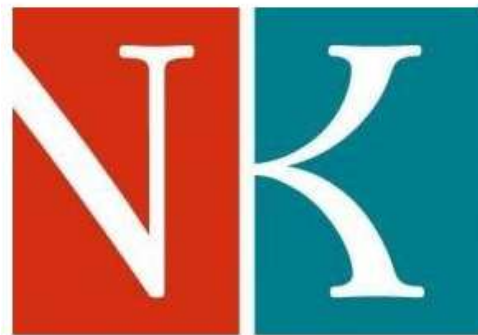


Analýza mediální obrazu pátého ročníku akce
Březen – měsíc čtenářů

vypracovaná pro:

Národní knihovnu ČR



Období: 15. 2. 2014 – 8. 4. 2014

Obsah

1	Klíčové výsledky analýzy.....	1
2	Souhrnný vývoj medializace akce Březen – měsíc čtenářů	2
3	Analýza jednotlivých skupin médií.....	3
3.1	Poměr medializace akce Březen – měsíc čtenářů v jednotlivých typech médií	
3.2	Média referující o akci Březen – měsíc čtenářů.....	4
4	Medializace jednotlivých akcí v rámci <i>Března – měsíce čtenářů</i>	5
5	Metodika	7
6	Sledovaná média	7

1 Klíčové výsledky analýzy

Cílem předkládané mediální analýzy bylo zachycení a kvantifikování mediálního obrazu akce **Březen – měsíc čtenářů** pořádané Národní knihovnou ČR. Mediální publicita dané akce byla sledována v období od 15. 2. 2014 do 8. 4. 2014. V rámci následující mediální analýzy nejsou zahrnuty články vydané v rámci agenturního zpravodajství.

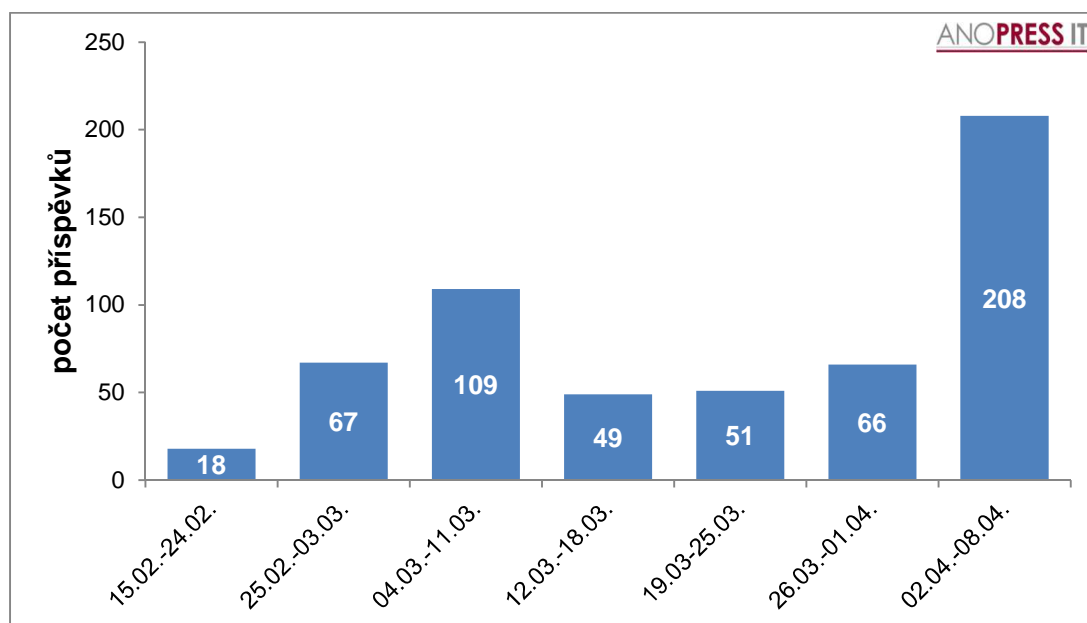
Akce **Březen – měsíc čtenářů** byla zohledněna celkem v **568 příspěvcích**. Nejčastěji o ní média referovala v týdnu od 2. 4. do 8. 4. 2014 (**208 příspěvků** – z toho **191 příspěvků** se týkalo Noci s Andersenem).

Z hlediska zastoupení jednotlivých skupin médií tvořily **regionální tituly 62% (354 příspěvků)**; **internetové servery 32% (183 článků)**, v **televizním a rozhlasovém** vysílání bylo zveřejněno 14 reportáží (**3% příspěvků**) a **celostátní deníky** se na celkovém počtu publikovaných příspěvků podílely **2%**, tj. **10 články**. Z jednotlivých médií referoval o sledované akci nejčastěji regionální **Jihlavský deník (15 příspěvků)**, z celostátních titulů **Mladá fronta DNES (7 příspěvků)**.

