předmětem vysílání (jen na 30 sec).

Tab. č. 28: Jaká témata byla (nebyla) uvozoována headlinem?

Jaká témata byla (nebyla) uvozoována headlinem v ČRo6?				
téma	<i>s headlinem</i>		<i>bez headlinu</i>	
	v % výskytu	v sec	v % výskytu	v sec
o veřejnoprávnosti	53,8 %	212	46,2 %	93
o zákonech	56,5 %	344	43,5 %	318
o protestujících	57,1 %	842	42,9 %	699
o zahraničním obraze	61,1 %	590	38,9 %	309
o svobodě a demokr.	63,6 %	247	36,4 %	195
o krizi obecně	68,0 %	488	32,0 %	203
o radě	68,4 %	345	31,6 %	169

téma	<i>s headlinem</i>		<i>bez headlinu</i>	
	v % výskytu	v sec	v % výskytu	v sec
o politice	78,5 %	1748	21,5 %	444
o vedení	81,5 %	1735	18,5 %	517
jiné	85,1 %	2409	14,9 %	451
o vysílání	91,3 %	1266	8,7 %	197
o hospodaření	100,0 %	50	0,0 %	0
celek	76,7 %	10276	23,3 %	3595

Báze: 503 sekvencí

Základní teze k tab. č. 28

→ Tabulka srovnává význam (podružnost) tématu, přisouzený mu ČRo6 na základě času, který byl tématu věnován, a podílu příspěvků o tématu uvozených headlinem.

Komentář k tab. č. 28

ČRo6 zvýrazňoval témata vedení, vysílání. Za důležité byla také považována témata spadající do kategorie jiné.

ČRo6 přikládal nejmenší důležitost tématům veřejnoprávnost, zákony, protestující.

Tab. č. 29: Jaké události byly a jaké nebyly uvozoovány headlinem?

Jaké události byly a jaké nebyly uvozoovány headlinem v ČRo6?				
událost	<i>s headlinem</i>		<i>bez headlinu</i>	
	v % výskytu	v sec	v % výskytu	v sec
schůze pol. strany	22,2 %	73	77,8 %	169
schůze vlády	60,0 %	308	40,0 %	270
demonstrace	68,4 %	317	31,6 %	129
jiná událost	68,5 %	1101	31,5 %	531
reakce politiků	71,4 %	204	28,6 %	157
protestující	74,1 %	1197	25,9 %	488
schůze rad	75,0 %	667	25,0 %	245
individuální výrok	80,5 %	3203	19,5 %	924
schůze parlamentu	80,8 %	1621	19,2 %	323
petice	84,0 %	289	16,0 %	114

událost	s headlinem		bez headlinu	
	v % výskytu	v sec	v % výskytu	v sec
vedení	89,6 %	1222	10,4 %	245
pseudoudálost	100,0 %	74	0,0 %	0
událost celkem	76,7 %	10276	23,3 %	3595

Základní teze k tab. č. 29

→ Tabulka srovnává význam (podružnost) události, přisouzenou jí ČRo6 na základě času, který byl události věnován, a podílu příspěvků o události uvozených headlinem.

Komentář k tab. č. 29

ČRo6 zvýrazňoval události vázané na individuální výrok, schůzi v parlamentu, oficiální vedení, protestující nebo petice. Za důležité byly také považovány události spadající do kategorie jiné.

ČRo6 přikládal nejmenší důležitost událostem vázaným na schůzce politických stran.

Tab. č. 30: Kteří aktéři vystupovali ve zprávách ČRo6?

Kteří aktéři vystupovali ve zprávách ČRo6?			
typ aktéra			
kategorie	v % výskytu	v sec	
protestující	20,1 %	2733	jednotlivé strany*
vedení	24,1 %	3352	
politici	31,0 %	4238	
	ODS	6,2 %	820
	ČSSD	6,6 %	886
	US	2,8 %	388
	KDU-ČSL	0,6 %	55
	4K	2,2 %	243
	KSČM	4,0 %	30

typ aktéra		
kategorie	v % výskytu	v sec
občané	7,4 %	676
hlasy ze zahraničí	5,0 %	1094
mediální experti	0,2 %	59
lidé z ČT (neutrální)	0,6 %	32
jiní	11,6 %	1687
celkem	100 %	13871

Báze: 503 sekvencí

* Zbytek do celku tvoří aktéři: Václav Havel, vláda a parlament jako celek

Základní teze k tab. č. 30

→ Jako aktéři vystupovali ve zprávách ČRo6 nejvýrazněji politici (31,0 %, 4238 sec), dále vedení (24,1 %, 3352 sec) a protestující (20,1 %, 2733 sec). Z ostatních aktérů vynikli nejvíce občané (7,4 %, 67 sec) a hlasy ze zahraničí (5,0 %, 1094 sec).

→ Pokud jde o vyváženost prezentace jednotlivých aktérů, bylo vedení a protestující v zásadě v rovnováze (s nevýraznou převahou na straně vedení), zatímco politici dostali výrazně větší prostor.

→ Z reprezentantů politických stran se měli možnost zástupci ČSSD (6,6 %, 886 sec) a ODS (6,2 %, 820 sec) projevit vcelku rovnoměrně, ostatní strany byly zastoupeny o poznání méně. Jednoznačně nejméně zastoupenou skupinou aktérů byli mediální experti (0,2 %, 59 sec).

Komentář k tab. č. 30

Mezi aktéry jednoznačně převažují politici (31,0 % sekvencí, 4238 sec), nejméně proporčně zastoupenou skupinou byli mediální experti (0,2 %, 59 sec). Ponecháme-li stranou relativně vysoký podíl vedení (24,1 %, 3352 sec) a protestujících (20,1 %, 2733 sec), kteří představují protichůdné interpretace problému (a jejich relativně vysoká přítomnost ve zpravodajství je tudíž předvídatelným parametrem profesionálně zvládnutého požadavku vyváženosti), svědčí vysoký podíl sekvencí se zastoupením politiků o tom, že problém byl ČRo6 pojímán jako politický děj - z možných interpretačních rámců byla tedy jako odpovídající akcentována politizace problému. Pokud jde o proporce jednotlivých směrů politického myšlení, reprezentovaných stranictvím aktérů, byly nejvíce a ve vzájemné rovnováze zastoupeny ČSSD (6,6 %, 886 sec) a ODS (6,2 %, 820 sec), ostatní stranické subjekty měly zastoupení o poznání slabší.

O politizaci nevypovídá jen vlastní frekvence výskytu politiků ve zpravodajství, ale také řádový rozdíl mezi politiky a nepolitickými aktéry.

Z nepolitických aktérů vystupují do popředí nejvíce občané (7,4 %, 676 sec) a hlasy ze zahraničí (5,0 %, 1094 sec), nejméně mediální experti (viz výše). O hlasech ze zahraničí se při nižší četnosti výskytu ve zpravodajství výrazně déle hovořilo, což signalizuje, že tato vystoupení měla spíše vysvětlující charakter (a byla zjevně zařazována jako argument autoritou). Marginalizaci mediálních expertů lze chápat jako signál přednostní prezentace názoru před analýzou.

Tab. č. 31: Kteří političtí aktéři vystupovali ve zprávách?

Kteří političtí mluvčí vystupovali ve zprávách ČRo6?			
politický mluvčí	v % výskytu	v % času	v sec
parlament jako celek	19,9 %	20,3 %	860
Václav Klaus	15,4 %	15,4 %	652
vláda	15,4 %	16,1 %	681
jiný politik ČSSD	10,3 %	11,9 %	504
Pavel Dostál	7,1 %	6,7 %	283
politik 4K	7,1 %	5,7 %	243
jiný politik US	5,1 %	5,2 %	221
prezident Havel	4,5 %	6,5 %	275
Miloš Zeman	3,8 %	2,3 %	99
Ivan Langer	2,6 %	2,7 %	116
jiný politik ODS	1,9 %	1,2 %	52
Vladimír Mlynář	1,9 %	2,3 %	97
Jan Ruml	1,9 %	1,7 %	70
politik KSČM	1,3 %	0,7 %	30
jiný politik KDU-ČSL	0,6 %	0,5 %	20
Jan Kasal	0,6 %	0,5 %	21
Cyril Svoboda	0,6 %	0,3 %	14
Kateřina Dostálová	0,0 %	0,0 %	0
Karel Kühnl	0,0 %	0,0 %	0
Petra Buzková	0,0 %	0,0 %	0
Petr Pithart	0,0 %	0,0 %	0
politik ODA nebo DEU	0,0 %	0,0 %	0
celkem	100,0 %	100,0 %	4238

Báze: 156 sekvencí s politickým aktérem

Základní teze k tab. č. 31

- Z politických aktérů, kteří vystupovali ve zprávách ČRo6, byli nejvýrazněji zastoupeni parlament jako celek (19,9 %, 860 sec), vláda (15,4 %, 681 sec) a Václav Klaus (15,4 %, 652 sec). Druhou nejvýraznější skupinu tvořili: jiný politik ČSSD (10,3 %, 504 sec), Pavel Dostál (7,1 %, 283 sec) a některý z politiků Čtyřkoalice (7,1 %, 243 sec).
- Výrazné zastoupení parlamentu jako rozhodujícího aktéra politické dimenze celého problému signalizuje věcně přijatelnou interpretaci celého dění.
- Nápadný je rozpor mezi výskytem jiného politika ČSSD (10,3 %, 504 sec) a jiného politika ODS (1,9 %, 52 sec).

