

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2024

Bc. Petr Pírek

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Mediální obraz inflace ve vybraných médiích
v České republice za rok 2023**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Petr Pírek

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: Mgr. Ing. David Klimeš, Ph.D.

Rok obhajoby: 2024

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.
4. Při přípravě této práce autor použil jamovi za účelem zpracování dat a statistických testů.
Po použití tohoto nástroje/slужby autor obsah podle potřeby zkontroloval a upravil a přebírá plnou odpovědnost za obsah publikace.

V Praze dne 28. 7. 2024

Bc. Petr Pírek

Bibliografický záznam

PÍREK, Petr. *Mediální obraz inflace ve vybraných médiích v České republice za rok 2023*. Praha, 2024. 76 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Ing. David Klimeš Ph.D.

Rozsah práce: 112 766 znaků včetně mezer

Abstrakt

Tato diplomová práce se věnuje vyobrazení inflace v České republice ve vybraných médiích za rok 2023. Mezi vybraná média byly zařazeny weby HN.cz, Finance.cz, iRozhlas.cz a ParlamentniListy.cz. Cílem této diplomové práce byla analýza způsobu informování o inflaci mezi vybranými médii. V práci byla jako metoda použita kvantitativní obsahová analýza. Kódovací jednotkou byl jeden článek, který obsahoval slovo inflace ve svém nadpisu, byl publikován v roce 2023 v jednom z vybraných médií a jeho autorem nebyla Česká tisková kancelář. Ve výzkumném vzorku ($N = 207$) bylo analyzováno, že vybraná média se lišila ve způsobu, jaké ukazatele míry inflace byly v jejich článcích uvedeny. Pro celý vzorek bylo typické, že obsahoval obvykle pouze jeden ukazatel míry inflace. Bylo statisticky potvrzeno, že analyzované články byly ve většině případů založeny na informacích z elitních zdrojů. Pozorované články obsahovaly kromě inflace v 81,2 % případů také další ekonomicky nebo byznysově zaměřená témata. Články vybraných médií se vzájemně lišily z hlediska délky článku a z hlediska použité žurnalistické formy. Výsledky této diplomové práce potvrdily existenci rozdílů mezi vybranými médii a shodovaly se s provedenými studiemi ohledně typu zdrojů v ekonomické žurnalistice.

Abstract

This thesis focuses on the portrayal of inflation in the Czech Republic in selected media for the year 2023. The selected media include the websites HN.cz, Finance.cz, iRozhlas.cz, and ParlamentniListy.cz. The aim of this thesis was to analyse the manner in which information about inflation is presented among the selected media. A quantitative content analysis was used as the method in this work. The coding unit was an article that contained the word "inflation" in its title, was published in 2023 in one of the selected media and was not authored by the Czech News Agency. In the research sample ($N = 207$), it was analysed that the selected media differed in the way they presented indicators of the inflation rate in their articles. It was typical for the entire sample to contain usually only one indicator of the inflation rate. It was statistically confirmed that the analysed articles were mostly based on information from elite sources. In 81.2% of cases, the observed articles also contained other economically or business-oriented topics besides inflation. The articles from the selected media differed in terms of article length and journalistic form used. The results of this thesis confirmed the existence of differences among the selected media and were consistent with studies regarding the types of sources used in economic journalism.

Klíčová slova

Inflace, média, Česká republika, ekonomická žurnalistika, kvantitativní obsahová analýza

Keywords

Inflation, media, Czech Republic, economical journalism, quantitative content analysis

Title

Media Portrayal of Inflation in Selected Media in the Czech Republic in 2023

Poděkování

Na tomto místě bych chtěl poděkovat panu Mgr. Ing. Davidu Klimešovi, Ph.D. za vstřícný přístup a konzultace k diplomové práci. Dále bych chtěl poděkovat všem svým blízkým, kteří mi byli oporou v celém průběhu studia.

Obsah

Úvod	11
1 Teoretická část	13
1.1 Média a ekonomická žurnalistika	13
1.2 Inflace	16
1.2.1 Definice inflace a pohled makroekonomie	16
1.2.2 Výpočet inflace podle Českého statistického úřadu	18
1.2.3 Inflace v České republice v roce 2023	19
1.3 Vyobrazení ekonomických témat v médiích	22
1.3.1 Zdroje v ekonomické žurnalistice	23
1.3.2 Aktéři ekonomicky zaměřených textů	24
1.3.3 Rozdíly mezi médii	25
1.4 Charakteristika analyzovaných médií	26
2 Metodologická část	28
2.1 Kvantitativní obsahová analýza	28
2.1.1 Výběrový soubor a kódovací jednotka	31
2.1.2 Proměnné	31
2.2 Popisná statistika a statistické testy	33
2.2.1 Popisná statistika	33
2.2.2 Statistické testy	34
3 Empirická část	36
3.1 Základní deskripce získaných dat	37
3.2 Vyjádření míry inflace	41
3.3 Inflace ve spojení s dalšími ekonomickými nebo byznysovými tématy	44
3.4 Zdroje článků o inflaci	48

3.5	Aktéři článků o inflaci	51
3.6	Rozdíly mezi vybranými médii	53
3.7	Autoři článků ve vybraných médiích	58
	Diskuze	60
	Závěr.....	63
	Summary.....	65
	Použitá literatura.....	67

Seznam grafů, obrázků a tabulek

Graf 1: Průměrná roční inflace	20
Graf 2: Míra inflace vyjádřená přírůstkem indexu spotřebitelských cen ke stejnému měsíci předchozího roku	21
Graf 3: Míra inflace vyjádřená přírůstkem indexu spotřebitelských cen k předchozímu měsíci	21
Graf 4: Porovnání meziroční a meziměsíční inflace v roce 2023.....	22
Graf 5: Počet článků k jednotlivým dnům v měsíci	39
Graf 6: Počet článků k jednotlivým měsícům	39
Graf 7: Počet zmínek ekonomicky nebo byznysově zaměřených témat v článcích.....	46
Obrázek 1: Krátkodobá cenová Phillipsova křivka	18
Obrázek 2: Vzorec pro výpočet Pearsonova r	34
Tabulka 1: Váhy hlavních kategorií spotřebního koše	19
Tabulka 2: Přehled proměnných.....	33
Tabulka 3: Výzkumné otázky.....	36
Tabulka 4: Hypotézy	37
Tabulka 5: Základní a výběrový soubor	38
Tabulka 6: Korelační matice.....	40
Tabulka 7: Míry inflace v článcích na webu HN.cz	42
Tabulka 8: Míry inflace v článcích na webu Finance.cz	42
Tabulka 9: Míry inflace v článcích na webu iRozhlas.cz.....	43
Tabulka 10: Míry inflace v článcích na webu Parlamentnilisty.cz.....	43
Tabulka 11: Statistický test k hypotéze H1	44
Tabulka 12: Přítomnost dalšího ekonomicky nebo byznysově zaměřeného tématu u článků na webu HN.cz	46
Tabulka 13: Přítomnost dalšího ekonomicky nebo byznysově zaměřeného tématu u článků na webu Finance.cz.....	47
Tabulka 14: Přítomnost dalšího ekonomicky nebo byznysově zaměřeného tématu u článků na webu iRozhlas.cz	47
Tabulka 15: Přítomnost dalšího ekonomicky nebo byznysově zaměřeného tématu u článků na webu Parlamentnilisty.cz	47
Tabulka 16: Statistický test k hypotéze H2	48
Tabulka 17: Typy zdrojů v článcích	49
Tabulka 18: Typy zdrojů v článcích na webu HN.cz	49
Tabulka 19: Typy zdrojů v článcích na webu Finance.cz	49
Tabulka 20: Typy zdrojů v článcích na webu iRozhlas.cz	50
Tabulka 21: Typy zdrojů v článcích na webu Parlamentnilisty.cz.....	50
Tabulka 22: Statistický test k hypotéze H3	51
Tabulka 23: Statistický test k hypotéze H4	52
Tabulka 24: Statistický test k hypotéze H5	54
Tabulka 25: Statistický test k hypotéze H6	55
Tabulka 26: Žurnalistické formy u článků na webu HN.cz.....	57
Tabulka 27: Žurnalistické formy u článků na webu Finance.cz.....	57
Tabulka 28: Žurnalistické formy u článků na webu iRozhlas.cz	57
Tabulka 29: Žurnalistické formy u článků na webu Parlamentnilisty.cz	57
Tabulka 30: Statistický test k hypotéze H7	58

Úvod

V této diplomové práci se zaměřuji na mediální obraz inflace ve vybraných médiích za rok 2023. Vzhledem k vysoké míře inflace vyjádřené přírůstkem indexu spotřebitelských cen ke stejnému měsíci předchozího roku v roce 2023 (Český statistický úřad 2024a) analyzuji, jak vybraná média o tomto tématu v roce 2023 informovala, neboť existují důkazy, že rámování ekonomické události utváří veřejné mínění o dané události a tím pádem má vliv na společnost (Geiß et al. 2017).

V práci analyzuji rozdíly mezi vybranými médii z hlediska, o jakých ukazatelích míry inflace, které používá Český statistický úřad, informují ve svých článcích. Vzhledem k souvislosti inflace s dalšími ekonomickými ukazateli (Samuelson a Solow 1960; Bhandari et al. 2024) pozoruji, jestli analyzované články kromě inflace obsahují také nějaké další ekonomicky nebo byznysově orientované téma. Dále zkoumám, z jakých zdrojů vybraná média čerpají informace, přičemž předešlé studie zaměřené na ekonomickou žurnalistiku dokládají převahu elitních zdrojů nad veřejnými zdroji (např.: Baek a Lee 2020; Hopmann a Shehata 2011; Reich 2015). Jelikož existují pochybnosti, jestli ekonomičtí žurnalisté kvůli své blízkosti k elitním zdrojům zůstávají tzv. hlídacími psy (Usherová 2013), a tudíž mohou nedostatečně varovat před nastupující krizí (Knowlesová et al. 2017), pozoruji taktéž, jací aktéři se objevují v analyzovaných článcích. Zkoumání aktérů navazuje na výzkum Kalogeropoulou et al. (2015), kteří se této problematice v ekonomické žurnalistice věnovali.

Užitou výzkumnou metodou práce je kvantitativní obsahová, kterou jsem provedl na základě teoretických poznatků Trampoty a Vojtěchovské (2010), Scherera (2011) a Wimmera a Dominicka (2006). Kódovací jednotkou provedené kvantitativní obsahové analýzy je článek publikovaný v roce 2023 se slovem inflace ve svém nadpisu, v jednom ze čtyř vybraných médií, kterými jsou weby HN.cz, Finance.cz, iRozhlas.cz a Parlamentnilisty.cz, přičemž jeho autorem nesmí být Česká tisková kancelář. Kvantitativní obsahová analýza obsahuje čtrnáct proměnných, které zkoumám u výzkumného vzorku ($N = 207$).

Cílem této práce je analyzovat rozdíly mezi jednotlivými vybranými médii v tom, jak informovala o tématu inflace. Další cíl této práce se zaměřuje na analýzu, jestli se pozorované jevy v ekonomické žurnalistice v zahraničních médiích, objevují i v případě článků o inflaci v České republice, které jsou taktéž ekonomického zaměření. Důležitost této diplomové práce spatřuji v tom, že z jejich výsledků vyplývá, jaké obsahy byly publikovány k tématu inflace

v roce, kdy její meziroční míra nabývala nadstandardně vysokých hodnot (Český statistický úřad 2024a), a jaké zdroje, další ekonomicky nebo byznysově zaměřená témata a aktéry analyzované články obsahovaly.

1 Teoretická část

Teoretická část práce nabízí náhled na klíčové pojmy, které jsou v kontextu práce důležité. Tato kapitola je rozčleněna do čtyř navazujících podkapitol, které uvádějí do zkoumané problematiky, která je řešena ve třetí kapitole této diplomové práce. Z Teoretické části vyplývají výzkumné otázky a hypotézy, které budou zodpovězeny a ověřeny v Empirické části.

Nejdříve se zaměřím na definici základních pojmů jako média nebo ekonomické žurnalistika, do níž spadá informování o inflaci. Popíšu specifika ekonomické žurnalistiky, její vývoj a aktuální přístupy, které jsou aktuálně v ekonomické žurnalistice aplikovány.

V druhé podkapitole rozeberu termín inflace. Nabídnou pohledy makroekonomů, jak na inflaci nahlíží, rozeberu způsoby měření a typy inflace a zaměřím se také na vztahy inflace s dalšími makroekonomickými ukazateli. Po teoretickém vymezení inflace se blíže věnuji jejímu vývoji v analyzovaném roce 2023.

Třetí podkapitolu tvoří teoretické poznatky, které se zabírají problematikou vyobrazení ekonomicky zaměřených témat v médiích. Zejména na základě této podkapitoly vytvořím hypotézy, které budou následně ověřovány ve třetí kapitole.

Poslední podkapitolu teoretické části tvoří charakteristiky médií, které jsou analyzovány v Empirické části této práce. V charakteristice jednotlivých médií kladu důraz na jejich rozdílné znaky.

1.1 Média a ekonomická žurnalistika

V této podkapitole se zaměřím na vymezení základních pojmů spojených s mediálními studii a následně se více zaměřím na ekonomickou žurnalistiku a její specifika.

Základním pojmem v oblasti mediálních studií je pojem médium. Jako médium definujeme to, co nám zprostředkovává nějaké sdělení (Jiráček a Köpplová 2006). Jiráček a Köpplová (2006) dále dělí média na primární, kam se řadí jazyk a neverbální komunikace, sekundární, kam patří technologické prostředky, které pomáhají překonávat bariéry komunikace, jako jsou čas a prostor, a terciální, kterými jsou masová média, kam patří například tisk, rozhlas nebo televize. Franklin et al. (2005) tvrdí, že pokud hovoříme o médiích ve vztahu s komunikací, je nutné tento pojem významově zúžit a vykládat jej jako zprostředkovatele komunikace. Altheide a Snow (1979, s. 11) zdůrazňují společenskou a technologickou složku médií, z čehož vyplývá soustava společenských a technologických zařízení, která zprostředkovává výběr, přenos a příjem informací. Další pohled na pojem médium se zaměřuje

na komplexnost tohoto pojmu a poukazuje na tři možné přístupy k médiím, které by měly být propojeny a jsou jimi přístupy materiální, funkcionální a organizační (Jakubkovicz 2013, s. 55).

Dalším důležitým pojmem jsou masová média. Jiráček a Köpplová (2006) tvrdí, že masová média jsou používána k celospolečenské komunikaci a je pro ně typické, že sdělení vychází od jednoho zdroje, kterým je podavatel, k publiku. Bednařík et al. (2011) zmiňují, že mezi masová média řadíme noviny, časopisy, filmy, rozhlasové a televizní vysílání. Masová média jsou označována jako masová, neboť jejich prostřednictvím lze promlouvat k masám a jejich účelem může sdělovatel prosazovat svůj politický názor nebo dosahovat ekonomického úspěchu (Bednařík et al. 2011). S rozšířením Internetu došlo dle Fourtunatiové (2005, s. 37–39) k tzv. internetizaci masových médií, při níž se do tradičních médií, jako jsou tisk nebo televize, implementují prvky, které fungují v internetovém prostředí, čímž se tradiční masová média dostávají ze svých hranic, ve kterých byla zvyklá fungovat.

Internetizace médií nás přivádí k problematice online médií. Pojem online média se dle Jirků (2020, s. 16) často zaměňuje jako synonymum s pojmy, jako jsou digitální média, multimédia nebo nová média, nicméně pojem online média nabírá nejužšího a nejspecifičtějšího významu. Podle Siaperové (2018, s. 12) můžeme online média definovat jako média, která ke svému fungování potřebují Internet a uživatelé je mohou konzumovat v internetovém prostředí.

Nyní se více přiblížím již k samotnému pojmu žurnalistika. Tento pojem vychází z francouzského slova žurnál (journal), což znamená deník. Halada a Osvaldová (2017, s. 280) jej definují jako „produkt činnosti novinářů (žurnalistů), který obsahuje informace o současném dění ve společnosti a názorech na toto dění.“ Samotní žurnalisté hovoří o žurnalistice jako kontejneru, který umožňuje přístup k informacím, ale který zároveň limituje obsah informací, ke kterým mají konzumenti přístup (Zelizerová 2005, s. 68).

Postupem času se žurnalistika proměňovala. Bednařík et al. (2011) definují šest období, kterými jsou prežurnalistické období, období dopisovatelské žurnalistiky, období spisovatelské žurnalistiky, období redakční žurnalistiky, období redakčně-technické žurnalistiky a období internetové a on-line žurnalistiky. Dále lze ještě identifikovat tzv. občanskou žurnalistiku, která se zaměřuje především na lokální problémy, které vyvolávají znepokojení občanů a autorů tohoto milníku v žurnalistickém vývoji (Bednařík et al. 2011). Hlavním bodem zájmu této diplomové práce bude současné období internetové a on-line žurnalistiky, čehož výsledkem bude zaměření na články dostupné na Internetu.

Nyní se přesunu k samotné ekonomické žurnalistice. Ekonomická žurnalistika se potýká

s finančními, byznysovými, nebo ekonomickými tématy, dále také současnými tématy s vlivem na ekonomiku, jako jsou globální oteplování a ESG, což je zkratka pro environmentální faktory, sociální faktory a faktory governance (Addison et al. 2024). Křítková a Koudelková (2015, s. 3) hovoří o ekonomické žurnalistice jako o oboru, který v sobě snoubí dvě důležité disciplíny pro naši společnost, kterými jsou ekonomika a žurnalistika, neboť mají na naše životy velký vliv. Důležitost ekonomické žurnalistiky stoupá zejména kvůli rychle probíhajícím změnám v prostředí, ve kterém žijeme, a současně roste poptávka po ekonomicky zaměřených tématech (Addison et al. 2024). Hayesová (2013, s. 4) dodává, že nárůst poptávky po informacích o byznysu a ekonomice je spojen s rozvojem volného trhu, neboť ekonomické zpravodajství je podstatné pro obchodování na burzách.

Ekonomické zpravodajství, potažmo ekonomická žurnalistika je pro veřejnost velmi důležitá, neboť má vliv na mikroekonomické chování obyvatel v každodenních záležitostech (Adoniová a Cohen 1978). Pro čtenáře hraje důležitou roli, aby vzhledem k jejich chování, vzhledem k jejich spotřebě, případně úsporám měli přístup k textům, které se potýkají s ekonomickými tématy, jako může být například inflace, na kterou je zaměřena tato práce, nebo nezaměstnanost s budoucím vývojem trhu (Starrová 2012).

Při pohledu na historii a významné milníky ekonomické žurnalistiky můžeme její počátky hledat od konce 18. století a ranými léty 19. století, kdy se ekonomické informace předávaly ústně. Velkým milníkem v historii ekonomické žurnalistiky je rok 1888, ve kterém byly založeny Financial Times. O rok později začal ve Spojených státech amerických vycházet The Wall Street Journal. Významnou postavou historie ekonomické žurnalistiky byl Paul Julius Reuter, který byl nejdříve neúspěšným podnikatelem, nicméně později založil dodnes úspěšnou agenturu Reuters. Reuters nebo Dow Jones byly velmi podstatnými zdroji informací pro obchodníky na burzách a ve světě bez dnešních technologických vymožeností plnily nenahraditelnou úlohu. Ekonomická žurnalistika byla společnosti přínosná v historických okamžicích jako byla například Velká hospodářská krize na začátku minulého století nebo nástup Margaret Thatcherové na pozici ministerské předsedkyně ve Velké Británii, s čímž bylo spojeno mnoho změn ekonomického charakteru. V 21. století byl pro ekonomickou žurnalistiku nejvýznamnějším rokem rok 2008, kdy došlo k finanční krizi. (Hayesová 2013)

Pro ekonomicky a byznysově zaměřené novináře existuje organizace, která je sdružuje a nese název Society for Advancing Business Editing and Writing, která je známá pod zkratkou SABEW. Organizace byla založena v roce 1964 jako nezisková organizace a nabízí svým členům různé konference, školení, kurzy nebo online programy. Mísí SABEWu je udržení vysokých standardů ekonomické žurnalistiky, pravdivé informování o ekonomických tématech

a zlepšování schopností svých členů. SABEW také uděluje ceny a ocenění se dělí do kategorií podle velikosti média, ve kterém působí. Ocenění v kategorii velkých médií jsou často novináři a komentátoři z významných ekonomicky zaměřených publikací, kterými jsou pro ilustraci Bloomberg, Wall Street Journal nebo Financial Times. (SABEW 2024b; 2024a)

1.2 Inflace

V této podkapitole se zaměřím na teoretické poznání ohledně inflace a její vývoj ve sledovaném období, kterým je rok 2023. Nejdříve se budu věnovat samotné definici pojmu inflace a různým názorům na ni. Poté se zaměřím na způsoby, kterými měří inflaci Český statistický úřad, a na závěr této podkapitoly se budu věnovat samotným hodnotám, kterých inflace nabýval v České republice v roce 2023.

1.2.1 Definice inflace a pohled makroekonomie

S pojmem inflace má člověk možnost setkávat se ve velké míře a toto slovo je známé široké veřejnosti, ačkoliv nemusí mít zcela jasno, co se pod termínem inflace všechno skrývá, na což poukazují Soukup et al. (2018, s. 276) s tím, že inflace se může stát předmětem nesprávných tvrzení, která mohou vést k nedorozuměním. Inflace je růst všeobecné cenové hladiny, přičemž cenová hladina lze měřit indexem spotřebitelských cen, indexem cen výrobců nebo deflátorem HDP (Soukup et al. 2018, s. 30). Dle Pavelky (2007) „míra inflace vypovídá o tom, jak se za daný rok změnila průměrná cenová hladina v ekonomice.“ Česká národní banka (2023), která má dle zákona dbát o cenovou stabilitu v České republice, definuje inflaci takto: „Inflace je nárůst cenové hladiny zboží a služeb v dané ekonomice. Jde o oslabení reálné hodnoty (tj. kupní síly) dané měny vůči zboží a službám, které spotřebitel kupuje – je-li v ekonomice přítomna inflace spotřebitelských cen, pak na nákup téhož koše zboží a služeb spotřebitel potřebuje čím dál více jednotek měny dané země.“

Míru inflace lze vypočítat podle vzorce: $\pi = \frac{CPI_t - CPI_{t-1}}{CPI_{t-1}} * 100$ (Soukup et al. 2018, s. 32).