Mediálně nejsledovanější akcí se již tradičně stala akce **Noc s Andersenem (309 příspěvků; 46%)**. Pomyslnou druhou pozici obsadila **Březen – měsícem čtenářů s 204 příspěvků (30%)**. Třetí pozici obsadila akce **Čtenář roku s 91 zveřejněnými příspěvků (13%)**. Akci **Týden čtení** se věnovalo **36 příspěvků (5%)**, soutěži o nejlepší knihovnický web roku **Biblioweb 2014** bylo věnováno **18 článků (3%)** stejně jako o na akci **Maraton čtení 18 článků (3%)**.

2 Souhrnný vývoj medializace akce Březen – měsíc čtenářů

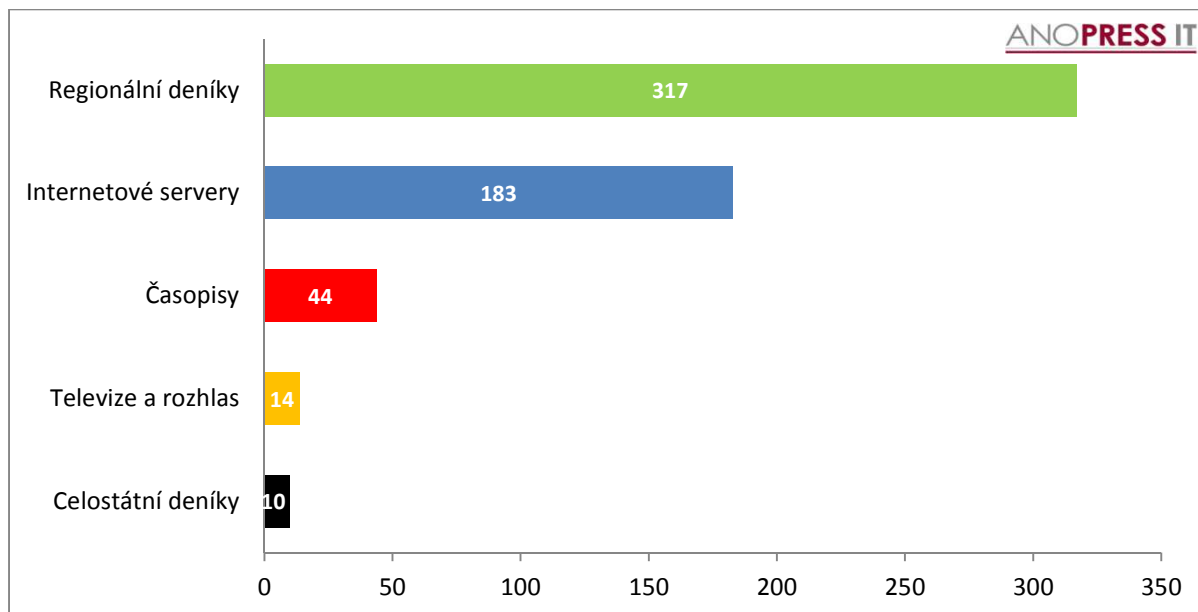
Přehled dle týdnů v rámci sledovaného období



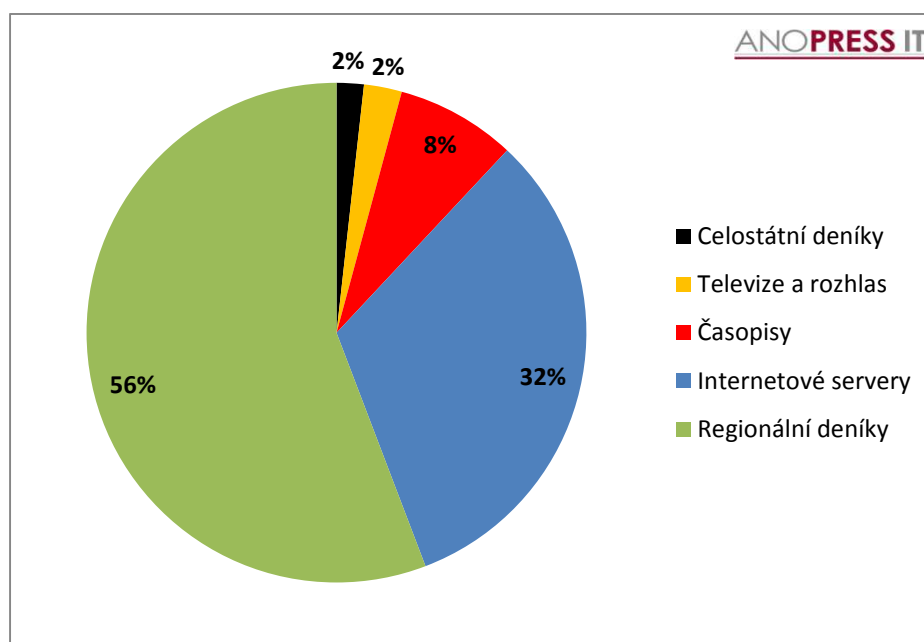
Graf znázorňuje vývoj medializace akce **Březen – měsíc čtenářů**, a to podle počtu zveřejněných příspěvků v jednotlivých týdnech sledovaného období. Pokud bylo v článku zmíněno více akcí, je takový článek v přehledu započten pouze jednou.

