

FILOZOFICKÁ FAKULTA UNIVERZITY PALACKÉHO

V OLOMOUCI

KATEDRA SLAVISTIKY

Obsahová analýza ruskojazyčných novin „Pražský telegraf“

Content analysis of russian language newspaper „Prague telegraph“

Контент-анализ русскоязычной газеты "Пражский телеграф"

(bakalářská diplomová práce)

Vypracovala: Natálie Lipovská

Vedoucí práce: doc. PhDr. Zdeňka Vychodilová, CSc.

OLOMOUC 2018

Prohlašuji, že jsem práci „Obsahová analýza ruskojazyčných novin Pražský telegraf“ vypracovala samostatně a že jsem všechny použité informační zdroje uvedla v seznamu literatury.

V Olomouci dne 30.3.2018

.....
podpis autora

Chtěla bych poděkovat své vedoucí práce doc. PhDr. Zdeňce Vychodilové, CSc., za odborné vedení práce, za cenné rady a také za ochotu, vstřícnost a trpělivost.

Obsah

Úvod	5
1 Představení novin „Pražský telegraf“	6
1.1 Některé významné ruskojazyčné tiskoviny na území Česka	7
2 Skladba novin „Pražský telegraf“	9
2.1 Konstantní části novin.....	9
2.2 Proměnlivé rubriky novin	11
2.3 Speciální přílohy	12
3 Vymezení základních pojmů	14
3.1 Obsahová analýza a její specifika	14
2.1.1 Proces obsahové analýzy	15
4 Aplikace metody	18
4.1 Výzkumná otázka.....	18
4.2 Definice výběrového souboru, jednotky a výzkumného vzorku.....	18
4.3 Kódování.....	19
4.4 Proměnné	19
4.5 Tematické kategorie	20
5 Interpretace a vyhodnocení výsledných dat.....	23
5.1 Témata článků	23
5.2 Autoři	26
Závěr	29
Resumé/Резюме	31
Seznam použité literatury	35
Seznam excerpované literatury	37
Seznam obrázků a grafů	39
Anotace	41

Úvod

Masová média v současnosti mají ve svých rukou podstatnou moc, jsou zdrojem informací pro širokou veřejnost, dokáží usměrňovat postoje a názory jedinců a skupin. Média jsou součástí našeho každodenního života, přestože si to nemusíme uvědomovat. Problematika vlivu médií na širokou veřejnost poutá stále více pozornosti ze strany odborníků. Jedním z nástrojů, který je používán pro výzkum média je i obsahová analýza, kterou jsem si zvolila v této práci pro výzkum novin „Pražský telegraf“.

Tato práce je rozdělena do pěti hlavních kapitol, rozdělených na podkapitoly, úvodu, závěru, pětistránkového resumé v ruském jazyce a seznamu použité literatury.

V první řadě si v této bakalářské práci rozebereme primární charakteristiku novin „Pražský telegraf“ a seznámíme se se základními fakty, profilem a skladbou těchto novin. Potom bude následovat část, která se bude zabývat tím, co to vůbec je obsahová analýza, její použití a proces výzkumu. Tato část bude důležitá proto, aby čtenář pochopil, jak se v této práci dospělo k výsledným hodnotám a na čem budou postaveny konečné závěry. Jedním z důvodů proč jsem si zvolila právě obsahovou analýzu v této práci, je i skutečnost, že je zapotřebí zpracovat velké množství materiálu a tato metoda je k tomu nejvhodnější, jak napovídá její druhý název „kvantitativní“ obsahová analýza.

Nejvíce časově náročnou částí tohoto výzkumu bude aplikace obsahové analýzy na mnou vybraný výzkumný vzorek novin, tedy praktická část bakalářské práce, kdy bude zapotřebí prozkoumat značné množství novinových článků a zařadit je do předem nastavených tematických kategorií a přiřadit jim určité proměnné.

Cílem práce bude vytvořit komplexní obsahovou analýzu periodika „Pražský telegraf“. Jak již její název napovídá, půjde o výzkum obsahu novin, o tom z jakých částí se noviny „Pražský telegraf“ skládají a čemu dávají nejvíce prostoru, čemu dávají prostor obecně a kdo do těchto novin ve sledovaném období nejvíce přispíval.

Výsledná data analýzy budou interpretována v poslední kapitole za pomocí grafů a statistik, které budou vyhotoveny na základě nasbíraných dat.

1 Představení novin „Pražský telegraf“

Noviny „Pražský telegraf“ (Пражский телеграф) se u nás poprvé objevily roku 2002, kdy byly zaregistrovány na Ministerstvu kultury České republiky jako jeden z orgánů zastupitelství Obchodně průmyslové komory Ruské federace ve Střední Evropě (Торгово-промышленная палата РФ в Центральной Европе). Původně existovala pouze elektronická podoba těchto novin a teprve na jaře roku 2009 začal „Pražský telegraf“ vycházet nejen na internetu, ale také v podobě tištěného týdeníku, a od té doby dominují v oblasti ruskojazyčného tisku na českém trhu.¹ Cena jednoho výtisku nyní činí dvacet korun českých a týdně, vždy ve čtvrtek, vychází o nákladu 4 000 výtisků.

Odpovědným šéfredaktorem je česká novinářka běloruského původu Natalia Sudlianková-Ševková (Наталья Судленкова-Шевко), které byl v roce 1999 v České republice udělen azyl z politických důvodů.² Dříve pracovala pro ruská i česká média³. Ve funkci vydávajícího redaktora je Irina Kudimová (Ирина Кудимова).

„Pražský telegraf“ také drží krok s nejnovějšími tendencemi dvacátého prvního století a v poslední době začal být aktivní i na sociálních sítích jako je například systém *Facebook* a jeho ruská obdoba *Vkontakte* (ВКонтакте) nebo na mikroblogerském *Twitteru*.

Do širšího povědomí se „Pražský Telegraf“ dostává i díky českým médiím. Nemálo vysílacího prostoru mu věnovala i televizní stanice ČTI nebo rádio *Český rozhlas*.

Ve světě existují tři základní formáty novin a „Pražský telegraf“ patří do skupiny „*berliner*“, což je považováno za střední formát novin s rozměry 470 × 315 mm, který je populární hlavně v Evropě. Dalšími formáty jsou tzv. „*broadsheet*“, který je největším novinovým formátem a „*tabloid*“, který je používán převážně bulvárními novinami.

¹ О проекте: Газета «Пражский телеграф»: только то, что стоит знать!. Пражский телеграф [online]. [cit. 2018-01-04]. Dostupné z: <http://ptel.cz/about/>

² КУКАЛ, Либор. РАЗГОВОР НАПРЯМУЮ: Наталья Судленкова [online]. 05-11-2004 [cit. 2018-01-04]. Dostupné z: <http://www.radio.cz/ru/rubrika/razgovor/natalya-sudlenkova>

³ N. Sudlianková-Ševková psala pro ruské noviny «Известия» (Izvěstija), «Профиль» (Profil') a «Национальный банковский журнал» (Nacional'nyj bankovskij žurnal) a pro české noviny E15, Týden, MF Plus, Euro, Lidové noviny atd.

1.1 Některé významné ruskojazyčné tiskoviny na území Česka

Veškeré informace týkající se toho, které ruskojazyčné tiskoviny se vydávají v České republice, jsou čerpány z „Databáze periodického tisku pro veřejnost“, které jsou dostupné na internetových stránkách Ministerstva kultury České republiky⁴.

Mluvíme zde o obdobných tiskovinách jako je „Pražský telegraf“. Obsah novin pojednává o aktuálním dění na poli ekonomiky, politiky, kultury atd. Tato podkapitola se netýká odborně recenzovaných časopisů nebo periodik, zaměřených na filologická témata, typu „Slavica Litteraria“, „Slavia“ nebo „Rossica Olomucensia“.

Jednou za měsíc u nás vychází noviny „Чехия сегодня“ (Česko dnes). Jejich hlavním záměrem je podávat detailní analytické informace o ekonomice, politice a jiných tématech v ruštině.⁵

Noviny „Diplomat – газета, которой можно верить“ (Diplomat – noviny, kterým můžeme důvěřovat) jsou bezplatným měsíčníkem, který se zaměřuje na aktuální události v České republice a v zemích, které jsou členy SNS (Společenství nezávislých států) v oblasti politiky, ekonomiky a kultury. „Diplomat“ je určen pro ty čtenáře, kteří pocházejí ze zemí bývalého Sovětského svazu a nyní pobývají na území České republiky.

