

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky

**TÉMATA PODCASTU VINOHRADSKÁ 12
ČESKÉHO ROZHLASU**

Bakalářská práce

Alžběta MUBEENOVÁ

Vedoucí práce: Mgr. Miroslav Libicher

Olomouc 2022

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně na základě uvedené literatury.

V Olomouci 28. 4. 2022

Alžběta Mubeenová

Poděkování

Tímto děkuji Mgr. Miroslavovi Libicherovi za vedení této práce, podnětné konzultace a pozitivní motivaci. Děkuji také všem, kteří mi při psaní práce byli oporou, především pak Geti.

Anotace

Tato práce se zabývá normativními nároky na objektivitu a vyváženost, shrnuje základní teorie a koncepty, které ovlivňují výběr zpráv a hostů zpravodajských obsahů. V analytické části poskytuje základní kvantitativní přehled o tematickém složení a složení hostů podcastu Vinohradská 12 v roce 2021. Závěry analýzy neodhalují zásadnější porušování normativních nároků a odhaluje nadprůměrné zastoupení žen mezi hosty podcastu.

Annotation

This thesis examines the normative claims of objectivity and balance, summarizing the underlying theories and concepts that influence the selection of news and sources for news content. In the analytical section, it provides a basic quantitative overview of the thematic and guest composition of the Vinohradská 12 podcast in 2021. The findings of the analysis reveal no major violations of normative claims and reveal an above-average representation of women among podcast guests.

Klíčová slova

Zpravodajství, podcast, Vinohradská 12, Český rozhlas, objektivita, zpravodajské hodnoty, gatekeeping, agenda setting, gender, kvantitativní obsahová analýza

Keywords

News, podcast, Vinohradská 12, Czech Radio, objectivity, news values, gatekeeping, agenda setting, gender, quantitative content analysis

Obsah

Úvod	8
1 Charakteristika podcastu Vinohradská 12	10
1.1 Zpravodajství a publicistika.....	10
1.2 Podcast jako technologie i žánr.....	11
1.3 Vinohradská 12	12
2 Požadavky na obsah podcastu Vinohradská 12.....	14
2.1 Normativní teorie	14
2.2 Zákon o Českém rozhlasu a kodex Českého rozhlasu	15
2.3 Požadavky na objektivitu, vyváženost a nestrannost	16
3 Vybrané faktory ovlivňující zpravodajské obsahy	18
3.1 Zpravodajské hodnoty	18
3.2 Gatekeeping	19
3.3 Výběr respondentů	20
3.4 Agenda setting	23
4 Metodická část.....	25
4.1 Cíl a záměr práce.....	25
4.2 Kvantitativní obsahová analýza	25
4.3 Formulace výzkumných otázek	27
3.1. Zkoumaný soubor a vzorek analýzy.....	28
4.4 Jednotky měření a pozorované kategorie	30
4.5 Postup práce.....	33
5 Výsledky analýzy	35
5.1 Dominantní téma a prostor	35
5.1.1 Témata v čase.....	37
5.2 Hosté podcastu Vinohradská 12.....	39
5.2.1 Počet hostů.....	39
5.2.2 Jméno hosta	39
5.2.3 Role hosta.....	42

5.2.4	Domovské médium novinářů	44
5.2.5	Zahraniční médium	45
5.2.6	Gender hosta	45
5.3	Shrnutí závěrů analýzy	47
	Závěr	49
	Seznam použité literatury	51
	Seznam grafů	55
	Seznam příloh	56
	Přílohy	57

Úvod

Distribuce a konzumace žurnalistických obsahů prochází v souvislosti s rozvojem digitálních médií dramatickou proměnou, která obnáší mimo jiné i nové formy sdělení, mezi které patří i fenomén audio pořadů distribuovaných přes internet označovaných pojmem podcast. Tradiční média jako je rozhlas či televize stojí před výzvou, jak dostat své obsahy i k lidem, kteří jsou zvyklí přijímat mediální obsahy nezávisle na času i prostoru. Konkrétním projektem, který této výzvě čelí, je zpravodajský podcast Českého rozhlasu Vinohradská 12, který se v České republice řadí k jednomu z nejposlouchanějších podcastů vůbec. Digitální zpravodajské obsahy, včetně zpravodajských podcastů, však v souvislosti se zpřístupněním produkce široké skupině lidí a velkou variabilitou konzumace vzbuzuje otázky ohledně míry objektivity a kvality těchto sdělení.

Cílem této práce je analyzovat obsah podcastu Vinohradská 12 s ohledem na vyváženost, relevanci a různorodost, jednotlivých témat a hostů. Tuto ambici umocňuje skutečnost, že podcast Vinohradská 12 patří do produkce Českého rozhlasu, který je k nárokům na tyto kvality vázán nejen svým kodexem, ale také zákonem. Analýza obsahu podcastu se v této práci vztahuje ke kalendářnímu roku 2021, kdy byla jeho hlavní tvůrkyní novinářka a zakladatelka Vinohradské 12 Lenka Kabrhelová, která z Českého rozhlasu, respektive Vinohradské 12, v dubnu 2022 přestoupila do Seznam Zpráv s novým zpravodajským podcastem 5:59. Analýza tak může do budoucna posloužit jako vzorek ke srovnání těchto dvou podcastů nebo k analýze proměny obsahu Vinohradské 12 pod novým vedením novináře Matěje Skalického. Hlavní výzkumnou otázkou této práce je, jak je distribuován mediální prostor Vinohradské 12 mezi jednotlivé tematické kategorie a hosty podcastu.

Tato práce se okrajově věnuje také problematice zastoupení mužů a žen ve zpravodajských obsazích. Dílčím cílem této práce je tedy analyzovat zastoupení mužů a žen jako hostů podcastu Vinohradská 12. Tomuto tématu se v práci věnuji pouze okrajově, jelikož kvantitativní vyjádření zastoupení žen a mužů v mediálních obsazích představuje pouze malou část soudobých výzkumných přístupů feministických mediálních studií

První kapitola této práce se věnuje charakteristice zpravodajského podcastu Vinohradská 12, teoretickému konceptu zpravodajství a vysvětlení pojmu podcast. Druhá kapitola se věnuje nárokům na obsahy zpravodajství obecně a na nároky na zpravodajskou tvorbu Českého rozhlasu, respektive podcastu Vinohradská 12. Třetí kapitola této práce

pojednává o faktorech, které ovlivňují výběr témat a respondentů žurnalistických obsahů, teoretickému konceptu zpravodajských hodnot, teorii nastolování agendy a reprezentaci žen ve zpravodajských obsazích. Čtvrtá kapitola této práce obsahuje metodiku výzkumu, popisuje metodu kvantitativní obsahové analýzy, cíl práce, stanovené výzkumné otázky a definici jednotek a kategorií výzkumu. V poslední, páté, kapitole této práce prezentují výsledky analýzy a shrnují závěry práce.

1 Charakteristika podcastu Vinohradská 12

V této kapitole práce se věnuji obecné charakteristice podcastu Vinohradská 12. Protože je podcast označován jako zpravodajský, uvádím nejprve rozdělení teoretických žurnalistických konceptů zpravodajství a publicistiky. Dále se v této kapitole věnuji pojmu podcast, jehož význam může být nejen popis technologie, ale také může označovat způsob distribuce a konzumace audio obsahů. Někteří autoři o podcastu dokonce uvažují jako o samostatném žánru.

1.1 Zpravodajství a publicistika

Žurnalistické obsahy se obvykle dělí na zpravodajství a publicistiku. V demokratických státech má zpravodajství zvláštní postavení, jelikož existuje obecná představa, že zpravodajství poskytuje důležité, významné a pro příjemce relativní informace o okolním světě a pomáhá lidem orientovat se a rozhodovat nejen v roli voličů¹. Cílem zpravodajství je poskytovat co nejrychlejší a nejaktuálnější informace. „*Aktuální témata a obsah ve zpravodajských textech je formulován tak, aby adresát dostal odpovědi na to, co se stalo, kdy a kde se to stalo, kdo to udělal, eventuálně stručně jak a proč, ale hlubší analýza zpráv a uvádění tématu do širších souvislostí se většinou neočekává*“². Zpravodajství má především informační a definiční funkci, snaží se aktuální události rychle zachytit, popsat a předat. Důraz je přitom kladen na objektivitu, tedy nezaujatý, nezkreslený a úplný obraz reality. V kapitole 2.3 Požadavky na objektivitu, vyváženost a nestrannost se budu nárokem na objektivitou a její nedosažitelností v žurnalistice zabývat podrobněji.

Publicistika naproti tomu dává tyto informace do souvislostí, hodnotí je, vyslovuje názory, komentáře a tím ovlivňuje, formuje a získává příjemce sdělení. „*Vztah mezi zpravodajstvím a publicistikou je vztahem mezi faktorem a názorem na něj*“³. U publicistiky není, oproti zpravodajství, primárním požadavkem absolutní novost a aktuálnost informací, ale postoj k nim⁴. Z toho vyplývá, že i nároky na nestrannost jsou oproti zpravodajství podstatně nižší a určitá míra subjektivity je v publicistice žádoucí. Jasná hranice mezi publicistikou a zpravodajstvím není stanovena, v praxi se tyto dva koncepty často prolínají,

¹ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. s. 23-24.

² MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. s 172.

³ OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. s.13.

⁴ MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. s 174.

pro potřeby této práce si ale vystačíme s konstatováním, že základním kritériem pro rozdělení zpravodajství a publicistiky je převažující funkce žurnalistického sdělení.

Jelikož se podcast Vinohradská 12 zabývá aktuálním děním a jeho dominantnějším cílem je poskytování informací před jejich komentováním, jak je uvedeno v podkapitole 1.3 Vinohradská 12, uvádím dále v této práci některé přístupy a teorie spojené se zpravodajstvím. Sami autoři označují pořad Vinohradská 12 za zpravodajský podcast. Je na místě ale zmínit, že zařazení žurnalistických podcastů do teoretických konceptů zpravodajství a publicistiky je do jisté míry problematické. Zpravodajské podcasty mají obvykle podobu rozhovorů, skupinových debat a někdy také monologů, tedy žánrů spadajících do publicistiky⁵. Někteří autoři proto o podcastu uvažují jako o samostatném žánru⁶. Vysvětlení pojmu podcast a výčet některých charakteristických znaků uvádím v následující podkapitole této práce.

1.2 Podcast jako technologie i žánr

Podobu mediálních obsahů i způsob jejich konzumace významně ovlivňuje vznik a neustálá dynamická proměna nových médií. Digitalizace a rozvoj internetu zásadně ovlivnily všechny typy médií, včetně rozhlasového vysílání a vedly ke vzniku nových žánrů, forem produkce, distribuce i konzumace mediálních obsahů.

Podcast jako nový audio formát lze považovat za součást digitálního mediálního prostředí od prvních let nového tisíciletí⁷. Z technického hlediska jde audio soubory, které jsou prostřednictvím RSS⁸ zobrazovány či stahovány do zařízení, ve kterých se tvoří „feed“ z jednotlivých epizod pořadu⁹. Právě distribuce pomocí RSS je tím, co podcast z technického hlediska odlišuje od jiné formy stahování audio souborů z internetu, vysílání rádia nebo jiné formy streamování¹⁰.

Podcast může být v širším pojetí chápán také jako nová metoda distribuce audio obsahu, která umožňuje jeho automatické stahování a následné přehrávání kdykoliv

⁵ SVOBODOVÁ, Markéta. *Podcasting jako fenomén nových médií a jeho současný stav v České republice*. s. 80.

⁶ MCHUGH, Siobhán. *Memoir for Your Ears: The Podcast Life*.

⁷ BOTTOMLEY, Andrew J. *Podcasting: A Decade in the Life of a "New" Audio Medium: Introduction*.

⁸ RSS (Rich Site Summary) je rodina XML formátů určených pro čtení novinek na webových stránkách a obecněji syndikaci obsahu.

⁹ DEARMAN, Philip Ross a Chris James GALLOWAY. *Putting podcasting into perspective*.

¹⁰ BOTTOMLEY, Andrew J. *Podcasting: A Decade in the Life of a "New" Audio Medium: Introduction*.

a kdekoliv dle potřeby příjemce¹¹.

Někteří autoři uvažují o podcastu ještě ze širší perspektivy. Podle Milette je podcast „specifickou formu online participace s vlastní subkulturní logikou, která je zcela odlišná od tradiční a institucionální rozhlasové produkce“¹². McHugh uvádí, že podcast je stále častěji vnímán nikoli jen jako technologie, ale jako samostatný mediální žánr¹³. Podle Svobodové patří mezi charakteristiky typické pro podcastovou tvorbu například obsahová a formální volnost, autenticita, uvolněnost hostů nebo intimita¹⁴. Variabilita konzumace v čase i prostoru, možnost aktivně vybírat obsah, častý poslech přes sluchátka a další faktory, kterými se podcast liší od rozhlasu, vedou k proměně vztahu posluchačů k audio obsahu. Ten je podle Svobodové u podcastů oproti rozhlasu osobnější a intimnější, a to i u podcastů s žurnalistickým obsahem¹⁵. Svobodová v této souvislosti upozorňuje, že zpravodajské podcasty jsou náchylné ke zkreslení a vyvolávají otázky v oblasti nezaujatosti, věrohodnosti a potenciálu pro manipulaci¹⁶. Jak je uvedeno výše, u zpravodajských obsahů je dán důraz na nezaujatý, nezkreslený a úplný obraz reality. Porušení zásad nezaujatosti je u zpravodajských podcastů zásadním porušením normativních požadavků, v případě produkce podcastu Vinohradská 12 může jít dokonce o porušení zákona. Podrobněji se normativními i zákonnými požadavky na obsah Vinohradské 12 věnuji ve druhé kapitole této práce Požadavky na obsah podcastu Vinohradská 12.

1.3 Vinohradská 12

Podcast Vinohradská 12 je jedním z nejposlouchanějších a nejpopulárnějších podcastů v České republice, na konci roku 2021 byl dlouhodobě nejposlouchanějším podcastem Českého rozhlasu¹⁷. V roce 2020, necelý rok po svém vzniku, vyhrál v soutěži Podcast roku a o rok později své vítězství obhájil v kategorii veřejnoprávní podcast¹⁸. Jeho zakladatelka

¹¹ BOTTOMLEY, Andrew J. *Podcasting: A Decade in the Life of a “New” Audio Medium: Introduction*.

¹² MILETTE, Mélanie. *Independent Podcasting as a Specific Online Participative Subculture: A Case Study of Montreal’s Podcasters*. s. 2

¹³ MCHUGH, Siobhán. *Memoir for Your Ears: The Podcast Life*.

¹⁴ SVOBODOVÁ, Markéta. *Podcasting jako fenomén nových médií a jeho současný stav v České republice*. s. 80-91

¹⁵ Tamtéž

¹⁶ Tamtéž

¹⁷ *Podcasty Českého rozhlasu dosáhly na rekordní poslechovost*. [online]

¹⁸ *Vinohradská 12 obhájila vítězství v soutěži Podcast roku, zabodoval i Host Lucie Výborné*. [online]

a bývalá moderátorka Lenka Kabrhelová za pořad získala v roce 2021 novinářskou cenu Karla Havlíčka Borovského¹⁹. Český rozhlas na svých webových stránkách uvádí, že se jedná o zpravodajský podcast, který rozebírá aktuální domácí i světová témata do hloubky a v souvislostech²⁰. Nový díl vychází každý všední den v šest hodin ráno a zhruba ve dvaceti minutách se formou rozhovoru moderátorky s vybraným hostem zabývá shrnutím dostupných informací k jednomu aktuálnímu tématu.