3 Analýza jednotlivých skupin médií

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

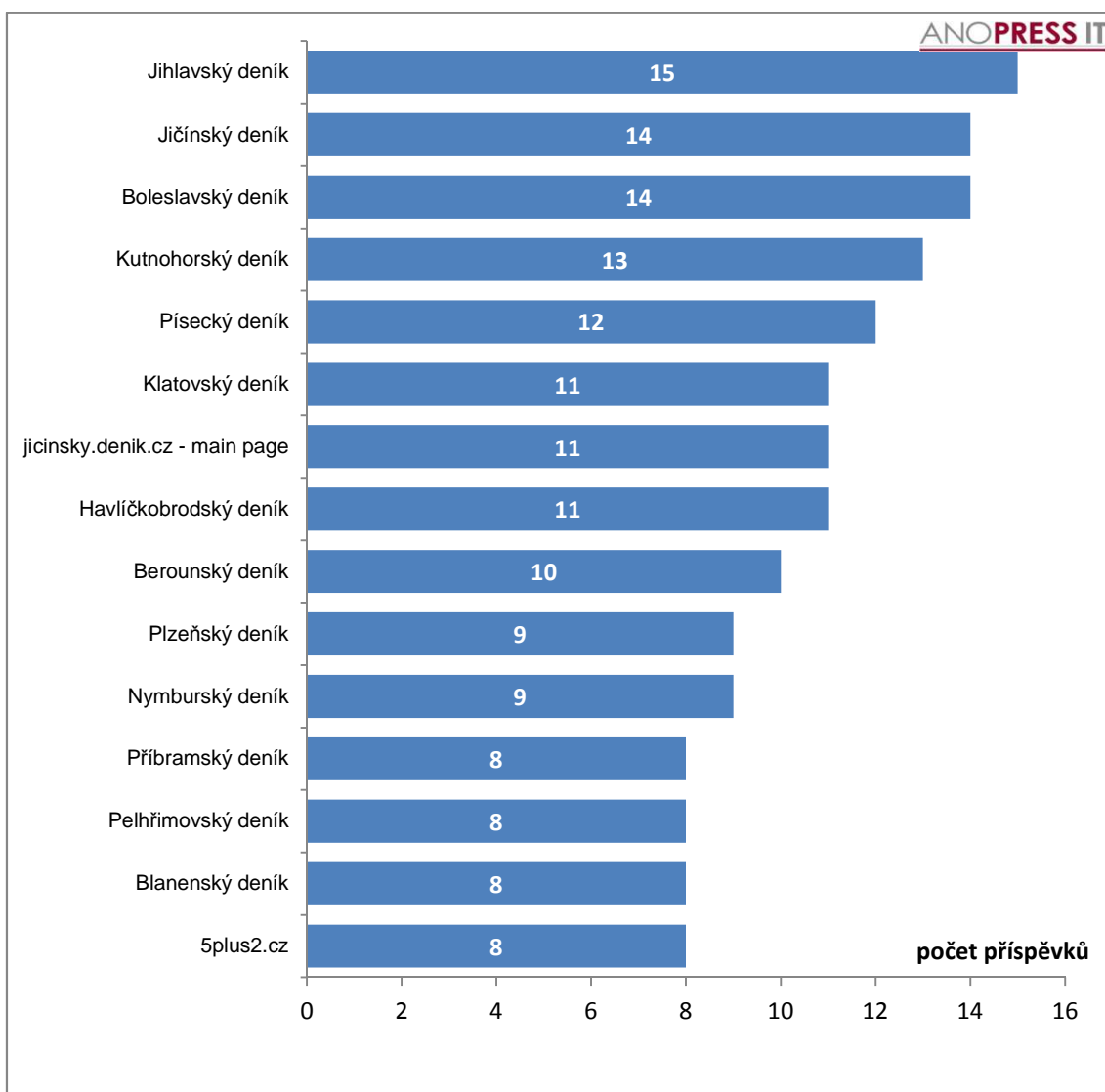


Graf znázorňuje počet příspěvků uveřejněných v jednotlivých skupinách médií o akci **Březen – měsíc čtenářů** ve sledovaném období. Sledované tituly nezahrnují agenturní zpravodajství.