V tomto vzorci π znamená míru inflace, CPI_t index spotřebitelských cen ve sledovaném období a CPI_{t-1} je index spotřebitelských cen v předchozím období.

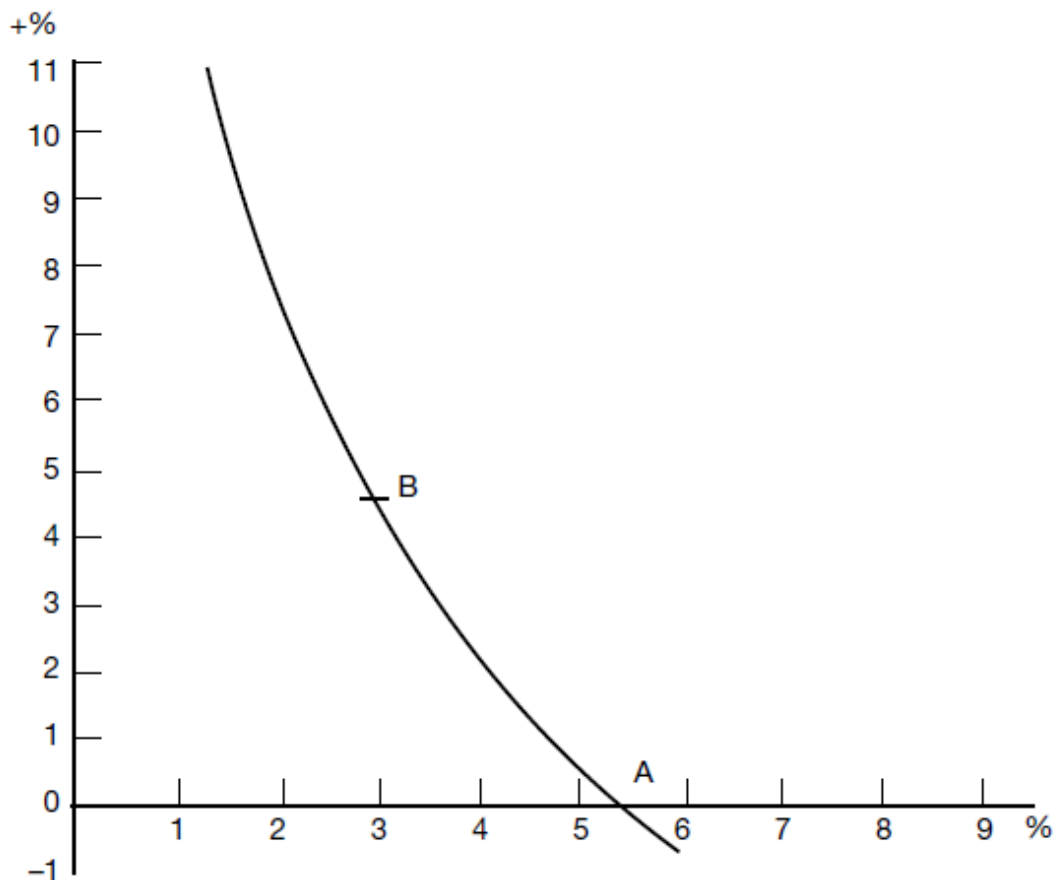
Inflace může být způsobena buď poptávkovými šoky, nebo nabídkovými šoky. Mezi pozitivní poptávkové šoky se řadí například zvýšení vládních výdajů nebo zvýšení objemu transferů od vlády, což jsou projevy expanzivní fiskální politiky, jako negativní poptávkové šoky, jejichž vlivem inflace klesá, lze uvést nástroje restriktivní fiskální politiky, což může naopak snížení transferů a vládních výdajů (Soukup et al. 2018, s. 378–383). Míra inflace dle

Soukupa et al. (2018, s. 383–387) může vzrůstat i kvůli nabídkovým šokům, kterými může být nedostatek nerostných surovin nebo energetických zdrojů. Na poptávkovou i nabídkovou inflaci existují způsoby, jak ji může centrální banka dostat do mezí přijatelných z hlediska inflačního cíle. V případě poptávkové inflace hovoří Soukup et al. (2018, s. 388) o metodě Cold Turkey, kdy centrální banka prudce zvýší výdaje, aby se rychle dostala do tolerovaného pásma. Druhým způsobem je tzv. gradualistická metoda, při níž centrální banka provádí zvyšování úrokových sazeb postupně a inflace se vrací volnějším tempem na požadovanou úroveň (Soukup et al. 2018, s. 389). S nabídkovou inflací lze bojovat třemi metodami. Centrální banka může podle Soukupa et al. (2018, s. 393–398) na inflaci působit potlačovací, neutrální nebo akomodativní monetární politikou.

V souvislosti s poptávkovou inflací nabízejí zajímavý koncept Bhandari et al. (2024), kteří tvrdí, že subjektivní přesvědčení domácností mají tendenci být v krizi více pesimistické, než je tomu v případě firem nebo expertních odhadů. Tyto předsudky mají na svědomí snížení ekonomické aktivity domácností, což se může následně projevit v ukazatelích inflace prostřednictvím cen zboží a také na trhu práce (Bhandari et al. 2024).

Inflace má také vztahy vůči dalším makroekonomickým ukazatelům. Ten pravděpodobně nejvýznamnější vztah je vztah míry inflace a míry nezaměstnanosti, který je ilustrován cenovou Phillipsovou křivkou. Samuelson se Solowem (1960) vycházeli z původní Phillipsovy mzdové křivky a přišli s tvrzením, že v krátkém období nárůst míry inflace snižuje míru nezaměstnanosti, a naopak zvýšení míry nezaměstnanosti snižuje inflaci, což dokládá Obrázek 1, kde na vertikální ose je míra inflace a na horizontální míra nezaměstnanosti. Soukup et al. (2018, s. 302) dodávají, že cenová Phillipsova křivka vysvětluje mechanismus poptávkové inflace, čemuž mohou předcházet nebo následně navazovat další ekonomické vztahy.

Obrázek 1: Krátkodobá cenová Phillipsova křivka



Zdroj: Soukup et al. (2018)

1.2.2 Výpočet inflace podle Českého statistického úřadu

V České republice inflaci měří Český statistický úřad a za cenovou stabilitu v České republice odpovídá Česká národní banka, která může inflaci ovlivňovat pomocí nástrojů měnové politiky. Česká národní banka má stanovený inflační cíl, který odpovídá dvouprocentní míře inflace.

Český statistický úřad používá při měření inflace pomocí indexu spotřebitelských cen spotřební koš. Spotřební koš obsahuje 12 hlavních kategorií položek, které jsou dále členěny na podkategorie. Mezi kategorie s největší vahou se řadí *BYDLENÍ*, *VODA*, *ENERGIE*, *PALIVA*, které následuje *POTRAVINY A NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE*, a poté *DOPRAVA*. Při měření inflace za pomoci indexu spotřebitelských cen můžeme mluvit o čtyřech typech inflace, které Český statistický úřad uvádí. V Tabulce 1 jsou uvedeny váhy hlavních kategorií spotřebního koše.

Tabulka 1: Váhy hlavních kategorií spotřebního koše

BYDLENÍ, VODA, ENERGIE, PALIVA	258,39
POTRAVINY A NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE	177,43
DOPRAVA	105,62
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁK	84,62
REKREACE A KULTURA	78,24
OSTATNÍ ZBOŽÍ A SLUŽBY	65,54
STRAVOVÁNÍ A UBYTOVÁNÍ	64,77
BYTOVÉ VYBAVENÍ, ZAŘÍZENÍ DOMÁCNOSTI; OPRAVY	58,01
ODÍVÁNÍ A OBUV	43,95
POŠTY A TELEKOMUNIKACE	29,37
ZDRAVÍ	27,89
VZDĚLÁVÁNÍ	6,18

Zdroj: vlastní zpracování dle Českého statistického úřadu (2024b)

První hodnotou pro inflaci dle Českého statistického úřadu je *míra inflace vyjádřená přírůstkem průměrného ročního indexu spotřebitelských cen*. Tento typ inflace vyjadřuje procentní změnu průměru cenových hladin za posledních dvanáct měsíců oproti průměru dvanácti předchozích měsíců. Z tohoto ukazatele vychází další ukazatel inflace, kterým je *průměrná roční míra inflace*. Jedná se o *míru inflace vyjádřenou přírůstkem průměrného ročního indexu spotřebitelských cen v prosinci sledovaného roku*.

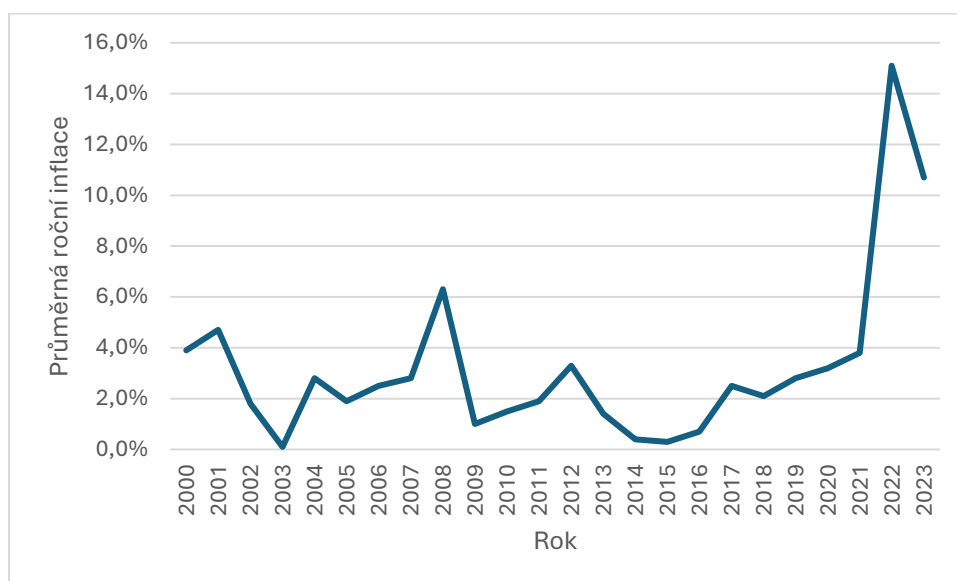
Dalším ukazatelem, který Český statistický úřad zveřejňuje, je *míra inflace vyjádřená přírůstkem indexu spotřebitelských cen ke stejnému měsíci předchozího roku*. Tento způsob měření inflace ukazuje procentuální změnu cenové hladiny měsíce měřeného roku oproti stejnému měsíci předcházejícího roku.

Poslední ukazatel inflace nese název *míra inflace vyjádřená přírůstkem indexu spotřebitelských cen k předchozímu měsíci*. V tomto případě Český statistický úřad porovnává procentuální změnu cenové hladiny sledovaného měsíce oproti měsíci, který mu předchází.

1.2.3 Inflace v České republice v roce 2023

V roce 2023 se meziroční inflace v České republice výrazně vychýlila od dvouprocentního cíle stanoveného Českou národní bankou. Dle Českého statistického úřadu činila průměrná roční inflace za rok 2023 10,3 %, což je o 7,3procentních bodů více, než je toleranční pásmo inflačního cíle ČNB a je pětinasobně vyšší než stanovený inflační cíl. V porovnání s ostatními lety od roku 2000 byla průměrná roční inflace vyšší pouze v roce 2022, na což odkazuje Graf 1.

Graf 1: Průměrná roční inflace

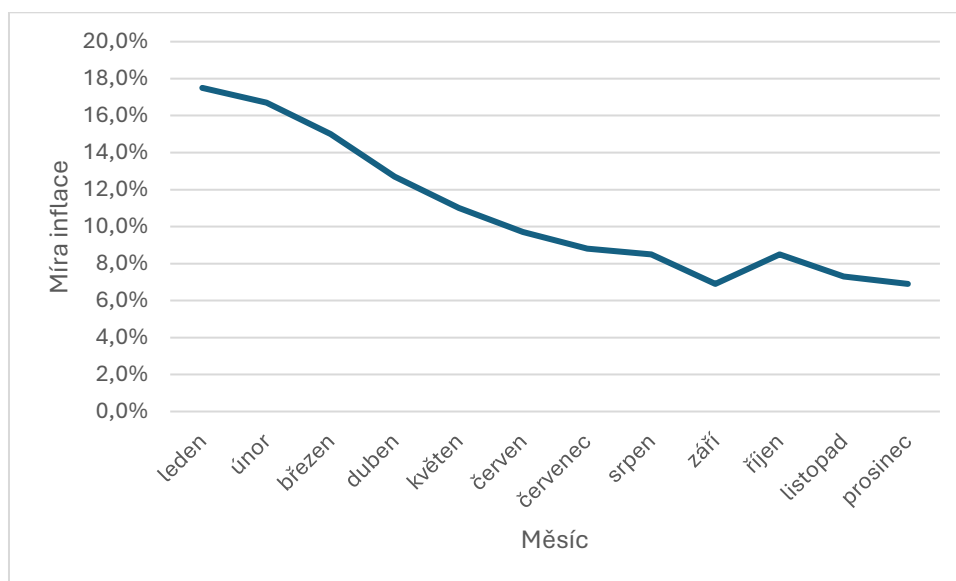


Zdroj: vlastní zpracování dle Českého statistického úřadu (2024a)

Od roku 2018 lze sledovat vytrvalý růst inflace. V roce 2020 opustila průměrná roční inflace o 0,2procentního bodu toleranční pásmo. Avšak k jejímu dramatickému zvýšení došlo až v roce 2022, kdy průměrná roční inflace činila 15,1 %. Nad horní hranici tolerančního pásma České národní banky se průměrná roční inflace nacházela v roce 2008, kdy vypukla globální finanční krize po pádu Lehman's Brothers a po roce 2000. Naopak pod dolní hranici tolerančního pásma skončila průměrná roční inflace od roku 2014 do roku 2016.

Jak lze vypožorovat z Grafu 2 v roce, může se zdát, že v České republice v roce 2023 došlo k výraznému nárůstu inflace. Tomuto nasvědčuje také míra inflace, kterou vyjadřuje přírůstek spotřebitelských cen vůči stejnému měsíci předchozího roku. Graf 2 ukazuje, že oproti stejnému měsíci v předchozím roce dosahovala míra inflace v České republice do května dvojciferných hodnot. V červnu 2023 mezeroční míra inflace nabyla 9,7 %, což bylo bráno jako milník, že se povedlo inflaci stlačit pod deset procent. Nejnižší hodnoty dosáhla mezeroční míra inflace v říjnu a prosinci 2023, přičemž činila 6,9 %.

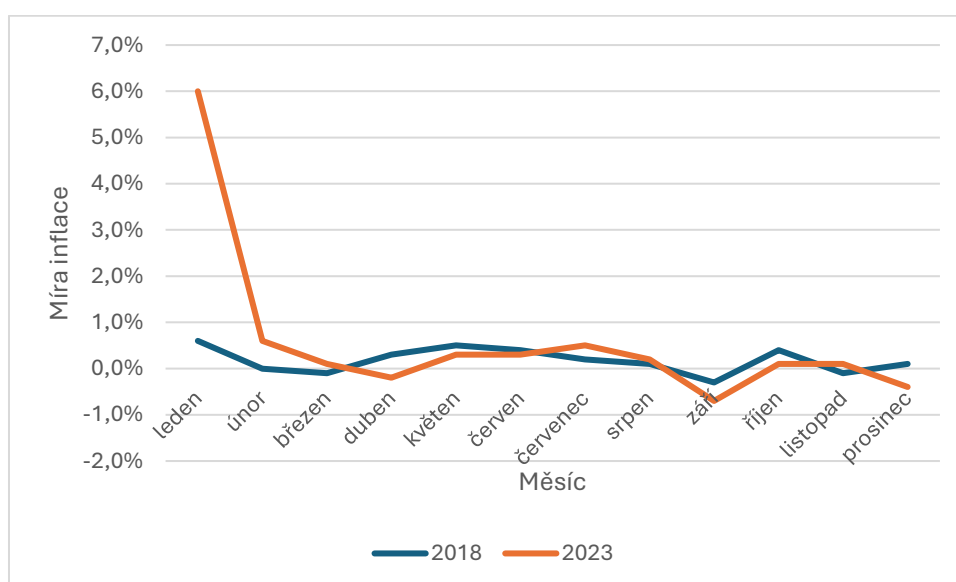
Graf 2: Míra inflace vyjádřená přírůstkem indexu spotřebitelských cen ke stejnému měsíci předchozího roku



Zdroj: vlastní zpracování dle Českého statistického úřadu (2024a)

Pohledem meziroční inflace se situace okolo inflace v Česku v roce 2023 jeví dramaticky. Pokud se ovšem podíváme na meziměsíční inflaci, tak zjistíme, že k nijak nevšední situaci v České republice nedošlo. Pro porovnání uvádím i hodnoty meziměsíční inflace za rok 2018, kdy dosáhla průměrná roční inflace 2,1 %, což znamenalo takřka úplné naplnění inflačního cíle České národní banky.

Graf 3: Míra inflace vyjádřená přírůstkem indexu spotřebitelských cen k předchozímu měsíci

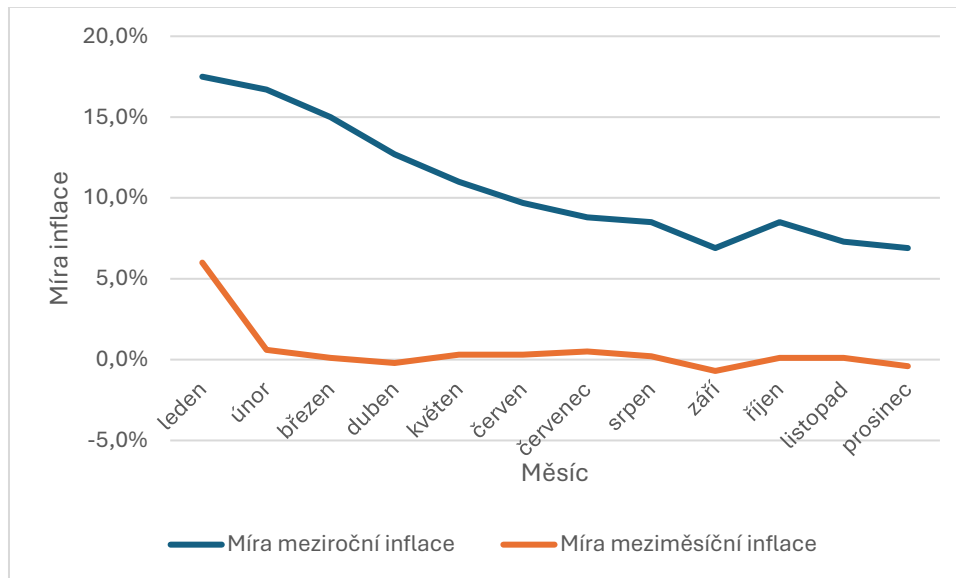


Zdroj: vlastní zpracování dle Českého statistického úřadu (2024a)

Když porovnáme meziroční a meziměsíční zjistíme, že mají velmi podobný trend, ale její hodnoty jsou rozdílné. Zatímco meziroční se pohybuje na vyšších hodnotách, které mohou být

pro společnost alarmující, meziměsíční inflace je na přijatelné hladině. Ilustraci rozdílu mezi těmito dvěma mírami inflace dokládá graf 4.

Graf 4: Porovnání meziroční a meziměsíční inflace v roce 2023



Zdroj: vlastní zpracování dle Českého statistického úřadu (2024a)

Na základě poznatků o míře inflace a hodnotách, kterých v roce 2023 nabývala se budu dále v empirické části výzkumnými otázkami, které se zabývají tím, o jakém druhu inflace texty na online zpravodajských webech referují. S ohledem na tvrzení Adoniové a Cohena (1978) a Starrové (2012), že by ekonomicky zaměřené texty měly o probíraném tématu přinášet pravdivá a objektivní sdělení, aby mohli čtenáři uzpůsobovat svá mikroekonomická rozhodnutí vzhledem realitě, stanovím hypotézu navazující na výzkumné otázky.

RQ1: O jakém druhu míry inflace v České republice v roce 2023 texty na online zpravodajských webech referují nejčastěji?

RQ2: Obsahují texty o inflaci v České republice v roce 2023 nějaké další ekonomické nebo byznysově orientované téma?

H1: Texty o inflaci v České republice v roce 2023 na vybraných online zpravodajských webech obsahují více způsobů vyjádření míry inflace.

H2: Texty o inflaci v České republice v roce 2023 na vybraných online zpravodajských webech doplňují informace o míře inflace dalšími tématy ekonomického nebo byznysového charakteru.

1.3 Vyobrazení ekonomických témat v médiích

Na zobrazení ekonomických témat v médiích bylo zaměřeno několik publikací, ve kterých jejich autoři (např.: Baek a Lee 2020; Bjerke a Fonn 2015; Geiß et al. 2017) zkoumali hypotézy

ohledně ekonomické žurnalistiky a na které chci navázat v rámci své práce. Na základě teoretických poznatků na konci této podkapitoly budu formulovat hypotézy pro Empirickou část diplomové práce.