Kabrhelová v rámci čtvrtého ročníku konference Novinářské fórum pořádané Fondem nezávislé žurnalistiky v roce 2021 řekla, že impulsem pro vznik podcastu Vinohradská 12 byla mimo jiné i potřeba Českého rozhlasu oslovit svojí tvorbou i publikum, které již tradiční lineární rozhlasové vysílání nekonzumuje a reagovat na měnící se mediální prostředí, které je silně ovlivněno novými možnostmi šíření a konzumování obsahu. Hlavním cílem autorů potom bylo poskytnout publiku syntézu či analýzu obrovského množství informací, které se k jednotlivým tématům během krátké doby objevují a poskytnout tak co nejucelenější pohled na jedno zpravodajské téma denně. Oproti klasickému lineárnímu rozhlasovému vysílání pracuje podcast Vinohradská 12 ve větší míře se sound desingnem, který má v pořadu významotvornou funkci. Ačkoliv vznikla Vinohradská 12 čistě jako online projekt, jeho úspěšnost vedla k tomu, že jej Český rozhlas později zařadil i do pravidelného vysílacího programu stanice Český rozhlas Plus, Vinohradská 12 tak představuje unikátní synergii podcastové a rozhlasové tvorby²¹. Lenka Kabrhelová byla moderátorkou hlavní autorkou pořadu od jeho vzniku v dubnu 2019 do února 2022, od března 2022 je moderátorem a hlavním tvůrcem Vinohradské 12 novinář Matěj Skalický.

¹⁹ *Přes Moskvu a Washington zpátky do Prahy: proč Lenka Kabrhelová získala Cenu Karla Havlíčka Borovského.* [online].

²⁰ *O pořadu Podcast Vinohradská 12* [online]

²¹ KABRHELOVÁ, Lenka. In: Youtube [online]

2 Požadavky na obsah podcastu Vinohradská 12

V této kapitole přiblížím, jaké nároky a očekávání jsou spojována s obsahem podcastu Vinohradská 12. O nárocích na nestrannost a objektivitu zpravodajských sdělení, potažmo zpravodajských podcastů jsem se již zmínila v předchozí kapitole, nyní se budu nároky na obsah podcastu Vinohradská 12 zabývat podrobněji. Vzhledem k tomu, že Vinohradská 12 vzniká v produkci Českého rozhlasu, je obsah tohoto podcastu do značné míry, kromě normativních nároků, vázán také zákonem o Českém rozhlase a Kodexem Českého rozhlasu. Normativní nároky i nárok plynoucí ze zákona o Českém rozhlase a Kodexu Českého rozhlasu jsou předmětem této kapitoly. Podrobněji se budu zabývat nárokem na objektivitu, která má jako normativní požadavek určité limity. V této kapitole se také zmíním o vyváženosti, která je nepřímo předmětem mého výzkumu.

2.1 Normativní teorie

Každá společenská instituce, tedy i média, podléhá očekávání a představám členů společnosti, jak by měla fungovat²². Vychází přitom z předpokladu, že média mají ve formování společnosti specifickou funkci. Soubor těchto požadavků, očekávání a kritérií hodnocení uplatňovaných na média, se označuje pojmem normativní teorie. Nejde přitom o jasně definovaný a jednotný soubor hodnot nebo komplexní teorii ve vědeckém slova smyslu. Nároky na média se liší podle doby, druhu média a způsobu uspořádání společnosti (autoritářská, totalitní, demokratická)²³. Nároky se přitom můžou vztahovat k různým úrovním mediálního systému od mediálního systému jako celku, přes status média, typ média po typ mediálního obsahu²⁴.

V demokratických společnostech jsou obvykle normativní očekávání uplatňované na média spojovány s představou, že média nejsou primárně předmětem podnikání, ale jsou společností v nějakém smyslu užitečná. Tento takzvaný veřejný zájem podle Trampoty v liberálně demokratické společnosti přikládá médiím určitou kontrolní funkci vůči státu a mocným, kterou naplňuje „nezávislým“ prezentováním informací a názorů. Na základě tohoto principu veřejného zájmu jsou pak zřizována veřejnoprávní média, které se k jednání ve veřejném zájmu zavazují také svými etickými kodexy²⁵.

²² JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. s. 118

²³ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. s. 139

²⁴ Tamtéž. s. 140

²⁵ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. s. 143

2.2 Zákon o Českém rozhlasu a kodex Českého rozhlasu

Český rozhlas je vedle České televize a České tiskové kanceláře jedno ze tří veřejnoprávních médií České republiky, jejichž fungování a provozování je částečně definováno legislativou. V Kodexu Českého rozhlasu, kterým se Český rozhlas zavazuje k dodržování určitých etických a profesních standardů, se uvádí, že *„účelem existence rozhlasu jako služby veřejnosti je zajistit veřejnosti zdroj informací, kritické reflexe, umělecké tvorby a zábavy, které jsou chráněny před lobbistickými tlaky“*. Kaczor uvádí, že význam označení veřejnoprávních médií má tři roviny. První rovina spočívá v odlišení veřejnoprávních médií od soukromých. Zatímco veřejnoprávní média existují na základě zákonů (veřejnoprávního aktu), soukromá média jsou zřizována na základě smlouvy či listiny (soukromoprávního aktu). Druhá rovina určuje vztah veřejnoprávních médií a státu. Veřejnoprávní média nejsou médii státními, stát tedy nemá na řízení, kontrolu ani produkci veřejnoprávních médií přímý vliv. Označení veřejnoprávních médií tedy do jisté míry poukazuje na nezávislost těchto médií na státu.

Poslední rovina spočívá v roli veřejnoprávních médií ve fungování a podobě společnosti. Primárním účelem veřejnoprávních médií je poskytování veřejné služby ve veřejném zájmu společnosti²⁶. Český rozhlas ve svém kodexu definuje veřejný zájem jako *„takový zájem, který je výrazem obecně prospěšných potřeb a zájmů společnosti na rozdíl od zájmu individuálního nebo skupinového. Veřejný zájem souvisí s režimem soukromého práva, jakož i s postavením, posláním a úkoly orgánů veřejné moci. Vytváří se v procesu demokratické diskuse a rozhodování“*²⁷. Jeden z bodů zákona č. 484/1991 Sb. o Českém rozhlasu říká, že naplňování veřejného zájmu spočívá mimo jiné v *„poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů“*. V preambuli svého kodexu se Český rozhlas zavazuje poskytovat nestranné, nezávislé, přesné a neutrální zpravodajství, informace, komentáře a analýzy. Z kodexu vyplývá povinnost věnovat se také tématům menšinových skupin žijících na území České republiky a poskytovat informace pro všestrannou orientaci a svobodné utváření názorů. K výběru témat dokument Českého rozhlasu uvádí, že zařazení a pořadí informací ve zpravodajské agendě se řídí předpokládaným vlivem na život obyvatel České

²⁶ KACZOR, Jan. *Zákonné požadavky na zpravodajství veřejnoprávní televize a „Podnět 24“*. [online]

²⁷ *Kodex Českého rozhlasu* [online]

republiky, při rozhodování ale nelze opomíjet mezinárodní vlivy a vztahy, které působí napříč státy, kontinenty či kulturami, své místo má i regionální zpravodajství. Rozlišováno by mělo být mezi informacemi zpravodajského charakteru, které informují o určitém ději nebo stavu a zpravidla také o postojích hlavních aktérů a hodnotícím soudem, respektive komentářem, který vyjadřuje názory, postoje nebo pocity. Zakázáno je směšovat zprávu a hodnotící soud v jedné větě redaktora. Zpravodajské obsahy pak lze na rozdíl od hodnotících soudů podrobit důkazu pravdivosti.²⁸

2.3 Požadavky na objektivitu, vyváženost a nestrannost

Jak už bylo zmíněno výše, zpravodajství má ve fungování demokratické společnosti specifickou funkci, poskytuje jí totiž spolehlivé zdroje informací, na základě kterých se občané orientují ve světě a rozhodují se. Trampota v této souvislosti zmiňuje normativní požadavky specifické pro zpravodajství. „*Tyto společnosti proto ve velké míře spoléhají na zpravodajství zprostředkované médii a spojují s ním celou řadu očekávání, jak by měly zpravodajské obsahy a jejich vztah k realitě vypadat a jaké jsou správné postupy novinářů při zpracovávání událostí do zpráv.*“²⁹. Trampota řadí mezi nejčastěji zmiňované normativní požadavky na zpravodajské obsahy objektivitu, vyváženost a nestrannost. Z výše uvedených dokumentů, zákonu o Českém rozhlase a kodexu Českého rozhlasu, na podcast Vinohradská 12 vznikají také nároky na přesnost, všestrannost, celkovou vyváženost. Podcast by se měl věnovat regionálním tématům, podstatným zahraničním tématům a tématům souvisejícím s menšinovými zájmy obyvatel České republiky.

Objektivitu můžeme popsat jako pravdivý, úplný a nezkreslený popis reality. Různí autoři zmiňují vnímání objektivit jako dominantní hodnoty určující kvalitu médií jako problematické. Z pohledu mediálních studií je totiž absolutní objektivita nedosažitelný ideál, protože vnější svět poznáváme vždy skrze subjekt³⁰. „*I s nejlepším předsevzetím (nebo právě s ním) lze s fakty manipulovat. Proto teoretici i mnozí novináři docházejí k názoru, že absolutní objektivnosti nelze dosáhnout, jelikož už sám výběr skutečností, které mají být sděleny, je proces neobjektivní.*“³¹. Objektivita může být ale také soubor profesních hodnot a postupů, které eliminují subjektivní vlivy při informování. Trampota uvádí, že Iggers

²⁸ Kodex Českého rozhlasu. [online]

²⁹ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. s.143

³⁰ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. s.144

³¹ OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*.s. 12

takový přístup k objektivitě zpravodajských obsahů popisuje jako „*soubor profesních postupů, které reportéři používají, aby produkovali výpovědi nároující si vysokou míru pravdivosti*“³². Podle Westerstahla má objektivita dvě základní složky – faktičnost a nestrannost. Faktičnost se potom podle Westerstahla skládá z pravdivosti a relevance, nestrannost obsahuje složky vyváženosti a neutrality³³. Jeho pojetí objektivity se tak zjednodušeně skládá z toho, jaké zprávy jsou do sdělení zahrnuty, jaký mají tyto zprávy vztah k realitě a jaký odstup si při zpracování autor zachovává³⁴. Právě první aspekt tohoto rozdělení, výběr zpráv, je předmětem výzkumu této práce. Podle Osvaldové je role a funkce vyváženosti médií posílená, vzhledem k tomu, že absolutní objektivity nelze dosáhnout³⁵.

³² TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. s. 144

³³ WESTERSTAHL, Jorger a JOHANSSON, Folke. *Foreign News, News Values and Ideologies*. s. 71–89

³⁴ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. s. 146

³⁵ OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. s. 12

3 Vybrané faktory ovlivňující zpravodajské obsahy

V této kapitole přiblížím některé faktory a teoretické koncepty, které souvisí s výběrem zpráv do zpravodajství a podobou konečných mediálních sdělení. Konkrétně se budu zabývat konceptem zpravodajských hodnot a teoriemi gatekeeping a agenda setting. Druhá část této kapitoly se věnuje způsobu výběru respondentů a zdrojů zpravodajských sdělení. Okrajově se zmíním i problematice zastoupení žen ve zpravodajských obsazích.

3.1 Zpravodajské hodnoty

Jak už jsem zmínila v předchozí podkapitole, absolutní objektivitě zpravodajských obsahů brání mimo jiné skutečnost, že zprávy v nich obsažené podléhají při svém zpracování selekci a zobrazují tak vždy pouze část reality. Je to dáno jak omezenými možnostmi redaktorů zachytit veškeré dění, tak omezeným prostorem, která mají jednotlivá média k dispozici. „*All the reporters in the world working all the hours of the day could not witness all the happenings in the world,*“ píše poeticky Walter Lippmann ve své publikaci *Public Opinion* z roku 1921³⁶. McCombs zase zmiňuje omezený čas ve vysílání, omezený prostor tištěných novin a časopisů, ale i limity elektronických obsahů³⁷. McNair v této souvislosti uvádí limit jedné strany na událost u tištěných deníků a tři minut na reportáž v televizním vysílání³⁸.

Toto omezení vede k zjednodušování a potlačení či pomnutí některých aspektů informací. Nemožnost událost zjednodušit může navíc být důvodem, proč ji do vysílání či novin vůbec nezařadit³⁹. Právě rozpor mezi realitou a realitou zobrazovanou médii byla jedna z hlavních myšlenek zmíněné publikace Waltera Lippmanna, ve které se zabýval mimo jiné faktory a vlivy ovlivňujícími tento výběr zpráv do mediálních obsahů. Poprvé použil pojem „news value“ neboli zpravodajských hodnot v souvislosti s faktory informací a událostí, které ovlivňují zařazení těchto potenciálních zpráv do mediálních obsahů⁴⁰. Zmiňuje faktory jednoznačnosti informace, vliv nepředvídatelnosti, subjektivní zaujetí, které je z hlediska objektivitě nejproblematictější, preferenci konfliktních témat nebo prostorovou blízkost⁴¹. Na Lippmannovu práci navázali o třicet let později norští výzkumníci

³⁶ LIPPMANN, Walter. *Public Opinion*. s. 217

³⁷ MCCOMBS, Maxwell. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. s.48

³⁸ MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. s. 82

³⁹ Tamtéž

⁴⁰ LIPPMANN, Walter. *Public Opinion*. s. 224

⁴¹ Tamtéž.

Mari Holmboe Ruger a Johan Galtung empirickým výzkumem. Ve své studii *The Structure of Foreign News* představili na základě obsahové analýzy norského zahraničního zpravodajství dvanáct faktorů, které pozitivně ovlivňují zařazení zprávy do médií. Jde o faktory frekvence, prahové hodnoty, jednoznačnosti, smysluplnosti (souvisí s kulturní blízkostí a relevancí), souznění (souvisí s poptávkou a předvídatelností), neočekávatelností (souvisí s nepředvídatelností a vzácností), kontinuitou, kompozicí, odkazem k elitním národům, odkazem k elitním osobám, personifikaci a negativismus. Na zařazení do mediálních obsahů pak působí různé kombinace těchto faktorů a čím více jich zpráva obsahuje, tím vyšší je pravděpodobnost jejich zařazení do obsahů. Při zařazení zprávy do zpravodajství jsou pak tyto faktory zdůrazňovány⁴². Trampota uvádí další studii Westerstahla a Johanssona z devadesátých let, která analyzovala zprávy různých mediálních typů a z nich vyvodila pět zpravodajských hodnot, mezi které patří důležitost, blízkost, dramatičnost, přístup a ideologie. Důležitost zahraničních zemí byla posuzována podle velikosti populace, HDP a výdajů na zbrojení. K blízkosti bylo přistupováno jako ke geografické, obchodní a kulturní. Přístup jako hodnota pak zohledňuje technickou možnost dostat se k informacím⁴³. Shoemakerová a Reese s odkazem na další autory uvádějí, že podoba zpravodajských hodnot je do značné míry předvídatelná a ustálená. Jako zpravodajské hodnoty uvádí důležitost, lidský příběh, kontroverzi, neobvyklost, aktuálnost a blízkost⁴⁴.

3.2 Gatekeeping

Selekce zpráv do konečných mediálních obsahů nepodléhá pouze zpravodajským hodnotám, ale také rozhodnutím pracovníků mediálních organizací. Výzkum výběru zpráv se proto neomezuje pouze na analýzu konkrétních kritérií zpráv, ale také procesu, který k výběru a rozhodnutí zařadit zprávu do mediální agendy vede neboli gatekeepingu.⁴⁵ První empirickou studií, která se mediálnímu gatekeepingu věnovala byla na počátku padesátých let minulého století studie *The „Gate Keeper“: A Case Study in the Selection of News* amerického sociologa Davida Whitea.⁴⁶ Jeho cílem bylo na příkladu jednoho konkrétního editora sledovat proces přijímání nebo odmítání zpráv tiskových agentur do jedněch

⁴² GALTUNG, Johan a RUGER, Holmboe. *The Structure of Foreign News*. s. 70

⁴³ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. s. 26

⁴⁴ SHOEMAKEROVÁ, Pamela a REESE, Stephen. *Meditating the message*. s. 106

⁴⁵ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. s. 38

⁴⁶ Tamtéž

konkrétních novin. Tento editor po dobu jednoho týdne shromažďoval veškeré odmítnuté zprávy a psal k nim vysvětlení, proč nebyly otištěny. Zároveň byla provedena obsahová analýza vydaných zpráv a následný výzkumný rozhovor s editorem. Z výzkumu vyplynulo, že výběr konkrétních zpráv zařazených do mediální agendy je do značné míry subjektivní proces založený na zkušenostech a postojích daného editora. Otištěno bylo asi jen deset procent z potenciálních možných zpráv, zásadní omezení pro výběr zpráv představoval omezený prostor novin. Editor dával přednost zprávám, které byly srozumitelné a stručné před zprávami, které obsahovaly velké množství aktérů a statistických dat. Nejvíce zastoupenými zprávami byly ty s lidským příběhem a politickou tematikou.⁴⁷

Proces mediálního gatekeepingu však neprobíhá pouze na úrovni jedinců, výběr zpráv do mediálních obsahů ovlivňují také mediální rutiny, mediální organizace, ideologie a další faktory⁴⁸. Trampota uvádí, že jedno z nejširších a nejkompexnějších pojetí gatekeepingu nabízí Shoemakerová, která označuje procesem výběru obsahu sdělení veškerá sdělení, ne nutně pouze ta mediální. Ve zpravodajství tak podle ní gatekeeping nemusí spočívat pouze ve výběru zpráv, ale už v samotném výběru do obsahů událostí a informací, které se mohou stát zprávami.