K dalším lídrům ruskojazyčného tisku na našem území patří například „Русское слово“ (Ruské slovo) s podtitulem „издание русского национального меньшинства в Чешской Республике“⁶ (periodikum ruské národnostní menšiny v České republice) vydavatele „Sdružení krajanů a přátel ruské tradice v ČR“, které vychází jednou do měsíce, je psáno rusky a je věnováno výhradně česko-ruským vztahům. Jedním z jeho cílů je ruským přistěhovalcům pomoci pochopit kulturu a hodnoty české společnosti.⁷

⁴ Databáze periodického tisku pro veřejnost. Ministerstvo kultury ČR [online]. [cit. 2018-01-05]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/databaze-periodickeho-tisku-pro-verejnost-978.html>

⁵ GREGOROVÁ, Hana. Tematicko-jazyková analýza vybraných ruských novin v ČR. Olomouc, 2009. Magisterská diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Vedoucí práce Doc. PhDr. Zdeňka Vychodilová, CSc., str. 34

⁶ ЖУРНАЛ РУССКОЕ СЛОВО. Русская традиция [online]. [cit. 2018-01-06]. Dostupné z: <http://ruslo.cz/index.php/zhurnal/russkoe-slovo>

⁷ MLCÁKOVÁ, Markéta. Ruské časopisy a noviny v České republice v letech 2000-2012. Brno, 2014. Bakalářská práce. Masarykova Univerzita v Brně. Vedoucí práce Mgr. Natalia Naumová., str. 50

Od roku 1999 u nás vychází měsíčník „Пражский Экспресс“ (Pražský Expres), který v průběhu svého fungování několikrát změnil své jméno. Jeho cílovou skupinou jsou ruští a ruskojazyční obyvatelé České republiky.⁸

Týdeník „Информ Прага“ (Inform Praha) se označuje za nejvýznačnější ruskojazyčné noviny ve sféře současného českého tisku. Jedinečností tohoto týdeníku je to, že na rozdíl od ostatních tiskovin zavedli speciální rubriku, ve které se ruským emigrantům snaží pomáhat integrovat do českého společenství.⁹

Dalšími význačnými představiteli ruskojazyčných tištěných médií u nás jsou například noviny „Газета Плюс“ (Noviny Plus), „Деньги“ (Peníze), „Моравия сегодня“ (Morava dnes), „24 часа в Чехии“ (24 hodin v Česku) a jiné.

⁸ О нас: ОСНОВНЫЕ СВЕДЕНИЯ О ГАЗЕТЕ «ПРАЖСКИЙ ЭКСПРЕСС». Пражский Экспресс [online]. [cit. 2018-01-06]. Dostupné z: <https://www.prague-express.cz/we>

⁹ О газете. Информ Прага [online]. [cit. 2018-01-06]. Dostupné z: <http://gazeta.cz/about>

2 Skladba novin „Pražský telegraf“

Tato kapitola pojednává o rozdělení periodika na konstantní a proměnné prvky či rubriky, za konstantní prvek považují část periodika, která je ve všech periodicích vždy umístěna na stejném místě.¹⁰ Rubriky v tomto periodiku jsou uspořádány podle důležitosti. Vždy začínají politickým nebo ekonomickým zpravodajstvím z domova či zahraničí a poté následují zprávy o kultuře, zálibách, sportu, přílohy a jiné.

2.1 Konstantní části novin

V této podkapitole se zaměříme na ty části, které jsou v každém vydání zkoumaného materiálu. Tyto noviny se skládají ze dvou oddělených částí: sešitu A a sešitu B a každá z těchto částí čítá dohromady osm stránek (dva oboustranně potištěné dvojlisty), dohromady má toto periodikum tedy šestnáct stran. První z nich je titulní strana, která se skládá z (shora dolů): „záhlaví, na kterém je číslo vydání, datum vydání a cena produktu. Záhlaví dále obsahuje vždy tři odkazy na další listy novin a krátký výtažek toho, co na těchto listech můžeme najít za článek. Noviny tímto způsobem chtějí nalákat čtenáře.

Pod záhlavím následuje část s názvem a logem hlavního podporovatele novin (Rusko-česká smíšená obchodní komora), vedle kterého je vždy v pravém horním rohu reklama. V průběhu zkoumaného období novin se zde prostřídalo několik reklam, avšak jedna zde zůstávala stále, a to reklama na pojišťovnu „*Maxima*“.

Pod názvem novin začínají články. Polovina těchto článků není dokončená a pokračuje na dalších listech novin, druhá polovina začíná a končí na titulní straně. Články na této straně jsou tematicky různorodé a jsou zde umístěny za prvé kvůli své důležitosti a druhým důvodem je upoutání pozornosti potencionálních čtenářů. Zprávy s politickým obsahem se na titulní straně vyskytují nejvíce (48%), za politikou následují ekonomické články (15%).

Za titulní stranou začínají jednotlivé rubriky. Podle Barbory Osvaldové je rubrika „místem v novinách, označující pravidelné umístění materiálů pod společným záhlavím, spojené společným tématem nebo společným zaměřením“.¹¹ Každá rubrika se skládá z minimálně jednoho a maximálně tří hlavních článků, které jsou předmětem

¹⁰ VOJTEK, J.: Praktická příručka redigování. 1. vyd. Praha: Novinář, 1982. s. 113

¹¹ OSVALDOVÁ, Barbora a HALADA, Jan: Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007., str. 184

výzkumu této práce, ale na listu se nachází i krátké zprávy, kterým je věnován prostor o rozměru 80 mm od horního okraje novin, a které se nachází na devíti listech z šestnácti. Tyto zprávy tematicky spadají do rubriky, v které se nacházejí, ale s hlavním článkem nemají jinak nic společného. První rubrikou (strana A2) je „*Události v Česku*“ (События в Чехии). Tato rubrika, jako jediná, je vždy doprovázena komentářem na aktuální téma v Česku. Autorem komentáře je vždy Ondřej Mrázek.¹²

Následuje rubrika s názvem „*Téma svět*“ (Тема «мир»; A3), která se zaměřuje na zahraniční události. Další rubrikou je „*Společnost*“ (Общество; A4), součástí tohoto listu je i podrubrika „*Obhaj svá práva*“ (Защити свои права), ve které je zodpovězena vždy jedna otázka týkající se právních problémů zaslaná čtenářem. Jedná se o otázky zaslané ruskojazyčnými čtenáři, kteří potřebují pomoc s českou legislativou a úřady. Následuje „*Byznys*“ (Бизнес; A5), „*Osobnost*“ (Личность; A6), „*Ženská tajemství*“ (Женские секреты; A7) a „*Gentlemanský klub*“ (Джентельмен клуб), kde kromě standartních článků je i podrubrika „*Sportovní novinky*“ (Спортивные новости) s krátkými zprávami ze světa sportu.

Po osmi listech začíná část druhá, která má na rozdíl od titulní strany v první části v záhlaví název novin spolu s číslem vydání, datem vydání, cenou produktu a označením „sešit B“. První strana „*sešitu B*“ nese vždy jeden článek a to za a) interview nebo za b) profil slavné či významné osobnosti. Tato strana je i samostatnou rubrikou, která se nazývá „*Na návštěvě u Prahy*“ (В гостях у Праги). Následují rubriky: „*Kultura*“ (Культура; B2), „*Kaleidoskop*“ (Калейдоскоп; B3), rubrika „*Oznámení*“ (Объявления; B6, B7), která se skládá z dvou částí. Jedna z nich není stálá (strana B6), a proto bude popsána až v následující podkapitole. Druhá se skládá z jednoho hlavního článku, nad nímž je prostor i pro krátkou „zprávu“ až na to, že v této rubrice nejde o zprávu jako v předešlých rubrikách, ale tento prostor je věnován informacím o tom, jak čtenář může podat inzerát do novin „*Pražský telegraf*“ a kolik to stojí. V pravé horní části je také odkaz na webové stránky novin. V pravé dolní části se nachází informace o předplatném novin.

¹² Tento autor není začleněn ve výzkumu o tom, kdo do novin „*Pražský telegraf*“ nejvíce přispívá, jelikož výzkum byl prováděn na jednotce „článek“, do které samostatně stojící komentáře nepatří.

2.2 Proměnlivé rubriky novin

V této podkapitole se zaměříme na části novin, které se nenachází v každém vydání. Nejedná se však o speciální přílohy novin, kterým je vždy věnován jeden sešit navíc, těm bude prostor věnován později. V případě „Pražského telegrafu“ jde především o části novin, které se nachází v „sešitu B“. Přesněji od listu B4 do listu B8. Ve sledovaném vzorku byly zaznamenány následující pohyblivé části.

První nepravidelnou částí, kterou je třeba zmínit, je rubrika „Oznámení“, která se skládá ze dvou částí. První část, stálá, se nachází na listu B6 a skládá se jenom z inzerátů¹³, které tvoří část příjmů pro periodikum. Druhá část byla ve třech případech ze všech analyzovaných vzorků jiná. U většiny vydání se na listu B7 nacházel jeden hlavní článek s autorem, který zabíral polovinu listu a druhá polovina náležela inzerci, ale právě u těchto tří případů celý list B7 náležel jenom inzerci podobně jako tomu je u listu B6. Přičemž se zde objevoval ještě jeden jev a to skutečnost, že se změnila i poslední strana (list B8). Za normálních okolností se na posledním listu nachází rubrika „Cestování“ (Путешествие). Na místě krátkých zpráv se nachází dvě doplňující hry „sudoku“ a jedna hra „šachy“. Pod tímto se nachází hlavní článek a pod ním jsou na rozměrově stejné ploše umístěny anekdoty a horoskop. Na dolním okraji posledního listu jsou informace a kontaktní údaje¹⁴ na noviny „Pražský telegraf“. Pokud ale nastane situace, kdy list B6 a B7 jsou zaplněny jen inzeráty, tak poslední strana bude rozdělena na dvě pomyslné poloviny, přičemž na jedné bude shrnutí kategorií inzerátů¹⁵ společně s anekdotami a na druhé polovině bude horoskop (v kvalitnějším provedení, jelikož mu noviny nyní dávají více prostoru).

Další příležitostnou rubrikou je speciální rubrika s názvem „Krajané“ (Соотечественники), která se v některých vydáních nachází na dvou listech (B4, B5). Tato speciální rubrika si dala za úkol představit čtenářům díla členů „Ruského uměleckého svazu“, který působí na území České republiky. Tuto rubriky z většiny tvoří úryvky z ruskojazyčných knih, najdeme zde i poezii a novinky ze světa ruskojazyčných kulturních představení v Česku. Rubrika „Krajané“ se objevuje skoro v polovině všech výzkumných vzorků.

