**Analýza mediálního obrazu třetího ročníku akce Březen – měsíc čtenářů**

**vypracovaná pro**

**Národní knihovnu ČR**



**období: 15.2.2012 – 15.4.2012**

**NEWTON Media a.s.** je největší společností v České republice, která již sedmnáct let dodává v elektronické podobě plná znění veškerých informací z tisku, plné přepisy zpravodajských a vybraných publicistických pořadů televizních a rozhlasových stanic, agenturní zpravodajství a obsahy internetových serverů.

**Mediální analýza** je dalším rychle rozvíjejícím se produktem, který společnost NEWTON Media a.s. nabízí svým klientům. Jedná se o přehledný rozbor obrazu společnosti, který o ní vytvářejí média. Tyto cenné informace, získané na základě obsáhlého množství materiálu, umožňují našim klientům kvalifikovanější rozhodování a zvyšují ve svém důsledku jejich konkurenční výhodu. Mediální analýza může včas upozornit na příležitosti a rizika a umožňuje spatřit skryté souvislosti.

Podle Vašich potřeb jsme schopni sledovat a analyzovat široké a mnohdy nepřehledné množství informací o konkrétní oblasti, o Vaší společnosti a jejích představitelích či o konkurenčních subjektech na trhu. Výstupy předáme v maximálně přehledné a strukturované podobě. Analýzy jsou zpracovávány v měsíční, čtvrtletní, půlroční, roční nebo jiné periodě. Nejčastěji se jedná o variantu měsíčních reportů doplněných o souhrnnou analýzu za delší časové období, která je pravidelným klientům poskytnuta za zvýhodněnou cenu.

**Dotazy z oblasti mediálních analýz směřujte na:**

Ing. Věra Čarná

vedoucí oddělení mediálních analýz, tel.: +420 225 540 501

**Dotazy týkající se monitoringu médií směřujte na:**

NEWTON Media a.s.

Obchodní oddělení

Na Pankráci 1683/127, budova Gemini Tel.: +420 225 540 111

140 00 P r a h a 4 Fax: +420 225 540 101

E-mail: [obchodni@newtonmedia.cz](mailto:obchodni@newtonmedia.cz)

Další informace a ukázky našich produktů naleznete na našich internetových stránkách:

[www.newtonmedia.cz](http://www.newtonmedia.cz)

[www.mediainfo.cz](http://www.mediainfo.cz)

**© NEWTON Media a.s., 2012**

**OBSAH**

[1. Klíčové výsledky analýzy 3](#_Toc326075125)

[2. Souhrnný vývoj medializace akce Březen – měsíc čtenářů 4](#_Toc326075126)

[3. Analýza jednotlivých skupin médií 5](#_Toc326075127)

[3.1. Poměr medializace akce Březen – měsíc čtenářů v jednotlivých typech médií 5](#_Toc326075128)

[3.2. Média referující o akci Březen – měsíc čtenářů 6](#_Toc326075129)

[4. Medializace jednotlivých akcí v rámci Března – měsíce čtenářů 7](#_Toc326075130)

[5. Metodika 8](#_Toc326075131)

[6. Sledovaná média 8](#_Toc326075132)

