



XXII. MEZINÁRODNÍ KOLOKVIUM O REGIONÁLNÍCH  
VĚDÁCH. SBORNÍK PŘÍSPĚVKŮ

22<sup>ND</sup> INTERNATIONAL COLLOQUIUM ON REGIONAL  
SCIENCES. CONFERENCE PROCEEDINGS

Place: Velké Bílovice (Czech Republic)  
June 12-16, 2019

Publisher: Masarykova univerzita (Masaryk University Press), Brno

**Edited by:**

Viktorie KLÍMOVÁ

Vladimír ŽÍTEK

(Masarykova univerzita / Masaryk University, Czech Republic)

**Vzor citace / Citation example:**

AUTOR, A. Název článku. In Klímová, V., Žítek, V. (eds.) *XXII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Sborník příspěvků*. Brno: Masarykova univerzita, 2019. s. 1–5. ISBN 978-80-210-9268-6. DOI.

AUTHOR, A. Title of paper. In Klímová, V., Žítek, V. (eds.) *22<sup>nd</sup> International Colloquium on Regional Sciences. Conference Proceedings*. Brno: Masaryk University Press, 2019. pp. 1–5. ISBN 978-80-210-9268-6. DOI.

*Publikace neprošla jazykovou úpravou. / Publication is not a subject of language check.*

*Za správnost obsahu a originalitu výzkumu zodpovídají autoři. / Authors are fully responsible for the content and originality of the articles.*

© 2019 Masarykova univerzita  
ISBN 978-80-210-9268-6 (online : pdf)

DOI: 10.5817/CZ.MUNI.P210-9268-2019-81

# ZPRAVODAJSKÉ AGENDY TELEVIZNÍCH STANIC V OBLASTI EKONOMICKÝCH CHARAKTERISTIK REGIONŮ V ČESKÉ REPUBLICE

## News agendas of TV stations in the area of economic characteristics of regions in the Czech Republic

JAROSLAV URMINSKÝ

Katedra regionální a environmentální ekonomiky | Dep. of Regional and Environmental Economics  
Ekonomická fakulta | Faculty of Economics  
Vysoká škola báňská-Technická univerzita Ostrava | VŠB-Technical University of Ostrava  
✉ Sokolská třída 33, 701 21 Ostrava, Česká republika  
E-mail: jaroslav.urminsky@vsb.cz

### **Anotace**

Základní ekonomickou kategorií poskytující informace o tržním prostředí v jednotlivých regionech je cena. Avšak informace o stavu a vývoji regionálních hospodářství jsou šířeny rovněž skrze masová média. Nejinak tomu je v případě zpravodajských relací televizních stanic, skrze informační toky působících na formování představ jedinců o regionech. Zpravodajské relace se mohou odlišovat intenzitou i tematickou strukturou sdělovaných informací hospodářského charakteru z jednotlivých regionů. Vzhledem k odlišnostem v institucionálním zakotvení, vlastnické a organizační struktuře, způsobu financování, atd. vystupují do popředí především možné rozdíly mezi veřejnoprávními a soukromými mediálními organizacemi. Cílem příspěvku je identifikovat potenciální diskrepance regionálně orientovaných zpravodajských agend veřejnoprávní České televize a komerčních organizací TV Nova a FTV Prima v ekonomické oblasti ve sledovaném období mezi lety 2005-2011. Nutno zdůraznit, že se jedná o tematickou skladbu zpravodajských příspěvků s konkrétním regionálním umístěním. Vzhledem k charakteru dat vycházíme z kontingenční tabulky, umožňující měřit a testovat míry asociace mezi proměnnými. Aplikujeme neparametrický Pearsonův chí-kvadrát test nezávislosti. Pro hodnocení intenzity závislosti používáme Cramerův koeficient kontingence. Především pro vizualizaci vzájemného vztahu mezi proměnnými používáme korespondenční analýzu. Na základě uvedeného metodického postupu byly identifikovány rozdílnosti v tematickém zaměření zpravodajských relací televizních stanic v oblasti regionálně orientovaných ekonomických charakteristik. Jinými slovy lze konstatovat, že záleží na tom, které zpravodajské relace obyvatelstvo, investoři a další aktéři sledují.

### **Klíčová slova**

regiony, masová média, hospodářské charakteristiky

### **Annotation**

The basic economic category providing information about market environment in particular regions is price. However, information reflecting state and development of regional economies are also disseminated through mass media. It's relevant in case of news broadcasting of television stations via information flows affecting formation of the regional images of individuals. The news broadcasting may be different through intensity and thematic structure of economic information from individual regions. Given the obvious differences in institutional anchorage, ownership and organizational structure, method of funding, etc., possible differences between public and private media organizations became palpable. The objective of the paper is to identify potential discrepancies within regionally oriented news agendas of Czech Television and commercial organizations TV Nova and FTV Prima in the economic area between 2005-2011. It should be emphasized that it's a thematic composition of news reports with concrete regional focus. Given the nature of the data, methodical approach is based on the contingency table that allows measure and test association between variables. We apply the nonparametric Pearson chi-squared test of independence. We use Cramer's contingency coefficient to evaluate dependence intensity. For visualization of the relationship between variables we use correspondence analysis. Based on this methodical procedure, there were identified differences among thematic focus of TV broadcasting news programs in the area of regionally bound economic characteristics. In other words, it depends on which TV news programs population, investors as well as other actors are watching.