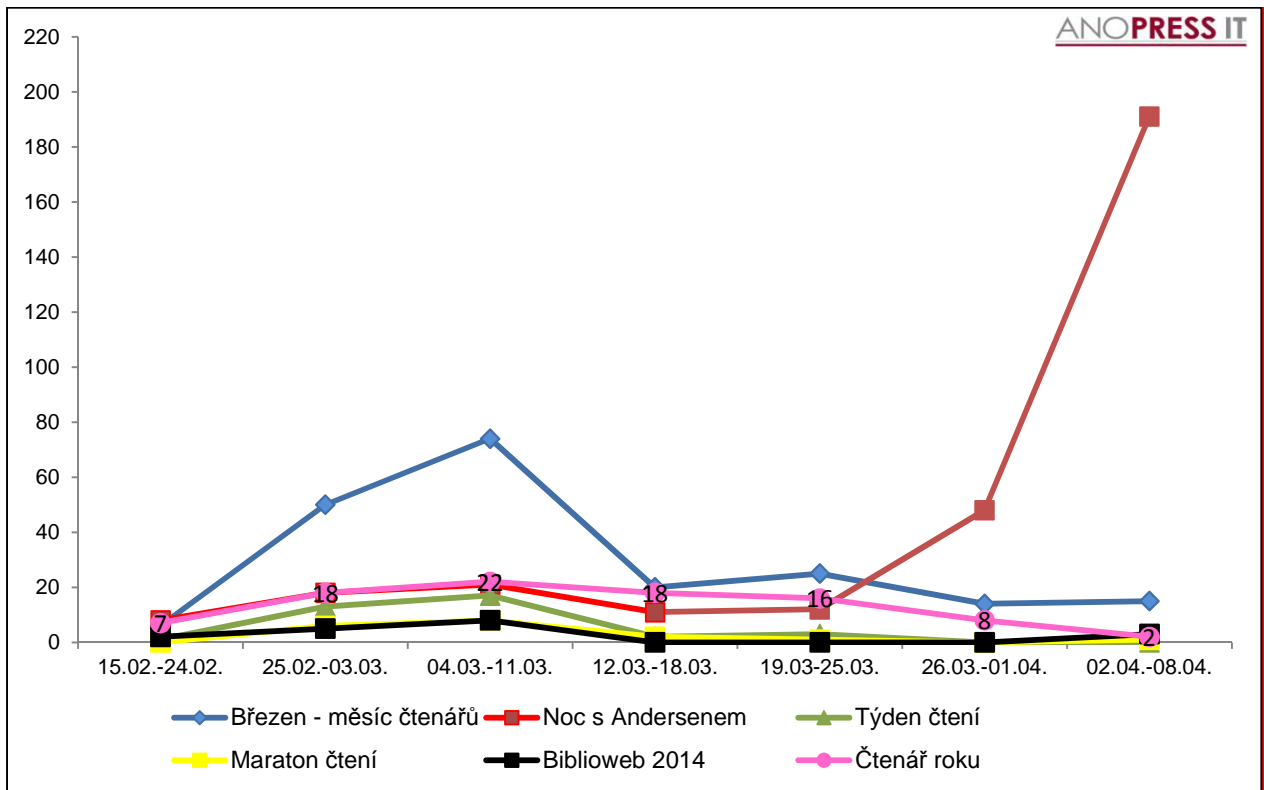
Graf znázorňuje rozložení medializace akce **Březen – měsíc čtenářů** ve sledovaném období v jednotlivých skupinách médií. Sledované tituly nezahrnují agenturní zpravodajství.