# Klíčové výsledky analýzy

* V období od **15.2.** do **15.4.2012** uveřejnila média o akci **Březen – měsíc čtenářů** celkem **434** příspěvků. Největší pozornost jí byla věnována v týdnu od **5.3.** do **11.3.2012** (**101** příspěvků). Sdělovací prostředky se v tomto období zaobíraly akcemi v rámci Března – měsíce čtenářů, a to v Karviné, Českém Těšíně, Chomutově a v dalších městech ČR. Příspěvky se týkaly např. vyhlášení vítězů druhého ročníku soutěže Čtenář roku či akce Sladký život s knihovnou (např. regionální Deníky 5.3.2012, 6.3.2012, 10.3.2012; Právo 7.3.2012;   
  MF Dnes 5.3.2012, 6.3.2012). Novináři se o tuto problematiku zajímali hojně rovněž v týdnech od **19.3.** do **25.3.2012** (**79** příspěvků) a od **27.2.** do **4.3.2012** (**77** příspěvků) - viz [kap. 2.](#_Vývoj_medializace_akce)
* Z jednotlivých skupin médií referovaly nejčastěji o Březnu – měsíci čtenářů **regionální tituly** (**78** %;   
  **340** příspěvků). Celkem **12** % (**54** příspěvků) zaujímala skupina **internetových serverů**. **Celostátní deníky** se podílely **7** % (**28** příspěvků). Mezi jednotlivými médii se sledované problematice nejvíce věnoval **Havlíčkobrodský deník** (**25** příspěvků). Z celostátních deníků to byla **Mladá fronta DNES** (**22** příspěvků)   
  a mezi internetovými servery se prosadily **prvnizpravy.cz** (**13** příspěvků). Blíže viz [kap. 3.1.](#_Poměr_medializace_akce) a [kap. 3.2.](#_Média_referující_o)
* Pokud přihlédneme k medializaci jednotlivých akcí, nejčastěji se v médiích objevovaly informace o **Březnu – měsíci čtenářů** jako takovém (**255** příspěvků; **38** %). Nejsledovanější se stala soutěž **Čtenář roku**   
  (**152** příspěvků; **23** %). Druhým v pořadí byl **Sladký život s knihovnou** (**123** příspěvků; **19** %). **Týden čtení** se objevil v **58** příspěvcích (**9** %). Celkem **6** % představovaly příspěvky (**39**) o **Maratonu čtení** a **5** % medializace tvořil **Biblioweb 2012** (**36** příspěvků) - viz [kap. 4.](#_Medializace_jednotlivých_akcí)
* Z hlediska vývoje byla věnována největší pozornost **Březnu – měsíci čtenářů** v týdnu **od 5.3.** do **11.3.2012** (**65** příspěvků). Soutěž **Čtenář roku** se v médiích nejvíce objevovala v týdnu od 19.3. do 25.3.2012. Média v celkem **40** příspěvcích referovala o ocenění Čtenář roku 2012, které obdržela např. Svatava Frühbauerová z Havlíčkova Brodu, Jan Bezděka ze Zlína či Dana Ceéová ze Semil. **Sladký život s knihovnou** byl nejčastěji medializován v týdnu od 27.2. do 4.3.2012 (**37** příspěvků) a týkal se např. zapojení havlíčkobrodské Krajské knihovny, vyškovské knihovny Karla Dvořáčka či knihovny v Novém Městě nad Metují do této akce. **Týden čtení** byl nejhojněji prezentován v médiích v týdnu od 5.3. do 11.3.2012 (**29** příspěvků). **Maraton čtení** byl nejvíce zmiňován v období od 16.3. do 26.3.2012 (**16** příspěvků), v případě **Bibliowebu 2012** to bylo v týdnu od 2.4. do 8.4.2012 (**12** příspěvků) - viz [kap. 4.](#_Medializace_jednotlivých_akcí)

# Souhrnný vývoj medializace akce Březen – měsíc čtenářů



*Graf znázorňuje vývoj medializace akce Březen – měsíc čtenářů, a to podle počtu příspěvků v jednotlivých týdnech sledovaného období. V případě, že bylo v příspěvku zmíněno více akcí Března-měsíce čtenářů, je takový příspěvek do grafu započten pouze jednou.*

# Analýza jednotlivých skupin médií

## Poměr medializace akce Březen – měsíc čtenářů v jednotlivých typech médií



*Graf vlevo zobrazuje počet příspěvků uveřejněných v jednotlivých skupinách médií o akci Březen – měsíc čtenářů ve sledovaném období. Graf vpravo znázorňuje rozložení medializace akce Březen – měsíc čtenářů v jednotlivých skupinách médií.*

## Média referující o akci Březen – měsíc čtenářů



*Graf znázorňuje média, která publikovala ve sledovaném období o akci Březen – měsíc čtenářů šest a více příspěvků.*

# Medializace jednotlivých akcí v rámci Března – měsíce čtenářů



*Graf znázorňuje vývoj medializace akcí v rámci Března – měsíce čtenářů v jednotlivých týdnech sledovaného období, a to podle počtu příspěvků. Příspěvky zmiňující více akcí jsou v grafu zachyceny u každé akci.*



*Graf informuje o poměru jednotlivých akcí, které byly v příspěvcích spojovány s Březnem – měsícem čtenářů. Příspěvky zmiňující více akcí jsou v grafu zachyceny u každé akci.*

# Metodika

**Úvod a výběr příspěvků**

Hlavním cílem analýzy bylo zmapovat tematickou a časovou strukturu mediální prezentace akce **Březen – měsíc** **čtenářů**, a to za období od **15.2.2012** do **15.4.2012**.

**Analýza zdrojových dat**

Zdrojová data jsou analyzována z různých hledisek. U každého publikovaného příspěvku je sledováno několik formálních a obsahových parametrů, které umožňují následné filtrování, seskupování, vytváření statistik a formulování závěrů.

**Základní sledované parametry:**

**Formální parametry** jsou nezávislé na obsahu příspěvku a z jeho struktury snadno zjistitelné. Zahrnují:

* Název příspěvku
* Autor
* Datum vydání
* Název média
* Rubrika / Pořad
* Strana

# Sledovaná média

Viz <http://www.newtonmedia.cz/monitorovana-media>.