3.3 Výběr respondentů

Vliv na výslednou podobu a skladbu mediálních sdělení má vedle výběru samotných zpráv také výběr zdrojů informací a respondentů. „*Výběrem zdroje se novináři zapojují do procesu sociální konstrukce prostřednictvím selektivního zobrazování události*“⁴⁹. Zdroji mohou být kromě dokumentů, reportů, sociálních sítí, datových sad atp. i přímo osoby, které v roli svědků, expertů, komentátorů, tiskových mluvčích či přímo zúčastněných vstupují do mediálních obsahů⁵⁰. Shoemaker a Reese s uvádějí, že Sigal dělí zdroje informací na rutinní, neformální a podnikové. Zprávy z jiných zpravodajských organizací a rozhovory s jinými reportéry uvádí jako podkategorii rutinních zdrojů⁵¹. Shoemakerová a Reese v souvislosti s mediálními rutinami jako faktory, které ovlivňují podobu výslednou podobu mediálních sdělení, zmiňují respondenty jako dodavatele sdělení, kteří mají na konečný

⁴⁷ MANNING WHITE, David. *The „Gate Keeper“: A Case Study In the Selection of News*

⁴⁸ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. s. 38

⁴⁹ FISHER, Caroline. *News Sources and Journalist/Source Interaction*. s. 5

⁵⁰ Tamtéž. s. 1

⁵¹ SHOEMAKER, Pamela a REESE, Stephen. *Mediating the Message*. s. 123

produkt zásadní vliv. Dostupnost vhodných zdrojů k tématu podle nich do velké míry ovlivňuje, co a v jaké podobě se stane obsahem médií⁵². Na zpravodajské obsahy tak lze nahlížet také jako na výsledek výběru míst a zdrojů sdělení. Trampota s odkazem na Ganse udává jako čtyři klíčové vlastnosti vhodných respondentů mediálních sdělení podnětnost, moc, schopnost dodat vhodné informace a geografickou a sociální blízkost novinářů ke zdrojům. O výběru zdrojů pak podle Ganse, jak uvádí Trampota, rozhodují faktory spolehlivost, důvěryhodnost, autorita, předchozí vhodnost zdroje, produktivita zdroje a schopnost vyjadřování. Vliv na výběr má také to, jakou námahu a čas bude vyžadovat zpracování výpovědí respondentů, přičemž žádoucí je, aby tento čas a námaha byli co nejmenší⁵³.

Faktor času zmiňují také Powers a Fico⁵⁴. Podle jejich studie mezi tři nejvlivnější faktory výběru respondentů patří kredibilita zdroje, dostupnost zdroje a časový tlak na výběr. Právě faktor času vede novináře opakovaně k tomu, že se obrací na zdroje, o kterých ví, že jim poskytne rychlou, zajímavou a spolehlivou informaci. To z dlouhodobého hlediska může vést k uniformní reprezentaci zdrojů v médiích, stereotypizaci výběru a nízké diverzitě zdrojů⁵⁵. Reich ve své studii uvádí, že v 90 % případů mají novináři se zdrojem svých zpráv nějakou předchozí zkušenost⁵⁶.

Velká míra stereotypizace a další faktory profesních rutin může vést až k nerovnému zastoupení a stereotypnímu zobrazování některých sociálních skupin, a to v souvislosti s jejich sociální třídou nebo profesí⁵⁷. Podle Tiffena a kol. je klíčovou otázkou při analýze zpravodajství zkoumat také zastoupení různých skupin občanské společnosti a úhel pohledu takových sociálních skupin. Tiffen a kol. zároveň dodává, že: „*Míru této inkluzivity je často obtížné posoudit. Třídní a etické zázemí zdrojů obvykle není explicitně uváděno. Obvykle je snadnější zjistit pohlaví či rod citovaných zdrojů*“⁵⁸. Závěry výzkumu Paw Research Centre z roku 2005 uvádí, že žena je alespoň jednou respondentkou pouze ve třetině zpráv⁵⁹. Zastoupením žen ve zpravodajských obsazích zabývá mimo řady dalších stále přibývajících mediálních výzkumů i projekt Global Media Monitoring Project (GMMP), který každých pět let vydává podrobný přehled obsahové analýzy médií. Nejnovější výstup GMMP z roku

⁵² SHOEMAKER, Pamela a REESE, Stephen. Mediating the Message

⁵³ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. s. 85-89

⁵⁴ POWERS, Angela a FICO, Frederick. Influence on Use of Sources at Large U.S. Newspapers. s. 7

⁵⁵ FISHER, Caroline. *News Sources and Journalist/Source Interaction*. s. 6

⁵⁶ REICH, Zvi. Source credibility and journalism. s. 9

⁵⁷ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. s. 98

⁵⁸ TIFFEN, Rodney a kolektiv. Sources in the News: A comparative study. s. 12

⁵⁹ CHINNI, Dante a kolektiv. The Gender Gap: Women Are still Missing as Sources for Journalists. s. 2

2020 konstatuje, že v celosvětovém průměru jsou ženy respondentkami ve 25 % případů, což představuje oproti výsledkům z roku 2015 zlepšení o jeden procentní bod. V Evropě je poměr zastoupených žen v médiích o tři procenta vyšší než celosvětový průměr a dosahuje podle závěrů z roku 2020 hodnoty 28 %⁶⁰. Určitá stereotypizace pak může spočívat v tom, k jakým tématům se pak ženy ve zpravodajství tradičně vyjadřují. Irvin uvádí, že lépe jsou ženy zastoupeny jsou v kategorii tzv. soft news⁶¹, kde tvoří 41 % respondentů, zatímco v tzv. hard news⁶² mají podíl pouze 32 %. V obou kategoriích jsou ale oproti mužům v menšině.

K podobným závěrům dochází také již zmíněný report Paw Research Centre, který uvádí, že ženy jsou nejméně citovány v tématech spojených s mezinárodním děním. Výsledky obsahové analýzy GMMP z roku 2020 uvádí, že z pohledu místa, ke kterému se události vztahují jsou ženy respondentky nejméně zastoupeny v zahraničních tématech a to pouze ve 21 %, nejvíce se ženy naopak k lokálním tématům, konkrétně ve 29 % případech. Z pohledu tematického zaměření jsou podle GMMP ženy respondentky nejlépe zastoupeny v sociálních tématech, tématech o rodině, zdraví a vědy nejméně často se pak vyjadřují k politickým tématům a vládě. V roli komentátorky či expertky vystupují ve 24 % případech⁶³.

Výzkumy mapující zastoupení žen v mediálních obsazích představuje ale pouze část z jednoho ze tří směrů výzkumu současných feministických mediálních studií. Genderová studia se podle Vochocové dají dělit podle předmětu zkoumání na oblast, která se zabývá faktorem genderu v rovině produkční a instucionální, v rovině obsahu nebo rovině publika. Sama však dodává, že problematika genderových mediálních studií je podstatně komplexnější a zabývá se studiem širokého spektra mediálního výzkumu. Odkazuje při tom na jednu z hlavních představitelk tohoto badatelského přístupu van Zoonen, podle které je možné otázku po genderovém charakteru médií zodpovědět vždy pouze pro jeden konkrétní případ a vzít v úvahu jeho kulturní a historický kontext⁶⁴. Právě komplexnost problematiky zastoupení, zobrazování a postavení žen v médiích přispěla v této práci k tomu, že četnost žen mezi hosty pořadu sleduji pouze jako vedlejší kategorii a nekladu si za cíl na základě zastoupení žen v podcastu Vinohradská 12 vyvozovat obecnější závěry.

⁶⁰ 6th Global Media Monitoring Project. [online] s. 19-20.

⁶¹ Irvin zařazuje mezi soft news například zprávy o zdraví nebo reportáže, které nejsou tak vázány na čas

⁶² Irvin zařazuje mezi hard news například zprávy o politice, mezinárodním dění a aktuální témata

⁶³ 6th Global Media Monitoring Project. [online] s. 22-3

⁶⁴ VOCHOCO VÁ, Lenka. Ženy ve zpravodajských redakcích: Falešné naděje na dobytí maskulinní pevnosti. s. 131

3.4 Agenda setting

Analýzy témat vybraných do mediálních sdělení, respektive obsahů médií, úzce souvisí s výzkumy, které zkoumají vliv médií na společnost. Teorie zabývající se vztahem mezi obsahy médií a tématy, o kterých lidé diskutují, přemýšlí a o která se zajímají se označuje jako agenda setting neboli nastavování veřejné agendy⁶⁵. „*Základem výzkumů nastolování agendy je hledání vztahu mezi nastavením mediálních obsahů a preferencemi veřejnosti*“⁶⁶. Za jednoho z předchůdců konceptu nastolování veřejné agendy je považován americký sociolog Robert Ezra Park, který se ve třicátých letech minulého století zabýval selektivitou mediální pozornosti a vývojem veřejné agendy v tématech spojených s problematikou emigrace a asimilace. Ve stejné době vznikla také již zmíněná publikace *Public Opinion* Waltera Lippmanna, který se problematikou vlivu mediálních obsahů na veřejné mínění zabýval podrobněji⁶⁷.

Podle Lippmanna představují média zdroj informací o světě mimo naši bezprostřední zkušenost a mají tak zásadní vliv na naše smýšlení o něm⁶⁸. Média podle něj svým výběrem a způsobem zpracování témat významně ovlivňují veřejné mínění. Třetím významným předchůdcem výzkumů nastolování agendy je Bernard Cohem, který ve své publikaci *The Press and Foreign Policy* zmínil myšlenku, že média mají sice omezené persvazivní účinky neboli schopnost ovlivňovat, co si příjemci myslí, ale mají významnou moc ovlivňovat o čem budou příjemci přemýšlet⁶⁹.

První empirický výzkum ověřující koncept agenda setting provedli v roce 1968 McCombs a Shaw v rámci předvolebního výzkumu v Chapel Hill⁷⁰. Výzkumy nastavování veřejné agendy se v dalších letech v různých podobách staly klíčovým konceptem studií mediálních účinků⁷¹. Základní kategorizace výzkumů nastolování agendy se dělí na analýzy prvního stupně (first level agenda-setting), které jsou charakteristické využitím metody kvantitativní obsahové analýzy a zkoumáním vztahu mezi četností témat v médiích a veřejnosti, analýzy druhého stupně, které se kromě kvantitativního zastoupení témat zaměřují také na způsob zobrazování těchto témat a úzce souvisí s teoretickým konceptem

⁶⁵ ŠKODOVÁ, Markéta. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. s. 12

⁶⁶ NEČAS, Vlastimil. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. s. 15

⁶⁷ Tamtéž

⁶⁸ LIPPMANN, Walter. *Public Opinion*.

⁶⁹ NEČAS, Vlastimil. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. s. 16

⁷⁰ Tamtéž

⁷¹ ŠKODOVÁ, Markéta. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. s. 11

rámování (framing). Poslední kategorii výzkumů nastavování agendy se zaměřují na intermediální nastolování agendy neboli vztah vzájemného ovlivňování obsahů různých médií⁷².

Sledování tematické agendy z hlediska četnosti zastoupených konkrétních témat, neboli analýza prvního stupně, která je aplikována i v rámci této práce, může sloužit i jako obraz důležitosti jednotlivých témat pro společnost. Mezi četností výskytu tematických kategorií a významností, kterým těmto tématům přisuzuje společnost totiž existuje určitá korelace. McCombs uvádí, že „pro všechna zpravodajská média platí, že pokud se některé téma den po dni objevuje znovu, jde o nejmocnější sdělení o jeho důležitosti“⁷³. O výzkumech nastolování agendy prvního stupně jako nástroje pro vyhodnocování míry významnosti se zmiňuje i Paulína Tabery: „Na prvním stupni zkoumání leží otázka, jaké téma je významné, na druhém stupni, který z jeho atributů, vlastností má přednost“⁷⁴. Závěry GMMP z roku 2020 uvádí, že nejvíce zastoupenou tematickou kategorií tvoří dlouhodobě zprávy zabývající se politikou a vládou. V roce 2020 tvořily 24 % zpravodajských obsahů. Shodně, 17 % zpravodajských obsahů tvořily v roce 2020 kategorie ekonomie, zdraví a vědy a sociálně-právní témata. O pět procentních bodů méně, 12 % tvořily zprávy s kriminální a procesní tematikou, 9 % se týkalo zpráv, které souvisely s celebritymi, uměním, médií a sportem⁷⁵. Závěry GMMP představují svou formou volnou předlohou analytické části této práce.

⁷² NEČAS, Vlastimil. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. s. 24

⁷³ MCCOMBS, Maxwell. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. s.26

⁷⁴ TABERY, Paulína. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. s. 29

⁷⁵ 6th Global Media Monitoring Project. [online] s. 18

4 Metodická část

Tato kapitola je věnována metodice práce. Cílem práce je analyzovat, jakým tématům a osobnostem je poskytován mediální prostor v podcastu Vinohradská 12 neboli jak je distribuován mediální prostor podcastu Vinohradská 12 mezi jednotlivá témata a hosty. K naplnění tohoto cíle využívám metodu kvantitativní obsahové analýzy, jejíž princip vysvětluji níže. Další části této kapitoly obsahují operacionalizaci výzkumu, jejíž realizace vedla k výsledkům této práce.

4.1 Cíl a záměr práce

Jak už bylo zmíněno, cílem této práce je kvantitativně popsat zastoupení témat a hostů podcastu Vinohradská 12. Záměrem této práce je poskytnout alespoň částečný vhled do vyváženosti a různorodosti zpracovávaných témat a složení hostů podcastu Vinohradská 12. Hlavní motivací k tomuto záměru je skutečnost, že nároky na tyto kvality jsou u podcastu Vinohradská 12 v porovnání s komerčními zpravodajskými podcasty vyšší, vzhledem k tomu, že Vinohradská 12 patří do produkce veřejnoprávního média. Zvolení tohoto záměru pro tento výzkum umocňuje také tvrzení, že zpravodajské podcasty mají vzhledem ke svým charakteristickým rysům sklony být méně objektivní než jiné formáty zpravodajství, jak je uvedeno v teoretické části této práce. Výsledky tohoto výzkumu mohou posloužit jako materiál pro další komparativní analýzy obsahu Vinohradské 12 a to buď s jinými zpravodajskými podcasty, nebo Vinohradské 12 s novými tvůrci, kteří se na produkci pořadu podílí od března 2022. Výsledky analýzy mohou také posloužit jako obraz mediálních témat, které tvůrci podcastu Vinohradská 12 vyhodnotili ve vybraném období jako nejvhodnější ke zpracování.

4.2 Kvantitativní obsahová analýza

K naplnění cíle této práce využiji metodu kvantitativní obsahové analýzy, která je tradičním nástrojem pro zkoumání mediální agendy a obsahu médií. Metoda kvantitativní obsahové analýzy slouží primárně k analýze explicitního a zjevného obsahu mediálních sdělení, tedy toho, co média sdělují, nikoli toho, jak je tento obsah čtený příjemci.

Při výzkumech médií, které využívají pouze metodu kvantitativní obsahové analýzy, tak nelze dedukovat motivy produkce, ani predikovat potenciální účinky sdělení⁷⁶.