3.2 Média referující o akci Březen – měsíc čtenářů

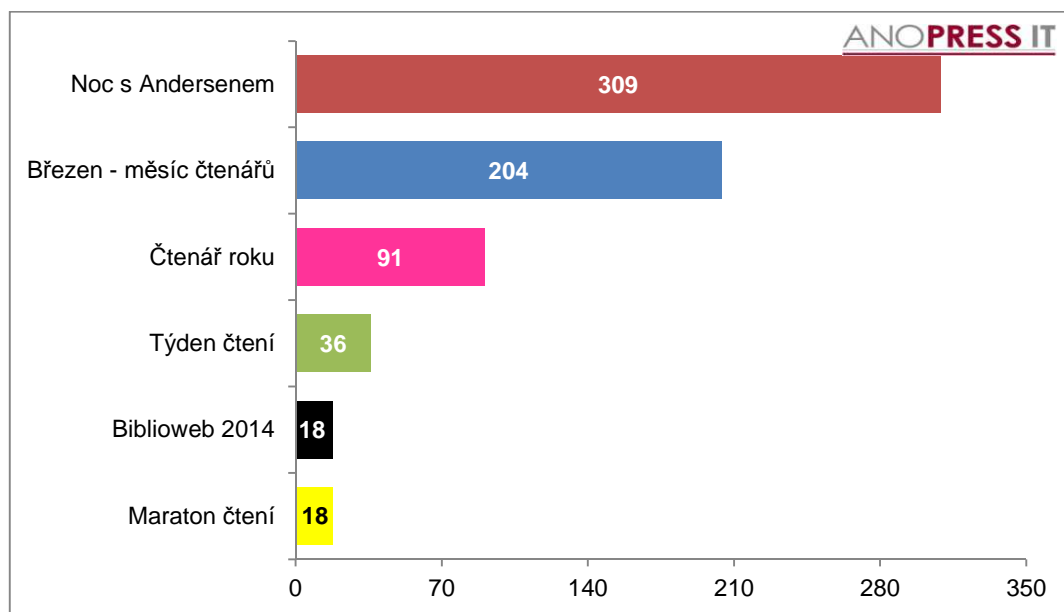


Graf znázorňuje média, která publikovala ve sledovaném období o akci **Březen – měsíc čtenářů** 8 a více příspěvků.

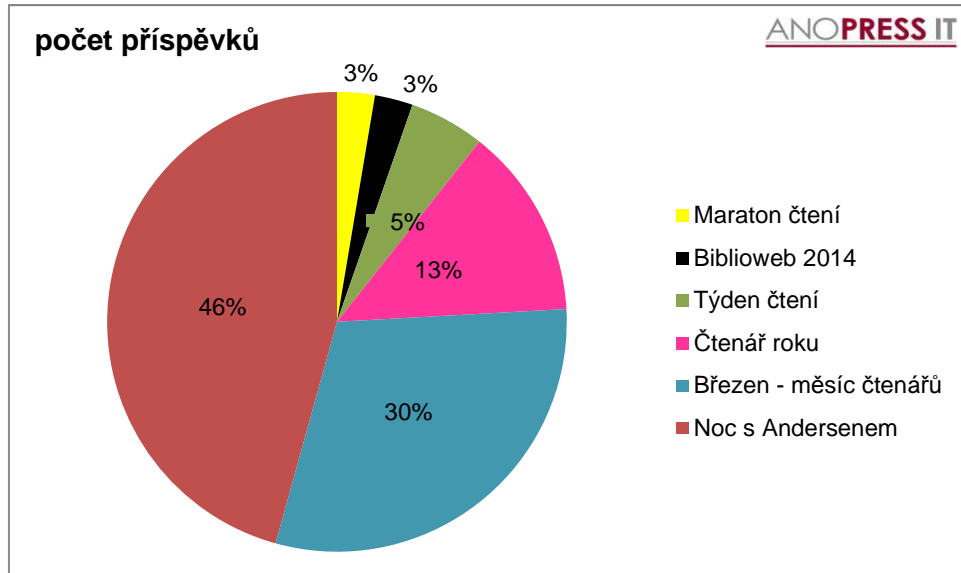
4 Medializace jednotlivých akcí v rámci *Března – měsíce čtenářů*



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 zobrazuje týdenní srovnání počtu publikovaných příspěvků o jednotlivých akcích konaných v rámci **Března – měsíce čtenářů**.



Graf zobrazuje týdenní procentuální srovnání počtu publikovaných příspěvků o jednotlivých akcích konaných v rámci **Března – měsíce čtenářů**.

5 Metodika

Výběr příspěvků

Akce *Březen – měsíc čtenářů* byla monitorována v období od 15.2.2014 do 8.4.2014. Do analýzy nebyly zahrnuty příspěvky uveřejněné v rámci agenturního zpravodajství.

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 zjištělné. Tyto parametry zahrnují:

- ❖ Název příspěvku
- ❖ Autora příspěvku
- ❖ Datum vydání
- ❖ Název média
- ❖ Rubrika / Pořad
- ❖ Strana

6 Sledovaná média

Seznam sledovaných médií je možné zobrazit na <http://www.anopress.cz/sledovana-media>