Komentář k tab. č. 31

Pokud jde o politické aktéry, kteří se vyskytli ve zpravodajství ČRo6, jednoznačně převažuje trojice aktérů v čele s parlamentem jako celkem (19,9 %, 860 sec) a v těsném závěsu za ním s vládou (15,4 %, 681 sec) a Václavem Klausem (15,4 %, 652 sec). Druhou významnější skupinu tvoří kategorie jiný politik ČSSD (10,3 %, 504 sec), Pavel Dostál (7,1 %, 283 sec) a politik Čtyřkoalice (7,1 %, 243 sec). Ve třetí výrazněji zastoupené skupině se nachází kategorie jiný politik US (5,1 %, 221 sec), prezident Havel (4,5 %, 275 sec), Miloš Zeman (3,8 %, 99 sec) a Ivan Langer (2,6 %, 116 sec). Přes relativně malou frekvenci výskytu se k této skupině ještě rozsahem vystoupení blíží Vladimír Mlynář (1,9 %, 97 sec) a Jan Ruml (1,9 %, 70 sec).

Zastoupení politických aktérů svědčí o tom, že zpravodajství ČRo6 jasně interpretovalo parlament jako celek, jako hlavního politického aktéra celého dění a reflektovalo nezbytnou součinnost parlamentu a vlády při politickém (legislativním) řešení situace. Vysoký podíl zastoupení Václava Klause spolu s nepoměrně menším zastoupením kategorie jiný politik ODS (1,9 %, 52 sec) lze chápat jako stereotypní výklad ODS jako „strany jednoho muže“. Poměr mezi četností výskytu a časem, který měli jednotliví političtí aktéři k dispozici, naznačuje, že žádný z politických aktérů nebyl zmiňován ve výrazně delších sekvencích.

Tab. č. 32: Aktéři televizní scény ve zprávách ČRo6.

Aktéři televizní scény ve zprávách ČRo6		
TV aktéři	v sec	v %
ostatní (netelevizní aktéři)	9790	71 %
protestující	1754	13 %
Jiří Hodač	1187	8 %
ostatní vedení	510	4 %
Jana Bobošíková	452	3 %
konkurenční TV	146	1 %
neutrální zaměstnanci ČT	32	0 %
celkem	13871	100 %

Báze: 503 sekvencí

Základní teze k tab. č. 32

- Aktéři televizní scény byli ve zpravodajství ČRo6 zastoupeni v zásadě rovnoměrně. Součet vystoupení protestujících (13,3 %, 1754 sec) na jedné straně a stoupenců nového vedení (Jiří Hodač, konzervativní zaměstnanci ČT a Jana Bobošíková – dohromady 15,1 %, 2149 sec) svědčí o tom, že perspektiva nového vedení měla jistou, i když nevýraznou převahu.
- Nejvýraznější zastoupení měly netelevizní subjekty, které se k dění vyjadřovaly „zvenku“ (71 %, 9790 sec).

Komentář k tab. č. 32

Pokud jde o aktéry televizní scény, kteří se vyskytli ve zpravodajství ČRo6, bylo jejich zastoupení v hlavních rysech vyvážené. Zpravodajství prezentovalo vcelku rovnoměrně postoje dvou skupin se zásadně protichůdným přístupem k celému problému: na jedné straně protestující (13,3 %, 1754 sec), na druhé straně zástupce a stoupence nového vedení, tedy Jiřího Hodače (9,3 %, 1187 sec), konzervativní zaměstnance ČT (3,0 %, 510 sec) a Janu Bobošíkovou (2,8 %, 452 sec), celkem tedy 15,1 %, 2149 sec. Nové vedení mělo jistou, i když nevýraznou převahu, a to jak v četnosti výskytu, tak v celkové délce přítomnosti ve vysílání. Jednoznačně nejvýraznějším reprezentantem této strany byl nově jmenovaný generální ředitel ČT Jiří Hodač.

Nejvýrazněji ale byla zastoupena kategorie ostatní, netelevizní subjekty (71,0 %, 9790 sec), což naznačuje, že zpravodajství ČRo6 mělo výraznou tendenci prezentovat celé dění „zvenku“, prostřednictvím těch, kdož nejsou přímými aktéry televizní scény.

Tab. č. 33: Jaká témata prezentovalo zpravodajství ČRo6 v souvislosti s krizí v ČT?

Jaká témata prezentovalo zpravodajství ČRo6 v souvislosti s krizí v ČT?					
témata pod lupou	v % výskytu	v sec	základní témata	v % výskytu	v sec
gen. ředitel Hodač	11,9 %	1648	o vedení ČT	16,1 %	2252
ředitelka zprav. Bobošíková	2,0 %	298			
vedení ČT jako celek	1,6 %	183			
zbytek vedení ČT	0,6 %	123			
Rada ČT	3,8 %	514	o Radě ČT	3,8 %	514
protestující (jejich činnost)	7,4 %	1058	o protestech	9,7 %	1541
život ve veřejnosti	2,3 %	483			
o krizi obecně	5,0 %	691	o krizi obecně	5,0 %	691
zákon o ČT	3,2 %	462	o zákonech	4,6 %	662
spor legalita vs. legitimita	1,4 %	200			
parlamentní řešení krize	13,3 %	1782	o politice	15,7 %	2192
politický vliv na ČT	2,4 %	410			
přerušované vysílání	5,0 %	482	o vysílání	13,7 %	1463
souběh dvou zpravodajství	3,3 %	378			
kvalita zprav. vedení ČT	2,8 %	395			
kvalita zprav. radikálů	1,8 %	154			
kvalita zprav. obecně	0,8 %	54			
hospodaření ČT	0,4 %	50	o hospodaření ČT	0,4 %	50
veřejnoprávnost	1,4 %	157	o veřejnoprávnosti	2,6 %	305
privatizace ČT	1,2 %	148			
obraz v zahraničí	3,6 %	899	o obrazu v zahraničí	3,6 %	899
demokracie	2,0 %	415	o svobodě a demokracii	2,2 %	442
svoboda projevu	0,2 %	27			
angažovanost veřejnosti	8,3 %	787	o jiném tématu	22,6 %	2860
jiné téma	7,8 %	1155			
represe proti stávce	2,0 %	310			
Rada RTV	1,6 %	236			
ohlas veřejnosti	1,5 %	222			
neurčeno	1,2 %	137			
minulost ČT	0,2 %	13			
celkem	100,0 %	13871	celkem	100,0 %	13871

Báze: 503 sekvencí

Základní teze k tab. č. 33

→ O tématu protesty se hovořilo pouze v 9,7 % sekvencí, tedy během 1541 sec, zatímco téma vedení ČT se vyskytovalo v 16,1 % sekvencí, v rozsahu 2252 sec, politický rozměr měl proporcionální zastoupení 15,7 % (2192 sec) a průběh vysílání (zásahy do vysílání obou stran a kvalita zpravodajství obou stran) představovaly 13,7 % sekvencí, resp. 1436 sec. Problém krize ČT byl tedy zpravodajstvím ČRo6 prezentován především jako problém nového vedení personalizovaný do jeho hlavních protagonistů a současně jako problém politický.

→ Značné zastoupení tématu vysílání (13,7 %, 1463 sec) způsobila hlavně podtémata přerušované vysílání (5,0 %, 482 sec), souběh dvou zpravodajství (3,3 %, 378 sec) a kvalita zpravodajství nového vedení i protestujících zaměstnanců (celkem 4,0 %, 549 sec).

Komentář k tab. č. 33

Při stanovení pořadí témat zredukovaných na základní tematické kategorie se jako nejsilněji zastoupená (makro)témata ve zpravodajství ČRo6 jeví: vedení ČT (16,1 %, 2252 sec), politický rozměr problému (15,7 %, 2192 sec), vlastní průběh vysílání (13,7 %, 1463 sec) a teprve na čtvrtém místě protesty (9,7 %, 1541 sec). Proporce témat a jejich časová dotace svědčí o tom, že tematicky do popředí výrazně vystoupila krize ČT jako problém nového vedení ČT, personalizovaný jeho hlavními protagonisty – především Jiřím Hodačem (11,9 %, 1648 sec) a do jisté míry i Janou Bobošíkovou (2,0 %, 298 sec).

Vedle samotného vedení ČT byla v tematickém rejstříku zpravodajství ČRo6 zastoupena tématu politický rozměr (15,7 %, 2192 sec) a vlastní průběh vysílání (13,7 %, 1463 sec). Poměrně výrazný akcent na politický rozměr celého problému odpovídá politizující interpretaci dění, jehož dějovou osou je parlamentní řešení krize (13,3 %, 1782 sec) jako rozuzlení, kterému zpravodajství ČRo6 věnovalo značnou pozornost. Výraznější zastoupení tématu vlastního vysílání je způsobeno především akcentem zpravodajství na fenomén přerušovaného vysílání (5,0 %, 482 sec), souběhu dvou zpravodajství (3,3 %, 378 sec) a kvality zpravodajství obou stran (4,0 %, 549 sec). Zájem zpravodajství o průběh vysílání svědčí jednak o zřetelné orientaci na jevou stránku dění a na to, co se nejvíce dotýká veřejnosti, jednak o tom, že nepřímou výpovědí o výkonu nového vedení byla i sdělení o kvalitě zpravodajství, které poskytuje (kvalita zpravodajství vedení ČT: 2,8 %, 395 sec, tedy víc než polovina prostoru věnovaného kvalitě obou zpravodajství).

