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

**vypracovaná pro**

**Národní knihovnu ČR**



**období: 15.2.2013 – 15.4.2013**

**NEWTON Media a.s.** je největší společností v České republice, která již 18 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., 2013**

**OBSAH**

[1. Klíčové výsledky analýzy 3](#_Toc356914691)

[2. Souhrnný vývoj medializace akce Březen – měsíc čtenářů 4](#_Toc356914692)

[3. Analýza jednotlivých skupin médií 5](#_Toc356914693)

[3.1. Poměr medializace akce Březen – měsíc čtenářů v jednotlivých typech médií 5](#_Toc356914694)

[3.2. Média referující o akci Březen – měsíc čtenářů 6](#_Toc356914695)

[4. Medializace jednotlivých akcí v rámci Března – měsíce čtenářů 7](#_Toc356914696)

[5. Metodika 8](#_Toc356914697)

[6. Sledovaná média 8](#_Toc356914698)

# Klíčové výsledky analýzy

* V období od **15.2.2013** do **15.4.2013** byla akce **Březen – měsíc čtenářů** zohledněna v celkem   
  **802** příspěvcích. Nejčastěji o ní média referovala v týdnu od **8.4.2013** do **14.4.2013** (**209** příspěvků). Sdělovací prostředky se v tomto období zaobíraly akcí Noci s Andersenem, která proběhla v mnoha městech ČR a zahraničí a dále pak celostátní soutěží Biblioweb 2013. U příležitosti Noci s Andersenem se vypravili zástupci dánského velvyslanectví do knihoven v ČR, aby v nich předčítali dětem z knih významného autora pohádek Hanse Christiana Andersena (např. regionální Deníky 8.4.2013; 9.4.2013; denik.cz 12.4.2013). Zvýšený zájem médií o tuto akci lze sledovat rovněž v týdnech od **1.4.2013** do **7.4.2013** (**200** příspěvků) a od **4.3.2013**   
  do **10.3.2013** (**99** příspěvků) - viz [kap. 2.](#_Vývoj_medializace_akce)
* Z hlediska zastoupení jednotlivých skupin médií tvořily **78** % příspěvků (**626**) **regionální tituly**. **Internetové servery** se podílely **12** % (**119** příspěvků). **Celostátní deníky** zaujímaly **3** % medializace (**26** příspěvků). Z jednotlivých médií referoval o sledované problematice nejčastěji týdeník **5+2 dny** (**39** příspěvků). Mezi internetovými servery se prosadily **prvnizpravy.cz** (**20** příspěvků), z celostátních deníků to byla **Mladá fronta DNES** (**21** příspěvků). Blíže viz [kap. 3.1.](#_Poměr_medializace_akce) a [kap. 3.2.](#_Média_referující_o)
* Jednoznačně nejsledovanější akcí v médích byly **Noci s Andersenem** (**466** příspěvků; **51** %). **Březen – měsíc** **čtenářů** skončil na druhé pozici se **193** příspěvky (**21** %). V pořadí třetí nejmedializovanější se stala soutěž **Čtenář roku** (**159** příspěvků; **17** %). **Týden čtení** zaujímal **6** % (**55** příspěvků). **Biblioweb 2013** se   
  **33** příspěvky (**4** %) a **Maraton čtení 1** % medializace (**14** příspěvků) - viz [kap. 4.](#_Medializace_jednotlivých_akcí)
* Akce **Noci s Andersenem** se v médiích nejčastěji objevovala v týdnu od **1.4.2013** do **7.4.2013**   
  (**190** příspěvků). Média v tomto období referovala např. o:
* ceně Výboru Hanse Christiana Andersena, kterou udělilo dánské velvyslanectví v ČR za Noc s Andersenem knihovnicím Haně Hanáčkové a Miroslavě Čápové z Uherského Hradiště. Média v této souvislosti připomněla, že se jedná o celosvětovou akci, při níž bude 60 tisíc dětí na téměř 1 200 místech světa usínat při čtení pohádek Hanse Christiana Andersena (např. Mladá fronta DNES 2.4.2013, 5.4.2013; regionální Deníky 5.4.2013; ct24.cz 5.4.2013; ČT 1 5.4.2013; Zpravodajství ČTK 5.4.2013)
* zapojení knihoven v ČR do akce Noci s Andersenem (např. Mladá fronta DNES 5.4.2013; ČT 1 5.4.2013; Impuls 5.4.2013; Rádio City 5.4.2013; Rádio Blaník – střední Čechy 5.4.2013; regionální Deníky 2.4.2013, 3.4.2013, 5.4.2013, 6.4.2013). Obdobný námět mělo i dalších **178** příspěvků publikovaných v období   
  od **8.4.2013** do **14.4.2013** (např. regionální Deníky 8.4.2013, 10.4.2013, 12.4.2013).
* O akci **Čtenáři roku** bylo publikováno nejvíce článků v období od 25.2.2013 do 3.3.2013 a od 4.3.2013 do 10.3.2013 (shodně po **34** příspěvcích). Média informovala mj. o zapojení veřejných knihoven ze všech krajů ČR do akce Čtenář roku a o slavnostním předání ocenění na Nové scéně Národního divadla v Praze   
  (např. Sokolovský deník 28.2.2013; Chebský deník 1.3.2013; novinky.cz 6.3.2013). **Březen – měsíc čtenářů** byl zohledněn nejvíce v týdnech od 4.3.2013 do 10.3.2013 (**69** příspěvků) a od 25.2.2013 do 3.3.2013   
  (54 příspěvků). **Biblioweb** byl medializován nejčastěji v týdnu od 8.4.2013 do 14.4.2013 (**21** příspěvků). Média se zajímala o ocenění nejlepších knihovnických bezbariérových webů v soutěži Biblioweb 2013 a o vítězství městské knihovny ve Znojmě v soutěži o nejlepší webovou prezentaci (např. novinky.cz 10.4.2013, Znojemský deník 12.4.2013, Brněnský deník 13.4.2013; parlamentnilisty.cz 14.4.2013). O **Týdnu čtení** referovala média nejhojněji v období od 25.2.2013 do 3.3.2013 (**26** příspěvků). Akce **Maraton čtení** zajímala média nejčastěji   
  v období od 4.3.2013 do 10.3.2013 a od 11.3.2013 do 17.3.2013 (shodně po **5** příspěvcích). Blíže - 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.* *Sledované tituly nezahrnují agenturní zpravodajství.*

## Média referující o akci Březen – měsíc čtenářů



*Graf znázorňuje média, která publikovala ve sledovaném období o akci Březen – měsíc čtenářů 11 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 akce.*



*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 **15.2.2013** do **15.4.2013**. Do analýzy nevstupovaly příspěvky uveřejněné v agenturních zpravodajstvích.

**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>.