**Univerzita Karlova v Praze**

Fakulta sociálních věd

Katedra mediálních studií a žurnalistiky

**Rešerše kvantitativní obsahové analýzy**

Výzkum médií I – JJM328

**Vyučující:**

PhDr. Jan Křeček, Ph.D.

Stanislav Hampl

Mediální studia, 1. ročník, magisterské (kombinované) studium**OBSAH**

ÚVODNÍ SLOVO 3

AUTORSKÝ VÝTAH Z KVANTITATIVNÍ OBSAHOVÉ ANALÝZY 3

Použitá literatura 7

**ÚVODNÍ SLOVO**

Pro svůj první dílčí úkol jsem si vybral práci kolegyně Mgr. Lucie Bednářové, která ve své disertační práci jménem *Analýza mediálního obrazu Miloše Zemana ve zpravodajství ČTK za první rok v prezidentské funkci* pracovala s kvantitativní obsahovou analýzou. Metodu kombinovala společně s kvalitativní obsahovou analýzou, která zabrala větší část její práce a díky vhodnému skloubení obou dvou metod tak došlo spíše k doplnění a rozšíření kvantitativní metody. Jedná se o disertační práci, která byla na naší fakultě obhájena v roce 2016. Tuto práci jsem si vybral z důvodu toho, že mne zajímá aktivita našeho současného pana prezidenta a chtěl bych v podobném tématu pokračovat i v rámci vypracovaní mojí vlastní analýzy.

**AUTORSKÝ VÝTAH Z KVANTITATIVNÍ OBSAHOVÉ ANALÝZY**

Jak jsem již předestřel, tak hlavním cílem disertační práce Bednářové je „zhodnotit vývoj mediálního zájmu o osobu prezidenta Miloše Zemana v daném médiu, ve stanoveném časovém období, a to co o počtu příspěvků, tak se zaměřením na celkový obsah a vyznění (tonalitu) jednotlivých textů.” [[1]](#footnote-1)

Bednářová proto ve své disertační práci analyzuje mediální obraz Miloše Zemana. Jako médium, které používala pro analýzu, si vybrala Českou tiskovou kancelář (ČTK) a jako časový úsek, který podlehne analýze, zvolila první rok po nástupu prezidenta do funkce v jeho prvním funkčním období, konkrétně období od 8. 3. 2013 do 8. 3. 2014.

Kvantitativní obsahovou analýzou se kolegyně Bednářová zabývá ve dvou částech své disertační práci. V té první teoreticky rozebírá danou metodu za použití odborné literatury na stranách 24-26. Svou teorii pak opírá o knihy s názvem *Analýza obsahu mediálních sdělení* (SCHULZ, REIFOVÁ) a *Výzkum médií: Nejužívanější metody* (SEDLÁKOVÁ).

Dále autorka práce tvrdí, že „samotnou realizaci výzkumu metodou obsahové analýzy můžeme podle Sedlákové rozdělit do čtyř základních fází. Nejprve je potřeba v přípravné fázi zodpovědět čtyři základní otázky: jaké obsahy budeme zkoumat, v jakých médiích, za jaké období a na jakých výzkumných jednotkách.”[[2]](#footnote-2)

Před samotným výzkumem si Bednářová stanovila pět výzkumných otázek a pět hypotéz, které bude vyhodnocovat v závěru práce, kde se buď potvrdí či vyvrátí jednotlivé hypotézy a pokud to je možné, odpoví se na zmíněné otázky. Ovšem ne všechny výzkumné otázky a hypotézy jsou zodpovězeny, popř. potvrzeny či vyvráceny, za použití kvantitativní obsahové analýzy, proto se o nich dále v textu nezmiňuji.

Jako příklad zmíním výzkumnou otázku, na kterou lze odpovědět za použití kvantitativní obsahové analýzy V2: Jaká hlavní témata se ve sledovaném období nejčastěji ve spojitosti s prezidentem objevovala? Jako příklad hypotézy, kterou lze potvrdit či vyvrátit kvantitativní obsahovou analýzou uvádím pak H3: Názory a postoje Miloše Zemana jsou často srovnávány s názory a postoji Václava Klause jakožto Zemanova předchůdce v prezidentské funkci.

Kolegyně Bednářová pro svou disertační práci analyzovala texty z České tiskové kanceláře, která umožňuje zjistit celkový počet zpravodajských sdělení se slovním spojením „Miloš Zeman” v různých gramatických obměnách. Při zadání kritérií se objevilo 5189 zpravodajských sdělení. V tomto počtu ale byly zahrnuty i různé zpravodajské souhrny, fleše a avíza, které spíše upoutávaly na ucelené konkrétní zprávy, které měly teprve vyjít. Po vyřazení těchto záznamů, byl počet zpráv snížen na konečných 1589.

Poté si autorka zvolila dvanáct základních tematických kategorií zpráv o Miloši Zemanovi a každé kategorii přiřadila číslo od 1 do 12, které poté můžeme vidět v kódovací knize (jako příklad můžeme uvést 1. pravomoci prezidenta, 2. reprezentace a piety, 3. vztahy s politiky a stranami atd.).

Následuje řešení, ve kterém rozebírala jednotlivé konkrétní měsíce a ke každému vytvořila dva grafy. V prvním grafu bylo možné vidět, jakou měrou jsou zastoupené články z jednotlivých vytyčených kategorií z celkového obsahu zpráv o Miloši Zemanovi a v druhém grafu pak hodnotila tonalitu vybraných článků o Zemanovi (na škále: pozitivní, negativní, neutrální, ambivalentní).