¹³ V dolním okraji listu se nachází i reklamy, ale ty jsou v našem výzkumu irelevantní.

¹⁴ Název, vydavatel, registrační číslo, periodicita, adresa redakce, šéf redaktor, e-mail, webové stránky atd.

¹⁵ Práce, bydlení, všechno pro domov a rodinu, vzdělání, technika + technologie, doprava, seznamka a jiné.

Jednou z variant listu B4 a B5 je i rubrika „*Vzpomínka*“ (Память), která je vyhotovena za pomoci zastupitelství Ministerstva obrany Ruské federace, konkrétně sekce, která se zabývá organizací a vedením vojenských pamětních akcí v České republice. Tato rubrika se objevuje jen, když v České republice proběhla nebo se bude konat událost spojená s památkou na vojenské události a hlavně, která má návaznost na ruskojazyčné státy. Jde hlavně o události, které se odehrály za dob druhé světové války.

Následující specialitou, která byla v „Pražském telegrafu“ zaznamenána, je rubrika „*Petropavlovský věstník – s požehnáním Cyrila - Patriarchy Moskevského a vši Rusi*“ (Петропавловский вестник по благословению Патриарха Московского и всея Руси Кирилла). Jak již název napovídá, jde o zprávy z církevního světa (události v ruskojazyčné nedělní škole, jubilea pravoslavných chrámů v ČR a jiné). Tato rubrika se ve zkoumaných vzorcích vyskytla pouze jednou.

Další rubrikou je „*Nesmrtelný pluk*“ v *Evropě* («Бессмертный полк» в Европе). „Nesmrtelný pluk“ je označení pro mezinárodní společenské hnutí, které vzniklo v Rusku a které se zabývá udržením osobních vzpomínek generace Velké vlastenecké války. Rubrika se objevuje jednou do roka a přináší čtenářům aktuality ohledně pochodů tohoto hnutí.

Poslední část, která není stálá, je „*televizní program*“, který se v některých vydáních nachází na dvou listech (B4, B5) a který čítá program na sedm dnů a začíná vždy čtvrtý den od data vydání novin (tedy následující týden v pondělí). Program zahrnuje osm televizních kanálů. Čtyři kanály jsou české: „*Nova*“, „*Prima*“, „*ČT2*“ a „*ČT1*“, a další čtyři jsou ruskojazyčné: „*První kanál*“ (Первый канал), „*NTV*“ (НТВ), „*Rusko 1*“ (Россия 1) a „*Inter-plus*“ (Интер-Плюс).

2.3 Speciální přílohy

Těmito přílohami se myslí tzv. „*noviny v novinách*“. Jednou za měsíc redakce „Pražského telegrafu“ vydává i informačně-analytické noviny „*Česko dnes – pohled z vnitřku*“ (Чехия сегодня - взгляд изнутри). Tyto noviny redakce rozdává zdarma zároveň s „Pražským telegrafem“. „*Česko dnes*“ se skládá z osmi stran (dva dvojlisty potištěné z obou stran) a je orientovaný na turisty, kteří přijíždějí do České republiky. Předností těchto novin jsou reportáže korespondentů novin, kteří je píšou po tom, co navštíví různá česká města nebo události.

Dále s „Pražským telegrafem“ vychází i noviny pro ženy s názvem „Pták Ohnivák“ (Жар-птица) a „Krb“ (Очаг). Tyto novinové přílohy vychází každé čtvrtletí. Noviny „Pětihvězdičkové Česko“ (Чехия 5 звезд), vycházejí dvakrát do roka a jsou určeny pro lidi z vyšších a vyšších středních sociálních tříd, obsahově jsou zaměřeny na movitější část společnosti.¹⁶

Neperiodickými přílohami „Pražského telegrafu“ jsou například „Gastronomie v Česku“ (Гастрономия в Чехии) nebo „Vzdělání v Česku“ (Образование в Чехии). Takové přílohy mají samostatný sešit (C), který je rozměrově a obsahově tak velký jako sešit A či B. Jeho grafická forma se nijak neodlišuje od předešlých sešitů.

¹⁶ О проекте: Газета «Пражский телеграф»: только то, что стоит знать!. Пражский телеграф [online]. [cit. 2018-01-04]. Dostupné z: <http://ptel.cz/about/>

3 Vymezení základních pojmů

Daná práce se zabývá obsahovou analýzou ruských novin, a proto je vhodné nejdříve objasnit samotný pojem noviny a další základní pojmy s ním související.

Noviny (z lat. novus = nový) jsou v širším smyslu tiskoviny, které vychází na určitých místech v určitých intervalech s cílem informovat veřejnost. Do této kategorie patří právě tak tiskoviny zabývající se především běžnými a politickými událostmi, jako tiskoviny věnované jednotlivým sférám vědy, literatury, umění, obchodu, zemědělství a průmyslu.¹⁷

Tiskovina je „souhrnný název pro polygrafické výrobky, jejichž společným znakem je zpracování tiskem, např. noviny, časopisy, knihy, mapy, letáky, drobné tisky (včetně akcidencí), grafika.“¹⁸

Pod pojmem **periodický tisk** se rozumí „noviny, časopisy a jiné tiskoviny vydávané pod stejným názvem, se stejným obsahovým zaměřením a v jednotné grafické úpravě nejméně dvakrát v kalendářním roce.“¹⁹

3.1 Obsahová analýza a její specifika

Kvantitativní obsahová analýza neboli zjednodušeně jen obsahová analýza (angl. content analysis) je tradičním nástrojem ke zkoumání mediálních obsahů.²⁰ Obsahová analýza se zaměřuje na to, jakými tématy se média zabývají a jak velký prostor jim věnují, je schopna popsat, jak se změnily mediální obsahy v delším časovém úseku a s její pomocí můžeme i srovnávat jednotlivá média mezi sebou nehledě na jejich typu a formě. A do jisté míry nám umožňuje anticipovat, jaká z témat bude veřejnost pokládat za důležitá.²¹

¹⁷ Ottův slovník naučný: Illustrovaná encyklopaedie obecných vědomostí. Praha: J. Otto, 1892, s. 869

¹⁸ OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA: Praktická encyklopedie žurnalistiky. 2., dopl. vyd. Praha: Libri, 2002., s. 194

¹⁹ Zákon č. 46/2000 Sb. Zákon o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon)

²⁰ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ: Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010., s. 103

²¹ Tamtéž, s. 99

Tato metoda je objektivní, v zásadě jde o statistické údaje. Její výsledky je možné jasně a jednoznačně prezentovat v grafech a tabulkách. Jedním z rysů této analýzy je vysoká míra strukturovanosti a s tím spojená i vysoká míra ověřitelnosti.²²

Výhody této metody spočívají v tom, že badatel si bohatě vystačí s veřejně dostupnými materiály, na výzkum mu stačí vynaložit jen minimální náklady a může vše zvládnout zcela sám bez pomoci dalších badatelů. Zároveň se touto metodou může prozkoumat velké množství vzorků.

Za začátek průzkumů mediálních obsahů můžeme označit výzkum s názvem „*Chapel Hill Study*“ amerických badatelů Maxwella McCombse a Donalda Shawa, kteří své výsledky publikovali ve studii „*The Agenda Setting Function of Mass Media*“ na přelomu šedesátých a sedmdesátých let dvacátého století.²³ Zde byl poprvé použit pojem „*agenda setting*“ neboli tzv. nastolování témat, jež zkoumá vliv obsahu na příjemce. Později se tento pojem někdy používá chybně a je jím označován i výzkum, který se zabývá pouze mediální agendou a který vliv obsahu na příjemce považuje za automatický. Tato práce si klade za hlavní cíl prozkoumat tematikou agendu periodika „*Pražský telegraf*“ nikoli vliv jeho obsahu na čtenáře.

Výzkum tematické agendy můžeme rozdělit na dva typy. Prvním typem je výzkum, ve kterém se sleduje postavení pouze jednoho tématu, jeho rozvoj a proměny. Takovou analýzu můžeme podle T. Trampoty označit názvem „*agenda building*“. Druhým typem, který je zároveň i typ, jenž byl použit v této bakalářské práci, je výzkum, který se zabývá celou obsahovou agendou médií nebo více médií najednou.

2.1.1 Proces obsahové analýzy

Na samém začátku výzkumu by měl být vytyčen jasný cíl zkoumání. Badatel si formuluje hlavní výzkumné otázky nebo hypotézy, ze kterých by mělo jasně a konkrétně vyplývat, co bude ve vzorcích hledat a analyzovat. Z výzkumné otázky musí být jasné, které médium je předmětem analýzy.

Druhým krokem je definice toho, kterým médiím a mediálním obsahům se bude analýza věnovat. Toto můžeme také označit za definici výběrového souboru, který bývá zpravidla limitován a) časově (v případě této bakalářské práce se bude jednat o vzorky

²² HAGEN, Lutz et al. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2004.

²³ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ: *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010., s. 101

z roku 2016, 2017 a 2018), b) z hlediska vybraného média (v tomto případě se jedná o týdeník „Pražský telegraf“), eventuálně i za c) žánrově, při čemž se badatel zabývá jen vybranou částí média, například zpravodajstvím nebo je předmětem jeho výzkumu jen určité téma.

Z celého výběrového souboru je následně zapotřebí vybrat výzkumný vzorek. Konkrétně v této práci není nutné podrobit analýze všechna vydání „Pražského telegrafu“ za tři mnou sledované roky, ale je možné prozkoumat pouze účelový vzorek z tohoto souboru. Jestliže bude tento vzorek dostatečně proporcionální a bude vybrán s ohledem na sezonní vlivy, výsledky této analýzy přinesou zjištění, která budou platit pro celý výběrový soubor, případně výsledky budou mít pouze nepatrnou odchylku.