**Key words**

regions, mass media, economic characteristics

**JEL classification:** R10, R12, B52**1. Úvod**

Po roce 1989 dochází v zemích střední a východní Evropy k zásadním proměnám celospolečenského systému. Extrémně komplexní povaha změn vycházejících z přerušení vývojové kontinuity sociálně-ekonomického prostředí byla průvodním jevem celé transformace rovněž v České republice. Právě tato nekontinuita se stala klíčovým aspektem vyžadujícím redefinování vícedimenzionálních společenských systémů v jednotlivých státech včetně obecné regulační struktury (viz Lux, Horváth, et al., 2018).

Přechod na tržní hospodářství, demokratický systém vládnutí, institucionální změny projevující se jak v legislativních změnách, tak v tlaku na proměnu kulturních návyků podtrhuje vícedimenzionální proměnu charakteru společenského systému s dopady na prostorové struktury. Příslušnými vládními reprezentanty tlačené systémové změny tzv. „shora dolů“ byly doprovázeny spontánnějšími procesy v podobě dopadu modernizačních trendů závislých na postupující globalizaci. V tomto kontextu je třeba zdůraznit, že nově transformované společnosti měly mnohem méně času k adaptaci na obecnější modernizační proměny prostředí v kombinaci se systémovými změnami vyvolaném narušení původního strukturálního uspořádání (Sucháček, 2011). Nutno zde připomenout, že soulad mezi „revoluční“ změnou legislativního rámce a jeho „evolučně“ vyvíjející se společenskou akceptací provází diskontinuita. Jinak řečeno extrémně rychlé změny formálních institucí se dostávaly do kontrastu se zděděnými institucemi neformálního charakteru. Přičemž soulad těchto dvou složek lze považovat za zásadní pro stabilitu prostředí. Normativně ukotvené představy o fungování společnosti se tedy mohou dostat do kontrastu s reálným stavem (viz North, 1990).

Požadavky na transformaci vyvstaly rovněž v souvislosti s celým mediálním systémem v České republice, který je jedním z nejpodstatnějších informačních zdrojů v demokratických společnostech. Zásadní zvrát na úrovni jednotlivců lze spatřit především v odlišném pojetí a roli jednotlivců ve společnosti, v garanci svobody vyznání, projevu, či práva na informace, v širších možnostech seberealizace, ale také v kontextu rostoucích požadavků na individuální schopnosti, dovednosti a znalosti doprovázené přeměnou jednotlivců na občany či konzumenty. Na makroúrovni se jednalo o normativní redefinici role a nastavení mediálního systému v nově ustanovené demokratické společnosti s hospodářstvím založeném na mechanismech volného trhu (viz Jakubowicz, 2001 a 2005).

Průvodním jevem bylo oslabení role státních médií, respektive jejich proměna na média veřejnoprávní poskytující veřejnou službu na straně jedné a na straně druhé otevření mediálního prostoru pro ryze komerční subjekty hospodářství. Tedy koexistence veřejnoprávních a soukromých médií. V oblasti televizního vysílání byl implementován tzv. duální systém, inspirovaný především státy západní Evropy. Hlavní rozdíly mezi veřejným a soukromým sektorem v duálním systému vysílání (Tab. 1) uvádí Šmíd (2004, str. 7):

**Tab. 1: Institucionální odlišnosti mediálních organizací v oblasti televizního vysílání**

	veřejný sektor	soukromý sektor
vysílatel je zřízen	rozhodnutím exekutivy nebo legislativy, tj. právní normou přijatou politickou reprezentací státu	podnikatelským subjektem jako obchodní společnost
oprávnění k vysílání	vyplývá ze zákona, nebo ze smlouvy se státem	vzniká udělením licence
financování	veřejné zdroje (poplatky stanovené státem nebo státní rozpočet) + reklama + sponzoring + jiné obchodní aktivity, neohrožující veřejnou službu	výnosy z reklamy, sponzoringu a návazné obchodní činnosti
programové povinnosti	plnění veřejné služby uložené zákonem (univerzální dostupnost, rozmanitý obsah, původní tvorba, pořady pro menšiny apod.)	održování licencovaného programového formátu a příslušných zákonů

Zdroj: Šmíd, 2004

Na první pohled jsou zřetelné diskrepance mezi mediálními organizacemi. Lze pozorovat odlišnosti v institucionálním zakotvení, vlastnické a organizační struktuře, způsobu financování, atd. To vše lze zasadit do širší společenské diskuse o ne/aktivní roli státu ve vztahu k volnému působení tržních sil. Z tohoto pohledu byla v České republice zvolena určitá střední cesta mezi absolutní deregulací televizního vysílání reflektující liberální pojetí a absolutní kontrolou státního aparátu nad televizním vysíláním inklinující k autoritářskému způsobu uchopení a zachování moci. Přesto, více než 25 letá vzájemná koevoluce koncepčně odlišných organizací v mediálním prostředí České republiky evokuje vzájemnou provázanost.