Základním principem této metody je převedení mediálních obsahů do statisticky zpracovatelných kategorií a následná analýza četnosti těchto kategorií⁷⁷. „*Obsahová analýza na základě stanovení proměnných a jejich kategorií zkoumá obsahy médií systematickým, objektivním a kvantitativním způsobem*“⁷⁸. Metoda obsahové analýzy vychází z pozitivistického přístupu k výzkumu, který předpokládá schopnost objektivního poznání a poskytuje výsledky, které jsou ovlivněny subjektem výzkumníka oproti kvalitativním metodám podstatně méně⁷⁹. Klaus Krippendorff v této souvislosti zmiňuje, že obsahová analýza je také odolnější proti chybám způsobených výzkumníkem, které jsou typické u kvalitativních metod, ale také dotazníkového šetření⁸⁰. Oproti kvalitativním výzkumným metodám je obsahová analýza výrazně strukturovaná, což vyplývá z přesně definovaného postupu i pravidel kódování obsahu. Tato systematickosti, která stanovuje stejný způsob zpracování všem jednotkám, přispívá k reprodukovatelnosti výzkumu, což je další výhodou této metody⁸¹.

Mezi nevýhody kvantitativní obsahové analýzy patří fakt, že metoda sice nabízí statistická data a korelace zkoumaných kategorií, ale neposkytuje vysvětlení, proč dané souvislosti mezi jednotlivými proměnnými existují a jak je případně interpretovat v širším kontextu. Při využívání této metody navíc dochází k eliminaci obsahů na holá data, která zanedbávají významy sdělení. „*Zjištění, že některého prvku je více než jiného, je jen jednou možnou úrovní popisu obsahů, ale nevypovídá nic o důvodech, proč tomu tak je a ještě méně o potenciálním vlivu této skutečnosti*“⁸². Podle Krippendorffa by tak měl být kladen speciální důraz na vytvoření takového kontextu výzkumu, který činí jeho výsledky čitelnější, pochopitelnější a lépe interpretovatelné⁸³. Trampota uvádí, že i přesto nedostatky kvalitativní obsahové analýzy je tato metoda vhodným nástrojem pro analýzu mediálních obsahů, a to především je-li kombinovaná s dalšími metodami⁸⁴. Obsahová analýza se využívá především k popisu množství a druhu informací médií, jako je tomu v této práci,

⁷⁶ TRAMPOTA, Tomáš. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. s. 42

⁷⁷ TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. s. 101

⁷⁸ TRAMPOTA, Tomáš. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. s. 41

⁷⁹ Tamtéž. s. 42

⁸⁰ KRIPPENDORFF, Klaus. *Content analysis: an introduction to its methodology*. s. 40

⁸¹ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií*. s. 293

⁸² TRAMPOTA, Tomáš. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. s. 45

⁸³ KRIPPENDORFF, Klaus. *Content analysis: an introduction to its methodology*. s. 24

⁸⁴ TRAMPOTA, Tomáš. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. s. 44-45

komparaci rozdílů obsahů médií, analýze obrazových sdělení nebo určitých textových sdělení a k získání poznatků o komunikátorech. Trampota a Vojtěchovská uvádějí, že podle Wimmera a Dominicka jsou základními kroky kvantitativní obsahové analýzy:

1. formulace výzkumné otázky nebo hypotézy,
2. specifikaci výběrového souboru,
3. výběr patřičného vzorku z populace,
4. definice jednotky měření,
5. konstrukce kategorií obsahu,
6. vytvoření systému kvalifikace,
7. školení kódovačů a pilotní výzkum,
8. kódování obsahu,
9. analýza získaných dat,
10. formulace závěrů.

Tento postup přitom nemusí být vždy dodržený, přičemž některé body lze kombinovat⁸⁵. V následujících podkapitolách se budu podrobně věnovat podrobnému popisu realizace jednotlivých kroků v mém výzkumu.

4.3 Formulace výzkumných otázek

Zásadním a prvním krokem výzkumu je stanovení jednoznačného cíle, který je definován výzkumnou otázkou nebo hypotézou. Z výzkumné otázky by přitom mělo vyplývat co je předmětem analýzy, jaké bude mít kategorie a soubor, kterého se výzkum týká.⁸⁶ Ačkoliv je běžným postupem stanovení výzkumné otázky a s ní souvisejících hypotéz, jejichž platnost je následně testována, využívám k naplnění cíle této práce experimentálního přístupu a definuji pouze hlavní a vedlejší výzkumné otázky, na které se pokusím zodpovědět za využití kvantitativních dat získaných ve výzkumu.

⁸⁵ TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. s. 103-104

⁸⁶ TRAMPOTA, Tomáš. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. s. 45

Hlavní výzkumná otázka této práce je definována takto:

HVO: **Jaké bylo v roce 2021 složení témat a hostů podcastu Vinohradská 12?**

Jako vedlejší výzkumné otázky související s tématy jsou definovány:

VVO1: Jaký byl v roce 2021 poměr zastoupených témat?

VVO2: Jaký byl v roce 2021 poměr domácích, zahraničních a lokálních témat?

Jako vedlejší výzkumné otázky související s hosty pořadu jsou definovány:

VVO3: Kteří hosté byli v roce 2021 hosty opakovaně?

VVO4: Jaký poměr hostů tvořili experti?

VVO5: Jaký poměr hostů tvořili novináři?

VVO6: Z jakých médií byli novináři, kteří byli hosty pořadu?

VVO7: Jak byly mezi hosty pořadu zastoupeny ženy?

3.1. Zkoumaný soubor a vzorek analýzy

Přesné vymezení zkoumaného souboru spočívá v jeho vymezení obvykle časovým obdobím, médiem nebo žánrově či tematicky⁸⁷. Sedláková uvádí, že zkoumaný soubor je soubor jednotek, pro které by měly platit závěry a zjištění výzkumu. Zvolený vzorek analýzy, na kterém pak probíhá samotný výzkum, by měl být dostatečně reprezentativní a vypovídat o charakteru celého souboru⁸⁸. Trampota uvádí jako nejběžnější vymezení vzorku pomocí faktorů času a média. „*Většina výzkumů pracujících s obsahovou analýzou používá víceúrovňovou konstrukci vzorku, která většinou probíhá na dvou rovinách; první se týká stanovení zdrojů obsahů: která média budou zkoumána, druhá se týká stanovení dat (vydání) médií*“⁸⁹.

Zkoumaným souborem této práce je podcast Vinohradská v roce 2021. Jednotlivé epizody podcastu Vinohradská 12 jsou dostupné na webu Českého rozhlasu, i v různých podcastových aplikacích. Pro svou analýzu, respektive k přehrání jednotlivých dílů, kódování data vydání každého dílu a názvu epizody využívám aplikaci Spotify, která nabízí kompletní přehled dílů s názvy, dny a daty vydání, i krátkou anotaci epizody.

⁸⁷ TRAMPOTA, Tomáš. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. s. 43

⁸⁸ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky*. s. 84.

⁸⁹ TRAMPOTA, Tomáš. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. s. 42.

Vzorkem analýzy této práce je soubor vydaných epizod podcastu Vinohradská 12 v kalendářním roce 2021, které vyšly ve všední dny, jak deklaruje popis pořadu na webu Českého rozhlasu⁹⁰. Období celého kalendářního roku považuji při zkoumání mediální agendy podcastu Vinohradská 12 za relevantní a validní i vzhledem k tomu, že mediální obsah pořadu mohl být v průběhu roku ovlivněn sezónními vlivy jako je období letních měsíců spojených s prázdninami parlamentu a evaluační tematikou na konci kalendářního roku, jak uvádí Vojtěchová a Trampota⁹¹.

Pro svou analýzu jsem zvolila nejaktuálnější ukončený kalendářní rok 2021. V roce 2021 byl vydaný první díl 4. ledna a poslední díl 31. prosince. Ve zvoleném období vzniklo 253 epizod, některé byly ale ze zkoumaného vzorku vyřazeny. Z analýzy byly vyřazeny díly, které byly zveřejněny o víkendu nebo ve státní svátek a díly, které byly reprízami dílů již vydaných. Některé vyřazené díly se lišily od běžné produkce podcastu Vinohradská 12 i svým formátem. Šest vyřazených dílů bylo vydáno vždy v neděli v období ledna a února s označením Vinohradská na neděli: Vize z krize. Šlo o výběr tvůrců Vinohradské 12 z jednadvaceti audio verzí esejů významných osobností, které sdílely své myšlenky a postřehy o tom, jak může být pandemická krize příležitostí pro společnost. Tyto audio eseje byly publikovány v rámci samostatné série Vize z krize Českého rozhlasu. Nešlo tedy o původní produkci podcastu Vinohradská 12. Další vyřazenou epizodou byl díl ze soboty 10. dubna s názvem Pohled pod pokličku sound designu V12. Další tři vyřazené díly s označením Vinohradská v originále byly originální cizojazyčné verze dílů, které byly v české verzi zveřejněny v jiném datu. Konkrétně šlo o epizodu ze soboty 11. září s názvem Endless war of terror, jejíž česká verze byla zveřejněna v pátek 10. září pod názvem Nekonečná válka proti teroru; epizodu ze 17. listopadu s názvem Uyghur bodies, the new battlefield, jejíž česká verze byla zveřejněna 16. listopadu pod názvem Bitevním polem jsou těla ujgurských žen a epizoda ze 27. prosince s názvem Conversation with David Abram, jejíž česká verze byla vydána 2. listopadu. Vyřazeny byly také tři epizody z období 28. až 30. prosince s označením Ohlédnutí s V12, jelikož šlo o reprízy epizod již dříve vydaných.

⁹⁰ *O pořadu Podcast Vinohradská 12* [online]

⁹¹ TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. s. 105

Vyřazením výše zmíněných epizod jsem předešla zbytečnému zkreslení výsledků analýzy. Vyřazeno tak bylo z analýzy celkem třináct epizod a vzorkem výzkumu bylo 240 epizod podcastu Vinohradská 12 z období kalendářního roku 2021.

4.4 Jednotky měření a pozorované kategorie

Jednotka měření neboli kódovací jednotka, je nejmenší prvek analýzy, u kterého sledujeme jednotlivé proměnné a kategorie analýzy. U stanovení jednotky měření je důležité, aby byla jasně definovaná a aby bylo jasné stanoveno, kdy jednotka začíná a kdy končí⁹². Takovou jednotkou může být například článek, téma, slovo, fotografie ale také aktér nebo akt⁹³.

V případě této práce je kódovací jednotkou jedna epizoda podcastu Vinohradská 12. Kódovací jednotky obsahových kategorií jsou relevantní pro samotný výzkum, slouží k převodu samotného mediálního obsahu do statistických dat. „*Jádrém celé kvantitativní obsahové analýzy je konstrukce obsahových kategorií jednotlivých proměnných, kterých mohou zkoumané jednotky nabývat*“⁹⁴. U definování kategorií je důležité, aby se jednotlivé proměnné vzájemně vylučovaly a pokrývaly veškeré možnosti. Jednotky měření musí být zařaditelné právě do jedné stanovené kategorie⁹⁵. Při definování některých obsahových kategorií pro svou práci jsem se volně inspirovala výzkumem GMMP, aby bylo možné výsledky vzájemně porovnat. Záznamovými jednotkami, které slouží v této práci primárně k identifikaci jednotek měření jsou:

- 1) Pořadí příspěvku
- 2) Den vydání
- 3) Datum vydání
- 4) Název epizody

Pořadí příspěvku udává pořadí dané epizody v kódovací knize a nabývá hodnot 1 až 240. Kategorie den udává den v týdnu, kdy byla epizoda vydána. Nabývá hodnot pondělí, úterý, středa, čtvrtek a pátek. Kategorie den vydání slouží k ověření příslušnosti jednotky měření do analýzy. Kategorie datum vydání udává datum, ve kterém byla epizoda

⁹² TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. s. 105

⁹³ TRAMPOTA, Tomáš. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. s. 44

⁹⁴ TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. s. 106

⁹⁵ Tamtéž

zveřejněna. Vzhledem ke stanovenému vzorku analýzy nabývá logicky hodnot od 1. ledna do 31. prosince roku 2021. Kategorie název epizody odpovídá pojmenování epizody v aplikaci Spotify. Obsahové kategorie sloužící k převodu obsahu do statických dat jsou:

- 5) Počet hostů
- 6) Jméno hosta
- 7) Rod hosta
- 8) Gender
- 9) Domovské médium
- 10) Zahraniční médium
- 11) Dominantní téma
- 12) Prostor

Kategorie počet hostů vyjadřuje slovem počet hostů, kteří byli v rámci epizody představeni moderátorkou či moderátorem podcastu celým jménem a funkcí či vztahem k tématu. K představování hostů dochází zpravidla v úvodu každé epizody. Kategorie jméno hosta udává v pořadí křestní jméno a příjmení hosta tak, jak ho představí moderátorka či moderátor. Kategorie gender určuje rod, ve kterém host či hostka hovoří, případně jak o něm nebo ní mluví moderátorka nebo moderátor, nabývá hodnot muž nebo žena. Kategorie role hosta a její hodnoty patří mezi ty, které jsou inspirovány kategoriemi měření podle GMMP. Kategorie role hosta vyjadřuje vztah hosta nebo hostky k tématu a nabývá hodnot:

- a. Expert
- b. Novinář
- c. Osobní zkušenost
- d. Subjekt

Hodnoty expert nabývá kategorie u hostů, kteří jsou hosty na základě jejich vzdělání nebo profesní příslušnosti související s tématem. Patří do ní například odborníci, akademici, výzkumníci, právníci, ekonomové, lékaři, pracovníci neziskových organizací, faráři, filosofové, etici, atp. Hodnoty novinář nabývá kategorie u hostů, kteří jsou reportéři, novináři, komentátoři, korespondenti, editoři a další pracovníci médií. U hostů, kteří poskytují posluchačům podcastu Vinohradská 12 určité subjektivní svědectví o tématu nebo problematice, která se týká větší části společnosti, nabývá kategorie role hosta hodnoty osobní zkušenost. Hodnoty subjekt v kategorii role hosta nabývají případy, kdy je hostem

osoba elitního postavení a jehož výpověď není svědectvím „běžného člověka“, jde typicky o elitní vztah hosta k tématu či problematice epizody. Této hodnoty nabývají typicky veřejné osobnosti, politici, sportovci, umělci, aktivisté atp. Téma epizody se typicky týká něčeho, co hosté udělali, řekli nebo vytvořili, není to však bezpodmínečným pravidlem.

Oproti GMMP jsem do hodnot kategorie role hosta nezařadila hodnoty mluvčích, přímých svědků a obecných pozorovatelů a naopak jsem rozdělila kategorii expertů a komentátorů, respektive novinářů. K takovému kroku jsem se rozhodla na základě provedeného předvýzkumu, který odhalil vysoké zastoupení novinářů v roli hostů podcastu Vinohradská 12 a naopak nízké zastoupení vyloučených hodnot.