Následuje určení jednotky měření, což je jednotka, na které bude celá analýza postavená a zároveň nejmenší prvek, který bude podléhat analýze. Takovou jednotkou může být například celý článek, akt, aktér zprávy nebo jen argument. Důležité je, aby bylo jasně vymezeno, kde jednotka začíná a kde končí.²⁴ Na zvolené jednotce budou poté analyzovány jednotlivé proměnné a kategorie.

Hlavním bodem této metody je, kromě vytyčení si základních výzkumných otázek, sestavení obsahových kategorií jednotlivých proměnných, kterých mohou analyzované jednotky dosahovat.²⁵ Existují dva postupy při stanovování kategorií, a to metoda, která se nazývá „*emergent kódování*“, při které předběžně prostudujeme námi určený vzorek a až poté sestavíme jednotlivé kategorie, druhou metodou je potom tzv. „*a priori kódování*“, kdy kategorie ustanovujeme na základě teoretické nebo racionální úvahy ještě před samotným shromažďováním dat.²⁶ Poslední zmíněná metoda byla použita i v této práci. Systému proměnných a kategorií se říká kódovací manuál, který se používá při kódování jednotek měření, každé kategorii a proměnné je zde přidělen právě jeden číselný kód. Jednotlivé vývody z kódování jsou potom zaznamenávány do tzv. „*kódovacího archu*“. V případě téhle práce byl kódovací arch vytvořen pomocí aplikace Microsoft Excel. Závěry kódování jsou následně znázorněny pomocí grafů a statistik.

²⁴ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ: Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010., s. 104 - 105

²⁵ Tamtéž, s. 106

²⁶ Tamtéž, s. 106

Tyto kroky je možné vzájemně kombinovat a nemusí být dodržena jejich posloupnost. V této práci byla dodržena výše zmíněná posloupnost až na fázi stanovení jednotlivých kategorií. V průběhu kódování byla přidána kategorie „*Spotřebitelská oblast*“ a odebrána kategorie „*Zemědělství*“, jelikož žádná zkoumaná jednotka nesplňovala požadavky na to, aby sem byla zařazena.

4 Aplikace metody

4.1 Výzkumná otázka

Základní výzkumná otázka (dále jen VO) této bakalářské práce je formulována takto:

VO1: Jaká je tematická skladba novin „Pražský telegraf“?

Vedlejší výzkumné otázky (dále jen VVO) jsou formulovány takto:

VVO1: Kterým tématům noviny „Pražský telegraf“ dávají nejvíce prostoru?

VVO2: Změnily se nějak noviny „Pražský telegraf“ ve sledovaném období?
Pokud ano, jak?

VVO3: Kdo ve sledovaném období do novin „Pražský telegraf“ nejvíce přispíval?

Hlavní výzkumná otázka byla již z části zodpovězená v kapitole dvě (2. Skladba novin „Pražský telegraf“) a z části bude vysvětlena v podkapitole 5.1 dále v této práci.

4.2 Definice výběrového souboru, jednotky a výzkumného vzorku

U jakékoli obsahové analýzy musí být jasné to, která data jsou podrobena analýze, jak jsou definována, a z jakého výběru jsou získána.²⁷

Výběrový soubor této práce bude tvořen novinami „Pražský telegraf“. Část souboru vyšla v roce 2016, největší část souboru vyšla v roce 2017 a poslední část v roce 2018. Z tohoto výběrového souboru byly vybrány výzkumné vzorky, a to prostým náhodným výběrem dat, avšak s ohledem na sezonní vlivy, jako jsou například státní svátky, prosincová vydání čili vydání spojená s předvánoční tematikou a jiná speciální vydání. Vzorek je i přes vyloučená vydání rozprostřen do celého kalendářního roku 2017, vzorky s jiným rokem vydání nepokrývají celý kalendářní rok. Celkem výzkumný vzorek čítá třicet jedna exemplářů. Analýze bylo dohromady podrobeno šest set pět článků.

Nyní bude definována základní výzkumná jednotka, kterou lze definovat takto:
„Jednotka měření je úsek mediálních obsahů, na kterém zkoumáme zvolené proměnné

²⁷ KRIPPENDORFF, Klaus. Content analysis: an introduction to its methodology. Beverly Hills: Sage Publications, 1980. Sage commtext series., s. 26

a jejich kategorie.“²⁸Jelikož v této práci půjde o výzkum zkoumající celou agendu média, u kterého půjde v první řadě o popis tematické skladby celého mediálního produktu, tak byl jednotkou zvolen jeden hlavní článek. Tato jednotka je definována takto: tematicky ucelená část textu, která je graficky jasně oddělená od svého okolí, obsahuje titulek a text. Uvnitř této jednotky můžeme najít i netextové prvky jako jsou fotografie, tabulky, grafy a tomu podobné. Podmínkou je také to, aby u jednotky byl uveden autor článku.

4.3 Kódování

V této fázi bakalářské práce se dostáváme k podstatě celého výzkumu. Jádrem analýzy je „výstavba obsahových kategorií jednotlivých proměnných, kterých mohou zkoumané jednotky analýzy nabývat.“²⁹ V této části bylo použito tzv. a priori kódování (viz. podkapitola 2.1.1 Proces obsahové analýzy).

Pro výzkum tematické agendy novin „Pražský telegraf“ bylo zvoleno šestnáct základních kategorií, kterým byly přidělené jednotlivé numerické kódy. Mnohdy se stávalo to, že článek pojednával o více tématech najednou. V takových případech bylo vyčleněno hlavní téma, kterému se věnoval více a podle toho mu potom byla přisouzena právě jedna kategorie.

Analyzovaný materiál byl kódován za pomoci počítačového programu Microsoft Excel, do kterého byly kódovačem zanášeny hodnoty. Tento program nám poskytl záznamový arch a možnost vytvoření grafů, statistik a tabulek.

4.4 Proměnné

Existují dva typy proměnných a to identifikační a analytické proměnné. Identifikační proměnné nám slouží pouze k identifikaci, díky nim můžeme analyzovanou jednotku zpětně v médiích dohledat. Jsou využívány především ke kontrole, opravě chyb a vyjasnění sporných případů.³⁰ V tomto výzkumu byly za identifikační proměnné určeny tyto: a) *datum*, které bude uvedeno ve formátu DD_MM_RRRR, b) *číslo vydání*, c) *číslo listu*, u kterého bude určeno i pořadí článku

²⁸ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ: Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010., s. 105

²⁹ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ: Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010., s. 106

³⁰ SCHULZ, Winfried a spol.: Analýza obsahu mediálních sdělení. Praha: Karolinum, 2004., s. 43

dodatečnou numerickou jednotkou (např. článek se nachází na listu A7. Listu A7 byl přidělen numerický kód 7. Články jsou čteny z levého horního rohu. Článek, který se tedy nachází v levé horní části listu, ponese tyto kódy: A7.1)

Druhým typem proměnných jsou analytické, které slouží k zodpovězení zadaného tématu.³¹ V této práci to bude za a) *autor* a za b) *tematická kategorie*. Díky proměnné autor bude možné určit ty, kteří byli ve sledovaném období nejvíce publikačně činní.

4.5 Tematické kategorie

V této podkapitole jsou definovány základní kategorie, které byly z části inspirovány kategorizací témat podle Kariela a Rosenvalla (1995).³²

První kategorií je „*politika*“. Obsah článku pojednával o politickém tématu, o diplomatických vztazích, politických událostech či volbách, nebo je hlavním aktérem článku politická osoba. Tato kategorie má jako jediná mezi ostatními kategoriemi i pět tematických podkategorií, jimiž jsou a) „*zahraniční se vztahem k ČR*“ (Hlavním tématem obsahu byla jiná země než Česká republika, ale určitým způsobem zde Česko bylo zmíněno a byla tady zaregistrována jistá propojenost.), b) „*zahraniční bez vztahu k ČR*“ (Čistě zahraniční zprávy, které se přímo netýkaly České republiky.), c) „*domácí*“ (Čistě domácí události, které neměly nijakou spojitost se zahraničím, jako příklad mohou být uvedeny volby českého prezidenta a představení kandidátů na českého prezidenta.), d) „*Rusko/Česko*“ (Zde jde o články, které se týkají rusko-českých vztahů a událostí na politické sféře.), e) „*domácí s odkazem na jiné země, než je Rusko*“ (Události z domova, které se týkají všech zemí, kromě Ruské federace.).

Druhou kategorií je „*kulturní a společenské události*“. Tato kategorie byla přiřazena obsahům, které popisovaly nebo přímo zvaly na události, jako jsou například gala večery, výstavy, vernisáže, autogramiády, průvody, svátky, oslavy, soutěže (všechny, kromě sportovních), přednášky. Do této kategorie spadají i pohřby a pietní události.

³¹ SCHULZ, Winfried a spol.: Analýza obsahu mediálních sdělení. Praha: Karolinum, 2004., s. 44

³² KARIEL, H. G., ROSENVALL, L. A.: Places in the News: A Study of News Flows. Ottawa: Carleton University Press, 1995., s. 10

Třetí kategorie se nazývá „*ekonomika*“. Jde zde o články, které se týkají ekonomiky, financí a byznysu, obchodních smluv a dohod. Spadá zde i hospodaření státu.

Další kategorií je „*právo a kriminalita*“, do které se řadí zločiny, včetně jejich prevence, spadají zde i novely zákonů, justice, procesy, podvodné skandály a tomu podobné.