Fog (2013, str. 7) charakterizuje stěžejní tendence, které lze pozorovat ve vývoji masových médií v posledních několika dekádách v demokratických společnostech. Uvádí přitom, že někteří autoři považují za hlavní důvod těchto tendencí liberalizaci mediálního trhu. Stěžejní tendence představují: konvergence, koncentrace, globalizace, komercializace, komerční vlivy a trivializace. V zásadě se jedná o nivelizační tendence reflektující postupující koncentraci vlastnictví, často nadnárodních organizací či ekonomicky silných hráčů, projevující se v charakteru produkovaných mediálních obsahů, orientovaných zejména na lidské emoce, zdůrazňující negativitu, násilí či sexuální tematiku.

Dané tendence lze vztáhnout taktéž ke zpravodajským relacím televizních stanic, kterým se blíže věnujeme v empirické části příspěvku. I přes uvedené nivelizační tendence, lze předpokládat diskrepance v tematické skladbě zpravodajských relací soukromých mediálních organizací a organizací veřejnoprávních. Za jeden z pádných argumentů pokládáme výše nastíněné institucionálně-organizační odlišnosti. Je zřejmé, že dostupnost a kvalita informací sehrává v rozhodovacím procesu ekonomických aktérů zásadní roli. Mimo cenový systém, šíří proudy hospodářských informací skrze své produkty rovněž masová média. Ve zpravodajských relacích v zásadě každá informace obsahuje konkrétní prostorové určení. Jasně prostorové určení dodává informaci důvěru (McQuail, 2009). Výsledně jsou publiku předkládány, mimo jiné, informace o hospodářském dění v konkrétní územní jednotce, např. makroregionu, státě, regionu či konkrétní obci.

To nás vede k formulaci výzkumné otázky, kterou se pokusíme s jistými limity objasnit. Odlišuje se tematická skladba regionálně vztazených hospodářských informací publikovaných v rámci zpravodajských relací vybraných komerčních organizací a organizace veřejnoprávní?

## 2. Cíl a metody

Předkládaný příspěvek je opřen o datovou základnu obsahující zakódované regionálně (úroveň NUTS III) orientované zpravodajské příspěvky uveřejněné v rámci zpravodajských relací největších televizních stanic v České republice. Jedná se o zpravodajské relace *Události a Události, komentáře* vysílané Českou televizí. Česká televize reprezentuje v mediálním prostředí zástupce veřejnoprávního sektoru, poskytujícího veřejnou službu. Zástupce soukromého sektoru reprezentuje v našem výzkumu společnost FTV Prima se svou zpravodajskou relací *Zprávy* a TV Nova se zpravodajskou relací *Televizní noviny*. Zdrojová data byla poskytnuta mezinárodní společností Media Tenor, s.r.o., dlouhodobě působící v oblasti systematické analýzy mediálních sdělení nejen na území České republiky. Samotné příspěvky byly publikovány ve večerních zpravodajských relacích v tzv. hlavním vysílacím čase, ve kterém média dosahují z dlouhodobé perspektivy nejvyšší sledovanosti.

Struktura zdrojových dat obsahuje jak časové, tak průřezové údaje. Z hlediska časové periody pokrývají vstupní data úsek mezi lety 2005-2011. Datová matice zahrnuje celkově 52 255 zpravodajských příspěvků s konkrétním teritoriálním určením. Mimo časové, prostorové a organizační určení reflektují zdrojová data rovněž tematické zaměření jednotlivých zpravodajských příspěvků, souhrnně vyjadřující virtuální charakteristiky regionů v oblasti ekonomické, sociální a environmentální. Tematické zaměření lze vnímat s jistým zjednodušením jako kvalitativní hledisko zkoumané problematiky. V tomto příspěvku klademe pozornost na ekonomické charakteristiky. Informace o ekonomických charakteristikách regionů tvoří 12,8% (6 692) z celkové četnosti zpravodajských příspěvků a jsou agregovány do čtyř tematických kategorií (viz Tab. 2).

**Tab. 2: Tematické kategorie ekonomicky orientovaných zpravodajských příspěvků z regionů České republiky**

Tematická kategorie	Agregovaná četnost	Agregovaný podíl (%)
Hospodářský život	1 575	23,5
Hospodářská politika	775	11,6
Hospodářská kriminalita	2 518	37,6
Věda, výzkum a vzdělávání (VVV)	1 824	27,3
Celkem	6 692	100

Zdroj: Media Tenor, vlastní zpracování

Klasifikace jednotlivých zpravodajských příspěvků v kontextu tematického zaměření podléhala předem definované kódovací knize. Data se pro kódovací knihu získávají jednotným způsobem. Kódovací knihu lze vnímat jako algoritmus umožňující analyzovat četnosti výskytu určitých jednotek v textu. Samotnou klasifikaci prováděli školení zaměstnanci společnosti Media Tenor, s.r.o. Nutno zde upozornit, že interní materiály společnosti Media Tenor upozorňují na vysokou validitu a reliabilitu těchto dat, vyúsťující z vnitřního nastavení kontrolních mechanismů. Daný metodický postup umožňuje blíže analyzovat obsahy textů z pozitivistické perspektivy. Obsahovou analýzu lze vnímat jako metodu používanou pro objektivní, systematický a kvantitativní popis obsahu komunikace (Krippendorff, 2012 či McQuail, 2009). Na základě klasifikace příspěvků lze konstruovat podobu předkládané mediální agendy publiku, reflektující tematickou strukturu informací zveřejněných v rámci zpravodajských relací výše uvedených mediálních organizací.