Z témat a podtémat, která se ve zpravodajství ČRo6 dále vyskytla, ale neměla výrazně silné zastoupení, je ještě hodné pozornosti podtéma angažovanost

veřejnosti (8,3 %, 787 sec), které se četností zastoupení blíží například tématu protesty (9,7 %, 1541 sec). Důraz na angažovanost veřejnosti odpovídá principu média veřejné služby jako participativního média, jež vnímá posluchače především jako občanskou veřejnost aktivně se podílející na veřejném životě.

Tab. č. 34: Jaké události prezentovalo zpravodajství ČRo6 v souvislosti s krizí v ČT?

Jaké události prezentovalo zpravodajství ČRo6 v souvislosti s krizí v ČT?					
události pod lupou	v % výskytu	v sec	základní události	v % výskytu	v sec
vysílání vedení ČT	3,0 %	519	událost vedení ČT	9,5 %	1467
jednání nového vedení	2,2 %	302			
nemoc ředitele Hodače	1,6 %	179			
jmenování širšího vedení	1,2 %	244			
volba ředitele Hodače	1,1 %	174			
TK vedení TV	0,4 %	49	událost protestujících	11,5 %	1685
stávka, protesty	3,3 %	544			
vysílání protestujících	2,5 %	281			
jednání odborářů	2,7 %	362			
TK protestujících	1,5 %	232			
jednání protestujících	1,5 %	266	demonstrace	3,8 %	446
demonstrace na Václ. nám.	2,0 %	233			
demonstrace na KH	1,4 %	201			
demonstrace v regionech	0,4 %	12	petice	5,0 %	403
petice ČT – věc veřejná	3,4 %	299			
petice Ta Fantastika	1,4 %	96			
ostatní petice	0,2 %	8	schůze mediál. rad	6,4 %	912
schůze Rady ČT	5,4 %	748			
schůze Rady RTV	1,0 %	164	jednání vlády	4,0 %	578
jednání vlády	4,0 %	578			
jednání PS	12,5 %	1661	jednání Parlamentu	14,5 %	1944
jednání senátu	2,0 %	283			
jednání politické strany	1,8 %	242	jednání p. strany	1,8 %	242
reakce politiků: sympatie	1,4 %	259			
reakce politiků: antipatie	1,4 %	102	reakce politiků	2,8 %	361
individuální výrok	29,6 %	4127			
jiná událost	6,4 %	869	individuální výrok	29,6 %	4127
výpovědi stávkujícím	1,9 %	263			
trestní oznámení	2,0 %	445			
publikace VVM	0,4 %	55			
pseudoudálost	0,4 %	74			
celkem	100,0 %	13871	jiná událost	11,1 %	1706
			celkem	100,0 %	13871

Báze: 503 sekvencí

Základní teze k tab. č. 34

- Značný podíl mezi zachycovanými událostmi mělo jednání parlamentu (14,5 %, 1944 sec). To spolu s jednáním vlády (4,9 %, 578 sec) a kontrolních a správních orgánů, tedy rad (6,4 %, 912 sec), představovalo vůbec nejsilněji zastoupenou skupinu událostí (dohromady 24,9 %, 3434 sec). Silně zastoupené byly též události iniciované protestujícími (vlastní jednání protestujících, demonstrace a petice ČT - věc veřejná, celkem 18,7 %, 2430 sec). Události vztahující se k jednání nového vedení ČT jsou se značným odstupem až na třetím místě (události kolem vedení ČT a petice Ta Fantastika, celkem 10,9 %, 1563 sec). Zpravodajství ČRo6 tedy zobrazovalo události kolem vánoční krize především ve vazbě na politickou elitu a protestující.
- Poměrně vysoké zastoupení událostí vázaných na PS Parlamentu ČR (12,5 %, 1661 sec) svědčí o tom, že právě legislativnímu orgánu (a tedy i legislativnímu procesu) přisuzovalo zpravodajství ČRo6 největší význam.

Komentář k tab. č. 34

I prezentace událostí ve zpravodajství ČRo6 vážících se k vánoční krizi odpovídá výskytu aktérů a témat, jak se jevíly v předcházejících tabulkách. Do popředí výrazně vystupují události související s činností politické elity, tedy parlamentu, vlády a mediálních rad (dohromady 24,9 %, 3434 sec). V této skupině je nejvíce zastoupeno především jednání parlamentu (12,5 %, 1661 sec). Zpravodajství nahlíží celé dění jako politický proces a úměrně tomu věnuje přiměřenou pozornost událostem, v nichž vystupují pro tuto interpretaci relevantní subjekty - takové subjekty, které mohou být nositeli rozuzlení, resp. řešení.

Proporcí i objemem se této skupině politické elity nejvíce blíží události iniciované protestujícími, tedy vlastní jednání protestujících, demonstrace a petice ČR - věc veřejná, celkem 18,7 %, 2430 sec). Události vztahující se k jednání nového vedení ČT jsou se značným odstupem až na třetím místě (události kolem vedení ČT a petice Ta Fantastika, celkem 10,9 %, 1563 sec). Lze z toho vysuzovat, že zpravodajství vnímalo krizi především jako spor mezi politickou elitou a protestujícími.

I při této perspektivě referování o vánoční krizi zpravodajství alespoň na první pohled zachovává rovnováhu mezi událostmi, jež se vztahují ke dvěma hlavním nositelům děje, tj. k novému vedení ČT (9,5 %, 1467 sec) a protestujícím (11,5 %, 1685 sec). Události kolem protestujících je však třeba kontextově rozšířit o demonstrace (3,8 %, 446 sec) a petici ČT - věc veřejná (3,4 %, 299 sec). V součtu (viz výše) ovšem vystupují události vážící se na protestující výrazně do popředí, zatímco vedení ČT zůstává i při započtení

sympatizující petice (viz výše) „upozaděno“. Větší zájem o události vztahující se k protestujícím je tu podle všeho zcela prokazatelný.

Tabulka č. 35 na str. 128

Základní teze k tab. č. 35

- Při porovnání tematického kontextu jednotlivých aktérů, jejichž výroky se vyskytly ve zpravodajství ČRo6, se ukazuje, že všichni hlavní aktéři sporu vystupovali hlavně v souvislosti se svým tématem. V kontextu protestů byli zachyceni především protestující (38,6 %, 39 výroků), u vedení ČT vedení (46,3 %, 56 výroků) a u politiky politikové (42,3 %, 66 výroků), u obrazu ve světě hlasy ze zahraničí (68 %, 17 výroků).
- Z témat, která jednotliví aktéři nejvíce sdíleli, vystupují do popředí: vedení ČT (celkem 81 výroků - vedle vedení hlavně politikové), politika (celkem 79 výroků - vedle politiků vedení i protestující) a vysílání ČT (celkem 69 výroků - nejvíce jiní aktéři, vedení a protestující).

Komentář k tab. č. 35

Při porovnávání, u kterých témat byli nejvíce zmiňováni jednotliví aktéři, zřetelně vystupuje do popředí skutečnost, že do zpravodajství jsou zařazovány ty výroky, které se váží k povaze, roli či zaměření aktéra, jinými slovy, že hlavní aktéři sporu hovořili především o svém tématu. U protestů vystupují především protestující (38,6 %, 39 případů), u vedení ČT především vedení (46,3 %, 56 případů) a u politiky politikové (42,3 %, 66 případů), u obrazu ve světě hlasy ze zahraničí (68 %, 17 případů). Tento zřetelný trend v práci stanice s autentickými výroky signalizuje především skutečnost, že zpravodajství využívá aktéry ke slovní ilustraci vlastních činů, popřípadě k jejich výkladu. Zpravodajství se tak stává především výpovědí o dramatickém konfliktu pohledů na události, méně již výkladem událostí samých (ty jsou nabídkou autentických výroků, tedy interpretací, „postmoderně“ zpochybněny). Ilustrativní charakter autentických výroků posiluje i práce s hlasy ze zahraničí (68 %, 17 případů).