Pátá kategorie pod názvem „*vnitřní pořádek*“ zahrnuje články, které se zabývají děním policistů, hasičů, záchranářů, armády. Spadají zde i demonstrace.

Do kategorie „*nehody a katastrofy*“ patří i epidemie a katastrofy zapříčiněné člověkem i přírodní katastrofy.

V pořadí sedmou kategorií jsou „*fyzikální vědy, přírodní vědy a geografie*“. Tady spadají všechny články, které se týkají astronomie, matematiky, fyziky, chemie a biologie, geografie, geologie, botanice, ekologie a zoologie.

V kategorii „*technické vědy*“ jde o články spjaté s vývojem nových technologií, včetně článků o výzkumech a nových objevech. Byly zde zahrnuty i články, které se týkaly IT vědy.

Devátou kategorií je „*historie a vědy o kultuře*“. Jde o články popisující historické události, ale i také články, které nastiňují profily historických osobností a články pojednávající o archeologii a architektuře.

Následuje kategorie „*profil, interview*“. Jde o články, v kterém byly na první pohled patrné otázky autora článku a odpovědi tázaného (celebrita, významná osobnost), ale i o články, ve kterých autor jen načrtl jejich životní osudy.

Do „*vzdělání*“ spadaly články týkající se školství jakékoli úrovně (i předškolní ústavy) a například i rady, které školní zařízení si vybrat, jejich srovnání a hodnocení.

„*zdraví, lékařství, krása*“ zahrnuje články o nových objevech v oblasti medicíny, platech lékařů, o užitečných radách ohledně našeho zdraví nebo zdraví domácích mazlíčků, o kosmetických přípravcích, fitness, zdravé stravě a plastických zákrocích. Spadají zde i články pojednávající o masážích, psychice, exotické medicíně, praktikách a o různých terapiích.

Články o hypotékách, nekalých praktikách obchodníků vůči spotřebitelům, vzdělávání spotřebitelů a o regulaci cen jsou zahrnuty v kategorii „*spotřebitelská oblast*“.

Další kategorií je „*volný čas*“, do které spadají články pojednávající o módě, jídle a pití, věci z oblasti motoristiky, rodině, hobby, aktivitách okolo domu jako je například zahradnictví, o tom, co se hraje v kinech a divadlech a o zajímavých místech, kam cestovat na dovolenou. Nepatří tady sportovní aktivity, ty mají vlastní kategorii „*sport*“, kde se řadí i články o sportovních událostech, mistrovstvích a soutěžích.

Poslední kategorií jsou „*zajímavosti a jiné*“. Zajímavostí může být například článek pojednávající o konspirační teorii, článek o tom, jak se vyrábí české sklo nebo o „*lživých*“ slovíčkách v češtině a ruštině.

5 Interpretace a vyhodnocení výsledných dat

Hlavní téma této výzkumné práce bylo určit tematickou skladbu periodika „Pražský telegraf“ ve zkoumaném období. Jde zde především o určení poměrů mezi jednotlivými proměnnými, které byly hodnoceny.

Avšak nejdříve bude zodpovězena vedlejší výzkumná otázka a to tato: *„Změnily se nějak noviny „Pražský telegraf“ ve sledovaném období? Pokud ano, jak?“*

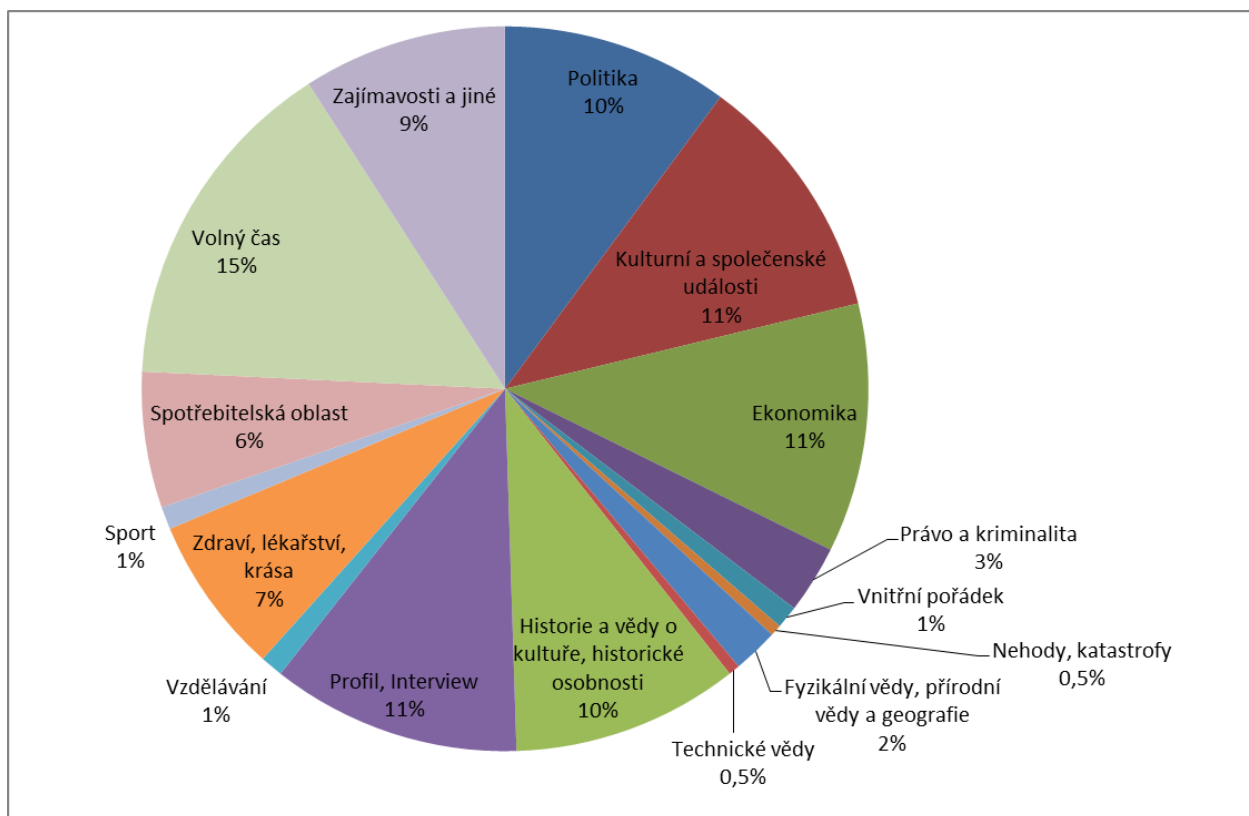
Tematická agenda novin zůstala ve sledovaném období neměnná. Grafická úprava taktéž, pokud nepočítáme vydání, která podléhala sezonním vlivům.

Jediný sektor, kde nastala změna, je u autorů článků. Bylo zaznamenáno to, že ve vydáních z roku 2016 byl za každým autorem článku (nezávisle na tom, kolikrát do daného vydání publikoval) otištěn i jeho kontaktní e-mail. Ve vydáních z roku 2017 a 2018 už však tento údaj nalézt nelze.

Navazující podkapitoly nám představí výsledná data výzkumu v souvislosti s dalšími vedlejšími a hlavní výzkumnou otázkou.

5.1 Témata článků

V této podkapitole bude zodpovězena tato výzkumná otázka: *„Kterým tématům noviny „Pražský telegraf“ dávají nevíce prostoru?“* To značí, že výsledná data výzkumu budou demonstrována tak, aby bylo zcela jasné, jakým tématům se články věnovaly nejvíce. Výsledky budou vyjádřeny v grafu č. 1 procentuálně.



Obr.1 (graf): Zastoupení tematických kategorií v novinách „Pražský telegraf“.

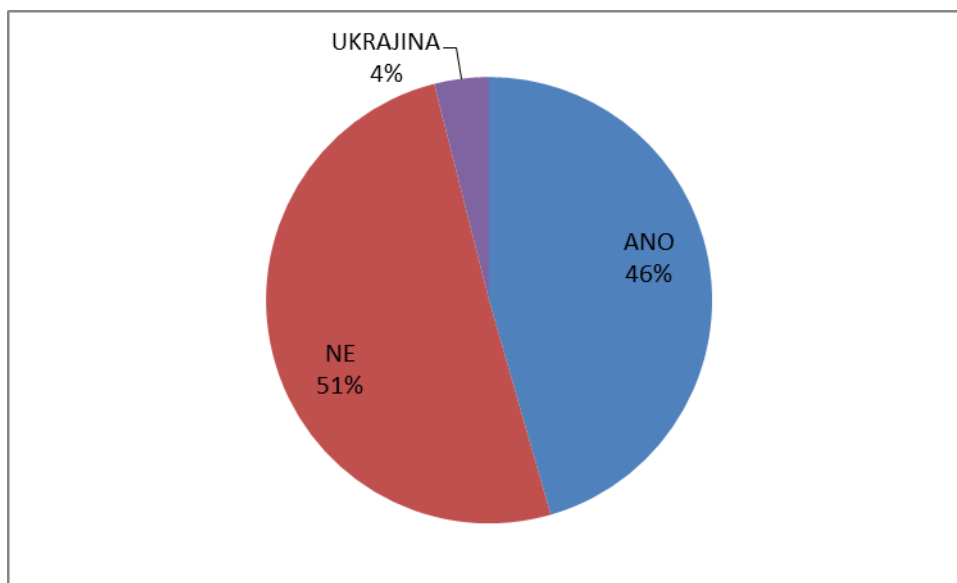
Z výše uvedeného grafu vyplývá, že mezi čtyři nejčastěji zastoupené tematické kategorie patří, v tomto pořadí, následující: „volný čas“ (15%), „kulturní a společenské události“ (11%), „profil a interview“ (11%), „ekonomika“ (11%) nabyly při výzkumu stejných hodnot, článků z kategorie „politika“ a „spotřebitelská oblast“ se v periodiku dostalo 10% prostoru. Ostatní kategorie reprezentují hodnoty menší než 10%.