Cílem příspěvku je identifikovat potenciální diskrepance regionálně orientovaných zpravodajských agend veřejnoprávní České televize a komerčních organizací TV Nova a FTV Prima v ekonomické oblasti ve sledovaném období mezi lety 2005-2011. Nutno zdůraznit, že se jedná o tematickou skladbu zpravodajských příspěvků vztahených k regionům České republiky.

Předkládaný příspěvek je tedy zaměřen na nehmotné, psychosociální vlivy působící na formování sociálně-ekonomických prostorových struktur a z nich vyplývajících možných teritoriálních rozdílů (viz Anholt, 2011). Tradičnější, ekonomicky orientované pojetí lze nalézt např. v Poledníková (2014) či Staníčková a Melecký (2014).

Vzhledem k charakteru datové matice mediálních příspěvků, obsahující zejména kategoriální data, bude empirická část založena především na analýze četností výskytu sledovaných jevů. Využívány budou především kontingenční tabulky. Kontingenční tabulky budou obecného typu  $r \times s$ , přičemž při analýze tohoto typu dvoudimenzionálních tabulek se častěji provádějí testy nežli odhady (Hendl, 2004). Na základě kontingenčních tabulek je možno měřit a testovat míry asociace mezi proměnnými. V našem případě bude kontingenční tabulka reflektovat vztah mezi zpravodajskými relacemi konkrétních televizních stanic a jejich tematickou strukturou ekonomických informací z regionů.

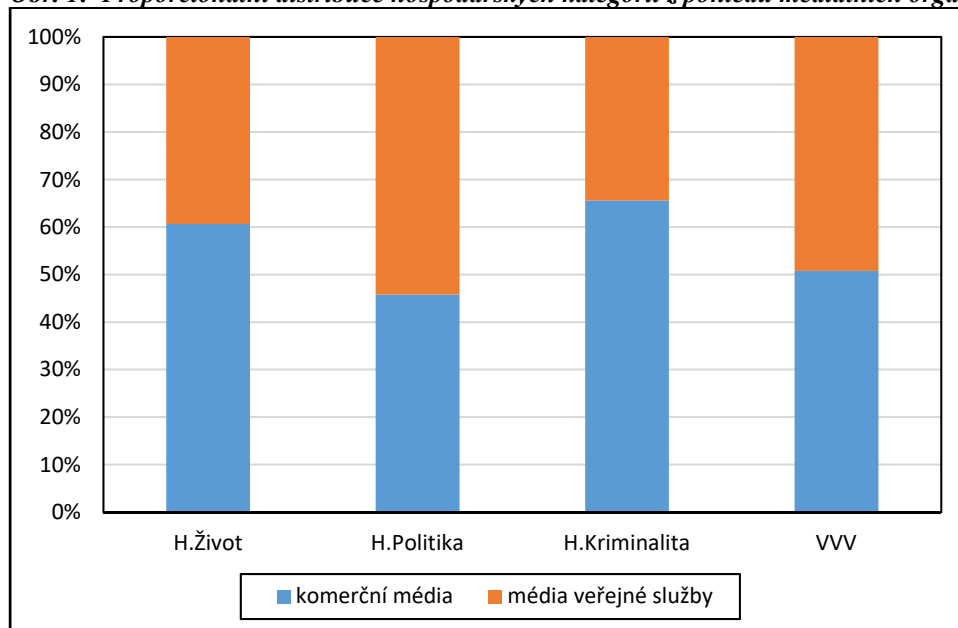
V případě kontingenčních tabulek vyjadřuje základní míru asociace mezi dvěma proměnnými tzv.  $\chi^2$  statistika. Z této statistiky vychází neparametrický Pearsonův chí-kvadrát test nezávislosti. Daný test přezkoušuje, jestli má tvar pravděpodobnostního rozdělení kategoriální proměnné specifikovanou podobu. Daný test posuzuje rozdíl mezi empirickými četnostmi a četnostmi očekávanými, respektive teoretickými. Mezi další testy v kontingenční tabulce náleží například Fisherův exaktní test, obvykle aplikovaný v případě malé četnosti souborů (Barrett, 2007 či Kline, 2005).

Pro hodnocení intenzity závislosti mezi oběma ordinálními resp. nominálními proměnnými v kontingenčních tabulkách lze využít speciálních charakteristik. Mezi dané charakteristiky lze zařadit Pearsonův korigovaný koeficient kontingence či Cramerův koeficient kontingence. Pro hodnocení intenzity závislosti aplikujeme Cramerův koeficient kontingence (viz Hendl, 2004).

Především pro vizualizaci vzájemného vztahu mezi proměnnými aplikujeme korespondenční analýzu. Korespondenční analýzu lze zařadit mezi vícerozměrné deskriptivní statistické metody. Avšak Rees-Jones (2011) považuje danou metodu rovněž za explorační. Korespondenční analýza představuje algoritmus zkoumající korespondence mezi řádky a sloupci kontingenční tabulky či tabulek. Princip metody spočívá v rozkladu  $\chi^2$  statistiky v ortogonální faktory, tzv. dimenze. Metodu lze aplikovat i v případě, kdy  $\chi^2$  statistika není statisticky významná. Metoda napomáhá zpřehlednit příslušné kontingenční tabulky především velkého rozsahu a umožňuje určit vzájemný vztah, v našem případě mezi dvěma kategoriálními proměnnými. Výhodou metody je rovněž možnost vizualizace výsledného vztahu, v našem případě tedy vztahu mezi jednotlivými zpravodajskými relacemi a jejich tematickou strukturou ekonomických informací (viz Meloun a Militký, 2004 či Greenacre, 2007).