1.3.1 Zdroje v ekonomické žurnalistice

Podle Strauße (2019) mají v ekonomické žurnalistice výsostné postavení tzv. *elitní zdroje* z finančního systému, což je oproti ostatním odvětvím žurnalistiky neobvyklé, a tudíž mohou být ekonomicky zaměřené texty „sebe-referenční“, neboť zdroji ekonomických novinářů jsou často finanční analytici a institucionální investoři. Baek a Lee (2020, s. 1) upozorňují, že velmi záleží u ekonomicky orientovaných textů, jak široce nebo úzce berou v potaz různé perspektivy dané problematiky, neboť následně mohou ovlivňovat rozhodovací procesy investorů nebo spotřebitelů. Z tohoto hlediska je důležité zaměření na to, kdo je zdrojem daného textu, jestli jím jsou *veřejné zdroje* nebo *elitní zdroje*. Typ zdroje může mít velký vliv na podobu textu, který následně čtenáři konzumují, a pojetím perspektivy dané problematiky může text ovlivnit chování a přemýšlení čtenářů o daném tématu. Baek a Lee (2020, s. 5) řadí mezi *veřejné zdroje* běžné obyvatele, občanské organizace nebo odborové organizace. Naopak mezi *elitní zdroje* byla zařazena vláda a orgány veřejné správy, korporace, ekonomické organizace, ekonomická výzkumná pracoviště nebo osobnosti spjaté s ekonomickou scénou (Baek a Lee 2020, s. 5). Terminologii vázanou k typu zdrojů budu v dalším textu používat způsob, jakým zdroje v ekonomické žurnalistice rozlišují Baek a Lee (2020), což znamená, že za elitní zdroje budou považovány například Česká národní banka, Český statistický úřad, členové Parlamentu České republiky a další entity dle Baeka a Lee (2020).

Ve vztahu k informování o inflaci považuji za důležité sledovat zdroje analyzovaných textů, neboť ukazatel míry inflace může ovlivnit rozhodování obyvatel ohledně jejich úspor, investování nebo ceně jimi nabízené práce. Několik předešlých studií poukazuje na to, že ekonomičtí novináři preferují využití *elitních zdrojů* před *veřejnými zdroji* (např.: Baek a Lee 2020; Hopmann a Shehata 2011; Reich 2015). Reich (2015) poukazuje na jev, kdy žurnalisté často vylučují hlas obyčejných obyvatel ze zpravodajství, neboť znevažují jejich příspěvek k danému tématu a domnívají se, že *veřejný zdroj* nepotřebují. Přístup ekonomických žurnalistů je v rozporu s poznatkem Daschmanna (2000), který objevil, že pozornost veřejnosti více přitahují zprávy od jedinců než od institucionálních entit. Zajímavě se také jeví poznatek od Hopmana a Shetaty (2011), kteří zjistili, že v Dánsku byly *veřejné zdroje* neproporčně méně využity v ekonomických tématech oproti tématům, které byly zaměřeny na vzdělávání nebo

kulturu. Usherová (2013) dodává, že vzhledem k závislosti ekonomicky zaměřených novinářů na *elitní zdroje* selhávají v roli hlídacého psa, neboť jejich *elitní zdroje* je nebudou informovat o nekalých praktikách, kterých se mohou dopouštět.

V Empirické části navážu na výzkumy (Baek a Lee 2020; Hopmann a Shehata 2011; Reich 2015), které se zabývají používáním zdrojů, které se dělí na *veřejné zdroje* a *elitní zdroje*, budu se zabývat původem zdrojů analyzovaných textů a provedu výzkum této problematiky v českých reáliích. Zaměřím se tedy na výzkumné otázky, které zní takto:

RQ3: Jaké zdroje používají při informování o inflaci čeští novináři?

RQ4: Jaké procentuální zastoupení mají ve výzkumném vzorku jednotlivé zdroje?

Na výzkumné otázky navazuje hypotéza, která dle teoretických poznatků provedených výzkumů tvrdí:

H3: Elitní zdroje jsou ekonomickými novináři více používány než veřejné zdroje v případě informování o inflaci v České republice za rok 2023 ve vybraných médiích.

1.3.2 Aktéři ekonomicky zaměřených textů

Prvkem, který hraje důležitou roli u textů zaměřených na ekonomické téma, jsou aktéři, kteří v daném textu vystupují. Usherová (2013) zpochybnila roli ekonomicky zaměřených novinářů jako hlídacích psů vzhledem k jejich vazbám na *elitní zdroje*, což se může podepsat na aktérech jednotlivých článků, neboť pro daný zdroj nemusí být z mého pohledu výhodné jej zmiňovat, což ovšem bude mít za následek nižší komplexitu daného textu. Dalším důvodem, který může vést k přílišné důvěře ve své zdroje, může být nedostatečné či velmi nízké ekonomické vzdělání ekonomických novinářů (Damstra a De Swert 2021, s. 3096). Kritiku vůči ekonomickým novinářům kvůli úzkému vztahu s jejich zdroji obsahuje také studie Knowlesové et al. (2017), přičemž poukazují zejména na to, že média nedostatečně varují veřejnost před nadcházejícími krizemi. Bednařík et al. (2011) poukazují, že i médium je hnané vlastním ekonomickým zájmem, což může být také důvod snížení objektivity v ekonomických tématech. Ekonomické motivy jsou uvedeny vedle dalších institucionálních a ideologických témat jako důvod snížení objektivity ekonomické žurnalistiky od 80. let minulého století v tisku ve Spojeném království, Spojených státech amerických a Austrálii (Knowlesová et al. 2017). Kalogeropoulos et al. (2015) zkoumali ve spojitosti s tím, jestli média plní roli hlídacého psa i v ekonomických tématech, kdo vystupuje v článcích zaměřených na ekonomická témata. Bylo zkoumáno, jestli jsou aktéry různé instituce, vládní orgány, orgány státní zprávy, korporace nebo specifické osoby (Kalogeropoulos et al. 2015).

Na základě poznatků Usherové (2013), Damstry a De Swerta (2021), Knowlesové et al. (2017) Bednaříka et al. (2011) a Kalogeropoulou et al. (2015) se budu dále v empirické části zabývat otázkou aktérů jednotlivých textů. Vzhledem k faktu, že zkoumaným tématem je inflace a za cenovou stabilitu v České republice je zodpovědná Česká národní banka, předpokládám, že tato instituce, potažmo členové bankovní rady budou aktéry článků nejčastěji. Statistickou významnost v této problematice ověřím pomocí stanovené hypotézy.

RQ5: Jací aktéři se objevují v textech o inflaci v České republice v roce 2023 na vybraných online zpravodajských serverech?

H4: Česká národní banka jako instituce, případně členové bankovní rady jsou jako aktéři textu zastoupeni častěji než jiné entity v člancích o inflaci v České republice za rok 2023 ve vybraných médiích.

1.3.3 Rozdíly mezi médii

Je takřka samozřejmé, že různá média mohou na jednu problematiku nahlížet různými pohledy, a tudíž se jejich texty o stejném tématu mohou lišit. Geiß et al. (2017) se ve svém textu zabývají soubojem rámců po pádu Lehmann Brothers a podotýkají, že klíčové ekonomické události stimulují souboje rámců, který jsou v jednotlivých médiích prezentovány. Rámování dané ekonomické události utváří veřejné mínění, které může být dlouhodobého charakteru a má tudíž vliv na společnost (Geiß et al. 2017). Geiß et al. (2017) dodávají, že aby byl rámec úspěšný musí mít silné zázemí a musí být kulturně rezonantní.

Vzhledem k poznatkům Geiße et al. (2017) se v empirické části zaměřím na rozdíly o informování o inflaci a jejím vývoji v České republice v roce 2023. V diferenciované množině analyzovaných médií s odlišnými charakteristikami a s různorodými zaměřeními předpokládám rozdíly vzhledem k informování o dané problematice.

RQ6: Jaké jsou rozdíly v informování o míře inflace v České republice v roce 2023 mezi online zpravodajskými weby?

RQ7: Jaké žurnalistické formy používají jednotlivé online zpravodajské weby v souvislosti s vyobrazením inflace v České republice v roce 2023?

H5: Existují rozdíly v délce článků, které se týkají inflace v České republice za rok 2023, mezi jednotlivými médii.

H6: Existují rozdíly u článků o inflaci v České republice za rok 2023 ve vybraných médiích v zastoupení jednotlivých ukazatelů inflace.

H7: Existuje rozdíl v zastoupení žurnalistických forem mezi jednotlivými médii u článků o inflaci v České republice za rok 2023 ve vybraných médiích.

1.4 Charakteristika analyzovaných médií

V rámci své diplomové práce budu analyzovat texty o inflaci v České republice v roce 2023 na online zpravodajských webech. Výběr jednotlivých médií jsem provedl tak, aby byla zajištěna jejich vzájemná heterogenita. Analyzovány budou články publikované na webech HN.cz, Finance.cz, iRozhlas.cz a na Parlamentnilisty.cz. V následujících odstavcích stručně charakterizují vybraná média, aby byla zřejmá jejich vzájemná heterogenita.

Web Hospodářských novin HN.cz nabízí čtenářům zpravodajské informace doplněné o silné analytické prvky a komentáře. Vydavatelem webu HN.cz je Economia. Na pozici šéfredaktora působí Jaroslav Mašek a na pozici jeho zástupců jsou Petr Honzejek, Milan Mikulka a Michaela Ryšavá. Milan Mikulka nepůsobí pouze na pozici zástupce šéfredaktora, nýbrž i na postu vedoucího ekonomické sekce deníku. Mezi hlavní sekce webu HN.cz patří Home Page, dále Byznys, Zprávy, Názory, Tech, Auto a dlouhověkost. Nejčastěji uživatelé konzumují obsah webu HN.cz na mobilních telefonech a činí tak 63 % z nich. Rozdíly v pohlaví čtenářů nejsou nikterak výrazné, přičemž 54 % čtenářů tvoří muži a 46 % ženy. Zajímavou informací je, že tento web oslovuje nadprůměrně vzdělané čtenáře, kteří mají nadprůměrnou životní úroveň, a zároveň nadprůměrnou pracovní pozici. Původnost článků z HN.cz je 76 % až 100 %. (Economia a.s 2024b; 2024a; Nadační fond nezávislé žurnalistiky 2023)

Finance.cz je web, který se zaměřuje na problematiku osobních financí a snaží se jeho čtenářům poskytnout rady a tipy v této problematice. Web funguje již od roku 1997. Provozovatelem webu je společnost Internet info, s.r.o., jejímž ředitelem je Marek Antoš. Provozovatel webu odkazuje, že při své činnosti vyznává hodnoty, jako jsou důvěryhodnost, tradice, odbornost, kvalita, slušnost a profesionalita. Šéfredaktorem webu je Michal Bureš a web má 1.3 milionu reálných uživatelů za měsíc. (Internet info, s.r.o. 2024a; 2024b; Nadační fond nezávislé žurnalistiky 2024a)

U webu iRozhlas.cz se jedná o zpravodajskou webovou stránku veřejnoprávního Českého rozhlasu, která byla spuštěna v roce 2017. Pozici šéfredaktora iRozhlasu zastává aktuálně Martin Samek a generálním ředitelem Českého rozhlasu je René Zavoral. Oproti předešlým médiím je tento web odlišný zejména tím, že se jedná o veřejnoprávní médium a není zaměřený čistě na ekonomická témata, jako je tomu u předešlých dvou médií.

Posledním médiem, které bude analyzováno, jsou Parlamentní listy. Jedná se o

internetový portál s diskuzním, komentátorským a zpravodajským zaměřením. Navzdory názvu není tento web nikterak institucionálně spojen s Parlamentem České republiky. Parlamentní listy jsou vydávány společností Naše Média, a.s., která je majoritně vlastněna Markem Španělem a Slavomírem Pavlíčkem. Parlamentní listy z pozice šéfredaktora řídí Marek Bláha. Web je aktivní od roku 2008. (Parlamentní listy 2024; Nadační fond nezávislé žurnalistiky 2024b)

Mezi vybranými médii spatřuji rozdílnost zejména v tom, že jednotlivá média jsou různě zaměřena. Články na webu HN.cz cílí zejména na vzdělanější čtenáře a snaží se nabízet širší ekonomický kontext s důrazem na analytické prvky a komentáře k nastalým situacím. Články z webu Finance.cz dle charakteristiky webu se snaží zprostředkovat svým čtenářům informace s důrazem na jejich osobní finance. Ačkoliv se taky jedná o ekonomicky zaměřené médium jako HN.cz, nejsou Finance.cz dle mého názoru zcela mainstreamovým médiem, jako je tomu u HN.cz. V případě webu iRozhlas.cz spatřuji jeho největší odlišení oproti ostatním médiím v tom, že se jedná o veřejnoprávní médium, tudíž byly články z něj vybrány do vzorku, aby byl zastoupen veřejnoprávní pohled na analyzovanou problematiku. Poslední médium bylo vybráno, jelikož nemá ekonomický charakter jako HN.cz nebo Finance.cz a nejedná se ani o veřejnoprávní médium, což by mělo zařídit další prvky různorodosti vybraných médiích.

U pozorovaných médií se zaměřím na to, jestli se tématu inflace věnuje nějaký člen redakce opakovaně nebo jestli v daném médiu píše o inflaci větší množství autorů. Z tohoto záměru vychází výzkumná otázka.

RQ8: „Jací autoři píší o tématu inflace v České republice v roce 2023?“

2 Metodologická část

Tato část diplomové práce se zaměřuje na metodologii a proměnné, které budou následně použity v Empirické části. V Teoretické části jsem stanovil osm výzkumných otázek a sedm hypotéz ohledně mediálního vyobrazení inflace v České republice v roce 2023. Odpovědi na výzkumné otázky provedu prostřednictvím kvantitativní obsahové analýzy. Na základě výsledků kvantitativní obsahové analýzy budu následně pomocí statistických testů ověřovat platnost stanovených hypotéz.

2.1 Kvantitativní obsahová analýza

Jako metodu, kterou použiji ve své práci, jsem si vybral kvantitativní obsahovou analýzu. „Obsahová analýza je kvantitativní výzkumnou metodou pro systematický a intersubjektivně ověřitelný popis komunikačních obsahů, vycházející z vědecky podloženého kladení otázek“ (Scherer 2011, s. 30). Kvantitativní obsahová analýza je charakteristická vysokým stupněm své strukturovanosti a vysokým stupněm ověřitelnosti, neboť její jednotlivé kroky mohou být rozebrány s ohledem na formulované pravidla jejího zpracování (Scherer 2011, s. 29; Trampota a Vojtěchovská 2010, s. 103). Scherer (2011, s. 29) doplňuje ke kvantitativní obsahové analýze toto: „Tento postup vychází ze sociálněvědních metod měření a kvantifikace a při jeho použití se mediované obsahy zkoumají s ohledem na několik vybraných znaků.“ Trampota a Vojtěchovská (2010, s. 102) rozlišují v souvislosti s kvantitativní obsahovou analýzou dva typy výzkumu tematické agendy médií, přičemž je dělí na analýzu jednoho tématu nebo analýzu celého obsahu analyzovaných médií. V případě této práce bude zpracována kvantitativní obsahová analýza, která se zaměřuje na vyobrazení jednoho tématu v průběhu roku 2023 ve vybraných médiích. Pro tento typ výzkumu je typické, že se pozoruje vývoj analyzované problematiky v určitém časovém období a může být doplněn o analýzu, proč je dané téma pro médium důležité, přičemž to může být vývoj nějakého statistického ukazatele (Trampota a Vojtěchovská 2010, s. 102). Jako nevýhody spojené s kvantitativní obsahovou analýzou, uvádějí Trampota a Vojtěchovská (2010, s. 110) fakt, že kvantitativní obsahová analýza sice nabízí tvrdá data, ale neuvádí vysvětlení analyzované problematiky. Sjøvaag a Stavelin (2012, s. 226) upozorňují, že obsahová analýza online obsahu, který bude cílem zkoumání v této práci, se liší oproti obsahovým analýzám novinových článků nebo televizního vysílání, neboť online prostředí není prostorově a časově omezeno, jako tomu je v případě novin nebo televizního vysílání.

Vzhledem ke strukturovanosti této metody navrhuje Scherer (2011, s. 31) výzkumný proces, který začíná určením výzkumného tématu a jeho operacionalizací, následuje příprava s ověřovací fází, po které dochází ke sběru dat a závěrečnému vyhodnocení. Scherer (2011, s. 31) podotýká, že v praxi nejde jednotlivé fáze přísně oddělovat a lze se v případě potřeby vrátit k některé z předchozích fází. Samotná kvantitativní obsahová analýza se skládá z deseti základních kroků:

1. formulace výzkumné otázky nebo hypotézy,
2. definice výběrového souboru/populace,
3. výběr patřičného vzorku z populace,
4. výběr a definice jednotky měření,
5. konstrukce kategorií obsahů, které budou analyzovány,
6. vystavení systému kvantifikace,
7. trénink kódovačů a provedení pilotního výzkumu,
8. kódování obsahu,
9. analýza shromážděných dat,
10. definice závěrů (Wimmer a Dominick 2006; Trampota a Vojtěchovská 2010, s. 103–104).

Při využití kvantitativní obsahové analýzy Wimmer a Dominick (2006) zdůrazňují, že úvodní kroky analýzy za sebou nemusí jít nutně v dané posloupnosti, avšak uvádí, že je nutné na počátku výzkumu stanovit jeho jasně definovaný cíl.

Nyní se již přesunu k charakteristikám a důležitým poznatkům u jednotlivých kroků kvantitativní obsahové analýzy. Dle Trampoty a Vojtěchovské (2010, s. 104) by výzkumná otázka měla být dostatečně specifikovaná, aby z ní bylo jasné, co se bude analyzovat. Výzkumné otázky jsem stanovil dle těchto doporučení v jednotlivých částech první kapitoly této práce a všechny jsou uvedeny v Tabulce 4 v Empirické části.

V případě definice výběrového souboru se používá ohraničení z hlediska času, zvoleného média, případně také z hlediska žánru nebo tématu (Trampota a Vojtěchovská 2010, s. 104). U této práce je výběrový soubor z časového hlediska ohraničen rokem 2023. Hledisko zvoleného média výběrového souboru jsem postihl v podkapitole 1.4, kde byla jednotlivá média, která budou podrobena analýze, vybrána, aby byla vzájemně heterogenní, a tudíž bylo možné sledovat případné rozdílnosti. Více se výběrovému souboru věnuji v části 2.1.1 Výběrový soubor a kódovací jednotka.

Vzhledem k omezeným zdrojům je obvyklé, že se neanalyzuje celý vzorek, ale pouze jeho část. Za předpokladu, že je vzorek dostatečně reprezentativní, lze jeho výsledek brát za

platný pro celou populaci (Trampota a Vojtěchovská 2010, s. 105). Výběr analyzovaných jednotek lze provést náhodně bez nějakého logického klíče nebo účelově, aby byly postiženy klíčové atributy, přičemž pro zkoumání určitého tématu se doporučuje vybrat účelový vzorek (Trampota a Vojtěchovská 2010, s. 105).

Dalším důležitým krokem v procesu kvantitativní obsahové analýzy podle Trampoty a Vojtěchovské (2010, s. 105) je zvolení jednotky měření, která se zkoumá a na které se pozorují proměnné. Jedná se o tzv. kódovací jednotku. Kódovací jednotkou v případě této práce je jeden článek publikovaný na jednom z analyzovaných médií, přičemž musí být publikován v roce 2023 a v jeho titulku musí být slovo *inflation*.

Dle Wimmera s Dominickem (2006) je klíčovou částí kvantitativní obsahové analýzy tvorba kategorií jednotlivých proměnných, kterých jednotlivé kódovací jednotky mohou nabývat. Existují dva způsoby stanovení kategorií. Prvním z nich je emergent kódování, při kterém se projde část vzorku a následně se určí kategorie zkoumání (Wimmer a Dominick 2006). Druhý možný postup je a priori kódování, při kterém jsou kategorie stanovené před započítáním sběru dat a jsou ustanoveny na základě teoretických poznatků nebo racionálních úvah (Wimmer a Dominick 2006). Následně se vytvoří srozumitelná kvantifikace jednotlivých kategorií a proměnných, jejichž soustava se nazývá kódovací kniha (Trampota a Vojtěchovská 2010, s. 107). Na jednotlivé kategorie a proměnné se zaměřím v podkapitole 2.1.2, ve které stanovím proměnné postupem a priori kódováním.

U dalších kroků, kterými jsou trénink kódovačů a provedení pilotního výzkumu a samotné kódování, uvádí Trampota a Vojtěchovská (2010, s. 107) jako důvody tréninku kódovačů důležitost, aby kodovali stejným způsobem na základě postupů uvedených v kódovací knize, a k samotnému kódování dodávají, že se jedná o důležitou a časově velmi náročnou činnost. Vzhledem k tomu, že se jedná o diplomovou práci, budu jediným kódovačem. Aby bylo možné případně výzkum replikovat a ověřit jeho platnost, v Příloze 1 je uvedena kódovací kniha.

Jakmile se dokončí kódování, dochází k analýze dat, které se obvykle provádí pomocí statistických softwarů a které se obvykle zaměřuje na četnosti a korelace analyzovaných proměnných (Trampota a Vojtěchovská 2010, s. 107). Pro účely této práce využiji statistický software jamovi, ve kterém budu sesbíraná data analyzovat.

Výsledky analýzy se následně využívají pro odpověď na výzkumnou otázku nebo ověření hypotézy a dávají se do vztahu s výchozími teoretickými poznatky (Trampota a Vojtěchovská 2010, s. 108). Tato část kvantitativní analýzy bude podstatou třetí kapitoly této práce, kterou je Empirická část.