V kategorii „volný čas“ se nejvíce jednalo o články týkající se jídla a pití (byly zde zařazeny i články restauračních kritiků) a články pojednávající o místech, kde mohou čtenáři strávit dovolenou nebo jim autor dával rady, jak cestovat. Velké množství článků se také zabývalo módou. Příspěvky z této kategorie se převážně objevovaly v rubrikách „Ženská tajemství“ a „Gentlemanský klub“.

Ruský vliv můžeme pozorovat i na kategorii „profil a interview“, ruské slavné či významné osobnosti, kterých se týkal obsah článků v této kategorii, tvoří více jak osmdesát procentní většinu.

Jelikož se jedná o ruskojazyčné noviny, které vycházejí na území České republiky, bylo také zajímavé zjistit, kolik zkoumaných článků se týkalo Ruské federace, ruských osobností, produktů, událostí, nebo jen srovnávaly určité fakty

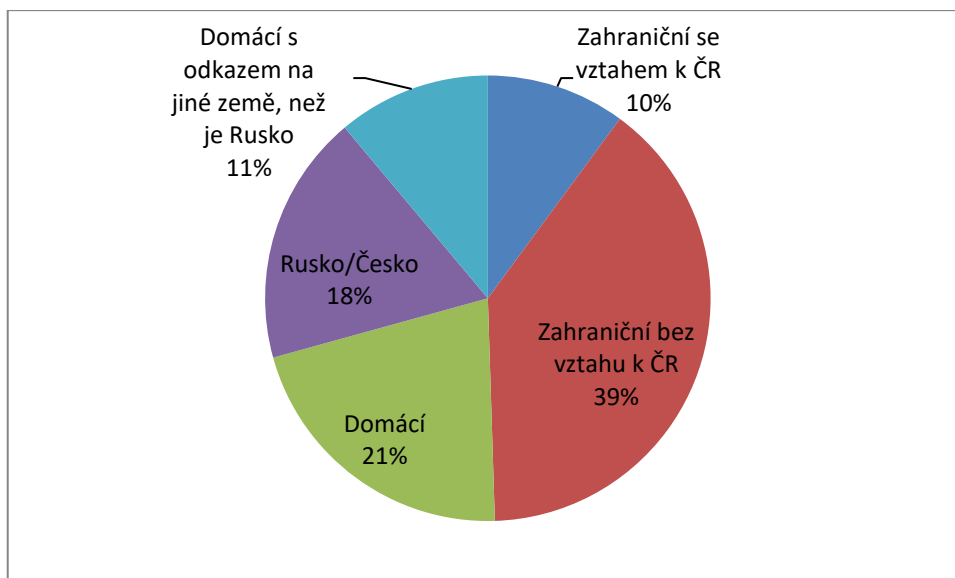
s Ruskem a ruskými reáliemi. Při analýze samotných článků bylo tedy zaznamenáno i to, jestli mají nějaký vztah k Ruské federaci. Avšak v článku musela tato spojitost s Ruskem být jasně vidět. Pokud se jednalo o článek, který popisoval to, jak si v České Republice nejnadhěji pořídít zdravotní pojištění a čtenáři bylo na první pohled patrné, že tento článek je určený zahraničním přistěhovalcům (v našem případě ruskojazyčným), tak takový článek byl označen proměnnou „Ne“. Výsledky jsou ukázány na obr.2.



Obr.2 (graf): Procento článků, které se týkaly Ruské federace.

Z grafu č.2 vyplývá, že výsledky byly skoro vyrovnané. Článků, které se netýkaly Ruska, či jiných ruskojazyčných států, bylo více o devět procent. Z těchto výsledků můžeme vidět vliv ruskojazyčných států na periodikum „Pražský telegraf“.

Dalším zajímavým faktem byla kategorie „politika“ a její podkategorie. Tady bylo analyzováno to, na jakou politiku se noviny ve sledovaném období zaměřují. Výsledky jsou interpretovány níže v grafu č.3 (str. 26).

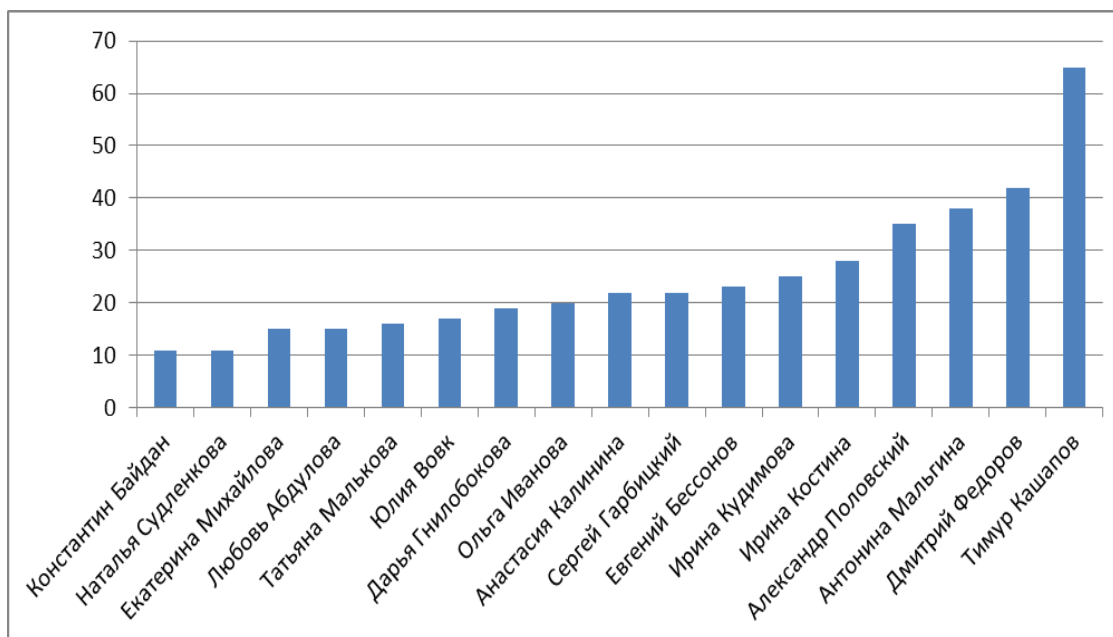


Obr 3. (graf): Politika

Nejvíce článků s politickým tématem se týkalo zahraniční politiky, která neměla žádné vztahy s Českou republikou (39%). Za ní následuje politika, která se týká pouze politického dění na českém území (21%). Až třetí místo zaujímá politika, která zahrnovala dvě země a to Českou republiku a Ruskou federaci či naopak, politické dění se mohlo odehrávat na území Rusko a týkat se právě České republiky (18%).

5.2 Autoři

V této podkapitole si zodpovíme další výzkumnou otázku, a to tuto: „Kdo ve sledovaném období do novin „Pražský telegraf“ nejvíce přispíval?“ Tento bod výzkumu nebyl nijak složitý a o trochu méně časově náročný, než ostatní body výzkumu. Výsledná data jsou vidět na následujícím obrázku č.4.



Obr. 4 (graf): Nejvíce publikačně činní přispěvatelé.

Jelikož ve sledovaném období přispívalo velké množství autorů (celkem osmdesát čtyři) a někteří z nich byli autoři třeba jen jediného článku (lze je nazvat tzv. „externími autory“), rozhodla jsem se poskládat tento graf jen z nejvíce publikačně činných přispěvatelů.

Ve sledovaném období nejvíce přispíval Timur Kašarov (Тимур Кашапов), který je autorem šedesáti pěti článků z celkových šest set pěti. Nevíce jeho článků se týkalo kategorie „*ekonomika*“ a „*politika*“. Timur Kašarov je také autorem, jehož příspěvky byly nejvíce publikovány na titulních stranách periodika. Za ním následují autoři (v tomto pořadí): Dmitrij Fedorov (42; Дмитрий Федоров), který přispíval převážně s články z ekonomické a obchodní sféry a Antonina Maľgina (38; Антонина Мальгина) se svými články hlavně z kategorie „*zajímavosti a jiné*“, Aleksandr Polovskij (35; Александр Половский), jehož příspěvky se řadí pod kategorii „*ekonomika*“, Irina Kostina (28; Ирина Костина), jejíž články nejvíce odpovídaly kategorii „*historie a vědy o kultuře, historické osobnosti*“, Irina Kudimova (25; Ирина Кудимова), Jevgenij Bessonov (23; Евгений Бессонов), Sergej Garbickij (22; Сергей Гарбицкий), Anastasija Kalinina (22; Анастасия Калинина), Ol'ga Ivanova (20; Ольга Иванова), Darja Gnilobokova (19; Дарья Гнилобокова), Julija Vovk (17; Юлия Вовк), Taťana Maľkova (16; Татьяна Малькова), Ljubov Abdulova (15; Любовь Абдулова), Jekatěrina Michajlova (15; Екатерина Михайлова), hlavní šéfredaktor týdeníku Natalja Sudlenkova (11; Наталья Судленкова) publikovala

články pouze zařaditelné do kategorie „*profil a interview*“ a Konstantin Bajdan (11; Константин Байдан). Ostatních šedesát sedm autorů přispělo do periodika za sledované období méně než deseti články. V jednom případě byla zaznamenána skutečnost, že autorem článku není pouze jeden člověk, ale celá skupina poloanonymních autorů z Velvyslanectví Ruské federace v České republice. Z hlediska genderové otázky, reportéři ženského pohlaví výrazně převažují. Podle jmen přispěvatelů dále můžu usuzovat, že pocházejí z ruskojazyčných zemí nebo jsou s nimi určitým způsobem provázání.