### 3. Výsledky

Proporcionální rozložení intenzity pokrytí jednotlivých hospodářských kategorií z perspektivy komerčně/veřejnoprávních televizních organizací vychází z tabulky 2. Z hlediska relativního rozložení příspěvků (obr. 1) lze pozorovat diskrepance v tematickém pokrytí hospodářských informací z regionů. V rámci zpravodajských pořadů média veřejné služby, tj. České televize, se lze častěji setkat s příspěvky z oblasti hospodářské politiky. Relativně vyvážené pokrytí s komerčními médii evidujeme v oblasti vědy a výzkumu. Naopak v rámci zpravodajských relací komerčních stanic je větší důraz kladen na informace z oblasti hospodářské kriminality a informace z běžného hospodářského života.

**Obr. 1: Proporcionální distribuce hospodářských kategorií z pohledu mediálních organizací (%)**

Zdroj: Media Tenor, vlastní zpracování

Výše naznačené diskrepance ve vztahu mezi zpravodajskými relacemi a jejich tematickým zaměřením nás vede k formulaci následující výzkumné hypotézy:

H1: Předpokládáme závislost mezi jednotlivými zpravodajskými relacemi a tematickými kategoriemi ekonomických informací.

Výsledky Pearsonova chi-kvadrát testu jsou v syntetické podobě zachyceny v Tabulce 3. Na základě výsledků lze konstatovat, že nebyla prokázána statisticky významná nezávislost mezi tematickými kategoriemi zpravodajských příspěvků a zpravodajskými relacemi vybraných televizních stanic. V tomto ohledu nelze hypotézu *H1* zamítnout na hladině významnosti  $\alpha=0,05$ . Na druhé straně hodnoty Cramerova koeficientu kontingence poukazují na velmi slabou míru závislosti.

**Tab. 3: Vztah mezi zpravodajskými relacemi a tematickými kategoriemi**

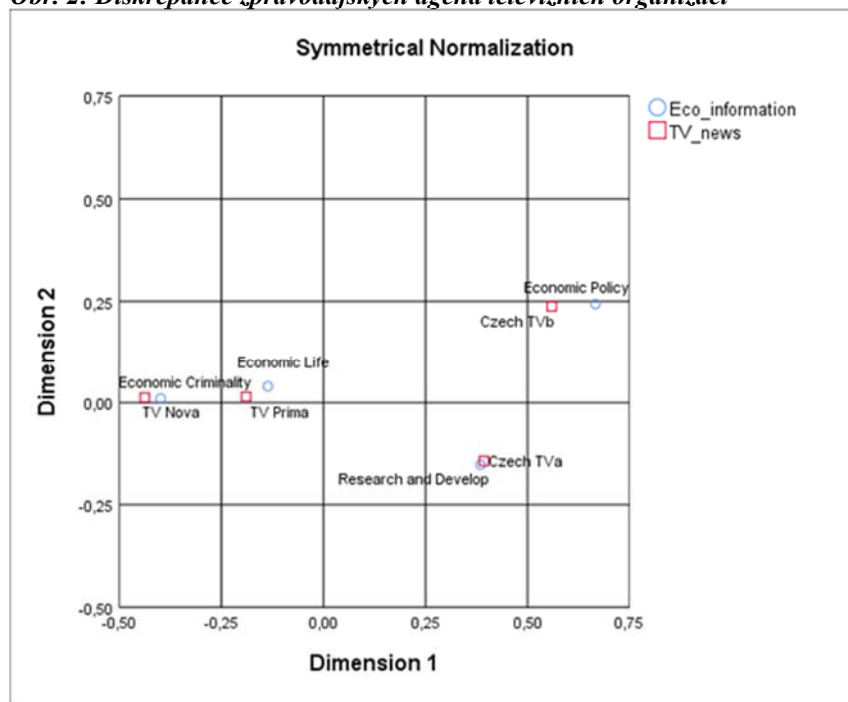
Popis	Hodnota	volnost	p-hodnota
Pearson Chi-Square	164,017 <sup>a</sup>	9	0,000
Cramerův koeficient kontingence	0,090		
Rozsah souboru	6692		

<sup>a</sup>0 cells (0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 106.31.

Zdroj: vlastní výpočty, SPSS

Na základě výsledků testu lze přikročit k využití korespondenční analýzy. Korespondenční analýza představuje jednu z metod umožňující zachytit a vizualizovat vztah mezi tematickými kategoriemi hospodářských informací a jednotlivými televizními stanicemi. Cílem je v našem případě tvorba bodového grafu sloupcových a řádkových profilů, tzv. symetrické mapy. Řešení vychází z matice standardizovaných reziduí. Příslušnou matici lze vytvořit na základě některé metody normalizace (viz Řezánková, 2011). Vzhledem k výše uvedenému cíli aplikujeme metodu symetrické normalizace. Výstupem je v našem případě grafické zobrazení závislosti mezi jednotlivými tematickými kategoriemi hospodářských informací a zpravodajskými relacemi.