Kategorie domovské médium je vyhodnocována pouze v případě, že osmá kategorie role hosta nabývá hodnoty novinář, v ostatních případech zůstává prázdná. Hodnoty nabývá kategorie podle toho, jaké médium zmíní v souvislosti s představením hosta či hostky moderátorka pořadu. Kategorie zahraniční médium je kódovaná pouze v případě, že kategorie číslo osm, role hosta, nabývá hodnoty novinář. Jde o bližší charakteristiku domovského média novináře. Nabývá hodnoty ano, pokud jde o zahraniční médium nebo hodnoty ne, jde-li o české médium. Za zahraniční média považuji ty, které netvoří svůj obsah v češtině. Kategorie dominantní téma se vztahuje k převažujícímu tématu epizody. Podle vzoru GMMP nabývá následujících hodnot:

- a. Ekonomika
- b. Kriminalita/násilí
- c. Sociální/právní
- d. Politika/vláda
- e. Umění/média/sport
- f. Zdraví/věda
- g. Jiné

Hodnoty kategorie dominantní téma jsou přiřazovány na základě převažujícího tématu epizody. Kategorie ekonomika je přiřazována jednotkám, které se primárně zabývají ekonomikou, průmyslem, podnikáním, financemi, dotacemi, granty, energetikou, obchodem a osobnostem spojených s těmito oblastmi, typicky podnikateli, miliardáři atp. Hodnoty kriminalita a násilí nabývají epizody, jejichž dominantním tématem je nezákonné jednání a násilí. Patří sem sdělení o páchání přestupků nebo trestných činů, například válečných zločinech, loupežích, vraždách, znásilnění atp. Kategorie sociální/právní je přiřazena

epizodám s dominantním společensko-právním přesahem. Jde například o sdělení o rovnoprávnosti, diskriminaci, kvalitě života, enviromentálních tématech, sociálních tématech, školství, sociálních tématech, komunitním způsobu života, stárnutí, atp. Kategorie politika a vláda je přiřazena epizodám, které se dominantně týkají politické reprezentace a politických rozhodnutí, včetně sdělení o volbách, jednáních, politických procesech, projevech, geopolitických událostech, vnitřní bezpečnosti státu, armádě atp. Hodnota umění/média/sport je přiřazována epizodám s převažujícím kulturním sdělením, patří sem sdělení o umění, uměleckých oceněních, festivalech, technologiích, médiích, dezinformacích, ale i sportu, sportovních utkáních, Olympijských hrách, celebritách atp. Do kategorie zdraví a věda patří epizody s dominantně lékařskou a vědeckou tematikou. Patří sem sdělení o covidu, očkování, hygieně, farmacii, ale také sdělení týkající se výzkumu, akademických výstupech z různých vědeckých oborů atp. Hodnotu jiné v kategorii dominantní téma nabývají jednotky, které mají dominantní sdělení jiné než výše zmíněné. Dvanáctá kategorie prostor se vztahuje k místu, ke kterému se dominantní téma epizody vztahuje. Nabývá hodnot:

- a. Lokální
- b. Celostátní
- c. Mezinárodní

Kategorie lokální je v kódovací knize přiřazena epizodám, které se dominantně vztahují k jednomu konkrétnímu místu, typicky městu či obci nebo jedné konkrétní osobnosti. Kategorie celostátní je určena epizodám, které se týkají dění v České republice bez mezinárodního přesahu, epizody s mezinárodním přesahem nebo čistě zahraničním děním nabývají hodnoty mezinárodní.

4.5 Postup práce

V rámci prvního kroku mé analýzy byl proveden předvýzkum na malém vzorku epizod pořadu Vinohradská 12, jehož cílem bylo otestování vhodné a správné stanovení jednotek měření. Předvýzkum měl také odhalit případné nedostatky ve vymezení kritérií jednotlivých kategorií analýzy. Předvýzkum neodhalil podstatné nedostatky ve vymezení jednotek výzkumu. Na základě předvýzkumu jsem se ale rozhodla upravit kategorie jednotky role hosta, které jsem původně chtěla převzít podle výzkumu Global Media Monitoring Project. Předvýzkum odhalil zbytnost některých kategorií GMMP v mém

výzkumu a naopak vhodné oddělení kategorie expert/komentátor na dvě samostatné kategorie. Kategorii komentátor jsem se navíc rozhodla přejmenovat na kategorii novinář.

Následovala samotná analýza vymezeného vzorku. Při poslechu všech 240 epizod jsem do kódovací knihy postupně, a na základě předem stanovených a výše popsaných jednotek a kategorií, převáděla obsah pořadu do statisticky zpracovatelných výstupů.

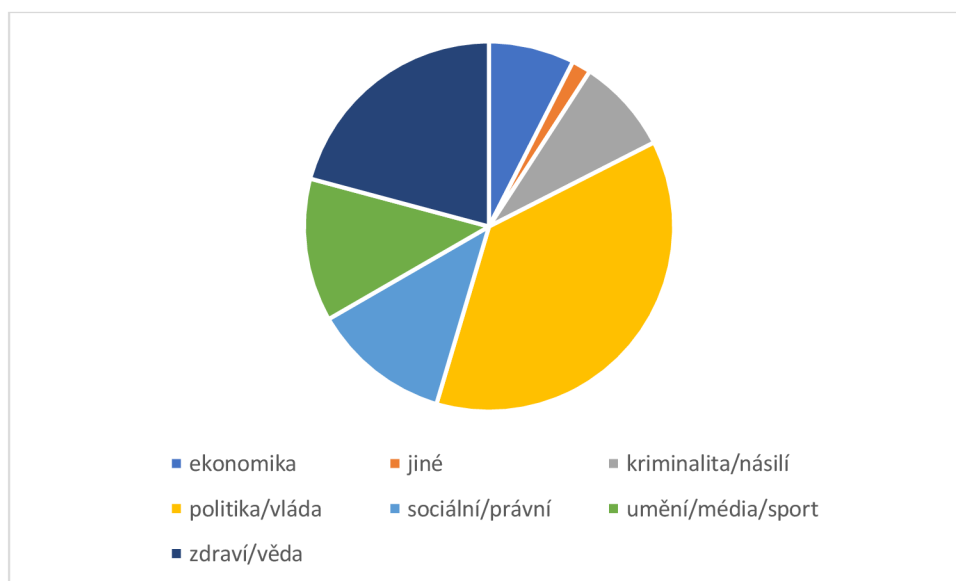
5 Výsledky analýzy

V následujících podkapitolách uvádím výsledky obsahové analýzy témat a hostů podcastu Vinohradská 12 v období 1. 1. 2021 až 31. 12. 2021, respektive 4. 1. 2021 až 31. 12. 2021.

5.1 Dominantní téma a prostor

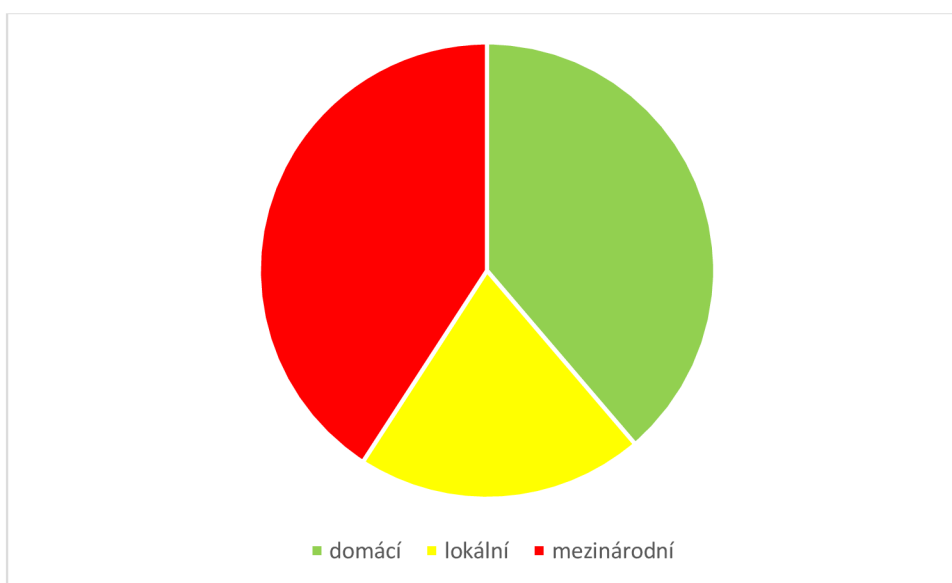
Analyzováno bylo celkem 240 epizod podcastu Vinohradská 12, které vznikly v časovém období od 1. ledna 2021 do 31. prosince 2021. V nejvíce epizodách, téměř ve 37,1 % vzorku, byla dominantním tématem politika a témata s ní spojená. Významně byla v roce 2021 v rámci pořadu zastoupena témata související primárně se zdravím a vědou a to z 20,8 %. Epizody s dominantními tématy týkající se umění, médií a sportem tvořily 12,5 % vzorku. Téměř shodně byla zastoupena témata se sociálně-právní tematikou, v kalendářním roce 2021 jich bylo vydáno jen o jednu méně a tvořily tak 12,1 % pořadu. V 8,3 % zkoumaných epizod bylo hlavním tématem kriminální, protizákonné nebo násilné dění. S podobnou četností byly zastoupeny epizody s dominantně ekonomickými a hospodářskými tématy, které tvořily 7,5 % vybraného vzorku. Četnost výskytu jednotlivých témat zobrazuje následující graf č. 1.

Graf č. 1: Složení Vinohradské 12 podle převažujícího tématu epizody



Z pohledu četností témat podle místa, případně velikosti skupiny obyvatel, kterých se téma epizody týká, je podcast Vinohradská 12 relativně vyvážený. Ze 240 epizod se jich třiadevadesát týkalo domácího dění, osmadevadesát epizod mělo zahraniční přesah a devětačtyřicet epizod se týkalo regionálních událostí nebo velmi malé skupiny obyvatel, případně jednotlivců. Jinými slovy 40,8 % epizod bylo zakódováno jako mezinárodních, 38,6 % epizod jako domácích a 20,4 % jako epizod lokálních. Výsledky jsou znázorněny v následujícím grafu č. 2.

Graf č. 2: Složení Vinohradské 12 podle místa, ke kterému se vztahuje



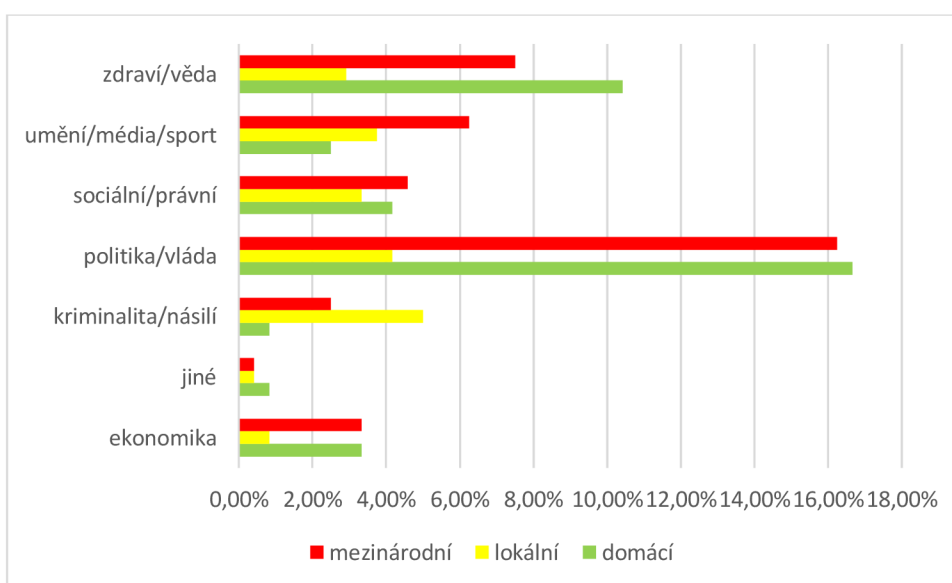
Při kombinaci dvou zmíněných proměnných, tedy dominantního tématu a prostoru či skupině obyvatel, ke které se epizoda vztahuje, získáváme ještě podrobnější obraz rovnoměrného tematického složení podcastu Vinohradská 12. Z celkových devětaosmdesáti epizod s dominantním politickým obsahem jich bylo čtyřicet domácích, devětatřicet zahraničních a deset lokálních.

Z padesáti epizod, které se týkaly převážně vědy a zdraví jich bylo pětadvacet domácích, osmnáct zahraničních a sedm lokálních. Z celkových třiceti epizod, které se týkaly převážně umění, sportu, médií a technologií jich bylo šest domácích, patnáct zahraničních a devět lokálních. Z devětaadvaceti dílů s dominantní sociálně-právní tematikou bylo deset domácích, jedenáct zahraničních a osm lokálních. Ze dvaceti dílů s převažujícím kriminálním obsahem byly dva díly domácí, šest dílů zahraničních a osmnáct dílů lokálních.

V roce 2021 se nejvíce epizod podcastu Vinohradská 12 týkalo převážně domácího politického dění a to z 16,7%. V těsném závěsu byla témata spojená se zahraniční politikou, která tvořila 16,3% vzorku. Témata o vědě a zdraví z domácího zpravodajství tvořily 10,4% pořadu. Pomineme-li čtyři epizody, jejichž kategorie téma byla zakódována jako „jiné“, nejmenší zastoupení měly v roce 2021 v podcastu Vinohradská 12 epizody s lokálním ekonomickým obsahem, které tvořily jen 0,8% obsahu.

Nejvíce lokálních témat bylo z kategorie kriminalita a násilí, epizody s touto tematikou tvořily 5% vzorku. Kriminalita a násilí byla zároveň jedinou kategorií, ve které byla lokální témata zastoupena více než domácí i zahraniční. Největší odchylku v zastoupení domácích a zahraničních témat analýza odhalila u dílů s dominantní kulturní tematikou, tedy dílech převážně o umění, sportu a médiích. Odchylka tvořila 3,7 procentního bodu. Naopak žádná odchylka v zastoupení zahraničních a domácích témat nevznikla v kategorii ekonomika. Jedinou kategorií, ve které v roce 2021 vzniklo více domácích epizod než zahraničních, byla témata týkající se zdraví a vědy, konkrétně vzniklo v této kategorii o sedm epizod více domácích než zahraničních. Tyto závěry jsou graficky zobrazeny v grafu č. 3.

Graf č. 3: Poměr epizod podle převažujícího tématu a místa, ke kterému se vztahují

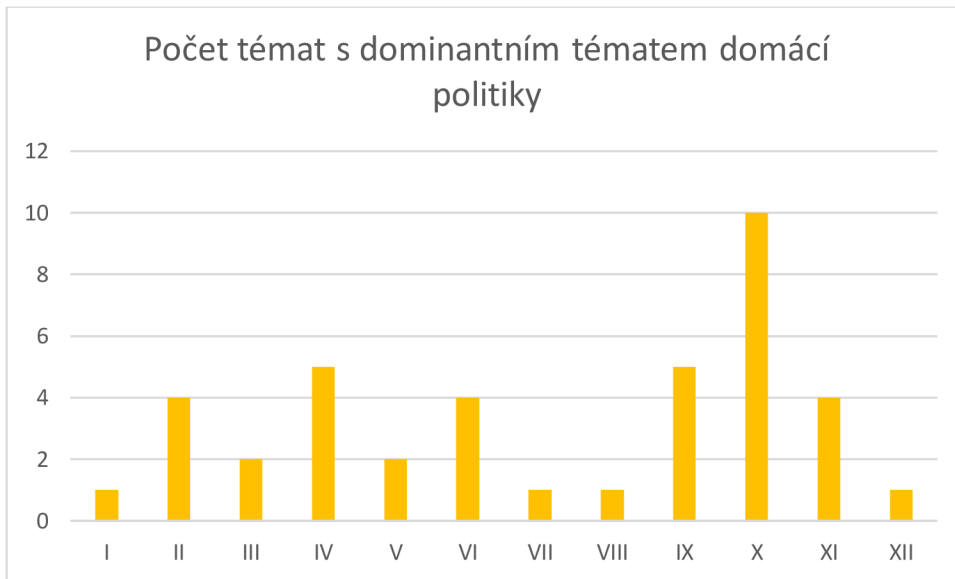


5.1.1 Témata v čase

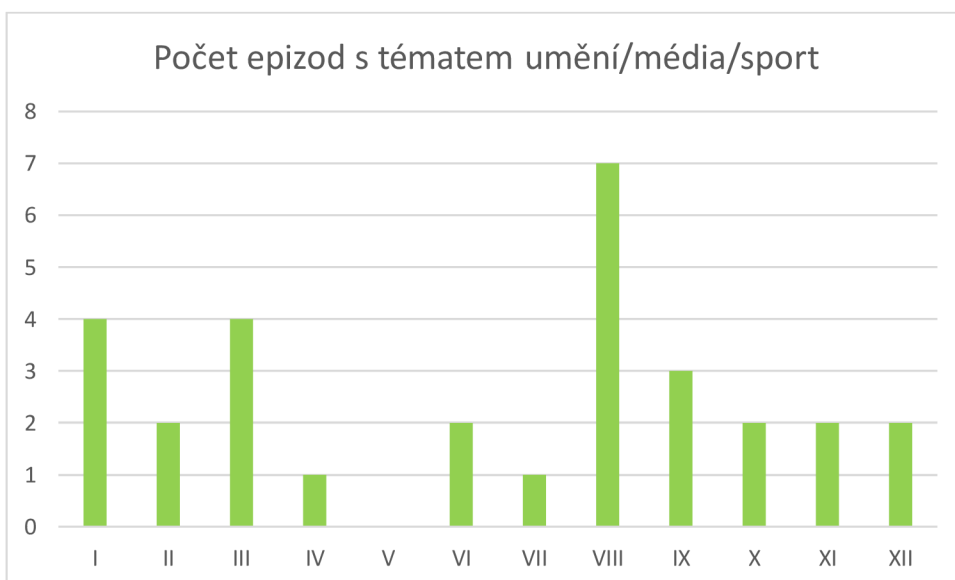
Zajímavé poznatky přináší analýza vybraných tematických kategorií podcastu Vinohradská 12 v čase. Domácí politice se pořad nejčastěji věnoval v říjnu 2021, kdy domácímu politickému dění bylo věnováno 50% epizod. Zvýšený výskyt domácí politiky v říjnu 2021 koreluje s termínem parlamentních voleb, které proběhly v termínu 8. a 9. října

2021. Obdobně lze sledovat korelaci mezi maximální měsíční četností epizod o umění, médiích a sportu v srpnu 2021 a konáním letních Olympijských her v Tokiu v termínu 23. července až 8. srpna. Podobně lze hledat souvislost mezi výskytem témat spojených se zdravím a vědou a vlnami epidemie covid-19 na jaře a na podzim 2021. Uvedené závěry zobrazují následující grafy č.4 až 6.