V závěrečné kapitole absolventka vyhodnocuje veškeré výsledky a sběr dat, který provedla v rámci svého výzkumu. Nachází zde odpovědi na předem vyřčené otázky. Hned u první otázky, kde se ptala „Jak se vyvíjel mediální zájem o Miloše Zemana v průběhu sledovaného období v agenturním textovém servisu?“, zjistila, že zájem o prezidenta je kolísavý a mění se v čase, ale lze sledovat spíše klesající tendenci. Na další otázku „Jaká hlavní témata se ve sledovaném období nejčastěji ve spojitosti s prezidentem objevovala?“ nachází Bednářová odpověď, že jde hlavně o *prezidentské pravomoce,* tedy oblast, které přiřadila první kategorii. Této oblasti je ve sledovaném období věnováno 30 % veškerých článků, druhou nejčastější kategorií poté byla kategorie *ohlasy a hodnocení* a za zmínku ještě stojí kategorie vztahy s politiky a stranami, která byla také pravidelně zastoupena ve všech sledovaných měsících.

Velice zajímavá je odpověď na otázku, zdali existuje ve sledovaném období korelace mezi četností zpráv a jejich hlavním tématem. Kolegyně zjistila, že ze dvanácti sledovaných měsíců, šest dosáhlo vyššího počtu zpráv, než je 120. V těchto měsících se pak zmiňovalo jedno společné téma, a to „vládní krize”.

Co se týče hypotéz, tak hned první hypotéze, která zní „Mediální zájem v průběhu sledovaného období bude mít obecně̌ klesající trend“, se dá říci, že se potvrdila, Ačkoliv se nejedná o rovnoměrný setrvale klesající trend, protože například v měsíci srpnu vydala ČTK o Zemanovi zpráv nejvíce. Pokud ale na spojnici grafu nahlížíme z hlediska celého roku, tak lze vypozorovat setrvale klesající trend zájmu neboli nižší počet zpráv o Miloši Zemanovi.

Další hypotéza, kterou Bednářová ověřovala za použití kvantitativní obsahové analýzy je „Názory a postoje Miloše Zemana jsou často srovnávány s názory a postoji Václava Klause jakožto Zemanova předchůdce v prezidentské funkci“. U této hypotézy došlo k potvrzení pouze částečně, protože ČTK oba prezidenty sice srovnává, ale ne zas v takové míře. Platí, že je spíše srovnává ve věcech, ve kterých oba zastávají spíše protichůdné postoje. Jako příklad zde autorka disertační práce uvádí postoj k Evropské unii, kterého byl Klaus výrazným kritikem, zatímco Zeman, po svém zvolení, nad hradem nechal vyvěsit její vlajku.

Poslední hypotéza, kterou lze potvrdit či vyvrátit na základě kvantitativní obsahové analýzy je H4: Podstatnou část tematického spektra bude tvořit doznívající konkurenční boj obou kandidátů z druhého kola prezidentské volby Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga. I tuto hypotézu lze pokládat za pravdivou, protože jednou ze sledovaných kategorií práce ve výzkumu je *vztahy s politiky a stranami* a touto kategorií se po celou dobu prolíná spor mezi Milošem Zemanem a Karlem Schwarzenbergem, který je zapříčiněn jmenováním velvyslanců do funkcí. Nelze vyloučit, že by obdobné spory nebyly mezi oběma politiky, i kdyby proti sobě nekandidovali v prezidentské volbě. Na druhou stranu je z článků patrné, že pokud ČTK informuje o nějakém sporu těchto dvou politiků, tak tuto skutečnost ráda zmiňuje.

Závěrem tak můžeme říct, že mediální obraz prezidenta Miloše Zemana v České tiskové agentuře za první rok jeho působení v prezidentské funkci je poměrně vyvážený, protože v něm nijak výrazně nepřevažují pozitivní ani negativní zprávy. Co se týče četnosti zpráv, u té můžeme sledovat jistou klesající tendenci, která může souviset s mnoha faktory. Klesající tendence není nikterak nečekaná vhledem k tomu, že byl první prezident volený přímou volbou, a tak byl zprvu zájem o jeho osobu i veřejné vystupování znatelně vyšší.

V celé disertační práci je patrné velmi dobré zpracování a strukturování za použití předem stanovených metod. Práce je přehledná a její výsledky jsou velmi dobře interpretovatelné.

**Použitá literatura**

**Odborná literatura**

SCHERER, Helmut. *Úvod do metody obsahové analýzy*. In REIFOVÁ, Irena, et al. *Analýza obsahu mediálních sdělení.* Praha : Karolinum, 2004. s. 29 - 50. ISBN 80-246-0827-8. s. 35.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9

**Ostatní**

BEDNÁŘOVÁ, Lucie, *Analýza mediálního obrazu Miloše Zemana ve zpravodajství ČTK za první rok v prezidentské funkci*, Praha 2016. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Ludmila Trunečková

1. BEDNÁŘOVÁ, Lucie, *Analýza mediálního obrazu Miloše Zemana ve zpravodajství ČTK za první rok v prezidentské funkci*, Praha 2016. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Ludmila Trunečková, str. 2 [↑](#footnote-ref-1)
2. BEDNÁŘOVÁ, Lucie, *Analýza mediálního obrazu Miloše Zemana ve zpravodajství ČTK za první rok v prezidentské funkci*, Praha 2016. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Ludmila Trunečková, str. 25 [↑](#footnote-ref-2)