Výsledky korespondenční analýzy jsou v grafické podobě zobrazeny na Obrázku č. 2. Příslušný vztah mezi proměnnými je zobrazen na základě výše uvedené metody symetrické normalizace. Z původní kontingenční tabulky vystihuje korespondenční analýza 100 % informací. Danou míru lze považovat za velmi vysokou. První dimenze zachycuje 99,2 % variability (inerce), druhá 0,08 % (viz Urminský, 2018a). Na první pohled lze potvrdit diskrepance mezi zpravodajskou agendou komerčních médií a médiem veřejné služby naznačené v obr. 1.

**Obr. 2: Diskrepance zpravodajských agend televizních organizací**

Zdroj: Media Tenor, vlastní zpracování, Urminský (2018a)

Obrázek 2 nám napomáhá blíže interpretovat zaměření konkrétních zpravodajských relací. K regionálně vztaženým informacím z oblasti hospodářské politiky inklinuje především zpravodajská relace *Události, komentáře* (Czech TVb). Jsou zde akcentována témata obsahující informace o aktivních zásazích státu do ekonomického systému, např. v oblasti daní či pobídek (viz Urminský, 2017). Jinými slovy se tyto informace stávají, z perspektivy relativních četností, více viditelné v porovnání s ostatními. Z tohoto pohledu se stávají více viditelnými informace o vědě, výzkumu a vzdělávání v případě zpravodajské relace *Události* (Czech TVa). Zde jsou zahrnuty informace z regionů o výzkumné a vývojové činnosti, např. z oblasti zdravotnictví, genetiky či životního prostředí a z oblasti především vysokého školství (více viz Vyskočilová a Urminský, 2017). V rámci zpravodajské relace *Zprávy* (TV Prima) je akcentována kategorie hospodářský život, zahrnující informace z regionů o jednotlivých podnicích a podnikatelích, kvalitě produktů či specifických událostech, jako jsou veletrhy, výstavy či festivaly (viz Urminský, 2016). Lze rovněž konstatovat evidentní blízkost kategorie hospodářská kriminalita a zpravodajské relace *Televizní Noviny* (TV Nova). Stěžejní obsah této kategorie tvoří informace o největších událostech negativního rázu spojených s rozsáhlou korupcí, zneužitím pravomocí a protiprávním chováním aktérů v ekonomickém systému obecně (více viz Urminský, 2018b).

Výše uvedené skutečnosti reflektují odlišné tematické zaměření sledovaných zpravodajských relací. Otázkou zůstává, jaký dopad může mít zpravodajská agenda hospodářských informací z regionů na publikum. Zde lze využít poznatků z teorie nastolování agendy. Teorie nastolování agendy se pokouší objasnit, z jakého důvodu se některé informace o určitých tématech stávají součástí veřejné debaty a zároveň proč některá témata vnímá veřejnost jako závažnější. Médii je v tomto ohledu připisována zásadní role (Jiráková a Köpplová, 2009 či McQuail, 2009). Média uvědoměle či neuvědoměle ovlivňují diváky, posluchače nebo čtenáře prostřednictvím nastolování agendy (témat) a to skrze akcentaci (agenda-setting) či ignoraci (agenda-cutting) určitých témat, jejich zviditelnění skrze šíření v čase (tzv. priming) a prostřednictvím (tzv. framing) „rámování“ témat (viz McCombs, 2004).

Z perspektivy dopadu na příjemce sdělení Scheufele a Tewksbury (2007) uvádí, že agenda-setting a priming jsou postaveny na účincích kognitivního charakteru, respektive na paměťových modelech zpracování informací. Zde vystupuje do popředí efekt dostupnosti, vycházející z poznatku, že si lidé formují své postoje na základě těch úvah, které jsou nejsnadněji dostupné (Tversky a Kahneman, 1973). Pokud se zaměříme na výše uvedené diskrepance v tematickém zaměření zpravodajských relací lze z hlediska efektu dostupnosti upozornit na viditelnost příspěvků. Viditelnost příspěvků je možno dle van Dalena, et al. (2015) vztáhnout k četnosti příspěvků za určité časové období. Z tohoto pohledu lze s jistou rezervou předpokládat, že záleží na tom, které zpravodajské relace publikum sleduje, jelikož je vystaveno odlišné intenzitě a tematické struktuře hospodářských informací z regionů. Je to obzvláště patrné uvědomíme-li si, že zpravodajské relace nejsou narušovány reklamou a tedy lze předpokládat nižší pravděpodobnost možného přepínání mezi pořady. Lze tedy uvažovat o odlišných subjektivních představách

o hospodářských charakteristikách regionů a to v závislosti na sledované zpravodajské relaci. Silnější dopad na podobu subjektivních představ diváka je možno předpokládat v případě nižší intenzity osobních vazeb s rostoucí vzdáleností od příslušného regionu, o němž je referováno (viz Rinks a Strijker, 2013).

Stěžejním limitem příspěvku je abstrahování od kontextuálního výkladu jednotlivých zpravodajských příspěvků, tj. framingu. Takováto analýza vyžaduje odlišný analytický přístup a odlišnou strukturu disponibilních dat. Důležitost způsobu výkladu určité události podtrhli z psychologické perspektivy především Kahneman a Tversky (1984). Taktéž je třeba uvést, že se při explanaci role mediálního systému, respektive podoby zpravodajských relací, pohybujeme spíše v rovině formálních institucí. Na výslednou podobu tematické struktury mají neméně významný vliv instituce neformální, jako jsou např. pracovní rutiny v jednotlivých organizacích (viz Shoemaker et al., 2001). Zde lze rovněž vycházet z teorie gatekeepingu, snažící se objasnit samotný vznik zpravodajských příspěvků. Tato teorie postuluje, že samotná selekce a zpracování události do podoby zpráv není náhodný proces. Daný „bottom-up“ přístup v souvislosti s teritoriálně rozvojovými implikacemi je zachycen v českém prostředí v originálních publikacích kolektivu autorů kolem prof. Sucháčka (viz Sucháček et al., 2014, 2015, 2016).