Pokud jde o sdílená témata (tedy témata, v jejichž kontextu vystupovalo více aktérů), tam vystupují do popředí: vedení ČT (celkem 81 výroků), politici, (celkem 79 výroků) a vysílání ČT (celkem 69 výroků). Vyrovnaný poměr mezi tématem vedení ČT a politika opět naznačuje výrazně politizující interpretaci celého dění. Vysokou hladinu výskytu tématu vysílání ČT lze spíše připsat na vrub všeobecné ochotě vyjadřovat se k programové nabídce ČT (ta bývá chápána jako téma veřejné a z definice laické, nikoliv odborné;

Tab. č. 35: V souvislosti s kterými tématy vystupovali aktéři ve zprávách ČRo6?

téma	aktéři v % výskytu (počtech případů)								jiní	celkem
	protestující	vedení	politici	občané	zahr. hlasy	med. exp.	neutrálové			
o vedení ČT	6,9 % (7)	46,3 % (56)	10,9 % (17)						1,7 % (1)	16,1 % (81)
o protestujících	38,6 % (39)	4,1 % (5)	1,9 % (3)						3,4 % (2)	9,7 % (49)
o vysílání ČT	15,9 % (16)	19,8 % (24)	3,8 % (6)				66,7 % (2)		35,6 % (21)	13,7 % (69)
o Radě ČT	1,0 % (1)	10,7 % (13)	3,2 % (5)							3,8 % (19)
o politice	6,9 % (7)	3,3 % (4)	42,3 % (66)						3,4 % (2)	15,7 % (79)
o zákonech		1,7 % (2)	10,9 % (17)		4,0 % (1)	100 % (1)			3,4 % (2)	4,6 % (23)
o veřejnopráv.		0,8 % (1)	7,3 % (11)						1,7 % (1)	2,6 % (13)
o svob. a dem.	1,0 % (1)		3,8 % (6)		16,0 % (4)					2,2 % (11)
o hospodáření		0,8 % (1)	0,6 % (1)							0,4 % (2)
o krizi obecně	6,9 % (7)	4,1 % (5)	5,1 % (8)						8,4 % (5)	5,0 % (25)
o zahr. obrazu			0,6 % (1)		68,0 % (17)					3,6 % (18)
jiné téma	22,8 % (23)	8,4 % (10)	9,6 % (15)	100 % (37)	12,0 % (3)			33,3 % (1)	42,4 % (25)	22,6 % (114)
celkem	100 % (101)	100 % (121)	100 % (156)	100 % (37)	100 % (25)	100 % (1)	100 % (3)	100 % (59)	100 % (503)	

Báze: 503 sekvencí

Tab. č. 36: V souvislosti s jakými tématy vystupovali aktéři televizní scény?

téma	aktéři v % výskytu (počtech případů)							celkem
	Hodač	Bobořšková	protestující	ostančí vedení	neutrálové	konkur. TV	ostančí	
o vedení ČT	24,7 % (20)	9,9 % (8)	7,4 % (6)	11,1 % (9)			46,9 % (38)	100 % (81)
o protestujících	4,1 % (2)	6,1 % (3)	67,3 % (33)				22,5 % (11)	100 % (49)
o vysílání ČT	18,9 % (13)	2,9 % (2)	21,7 % (15)	5,8 % (4)	2,9 % (2)	2,9 % (2)	44,9 % (31)	100 % (69)
o Radě ČT							100 % (19)	100 % (19)
o politice			3,8 % (3)				96,2 % (76)	100 % (79)
o zákonech	4,3 % (1)						95,7 % (22)	100 % (23)
o veřejnopráv.					7,7 % (1)		92,3 % (12)	100 % (13)
o svob. a dem.			9,1 % (1)				90,9 % (10)	100 % (11)
o hospodáření	50 % (1)						50 % (1)	100 % (2)
o krizi obecně	16 % (4)		8 % (2)			8 % (2)	68 % (17)	100 % (25)
o zahr. obrazu							100 % (18)	100 % (18)
jiné téma	5,3 % (6)	0,9 % (1)	6,1 % (7)	1,8 % (2)	0,8 % (1)		85,1 % (97)	100 % (114)
celkem	9,3 % (47)	2,8 % (14)	13,3 % (67)	3 % (15)	0,6 % (3)	1 % (5)	70 % (352)	100 % (503)

Báze: 503 sekvencí

za odborné téma, k němuž se má vyjádřit mediální expert, považuje zpravodajství ČRo6 pouze legislativu).

Tab. č. 36 na str. 129

Základní teze k tab. č. 36

- Při porovnání tematického zaměření sekvencí s aktéry televizní scény se výrazněji vyhranují pouze dvě významné množiny sekvencí: nové vedení ČT personifikované především Jiřím Hodačem (9,3 %, 47 případů) a protestující (13,3 %, 67 případů).
- Opět se potvrdilo pravidlo, že sekvence aktérů se týkají především jejich tématu: reprezentanti a stoupenci nového vedení ČT byli zmiňováni v kontextu s novým vedením (15,1 %, 76 případů), protestující především v kontextu s protesty (67,3 %, 33 případů).
- Z témat, která jednotliví aktéři televizní scény nejvíce sdíleli, vystupují do popředí: vedení ČT (celkem 81 výroků - především Jiří Hodač), politika (celkem 79 výroků - hlavně ostatní) a vysílání ČT (celkem 69 výroků - nejvíce ostatní, na stejné úrovni pak Jiří Hodač a protestující).

Komentář k tab. č. 36

Při porovnávání, u kterých témat byli nejvíce zmiňováni jednotliví aktéři televizní scény, zřetelně vystupuje do popředí skutečnost, že ve zpravodajství ČRo6 se proti sobě vyváženě profilovalo nové vedení personifikované především Jiřím Hodačem (9,3 %, 47 případů) a protestující (13,3 %, 67 případů). Mírný nepoměr mezi Hodačem a protestujícími ustoupí do pozadí, jakmile se množina stoupců nového vedení rozšíří o Janu Bobošíkovou (2,8 %, 14 případů) a ostatní vedení (3 %, 15 případů). V součtu pak množinu reprezentující ve zpravodajství postoje nového vedení představuje 15,1 %, resp. 76 případů. Obě tyto velké skupiny byly zobrazovány v kontextu především „svého“ tématu, tj. reprezentanti a stoupenci nového vedení ČT vystupovali v tematické vedení ČT (viz výše), zatímco protestující především u protestů (67,3 %, 33 případů).

Z nediferencované kategorie ostatní nápadně vystupuje výrazná proporce případů vystoupení v souvislosti s politikou (z celkového počtu 79 případů připadá na kategorii ostatní celých 76 případů, tj. 96,2 %). Svou roli zde téměř jistě sehrává objektivizační rituál novinářské práce, jehož zažitou součástí je prezentace postojů prostřednictvím výroku třetí osoby.

Mezi tématy sdílenými nejvýznamnějšími aktéry televizní scény vystupuje mírně do popředí vedení ČT (81 případů) a vysílání ČT (69 případů) - zvláště v tomto tématu jsou aktéři ve zpravodajství prezentováni velmi vyrovnaně.

Tab. č. 37: V souvislosti s jakými tématy vystupovali aktéři podle stranické příslušnosti?

V souvislosti s jakými tématy vystupovali aktéři televizní scény v ČRo6							
téma	straničtí aktéři v % výskytu (počtech případů)						
	ODS	ČSSD	US	KDU-ČSL	AK	KSČM	celkem
o vedení ČT	3,2 % (1)	27,3 % (9)			9,1 % (1)		11,7 % (11)
o protestech	3,2 % (1)	3,0 % (1)			9,1 % (1)		3,2 % (3)
o vysílání ČT		15,2 % (5)	7,1 % (1)				6,4 % (6)
o Radě ČT	6,5 % (2)	3,0 % (1)					3,2 % (3)
o politice	48,4 % (15)	12,1 % (4)	92,9 % (13)	33,3 % (1)	54,5 % (6)		41,5 % (39)
o zákonech	12,9 % (4)	12,1 % (4)			9,1 % (1)		9,6 % (9)
o veřejnoprávnosti	19,4 % (6)				9,1 % (1)		7,4 % (7)
o svobodě a demokr.	3,2 % (1)				9,1 % (1)		2,1 % (2)
o hospodaření ČT		3,0 % (1)					1,1 % (1)
o krizi v ČT obecně		9,1 % (3)					3,2 % (3)
o jiném tématu	3,2 % (1)	15,2 % (5)		66,7 % (2)		100 % (2)	10,6 % (10)
celkem	100 % (31)	100 % (33)	100 % (14)	100 % (3)	100 % (11)	100 % (2)	100 % (94)

Báze: 94 sekvencí se stranickým aktérem

Základní teze k tab. č. 37

- Nejfrekventovanějším tématem většiny aktérů charakterizovaných příslušností k nějaké politické straně je politika (41,0 % ze všech zmiňovaných témat). Od této pravidelnosti se ve zpravodajství ČRo6 nápadněji odchyluje pouze ČSSD, jejíž mluvčí věnovali nejvíce pozornosti vedení ČT.
- Nejvíce byli s tématem politiky svázáni aktéři ODS a US (dohromady 28 případů ze 39).

Komentář k tab. č. 37

Podrobnější pohled na to, která témata se ve zpravodajství objevila spolu s aktéry identifikovanými stranickou příslušností, potvrzuje již výše uvedený obecnější závěr, že aktéři vystupovali především v kontextu svých témat. Celkem 41,5 % (tj. 39 případů) ze všech výroků aktérů podle politické příslušnosti (94 sekvencí) se váže k tématu politika. Toto téma je nejfrekventovanější u aktérů ODS, US a Čtyřkoalice (celkem 34 ze 39 sekvencí), nikoliv u KSČM (ta je ovšem celkově výrazně marginalizovaná) a ČSSD, jejíž aktéři si nejvíce všimli tématu vedení ČT (9 sekvencí, zatímco politice věnovali pouze 4 sekvence). Zájem o politické téma u opozičních stran a soustředění

vládní strany na téma vedení ČT lze vysvětlit právě postavením těchto subjektů – zatímco opoziční strany (bez ohledu na charakter postavení v opozici) si politizaci problému zajišťovaly vlastní přítomností v médiích, vládní strana, nucená okolnostmi k hledání řešení vzniklé situace, se soustřeďovala především na konkrétní, věcné problémy.