2.1.1 Výběrový soubor a kódovací jednotka

Výběrový soubor pro tuto kvantitativní obsahovou analýzu tvoří čtyři média, kterými jsou online zpravodajské weby HN.cz, Finance.cz, iRozhlas.cz a Parlamentnilisty.cz, u nichž je předpokládána vzájemná heterogenita, kterou zároveň ověřuje jedna z hypotéz této diplomové práce. Dalším ohraničení výběrového souboru jsem provedl z časového hlediska. Do výběrového souboru spadají pouze články publikované v jednom ze čtyř analyzovaných médií v roce 2023. Z výběrového souboru jsou vyloučeny články, jejichž autorem je ČTK.

Kódovací jednotkou jsem v této kvantitativní obsahové analýze zvolil jeden článek. Ke sběru jednotlivých kódovacích jednotek jsem využil databázi NewtonOne. Při vyhledávání jsem použil několik filtrů. Jako první jsem omezil výsledky vyhledávání časovým hlediskem a hlediskem zvoleného média. Následně jsem vyloučil z možných autorů článků ČTK, aby byla postihnuta autorská tvorba jednotlivých médií a heterogenita jednotlivých analyzovaných článků. Kritériem pro to, aby byla hlavním tématem kódovací jednotky inflace, je výskyt tohoto slova v titulku článku. Po použití zmíněných kritérií má základní soubor 445 kódovacích jednotek. Ze základního vzorku provedu stratifikovaný výběr, aby bylo ve výzkumném vzorku zachováno procentuální zastoupení médií, jako tomu je ve vzorku základním.

2.1.2 Proměnné

Po určení výběrového souboru a kódovací jednotky mé kvantitativní obsahové analýzy se zaměřím na proměnné a hodnoty, kterých mohou nabývat. Proměnné ve výzkumu hrají velmi důležitou roli, neboť „propojují teoretický svět s empirickým, jsou to fenomény a události, které mohou být v rámci výzkumu měřeny nebo manipulovány“ (Wimmer a Dominick 2006, s. 45). Proměnné můžeme rozdělit dle jejich vlastností a charakteristik na nominální, ordinální a kardinální (Trampota a Vojtěchovská 2010, s. 26).

U jednotlivých kódovacích jednotek se nejdřív zaměřím na proměnné, které jsou charakteristikou dané kódovací jednotky a jejich účelem je především informativní charakter. První proměnnou v kvantitativní obsahové analýze je den v měsíci, kdy byl článek publikován. Její hodnoty nabývají od jedné do třiceti jedné podle dne publikování. Na tuto proměnnou navazuje druhá proměnná, kterou je samotný měsíc publikace analyzované kódovací jednotky. Hodnoty proměnné měsíc dosahují od jedné do dvanácti. Třetí proměnná slouží k určení média, ve kterém byla kódovací jednotka uvedena, přičemž tato proměnná může nabývat čtyř hodnot. Následující proměnná navazuje na médium, ve kterém byl článek publikován, a pojednává o autorovi, autorce nebo skupině autorů daného článku. Tato proměnná také pomůže objasnit

výzkumnou otázku RQ8. Další proměnnou je délka článku, kterou měřím počtem znaků článku. Poslední proměnnou, která přináší informaci o dané kódovací jednotce je adresa url, která slouží především k identifikaci článku vzhledem k případné reprodukci tohoto výzkumu.

Nyní se přesunu k proměnným, které se již více zaměřují na stanovené výzkumné otázky a hypotézy, aby je bylo možné zodpovědět a statisticky ověřit. První sada proměnných se zaměřuje na zmínky o inflaci a nabývá dvou hodnot podle toho, jestli byl daný druh míry inflace v článku zmíněn nebo nebyl. Tyto proměnné se vztahují k RQ1 a H1. Proměnnými tedy jsou průměrná roční inflace, míra inflace vyjádřená přírůstkem indexu spotřebitelských cen ke stejnému měsíci předchozího roku a míra inflace vyjádřená přírůstkem indexu spotřebitelských cen k předchozímu měsíci. Za zmínku se považuje číselné vyjádření nebo slovní zmínka o dané míře inflace.

Další proměnná pozoruje, jestli kromě inflace obsahuje kódovací jednotka i další téma, které je zaměřeno ekonomickým nebo byznysovým směrem. Tato proměnná nabývá devíti různých hodnot a daná hodnota závisí na tom, jaké téma se v článku objevuje. Proměnná zkoumá, jestli článek obsahuje zmínku o nezaměstnanosti, hrubém domácím produktu České republiky, podnikání firem, státního rozpočtu, spotřebě a poptávce obyvatelstva České republiky, úrokových sazbách, investicích, jiném ekonomicky nebo byznysově zaměřeném tématu nebo neobsahuje žádné další ekonomické nebo byznysové téma. Podmínkou zmínění je alespoň jeden výskyt v analyzované kódovací jednotce. Proměnná objasňuje RQ2 a H2.

Následující proměnné mají vztah k RQ3, RQ4 a H3. Tyto proměnné popisují, jaký zdroj byl použit v analyzovaném článku. Jednou proměnnou je výskyt informace založené na *elitním zdroji*, druhou je výskyt informace založené na *veřejném zdroji*. Obě proměnné mohou nabývat dvou hodnot v závislosti na přítomnosti pozorované charakteristiky. Rozdělení *elitních* a *veřejných zdrojů* se drží metodiky, kterou používají Baek a Lee (2020, s. 5), přičemž za *elitní zdroje* jsou považovány vláda a orgány veřejné správy, korporace, ekonomické organizace, ekonomická výzkumná pracoviště nebo osobnosti spjaté s ekonomickou scénou a za *veřejné* běžní obyvatelé, občanské organizace nebo odborové organizace.

Následující proměnná se zaměřuje na RQ5 a H4, které se potýkají s tematikou aktérů daných článků. Vzhledem ke konstrukci hypotézy nabývá proměnná pěti hodnot, kterými jsou výskyt zmínky o České národní bance, zmínky o některém ze členů bankovní rady, zmínky o vládě nebo některém ze členů vlády, zmínky o nějaké jiné entitě nebo není zmíněn žádný aktér analyzovaného článku. Aby se zmínka o aktérovi počítala, použiju metodiku, kterou využil Kalogeropoulos et al. (2015), kdy aktér musí být v kódovací jednotce zmíněn alespoň dvakrát.

Další proměnná se zaobírá žurnalistickou formou, která je v kódovací jednotce použita,

příčemž nabývá hodnot podle toho, jestli se jedná o zpravodajský text, komentář, rozhovor nebo jinou žurnalistickou formu. Tato proměnná pomůže objasnit RQ7 a H7.

Ke všem proměnným, které jsou použity v kvantitativní obsahové analýze této diplomové práce, je zpracován návod pro kódování a způsob kódování v kódovací knize, která je v přílohách této práce. Všech čtrnáct proměnných, které jsou součástí této kvantitativní obsahové analýzy, je uvedeno v Tabulce 2.

Tabulka 2: Přehled proměnných

Pořadí	Název proměnné
1.	Den v měsíci
2.	Měsíc
3.	Médium
4.	Autor
5.	Délka článku
6.	Adresa url
7.	Průměrná roční inflace
8.	Míra inflace vyjádřená přírůstkem indexu spotřebitelských cen ke stejnému měsíci předchozího roku
9.	Míra inflace vyjádřená přírůstkem indexu spotřebitelských cen k předchozímu měsíci
10.	Ekonomické nebo byznysové téma
11.	Elitní zdroje
12.	Veřejné zdroje
13.	Aktér článku
14.	Žurnalistická forma

Zdroj: vlastní zpracování

2.2 Popisná statistika a statistické testy

Pro základní deskripci sesbíraných dat z výzkumného souboru použiji nástroje popisné statistiky. Vzhledem ke konstrukci proměnných, které vedou k objasnění výzkumných otázek a ověřování platnosti stanovených hypotéz, se jedná o zejména o četnost, průměr, medián. Následně se zaměřím na jednotlivé statistické testy, kterými budu ověřovat platnost hypotéz, které byly stanoveny v první kapitole.

2.2.1 Popisná statistika

V rámci Empirické části budou použity některé ukazatele popisné statistiky k deskripci získaných dat. Prvním ukazatelem, který bude využitý, je absolutní četnost. Absolutní četnost vyjadřuje údaj o počtu, kolikrát je daná proměnná přítomná v analyzovaném souboru (Neubauer et al. 2021, s. 33). Na absolutní četnost navazuje relativní četnost. Dle Neubauera et

al. (2021, s. 33) ukazuje relativní četnost podíl výskytu analyzovaného znaku vůči celému souboru.

U některých proměnných bude sledován aritmetický průměr, medián nebo maximální a minimální hodnota, které analyzovaná proměnná dosahuje. Podle Janáčka (2022, s. 13) lze aritmetický průměr vypočítat jako „součet daných čísel podělený jejich počtem.“ Neubauer et al. (2021, s. 43) dodávají, že pro aritmetický průměr je typické, že je vypočítáván ze všech sesbíraných dat. Medián je definován jako prostřední hodnota číselné řady, která je seřazena od nejmenší hodnoty po největší hodnotu (Janáček 2022, s. 14; Neubauer et al. 2021, s. 102). U maximální hodnoty se jedná o nejvyšší hodnotu, které pozorovaná proměnná dosahuje, naopak minimální hodnota pojednává o nejnižší hodnotě z analyzovaného souboru.

2.2.2 Statistické testy

K ověření stanovených hypotéz budou použity statistické testy, které budou vypočítány prostřednictvím statistického softwaru jamovi. V Empirické části bude použita korelační matice, chí-kvadrát test nezávislosti, který je využíván také v provedených výzkumech, které se zaměřují na ekonomickou žurnalistiku (např.: Baek a Lee 2020; Kalogeropoulos et al. 2015). Dále budou využity taktéž binomický test a Kruskal-Wallis test.

Korelace udává, jak velká je míra lineárního vztahu mezi sledovanými proměnnými (Janáček 2022, s. 31; Neubauer et al. 2021, s. 240–241). Sílu tohoto vztahu udává ukazatel Pearsonovo r , který nabývá hodnot od mínus jedné do jedné (Janáček 2022, s. 31).

Obrázek 2: Vzorec pro výpočet Pearsonova r

$$r_{xy} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{x_i - \bar{x}}{s_{n,x}} \cdot \frac{y_i - \bar{y}}{s_{n,y}},$$

Zdroj: Neubauer et al. (2021, s. 241)

Vzorec pro výpočet Pearsonova r obsahuje naměřené hodnoty obou pozorovaných veličin, jejich průměry a směrodatné odchylky a počet pozorování (Janáček 2022, s. 31; Neubauer et al. 2021, s. 241). Korelační matice bude použita pro zkoumání, jestli existuje lineární vztah mezi počtem článků ve vybraném měsíci a meziroční mírou inflace pro daný měsíc.

Chí-kvadrát test nezávislosti testuje prostřednictvím kontingenční tabulky, že rozložení pozorovaných proměnných je nezávislé (Janáček 2022, s. 105–106; Neubauer et al. 2021, s. 260–263). Tento statistický test bude proveden k ověření hypotéz H3 a H7 prostřednictvím statistického softwaru jamovi.

Hypotézy H1, H2 a H4 budou statisticky otestovány prostřednictvím binomického testu ve statistickém softwaru jamovi. „Pomocí binomického testu můžeme otestovat, zda

procentický výskyt zkoumaného jevu odpovídá očekávané frekvenci (Institut biostatistiky a analýz Lékařské fakulty Masarykovy univerzity 2024).“

U hypotéz H5 a H6 bude využitý Kruskal-Wallis test. Tento test je neparametrický a zkoumá, jestli je u různých skupin stejné rozdělení (Janáček 2022, s. 103). Používá se pro porovnání více než dvou skupin a v Empirické části bude proveden prostřednictvím statistického softwaru jamovi.

3 Empirická část

V Empirické části se zaměřím na samotný cíl práce, kterým je analýza rozdílů vyobrazení tématu inflace v České republice za rok 2023 ve vybraných médiích. V teoretické části této práce jsem na základě existujících teoretických poznatků vytvořil osm výzkumných otázek, které se v této části budu snažit zodpovědět na základě sesbíraných dat a jejich rozboru prostřednictvím kvantitativní obsahové analýzy. Výzkumné otázky jsou k dispozici v Tabulce 3.

Tabulka 3: Výzkumné otázky

Kód otázky	Výzkumná otázka
RQ1	O jakém druhu míry inflace v České republice v roce 2023 texty na online zpravodajských webech referují nejčastěji?
RQ2	Obsahují texty o inflaci v České republice v roce 2023 nějaké další ekonomické nebo byznysově orientované téma?
RQ3	Jaké zdroje používají při informování o inflaci čeští novináři?
RQ4	Jaké procentuální zastoupení mají ve výzkumném vzorku jednotlivé zdroje?
RQ5	Jací aktéři se objevují v textech o inflaci v České republice v roce 2023 na vybraných online zpravodajských serverech?
RQ6	Jaké jsou rozdíly v informování o míře inflace v České republice v roce 2023 mezi online zpravodajskými weby?
RQ7	Jaké žurnalistické formy používají jednotlivé online zpravodajské weby v souvislosti s vyobrazením inflace v České republice v roce 2023?
RQ8	Jací autoři píšou o tématu inflace v České republice v roce 2023?

Zdroj: vlastní zpracování

Na výzkumné otázky navazuje sada sedmi hypotéz, jejichž platnost budu ověřovat pomocí statistických testů. Stanovené hypotézy jsou k dispozici v Tabulce 4.

Tabulka 4: Hypotézy

Kód hypotézy	Hypotéza
H1	Texty o inflaci v České republice v roce 2023 na vybraných online zpravodajských webech obsahují více způsobů vyjádření míry inflace.
H2	Texty o inflaci v České republice v roce 2023 na vybraných online zpravodajských webech doplňují informace o míře inflace dalšími tématy ekonomického nebo byznysového charakteru.
H3	Elitní zdroje jsou ekonomickými novináři více používány než veřejné zdroje v případě informování o inflaci v České republice za rok 2023 ve vybraných médiích.
H4	Česká národní banka jako instituce, případně členové bankovní rady jsou jako aktéři textu zastoupeni častěji než jiné entity v článcích o inflaci v České republice za rok 2023 ve vybraných médiích.
H5	Existují rozdíly v délce článků, které se týkají inflace v České republice za rok 2023, mezi jednotlivými médii.
H6	Existují rozdíly u článků o inflaci v České republice za rok 2023 ve vybraných médiích v zastoupení jednotlivých ukazatelů inflace.
H7	Existuje rozdíl v zastoupení žurnalistických forem mezi jednotlivými médii u článků o inflaci v České republice za rok 2023 ve vybraných médiích.

Zdroj: vlastní zpracování

3.1 Základní deskripce získaných dat

Celkově měl základní soubor po použití filtrů ve vyhledávání prostřednictvím NewtonOne 445 kódovacích jednotek, které ve svém nadpise obsahovaly slovo *inflace*, které byly publikovány v roce 2023 ve sledovaných médiích, kterými jsou texty na webech HN.cz, Finance.cz, iRozhlas.cz a Parlamentnilisty.cz a ze kterých byly vyloučeny texty, jejichž autorem byla Česká tisková kancelář. Základní soubor obsahuje 167 článků publikovaných na webu HN.cz, 107 článků publikovaných na webu Finance.cz, 42 článků publikovaných na webu iRozhlas.cz a 129 článků publikovaných na webu Parlamentnilisty.cz. Při zachování reprezentativního vzorku s 95% pravděpodobností byl vytvořen výběrový soubor, který obsahuje 207 kódovacích jednotek, které disponují požadovanými charakteristikami. U výběrového vzorku bylo zachováno procentuální zastoupení vybraných médií. V Tabulce 5 je uveden počet článků pro jednotlivá média v základním i výběrovém souboru, a dále také jejich procentuální zastoupení v základním i výběrovém souboru. V základním souboru i výběrovém souboru jsou nejvíce zastoupeny články z webu HN.cz, které jsou následovány články z webů Parlamentnilisty.cz, Finance.cz a iRozhlas.cz.

Tabulka 5: Základní a výběrový soubor

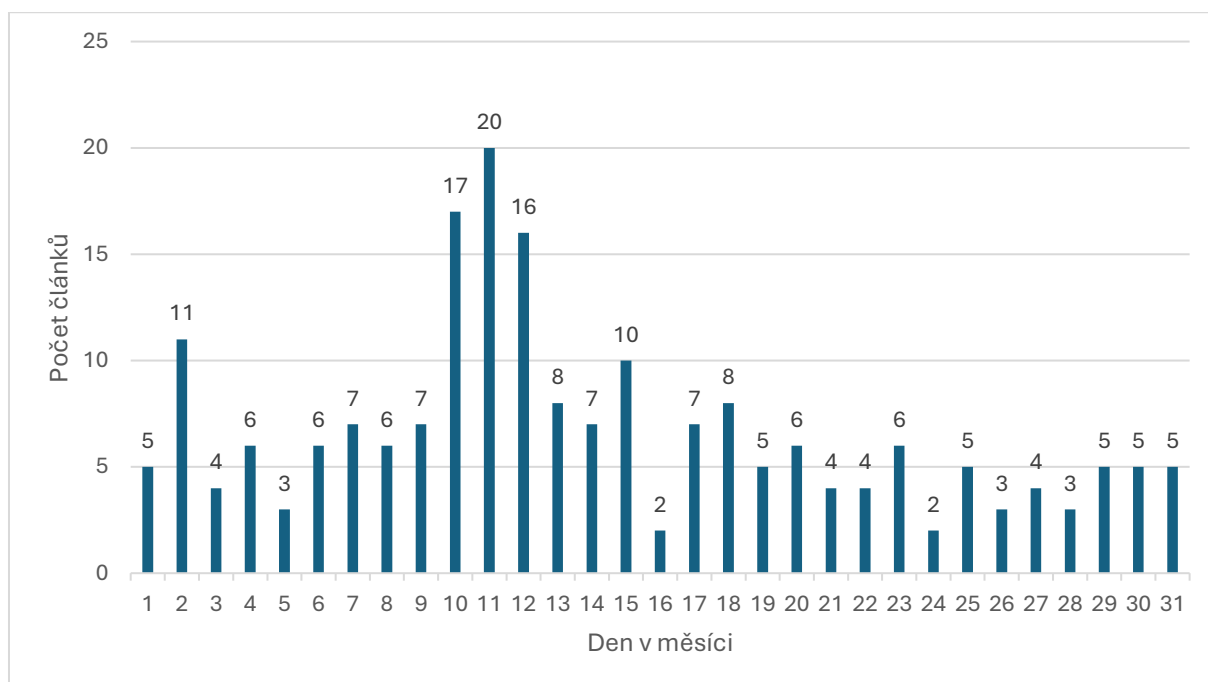
Médium	Počet článků v základním souboru	Procentuální zastoupení článků v základním souboru	Počet článků ve výběrovém souboru	Procentuální zastoupení článků ve výběrovém souboru
HN.cz	167	37,53 %	78	37,68 %
Finance.cz	107	24,04 %	49	23,67 %
iRozhlas.cz	42	9,44 %	20	9,66 %
Parlamentnilisty.cz	129	28,99 %	60	28,99 %
Celkem	445	100,00 %	207	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování

Pro každou kódovací jednotku kromě média byly stanoveny další popisné proměnné, kterými jsou den v měsíci, měsíc, autor, délka článku, adresa url nebo žurnalistická forma. Tyto proměnné pomáhají k lepší identifikaci článku, sdělují nám informaci, v jakém dni daného měsíce byly články o inflaci v roce 2023 publikovány, jestli existují rozdíly mezi jednotlivými měsíci analyzovaného roku, kdo byli autoři jednotlivých článků a jaké délky ve znacích včetně mezer nabývají jednotlivé články.

V roce 2023 byly články z výběrového souboru o inflaci v České republice v roce 2023 nejčastěji publikovány jedenáctý den v měsíci, přičemž se jednalo o 20 kódovacích jednotek. Následují jej desátý a dvanáctý den v měsíci. Desátý den v měsíci bylo publikováno 17 článků z výběrového souboru a dvanáctý den v měsíci jich bylo publikováno celkem 16. Četnější publikace článků o inflaci v České republice v analyzovaných médiích ve zmíněných dnech byla způsobena tím, že v těchto dnech byla obvykle vydávána data o inflaci Českým statistickým úřadem.

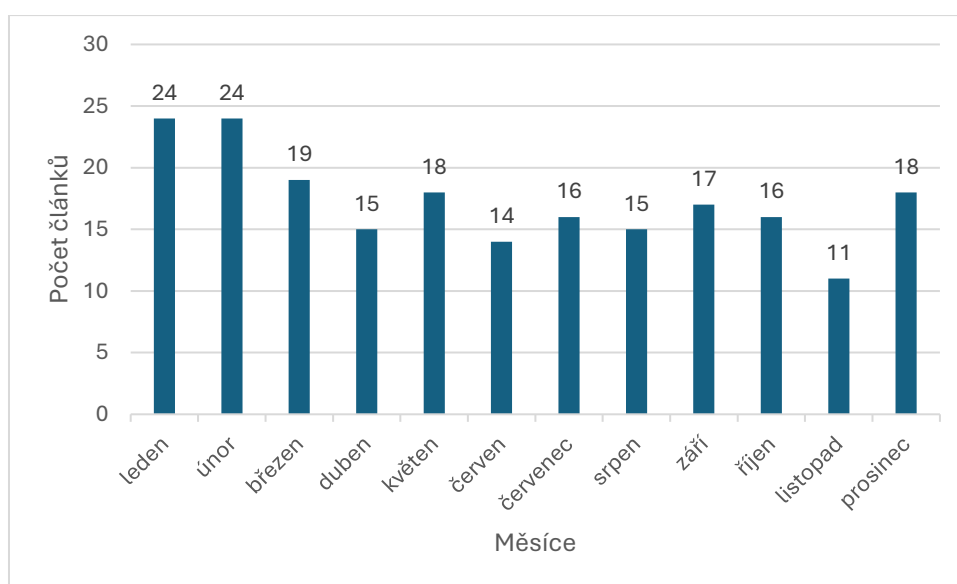
Graf 5: Počet článků k jednotlivým dnům v měsíci



Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

Pokud se zaměříme na rozdíly mezi jednotlivými měsíci, ve výběrovém souboru byl nejčastěji zastoupeny měsíce leden a únor. V obou měsících bylo publikováno 24 článků z výběrového vzorku. Nejnižší počet článků byl ve výběrovém souboru naměřen v listopadu, kdy se jednalo o 11 kódovacích jednotek. Mezi ostatními měsíci nebyly pozorovány ve výběrovém souboru významné rozdíly. Počet článků v jednotlivých měsících je uveden v Grafu 6.