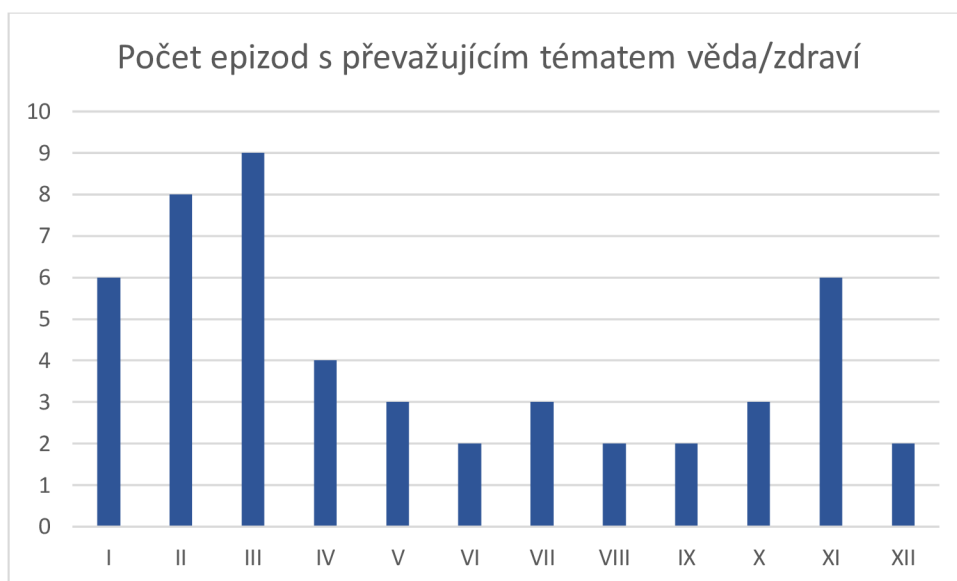
Graf 4: Četnost epizod s tématikou domácí politiky v jednotlivých měsících I-XII.



Graf 5: Četnost epizod o umění, médiích a sportu v jednotlivých měsících I-XII.



Graf 6 : Četnost epizod o zdraví a vědě v jednotlivých měsících I-XII.



5.2 Hosté podcastu Vinohradská 12

5.2.1 Počet hostů

Ve 240 epizodách podcastu Vinohradská 12, které byly v rámci výzkumu analyzovány, vystoupilo celkem 270 hostů. Někteří hosté byli v rámci různých epizod hosty opakovaně, reálně se tedy objevilo v pozici hosta méně než 270 osobností. Podrobněji se výsledkům opakování věnuji níže. Jednoho hosta mělo 218 epizod, dva hosty mělo patnáct epizod, tři hosty měly čtyři epizody a dvě epizody měly dokonce pět hostů, což byl zároveň maximální počet hostů dosaženého v rámci jednoho dílu. Jedna epizoda, konkrétně ta ze 31. prosince s názvem Silvestrovská V12: Rok 2021 ve zvuku, byla zcela bez hosta. Vyjádřeno procentuálně: 90,8 % epizod mělo jednoho hosta, dva hosty mělo 6,3 % epizod, 1,7 % epizod mělo tři hosty, 0,8 % epizod mělo hostů pět a 0,4 % epizod, respektive jedna epizoda, bylo bez hosta.

5.2.2 Jméno hosta

Jak bylo zmíněno, ve 240 epizodách podcastu Vinohradská 12 vystoupilo v kalendářním roce 270 hostů a hostek. Protože se ale někteří hosté objevili v rámci různých epizod opakovaně, v kalendářním roce 2021 se v roli hosta v podcastu Vinohradská 12 objevilo 185 osobností. 79,4 % osob bylo hostem podcastu Vinohradská 12 právě jednou, 11,6 % dvakrát, 3,7 % hostů bylo hostem třikrát, po jednom procentu bylo hostů, kteří byli

hosty pětkrát až sedmkrát. Jedna osoba byla hostem osmkrát. Jinými slovy, 20, 6 % hostů podcastu Vinohradská 12 bylo hostem opakovaně.

Nejčastěji, a to osmkrát, byl v roce 2021 hostem podcastu Vinohradská 12 novinář Českého rozhlasu Matěj Skalický (1), vždy byl zároveň jediným hostem epizody a vyjadřoval se k tématům s dominantní zdravotní a vědeckou tematikou. Sedmkrát byli hostem Petr Hartman (2), který byl šestkrát jediným hostem epizody a v jednom případě byl jedním ze dvou hostů epizody a Markéta Chaloupská (3), která byla jediným hostem epizody ve třech případech a čtyřikrát byla jednou ze dvou hostů epizody. Šestkrát byly hostky Kristýna Guryčová (4), která byla pětkrát jediným hostem a v jednom případě byla jedna ze dvou hostů epizody, Jana Magdoňová (5), která byla jediným hostem ve třech epizodách a Martin Štorkán (6), který byl jedním ze dvou hostů ve čtyřech epizodách a ve dvou epizodách byl jediným hostem. V pěti epizodách byli hosty Zdeňka Trachtová (7) a Artur Janoušek (8). Zdeňka Trachtová byla jediným hostem ve čtyřech epizodách, v páté epizodě byla jedna ze dvou hostů. Artur Janoušek byl jediným hostem ve třech epizodách, ve dvou epizodách byl jedním ze dvou hostů.

Čtyřikrát byli hosty podcastu Vinohradská 12 Jan Cibulka (9) a Lubomír Smatana (10). Lubomír Smatana je zároveň jediný, který byl ve všech čtyřech případech jediným hostem epizody. Jan Cibulka byl dvakrát jedinými hosty epizody a dvakrát jedním ze dvou hostů. Tříkrát byli v kalendářním roce 2021 hosty Ivana Milenkovičová (11), Jana Klímová (12), Jan Boček (13), Anna Košlerová (14), Martin Čaban (15), Filip Nerad (16), Jakub Troniček (17) a Vojtěch Srnka (18). Všichni kromě Ivany Milenkovičové a Jakuba Tronička, kteří byli v jednom případě jedním ze dvou hostů, byli pokaždé jediným hostem epizody.

Hostem dvou epizod byli Štěpán Sedláček (19), Václav Dolejší (20), Jan Kaliba (21), Petr Honzejek (22), Jan Trnka (23), Tomáš Kocián (24), Erik Tabery (25), Nataša Dudinski (26), Janek Kroupa (27), Ondřej Kundra (28), Janetta Němcová (29), Petr Koubský (30), Štěpánka Kadlečková (31), Marie Bastlová (32), Tomáš Lysoněk (33), Dominika Kubištová (34), Miroslav Bureš (35), Jindřich Šídlo (36), Michael Schirtz (37) a Marie Heřmanová (38). Tomáš Kocián byl zároveň jediným, kdo byl v jednom případě jeden ze dvou hostů epizody. Štěpánka Kadlečková byla jedenkrát samostatným hostem epizody, a v jednom případě byla jednou z pěti hostů epizody.

Jediným hostem epizody a zároveň právě jednou byli hostem Vinohradské 12 v kalendářním roce 2021: Tomáš Dufka (39), Petr Boháček (40), Monika Tóthová (41), Hana Rybaková (42), Samuel Moyne (43), Ills Szurovecz (44), Vladimír Kroc (45), Ivan Kytka (46), Patrk Eicher (47), Ivana Kottasová (48), Petr Lukáč (49), Andrej Kutila (50),

Tomáš Samek (51), Jakub Horáček (52), Mikuláš Kroupa (53), Jan Beneš (54), Pavel Novák (55), Apolena Rychlíková (56), Petr Holub (57), Alex Kliment (58), Radek Bartoniček (59), Jan Jilek (60), Tereza Chaloupská (61), Jan Krajhanzl (62), Tomáš Lebeda (63), Jan Richtr (64), Veronika Baláková (65), Jan Suchan (66), Barbora Procházková (67), Mirek Čepická (68), David Jakš (69), Pavel Baršta (70), Jana Matesová (71), Pavel Sladký (72), Jana Wolmouth Markupová (73), Janek Rubeš (74), Petra Dvořáková (75), Břetislav Tureček (76), Roman Chlábek (77) Jaroslav Mašek (78), Scillia Alecciová (79), Jaroslav Plašil (80), Jaroslav Spurný (81), Taťána Míková (82), Jaroslava Pospíšilová (83), Tereza Šídlová (84), Dana Hamplová (85), Andrej Soldatov (86), Jindřiška Bláhová (87), Tomáš Pergler (88), Jiří Havelka (89), Ester Kvátsová (90), Jiří Kubík (91), Viktor Daněk (92), Jiří Nádoba (93), Gabriela Hykl (94), Michal Jemelka (95), Milan Tesař (96), Josef Pazderka (97), Kamil Švec (98), Karolína Beca-Pogorzelska (99), David Klimeš (100), David Macháček (101), Ondřej Houska (102), Kateřina Procházková (103), Paulina Mlewska (104), Kateřina Šafaříková (105), Pavel Hroboň (106), Konstantin Eggert (107), Pavel Polák (108), Alexandr Mitrofanov (109), Pavlína Nečástková (110), Kristýna Roháčková (111), Petr Dufek (112), Lenka Kabrhelová (113), Andrea Procházková (114), Leonid Ragozin (115), David Stuchlík (116), Libor Grubhoffer (117), Denisa Hejlová (118), Libuše Heczková (119), Petr Nosálek (120), Lubomír Kopeček (121), Pjotr Sauer (122), Radek Kedroň (123), Alice Rezková (124), Rushan Abbásová (125), Zuzana Černá (126), Maria Ramirez (127), Shalini Singh (128), Šárka Homfray (129), Andrea Sestini Hlaváčková (130), Štěpán Macháček (131), Marie Sýkorová (132), Markéta Dobiášová (133), Tereza Čemusová (134), Alisa Sopovová (135), Tereza Součková (136), Martin Balucha (137), Tomáš Brolík (138), Tomáš Forró (139), David Abram (140), Martin Dorazím (141), Amie Forrisová-Rormanová (142), Tomáš Vodňanský (143), Václav Pešička (144), Martin Vait (145), Eva Šelepová (146), Andrea Čánová (147), Matouš Pilnáček (148), Anna Durnová (149), Lucie Korcová (150), Adam Černý (151), Martin Buchtík (152) a Lukáš Valášek (153). Jedenkrát, ale pouze jedním ze dvou hostů epizody, byli v hosty podcastu Vinohradská 12 Zdislava Pokorná (154), Andrea Čánová (155), Tomáš Pika (156), Tomáš Kremr (157), Sandra Silná (158), Mustafa Sarwara (159), David Černý (160), Petr Fisher (161), Jan Wintr (162) a Jakub Grim (163). Jedenkrát ale pouze jedním ze tří hostů byli hosty Dobroslava Sehnalová (164), Antonín Hurych (165), Ondřej Černý (166), Sofie Sebráková (167), Alena (168), Petr Hubáček (169), Šárka Štěpánková (170), Kateřina Erychová (171), Zdeněk Špidla (172), Daniel Hagen (173), Martin Straka (174) a Vít Pavka (175).

Jedenkrát, ale pouze jedním ze pěti hostů byli Aneta Holasová (176), Dominik Hron (177), Karolína Peřesta (178), Jiří Šimánek (179), Jiří Prskavec (180), Barbora Zemanová (181), Ondřej Vančura (182) a Alexandr Choupenitch (183). Ve dvou epizodách nebylo z bezpečnostních důvodů jméno hostů uvedeno (184, 185). Jde konkrétně o epizodu Strach a beznaděj v Kábulu: osobní svědectví z 27. srpna a epizodu Svědectví o vojenském puči v Barmě z 5. února. V obou případech ale byla identita hostů uvedena jiným způsobem. V epizodě „Měli jsme štěstí, vzalo nám to jenom střechu“ z 1. července nebylo u jedné hostky uvedeno celé jméno, ve výsledcích je tedy uvedena jen pod křestním jménem Alena.

5.2.3 Role hosta

Analýza odhalila nerovnoměrné zastoupení hostů podle role hosta. Z 270 hostů bylo 201 v roli novinářů. Celkem 47 hostů bylo v roli expertů, třinácti hostům byla přiřazena hodnota osobní zkušenost a devět hostů bylo v roli subjektu. Novináři tak tvořili 74,4 % všech hostů, experti byli hosty v 17,4 % epizod, hosté s osobní zkušeností s tématem ve 4,8 % epizod, a hosté v roli subjektu 3,3 % epizod. Složení hostů podle role zobrazuje graf č. 7.

Největšího zastoupení se novinářům dostalo v tématech spojených s kriminalitou a trestní činností, kde tvořili 100 % hostů a vyjadřovali se tak ve všech třidvaceti epizodách s dominantním kriminálním tématem. V epizodách s dominantní ekonomickou tematikou tvořili 89 % hostů, v epizodách s dominantním tématem politiky a vlády tvořili novináři 78,1 % hostů, v epizodách s dominantním tématem zdraví a vědy tvořili novináři 75 % hostů, v epizodách s převažujícím tématem umění, médií a sportu tvořili novináři 62,2 % hostů a v tématech s dominantní sociálně-právní tematikou tvořili 54,3 % hostů. Zastoupení novinářů v jednotlivých tematických kategoriích je zobrazeno v grafu č. 8.

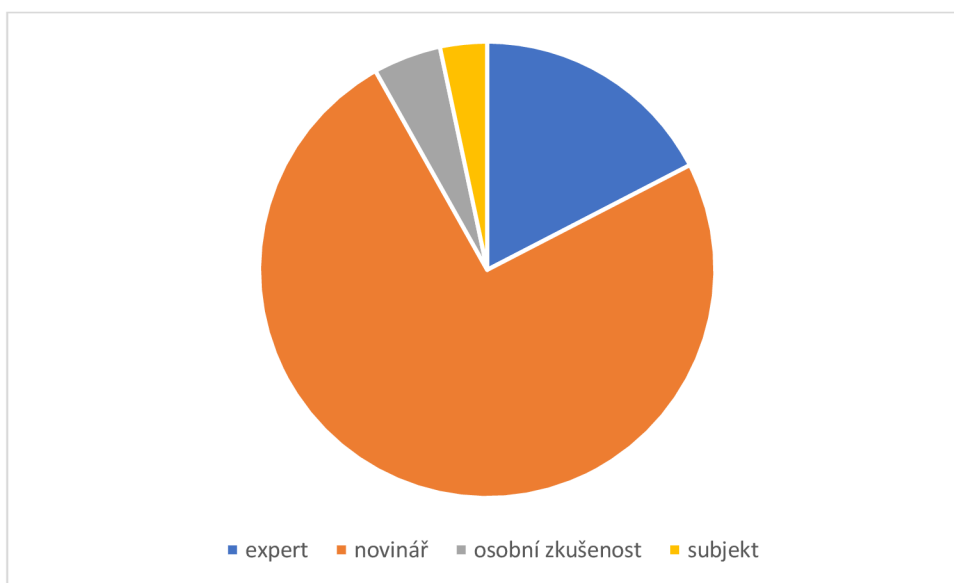
Z hlediska prostoru, ke kterému se téma epizody vztahovalo, byli novináři nejvíce zastoupeni u lokálních témat, kde tvořili 83,7 % hostů, u domácích témat tvořili novináři 75,8 % hostů a u témat s mezinárodním přesahem 73,5 % hostů.