Tab. č. 38: Ve kterých zprávách o krizi v ČT byla aktérem ČSSD a ve kterých ODS?

Témata zpráv s aktérem z ČSSD v ČRo6		
téma	počet případů	v %
o vedení	9	27,3 %
o protestujících	1	3,0 %
o vysílání	5	15,2 %
o Radě ČT	1	3,0 %
o politice	4	12,1 %
o zákonech	4	12,1 %
o svobodě a demokracii	0	0,0 %
o hospodaření	1	3,0 %
o krizi v ČT obecně	3	9,1 %
o jiném tématu	5	15,2 %
celkem	33	100,0 %

Báze: 33 sekvencí s aktérem ČSSD

Témata zpráv s aktérem z ODS v ČRo6		
téma	počet případů	v %
o vedení	1	3,2 %
o protestujících	1	3,2 %
o Radě ČT	2	6,5 %
o politice	15	48,4 %
o zákonech	4	12,9 %
o veřejnoprávnosti	6	19,4 %
o svobodě a demokracii	1	3,2 %
o jiném tématu	1	3,2 %
celkem	31	100,0 %

Báze: 31 sekvencí s aktérem ODS

Základní teze k tab. č. 38

→ Dvě největší parlamentní strany se lišily v tom, v jaké souvislosti vystupovaly ve zprávách ČRo6. ČSSD vystupovala jako aktér nejvíce ve zprávách o vedení ČT (27,3 %), dále ve zprávách o vysílání (15,2 %) a konečně ve zprávách o zákonech (12,1 %). ODS vystupovala nejvíce ve zprávách o politice (48,4 %), o veřejnoprávnosti (19,4 %) a o zákonech (12,9 %). Zatímco pro ODS je příznačné, že byla aktérem v politizaci krize, ČSSD zdaleka nebyla zmiňována v tak vyhraněné roli.

→ Pokud jde o exkluzivní témata, ODS se věnovala veřejnoprávnosti (tj. kvalitě vysílání, jež poskytují média veřejné služby – 19,4 %) a svobodě a demokracii (3,2 %), ČSSD se věnovala krizi všeobecně (9,1 %) a hospodaření ČT (3,0 %).

Komentář k tab. č. 38

Ze srovnání toho, v jaké souvislosti se ve zprávách objevovaly v roli aktérů dvě největší parlamentní strany, zcela zřetelně vyplývá, že zpravodajství ČRo6 prezentovalo ČSSD a ODS v různých kontextech. ČSSD vystupovala jako aktér nejvíce ve zprávách o vedení ČT (27,3 %), dále ve zprávách o vysílání (15,2 %) a konečně ve zprávách o zákonech (12,9 %). ODS vystupovala nejvíce ve zprávách o politice (48,4 %) a s velkým odstupem ve zprávách o veřejnoprávnosti (19,4 %) a o zákonech (12,9 %). Z uvedených údajů nejvíce vystupuje do popředí, že ODS se jako aktér objevovala téměř z poloviny ve zprávách o politice, tedy že byla asociována především s politickým rozměrem celého problému, resp. byla aktérem politizace krize. ČSSD naproti tomu tak vyhraněné postavení ve zpravodajství ČRo6 nemá – je obsazována jako aktér rovnoměrněji do více témat.

Při srovnání tematického zaměření zpráv, v nichž se obě strany jako aktéři objevují, vychází najevo, že obě strany měly i svá exkluzivní témata, do nichž druhá strana nebyla vůbec obsazena. ODS se věnovala tématu veřejnoprávnost* (19,4 %) a svoboda a demokracie (3,2 %), ČSSD se věnovala krizi všeobecně (9,1 %) a hospodaření ČT (3,0 %). Témata ODS lze chápat jako další rozšíření politického rozměru krize – i tím byla posilována role této strany jako politického aktéra celé krize.

* Pojem „veřejnoprávnost“ se v českých diskusích o médiích a jejich roli ve společnosti rozumí vágně formulovaná představa o tom, jaký charakter má mít vysílání, které poskytují vysílatelé ze zákona, tedy média veřejné služby. Jedná se tedy o výraz neterminologický a hodnotič, který signalizuje snahu o vyjádření představ o kvalitě vysílání.

Tab. č. 39: Časový vývoj témat o protestujících a o vedení

Časový vývoj témat o protestujících a o vedení		
datum	Celková stopáž témat ČRo6	
	o protest. (v sec)	o vedení (v sec)
20. 12. 2000	0	90
21. 12. 2000	117	33
22. 12. 2000	114	12
23. 12. 2000	103	14
24. 12. 2000	122	121
25. 12. 2000	0	126
26. 12. 2000	89	13
27. 12. 2000	0	20
28. 12. 2000	0	84
29. 12. 2000	0	69
30. 12. 2000	103	151
31. 12. 2000	420	32
1. 1. 2001	288	119
2. 1. 2001	119	181
3. 1. 2001	0	48
4. 1. 2001	21	228
5. 1. 2001	0	268
6. 1. 2001	45	251
7. 1. 2001	0	201
8. 1. 2001	0	191

Báze: 130 sekvencí s tématy o vedení a o protestujících

Základní teze k tab. č. 39

→ Časový vývoj témat týkajících se dvou hlavních stran sporu svědčí o tom, že vánoční krize byla prezentována jako rozvíjející se děj, v němž se utkávají protestující s novým vedením ČT, a zpravodajství svou pozornost směřovalo podle aktivity obou stran konfliktu.

Komentář k tab. č. 39

Při sledování tematického pokrytí celé vánoční krize v čase zřetelně vystupuje do popředí prezentace dění jako střetu dvou zneprátených stran – na jedné straně protestujících, na druhé straně nového vedení ČT. Je-li nějaká

událost takto traktována, pak je nepochybně důležité, jak a v jakém vzájemném poměru byly ve zpravodajství zastoupeny obě strany sporu. Z časového vývoje témat ve zpravodajském pokrytí krize je zcela zřejmé, že zpravodajství se v zásadě řídilo aktivitou obou stran, a bylo tedy věcně odpovídajícím obrazem vývoje událostí. Zatímco v první fázi (21.–24. 12.) byly tematicky více pokryty aktivity protestujících, v době přerušeného vysílání (hlavně 24. a 25. 12.) se pozornost přesunula na nové vedení ČT. Podobná situace se opakovala v době těsně před vyhlášením stávky (31. 12.–2. 1.), kdy měla kategorie zpráv o protestech velmi výrazné zastoupení, zatímco v další fázi (4.–8. 1.) se v souvislosti s očekávanými a reálnými kroky nového vedení ČT přesunula pozornost tímto směrem. Z hlediska objemu času věnovanému jedné straně v časové lince celého vývoje témat si nejvíce pozornosti získalo období vyhlášení stávky.

Tab. č. 40: Jaké zdroje stanice používaly?

Jaké zdroje stanice používaly		
zdroj ČRo6	počet případů	v % výskytu
vlastní info ČRo	11	2,2 %
domácí agentura	119	23,7 %
domácí médium	20	4,0 %
zahraniční agentura	38	7,5 %
zahraniční médium	5	1,0 %
jiný zdroj	9	1,7 %
neuveden	301	59,8 %
celkem	503	100 %

Báze: 503

Základní teze k tab. č. 40

→ Zdroje informací vysílání ČRo6 vykazaly mnohem různorodější zastoupení kategorií, než tomu bylo u ČRo1. Nadpoloviční většinu případů tvoří sekvence, kdy není uveden žádný zdroj (59,8 %, 301 případů). Čtvrtina sekvencí se odkazuje na domácí agentury (23,7 %, 119 případů). Ostatní kategorie jsou zastoupeny méně než deseti procenty.

Komentář k tab. č. 40

Srovnáním uváděných zdrojů ve vysílání ČRo6 je nápadné výrazně platičtější zastoupení jednotlivých kategorií u této stanice, než je tomu u ČRo1.

To souvisí především s tím, že ČRo6 ve zpravodajství nepoužíval přímé vstupy do vysílání a citované informace byly ve velké většině prezentovány moderátorem. Z uváděných zdrojů se nejčastěji vyskytovala domácí agentura (23,7 %, 119 případů). Výrazně menší zastoupení má druhá kategorie zdrojů informace – zahraniční agentura, která byla citována v 38 zdrojích, tj. v 7,6 %. Ve 4 % (20 případů) využíval ČRo6 jako zdroje jiné domácí médium. Přímý vstup byl uplatněn jen v 11 případech, tj. v 2,2 % zkoumaných sekvencí. V pěti případech (tj. 1 % sekvencí) sekvence informačně těžila ze zahraničního média.

Tab. č. 41: Jak často se vyskytovalo hodnocení?