Závěr

Cílem této bakalářské práce byla obsahová analýza ruskojazyčného periodika „Pražský telegraf“, který vychází na území České republiky a jehož šéfredaktorem je česká občanka běloruského původu Natalja Sudlenková. Konkrétněji mým úkolem bylo zjistit jaká je tematická skladba tohoto periodika ve zkoumaných vzorcích, jakým tématům věnují nejvíce prostoru, jak se dané noviny změnily ve mnou sledovaném období a kdo byl v těchto analyzovaných vydáních nejvíce publikačně činným novinářem.

Nástrojem ke zjištění odpovědi na mnou zadané otázky byla kvantitativní obsahová analýza, kteráž je tradičně používána k výzkumům týkajících se nejen tematické agendy různých médií, ale i jejich srovnání mezi sebou.

Tato práce byla rozdělena na teoretickou a praktickou část. V první, teoretické části, se nachází základní charakteristika a fakta o periodiku „Pražský telegraf“, z jakých částí se tyto noviny skládají a jakou u nich můžeme zaznamenat stálost a naopak i proměnlivost. Dále jsou zde definice některých základních pojmů a na závěr této části je i vysvětlena a charakterizována samotná obsahová analýza a její proces.

V druhé části práce, praktické, je popsána aplikace obsahové analýzy na mnou určené vzorky novin a v poslední kapitole této části jsou rozebrány výsledky mého výzkumu. Výsledky jsou pro větší přehlednost a pochopení znázorněny v grafech a statistikách.

Na základě výsledných dat bylo zjištěno následující. Ve sledovaném období, pokud nebudeme počítat s vydáními, jež podléhají sezonním vlivům, jako jsou například státní svátky nebo prezidentské volby, se toto periodikum změnilo pouze v jednom místě. Zaznamenala jsem, že v roce 2016 byly pod autory článků přidávány i jejich kontaktní emailové adresy. Tento úkaz však už nejde nalézt jak ve vydáních z roku 2017, tak ani z roku 2018.

Analýza ukázala, že co se týká tematické skladby, noviny se skládají převážně ze článků, jejichž obsah se dá souhrnně označit jako „volný čas“. Jde o články pojednávající o módě, cestování, bydlení, údržbě domu, rodině a jiných volnočasových aktivitách. Do této kategorie spadá až patnáct procent ze všech analyzovaných článků periodika. Druhé místo patří článkům týkajících ekonomických témat, témat ze světa byznysu a kulturních a společenských událostí, přesněji jedenáct procent. Stejný počet

procent patří i článkům, které jsou ve formě interview či článkům, které nám nastiňují život významné nebo slavné osobnosti. V osmi případech z deseti to byly osobnosti původem z ruskojazyčných zemí.

Samostatnou kategorií, která byla zkoumána ještě více do hloubky, je kategorie „politika“. Analýza ukázala, že nejvíce se noviny soustředily na zahraniční politiku, která se nijak netýkala České republiky a za ní následovala politika čistě domácí. Až na třetím místě se umístily politické články, které se zabývaly česko-ruskými vztahy.

Skoro polovina zkoumaných článků se nějakým způsobem týkala Ruské federace nebo kulturních či historických ruských reálií.

Samy noviny jsou však už v redakci rozděleny do tematických rubrik, avšak analýza ukázala, že články v těchto rubrikách nemusí odpovídat tematickým kategoriím, které jsem si určila ještě před začátkem samotného analyzování novin. Periodikum také obsahuje například rubriku „Téma svět“, ve které mohou být články prakticky o čemkoliv. Nelze tedy určit tematickou skladbu novin pouze podle jejich předem nastavených rubrik a bylo potřeba si nastavit kategorie vlastní a podle potřeb.

Jelikož je Natalja Sudlenková hlavním šéfredaktorem tohoto periodika předpokládala jsem, že bude nejvíce přispívat do těchto novin, ale analýza ukázala jiné hodnoty. Ve zkoumaném období přispěla do týdeníku jen s jedenácti články, které se navíc zařazovaly pouze do kategorie profil a interview osobností. Nejvíce publikačně činným autorem byl Timur Kašapov (Тимур Кашапов), který napsal skoro jedenáct procent ze všech článků. Mezi ním a ostatními autory je výrazný rozdíl, druhý nejvíce publikačně činný autor, Dmitrij Fedorov (Дмитрий Федоров), napsal okolo sedmi procent ze všech článků. Ostatní autoři přispěli s méně jak čtyřiceti články, někteří byly autory pouze jednoho článku.

Resumé/Резюме

Наша бакалаврская работа посвящена газете на русском языке под названием «Пражский телеграф», которая издаётся на территории Чешской Республики. Она существует на чешском рынке уже с 2002-ого года, но только в 2009-ом году авторы этой газеты решили перейти из электронного вида газеты на печатный вид. Она издаётся с поддержкой Торгово-промышленной палаты РФ в Центральной Европе. Главным шеф-редактором издательства «Пражский телеграф» — чешский журналист белорусского происхождения Наталья Судленкова.

Наша работа состоит из пяти основных глав, состоявших из нескольких подзаголовков, вступления, вывода и списка нами использованной специальной литературы. Мы можем её разделить на две части, первую – теоретическую, вторую - практическую.

В первой части находится характеристика, нами избранного материала, основные знания о газете «Пражский телеграф» и описание нескольких других русскоязычных газет и журналов, которые действуют на чешском рынке. За тем можно найти подробное описание структуры, нами исследованной газеты, и её части. Далее следует описание нескольких основных терминов как, например, периодика или газета.

В окончанию теоретической части работы есть характеристика анализа содержания (контент-анализа). Этот анализ - традиционный инструмент к исследованию содержания СМИ. Он нам может рассказать информацию о том, каким темам средства массовой информации отдают больше пространства или каким образом изменилось содержание газеты. С помощью данного анализа можно проверить большое количество материала. Анализ содержания является структурированным, объективным, и его результаты можно показать в диаграммах и статистиках, но с другой точки зрения этот метод займет исследователям много времени.

У данного анализа несколько этапов применения. На первом этапе исследователю нужно задать вопрос о том, что он хочет с помощью анализа узнать и таким образом определить, на что он будет в исследовательском

материале концентрироваться. В данной бакалаврской работе мы задали один главный вопрос:

Какой тематический состав газеты «Пражский Телеграф»?

И три второстепенных вопросов:

Каким темам газета «Пражский Телеграф» дает больше пространства?

Изменилась ли как-нибудь газета «Пражский Телеграф» в нами наблюдаемом периоде? Если да, то каким образом?

Кто больше всех публиковал в газете «Пражский телеграф» в нами наблюдаемом периоде?

На втором этапе перейдём к определению совокупности изучаемых источников, которые должны отвечать нескольким критериям, и это, например, критерий времени (исследованный материал должен быть строго ограничен, по времени), также нужно точно определить, какие медиа будут подвергаться анализу. При выборе того, что будет подвергаться анализу, нужно имеет в виду то, что СМИ попадают под влияние сезонных тенденций таких как, выборы президента, государственные праздники или рождество, и в таких случаях их содержание может отличаться от стандарта. В нашей работе будет подвергаться анализу газета «Пражский Телеграф», точнее мы выбрали тридцать один экземпляр из 2016-ого, 2017-ого и 2018-ого года.

На следующим этапе необходимо сформулировать основные единицы анализа, которыми могут быть слова, темы, статьи или главные лица статей, но самое важное то, что эти единицы должны легко идентифицироваться. В нашей работе, как основную единицу, мы определили статью, которую можно определить следующим образом: статья - это тематический целостная часть текста, которая графически четко отделена от своего окружения, содержит заголовок, текст и или фотографию. У этой статьи должен быть приведённый автор.

Кроме центральных исследовательских вопросов второй самый важный момент - конструкция содержательных категорий отдельных переменных. Существуют два вида конструкций категорий. Во первых, исследователь имеет возможность расследовать материал подвергающийся анализу заранее, и на своих

выводах потом строит данные категории. Во вторых, существует так называемое «a priori кодирование», когда исследователь сформулирует категории перед сбором данных на основе теоретического или рационального рассуждения. В нашей бакалаврской работе мы использовали второй метод и сконструировали данные категории: политика, культурное и общественное мероприятие, экономика, право и правонарушение, внутренний распорядок, аварии и катастрофы, физические и естественные науки и география, технические науки, история и науки о культуре, профиль и интервью, образование, здоровье (включая красоту и медицину), потребительская сфера, свободное время, спорт, и последняя категория называется интересности и другие.

В последней главе мы объясняем результаты контент-анализа и отвечаем на заданные нами вопросы, наши результаты показаны с помощью статистик и диаграммов. Прежде всего, мы ответили на вопрос, изменилась ли как-нибудь газета «Пражский телеграф»? Поскольку мы не будем брать в расчёт сезонные влияния, после анализа мы узнали то, что тематическая агенда и графическое оформление газеты совсем не изменились. Единственный сектор, где произошло изменение - место, где написано имя автора. В двух тысячном шестнадцатом году под именем автора статьи, независимо от того сколько раз он в этом выпуске публиковал, был напечатан и его электронный адрес. Этот феномен в следующие годы потерялся.