Graf 6: Počet článků k jednotlivým měsícům



Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

Vzhledem k tomu, že na počátku roku byla vyšší meziroční míra inflace dle dat Českého statistického úřadu (2024a), byla vytvořena korelační matice. Korelační matice obsahuje počet článků v daném měsíci, a zároveň také meziroční míru inflace. Pearsonovo r vychází dle výsledků z korelační matice 0,77, což značí poměrně silnou závislost mezi proměnnými. P-hodnota, která je rovna hodnotě 0,002, značí, že mezi těmito proměnnými lze sledovat statisticky velmi signifikantní vztah. Korelační matice je dostupná v Tabulce 6.

Tabulka 6: Korelační matice

Korelační matice		Meziroční míra inflace	Počet článků o inflaci v daném měsíci
Meziroční míra inflace	Pearsonovo r	—	
	df	—	
	p-hodnota	—	
Počet článků o inflaci v daném měsíci	Pearsonovo r	0.770	—
	df	10	—
	p-hodnota	0.002	—

Poznámka. H_a je pozitivní korelace

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

U proměnné autorů lze pozorovat u jednotlivých médií, že se jistá jména opakují. Výjimkou jsou pouze články publikované na webové stránce Finance.cz, kde je u drtivé většiny autorem Patria.cz, která je nejčtetněji se vyskytujícím autorem v celém výzkumném vzorku. Této proměnné se bude více věnovat podkapitola 3.7, ve které bude zkoumáno, kteří autoři publikovali analyzované články ve vybraných médiích.

Další proměnnou z kvantitativní obsahové analýzy je délka článku. Průměrná délka článku dosahuje 3 333 znaků. Medián je ve výběrovém souboru nižší než průměr, přičemž jeho hodnota odpovídá 2 347 znakům včetně mezer. Z výběrového souboru o 207 kódovacích jednotkách měl nejdelší článek 21 536 znaků včetně mezer. Naopak nejkratší článek obsahuje pouze 319 znaků včetně mezer. V podkapitole 3.6 budou hlouběji analyzovány rozdíly mezi jednotlivými pozorovanými médii z hlediska délky článku.

Na výzkumném vzorku byla také pozorována v rámci kvantitativní obsahové analýzy proměnná, kterou je žurnalistická forma. V rámci provedené analýzy bylo rozlišováno, jestli se jedná o zpravodajský text, komentář, rozhovor nebo jinou žurnalistickou formu. Nejčastější formou ve výzkumném vzorku byl zpravodajský text, přičemž byl ve vzorku přítomen celkem

v 103 případech. Zpravodajský text byl z hlediska četnosti následován komentářem, který se ve výzkumném vzorku objevil u 64 kódovacích jednotek. Celkem u třinácti článků z výzkumného vzorku se jednalo o rozhovor. Zbýlých 27 článků bylo zařazeno z hlediska jejich charakteristik, které neodpovídaly ani jednomu z předcházejících útvarů do skupiny jiné.

Byla také provedena analýza, jestli se jednotlivé žurnalistické útvary nějak liší z hlediska délky článku. Průměrně nejdelším útvarem byly rozhovory, které dosahovaly v průměru 9 187 znaků včetně mezer. Celkově druhou nejdelší žurnalistickou formou z hlediska průměrné délky články byly jiné formy, které obsahovaly průměrně 3 679 znaků včetně mezer. Průměrně 2 949 znaků obsahovaly komentáře a 2 743 znaků tvořilo průměrně zpravodajské texty, které byly z hlediska této metriky nejkratší žurnalistickou formou.

3.2 Vyjádření míry inflace

Ve výzkumném vzorku bylo analyzováno, o jakých hodnotách v souvislosti s inflací autoři analyzovaných článků píší. Bylo pozorováno, jestli se v textu objevuje zmínka o průměrné roční inflaci, o míře inflace vyjádřené přírůstkem indexu spotřebitelských cen ke stejnému měsíci předchozího roku (meziroční míra inflace) nebo o míře inflace vyjádřené přírůstkem indexu spotřebitelských cen k předchozímu měsíci (meziměsíční míra inflace). O průměrné roční inflaci referovalo 41 článků z výzkumného vzorku, což představuje 19,81 % kódovacích jednotek. V 82 člancích byla zmíněná meziroční míra inflace, což je 39,61 % článků z výzkumného vzorku. O meziměsíční inflaci hovořilo pouze 32 článků z celkových 207. Pouze 15,46 % článků hovořilo tedy o vyjádření inflace, které dle dat Českého statistického úřadu nikterak výrazně s výjimkou ledna a února nevybočovalo oproti roku 2018. Celkem 96 článků má jako téma inflaci v České republice za rok 2023, ale nepíše se v nich explicitně o žádné ze zmíněných měr inflace, což je celkem 46,38 % z výběrového souboru. Tyto články obvykle dávaly téma inflace do souvislosti s dalšími ekonomickými tématy a snažily se nabídnout rozšířené pohledy na téma inflace nad rámec pouhé informace o hodnotě, které nějaký ukazatel inflace nabývá. Z vypracované kvantitativní obsahové analýzy vyplývá, že pouze tři články odkazují na všechny tři míry inflace. Zajímavým zjištěním, které z mé kvantitativní obsahové analýzy vyplývá, je, že meziměsíční inflace je v člancích ve výzkumném vzorku přítomna pouze tehdy, když je uvedena i meziroční míra inflace, kdežto meziroční míra inflace je v 50 případech zmíněna v článku bez informace o meziměsíční inflaci.

Mezi analyzovanými médii lze pozorovat jisté rozdíly v přístupu informování jejich čtenářů o míře inflace. V případě článků na webu HN.cz v 38 případech nebyla uvedena ani

jeden ze tří analyzovaných způsobů vyjádření inflace. Celkem osmnáctkrát se autor nebo autorka článku odkázali jen na meziroční míru inflace, osmkrát uvedli meziroční míru inflace dohromady s meziměsíční, devětkrát se v článku objevila zmínka pouze o průměrné roční inflaci a pětkrát se ve výzkumném vzorku vyskytuje zmínka o průměrné roční inflaci společně s meziroční inflací. V Tabulce 7 je uvedeno procentuální zastoupení uvedených jevů v případě článků na webu hn.cz.

Tabulka 7: Míry inflace v článcích na webu HN.cz

Typ vyjádření inflace	Počet článků	Procentuální zastoupení
Žádná míra inflace	38	48,72 %
Meziroční inflace	18	23,08 %
Meziroční a meziměsíční inflace	8	10,26 %
Průměrná roční inflace	9	11,54 %
Průměrná roční inflace a meziroční inflace	5	6,41 %
Všechny míry inflace	0	0,00 %
Celkem	78	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

U článků na webu Finance.cz nebyla třináctkrát uvedena ani jedna z analyzovaných měř inflace. Jedenáctkrát je v článcích odkázáno pouze na meziroční míru inflace a šestkrát se v nich píše pouze o průměrné roční inflaci. Patnáct článků referuje zároveň o meziroční a meziměsíční inflaci. Celkem ve třech případech se v článku píše o průměrné roční inflaci a meziroční inflaci a jednou jsou v článku zmíněny všechny analyzované způsoby, jak může být míra inflace vyjádřena. V Tabulce 8 je uvedeno procentuální zastoupení u jednotlivých situací, které nastaly v článcích na webu Finance.cz.

Tabulka 8: Míry inflace v článcích na webu Finance.cz

Typ vyjádření inflace	Počet článků	Procentuální zastoupení
Žádná míra inflace	13	26,53 %
Meziroční inflace	11	22,45 %
Meziroční a meziměsíční inflace	15	30,61 %
Průměrná roční inflace	6	12,24 %
Průměrná roční inflace a meziroční inflace	3	6,12 %
Všechny míry inflace	1	2,04 %
Celkem	49	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

Na webu iRozhlas.cz není ani v jednom analyzovaném článku uvedena meziměsíční míra inflace. Autorské texty na tomto webu tento ukazatel míry inflace naprosto opomíjejí. Celkem ve dvanácti článcích se explicitně nepíše o žádném z analyzovaných ukazatelů míry

inflace. Čtyřikrát autoři nebo autorky článků zmiňují meziroční míru inflace a čtyřikrát se v článcích na tomto webu vyskytuje zmínka o průměrné roční inflaci. Ani jednou se také ve výzkumném vzorku neobjevuje kombinace ukazatelů míry inflace. V Tabulce 9 je k dispozici procentuální zastoupení situací, které nastaly v případě článků o inflaci v Česku v roce 2023 na webu iRozhlas.cz.

Tabulka 9: Míry inflace v článcích na webu iRozhlas.cz

Typ vyjádření inflace	Počet článků	Procentuální zastoupení
Žádná míra inflace	12	60,00 %
Meziroční inflace	4	20,00 %
Meziroční a meziměsíční inflace	0	0,00 %
Průměrná roční inflace	4	20,00 %
Průměrná roční inflace a meziroční inflace	0	0,00 %
Všechny míry inflace	0	0,00 %
Celkem	20	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

V případě článků na webu Parlamentnilisty.cz celkem v 33 případech není uvedena žádná z analyzovaných měř inflace. Osmkrát se v článcích píše pouze o meziroční inflaci a šestkrát se o ní píše společně s meziměsíční inflací. Celkem desetkrát je v článcích ve výběrovém souboru uvedena pouze průměrná roční inflace. Jedenkrát se tento ukazatel ve výzkumném vzorku objevil společně s meziroční inflací. Ve třech případech podle zpracované kvantitativní obsahové analýzy došlo k situaci, že v článku byla zmíněna průměrná roční míra inflace dohromady s meziroční mírou inflace a meziměsíční mírou inflace. V Tabulce 10 se uvádí procentuální zastoupení nastalých situací v případě webu Parlamentnilisty.cz.

Tabulka 10: Míry inflace v článcích na webu Parlamentnilisty.cz

Typ vyjádření inflace	Počet článků	Procentuální zastoupení
Žádná míra inflace	33	55,00 %
Meziroční inflace	8	13,33 %
Meziroční a meziměsíční inflace	6	10,00 %
Průměrná roční inflace	10	16,67 %
Průměrná roční inflace a meziroční inflace	1	1,67 %
Všechny míry inflace	2	3,33 %
Celkem	60	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

Při celkovém srovnání jednotlivých médií lze říci, že nejčastěji je zmíněno vícero ukazatelů inflace v případě webu Finance.cz, k čemuž došlo u 36,73 % analyzovaných článků. Naopak ani jednou k propojení vícero ukazatelů a nabídnutí většího kontextu o různých

ukazatelích inflace nedošlo v roce 2023 na veřejnoprávním webu iRozhlas.cz.

Odpovědí na výzkumnou otázku RQ1 je, že v analyzovaných médiích se nejčastěji v článcích vyskytuje zmínka o míře inflace vyjádřené přírůstkem indexu spotřebitelských cen ke stejnému měsíci předchozího roku. Nejméně obvyklé je vyjádření míry inflace vyjádřené přírůstkem indexu spotřebitelských cen k předchozímu měsíci, ačkoliv ten nejvíce odpovídá aktuální situaci v ekonomice.

Hypotéza stanovená v úvodní části této práce říká, že obvykle je v článku uvedeno vícero ukazatelů inflace, aby čtenář daného článku obdržel komplexnější obraz o vývoji inflace. Byl proveden binomický test proporcionality, který tuto stanovenou hypotézu zamítá. Z toho vyplývá, že ve statisticky významné většině případů informovaly články pouze o jednom z ukazatelů inflace a stanovená hypotéza tedy není platná. Provedený statistický test je uveden v Tabulce 11.

Tabulka 11: Statistický test k hypotéze H1

Binomický test

	Level	Počet	Celkem	Rozdělení	p-hodnota
Ukazatele inflace	Jeden ukazatel	166	207	0.802	<0.001
	Vícero ukazatelů	41	207	0.198	1.000

Poznámka. H_a je rozdělení > 0.5

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

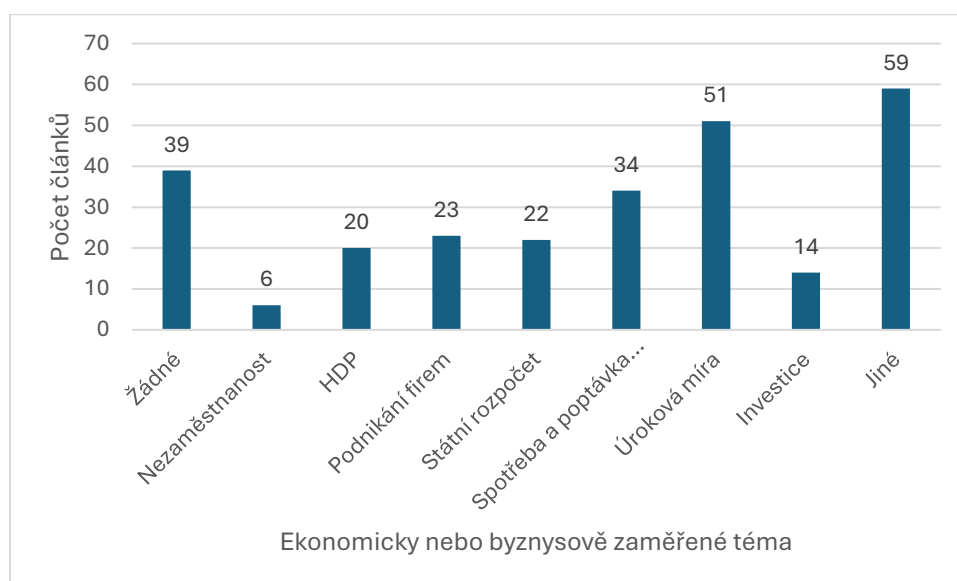
3.3 Inflace ve spojení s dalšími ekonomickými nebo byznysovými tématy

V kvantitativní obsahové analýze bylo zkoumáno, jestli se v pozorovaných článcích objevilo i jiné ekonomicky nebo byznysově orientované téma, než je inflace. Kromě inflace se pozorovalo, jestli články obsahovaly téma spojené s nezaměstnaností, s vývojem hrubého domácího produktu v České republice, s podnikáním firem v Česku, s vývojem a tvorbou státního rozpočtu, s poptávkou a spotřebou obyvatel České republiky, s úrokovou sazbou, kterou určuje Česká národní banka, s investicemi nebo dalšími ekonomickými nebo byznysovými tématy.

Nezaměstnanost byla do pozorování zařazena vzhledem k její souvislosti s inflací (Samuelson a Solow 1960). Ve výzkumném vzorku bylo zjištěno, že se psalo o tématu nezaměstnanosti v souvislosti s inflací pouze šestkrát, což bylo pouze ve 2,90 % analyzovaných

článků. Hrubý domácí produkt se objevil ve dvaceti případech v analyzovaných člancích. Těchto dvacet článků představuje 9,66 % výzkumného vzorku. Dalším tématem, které se dle výsledků kvantitativní obsahové analýzy vyskytuje v počtu 23 v člancích o inflaci v České republice za rok 2023, je podnikání firem. Celkem 11,11 % analyzovaných článků obsahuje kromě inflace také toto téma. Problematiku státního rozpočtu v souvislosti s inflací lze pozorovat u 22 článků z výzkumného vzorku, což představuje 10,63 % analyzovaných článků. Ke kombinaci inflace a poptávky společně se spotřebou obyvatelstva České republiky dle výsledků kvantitativní obsahové analýzy došlo u 34 pozorovaných článků. Tato kombinace tak představuje 16,43 % ze všech analyzovaných článků. Takřka čtvrtina analyzovaných článků, což je 51 článků z výzkumného vzorku, obsahuje zmínky o úrokových mírách, které jsou stanovovány Českou národní bankou. Úroková míra je jedním z hlavních nástrojů monetární politiky, který může centrální banka použít při boji s inflací. Čtrnáct článků z výzkumného vzorku se potýká kromě inflace také s tématem investování a investic za účelem ochrany úspor proti inflaci. Téma investování a investic se ve výzkumném vzorku objevilo v 6,76 % případů. V 59 případech se v analyzovaných člancích objevilo ekonomicky nebo byznysově zaměřené téma, které nebylo možné zařadit do některé ze sedmi předcházejících kategorií. Jako o jiné ekonomické nebo byznysové téma zmíněné v analyzovaných člancích se jednalo často o zvýšení starobních důchodů, zvýšení cen energií nebo zdražení nájmu a nemovitostí. Tyto případy tvořily celkem 28,5 % analyzovaných článků. Celkem 39 analyzovaných článků podle výsledků kvantitativní obsahové analýzy se zabíralo pouze tématem inflace a nebyla v nich evidována zmínka o žádném dalším ekonomicky nebo byznysově zaměřeném tématu. Těchto 39 článků představuje celkem 18,84 % z výzkumného vzorku.

Graf 7: Počet zmínek ekonomicky nebo byznysově zaměřených témat v článcích



Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

Nyní se přesunu k rozdílům mezi jednotlivými analyzovanými médii v tom, jestli články publikované daným médiem obsahují ekonomicky nebo byznysově zaměřené téma. V případě článků publikovaných na webu HN.cz se pozorovaný znak objevil u 65 kódovacích jednotek, zatímco u 13 kódovacích jednotek pozorován nebyl. Články publikované na webu Finance.cz obsahovaly ekonomické nebo byznysově zaměřené téma v 33 případech. Naopak v 16 případech byla tématem článku pouze inflace. Na webu iRozhlas.cz bylo publikováno celkem 17 článků, kde téma inflace bylo doplněno dalším ekonomicky nebo byznysově orientovaným tématem. Pouze u tří článků na webu iRozhlas.cz nebylo kromě inflace evidováno žádné další ekonomické nebo byznysové téma. V případě článků, které jsou k dispozici na webu Parlamentnilisty.cz, obsahovalo kromě inflace 53 z 60 článků další ekonomicky nebo byznysově zaměřené téma. V Tabulkách 12 až 15 jsou k dispozici procentuální rozdělení přítomnosti ekonomicky nebo byznysově zaměřeného tématu u jednotlivých médií.

Tabulka 12: Přítomnost dalšího ekonomicky nebo byznysově zaměřeného tématu u článků na webu HN.cz

Ekonomické nebo byznysově orientované téma	Počet článků	Procentuální zastoupení článků
Ano	65	83,33 %
Ne	13	16,67 %
Celkem	78	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

Tabulka 13: Přítomnost dalšího ekonomicky nebo byznysově zaměřeného tématu u článků na webu Finance.cz

Ekonomické nebo byznysově orientované téma	Počet článků	Procentuální zastoupení článků
Ano	33	67,35 %
Ne	16	32,65 %
Celkem	49	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

Tabulka 14: Přítomnost dalšího ekonomicky nebo byznysově zaměřeného tématu u článků na webu iRozhlas.cz

Ekonomické nebo byznysově orientované téma	Počet článků	Procentuální zastoupení článků
Ano	17	85,00 %
Ne	3	15,00 %
Celkem	20	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

Tabulka 15: Přítomnost dalšího ekonomicky nebo byznysově zaměřeného tématu u článků na webu Parlamentnilisty.cz

Ekonomické nebo byznysově orientované téma	Počet článků	Procentuální zastoupení článků
Ano	53	88,33 %
Ne	7	11,67 %
Celkem	60	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

Jak vyplývá z uvedených tabulek výše poměr článků s dalším ekonomicky nebo byznysově orientovaným tématem je relativně podobný u článků na webech HN.cz, iRozhlas.cz a Parlamentnilisty.cz, přičemž u všech médií tyto články tvořily přes 80 % z celkové počtu článků daného média. Větší odchylku lze pozorovat u článků z webu finance.cz, kde pouze 67,35 % článků obsahovalo další ekonomické nebo byznysové téma.

K této problematice byla vytvořena výzkumná otázka RQ2, která se zajímalo o to, jestli kromě inflace byly ve výzkumném vzorku také další ekonomická nebo byznysově zaměřená témata. Jak vyplývá z předcházejícího odstavce, ve většině případů u analyzovaných článků tomu tak bylo. Další ekonomicky nebo byznysově zaměřené téma kromě inflace bylo přítomno u 168 článků, kdežto pouze 39 článků bylo pouze inflaci v České republice v roce 2023. Celkem 47 článků obsahovalo více než jedno ekonomicky nebo byznysově zaměřené téma. Z výsledků kvantitativní obsahové analýzy lze usuzovat, že se vybraná média v roce 2023 snažila dát téma inflace do kontextu s dalšími ekonomicko-byznysovými tématy.

V Teoretické části byla taktéž stanovena hypotéza, že se další ekonomicky nebo byznysově orientované téma bude objevovat v publikovaných člancích v souvislosti s tématem

inflace v České republice za rok 2023. Byl proveden binomický test proporcionality, který statisticky testoval významnost této stanovené hypotézy. P-hodnota testu nabývá hodnoty menší než 0,001, z čehož vyplývá, že tato hypotéza je potvrzena jako statisticky silně signifikantní. Výsledky provedeného binomického testu jsou k dispozici v Tabulce 16.