Jak často se vyskytovalo hodnocení v ČRo6					
	v % výskytu	v sec			
bez hodnocení	53,9 %	6646			
s hodnocením	46,1 %	7225	původce hodnocení	v % výskytu	v sec
			mluvčí sekvence	10,7 %	1443
			aktér sekvence	32,6 %	5247
			jiný zdroj	2,6 %	521
			neurčeno	0,2 %	14
celkem	100,0 %	13871			

Báze: 503 sekvencí

Základní teze k tab. č. 41

→ Sekvence vysílání ČRo6 byly hodnotícího rázu o přibližně 20 % častěji, než tomu bylo u ČRo1. Nejčastějším zdrojem hodnocení byl aktér sekvence (z hodnotících sekvencí přibližně 60 %, z celku všech sekvencí 32,6 %).

Komentář k tab. č. 41

Ve sledovaných sekvencích stanice ČRo6 se v souvislosti s krizí v ČT vyskytovalo hodnocení skoro v celé polovině případů, konkrétně ve 46,1 % sekvencí. To je v porovnání s druhou sledovanou stanicí o celých 20 % více. Skoro každá druhá sekvence tedy obsahovala hodnotící soud. Při bližším pohledu na to, kdo hodnocení do příspěvku o krizi přináší, z tabulky zjistíme, že je to nejčastěji aktér sekvence, ten je zdrojem hodnocení ve třetině všech sekvencí (přesněji v 32,6 %). Pokud se podíváme jen na sekvence s hodnocením, tak v nich působí aktér jako zdroj hodnocení dokonce

přibližně 60 % případů. To je výrazně více než u stanice ČRo1. Vysvětlení je zde nasnadě. Mluvčí jako zdroj hodnocení není zastoupen tak často, neboť u této stanice je mluvčím vždy moderátor. Ostatní aktéři jsou jen mluvčím citování a nedostávají prostor pro přímý vstup. To zde vytváří tuto základní odlišnost. Zdrojem hodnocení je proto většinou citovaný aktér. I tak je však mluvčí druhým nejčastějším zdrojem hodnocení a vykazuje 10,7 % ze všech sekvencí. Pokud vezmeme v potaz jen sekvence s hodnocením, pak mluvčí byl zdrojem hodnocení v každém pátém případě.

6 Závěr

V počáteční fázi obsahové analýzy zkoumaných stanic byly stanoveny čtyři základní výzkumné otázky. Každá z nich na sebe v průběhu zkoumání vázala několik otázek dílčích, podrobnějších. Na ty se snažila odpovědět data shromážděná a prezentovaná v tabulkách a grafech, které jsou obsahem předešlého oddílu studie, včetně k nim přiřazených interpretací.

V této závěrečné fázi obsahové analýzy se pokusíme o konečné shrnutí odpovědí na čtyři stanovené otázky, které stály u počátku studie.

Otázka 1: Jaké místo zaujímala krize v České televizi v agendě zpravodajství ČRo1 a ČRo6?

Na první otázku nám odpověděla analýza toho, kolik prostoru stanice sledované problematice věnovaly. Důležitý je jak kumulativní výsledek podílu vysílacího času věnovanému problému krize v ČT, tak vývoj této proměnné v časovém horizontu. Co se týká celkového časového úseku, naše obsahová analýza odhalila téměř shodný výsledek pro ČRo1 i pro ČRo6. Obě stanice věnovaly krizi kolem 35 % vysílání. Potvrdilo se, že téma bylo pro veřejnoprávní rozhlas opravdu velmi důležité a věnoval mu celou jednu třetinu vysílání. Zpravodajské relace přitom nevybočovaly ze svého standardního formátu. Půjdeme-li do krajnosti, znamená to, že v době krize ČT vytlačilo toto téma poměrně rozsáhlé množství relativních adeptů na umístění ve zpravodajských relacích.

Důvodů může být několik. Především zde zřejmě hraje roli zájem médií o sebe sama, dominantní postavení televize mezi médii, senzitivita novinářů k jevům spojeným s ohrožením (třeba i jen zdánlivým) svobody slova. Na druhou stranu se krize z velké části konala v období vánočních svátků a Sil-

vestra, kdy život společnosti nenabízí tak rozsáhlé spektrum událostí k mediaci, jako je tomu jindy, a novináři mohli přijmout existenci problému s povděkem, že je čím zaplnit obsah zpravodajství.

Časový úsek a podíl tématu na vysílání zpravodajství procházel u obou stanic během sledovaného vzorku vývojem. Trend byl shodný jen v hrubých rysech. Od 23. 12. (včetně) hodnoty u obou stanic neklesly pod 20 % vysílacího času (rozuměno v rámci žánru zpravodajství). U ČRo1 pak hodnota stoupá od 23. 12. do 27. 12., kdy dosahuje 40 %, a poté následujících pět dní opět stejnoměrně a výrazně klesá až na hodnotu necelých 23 % (1. 1. 2001). Poté opět roste až na nejvyšší dosaženou hodnotu pro obě stanice, na rekordních 66 % vysílání. Po dosažení vrcholu hodnota postupně klesá.

ČRo6 až na počáteční dny vykazuje stabilnější a méně prudce se měnící vývoj v množství věnovaného času než ČRo1. Po 23. 12. (první čtyři dny je vývoj u obou stanic velmi obdobný) se u této stanice podíl vyvíjí už stabilněji. Stabilita je zřetelná v období od 28. 12., kdy se hodnota (za pravidelných mírných výkyvů) následujících šest dnů drží v pásmu mezi 40 % a 50 %.

Vnímáme-li umístění tématu mezi headlines jako projev evaluativního posouzení důležitosti, pak se události dostalo prominentnějšího zpracování na stanici ČRo6, neboť 77 % příspěvků ke krizi bylo zároveň zmíněno v titulcích. U stanice ČRo1 hodnota této proměnné byla menší - 62 %. V obou případech však jde o dost vysoké číslo. Obě stanice umísťovaly téma mezi titulky výrazně více než v polovině případů.

Otázka 2: Která konkrétní témata se ve spojitosti s krizí v ČT objevovala a jaký jim byl věnován prostor?

Obecné téma krize ČT se během svého průběhu projevovalo na základě určitých konkrétnějších témat, o kterých média přinášela informace. Některé z těchto parciálních témat se udrželo v ohnisku zájmu po celou sledovanou dobu, jiné bylo vázáno na určitou událost, rychle se objevilo a stejně rychle zaniklo, aby bylo nahrazeno tématem jiným.

V celkovém vzorku se nejvíce sekvencí stanice ČRo1 věnovalo tématu nového vedení ČT (19,1 %). O tématu protesty se naopak hovořilo jen v 10,5 % sekvencí. Základním tématem ČRo1 tedy nebyly samy protesty, ale jejich iniciační příčina - nová podoba vedení ČT. Podobná situace nastala i u stanice ČRo6, kde dosahuje téma „o vedení“ 16,1 % sekvencí. Sekvence této stanice byly také mnohem častěji tematicky zaměřeny na kategorii o novém vedení ČT (16,1 %) než na téma protestů (9,7 %).

Obě sledované stanice vykazují obdobně vysokou hodnotu pro zastoupení tématu „o politice“ (ČRo1 - 17,8 %, ČRo6 - 15,7%). Pokud nebudeme brát v potaz jiná témata, tak téma politika je u obou stanic druhým nejvíce zastoupeným tématem. Ze zbývajících tematických kategorií se projevila zastoupením nad deset procent ještě kategorie „o vysílání“. Zastoupení a prioritizace témat byla u obou stanic obdobná.

Otázka 3: Které zdroje informací stanice užívaly a s jakou četností?

Zdroje informací, které média používají, mohou mít velký vliv na podobu zpravodajského obsahu. Jsou-li média závislá na určitých zdrojích, pak mohou tyto zdroje svou agendou ovlivňovat podobu obsahu médií.

Ve sledovaném vzorku byly zdroje tříděny do sedmi základních kategorií: přímý vstup (vlastní informace ČRo), domácí agentura, domácí médium, zahraniční agentura, zahraniční médium, jiný zdroj a kategorie „zdroj neuveden“.

Na ČRo1 byla nejvíce zastoupena kategorie přímý vstup (71,7 %). Do té byly zařazovány veškeré sekvence, u kterých bylo zřejmé, že jejich informace byly získány přímo pracovníky média (je na ně odkazováno slovy: „...jak zjistil Český rozhlas“ apod.) nebo pramení z přímých vstupů aktérů do relace či jejich výpovědí pro ČRo1. Druhá výrazně zastoupená kategorie u této stanice je kategorie, kdy zdroj nebyl uveden. K tomu došlo v jedné čtvrtině případů. ČRo1 byl závislý především na svých vlastních zdrojích a můžeme říci, že skoro ve třech čtvrtinách případů měl používané informační toky pod svojí kontrolou.

ČRo6 v nadpoloviční většině případů zdroje neuvádí (59,8 %). Téměř v jedné čtvrtině se odkazuje na domácí zpravodajskou agenturu. Další kategorie jsou zastoupeny o poznání výrazněji než u ČRo1. V případech, kdy ČRo6 uvádí zdroj informací, jsou jednotlivé kategorie více zastoupeny, než je tomu u ČRo1. Stanice se více odkazuje na zahraniční agentury (7,6 %) a domácí média (4 %). Kategorie přímý vstup je zde zastoupena jen velmi málo. To může být také důsledkem již zmíněné odlišné podoby zpravodajské relace (mluvčím je vždy moderátor). Celkově se v uvádění zdrojů stanice ČRo1 a ČRo6 velice výrazně odlišují.