Nejčastějším hostem v roli novináře byl Matěj Skalický, který byl v kalendářním roce hostem celkem osmkrát. Experti byli nejvíce zastoupeni v epizodách převažujícím sociálně-právním tématem, kde tvořili 28,6 % hostů, v epizodách s dominantním tématem politiky a vlády tvořili experti 20,8 % hostů, v epizodách s dominantním tématem zdraví a vědy tvořili 17,3 % hostů, v epizodách s dominantním tématem umění, médií a sportu tvořili experti 16,2 % hostů a v epizodách s dominantním tématem ekonomiky 11,1 % hostů. Z hlediska místa, ke kterému se téma epizody vztahovalo, byli experti nejvíce zastoupeni u témat

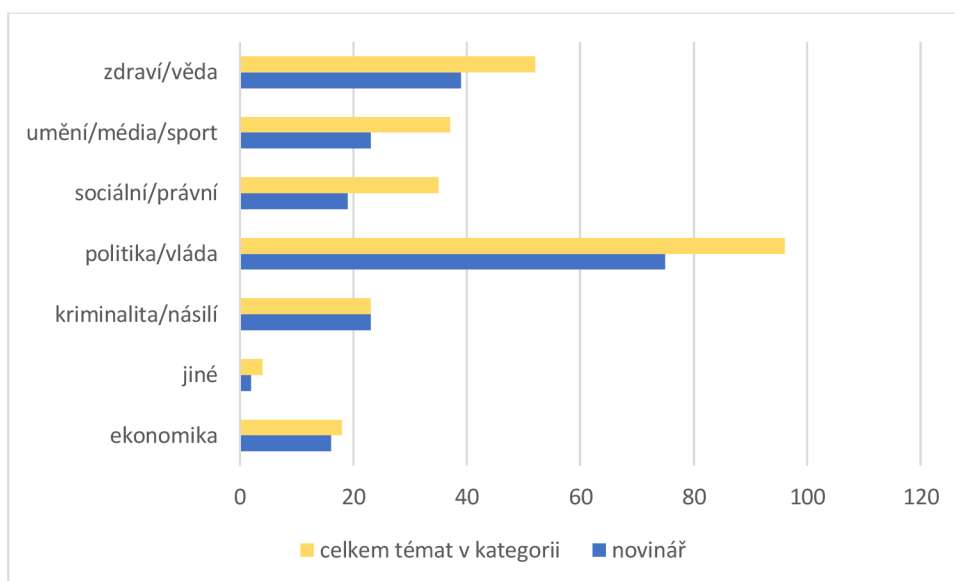
s mezinárodním přesahem, kde tvořili 22,6 % hostů, u domácích témat experti tvořili 20 % hostů a u lokálních témat 6 %.

Nejvíce zastoupenými hosty v kategorii expert byli socioložka Marie Heřmanová, lékař a biochemik Jan Trnka a regionální ředitel pro oblast Blízkého východu organizace Člověk v tísni Tomáš Kocián, kteří byli všichni shodně hosty dvou epizod. Mediální prostor Tomáše Kociána byl přitom nepatrně menší, vzhledem k tomu, že v jedné ze dvou epizod byl jedním ze dvou hostů, jak je uvedeno výše. U hodnot osobní zkušenost a subjekt uvádím vzhledem k nízkému zastoupení jednotlivých hodnot výsledky v absolutních číslech. Hodnota osobní zkušenost byla přiřazena ke třinácti hostům, v šesti případech u epizod s dominantním sociálně-právním tématem, ve čtyřech případech u epizod s dominantním tématem zdraví a vědy, ve třech případech u epizod s tematickou kategorií jiné. Hodnota subjekt byla přiřazena devíti hostům, v osmi případech u epizod s dominantním tématem spojeným s uměním, médií a sportem v jednom případě šlo o epizodu s tematickým označením jiné.

Graf č. 7: Složení hostů podle role



Graf č. 8: Podíl novinářů podle témat



5.2.4 Domovské médium novinářů

Jak už bylo zmíněno, novináři dominovali složení hostů podcastu Vinohradská 12. Z 270 hostů podcastu Vinohradská 12 bylo v roce 2021 celkem 201 novinářů a novinářek. Stanovit domovskou redakci bylo možné u 199 z nich. Absolutní většinu přitom měli novináři a novinářky Českého rozhlasu, kterých bylo celkem 126. Tvořili tak 62,7 % hostů v roli novináře a 46,7 % všech hostů podcastu.

Z dalších médií bylo sedmnáct hostů ze Seznam zpráv, deset hostů z Hospodářských novin, devět hostů z týdeníku Respekt, čtyři hosté ze serveru Aktualne.cz, tři hosté Deníku N. Dva hosté byli ze slovenského Denníku N a dva hosté, respektive dvakrát stejný reportér Michael Schirtz, z amerického New York Times. Po jednom hostovi byla zastoupena média Reportér, People's Archive od Rural India, Sport, Deutsche Welle, Proglas, Eduzin.cz, Sahar Speakers, El Diario, Outriders, Atlantic Council, Player.cz, 444.hu, Rádium Svoboda, Moscow Times, Česká televize, CNN, Agentura.ru, Svobodné listy, Deník Referndum, Alarm a Novinky.cz.

Ve čtyřech případech bylo v rámci podcastu uvedeno, že hostem je novinář nebo novinářka, ale nebylo uvedeno jeho nebo její domovské médium. V dalších třech případech šlo o novináře, kteří pracují na volné noze nebo pro více médií zároveň, a tak kategorie domovské médium nabylo hodnoty jiné.

5.2.5 Zahraniční médium

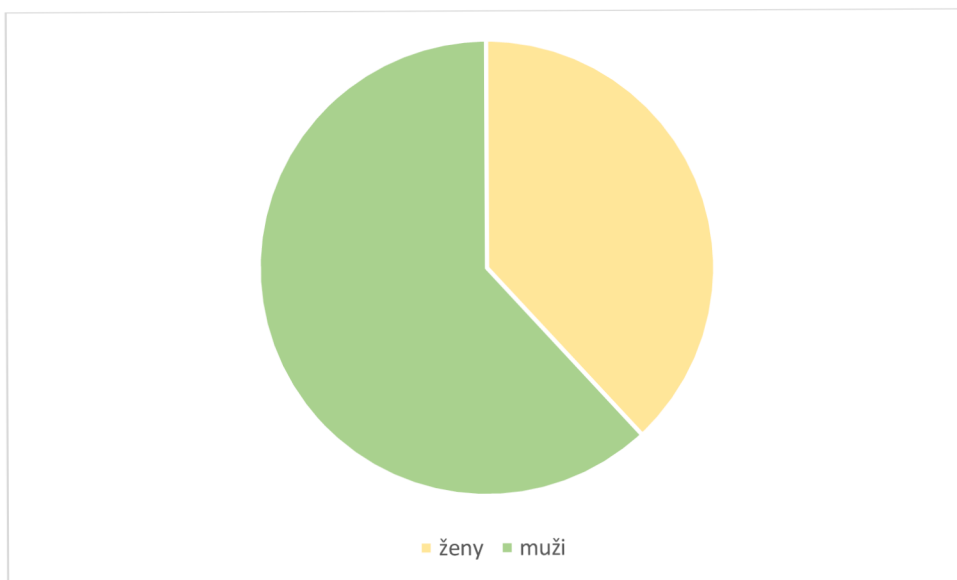
V roce 2021 bylo hostem 201 novinářů, domovská redakce byla uvedena u 199 z nich, zastoupeno tak v podcastu Vinohradská 12 bylo minimálně 29 redakcí, jejichž výčet je uveden výše. 181 hostů novinářů bylo z českých médií a 18 hostů novinářů ze zahraničních médií. Ze zahraničních médií byl nejvíce zastoupen slovenský Denník N a americký New York Times. Mezi další zahraniční média, jejichž reportéři a reportérky byli hosty podcastu Vinohradská 12 patří CNN, Moscow Times, Agentura.ru, Atlantic Council, Outriders, Sahar Speaks, People's Archive of Rural India, Deutsche Welle, 444.hu a El Diario.

5.2.6 Gender hosta

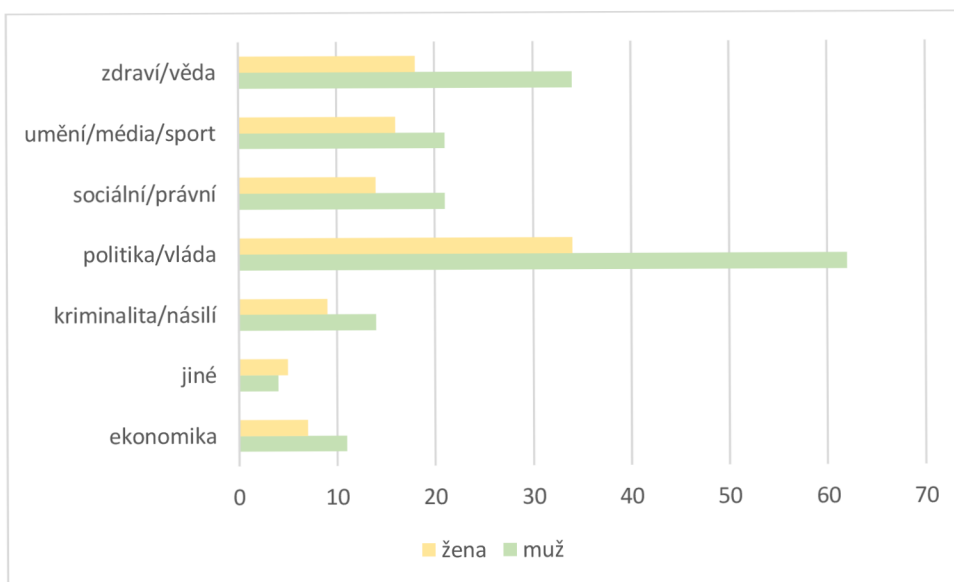
Z 270 hostů, kteří byli v roce 2021 hosty podcastu Vinohradská 12, bylo 167 mužů a 103 žen. Ženy tak tvořily 38,2 % hostů. Poměr mužů a žen zobrazuje graf č. 9. Podle kategorie role hosta byly ženy nejméně zastoupeny v roli novinářek, kde tvořily 37,3 % hostů novinářů, v roli expert ženy tvořily 40,4 % hostů. Nejvíce byly ženy zastoupeny v roli subjekt, kde z devíti hostů byly čtyři ženy, v hodnotách hosta s osobní zkušeností s tématem bylo ze třinácti hostů pět žen. Zanedbáme-li epizody, které byly tematicky zařazeny do kategorie jiné, kde byly ženy hostem pětkrát z devíti případů, byly ženy nejčastěji hostkami v epizodách s převládající tematikou umění/média/sport, kde tvořily 43,2 % hostů. V epizodách s převažující sociálně-právní tematikou ženy tvořily 40 % hostů, v epizodách s dominantním tématem kriminalita a násilí byly ženy hostkami v 39,1 % případů. V epizodách, které byly převážně o politice a vládě byly ženy hostkami v 35,4 % a nejméně byly zastoupeny v epizodách se zdravotní a vědeckou tematikou, kde tvořily 34,6 % hostů.

Z pohledu místa, ke kterému se téma epizody vztahovalo, byly ženy nejvíce zastoupeny u témat s mezinárodním přesahem nebo čistě zahraničních témat, kde tvořily 43,3 % hostů. V epizodách, které se týkaly hlavně zahraniční politiky byly ženy hostkami v šestnácti případech z devětatřiceti, tedy více než ve 41 % případů, u domácí politiky to pak bylo jen 30 % případů. V domácích tématech byly ženy zastoupeny ze 33,3 %. Jediným hostem epizody byla žena ve 36,7 % epizodách. V epizodách se dvěma hosty tvořily ženy 43,3 % hostů. V epizodách s pěti hosty byli muži a ženy zastoupeni stejně. V epizodách se třemi hosty byly ženy hostkami v pěti případech ze dvanácti.

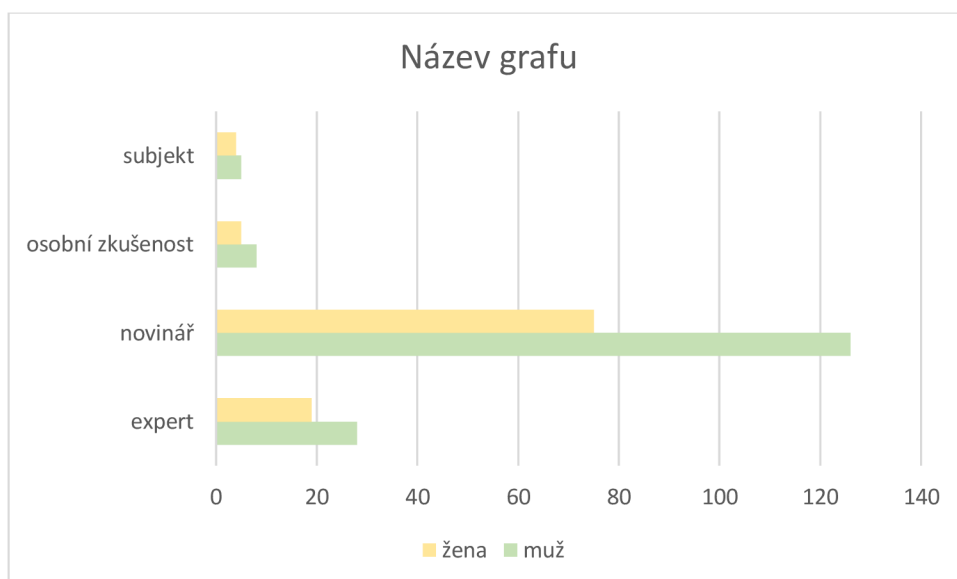
Graf č. 9: Složení hostů podle genderu



Graf č. 10: Složení hostů podle genderu a tématu



Graf č. 11: Složení hostů podle genderu a role



5.3 Shrnutí závěrů analýzy

V této podkapitole shrnu výsledky analýzy a zodpovím na stanovené výzkumné otázky, jejichž cílem bylo zanalyzovat složení podcastu Vinohradská 12 s ohledem na tematické složení a složení hostů. Jednotlivé výzkumné otázky jsou uvedeny v podkapitole 4.2.

Z výše uvedených výsledků vyplývá, že dominantním tématem podcastu Vinohradská 12, je politika, vláda a témata s tím spojená. Epizody s touto tematikou tvořily v roce 2021 přes 37 % produkce podcastu, zatímco témata spojená se zdravím a vědou byla zastoupena asi ze 20 %. Témata spojená s uměním, médií a sportem tvořily 12,5 % produkce, což je jen o několik desetin procentních bodů více než představovala témata se sociálně-právní tematikou, která byla zastoupena z 12 %. Epizody s převážně kriminální a protizákonnou tematikou tvořily 8,3 % vzorku a ekonomická témata byla zastoupena nejméně s 7,5% podílem.

Složení témat z pohledu prostoru a počtu lidí, ke kterému se téma vztahuje je podcast Vinohradská 12 relativně vyvážený. Téměř 41 % epizod se vztahovalo k mezinárodnímu nebo zahraničnímu dění. Dění v České republice bylo věnováno 38,6 % epizod. Celkem 20 % epizod se týkalo regionálního dění nebo témat spojených s konkrétní osobností. Absolutně nejvíce epizod se týkalo domácího politického dění. Jediným tématem, ve kterém byla poměrově více zastoupena lokální témata před domácími i zahraničními, byla kategorie kriminalita a násilí.