#### 4. Závěr

Intenzivní společensko-ekonomické proměny v transformačním období se promítly rovněž do podoby mediálního systému v České republice. V rámci tohoto článku byly identifikovány odlišné zpravodajské agendy televizních organizací. Diskrepance lze pozorovat především mezi komerčními subjekty a veřejnoprávní Českou televizí poskytující veřejnou službu. Toto zjištění je v relativním souladu s teoretickými východisky. Soukromými subjekty jsou intenzivněji pokryty tematické kategorie obsahující informace o běžném hospodářském dění v regionech (*Hospodářský život*) a informace vztažené k protiprávnímu jednání aktérů v ekonomickém systému (*Hospodářská kriminalita*). V rámci zpravodajských relací České televize je vyšší důraz kladen na informace z oblasti aktivních zásahů státu do chodu ekonomického systému (Hospodářská politika) a na informace vztažené k oblasti vědy výzkumu a vzdělávání. Vzhledem k diferencovaným relacím intenzity pokrytí ekonomických kategorií lze předpokládat odlišný dopad na publikum v kontextu poznávání, kategorizace a hodnocení informací o jednotlivých regionech. Výsledně lze předpokládat odlišnosti v subjektivních představách o jednotlivých regionech a jejich postavení na mentálních mapách v závislosti na sledované zpravodajské relaci.

#### Literatura

- [1] ANHOLT, S., (2011). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, vol. 2, no. 1, article 1. ISSN 2325-854.
- [2] BARRET, P., (2007). Structural equation modelling: Adjudgign model fit. *Personality and Individual Differences*, vol. 42, no. 5, pp. 815-824. ISSN 0191-8869. DOI 10.1016/j.paid.2006.09.018.
- [3] DALEN, A., VREESE, C., ALBÆK, E., (2015). Economic news through the magnifying glass. *Journalism Studies*, vol. 18, no. 7., pp. 1-20. ISSN 1469-9699. DOI 10.1080/1461670X.2015.1089183.
- [4] FOG, A., (2013). *The supposed and the real role of mass media in modern democracy*. Working paper, 2004-05-20, last modified 2013-07-03. [online]. [cit. 7. 2. 2019]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/250629133\\_The\\_Supposed\\_and\\_the\\_Real\\_Role\\_of\\_Mass\\_Media\\_in\\_Modern\\_Democracy\\_-\\_an\\_Evolutionary\\_Model](https://www.researchgate.net/publication/250629133_The_Supposed_and_the_Real_Role_of_Mass_Media_in_Modern_Democracy_-_an_Evolutionary_Model).
- [5] GREENACRE, M., (2007). *Correspondence Analysis in Practice*. Boca Raton: Chapman and Hall/CRC. ISBN 9781498731775.
- [6] HENDL, J., (2004). *Přehled statistických metod zpracování dat*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-820-1.
- [7] JAKUBOWICZ, K., (2001). Rude awakening social and media change in central and eastern europe. *Javnost - The public*, vol. 8, no. 4, pp. 59-80. ISSN 1854-8377. DOI 10.1080/13183222.2001.11008786.
- [8] JAKUBOWICZ, K., (2005). Post-Communist Media Development in Perspective. *Internationale Politikanalyse. Europäische Politik/Politikinformation Osteuropa*. Bonn: Friedrich Ebert Stiftung. [online]. [cit. 1. 2. 2019]. Dostupné z: <http://library.fes.de/pdf-files/id/02841.pdf>.
- [9] JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B., (2009). *Masová média*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-466-3.
- [10] KAHNEMAN, D., TVERSKY, A., (1984). Choices, values, and frames. *American Psychologist*, vol. 39, no. 4, pp. 341-350. ISSN 0003-066X. DOI 10.1037/0003-066X.39.4.341.
- [11] KLINE, B. R., (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. 2<sup>nd</sup> ed. New York: The Guilford Press. ISBN 978-1-57230-690-5.
- [12] KRIPPENDORFF, K., (2012). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Thousand Oaks: Sage. ISBN 978-1-4129-8315-0.
- [13] LUX, G., HORVÁTH, G., et al., (2018). *The Routledge Handbook to Regional Development in Central and Eastern Europe*. London: Routledge. ISBN 978-1-4724-8571-7.
- [14] McCOMBS, M. E., (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Malden: Blackwell. ISBN 9780745623122.