Otázka 4: Jak často se vyskytovaly hodnotící soudy ve zprávách ČRo1 a ČRo6?

ČRo6 byl v souhrnném souboru všech sekvencí více hodnotící. Hodnocení se vyskytovalo téměř v polovině případů (46 %). Sekvence stanice ČRo1 byly hodnotící výrazně méně - v jedné čtvrtině sekvencí.

Obsahová analýza vysílání ČRo1 a ČRo6 poskytla velké množství dat a výsledků, z nichž v tomto závěru byly prezentovány jen některé, vztahující se k vybraným otázkám. Výsledky jsou zde zobecněny, aby byly použitelné ve verbalizované podobě. Pro podrobnější zkoumání se doporučuje vycházet z jednotlivých tabulek a grafů prezentovaných v předchozí části studie.

Příloha 1

Kódovací kniha

Název výzkumu:

Český rozhlas o České televizi

Metoda:

Kvantitativní obsahová analýza rozhlasového zpravodajství z období krize v ČT, z období mezi 20. prosincem 2000 a 8. lednem 2001.

Identifikační proměnné

oddíl	příslušnost jednotky	kód	definice jednotky	poznámka
-------	----------------------	-----	-------------------	----------

Identifikace kódovače

1.	Jméno kódovače	1	Tomáš Trampota
	Jméno kódovače	2	Jakub Končelík
	Jméno kódovače	3	Irena Prázová
	Jméno kódovače	4	Viktor Meca
	Jméno kódovače	5	jiné a neurčeno

Identifikace kódované jednotky

2.	Název stanice	1	ČRo1
	Název stanice	2	ČRo6
3.	Název relace	1	Zprávy ČRo1
	Název relace	2	Ozvěny dne
	Název relace	3	Zprávy ČRo6

oddíl	příslušnost jednotky	kód	definice jednotky	poznámka
-------	----------------------	-----	-------------------	----------

4.	Datum	20	20. prosince 2000
	Datum	21	21. prosince 2000
	Datum	22	22. prosince 2000
	Datum	23	23. prosince 2000
	Datum	24	24. prosince 2000
	Datum	25	25. prosince 2000
	Datum	26	26. prosince 2000
	Datum	27	27. prosince 2000
	Datum	28	28. prosince 2000
	Datum	29	29. prosince 2000
	Datum	30	30. prosince 2000
	Datum	31	31. prosince 2000
	Datum	1	1. ledna 2001
	Datum	2	2. ledna 2001
	Datum	3	3. ledna 2001
	Datum	4	4. ledna 2001
Datum	5	5. ledna 2001	
Datum	6	6. ledna 2001	
Datum	7	7. ledna 2001	
Datum	8	8. ledna 2001	

5.	Čas vysílání relace	6:15	6:15	VZOR KONSTRUOVÁNÍ PROMĚNNÉ
----	---------------------	------	------	-------------------------------

6.	Pořadí příspěvku ČT			
	v rámci relace	1	první příspěvek relace	
	Pořadí příspěvku o ČT			
	v rámci relace	2	druhý příspěvek relace	
6.	Pořadí příspěvku o ČT			
	v rámci relace	3	třetí příspěvek relace	
	Pořadí příspěvku o ČT			
	v rámci relace	... a	a dále podle klíče a = pořadí sekvence příspěvku	VZOR KONSTRUOVÁNÍ PROMĚNNÉ

7.	Pořadí sekvence o ČT			
	v rámci příspěvku	1	první sekvence příspěvku	

oddíl	příslušnost jednotky	kód	definice jednotky	poznámka
-------	----------------------	-----	-------------------	----------

Pořadí sekvence o ČT v rámci příspěvku	2	druhá sekvence příspěvku		
Pořadí sekvence o ČT v rámci příspěvku	3	třetí sekvence příspěvku		
Pořadí sekvence o ČT v rámci příspěvku ... a	a	a dále podle klíče a = pořadí sekvence příspěvku	VZOR KONSTRUOVÁNÍ PROMĚNNÉ	

Systemizující proměnné

Časové proměnné

8.	Stopáž relace	600	relace trvající 10 minut (600 vteřin)	VZOR KONSTRUOVÁNÍ PROMĚNNÉ
9.	Stopáž sekvence	63	sekvence trvající 63 vteřin	VZOR KONSTRUOVÁNÍ PROMĚNNÉ

Existenční proměnné

10.	Přítomnost headlinu	1	Příspěvek, do něhož patří sledovaná sekvence, byl uvozen headlinem.	
	Přítomnost headlinu	2	Příspěvek, do něhož patří sledovaná sekvence, nebyl uvozen headlinem.	
	Přítomnost headlinu	3	Nelze určit, zda příspěvek, do něhož patří sledovaná sekvence, byl nebo nebyl uvozen headlinem.	
11.	Mluvčí sekvence	1	moderátor ČRo	
	Mluvčí sekvence	2	reportér ČRo	
	Mluvčí sekvence	3	protestující zaměstnanec ČT, nevystupující oficiálně za odbory	
	Mluvčí sekvence	4	představitel jakéhokoli odborového svazu; tripartita	
	Mluvčí sekvence	5	Jiří Hodač	

oddíl	příslušnost jednotky	kód	definice jednotky	poznámka
-------	----------------------	-----	-------------------	----------

Mluvčí sekvence	6	Jana Bobošíková		
Mluvčí sekvence	7	jiný (jiní) zaměstnanec(ci) ČT podporující nové vedení		
Mluvčí sekvence	8	člen Rady ČT nebo Rada ČT jako celek		
Mluvčí sekvence	9	člen Rady RTV nebo Rada RTV jako celek		
Mluvčí sekvence	10	nepolitická osobnost kulturního a duchovního života - sympatizant protestujících zaměstnanců ČT		
Mluvčí sekvence	11	nepolitická osobnost kulturního a duchovního života - odpůrce protestujících zaměstnanců ČT		
Mluvčí sekvence	12	představitel Syndikátu novinářů nebo syndikát jako celek		
Mluvčí sekvence	13	mediální odborník		
Mluvčí sekvence	14	jiný odborník (právník, politolog, soudce, soud atd.)		
Mluvčí sekvence	15	Václav Havel (jeho mluvčí)		
Mluvčí sekvence	16	člen vlády nebo vláda jako celek (mluvčí, náměstkové, dipl. sbor)		
Mluvčí sekvence	17	politik ODS, předseda PSP - Václav Klaus		
Mluvčí sekvence	18	politik ODS - Ivan Langer		
Mluvčí sekvence	19	politik ODS - Kateřina Dostálová		
Mluvčí sekvence	20	jiný politik ODS nebo ODS jako celek		
Mluvčí sekvence	21	politik ČSSD - Miloš Zeman		
Mluvčí sekvence	22	politik ČSSD - Petra Buzková		
Mluvčí sekvence	23	politik ČSSD - Pavel Dostál		
Mluvčí sekvence	24	jiný politik ČSSD nebo ČSSD jako celek		
Mluvčí sekvence	25	politik US - Karel Kühnl		
Mluvčí sekvence	26	politik US - Jan Ruml		
Mluvčí sekvence	27	politik US - Vladimír Mlynář		
Mluvčí sekvence	28	jiný politik US nebo US jako celek		
Mluvčí sekvence	29	politik KDU - Jan Kasal		
Mluvčí sekvence	30	politik KDU - Petr Pithart		
Mluvčí sekvence	31	politik KDU - Cyril Svoboda		
Mluvčí sekvence	32	jiný politik KDU nebo KDU jako celek		

oddíl	příslušnost jednotky	kód	definice jednotky	poznámka
	Mluvčí sekvence	33	politik Čtyřkoalice nebo 4K jako celek (i jen US a KDU ve shodě)	
	Mluvčí sekvence	34	politik KSČM nebo KSČM jako celek	
	Mluvčí sekvence	35	politik ODA či DEU nebo ODA či DEU jako celek	
	Mluvčí sekvence	36	představitel jiné politické strany	
	Mluvčí sekvence	37	Parlament ČR jako celek; skupina politiků; parl. komise	
	Mluvčí sekvence	38	řadový občan ČR; veřejnost	
	Mluvčí sekvence	39	hlas ze zahraničí (zahr. politik, novinář, odborník, odborář atd.)	
	Mluvčí sekvence	40	jiné (např. lékař, policie, bývalý zaměstnanec ČT atp.)	
	Mluvčí sekvence	41	neurčeno	
	Mluvčí sekvence	42	Dušan Chmelíček	
	Mluvčí sekvence	43	zástupce konkurenční TV nebo tato jako celek	
	Mluvčí sekvence	44	neutrální zaměstnanec ČT	
12.	Aktér sekvence	1	protestující zaměstnanec ČT, nevystupující ofic. za odbory	
	Aktér sekvence	2	představitel jakéhokoli odborového svazu; tripartita	
	Aktér sekvence	3	Jiří Hodač	
	Aktér sekvence	4	Jana Bobošíková	
	Aktér sekvence	5	jiný (jiní) zaměstnanec(ci) ČT podporující nové vedení	
	Aktér sekvence	6	člen Rady ČT nebo Rada ČT jako celek	
	Aktér sekvence	7	člen Rady RTV nebo Rada RTV jako celek	
	Aktér sekvence	8	nepolitická osobnost kulturního a duchovního života - sympatizant protestujících zaměstnanců ČT	
	Aktér sekvence	9	nepolitická osobnost kulturního a duchovního života - odpůrce protestujících zaměstnanců ČT	