Z hostů měl největší mediální prostor novinář Českého rozhlasu Matěj Skalický, který byl v roce 2021 hostem osmkrát. Více než jednou bylo v roce 2021 hostem podcastu Vinohradská dalších osmatřicet osobností, z naprosté většiny novinářů. Opakovaně se v roli hosta podcastu Vinohradská 12 objevili novináři Petr Hartman, Markéta Chaloupská, Kristýna Guryčová, Jana Magdoňová, Martin Štorkán, Zdeňka Trachtová, Artur Janoušek, Jan Cibulka, Lubomír Smatana, Ivana Milenkovičová, Jana Klímová, Jan Boček, Anna Košlerová, Martin Čaban, Filip Nerad, Jakub Troniček, Vojtěch Srnka, Štěpán Sedláček, Václav Dolejší, Jan Kalíba, Petr Honzejek, Erik Tabery, Nataša Dudinski, Janek Kroupa, Ondřej Kundra, Janetta Němcová, Petr Koubský, Štěpánka Kadlečková, Marie Bastlová, Tomáš Lysoněk, Dominika Kubištová, Miroslav Bureš, Jindřich Šídlo a Michael Schritz z amerického The New York Times. Z řad expertů byli opakovaně hosty Marie Heřmanová, Tomáš Kocián a Jan Trnka.

Novináři tvořili výrazný podíl hostů podcastu Vinohradská 12, a to konkrétně v 74,4 % všech hostů oproti 17,4 % které tvořili experti. Nejvýrazněji byli zastoupeni novináři Českého rozhlasu, kteří tvořili 46,7 % všech hostů. Poměr novinářů českých a zahraničních médií se rovnal v roce 2021 181:18. U tohoto čísla však došlo k určitému zkreslení, jelikož u některých novinářů nebyla uvedena domovská redakce. Z ostatních médií byli nejvíce zastoupeni sestupně novináři Seznam zpráv, Hospodářských novin, Respektu, Aktualne.cz a Deníku N. Zastoupení byli novináři z médií Denník N, New York Times, Reportér, People's Archive of Rural India, Sport, Deutsche Welle, Proglas, Eduzin.cz, Sahar Speakers, El Diario, Outeiders, Atlantic Council, Player.cz, 444.hu, Rádium Svoboda, Moscow Times, ČT, CNN, Agentura.ru, Svobodné listy, Deník Referendum, Alarm a Novinky.cz.

Ženy tvořily v roce 2021 38,2 % hostů podcastu Vinohradská 12. V epizodách, které měly jediného hosta byly ženy hostkami ve 36,7 %. Zanedbáme-li kategorie hostů, které byly zastoupeny jen jednotkami hostů, byly ženy nejčastěji hostkami epizod, které se týkaly převážně umění, médií a sportu a epizodách s převažující sociálně-právní tematikou. V kategorii expert, tvořily ženy 40,4 % hostů. Největší zastoupení žen bylo u témat se zahraniční tematikou, kde tvořily 43,3 % hostů. Ženy jsou tedy v rámci podcastu Vinohradská 12 zastoupeny více, než uvádí Global Media Monitoring Project, podle kterého jsou ženy reprezentovány v mediálních obsazích z 25 %. Výsledky této analýzy také odporují závěrům GMMP, které uvádí, že ženy jsou nejvíce zastoupeny u lokálních témat a nejméně u témat s mezinárodní politickou tematikou.

Závěr

Cílem této práce bylo analyzovat obsah podcastu Vinohradská 12 jakožto konkrétního příkladu oblíbeného nového formátu sdílení zpravodajských obsahů. Hlavní motivací přitom bylo podrobit zkoumání podezření na nižší míru objektivitu, kterou se mohou zpravodajské podcasty vyznačovat. Tato motivace byla umocněna skutečností, že podcast Vinohradská 12 patří do produkce veřejnoprávního média, které je k nezávislému, relevantnímu a vyváženému informování o tématech důležitých pro veřejnost, vázáno zákonem i svým kodexem.

Předmětem výzkumu bylo kvantitativně, za využití metody obsahové analýzy, vyjádřit zastoupení jednotlivých témat a složení hostů a poskytnout statistická data, která mohou být jedním z nástrojů k posouzení vyváženosti mediálních obsahů. Tato práce si nekladla za cíl vyhodnotit, zda je podcast objektivní či vyvážený, jelikož problematika těchto mediálních nároků je složitější a posuzování takových kvalit vyžaduje komplexnější analýzu, než je rozsah této bakalářské práce. Dílčím cílem bylo vyhodnotit zastoupení žen v hostech pořadu, jelikož nízké zastoupení žen může být jedním z důsledků pracovních rutin novinářů, které často časový tlak a další faktory vedou ke stereotypnímu výběru respondentů do zpravodajských sdělení. Zastoupení žen v mediálních obsazích je také jedním z oblastí současných genderových mediálních studií.

Z výsledků analýzy této práce vyplývá, že převažujícím tématem podcastu Vinohradská 12 je politika, a to jak domácí, tak zahraniční. Dominantní zastoupení politických témat ve zpravodajských obsazích v demokratických společnostech je obvyklé a do značné míry i odůvodnitelné, vzhledem k tomu, že existuje všeobecné očekávání, že zpravodajství má veřejnosti poskytovat takové informace, aby se občané mohli orientovat v okolním světě a správně rozhodovat právě i při volbách své politické reprezentace. Téma politiky navíc může obsahovat řadu tzv. zpravodajských hodnot, které přispívají k jejich zařazení do mediální agendy, jako je například důležitost, relevance nebo aktuálnost.

V roce 2021 byla také v podcastu Vinohradská 12 výrazně zastoupena témata zdraví a témata související s uměním, médií a sportem. Největší zastoupení těchto tří tematických kategorií lze v rovině polemiky dát souvislosti s konáním parlamentních voleb na podzim roku 2021, pandemií covidu-19 na jaře a na podzim a konáním Olympijských her v Tokiu. Při hledání souvislosti mezi mediální agendou a děním je však nutné mít na paměti, že bez využití dalších výzkumných metod nelze jednoznačně určit, do jaké míry se vzájemně

veřejná a mediální agenda ovlivňují a lze pouze na základě výzkumů mediální agendy konstatovat jejich určitou vzájemnou závislost.

Lze však jednoznačně prohlásit, že výsledky analýzy neodhalily žádné mimořádně silné upřednostňování určité tematické kategorie, čímž alespoň částečně vyhovuje požadavkům stanoveným zákonem i kodexem Českého rozhlasu. Určitou nevyváženost odhalily výsledky v oblasti složení hostů podcastu, téměř tři čtvrtiny všech hostů tvoří novináři a novinářky, naprostou dominanci pak mají redaktoři a redaktorky Českého rozhlasu. Vysoké zastoupení novinářů lze vysvětlit rychlým tempem, ve kterém podcast vzniká a nedostatkem času na hledání a komunikaci s jinými potenciálními respondenty. Novináři a novinářky nejen Českého rozhlasu navíc pravděpodobně disponují dobrou schopností se vyjadřovat, důvěryhodností i znalostmi tématu, což jsou faktory, které ovlivňují výběr respondentů zpravodajských obsahů.

Zmíněnou homogenitu hostů ve vztahu k tématu do jisté míry kompenzuje jejich diverzita. Opakovaně bylo v roce 2021 hosty pouze 39 osob z celkových 185. Nejčastějším hostem byl novinář Českého rozhlasu Matěj Skalický a to celkem osmkrát. Určitá míra různorodosti je patrná i z pohledu původu jednotlivých hostů-novinářů, mezi kterými se vyskytovali také novináři jak zahraničních, tak domácích soukromých médií. V malé míře tak lze hovořit i intermediální nastolování agendy. Z českých médií byli nejvíce zastoupeni novináři Seznam Zpráv, Hospodářských novin a Respektu. Je ale nutné uvést, že v porovnání s četností výskytu novinářů a novinářek Českého rozhlasu šlo o zanedbatelná zastoupení.

Určité překvapení přinesly výsledky výzkumu v oblasti zastoupení žen mezi hosty podcastu Vinohradská 12. Ačkoliv různé výzkumy uvádějí, že jejich zastoupení v mediálních obsazích se pohybuje okolo 20-28 %, ženy tvořily v roce 2021 přes 38 % hostů podcastu Vinohradská 12. Výsledky výzkumu této práce také odporují závěrům, že ženy se v menší míře vyskytují v roli expertek a komentátorek tzv. „hard news“, jelikož jednou z kategorií, kde byly ženy nejvíce zastoupeny tvořily témata spojená s mezinárodní politikou.

Tato práce poskytuje kvantitativní přehled o tematickém složení a složení hostů podcastu Vinohradská 12 v roce 2021. V teoretické části přitom nabízí přehled základních konceptů a teorií, které se výběru zpráv a respondentů mediálních obsahů zabývají. Lze tedy konstatovat, že podává komplexní sdělení o výběru témat a hostů podcastu Vinohradská 12.

Seznam použité literatury

BOTTOMLEY, Andrew. J. Podcasting: A Decade in the Life of a “New” Audio Medium: Introduction. *Journal of Radio & Audio Media*. 2015. Vol. **22,2**, s.164-169.

DEARMAN, R. Philip a GALLOWAY, Chris, J. a kol. Putting podcasting into perspective. In: HELY, S. B BERRYMAN a D GOODMAN. *Radio in the World: Radio Conference 2005*. Melbourne. RMIT Melbourne. 2005. s. 535-546.

GALTUNG, Johan a RUGER Holombøe. The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research*. 1965. Vol. *2,1*, 64-69.

Global Media Monitoring Project. 6th Global Media Monitoring Project. 2020. ISBN: 978-1-7778038-0-3.

JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ Barbara. *Masová média*. Praha: Portál. 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.

KRIPPENDORFF, Klaus. *Content analysis: an introduction to its methodology*. 2nd ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2004. ISBN 0761915451.

LIPPMANN, Walter. *Public Opinion*. 2. vyd. New Jersey: Transaction Publishers, 1998. ISBN 1-56000-99-3

MANNING-WHITE, David. „The Gate Keeper“: A Case Study In the Selection News. *Journalism Quarterly*. 1950. Vol. 27, 4, 385-390.

MCCOMBS, Maxwell. Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění. Praha: Portál. 2009. ISBN: 9788073675912.

MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Přeložila Hana ANTONÍNOVÁ. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-840-6.

MCHUGH, Siobhan. *Memoir for Your Ears: The Podcast Life*. In: AVIESON, B. a kol.: *Mediating Memory: tracing the limits of memoir*. Routledge. Oxford. New York. 2018. s.104-122. ISBN 9780367667429.

MILETTE, Mélanie. *Independent Podcasting as a Specific Online Participative Subculture: A Case Study of Montreal's Podcasters*. In: *Performance and Participation*. Seattle. Association of Internet Researchers. 2011. ISSN 2162-3317.

MINÁŘOVÁ, Eva. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada, 2011. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-2979-4.

OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9

POWERS, Angela a FICO, Frederick. *Influences on Use of Sources at Large U.S. Newspapers*. *Newspaper Research Journal*. 1994. Vol. 15,4. s.87-97.

REICH, Zvi. *Source credibility and Journalism*. *Journalism Practice*. 2011. Vol. 5, 1. s. 51-67.

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

SHOEMAKEROVÁ, Pamela a REESE, Stephen. *Meditating the Message. Theories of Influences on Mass Media Content*. Longman Publishers USA. New York. 2. vydání. ISBN: 0-8013-1251.5.

SVOBODOVÁ, Markéta. *Podcasting jako fenomén nových médií a jeho současný stav v České republice*. 2019. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Vochocová, Lenka.

ŠKODOVÁ, Markéta a TRAMPOTA, Tomáš a TABERY, Paulína a kol. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008. ISBN isbn978-80-7330-151-4.

TIFFEN, Rodney a kol. Sources in the News. *Journalism Studies*. 2014. Vol. 15,4. 374-391.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.

VOCHOCOVÁ, Lenka. Ženy ve zpravodajských redakcích: Falešné naděje na dobitý maskulinní pevnosti. *Mediální Studia*. 2008. Vol.2. 130-153.

WESTERSTAHL, Jerger a JOHANSSON, Folke: Foreign News, News Values and Ideologies. *European Journal of Communication*. 1994, Vol. 9, s. 71–89.

Elektronické zdroje:

FISHER, Caroline. News Sources and Journalist/Source Interaction. *Communication* [online]. 1-19 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: doi:10.1093/acrefore/9780190228613.013.849

KABRHELOVÁ, Lenka. In: Youtube [online]. 18.06.2021 [cit.2022-04-03]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=O11n6EmxxMw> . Kanál uživatele PP – Česká tisková kancelář.

KACZOR, Jan. Zákonné požadavky na zpravodajství veřejnoprávní televize a „Podnět 24“ - Ministerstvo vnitra České republiky. Úvodní strana - Ministerstvo vnitra České republiky [online]. Copyright © 2022 Ministerstvo vnitra České republiky, všechna práva vyhrazena [cit. 27.04.2022]. Dostupné z: https://www.mvcr.cz/clanek/zakonne-pozadavky-na-zpravodajstvi-verejnopravni-televize-a-podnet-24.aspx?fbclid=IwAR0lWWHCqkCES416cxuYnxFUce-zheOTCh2NTpIOGE6NghtC_VcjurogG8.

Kodex Českého rozhlasu | Rada Českého rozhlasu. Rada Českého rozhlasu [online]. Copyright © 1997 [cit. 27.04.2022]. Dostupné z: <https://rada.rozhlas.cz/kodex-ceskeho-rozhlasu-7722382>

CHINNI, Dante a kol. The Gender Gap: Women are still Missing as Sources for Journalists. Project for Excellence in Journalism. 2005. The PeW Research Centre. Pew Research Center | Pew Research Center [online]. Copyright © [cit. 26.04.2022]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/8/legacy/gender.pdf>

O pořadu Podcast Vinohradská 12 | Plus. Český rozhlas Plus [online]. Copyright © 1997 [cit. 27.04.2022]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/podcast-vinohradska-12-7803828/o-poradu>.

Podcasty Českého rozhlasu dosáhly na rekordní poslechovitost | Digitální rádio. Digitální rádio [online]. Copyright © 1997 [cit. 20.04.2022]. Dostupné z: <https://digital.rozhlas.cz/podcasty-ceskeho-rozhlasu-dosahly-na-rekordni-poslechovitost-8639307>.

Přes Moskvu a Washington zpátky do Prahy: proč Lenka Kabrhelová získala Cenu Karla Havlíčka Borovského | iROZHLAS – spolehlivé zprávy. iROZHLAS – spolehlivé a rychlé zprávy [online]. Copyright © 1997 [cit. 27.04.2022]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/lenka-kabrhelova-cena-karla-havlicka-borovskeho_2106182057_ace.

Vinohradská 12 obhájila vítězství v soutěži Podcast roku, zabodoval i Host Lucie Výborné | iROZHLAS – spolehlivé zprávy. iROZHLAS – spolehlivé a rychlé zprávy [online]. Copyright © 1997 [cit. 17.04.2022]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zivotni-styl/spolecnost/podcast-roku-cesky-rozhlas-vinohradska-12-kabrhelova_2106171958_onz.

Seznam grafů

- Graf č. 1: Složení Vinohradské 12 podle převažujícího tématu epizody
- Graf č. 2: Složení Vinohradské 12 podle místa, ke kterému se vztahuje
- Graf č. 3: Poměr epizod podle převažujícího tématu a místa, ke kterému se vztahují
- Graf č. 4: Četnost epizod s tematikou domácí politiky v jednotlivých měsících I-XII.
- Graf č. 5: Četnost epizod o umění, médiích a sportu v jednotlivých měsících I-XII.
- Graf č. 6: Četnost epizod o zdraví a vědě v jednotlivých měsících I-XII.
- Graf č. 7: Složení hostů podle role
- Graf č. 8: Podíl novinářů podle témat
- Graf č. 9: Složení hostů podle genderu
- Graf č. 10: Složení hostů podle genderu a tématu
- Graf č. 11: Složení hostů podle genderu a role

Seznam příloh

Příloha č. 1.: Kódovací arch

Příloha č. 2: Kódovací kniha

Přílohy

Příloha č. 1: Kódovací kniha

Pořadí	Den	Datum	Název epizody	Počet hostů	Jméno hosta	Gender	Role	Domovské médium	Zahraniční médium	Dominantní téma	Prostor