Tabulka 16: Statistický test k hypotéze H2

Binomický test

	Level	Počet	Celkem	Rozdělení	P-hodnota
Ekonomicky nebo byznysově zaměřené téma	Ne	39	207	0.188	1.000
	Ano	168	207	0.812	< .001

Note. H_a je rozdělení > 0.5

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

3.4 Zdroje článků o inflaci

Na základě provedených studií (např.: Baek a Lee 2020) o původu zdrojů ekonomicky zaměřených článků, bylo analyzováno, jestli zdroji ve výběrovém vzorku byly spíše *elitní zdroje* nebo *veřejné zdroje*. Kvantitativní obsahová analýza pomohla objasnit výzkumnou otázku a hypotézu na původ zdrojů pomocí dvou proměnných, kterými byla přítomnost *elitního zdroje* a přítomnost *veřejného zdroje*.

Ve výběrovém vzorku, který čítá 207 kódovacích jednotek, bylo analyzováno, že 196 z nich bylo založeno na informaci z *elitního zdroje*. Naopak pouze u 11 článků nebyly evidovány informace, které by byly založeny na *elitním zdroji*. Na základě informací ze zpracované kvantitativní obsahové analýzy vychází, že u *veřejných zdrojů* lze pozorovat opačnou situaci, než je tomu u *elitních zdrojů*. Jen 19 analyzovaných článků z výzkumného vzorku obsahuje informaci, která by byla založena na *veřejném zdroji*. U zbývajících 188 nebyly pozorovány informace, které by vycházely z *veřejného zdroje*. Ve vzorku, který byl analyzován, se objevilo devět článků, které byly založeny na informacích z obou typů zdrojů. Procentuální rozložení jednotlivých typů zdrojů ve výzkumném vzorku je k dispozici v Tabulce 17.

Tabulka 17: Typy zdrojů v článcích

Typ zdroje	Počet článků	Procentuální zastoupení článků
Elitní zdroj	188	90,82 %
Veřejný zdroj	10	4,83 %
Elitní i veřejný zdroj	9	4,35 %
Celkem	207	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

V případě článků, které byly publikovány na webu HN.cz, bylo 74 analyzovaných článků založeno na informacích, které pocházely z elitního zdroje. U tří článků podle kvantitativní analýzy byly objeveny informace, které vycházely z elitních i veřejných zdrojů. Pouze u jediného článku publikovaného na webu HN.cz došlo k tomu, že byl psán pouze na základě informací z veřejných zdrojů. V Tabulce 18 je uvedeno procentuální rozložení situací, které byly pozorovány na základě výsledků kvantitativní obsahové analýzy. Z uvedeného procentuálního rozložení vychází, že články na webu HN.cz obvykle vycházejí z informací, které vychází z elitních zdrojů, více, než je tomu v celém výzkumném vzorku.

Tabulka 18: Typy zdrojů v článcích na webu HN.cz

Typ zdroje	Počet článků	Procentuální zastoupení článků
Elitní zdroj	74	94,87 %
Veřejný zdroj	1	1,28 %
Elitní i veřejný zdroj	3	3,85 %
Celkem	78	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

U článků u média Finance.cz, které byly publikovány na webu www.finance.cz bylo pozorováno 48 kódovacích jednotek, jejichž informace vycházejí z elitních zdrojů. Z výsledků kvantitativní obsahové analýzy vyplývá, že na tomto analyzovaném webu byl ve výzkumném vzorku pouze jediný článek, který byl napsán na základě informace z veřejného zdroje. Ani jedenkrát nebyl článek u tohoto média založen zároveň na informacích z veřejných a elitních zdrojů. V Tabulce 19 je k dispozici procentuální zastoupení k jednotlivým situacím, které nastaly.

Tabulka 19: Typy zdrojů v článcích na webu Finance.cz

Typ zdroje	Počet článků	Procentuální zastoupení článků
Elitní zdroj	48	97,96 %
Veřejný zdroj	1	2,04 %
Elitní i veřejný zdroj	0	0,00 %
Celkem	49	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

U veřejnoprávního média iRozhlas.cz lze ve výzkumném vzorku pozorovat oproti předcházejícím médiím bohatší zastoupení veřejných zdrojů. Celkem tři články jsou napsány pouze na základě informace, která vychází z veřejného zdroje. U čtyř článků podle výsledků kvantitativní obsahové analýzy byl evidován veřejný i elitní zdroj zároveň. Počet článků, které byly vytvořeny pouze na základě informace z elitního zdroje, je roven třinácti. Procentuální zastoupení jednotlivých zdrojů v článcích, které byly publikovány na webu irozhlas.cz, je k dispozici v Tabulce 20. Oproti datům, která jsou uvedena v Tabulce 18 a Tabulce 19, jsou typy zdrojů u článků na webu iRozhlas.cz více diferenciované.

Tabulka 20: Typy zdrojů v článcích na webu iRozhlas.cz

Typ zdroje	Počet článků	Procentuální zastoupení článků
Elitní zdroj	13	65,00 %
Veřejný zdroj	3	15,00 %
Elitní i veřejný zdroj	4	20,00 %
Celkem	20	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

V případě Parlamentních listů 53 analyzovaných článků založeno na informaci, která pochází z elitního zdroje. Celkem pět článků, které byly publikovány na webu parlamentnilisty.cz, vychází z informací z veřejných zdrojů. U dvou článků výsledky kvantitativní obsahové analýzy evidují, že jsou založeny na veřejném zdroji, ale zároveň také na elitním zdroji. Tabulka 21 nabízí procentuální rozložení pro články, které byly publikovány na webu Parlamentnilisty.cz.

Tabulka 21: Typy zdrojů v článcích na webu Parlamentnilisty.cz

Typ zdroje	Počet článků	Procentuální zastoupení článků
Elitní zdroj	53	88,33 %
Veřejný zdroj	5	8,33 %
Elitní i veřejný zdroj	2	3,33 %
Celkem	60	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

K tématu zdrojů u článků o inflaci za rok 2023 v České republice ve vybraných médiích se vážou výzkumné otázky RQ3 a RQ4. Na otázku, jaké zdroje jsou ve vybraných médiích používány, lze odpovědět, že lze pozorovat výrazně více článků, které byly založeny na informaci z elitních zdrojů. Necelých deset procent analyzovaných článků vycházelo z informací, které pocházely ze zdroje veřejného. Odpovědí na výzkumnou otázku RQ4, je že *veřejné zdroje* byly použity u 4,83 % článků, naopak *elitní zdroje* byly použity u necelých 91 % článků. U 4,35 % článků došlo k tomu, že byly založeny na informacích, které pocházely z obou analyzovaných typů zdrojů. Výsledky kvantitativní obsahové analýzy ukazují velkou

převahu ve prospěch *elitních zdrojů*.

K problematice zdrojů u ekonomicky zaměřených článků, což je v případě této práce mediální obraz inflace v České republice za rok 2023 ve vybraných médiích byla stanovena hypotéza na základě poznatků z existujících studií (např.: Baek a Lee 2020; Hopmann a Shehata 2011; Reich 2015), že i v případě vybraných médií v České republice u článků o inflaci v roce 2023 dochází k jevu, že novináři upřednostňují elitní zdroje před veřejnými zdroji, tudíž je více používají ve svých článcích. Při provedení chí-kvadrát testu, jehož výsledky jsou uvedeny v Tabulce 22, vyšla p-hodnota menší než 0,001.

Tabulka 22: Statistický test k hypotéze H3

Kontingenční tabulka

Elitní zdroje	Veřejné zdroje		Celkem
	Ne	Ano	
Ne	0	10	10
Ano	187	9	196
Celkem	188	19	207

χ^2 Testy

	Hodnota	df	p-hodnota
χ^2	104	2	<0 .001
N	207		

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

Výsledek tohoto testu silně podporuje stanovenou hypotézu, že elitní zdroje jsou používány více než veřejné zdroje. Lze tedy říci, že i u ekonomicky zaměřeného tématu, kterým je inflace v České republice za rok 2023, ve vybraných českých médiích můžeme pozorovat stejné zákonitosti, jako je tomu například u ekonomicky zaměřených témat v Jižní Koreji, na což odkazuje výzkum Baeka a Leeho (2020).

3.5 Aktéři článků o inflaci

V kvantitativní obsahové analýze bylo také pozorováno, jací aktéři se vyskytovali v jednotlivých článcích o inflaci v České republice za rok 2023 ve vybraných médiích. Při kódování bylo rozlišováno mezi Českou národní bankou (1), členy bankovní rady (2), vládou nebo jejími členy (3), jinými aktéry (4) nebo žádným aktérem (0). Česká národní banka a

členové její rady byli vybráni, neboť mohou prostřednictvím nástrojů monetární politiky efektivně ovlivňovat inflaci. Vláda a její členové byli přidáni, aby byla ošetřena i fiskální politika, kterou disponuje tento orgán a jeho členové.

Podle výsledků kvantitativní obsahové analýzy celkem 58 článků z výzkumného vzorku neobsahovalo žádného aktéra. U 60 článků byl pozorován jiný aktér než Česká národní banka, členové bankovní rady nebo vláda a její členové. Česká národní banka byla zastoupena jako aktér u 61 z analyzovaných článků. Z kvantitativní obsahové analýzy vyšlo, že členové bankovní rady se jako aktéři článků vyskytovali méně než samotná centrální banka. Členové bankovní rady byly ve výzkumném vzorku uvedeni pouze osmáctkrát. Vláda nebo její členové byli v pozorovaných člancích v pozici aktéra článku celkem ve 41 případech. U 25 kódovacích jednotek bylo analyzováno, že obsahovaly více než jednoho aktéra.

Výzkumná otázka RQ5 k této problematice se zabývá tím, jací aktéři se vyskytují ve výzkumném vzorku. Dle výsledků kvantitativní obsahové analýzy lze říci, že nejčastějším aktérem v analyzovaném vzorku byla Česká národní banka, kterou následuje vláda České republiky a její členové. V kategorii Jiní se objevovali aktéři, jako jsou například majitelé firem, ekonomové, důchodci nebo obyvatelé České republiky.

K problematice aktérů článků ve výzkumném vzorku byla stanovena hypotéza, která říká, že centrální banka a členové centrální banky jsou častějšími aktéry článků o inflaci v České republice za rok 2023. Tato hypotéza byla předpokládána, neboť Česká národní banka a členové její bankovní rady jsou aktéry, kteří mají k dispozici nástroje monetární politiky, kterými by měli být schopni bojovat s inflací. Dle výsledků statistického testu, který je uveden v Tabulce 23, je však nutné stanovenou hypotézu zamítnout, neboť p-hodnota je vyšší než stanovená hladina významnosti, která je rovná 0,05.

Tabulka 23: Statistický test k hypotéze H4

Binomický test

	Level	Počet	Celkem	Rozdělení	P-hodnota
Česká národní banka nebo člen bankovní rady	Ne	142	207	0.686	<0.001
	Ano	65	207	0.314	1.000

Note. H_a je rozdělení > 0.5

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

3.6 Rozdíly mezi vybranými médii

Cílem této práce je zjistit, jestli mezi vybranými analyzovanými médii existují nějaké rozdíly v informování o inflaci. V rámci kvantitativní obsahové analýzy byly analyzovány články z webů hn.cz, finance.cz, irozhlas.cz a parlamentnilisty.cz. Některé údaje o článcích jednotlivých médiích jsou již uvedeny v Tabulkách 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20 a 21. V této kapitole budou analyzovány rozdíly a statisticky testováno, jestli se proměnné z kvantitativní obsahové analýzy liší napříč pozorovanými médii.

V podkapitole 3.1 byla zaměřena pozornost na délku článku v rámci celého výzkumného vzorku. Nyní se pozornost přesune k délce článků u jednotlivých médií. V případě článků zveřejněných na webu HN.cz dosahoval průměrný článek 4 342 znaků včetně mezer. Medián byl u tohoto média nižší a dosáhl hodnoty 3 760 znaků včetně mezer. Nejkratší článek publikovaný na webu hn.cz obsahoval celkem 822 znaků včetně mezer, naopak nejdelší ze článků tohoto média se skládal z 17 331 znaků včetně mezer.

Pro články z webu Finance.cz je na základě výsledků kvantitativní obsahové analýzy typické, že jsou v porovnání s ostatními médii výrazně kratší. Průměrná délka článku média Finance.cz dosáhla pouze 1 026 znaků včetně mezer. Medián počtu znaků u jedné kódovací jednotky u tohoto média byl taktéž nižší a dostal hodnoty 938 znaků včetně mezer. Nejkratší článek publikovaný na webu Finance.cz dle provedené analýzy obsahuje 776 znaků včetně mezer. Naopak nejdelší článek čítá pouze 4 380 znaků včetně mezer, což je jen o 38 znaků včetně mezer více, než je průměrná délka článků publikovaných na webu hn.cz.

U článků publikovaných na webu iRozhlas.cz byla naměřena největší průměrná délka článku, přičemž tento ukazatel dosáhl hodnoty 4474 znaků včetně mezer. Medián u média iRozhlas.cz byl ovšem nižší než u článků publikovaných na webu HN.cz a byl roven 3 421 znakům včetně mezer. Nejkratší článek, který byl na webu irozhlas.cz publikován, tvoří 1 661 znaků včetně mezer. Podle kvantitativní obsahové analýzy obsahoval nejdelší z článků u tohoto média celkem 18466 znaků včetně mezer.

V případě článků na webu Parlamentnilisty.cz je zajímavé, že na tomto webu byl publikován nejdelší (21 536 znaků včetně mezer) i nejkratší článek (319 znaků včetně mezer) z výzkumného vzorku. Průměrně dosáhl článek publikovaný na tomto médiu 3 460 znaků včetně mezer. Medián je o více než tisíc znaků včetně mezer nižší a jeho hodnota je konkrétně 2 446 znaků včetně mezer.

Tabulka 24: Statistický test k hypotéze H5

Kruskal-Wallis test

	χ^2	df	p-hodnota
Délka článku	92.8	3	< 0.001

Párové porovnání – Délka článku

	W	P
HN.cz Finance.cz	-12.502	< 0.001
HN.cz iRozhlas.cz	-0.760	0.950
HN.cz Parlamentnilist.cz	-4.237	0.015
Finance.cz iRozhlas.cz	8.791	< 0.001
Finance.cz Parlamentnilisty.cz	9.554	< 0.001
iRozhlas.cz Parlamentnilisty.cz	-3.096	0.126

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

Podle výsledků statistického testu, které jsou k dispozici v Tabulce 24 lze pozorovat statisticky významné rozdíly mezi jednotlivými analyzovanými médii. Celkově je možné říci, že mezi analyzovanými médii existují statisticky velmi signifikantní rozdíly u proměnné, kterou je délka článku. Výsledek testu potvrzuje hypotézu H5. Pokud se zaměříme na rozdíly mezi jednotlivými analyzovanými médii, tak z provedeného statistického testu vyplývá, že statisticky velmi signifikantní rozdíly v délce článku je možné pozorovat mezi délkou článků z webu Finance.cz a ostatními analyzovanými články na webech HN.cz, iRozhlas.cz a Parlamentnilisty.cz, což lze vidět na p-hodnotách v Tabulce 24 u párových porovnání. Statisticky významný rozdíl je také mezi délkou článků na webu hn.cz a parlamentnilisty.cz, přičemž p-hodnota provedeného testu je rovna 0,015.

Dalšími proměnnými, u kterých byly zkoumány rozdíly mezi médii, jsou průměrná roční míra inflace, míra inflace vyjádřená přírůstkem indexu spotřebitelských cen ke stejnému měsíci předchozího roku a míra inflace vyjádřená přírůstkem indexu spotřebitelských cen k předchozímu měsíci. Byl proveden Kruskal-Wallis test, aby bylo možno zjistit, jestli se vybraná média vzájemně lišila v tom, jak informovala v roce 2023 o inflaci v České republice. Podle výsledků, které jsou uvedeny v Tabulce 25, vychází, že vybraná média se lišila statisticky velmi signifikantně v informování o meziměsíční inflaci, neboť p-hodnota provedeného testu je nižší

než 0,001. Statisticky velmi významný rozdíl byl pozorován u informování o meziroční inflaci, kdy p-hodnota provedeného testu nabyla hodnoty rovné 0,001. Naopak dle výsledků statistického testu nebyly pozorovány rozdíly v informování o průměrné roční inflaci, což znamená, že u ní je hypotéza o rozdílech mezi analyzovanými médii vyvrácena.

Pokud blíže nahlédneme na konkrétní rozdíly mezi jednotlivými vybranými médii lze říci, že v případě meziměsíční inflace došlo k statisticky významným rozdílům mezi články publikovanými na webu hn.cz a na webu finance.cz a mezi publikovanými články na webech finance.cz a irozhlas.cz. P-hodnota u obou zmíněných párů je nižší než kritická hodnota, což je uvedeno v Tabulce 25.

Tabulka 25: Statistický test k hypotéze H6

Kruskal-Wallis test

	χ^2	df	p-hodnota
Meziměsíční míra inflace	16.484	3	<0.001
Meziroční míra inflace	15.898	3	0.001
Průměrná roční inflace	0.310	3	0.958

Párové porovnání – Meziměsíční míra inflace

		W	P
HN.cz	Finance.cz	4.421	0.010
HN.cz	iRozhlas.cz	-2.103	0.446
HN.cz	Parlamentnilisty.cz	0.789	0.945
Finance.cz	iRozhlas.cz	-4.094	0.020
Finance.cz	Parlamentnilisty.cz	-3.409	0.075
iRozhlas.cz	Parlamentnilisty.cz	2.419	0.318

Párové porovnání – Meziroční míra inflace

		W	P
HN.cz	Finance.cz	3.32	0.087
HN.cz	iRozhlas.cz	-2.31	0.359
HN.cz	Parlamentnilisty.cz	-1.97	0.506
Finance.cz	iRozhlas.cz	-4.36	0.011
Finance.cz	Parlamentnilisty.cz	-4.86	0.003
iRozhlas.cz	Parlamentnilisty.cz	1.03	0.886

Párové porovnání – Průměrná roční inflace

		W	P
HN.cz	Finance.cz	0.4855	0.986
HN.cz	iRozhlas.cz	0.2974	0.997
HN.cz	Parlamentnilisty.cz	0.7691	0.948
Finance.cz	iRozhlas.cz	-0.0537	1.000
Finance.cz	Parlamentnilisty.cz	0.2255	0.999
iRozhlas.cz	Parlamentnilisty.cz	0.2218	0.999

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

V rámci této práce došlo k zaměření i na to, jestli se vybraná média vzájemně liší v tom, jaké žurnalistické formy byly použity v článcích, které byly publikovány na webech hn.cz, finance.cz, irozhlas.cz a parlamentnilisty.cz. Počty a procentuální rozložení žurnalistických forem u jednotlivých médií jsou uvedeny v Tabulce 26 až 29.

Tabulka 26: Žurnalistické formy u článků na webu HN.cz

Žurnalistická forma	Počet článků	Procentuální zastoupení článků
Zpravodajský text	32	41,03 %
Komentář	31	39,74 %
Rozhovor	5	6,41 %
Jiná	10	12,82 %
Celkem	78	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

Tabulka 27: Žurnalistické formy u článků na webu Finance.cz

Žurnalistická forma	Počet článků	Procentuální zastoupení článků
Zpravodajský text	48	97,96 %
Komentář	0	0,00 %
Rozhovor	1	2,04 %
Jiná	0	0,00 %
Celkem	49	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

Tabulka 28: Žurnalistické formy u článků na webu iRozhlas.cz

Žurnalistická forma	Počet článků	Procentuální zastoupení článků
Zpravodajský text	9	45,00 %
Komentář	3	15,00 %
Rozhovor	5	25,00 %
Jiná	3	15,00 %
Celkem	20	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

Tabulka 29: Žurnalistické formy u článků na webu Parlamentnilisty.cz

Žurnalistická forma	Počet článků	Procentuální zastoupení článků
Zpravodajský text	14	23,33 %
Komentář	30	50,00 %
Rozhovor	2	3,33 %
Jiná	14	23,33 %
Celkem	60	100,00 %

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

Dle výsledků kvantitativní obsahové analýzy uvedených v Tabulce 26 až 29 vyplývá, že u tří médií byla nejčastěji zastoupenou žurnalistickou formou zpravodajský text. Konkrétně tomu tak bylo u článků publikovaných na webech HN.cz, Finance.cz a iRozhlas.cz. Jedinou výjimkou byly články na webu Parlamentilisty.cz, kde v 50 % případů, což znamená u celkem 30 článků, byl žurnalistickou formou komentář. Specifické je také rozložení u článků na webu Finance.cz. Až na jedinou výjimku, kterou byl rozhovor, byly na tomto médiu publikovány pouze zpravodajské texty. Následně byl proveden statistický test, aby bylo možné ověřit hypotézu, jestli jsou v zastoupení žurnalistických forem u jednotlivých médií rozdíly nebo nejsou. Dle p-hodnoty, která je menší než 0,001, lze říci, že je pozorován statisticky velmi silný rozdíl v zastoupení žurnalistické formy u jednotlivých médií. Výsledky provedeného testu jsou uvedeny v Tabulce 30.

Tabulka 30: Statistický test k hypotéze H7

Kontingenční tabulka

Médium	Žurnalistická forma				Celkem
	Zpravodajský text	Komentář	Rozhovor	Jiné	
Hn.cz	32	31	5	10	78
Finance.cz	48	0	1	0	49
Irozhlas.cz	9	3	5	3	20
Parlamentnilisty.cz	14	30	2	14	60
Celkem	103	64	13	27	207

χ^2 Testy

	Value	df	p-hodnota
χ^2	83.1	9	< 0.001
N	207		

Zdroj: vlastní zpracování prostřednictvím softwaru jamovi (2023)

3.7 Autoři článků ve vybraných médiích

V rámci kvantitativní obsahové analýzy článků o inflaci v České republice za rok 2023 bylo zjišťováno, kdo byly autoři nebo autorky analyzovaných článků v jednotlivých médiích. Následující odstavce přinášejí odpověď na výzkumnou otázku RQ8.