oddíl	příslušnost jednotky	kód	definice jednotky	poznámka
	Aktér sekvence	10	představitel syndikátu novinářů nebo syndikát jako celek	
	Aktér sekvence	11	mediální odborník	
	Aktér sekvence	12	jiný odborník (právník, politolog, soudce, soud atd.)	
	Aktér sekvence	13	Václav Havel (jeho mluvčí)	
	Aktér sekvence	14	člen vlády nebo vláda jako celek (mluvčí, náměstkové, dipl. sbor)	
	Aktér sekvence	15	politik ODS, předseda PSP - Václav Klaus	
	Aktér sekvence	16	politik ODS - Ivan Langer	
	Aktér sekvence	17	politik ODS - Kateřina Dostálová	
	Aktér sekvence	18	jiný politik ODS nebo ODS jako celek	
	Aktér sekvence	19	politik ČSSD - Miloš Zeman	
	Aktér sekvence	20	politik ČSSD - Petra Buzková	
	Aktér sekvence	21	politik ČSSD - Pavel Dostál	
	Aktér sekvence	22	jiný politik ČSSD nebo ČSSD jako celek	
	Aktér sekvence	23	politik US - Karel Kühnl	
	Aktér sekvence	24	politik US - Jan Ruml	
	Aktér sekvence	25	politik US - Vladimír Mlynář	
	Aktér sekvence	26	jiný politik US nebo US jako celek	
	Aktér sekvence	27	politik KDU - Jan Kasal	
	Aktér sekvence	28	politik KDU - Petr Pithart	
	Aktér sekvence	29	politik KDU - Cyril Svoboda	
	Aktér sekvence	30	jiný politik KDU nebo KDU jako celek	
	Aktér sekvence	31	politik Čtyřkoalice nebo 4K jako celek (i jen US a KDU ve shodě)	
	Aktér sekvence	32	politik KSČM nebo KSČM jako celek	
	Aktér sekvence	33	politik ODA či DEU nebo ODA či DEU jako celek	
	Aktér sekvence	34	představitel jiné politické strany	
	Aktér sekvence	35	Parlament ČR jako celek; skupina politiků; parl. komise	
	Aktér sekvence	36	řadový občan ČR; veřejnost	
	Aktér sekvence	37	hlas ze zahraničí (zahr. politik, novinář, odborník, odborář atd.)	

oddíl	příslušnost jednotky	kód	definice jednotky	poznámka
	Aktér sekvence	38	jiné (např. lékař, policie, bývalý zaměstnanec ČT atp.)	
	Aktér sekvence	39	neurčeno	
	Aktér sekvence	40	Dušan Chmelíček	
	Aktér sekvence	41	zástupce konkurenční TV nebo tato jako celek	
	Aktér sekvence	42	neutrální zaměstnanec ČT	
13.	Zdroj	1	domácí agentura	
	Zdroj	2	zahraniční agentura	
	Zdroj	3	domácí médium	
	Zdroj	4	zahraniční médium	
	Zdroj	5	informace ČRo (přímý vstup, ČRo řekl atp.)	
	Zdroj	6	neuvezen	
	Zdroj	7	jiný zdroj	
14.	Přítomnost hodnocení	1	ano	
	Přítomnost hodnocení	2	ne (vzbouřený, rebelující = zde autom. výrok bez hodn. přízn.!)	
	Přítomnost hodnocení	3	neurčeno	
15.	Původce (zdroj) hodnocení	1	mluvčí sekvence	
	Původce (zdroj) hodnocení	2	citovaný aktér sekvence	
	Původce (zdroj) hodnocení	3	jiný citovaný zdroj	
	Původce (zdroj) hodnocení	4	nelze aplikovat; (oddíl 14 = 2, 3)	
	Původce (zdroj) hodnocení	5	neurčeno	
16.	Téma	1	nový ředitel ČT - Jiří Hodač	
	Téma	2	nové vedení ČT - Jana Bobošíková	

oddíl	příslušnost jednotky	kód	definice jednotky	poznámka
	Téma	3	nové vedení ČT - mimo Hodače a Bobošíkovou	
	Téma	4	nové vedení ČT - celek	
	Téma	5	Rada ČT	
	Téma	6	Rada RTV	
	Téma	7	činnost protestujících zaměstnanců ČT; stávka	
	Téma	8	život ve velíně	
	Téma	9	vliv politických stran na ČT	
	Téma	10	souvislost krize s opoziční smlouvou	
	Téma	11	politické řešení krize (např. v Parlamentu ČR)	
	Téma	12	Zákon o ČT, mediální legislativa	
	Téma	13	přerušování vysílání, vysílání černé obrazovky	
	Téma	14	souběh zpravodajství	
	Téma	15	veřejnoprávnost ČT	
	Téma	16	financování ČT	
	Téma	17	privatizace ČT	
	Téma	18	minulost ČT (např. bývalé vedení ČT, Chmelíček)	
	Téma	19	zpravodajství - stávkující	
	Téma	20	zpravodajství - Bobošíková	
	Téma	21	zpravodajství obecně	
	Téma	22	legalita versus legitimita	
	Téma	23	ohlas veřejnosti na krizi v ČT (co si myslí)	
	Téma	24	angažovanost veřejnosti v krizi v ČT (co dělá)	
	Téma	25	(plánovaný) represivní zásah proti protestujícím zaměstnancům	
	Téma	26	postoj zahraničního hlasu ke krizi v ČT	
	Téma	27	svoboda projevu (jako obecná hodnota i konkr. apl. - cenzura)	
	Téma	28	demokracie (jako obecná hodnota i konkrétní aplikace)	
	Téma	29	jiné (např. činnost odborů a soudů)	
	Téma	30	neurčeno	

oddíl	příslušnost jednotky	kód	definice jednotky	poznámka
	Téma	31	situace (krize) v ČT - neupřesněno	
17.	Událost	1	volba Hodače	
	Událost	2	nemoc Hodače	
	Událost	3	rezignace Hodače	
	Událost	4	jmenování nového vedení ČT	
	Událost	5	událost stávky	
	Událost	6	tiskové prohlášení (konference) protestujících	
	Událost	7	tiskové prohlášení (konference) nového vedení ČT	
	Událost	8	demonstrace na Václavském náměstí	
	Událost	9	demonstrace na Kavčích horách	
	Událost	10	demonstrace v regionech	
	Událost	11	antidemonstrace	
	Událost	12	aktivity kolem petice ČT - VV	
	Událost	13	aktivity kolem petice Ta Fantastika	
	Událost	14	ostatní petice	
	Událost	15	schůze (činnost) Rady ČT	
	Událost	16	schůze (činnost) Rady RTV	
	Událost	17	jednání (činnost) PSP (komisí, žánrových klubů) o ČT	
	Událost	18	jednání (činnost) senátu nebo parlamentu jako celku o ČT	
	Událost	19	jednání (činnost) vlády (jednotl. ministrů, náměstků atp.)	
	Událost	20	jednání (činnost) politické strany (stran, jednotl. politiků)	
	Událost	21	reakce politiků na stávku - sympatie	
	Událost	22	reakce politiků na stávku - antipatie	
	Událost	23	výpovědi a pokuty zaměstnancům ČT	
	Událost	24	trestní oznámení a další podněty k soudu	
	Událost	25	organizování vysílání z Kavčích hor (žurnalistika)	

oddíl	příslušnost jednotky	kód	definice jednotky	poznámka
	Událost	26	organizování vysílání nového vedení (žurnalistika)	
	Událost	27	prezentace výzkumu veřejného mínění	
	Událost	28	individuální výrok	
	Událost	29	jiná událost	
	Událost	30	pseudoudálost (událost vyvolaná konáním ČRo)	
	Událost	31	jednání (činnost) protestujících zaměstnanců (stávk. výboru)	
	Událost	32	jednání (činnost) nového vedení ČT	
	Událost	33	jednání (činnost) odborářů (odborů)	
	Událost	34	odvolání Chmelíčka	

Winfried Schulz

Helmut Scherer

Lutz Hagen

Irena Reifová

Jakub Končelík

Analýza obsahu

mediálních sdělení

Uspořádala PhDr. Irena Reifová, Ph.D.,
z německých originálů přeložila doc. PhDr. Barbara Köpplová, CSc.

Vydala Univerzita Karlova v Praze

Nakladatelství Karolinum

Ovocný trh 3, 116 36 Praha 1

Praha 2004

Prorektor-editor prof. MUDr. Pavel Klener, DrSc.

Redakce Lucie Kulhánková

Technická redakce Kristýna Tenkrátová

Obálka a grafická úprava Zdeněk Ziegler

Sazba a zlom DTP Nakladatelství Karolinum

Tisk Nová tiskárna Pelhřimov, s.r.o.

Druhé, přepracované vydání

ISBN 80-246-0827-8