- [15] McQUAIL, D., (2009). *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-574-5.
- [16] MELOUN, M., MILITKÝ, J., (2004). *Statistická analýza experimentálních dat*. Praha: Academia. ISBN 80-200-1254-0.
- [17] NORTH, D., (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN 9780521394161.
- [18] POLEDNÍKOVÁ, E., (2014). Evaluation of Czech Regional Development in the Context of the EU Cohesion. In *Proceedings of the 2nd International Conference on European Integration 2014*. Ostrava: VŠB – Technical University of Ostrava, pp. 572-580. ISBN 978-80-248-3388-0.
- [19] REES-JONES, I., (2011). Correspondence Analysis: A Case for Methodological Pluralism? In *Innovation in Social Research Methods*. London: Sage, pp. 139-149. ISBN 978-1-4129-4648-3.
- [20] RIJNKS, H. R., STRIJKER, D., (2013). Spatial effects on the image and identity of a rural area. *Journal of Environmental Psychology*, vol. 36, pp. 103-111. ISSN 0272-4944. DOI 10.1016/j.jenvp.2013.07.008.
- [21] ŘEZÁNKOVÁ, H., (2011). *Analýza dat z dotazníkového šetření*. Praha: Professional Publishing. ISBN 978-80-7431-062-1.
- [22] SHOEMAKER, J. P., EICHHOLZ, M., KIM, E., WRIGLEY, B., (2001). Individual and Routine Forces in Gatekeeping. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 78, no. 2, pp. 233-246. ISSN 1077-6990. DOI 10.1177/107769900107800202.
- [23] SCHEUFELE, A. D., TEWKSBURY, D., (2007) Framing, Agenda Setting, and Priming: The evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, vol. 57, pp. 9-20. ISSN 0021-9916. DOI 10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x
- [24] STANÍČKOVÁ, M., MELECKÝ, L., (2014). Regional Efficiency Evaluation by DEA Approach: Comparison of Selected EU15 and EU13 Countries. In *Proceedings of the 2nd International Conference on European Integration 2014*. Ostrava: VŠB – Technical University of Ostrava, pp. 465-475. ISBN 978-80-248-3388-0.
- [25] SUCHACEK, J., SEDA, P., FRIEDRICH, V., KOUTSKY, J., (2014). Media Portrayals of Regions in the Czech Republic: Selected Issues. *E+M Ekonomie a Management*, vol. 17, no. 4, pp. 125-140. ISSN 1212-3609. DOI 10.15240/tul/001/2014-4-010.
- [26] SUCHACEK, J., SEDA, P., FRIEDRICH, V., KOUTSKY, J., (2015). Regional Dimension of Security and Accidents nad their TV Reflection in the Czech Republic. *Transformations in Business and Economics*, vol. 14, no. 3C, pp. 544-563. ISSN 1648-4460.
- [27] SUCHACEK, J., SEDA, P., FRIEDRICH, V., WACHOWIAK-SMOLIKOVA, R., WACHOWIAK, M. P., (2016). From Regional to National Clouds: TV Coverage in the Czech Republic. *PLoS ONE*, Vol. 11, No. 11, e0165527. DOI 10.1371/journal.pone.0165527.
- [28] SUCHÁČEK, J., (2011). Globalisation and Glocalisation. In: *The Scale of Globalization. Think Globally, Act Locally, Change Individually in the 21st Century*. Ostrava: University of Ostrava, pp. 319-324. ISBN 978-80-7368-963-6.
- [29] ŠMÍD, M., (2004). Veřejnoprávní a soukromé televize v některých evropských zemích. *Studie zpracovaná pro Parlament České republiky*. Praha: Parlamentní institut. [online]. [cit. 10. 2. 2019]. Dostupné z: <https://docplayer.cz/5993687-Verejnopravni-a-soukrome-televize-v-nekterych-evropskych-zemich.html>.
- [30] TVERSKY, A., KAHNEMAN, D., (1973). Availability – heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, vol. 5, pp. 207-232. ISSN 0010-0285.
- [31] URMINSKÝ, J., (2016). Hospodářský život regionů v médiích: kvantitativní a kvalitativní pohled. In *XIX. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Sborník příspěvků*. Brno: Masarykova univerzita, pp. 811-817. ISBN 978-80-210-8273-1. DOI 10.5817/CZ.MUNI.P210-8273-2016-104.
- [32] URMINSKÝ, J., (2017). Hospodářská politika v regionech jako mediální téma: kvantitativní a kvalitativní pohled. In: *Region v rozvoji společnosti 2016*. Sborník příspěvků. Brno: Mendelova Univerzita, pp. 1026-1033. ISBN 978-80-7509-459-9.
- [33] URMINSKÝ, J., (2018a). Regions in TV news broadcasting: selected aspects on the example of the Czech Republic, *Folia Geographica*, vol. 60, no. 2, pp. 83-100. ISSN 1336-6157.
- [34] URMINSKÝ, J., (2018b). Hospodářská kriminalita v regionech jako mediální téma, In *XXI. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Sborník příspěvků*. Brno: Masarykova univerzita, pp. 774-781. ISBN 978-80-210-8970-9. DOI 10.5817/CZ.MUNI.P210-8970-2018-103.
- [35] VYSKOČILOVÁ, Š., URMINSKÝ, J., (2017). Mediální obraz regionů České republiky v oblasti vědy, výzkumu a vzdělávání. In *XX. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Sborník příspěvků*. Brno: Masarykova univerzita, pp. 215-221. ISBN 978-80-210-8587-9. DOI 10.5817/CZ.MUNI.P210-8587-2017-27.

**Příspěvek byl zpracován v rámci grantu SP2019/46 „Vybrané hmotné a nehmotné aspekty vývoje regionů IV“ na Ekonomické fakultě VŠB – Technické univerzitě v Ostravě.**