Что касается вопроса тематической агенды, результаты анализа показали следующее. Газете доминируют статьи из категории «свободное время», эти статьи касались тем как, например, семья, хобби, путешествие и отдых, мода, питание и напитки или кинематография. Шестнадцать процентов статей по содержанию принадлежат к данной категории. Второе место занимает категория «культурное и общественное мероприятие» с двенадцатью процентами. На третьем месте находятся «профиль и интервью» вместе с «экономикой» с одиннадцатью процентами. Остальные категории набрали при исследовании величин менее десяти процентов. Во время исследования мы заметили факт, что статьи из категории «профиль и интервью» из более восьмидесяти процентов состоят из статей о русских знаменитостях и занимательных русских личностях. Мы тоже пришли к заключению, что статьи, которые касаются Российской Федерации или русских реалий, в газете занимают почти половину всех статей (46%).

В категории «политика» мы определили, и о какой политике идет речь. Мы ее разделили на а) заграничную с отношением к Чешской Республике, б) заграничную без отношения к ЧР, в) внутреннюю политику ЧР, г) чешско-русскую политику и д) внутреннюю с отношением к другим странам чем Российская Федерация. Наибольшее количество процентов получила заграничная без отношения к ЧР (48%) и внутренняя политика ЧР (21%).

Следующий вопрос касался репортеров, точнее того, кто из них в газету в нами исследованном периоде наиболее публиковал свои статьи. В итоге в газете задействовано восемьдесят четыре автора. Наиболее публикационно действующим автором был Тимур Кашапов. Подавляющее большинство его статей принадлежало к темам из политической и экономической сферы, его статьи также больше всего показывались на титульном листе. За ним посредствуют авторы Дмитрий Федоров (42) со статьями, прежде всего, из области бизнеса; Антонина Мальгина (38) больше всего публиковала в категории «интересности и другие»; Александр Половский (35); статьями по теме история и культурная наука наиболее публиковала Ирина Костина (28); Ирина Кудимова (25); Евгений Бессонов (23); Сергей Гарбицкий (22); Анастасия Калинина (22); Ольга Иванова (20); Дарья Гнилобокова (19); Юлия Вовк (17); Татьяна Малькова (16); Любовь Абдулова (15); Екатерина Михайлова (15); Константин Байдан (11); и шеф-редактор издательства «Пражский телеграф» — Наталья Судленкова (11) статьи которой совпадали только под категорию «профиль и интервью». Остальных шестьдесят семь репортеров публиковали в еженедельнике в течение анализируемого периода менее десяти статей, большинство из них мы можем определить как внештатными сотрудниками так как у них была только одна опубликованная статья. В одном случае автором не был один человек, а целая группа людей; точнее, Посольство РФ в ЧР. С точки зрения гендерных вопросов, журналисты женского пола значительно преобладают. По именам участников можно сделать вывод, что они родом из русскоязычных стран или они с ними определенным образом взаимосвязанные.

Seznam použité literatury

- GREGOROVÁ, Hana. Tematicko-jazyková analýza vybraných ruských novin v ČR. Olomouc, 2009. Magisterská diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Vedoucí práce Doc. PhDr. Zdeňka Vychodilová, CSc., 110 str.
- HAGEN, Lutz et al. Analýza obsahu mediálních sdělení. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0827-8., 152 str.
- KARIEL, H. G., ROSENVALL, L. A. Places in the News: A Study of News Flows. Ottawa: Carleton University Press, 1995. ISBN: 0-88629-259-X., 172 str.
- KRIPPENDORFF, Klaus. Content analysis: an introduction to its methodology. Beverly Hills: Sage Publications, 1980. Sage commtext series, v. 5. ISBN 0-8039-1497-0., 191 str.
- MLČÁKOVÁ, Markéta. Ruské časopisy a noviny v České republice v letech 2000-2012. Brno, 2014. Bakalářská práce. Masarykova Univerzita v Brně. Vedoucí práce Mgr. Natalia Naumová., 97 str.
- OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007. ISBN 978-80-7277-266-7., 264 str.
- Ottův slovník naučný: Illustrovaná encyklopaedie obecných vědomostí. 5 díl., Praha: J. Otto, 1892
- SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. Analýza obsahu mediálních sdělení. 2., přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0827-8., 149 str.
- TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4., 293 str.
- VOJTEK, J. Praktická příručka redigování. 1. vyd. Praha: Novinář, 1982., 175 str.
- ZÁKON č. 46/2000 Sb. ze dne 22. února 2000 o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon).

Internetové zdroje

Databáze periodického tisku pro veřejnost. Ministerstvo kultury ČR [online]. [cit. 2018-01-05]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/databaze-periodickeho-tisku-pro-verejnost-978.html>

ЖУРНАЛ РУССКОЕ СЛОВО. Русская традиция [online]. [cit. 2018-01-06]. Dostupné z: <http://ruslo.cz/index.php/zhurnal/russkoe-slovo>

КУКАЛ, Либор. РАЗГОВОР НАПРЯМУЮ: Наталья Судленкова [online]. 05-11-2004 [cit. 2018-01-04]. Dostupné z: <http://www.radio.cz/ru/rubrika/razgovor/natalya-sudlenkova>

О газете. Ингорм Прага [online]. [cit. 2018-01-06]. Dostupné z: <http://gazeta.cz/about>

О нас: ОСНОВНЫЕ СВЕДЕНИЯ О ГАЗЕТЕ «ПРАЖСКИЙ ЭКСПРЕСС». Пражский Экспресс [online]. [cit. 2018-01-06]. Dostupné z: <https://www.prague-express.cz/we>

О проекте: Газета «Пражский телеграф»: только то, что стоит знать!. Пражский телеграф [online]. [cit. 2018-01-04]. Dostupné z: <http://ptel.cz/about/>

Seznam excerpované literatury

- Пражский телеграф № 08/352 – 25 февраля 2016
- Пражский телеграф № 09/353 – 3 марта 2016
- Пражский телеграф № 17/361 – 28 апреля 2016
- Пражский телеграф № 30/374 – 28 июля 2016
- Пражский телеграф № 39/383 – 25 сентября 2016
- Пражский телеграф № 05/400 – 2 февраля 2017
- Пражский телеграф № 06/401 – 9 февраля 2017
- Пражский телеграф № 08/403 – 23 февраля 2017
- Пражский телеграф № 09/404 – 2 марта 2017
- Пражский телеграф № 25/420 – 22 июня 2017
- Пражский телеграф № 26/421 – 29 июня 2017
- Пражский телеграф № 27/422 – 13 июля 2017
- Пражский телеграф № 28/423 – 20 июля 2017
- Пражский телеграф № 29/424 – 27 июля 2017
- Пражский телеграф № 30/425 – 3 августа 2017
- Пражский телеграф № 32/427 – 17 августа 2017
- Пражский телеграф № 37/432 – 21 сентября 2017
- Пражский телеграф № 38/433 – 28 сентября 2017
- Пражский телеграф № 39/434 – 5 октября 2017
- Пражский телеграф № 40/435 – 12 октября 2017
- Пражский телеграф № 41/436 – 19 октября 2017
- Пражский телеграф № 42/437 – 26 октября 2017
- Пражский телеграф № 43/438 – 2 ноября 2017
- Пражский телеграф № 45/440 – 16 ноября 2017
- Пражский телеграф № 46/441 – 23 ноября 2017

Пражский телеграф № 47/442 – 30 ноября 2017

Пражский телеграф № 1/446 – 4 января 2018

Пражский телеграф № 2/447 – 11 января 2018

Пражский телеграф № 3/448 – 18 января 2018

Пражский телеграф № 7/452 – 15 февраля 2018

Пражский телеграф № 9/454 – 1 марта 2018

Пражский телеграф № 11/456 – 15 марта 2018

Seznam obrázků a grafů

Obr. 1 (graf): Zastoupení tematických kategorií v novinách „Pražský telegraf“, str. 22

Obr. 2 (graf): Procento článků, které se týkaly Ruské federace., str. 23

Obr. 3 (graf): Politika., str. 24

Obr. 4 (graf): Nejvíce publikačně činní přispěvatelé., str. 25

Pozn.: na CD přiloženém k této BP jsou k dispozici následující položky:

- Bakalářská práce ve formátu .pdf,
- záznamový arch v programu Microsoft Excel s nasbíranými daty,
- kódovací kniha ve formátu .pdf.

Anotace

Tato bakalářská práce si klade za cíl zjistit, jaká je tematická skladba novin „Pražský telegraf“, kterým tématům je věnováno nejvíce publikačního prostoru, jak se změnilo tyto noviny ve sledovaném období a kdo jsou autoři publikovaných článků. Nástrojem pro zjištění odpovědí na tyto otázky byla kvantitativní obsahová analýza. V teoretické části práce jsou popsány noviny, které jsou předmětem této práce, a základní principy a procesy obsahové analýzy. V praktické části je obsahová analýza aplikována na zvolené exempláře periodika a následně jsou v závěru interpretovány její výsledky.

Anotation

This bachelor thesis aims to find out what is the thematic composition of the newspapers „Prague telegraph“, to which themes are these newspapers giving the most room, how these newspapers changed in the period under research and who is author of the most articles. The tool for finding answers to these questions is a quantitative content analysis. In the theoretical part of the thesis are described newspapers, which are the subject of this thesis and basic principles and processes of content analysis. In the practical part the content analysis is applied to selected examples of the periodical and subsequently its results are interpreted in graphs and statistics.

Klíčová slova

kvantitativní obsahová analýza, tematická agenda, analýza medií, ruskojazyčné noviny

Key words

quantitative content analysis, thematic agenda, media analysis, russian-language newspaper