V případě článků na webu HN.cz se nejčastěji vyskytovalo jméno Julii Hrstkové, která je autorkou šestnácti článků z výzkumného vzorku. V jejím případě se dle výsledků

kvantitativní obsahové analýzy jednalo nejčastěji o komentáře. Jedenáct článků na webu HN.cz publikoval Luděk Vainert a stejně jako v případě Julie Hrstkové šlo především o komentáře. Dalším významným autorem média HN.cz dle analýzy byl Vladan Gallistl, který se samostatně, ale i ve spolupráci s dalšími autory podílel na šesti článcích, které obsahoval výzkumný soubor.

U média Finance.cz bylo pozorováno, že autorem všech článků publikovaných na webu finance.cz kromě jediné výjimky je Patria.cz. Patria.cz je česká investiční společnost, která spadá pod Československou obchodní banku.

Nejčastějším autorem článků na webu iRozhlas.cz byl Petr Holub, který na tomto webu publikoval své komentáře. Domovským médiem tohoto autora jsou SeznamZprávy. Vícečetné zastoupení na webu iRozhlas.cz mělo také autorské duo Nad'a Bělovská a Vendula Kryštofová, které společně napsaly dva články, které byly následně součástí výzkumného vzorku.

V případě článků publikovaných na webu Parlamentnilisty.cz bylo pozorováno velké množství autorů a autorek. Celkem pět článků pro toto médium napsal ekonom Vladimír Pikora, který obvykle publikoval komentáře. Ve čtyřech případech byl autorem článku předseda opozičního hnutí Svoboda a přímá demokracie Tomio Okamura. Na počátku roku v tomto médiu hojně publikoval ekonomický poradce premiéra České republiky Štěpán Křeček. Mimo politicky exponované osoby byla nejčastější autorkou na webu Parlamentnilisty.cz Vanda Exnerová, která je externí spolupracovnicí tohoto média a je autorkou tří článků z výzkumného vzorku.

Diskuze

Tato diplomová práce přináší odpovědi na osm výzkumných otázek a statisticky testuje sedm stanovených hypotéz, z nichž pět bylo potvrzených jako statisticky významné. Tato část se zaměří na přínosy této práce v souvislosti s již existujícími teoretickými poznatky, na její limitace a na oblasti, které mohou být cílem dalšího výzkumu.

Ze získaných výsledků z kvantitativní obsahové analýzy vyplývá, že i u inflace v České republice v roce 2023 u čtyř analyzovaných médií převládaly elitní zdroje nad veřejnými zdroji. Na základě statistického testu hypotézy H3, který je uveden v Tabulce 22, se výsledky této diplomové práce shodují s poznatky, které jsou uvedeny v předešlých výzkumech (Baek a Lee 2020; Hopmann a Shehata 2011; Reich 2015). Toto považuji za přínos této diplomové práce, neboť jevy, které se vyskytovaly u ekonomicky zaměřených obsahů v zahraničí, byly v případě inflace v roce 2023 pozorovány také u médií v České republice. Vzhledem k tomu, že veřejné zdroje tvořily ve výzkumném vzorku samostatně i v kombinaci s elitními zdroji méně než deset procent, se domnívám, že i ve vybraných médiích lze pozorovat jev, při kterém jsou veřejné zdroje považovány za nepodstatné, a tudíž nejsou tolik využívány jako elitní zdroje, jak tvrdí Reich (2015). Jelikož je tato diplomová práce zaměřena na téma inflace, myslím si, že existuje prostor replikovat zahraniční výzkumy (např.: Baek a Lee 2020; Hopmann a Shehata 2011) na problematiku elitních a veřejných zdrojů u celé množiny ekonomicky zaměřených článků. Dalším výzkumným prostorem, který nebyl doposud dle rešerše literatury v České republice dostatečně realizován, je rozdíl ve využití elitních a veřejných zdrojů u mediálních obsahů vybraných médií, což provedli Hoppman a Shetata (2011) v Dánsku a zjistili, že u témat zaměřených na kulturní nebo vzdělávací problematiku byly veřejné zdroje využity více, než tomu bylo u ekonomických témat.

Z výsledků kvantitativní obsahové analýzy vyplynulo, že nebylo možné potvrdit hypotézu H4, která tvrdila, že ČNB a členové její bankovní rady budou v analyzovaném vzorku častěji uvedeni jako aktéři sledovaných článků než jiné entity. Tento předpoklad vycházel z toho, že centrální banka je subjektem, který má k dispozici nástroje monetární politiky (Soukup et al. 2018), kterými mohla ovlivňovat inflaci. Důvodem, proč nebyli tito aktéři ve výzkumném vzorku v článcích zahrnuti častěji, může být absence ekonomického vzdělání u novinářů, což vykládají Damstra a De Swert (2021) ve svém výzkumu za slabinu ekonomické žurnalistiky. Dalším zdůvodněním může být příliš úzký vztah ekonomických novinářů s jejich zdrojem, což může vést k potlačení důležitých aktérů v článcích a nedostatečnému varování veřejnosti před krizí, na což poukazují Knowlesová et al. (2017). Prostorem pro další výzkum

o mediálním obrazu inflace v České republice v roce 2023 dle mého názoru je kvalitativní výzkum s autory, který by mohl lépe pochopit práci novinářů a jejich motivaci vzhledem k tvorbě článků o inflaci.

V této diplomové práci jsem objevil také jisté rozdílnosti mezi analyzovanými médii. Tyto rozdílnosti jsou podle mého názoru způsobeny rozlišnými cílovými skupinami čtenářů článků jednotlivých médií. Prostor pro další výzkum poskytují poznatky Geiße et al. (2017), kteří upozorňují na různé rámování ekonomických událostí, což má za následek utváření veřejného mínění ve společnosti.

Za hlavní přínosy této diplomové práce považuji potvrzení poznatků o zdrojích u ekonomických témat, čemuž se věnovaly výzkumy v zahraničí (Baek a Lee 2020; Hopmann a Shehata 2011; Reich 2015), dále bych zde zařadil to, že články ve vybraných médiích uváděly obvykle pouze jeden ukazatel inflace, což mohlo mít za následek, že čtenáři daných článků si nemohli vytvořit dostatečně komplexní úsudek o tehdejšímu stavu inflace v České republice. Mezi další přínosy práce bych zařadil potvrzení hypotézy, že inflaci ve vybraných médiích obvykle doprovázelo další ekonomicky nebo byznysově orientované téma nebo že byly pozorovány rozdíly v článcích mezi jednotlivými analyzovanými médii, což potvrdily provedené statistické testy.

Za největší limitaci práce považuji absenci srovnání roku článků o inflaci z roku 2023, kdy meziroční míra inflace dosahovala neobvykle vysokých hodnot (Český statistický úřad 2024a), s články, které byly publikovány o inflaci v dřívějších letech. Toto srovnání by mohlo přinést lepší pochopení problematiky a bylo by možné porovnat, jestli se lišila míra informování o inflaci oproti analyzovanému roku.

Další limitací výsledků kvantitativní obsahové analýzy je výběr souboru pouze o čtyřech analyzovaných médiích, přičemž se ve všech čtyřech případech jednalo o online média. Širší soubor médií by mohl nabídnout větší diverzitu způsobů, jak média o inflaci v roce 2023 informovala. Nicméně se domnívám, že pokud by byl soubor médií širší, musel by být vzhledem k zachování reprezentativity širší výzkumný vzorek. Dále byla tato diplomová práce limitována tím, že se do vzorku dostaly pouze články, které měly slovo inflace ve svém nadpisu, a tak mohly být opomenuty další články o inflaci, které byly publikovány na webech HN.cz, Finance.cz, iRozhlas.cz a Parlamentnilisty.cz.

Limitací této práce je také fakt, že kvantitativní obsahová analýza měla vzhledem k charakteru diplomové práce, která má být zpracovávána samostatně, pouze jediného kodéra. Pokud by bylo ve shodě u jednotlivých kódovacích jednotek více kodérů, bylo by možné považovat výsledky této diplomové práce za spolehlivější. Tuto limitaci práce jsem se snažil

ošetřit kódovací knihou, která obsahuje návod, aby bylo možné případně kvantitativní obsahovou analýzu replikovat.

Prostor pro další výzkum v oblasti mediálního obrazu o inflaci v České republice za rok 2023 vidím především v časovém srovnání s jiným rokem, aby bylo možné sledovat, jestli se mediální obsahy o této problematice nějak měnily v časovém horizontu nebo ne. Další prostor pro výzkumné bádání spatřuji v porovnání dalších ekonomicky nebo byznysově zaměřených článků, které neobsahují téma inflace, z hlediska, jestli se významně liší zahrnutí elitních a veřejných zdrojů oproti výzkumnému vzorku této práce. Problematika článků o inflaci v České republice v roce 2023 přináší možnosti ji zkoumat z kvalitativního hlediska prostřednictvím rozhovorů s autory a autorkami článků, jak na toto téma nahlíželi, jakým způsobem si vybírali zdroje nebo jaká je úroveň jejich ekonomického vzdělání.

Závěr

Tato práce měla za cíl objasnit, jak informovala vybraná média o inflaci v České republice za rok 2023 a jestli se vybraná média vzájemně lišila. Výzkumné otázky pomohla zodpovědět provedená kvantitativní obsahová analýza, která obsahovala 207 kódovacích jednotek, kterými byly články z webů HN.cz, Finance.cz, iRozhlas.cz a Parlamentnilisty.cz. Na počátku jsem si kladl celkem osm výzkumných otázek a stanovil jsem k nim sedm hypotéz, z nichž pět bylo potvrzeno.

Na první výzkumnou otázku RQ1 je odpovědí, že nejčastěji se ve vybraných médiích objevoval odkaz o míře inflace vyjádřené přírůstkem indexu spotřebitelských cen ke stejnému měsíci předchozího roku. Hypotéza H1, že obvykle se v článcích o inflaci v České republice v roce 2023 ve vybraných médiích píše o vícero ukazatelích míry inflace, byla po provedení statistického testu zamítnuta.

Ve výzkumném vzorku bylo pozorováno 169 zmínek o dalším ekonomicky nebo byznysově orientovaném tématu, přičemž nejčastěji se jednalo o úrokové míry, což odpovídá na výzkumnou otázku RQ. Hypotéza H2 o tom, že články o inflaci v České republice v roce 2023 ve vybraných médiích obsahují další ekonomicky nebo byznysově zaměřené téma, byla potvrzena a shledána jako statisticky velmi signifikantní.

Dále jsem se ve výzkumných otázkách RQ3 a RQ4 zabýval tím, jestli se jedná o elitní nebo veřejné zdroje, které použili autoři ve svých článcích. Zjistil jsem, že výrazně více byly využívány elitní zdroje, přičemž 90,82 % článků z výzkumného vzorku vycházelo čistě z elitního zdroje, u 4,83 % byly použity pouze veřejné zdroje a u 4,35 % článků použili autoři oba typy zdrojů. Hypotéza H3, která tvrdí, že elitní zdroje byly použity častěji než veřejné zdroje, byla statistickým testem potvrzena a výsledek tohoto testu je v souladu s předešlými výzkumy (např.: Baek a Lee 2020; Hopmann a Shehata 2011; Reich 2015).

Z provedené analýzy také vyplývá odpověď na výzkumnou otázku RQ5, že aktéry analyzovaných článků byla Česká národní banka, následována vládou a jejími členy a členy bankovní rady. Dále byly aktéry firmy, běžní spotřebitelé nebo důchodci. Hypotéza H4 k problematice aktérů článku byla zamítnuta, tudíž Česká národní banka a členové její bankovní rady nebyly častěji aktéry daných článků.

Ve výzkumných otázkách RQ6 a RQ7 a hypotézách H5, H6 a H7 jsem se věnoval samotným rozdílům mezi vybranými médii. Jako statisticky velmi významné byly označeny rozdíly v délce článků, což znamená potvrzení hypotézy H5, rozdíly v informování o meziměsíční a meziroční míře inflace, což částečně potvrzuje hypotézu H6, a v rozdílech

v relativní četnosti žurnalistických forem mezi vybranými médii, což potvrzuje hypotézu H7.

U článků na webech HN.cz, iRozhlas.cz a Parlamentnilisty.cz jsem pozoroval, že na jednotlivých webech psali články o inflaci někteří autoři a autorky častěji než jejich kolegové. V případě webu HN.cz se analyzovanému tématu věnovali více oproti ostatním Julie Hrstková, Luděk Vainert nebo Vladan Gallistl. Na webu iRozohlas.cz publikoval častěji oproti ostatním autorům a autorkám Petr Holub. Vladimír Pikora, Tomio Okamura, Vanda Exnerová a Štěpán Křeček byli autoři, kteří hojněji publikovali články oproti ostatním autorům na webu Parlamentilisty.cz. V případě posledního webu, kterým jsou Finance.cz, nebylo možné určit, jestli nějaká fyzická osoba publikovala častěji, neboť u všech článků s jedinou výjimkou byla autorem Patria.cz.

Celkově vzato jsem v této práci potvrdil existenci rozdílů v informování o inflaci v České republice za rok 2023 mezi vybranými médii, kterými jsou weby HN.cz, Finance.cz, iRozhlas.cz a ParlamentniListy.cz. Média se vzájemně lišila v délce článků, žurnalistických formách nebo způsobu, jak o inflaci informovala. Dále jsem v této práci potvrdil jevy, které byly pozorovány u ekonomického mediálního obsahu v jiných zemích a lze říci, že zejména poznatky o elitních a veřejných zdrojích jsou platné i pro analyzovaný soubor.

Summary

This thesis aimed to clarify how selected media outlets reported on inflation in the Czech Republic in 2023 and whether there were differences among these media. The research questions were addressed through a quantitative content analysis, which included 207 coding units, consisting of articles from the websites HN.cz, Finance.cz, iRozhlas.cz, and Parlamentnilisty.cz. Initially, I formulated a total of eight research questions and seven hypotheses, five of which were confirmed.

The most common reference in the selected media was to the inflation rate expressed as the year-over-year increase in the consumer price index. Hypothesis H1, which posited that articles about inflation in the Czech Republic in 2023 would typically reference multiple indicators of inflation, was rejected after performing a statistical test.

In the research sample, there were 169 mentions of another economically or business-oriented topic, with interest rates being the most frequently mentioned, answering the second research question. Hypothesis H2, which suggested that articles about inflation in the Czech Republic in 2023 would contain another economically or business-oriented topic, was confirmed and found to be statistically very significant.

Research questions RQ3 and RQ4 examined whether the sources used by authors in their articles were elite or public sources. I found that elite sources were significantly more utilized, with 90.82% of the articles in the research sample relying solely on elite sources, 4.83% using only public sources, and 4.35% using both types of sources. Hypothesis H3, which stated that elite sources were used more frequently than public sources, was confirmed by statistical testing and is consistent with previous research.

The analysis also provided an answer to research question RQ5, identifying the actors in the analysed articles as the Czech National Bank, followed by the government and its members, and members of the bank board. Other actors included firms, regular consumers, or pensioners. Hypothesis H4, regarding the actors in the articles, was rejected, indicating that the Czech National Bank and its board members were not more frequently the subjects of the articles.

These questions (RQ6, RQ7) and hypotheses (H5, H6, H7) focused on the differences among the selected media outlets. Statistically significant differences were found in the length of the articles, confirming hypothesis H5, in the reporting of month-on-month and year-on-year inflation rates, partially confirming hypothesis H6, and in the relative frequency of journalistic forms among the selected media, confirming hypothesis H7.

In the articles on the websites hn.cz, irozhlas.cz, and parlamentnilisty.cz, I observed that certain authors wrote about inflation more frequently than their colleagues. On the HN.cz website, the topic was more frequently covered by Julie Hrstková, Luděk Vainert, and Vladan Gallistl. On the iRozhlas.cz website, Petr Holub published more often compared to other authors. Vladimír Pikora, Tomio Okamura, Vanda Exnerová, and Štěpán Křeček were the authors who published more frequently compared to others on the Parlamentnilisty.cz website. For the final website, Finance.cz, it was not possible to determine if any individual author published more frequently, as all articles except for one were authored by Patria.cz.

In conclusion, this thesis confirmed the existence of differences in the reporting on inflation in the Czech Republic in 2023 among the selected media, which included the websites HN.cz, Finance.cz, iRozhlas.cz, and Parlamentnilisty.cz. The media differed in the length of their articles, journalistic forms, and the manner in which they reported on inflation. Furthermore, this thesis confirmed phenomena observed in economic media content in other countries, particularly findings regarding elite and public sources, which are also valid for the analysed sample.

Použitá literatura

ADDISON, Paul, Jennifer SONDAGOVÁ, Thomas CHERIAN a Carolina WILSONOVÁ, 2024. *The Bloomberg Guide to Business Journalism*. B.m.: Columbia Business School Publishing.

ADONIOVÁ, Hanna a Akiba A. COHEN, 1978. Television Economic News and the Social Construction of Economic Reality. *Journal of Communication* [online]. **28**(4), 61–70. ISSN 0021-9916, 1460-2466. Dostupné z: doi:10.1111/j.1460-2466.1978.tb01657.x

ALTHEIDE, David L. a Robert P. SNOW, 1979. *Media logic*. Beverly Hills, Calif.: Sage. Sage library of social research. ISBN 978-0-8039-1297-7.

BAEK, Kanghui a Na Yeon LEE, 2020. Public Voices Muted in Economic News: A Content Analysis of Public and Elite Sources in South Korean Newspapers. *SAGE Open* [online]. **10**(2), 1–11. ISSN 2158-2440, 2158-2440. Dostupné z: doi:10.1177/2158244020935097

BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ, 2011. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Vyd. 1. Praha: Grada Publ. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3028-8.

BHANDARI, Anmol, Jaroslav BOROVIČKA a Paul HO, 2024. Survey Data and Subjective Beliefs in Business Cycle Models. *Review of Economic Studies* [online]. rdae054. ISSN 0034-6527, 1467-937X. Dostupné z: doi:10.1093/restud/rdae054

BJERKE, Paul a Birgitte Kjos FONN, 2015. A Hidden Theory in Financial Crisis Journalism?: The Case of Norway. *Nordicom Review* [online]. **36**(2), 113–127. ISSN 2001-5119. Dostupné z: doi:10.1515/nor-2015-0020

ČESKÁ NÁRODNÍ BANKA, 2023. *Co to je inflace? - Česká národní banka* [online] [vid. 2024-06-16]. Dostupné z: <https://www.cnb.cz/cs/casto-kladene-dotazy/Co-to-je-inflace/>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2024a. Inflace - druhy, definice, tabulky. *Statistika* [online] [vid. 2024-06-25]. Dostupné z: https://csu.gov.cz/mira_inflace

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2024b. *Spotřební koš pro výpočet indexu spotřebitelských cen od ledna 2024 domácnosti celkem - stálé váhy roku 2022* [online]. 2024. Dostupné z: https://csu.gov.cz/spotrebni_kos_archiv

DAMSTRA, Alyt a Knut DE SWERT, 2021. The making of economic news: Dutch economic journalists contextualizing their work. *Journalism* [online]. **22**(12), 3083–3100. ISSN 1464-8849, 1741-3001. Dostupné z: doi:10.1177/1464884919897161

DASCHMANN, G., 2000. VOX POP & POLLS: THE IMPACT OF POLL RESULTS AND VOTER STATEMENTS IN THE MEDIA ON THE PERCEPTION OF A CLIMATE OF OPINION. *International Journal of Public Opinion Research* [online]. **12**(2), 160–181. ISSN 13534505, 14643677. Dostupné z: doi:10.1093/ijpor/12.2.160

ECONOMIA A.S, 2024a. Hospodářské noviny - byznys, politika, názory (HN.cz). *Hospodářské noviny (HN.cz)* [online] [vid. 2024-06-27]. Dostupné z: [//hn.cz/](https://hn.cz/)

ECONOMIA A.S, 2024b. *Mediakit 2024*. 2024.

FORTUNATIOVÁ, Leopoldina, 2005. Mediatization of the Net and Internetization of the Mass Media. *Gazette (Leiden, Netherlands)* [online]. 67(1), 27–44. ISSN 0016-5492. Dostupné z: doi:10.1177/0016549205049177

FRANKLIN, Bob, Martin HAMER, Mark HANNA, Marie KINSEY a John RICHARDSON, 2005. *Key Concepts in Journalism Studies* [online]. 1 Oliver's Yard, 55 City Road, London EC1Y 1SP United Kingdom: SAGE Publications Ltd [vid. 2024-06-26]. ISBN 978-0-7619-4482-9. Dostupné z: doi:10.4135/9781446215821

GEISS, Stefan, Mathias WEBER a Oliver QUIRING, 2017. Frame Competition After Key Events: A Longitudinal Study of Media Framing of Economic Policy After the Lehman Brothers Bankruptcy 2008–2009. *International Journal of Public Opinion Research* [online]. 29(3), 471–496. ISSN 0954-2892, 1471-6909. Dostupné z: doi:10.1093/ijpor/edw001

HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ, 2017. *Slovník žurnalistiky*. B.m.: Karolinum.

HAYESOVÁ, Keith, 2013. *Business Journalism: How to Report on Business and Economics*. B.m.: Apress.

HOPMANN, David Nicolas a Adam SHEHATA, 2011. THE CONTINGENCIES OF ORDINARY CITIZEN APPEARANCES IN POLITICAL TELEVISION NEWS. *Journalism Practice* [online]. 5(6), 657–671. ISSN 1751-2786, 1751-2794. Dostupné z: doi:10.1080/17512786.2011.603967

INSTITUT BIostatistiky a ANALÝZ Lékařské fakulty Masarykovy univerzity, 2024. *Matematická biologie učebnice: Binomický test* [online] [vid. 2024-07-24]. Dostupné z: <https://portal.matematickabiologie.cz/index.php?pg=zaklady-informatiky-pro-biology--databazove-systemy-v-biomedicine--analyticke-a-statisticke-funkce-sql--statisticke-funkce--binomicky-test>

INTERNET INFO, S.R.O., 2024a. Finance.cz. *Internet Info* [online] [vid. 2024-06-27]. Dostupné z: <https://www.iinfo.cz/nase-weby/finance-cz/>

INTERNET INFO, S.R.O., 2024b. O nás. *Internet Info* [online] [vid. 2024-06-27]. Dostupné z: <https://www.iinfo.cz/o-nas/>

JAKUBKOWICZ, Karol, 2013. *Nová ekologie médií. Konvergence a mediamorfóza*. B.m.: Verbum. ISBN 978-80-87500-37-8.

JANÁČEK, Julius, 2022. *Statistika jednoduše: průvodce světem statistiky*. První vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-1738-3.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ, 2006. Mediální studia a předmět jejich zájmu. *Metodický portál RVP.cz* [online] [vid. 2024-06-26]. Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/542/MEDIALNI-STUDIA-A-PREDMET-JEJICH-ZAJMU.html>

jamovi (2023). *jamovi*. (Verze 2.4) [Počítačový software]. Dostupné z: <https://www.jamovi.org>.

JIRKŮ, Jan, 2020. *Žurnalistická profese 2.0*. B.m.: Karolinum.

- KALOGEROPOULOS, Antonis, Helle Mølgaard SVENSSON, Arjen VAN DALEN, Claes DE VREESE a Erik ALBÆK, 2015. Are watchdogs doing their business? Media coverage of economic news. *Journalism* [online]. **16**(8), 993–1009. ISSN 1464-8849, 1741-3001. Dostupné z: doi:10.1177/1464884914554167
- KNOWLESOVÁ, Sophie, Gail PHILLIPS a Johan LIDBERG, 2017. Reporting The Global Financial Crisis: A longitudinal tri-nation study of mainstream financial journalism. *Journalism Studies* [online]. **18**(3), 322–340. ISSN 1461-670X, 1469-9699. Dostupné z: doi:10.1080/1461670X.2015.1058182
- KŘÍTKOVÁ, Soňa a Petra KOUDELKOVÁ, 2015. *Ekonomická žurnalistika*. Vydání první. Praha: Oeconomica, nakladatelství VŠE. ISBN 978-80-245-2129-9.
- NADAČNÍ FOND NEZÁVISLÉ ŽURNALISTIKY, 2023. *Hospodářské noviny (hn.cz)* [online] [vid. 2024-06-27]. Dostupné z: <https://www.nfnz.cz/hospodarske-noviny-hn-cz>
- NADAČNÍ FOND NEZÁVISLÉ ŽURNALISTIKY, 2024a. *Finance.cz (finance.cz)* [online] [vid. 2024-06-27]. Dostupné z: <https://www.nfnz.cz/finance-cz-finance-cz>
- NADAČNÍ FOND NEZÁVISLÉ ŽURNALISTIKY, 2024b. *Parlamentní listy* [online] [vid. 2024-06-27]. Dostupné z: <https://www.nfnz.cz/rating/web/parlamentni-listy/>
- NEUBAUER, Jiří, Marek SEDLAČÍK a Oldřich KŘÍŽ, 2021. *Základy statistiky: aplikace v technických a ekonomických oborech*. 3., rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-3421-2.
- PARLAMENTNÍ LISTY, 2024. Kontakty. *parlamentnilisty.cz* [online] [vid. 2024-06-27]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/redakce/redakce/>
- PAVELKA, Tomáš, 2007. *Makroekonomie: základní kurz*. Vyd. 3. Slaný: Melandrium. ISBN 978-80-86175-58-4.
- REICH, Zvi, 2015. Why citizens still rarely serve as news sources: Validating a tripartite model of circumstantial, logistical, and evaluative barriers. *International Journal of Communication*. **9**, 2412–2433.
- SABEW, 2024a. 2023 Best in Business Awards. *SABEW* [online]. [vid. 2024-06-26]. Dostupné z: <https://sabew.org/contestsawards/best-in-business/>
- SABEW, 2024b. About SABEW. *SABEW* [online]. [vid. 2024-06-26]. Dostupné z: <https://sabew.org/about/>
- SAMUELSON, Paul A. a Robert M. SOLOW, 1960. Analytical Aspects of Anti-Inflation Policy. *The American Economic Review*. **50**(2), 177–194.
- SCHERER, Helmut, 2011. Úvod do metody obsahové analýzy. In: *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum.
- SIAPEROVÁ, Eugenia, 2018. *Understanding new media*. 2nd edition. London ; Thousand Oaks, California: SAGE. ISBN 978-1-4462-9710-0.
- SJØVAAG, Helle a Eirik STAVELIN, 2012. Web media and the quantitative content analysis: Methodological challenges in measuring online news content. *Convergence: The International*

Journal of Research into New Media Technologies [online]. **18**(2), 215–229. ISSN 1354-8565, 1748-7382. Dostupné z: doi:10.1177/1354856511429641

SOUKUP, Jindřich, Vít POŠTA, Pavel NESET a Tomáš PAVELKA, 2018. *Makroekonomie*. 3. vyd. B.m.: Management Press. ISBN 978-80-7261-537-7.

STARROVÁ, Martha A., 2012. CONSUMPTION, SENTIMENT, AND ECONOMIC NEWS. *Economic Inquiry* [online]. **50**(4), 1097–1111. ISSN 0095-2583, 1465-7295. Dostupné z: doi:10.1111/j.1465-7295.2010.00346.x

STRAUSS, Nadine, 2019. Financial journalism in today's high-frequency news and information era. *Journalism* [online]. **20**(2), 274–291. ISSN 1464-8849, 1741-3001. Dostupné z: doi:10.1177/1464884917753556

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ, 2010. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-683-4.

USHEROVÁ, Nikki, 2013. Ignored, uninterested, and the blame game: How *The New York Times*, *Marketplace*, and *TheStreet* distanced themselves from preventing the 2007–2009 financial crisis. *Journalism* [online]. **14**(2), 190–207. ISSN 1464-8849, 1741-3001. Dostupné z: doi:10.1177/1464884912455904

WIMMER, Roger D. a Joseph R. DOMINICK, 2006. *Mass media research: an introduction*. Beijing: Tsinghua University Press. ISBN 978-7-302-12523-5.

ZELIZEROVÁ, Barbie, 2005. Definitions of Journalism. In: *Institutions of American Democracy*. B.m.: The Press, s. 66–80.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Kódovací kniha (tabulka)

Pořadí	Název proměnné	Hodnoty
1.	Den v měsíci	Den = číslo dne Hodnoty od 1 do 31
2.	Měsíc	Leden = 1 Únor = 2 Březen = 3 Duben = 4 Květen = 5 Červen = 6 Červenec = 7 Srpen = 8 Září = 9 Říjen = 10 Listopad = 11 Prosinec = 12
3.	Médium	HN.cz = 1 Finance.cz = 2 Irozhlas.cz = 3 Parlamentnilisty.cz = 4
4.	Autor	Vyjádřeno jeho jménem, v případě, že článek bude mít více autorů bude to ošetřeno vznikem pomocné proměnné autor 2 (případně dalších), přičemž ta bude navázaná na proměnnou autor, kam se následně výsledky zanesou
5.	Délka článku	Číselně vyjádřeno (počet znaků článku včetně mezer)
6.	Adresa url	Adresa url
7.	Průměrná roční inflace	Ne = 0 Ano = 1
8.	Míra inflace vyjádřená přírůstkem indexu spotřebitelských cen ke stejnému měsíci předchozího roku	Ne = 0 Ano = 1
9.	Míra inflace vyjádřená přírůstkem indexu spotřebitelských cen k předchozímu měsíci	Ne = 0 Ano = 1
10.	Ekonomické nebo byznysové téma	Žádné = 0 Nezaměstnanost = 1 HDP = 2 Podnikání firem = 3 Státní rozpočet = 4 Spotřeba a poptávka obyvatel = 5 Úroková míra = 6 Investice = 7 Jiné = 8
11.	Elitní zdroje	Ne = 0 Ano = 1

12.	Veřejné zdroje	Ne = 0 Ano = 1
13.	Aktér článku	Žádný = 0 ČNB = 1 Člen bankovní rady = 2 Vláda nebo její člen = 3 Jiný = 4 Musí být zmíněn alespoň dvakrát v případě, že článek bude mít více aktérů bude to ošetřeno vznikem pomocné proměnné aktér 2 (případně další), přičemž ta bude navázaná na proměnnou aktér, do které se výsledky následně přenesou
14.	Žurnalistická forma	Zpravodajský text = 1 Rozhovor = 2 Komentář = 3 Jiný = 4

Zdroj: vlastní zpracování

SCHVÁLENO

29.3.24

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK											
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce											
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:											
Příjmení a jméno diplomanta: Pírek Petr	Razítko podatelny: <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">Univerzita Karlova</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">Fakulta sociálních věd</td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;">- 8 -03- 2024 -1-</td> </tr> <tr> <td>Čj: 24</td> <td>Přiloh:</td> </tr> <tr> <td>Přiděleno:</td> <td></td> </tr> </table>	Univerzita Karlova		Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	- 8 -03- 2024 -1-	Čj: 24	Přiloh:	Přiděleno:	
Univerzita Karlova											
Fakulta sociálních věd											
Došlo dne:		- 8 -03- 2024 -1-									
Čj: 24	Přiloh:										
Přiděleno:											
Imatrikulační ročník diplomanta: 2022											
Fakultní e-mail diplomanta: 70077238@fsv.cuni.cz											
Studijní program/forma studia: Mediální studia/distanční forma											
Název práce v češtině: Mediální obraz inflace ve vybraných médiích v České republice za rok 2023											
Název práce v angličtině: Media Portrayal of Inflation in Selected Media in the Czech Republic in 2023											
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2022/2023) (diplomovou práci je možné obhajovat <u>nejdříve</u> šest měsíců od schválení tezí) LS 2023/2024											
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Tématem diplomové práce bude mediální vyobrazení inflace vybranými médii v Česku v roce 2023. Na toto téma nebyla doposud zpracována žádná odborná práce, která by jej rozebírala. V České republice inflace na základě dat dosahovala hodnot, které nebyly v souladu s tolerančním pásmem České národní banky. Toto téma nabylo velkého zájmu společnosti a vzhledem k tomu mu média věnovala patřičnou pozornost. Dle mého názoru je ovšem nutno brát do úvahy, že novináři nemusejí mít ekonomické vzdělání, a proto mohou být informace poskytnuté médiím zkreslené oproti realitě nebo mohou novináře ovlivnit svým pohledem ekonomičtí experti, kteří budou obvyklým zdrojem článků. Na tento jev poukazuje např. Tambini (2010), kdy uvádí, že ekonomičtí žurnalisté mohou být závislí na elitních zdrojích. Ekonomická nebo finanční žurnalistika ovšem patří do pole zájmu několika výzkumů, na jejichž základě budu zpracovávat svou diplomovou práci. V dosavadních odborných studiích, které se věnují ekonomickým tématům, se rozebírají tenze, jestli informace pocházejí z elitního zdroje nebo z veřejného (Baek a Lee 2020), jaké rámování ekonomických témat média ve svých textech využívají (Bjerke a Fonn 2015; Geiß et al. 2017; Kalogeropoulos et al. 2015) nebo jaké předsudky mohou novináři věnující se ekonomickým tématům mít (Damstra a De Swert 2021).											
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Předpokládaným cílem práce je zjistit, jestli se média v České republice v roce 2023 lišily při informování o inflaci. Budu zjišťovat, jestli je mezi médii rozdíl v práci se zdroji jejich článků nebo jestli informují o meziroční nebo meziměsíční inflaci. V rámci práce bude vyhotovena kvantitativní obsahová analýza mediálního vyobrazení tématu inflace v roce 2023, kdy tento makroekonomický ukazatel vykazoval výrazné odchýlení od tolerančního pásma České národní banky. Neobvyklé hodnoty inflace se staly celospolečenským tématem a způsob, jakým o ní média informovala, mohl mít vliv na chování spotřebitelů a firem v ekonomice, proto považuji analýzu k tomuto tématu za užitečnou. Analýza bude mít za úkol zjistit, jestli existují rozdíly o informování o tomto tématu mezi vybranými mediálními tituly. Kódovací jednotkou bude jeden článek z analyzovaného období, který se týká inflace v České republice. Jako základní proměnné budou v analýze vystupovat např.: název média, ekonomické zaměření média, počet znaků článku nebo den vydání článku. Dále budu pracovat s proměnnou původu zdroje, přičemž bude zjišťováno, jestli pochází informace v článku z elitního zdroje, kterým může být např.: vláda, ČNB, korporace nebo ekonomicky zaměřené instituce, nebo z veřejného zdroje, pod který spadají entity jako občané, občanské instituce nebo odbory (Baek a Lee 2020, s. 5). Zaměřím se také na											

<p>to, jestli článek pojednává o meziroční inflaci nebo meziměsíční inflaci, což může mít velký vliv na vyznění sdělení publikovaného článku.</p> <p>Přesné hypotézy a výzkumné otázky pevně vytyčím po zpracování první kapitoly, aby byly podloženy dostatečným množstvím teoretických poznatků.</p> <p>Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):</p> <p>Úvod – Uvedení do analyzovaného tématu, důvody, proč je vhodné takovou analýzu provést.</p> <p>1 Teoretická část – Shrne podstatné teoretické poznatky související s tématem.</p> <p>1.1 Ekonomická žurnalistika – Podkapitola se bude věnovat ekonomické žurnalistice, stručně ji popíše a vymezí její účel v médiích.</p> <p>1.2 Inlace – Podkapitola bude pojednávat o inflaci za účelem vymezení tohoto pojmu, jehož vyobrazení v médiích bude diplomová práce zkoumat.</p> <p>1.3 Vyobrazení ekonomicky zaměřených témat v médiích – Podkapitola bude syntetizovat teoretické poznatky z odborných článků, které se věnují ekonomickému obsahu v médiích.</p> <p>1.4 Stručná charakteristika analyzovaných médií – Podkapitola se zaměří na stručný popis základních charakteristik jednotlivých médií, která budou podkladovým materiálem pro analýzu.</p> <p>2 Metodologická část – Shrne metody, které budou v diplomové práci použity.</p> <p>2.1 Kvantitativní obsahová analýza – Podkapitola charakterizuje kvantitativní obsahovou analýzu.</p> <p>2.2 Popisná statistika a statistické testy – Podkapitola popíše popisnou statistiku (např.: průměr, medián, modus, směrodatná odchylka) a statistické testy (dle stanovených hypotéz k ověření jejich platnosti; např.: t-test), které budu v diplomové práci využívat.</p> <p>3 Empirická část – Kapitola se bude zaměřovat na samotnou kvantitativní obsahovou analýzu zobrazení inlace ve vybraných médiích.</p> <p>Diskuze – Tato část se zaměří na propojení výsledků mé diplomové práce s teoretickými poznatky (zejména z podkapitoly 1.3)</p> <p>Závěr – Shrnutí celé diplomové práce.</p> <p>Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období): Analyzované období: rok 2023 (podle velikosti základního vzorku bude rozhodnuto, jestli bude analyzován celý nebo provedu analýzu na výběrovém vzorku).</p> <p>Požadovaná charakteristika: Aby se stal článek součástí základního vzorku musí pojednávat o tématu inlace se zaměřením na Českou republiku a musí být publikován v jednom ze sledovaných médií v roce 2023. Ze vzorku budou vyloučeny texty ČTK, které byly vybranými médii publikovány. Vzorek bude obsahovat zpravodajství i komentáře.</p> <p>Tituly periodik: Periodika pro analýzu budou vybrány po stanovení hypotéz. Mělo by se jednat o tituly s rozlišnými charakteristikami.</p> <p>Metody (techniky) zpracování materiálu: Kvantitativní obsahová analýza, popisná statistika (např.: průměr, medián, modus, směrodatná odchylka) a statistické testy (dle stanovených hypotéz k ověření jejich platnosti; např.: t-test)</p> <p>Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2–5 řádků):</p> <p>BAEK, Kanghui a Na Yeon LEE, 2020. Public Voices Muted in Economic News: A Content Analysis of Public and Elite Sources in South Korean Newspapers. <i>SAGE Open</i> [online]. 10(2), 215824402093509. ISSN 2158-2440, 2158-2440. Dostupné z: doi:10.1177/2158244020935097</p> <ul style="list-style-type: none"> • Odborný článek, který pojednává o tom, kdo je zdrojem pro článek v médiích a jestli se zdroj liší v závislosti na tématu. Zdroje rozdělují autoři na elitní a veřejné. Využitou metodou je kvantitativní obsahová analýza novinových článků mezi lety 1994 až 2014. <p>BJERKE, Paul a Birgitte Kjos FONN, 2015. A Hidden Theory in Financial Crisis Journalism?: The Case of Norway. <i>Nordicom Review</i> [online]. 36(2), 113–127. ISSN 2001-5119. Dostupné</p>

z: doi:10.1515/nor-2015-0020

- Tento text se zaměřuje na kvantitativní i kvalitativní obsahovou analýzu dvou mainstreamových médií v Norsku. Autoři pojednávají o tom, jakým paradigmatem jsou rámovány ekonomicky zaměřené texty v analyzovaných tiskovinách.

DAMSTRA, Alyt a Knut DE SWERT, 2021. The making of economic news: Dutch economic journalists contextualizing their work. *Journalism* [online]. 22(12), 3083–3100. ISSN 1464-8849, 1741-3001. Dostupné z: doi:10.1177/1464884919897161

- Tento článek je kvalitativního zaměření a zabývá se možnými předsudky, se kterými se ekonomičtí žurnalisté mohou setkat při své práci. Text obsahuje 12 rozhovorů s nizozemskými novináři.

GEISS, Stefan, Mathias WEBER a Oliver QUIRING, 2017. Frame Competition After Key Events: A Longitudinal Study of Media Framing of Economic Policy After the Lehman Brothers Bankruptcy 2008–2009. *International Journal of Public Opinion Research* [online]. 29(3), 471–496. ISSN 0954-2892, 1471-6909. Dostupné z: doi:10.1093/ijpor/edw001

- Odborný článek se zabývá soubojem rámců v informování o ekonomických tématech po pádu Lehmann Brothers. Použitými metodami jsou obsahová analýza a klustrová analýza.

HENDL, Jan. *Přehled statistických metod zpracování dat: analýza a metaanalýza dat*. Vyd. 2., opr. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-123-9.

- Autor v knize popisuje statistické metody a jejich možnosti při práci s daty. V knize jsou také uvedeny metodologické postupy, které jsou doporučeny pro analýzu dat.

KALOGEROPOULOS, Antonis, Helle Mølgaard SVENSSON, Arjen VAN DALEN, Claes DE VREESE a Erik ALBÆK, 2015. Are watchdogs doing their business? Media coverage of economic news. *Journalism* [online]. 16(8), 993–1009. ISSN 1464-8849, 1741-3001. Dostupné z: doi:10.1177/1464884914554167

- Text se zabývá porovnáním, jestli jsou novináři hlídacími psy u ekonomických témat stejně, jako tomu je u politických témat. Autoři se věnují sentimentu, který je přítomný v analyzovaných článcích. Použitou metodou je kvantitativní obsahová analýza.

KŘÍTKOVÁ, Soňa a KOUDELKOVÁ, Petra. *Ekonomická žurnalistika*. Praha: Oeconomica, nakladatelství VŠE, 2015. ISBN 978-80-245-2129-9.

- Kniha sdružuje ekonomické poznatky a žurnalistické poznatky. Zaměřuje se na historický vývoj ekonomické žurnalistiky, regulaci médií v České republice nebo fungování firem působících v mediálním odvětví.

PAVELKA, Tomáš. *Makroekonomie: základní kurz*. 3. vyd. Slaný: Melandrium, 2007. ISBN 978-80-86175-58-4, 2007.

- Publikace zaměřená na problematiku makroekonomie, kam spadá i inflace, o níž autor v této knize pojednává. Kniha je základní literaturou pro makroekonomii vyučovanou na Vysoké škole ekonomické v Praze.

SJØVAAG, Helle; STAVELIN, Eirik. Web media and the quantitative content analysis:

Methodological challenges in measuring online news content. *Convergence*, 2012, 18.2: 215-229.

- Text pojednává o odlišnostech při zpracování kvantitativní obsahové analýzy u webových zdrojů. Autoři poukazují na případné metodologické odlišnosti při vypracování tohoto typu analýzy založené na online zdrojích.

SCHULZ, Winfried a REIFOVÁ, Irena. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3., nezměn. vyd. Přeložil Barbara KÖPPOVÁ. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4.

- Tato publikace pojednává o metodě obsahové analýzy. V knize jsou uvedeny metodologické postupy, jak obsahovou analýzu zpracovat.

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

- Kniha se zaměřuje na výzkumné metody, které lze aplikovat při výzkumu médií. Publikace obsahuje metodologické návody jednotlivých metod včetně praktické ukázky jejich využití.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

LERCH, Jakub. *Hospodářská politika v kontextu parlamentních voleb 2017 - komparativní obsahová analýza*. Diplomová práce, vedoucí Křeček, Jan. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií, 2019.

Datum / Podpis studenta/ky

8. 3. 2024

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem konzultoval a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucím této práce.

KLIMEŠ DAVID

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

8/3/24...

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO VE VYHLÁŠCE ŘEDITELE INSTITUTU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU.