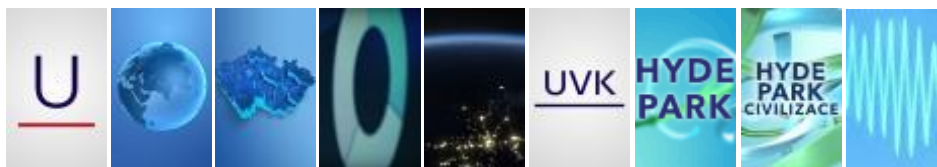


Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (leden – červen 2014)

- O krizi na Ukrajině odvysílaly relace ČT přes 74 hodin zpravodajství
- Podíl zpráv ze zahraničí tvořil v Událostech téměř třetinu pololetní stopáže
- Nejčastěji zmiňovanými politiky byly B. Sobotka, M. Zeman a A. Babiš

ANALYZOVANÉ ZPRAVODAJSKÉ POŘADY



V analýze byly použity příspěvky těchto zpravodajských relací a zpravodajsko-publicistických rozhovorů:

Česká televize (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. pololetí 2014: **806 hodin a 56 minut v 18 801 příspěvcích**, z toho 639 hodin a 22 minut v 18 545 příspěvcích zpravodajství a 167 hodin a 34 minut v 256 příspěvcích zpravodajsko-publicistických rozhovorů): Události, Události, komentáře, Události v regionech (Praha, Brno, Ostrava) (standardní záběr analyzovaných relací), Ekonomika ČT24, Horizont ČT24, Události v kultuře, Zprávy ve 23 (rozšířené spektrum sledovaných relací), Hyde Park, Interview ČT24 (standardní záběr analyzovaných relací) a Hyde Park Civilizace (rozšířené spektrum sledovaných relací)



TV Nova (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. pololetí 2014: **121 hodin a 30 minut v 4 992 příspěvcích**): Televizní noviny (standardní záběr analyzovaných relací)



Prima FTV (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. pololetí 2014: **176 hodin a 28 minut v 7 894 příspěvcích**): Zprávy FTV Prima (standardní záběr analyzovaných relací), Krimi zprávy, Divácké zprávy a VIP zprávy (rozšířené spektrum sledovaných relací)



Český rozhlas Radiožurnál (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. pololetí 2014: **62 hodin a 29 minut v 2 098 příspěvcích**): Hlavní zprávy (rozhlasová relace je vysílána každý den v 18:00 a v pracovní dny, kdy končí v 18:30, obsahuje zpravodajskou a publicistickou část; o víkendech je relace pouze desetiminutová a obsahuje pouze zpravodajskou část) (rozšířené spektrum sledovaných relací)

Celková báze analyzovaných relací čítala 33 785 příspěvků o stopáži 1 167 hodin a 23 minut.

- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ Ekonomika
- ☑ Variabila
- ☑ Sebe prezentace a citace
- ☑ Metodika

TÉMATATA

- Krize na Ukrajině byla pro novináře České televize jednoznačně mediální událostí číslo jedna, a proto o ní odvysílaly zpravodajství v délce přesahující 74 hodin. Nejvyšší podíl na medializaci situace měl **Horizont ČT24** (snímky [6](#), [7](#), [13](#), [14](#) a [16](#)).
- **Události** se shodovaly s rozhlasovými **Hlavními zprávami** ve volbě trojice nejdéle prezentovaných témat pololetí, jimiž byly *ozbrojené konflikty, vztahy mezi zeměmi a vláda* ([snímek 10](#)).
- **Události v regionech** z Prahy se zaměřily na informování o průběhu rekonstrukce D1, brněnská relace prezentovala zájem Amazonu o investici v ČR. Kategorie *státní správa, mezinárodní události a Evropská unie* tvořily dvě třetiny pololetního obsahu **Událostí, komentářů** (snímky [12](#) a [13](#)).

POLITIKA

- **Události, komentáře** před volbami do Evropského parlamentu hostily lídry všech kandidujících subjektů. V politické agendě **Událostí** absentovaly informace pozitivního charakteru a nejvíce negativity bylo vzneseno vůči ODS. Ovšem v kritice strany byly **Události** nejvíce zdrženlivé, na rozdíl od **Televizních novin** TV Nova (snímky [20](#), [21](#) a [22](#)).

LOKALITY

- Zvláště krize na Ukrajině a v Rusku navýšila podíly zpráv vázaných na zahraniční dění v relacích České televize. Hodnoty těchto podílů byly 98 % v případě **Horizontu ČT24**, 40 % ve **Zprávách ve 23**, 35 % v **Událostech, komentářích** a 32 % v **Událostech** ([snímek 31](#)).

EKONOMIKA

- Na medializaci podnikové sféry se podílely především **Ekonomika ČT24**, **Události** a **Zprávy ve 23**. Nejčastěji zmiňovanými firmami ve zpravodajství ČT byly ČEZ, Amazon a samotná Česká televize (strany [41](#) a [44](#)).

VARIABILITA

- Tematicky nejrozmanitější zpravodajství z domova ze všech televizních a rozhlasových relací přinášely **Zprávy ve 23** a **Události**, o zahraničním dění variabilně informoval **Horizont ČT24**. **Události, komentáře** zmínily nejvíce politických stran ([snímek 46](#)).

SEBEPREZENTACE A CITACE

- **Události** a **Televizní noviny** od **Zpráv FTV Prima** odlišovalo používání Google Earth k lokalizaci mediovaného dění ([snímek 51](#)).

- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ Ekonomika
- ☑ Variabila
- ☑ Sebe prezentace
- ☑ Metodika



[Hlavní zpravodajské relace](#)

[Regionální zpravodajství](#)

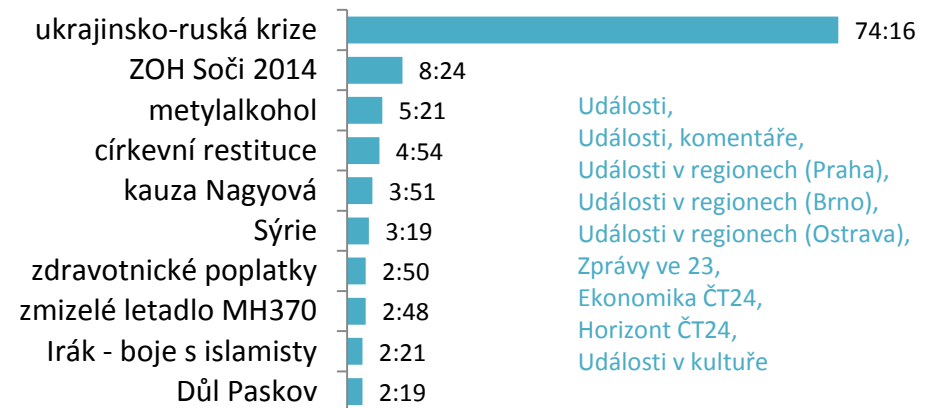
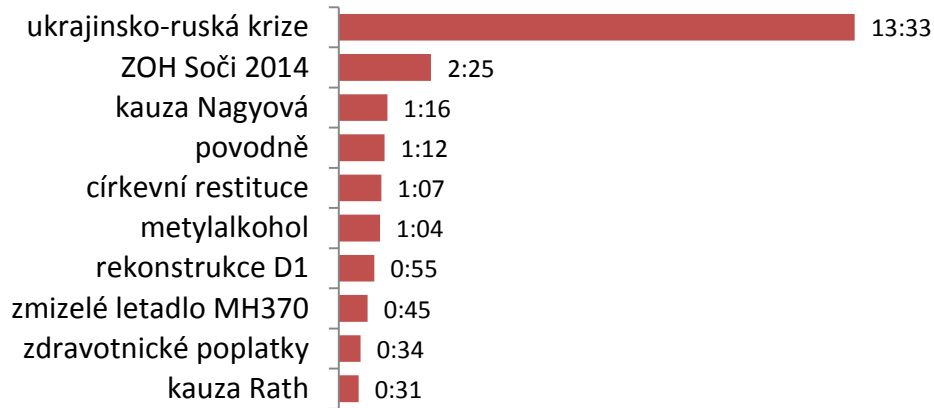
[Komentované zpravodajství](#)

[Zprávy ve 23, Ekonomika ČT24, Horizont ČT24, Události v kultuře](#)

[Zpravodajské rozhovory](#)

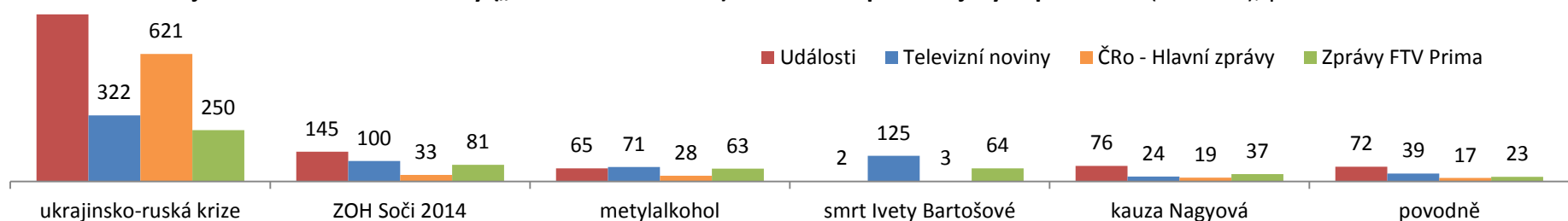
KAUZY („MEDIÁLNÍ UDÁLOSTI“)

10 nejdéle prezentovaných mediálních událostí v Událostech (vlevo) a ve všech sledovaných relacích ČT24 (vpravo): 1P 2014, počet hodin a minut



Události,
Události, komentáře,
Události v regionech (Praha),
Události v regionech (Brno),
Události v regionech (Ostrava),
Zprávy ve 23,
Ekonomika ČT24,
Horizont ČT24,
Události v kultuře

Nejvíce medializované kauzy („mediální události“) v hlavních zpravodajských pořadech (1P 2014), počet minut



Mediální událostí číslo jedna byla pro zpravodaje ČT24 jednoznačně krize na Ukrajině. Relace Horizontu ČT24 dokonce vyhradila ukrajinsko-ruské krizi několik stopáží speciálních tematických vydání. Události na rozdíl od komerčních relací téměř neinformovaly o úmrtí Ivetty Bartošové.

Metodická poznámka: Takzvanou kauzu, přesněji řečeno **mediální událost** definují Dayan a Katz v knize Media Events šesti kritérii: 1. událost je přenášena živě; 2. událost je předem naplánovaná a anoncovaná veřejnosti; 3. událost je přerušením televizního programového schématu a vybočuje z denní rutiny; 4. událost není organizována médii samotnými, ale mimo mediální organizace; 5. vysílání události vyvolává silnou (až fascinovanou) odezvu publika a 6. vysílání události probouzí hluboce zakořeněné představy a vyprávění spjatá s hrdinstvím (Dayan, Katz, 1994, s. 102). Media Tenor tuto teorii aplikoval v analytické praxi a kauzami jsou v jeho metodice myšleny významné intenzivně medializované události splňující Dayanova a Katzova kritéria. Kauzou jsou tak pokryty multi-tematické mediální události, jejichž medializace prochází vývojem a v tematické skladbě (viz [následující strana](#)) jsou roztrženy do vyššího množství kategorií. Exemplárním příkladem je **kauza metylalkohol**, která se dotýkala tematických kategorií *kriminální činy* (skupinová kriminalita), *bezpečnostní politika* (policejní vyšetřování a zásahy celní správy), *hospodářská politika* (vládní opatření na ochranu spotřebitelů), *zdravotnictví* (zdravotní stav otrávených konzumentů), *justice* (soudní procesy s aktéry metanolové aféry), *společenské jevy* (situace rodin obětí) nebo *podniková sféra* (aféry firem napojených na tzv. metanolovou chobotnici).

ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

Nejčastěji prezentované tematické kategorie v **Událostech** (vlevo) a ve **všech sledovaných relacích ČT24** (vpravo): 1P 2014, podíl na délce pořadu



Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Událostech: 32 %



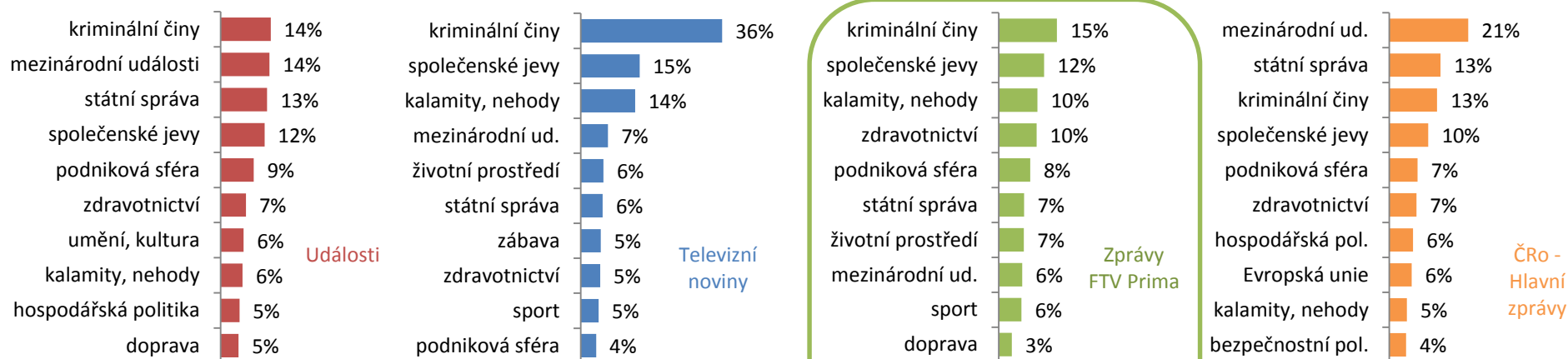
Události, Události, komentáře, Události v regionech (Praha), Události v regionech (Brno), Události v regionech (Ostrava), Zprávy ve 23, Ekonomika ČT24, Horizont ČT24, Události v kultuře

Celkový podíl zpráv ze zahraničí v relacích ČT24: 34 %

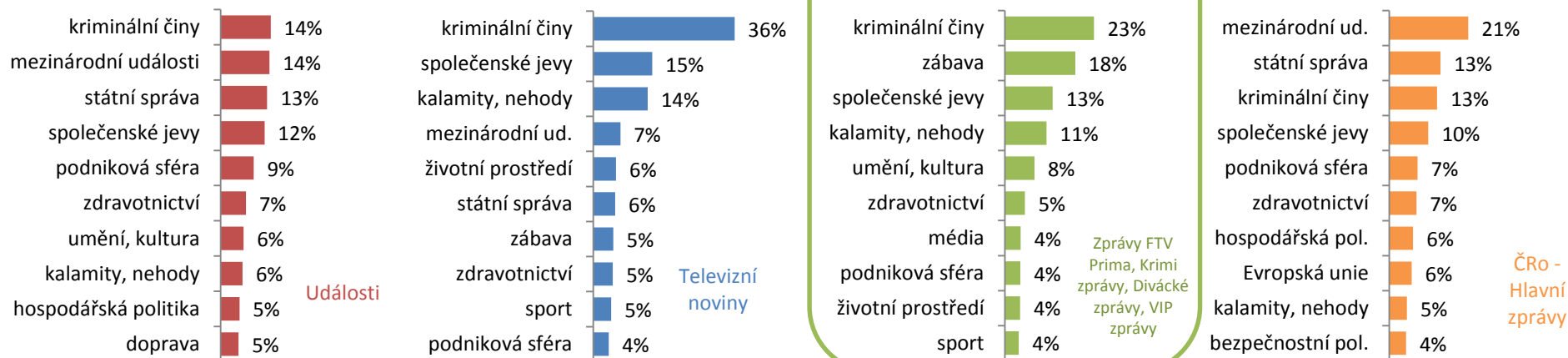
Dvojice nejčastěji prezentovaných tematických kategorií v **Událostech** byla úzce provázána, protože ukrajinská krize se nejprve na přelomu února a března vyhrtila krvavými násilnostmi při protestech v Kyjevě (násilí na veřejných akcích je zastřešeno tematickou kategorií **kriminální činy**) a poté přerostla v občanský konflikt a odtržení Krymu a dalších oblastí od Ukrajiny (**mezinárodní události**). Monotematický profil **Události v kultuře** posunul **umění a kulturu** až na druhé místo v žebříčku tematických kategorií ve vysílání ČT24.

ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

TOP10 nejčastěji prezentovaných tematických kategorií v hlavních zpravodajských pořadech: 1P 2014, podíl na délce pořadu



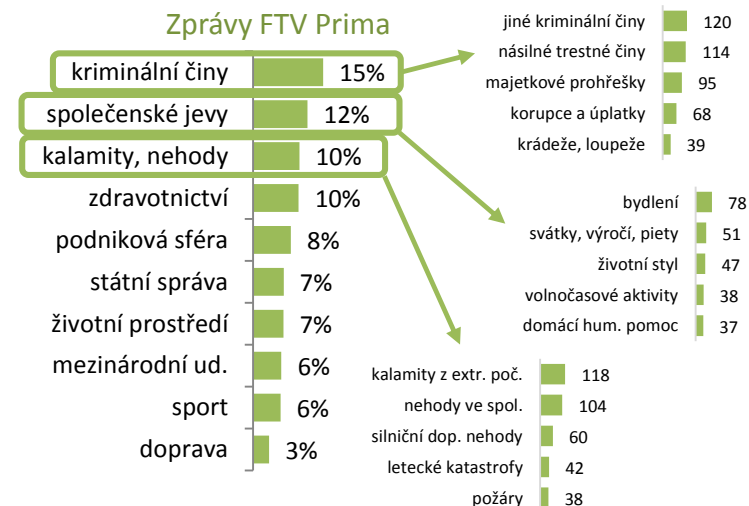
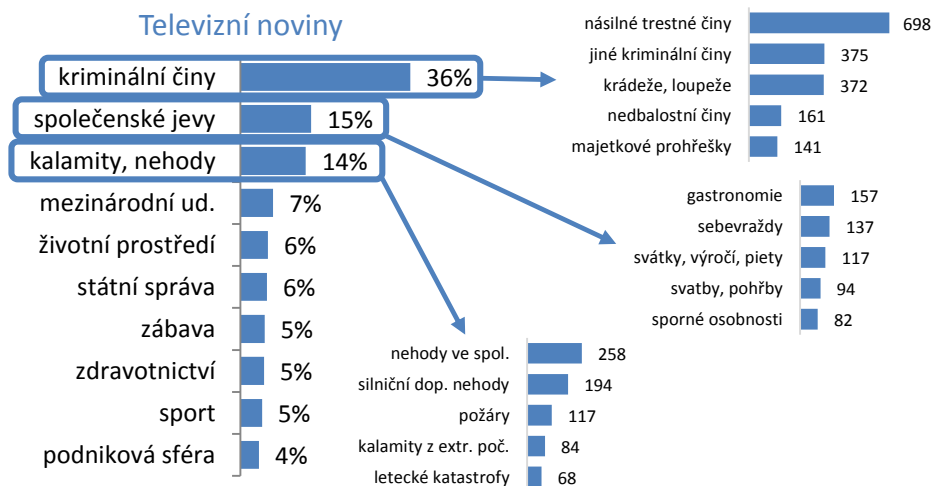
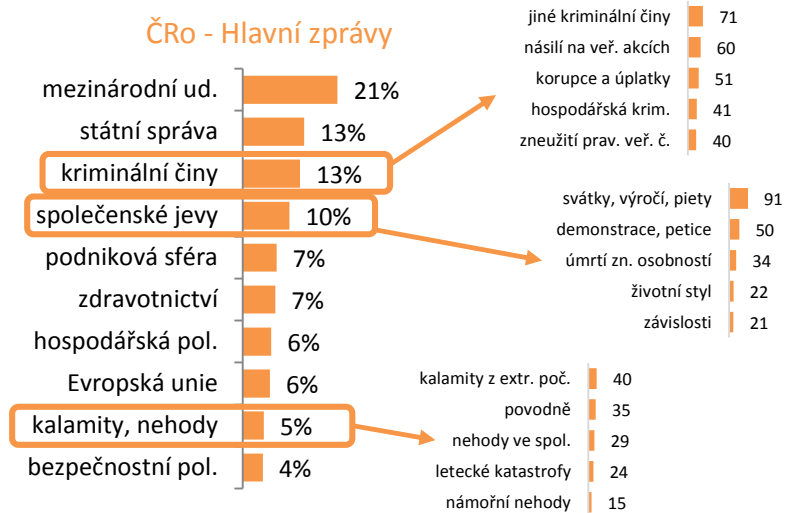
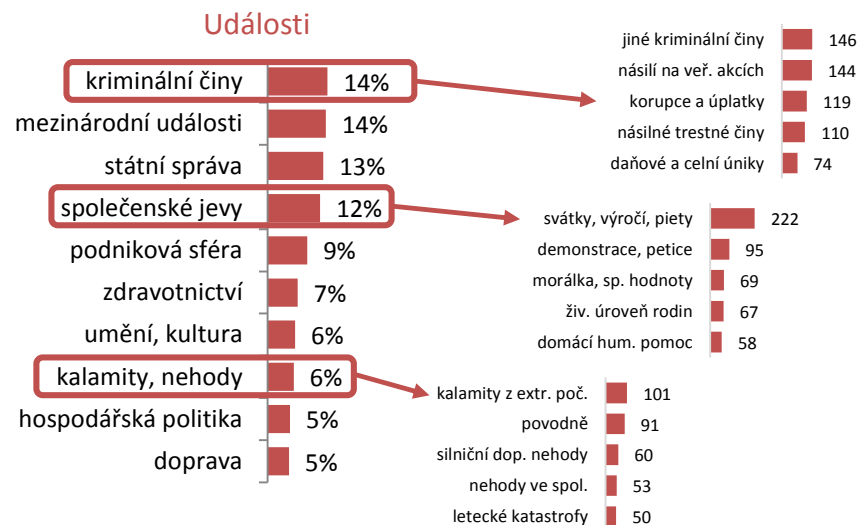
TOP10 nejčastěji prezentovaných tem. kategorií ve večerní zprav. hodině ČT, TV Nova, Prima FTV a ČRo: 1P 2014, podíl na délce pořadu



I když součástí zpravodajské hodiny na TV Prima je i specifická relace Krimi Zprávy, s vysokým nárůstem nejvyšší podíl z celkové délky relace tvořily **kriminální činy v Televizních novinách**. Nutno přitom dodat, že obsah kategorie *kriminální činy* v komerčních relacích a v Událostech se relevancí značně lišil (běžná kriminalita v TV Nova a Prima FTV vs. násilí při demonstracích a sportovních utkáních v Událostech). Detailní rozbor tematických kategorií **kriminální činy**, **společenské jevy** a **kalamity, nehody** nabízí [následující snímek](#).

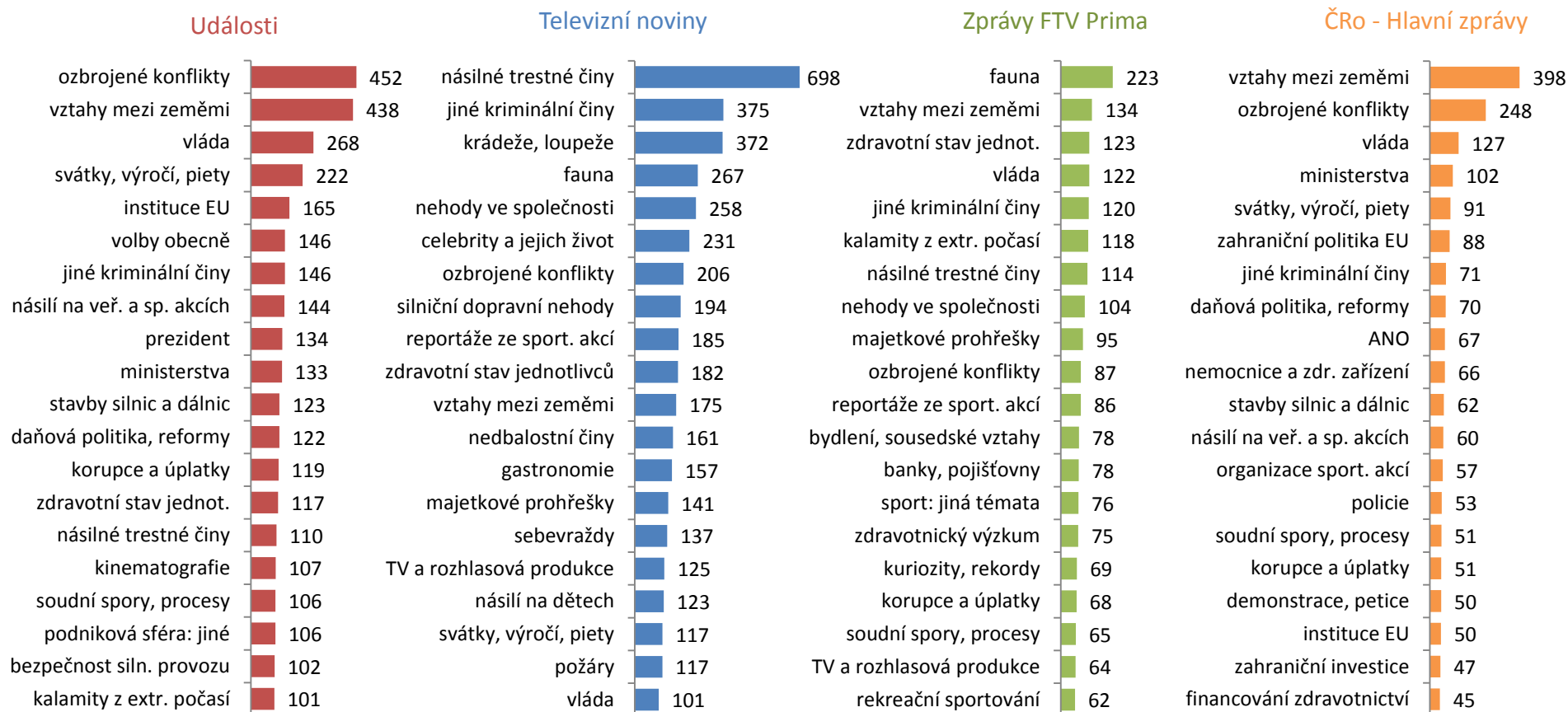
ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

Detailní tematický rozbor kategorií *kriminální činy*, *společenské jevy* a *kalamity, nehody* v hlavních zpravodajských pořadech: 1P 2014, podíl na délce pořadu (hodnoty TOP5 detailních témat jsou uváděny v minutách)



HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÉ RELACE: detailní témata

Nejčastější témata v hlavních zpravodajských pořadech: 1P 2014, počet minut



Hlavní zprávy Českého rozhlasu a Události se v prvním pololetí roku 2014 shodovaly hned ve trojici nejčastěji prezentovaných témat. Květen a červen byly v Událostech specifické vysokým důrazem na připomínání historických milníků z období obou světových válek – 4. nejdéle prezentované téma *svátky, výročí, piety*. Zprávy FTV Prima oproti dřívějším obdobím citelně proměnily svůj profil především zařazováním pravidelné rubriky „Kam se jiní bojí“ věnované romským ghettům (téma *bydlení a sousedské vztahy*) a vysokým důrazem na medializaci života zvířat v zoologických zahradách (nejdéle zobrazované téma *fauna*).

HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÉ RELACE: detailní témata

Nejčastější témata v hlavním zpravodajském čase na ČT, TV Nova, Prima FTV a ČRo (zahrnuty jsou prime-timové relace tzv. zpravodajské hodiny): 1P 2014, počet minut

Česká televize (19:00 – 19:50)



TV Nova (19:30 – 20:15)



Prima FTV (18:55 – 20:00)

Zprávy FTV Prima, Krimí zprávy, Divácké zprávy, VIP zprávy



ČRo Radiožurnál (18:00 – 18:30)



Při rozšířeném pohledu na tematický profil zpravodajství v hlavním vysílacím čase (rozšíření oproti předchozímu snímku zahrnuje další tři relace Prima FTV vysílané mezi 19. a 20. hodinou) **je zřejmý vliv specifických VIP zpráv** (téma *celebrity a jejich život*), **Krimí zpráv** (téma *násilné trestné činy*) i **Diváckých zpráv** (téma *kuriozity, rekordy*) **na tematický profil zpravodajské hodiny na Primě.**

UDÁLOSTI V REGIONECH – PRAHA, BRNO, OSTRAVA

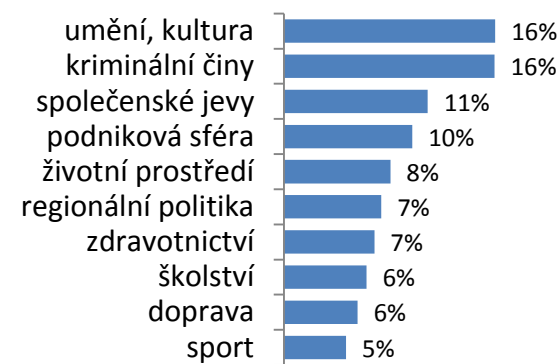
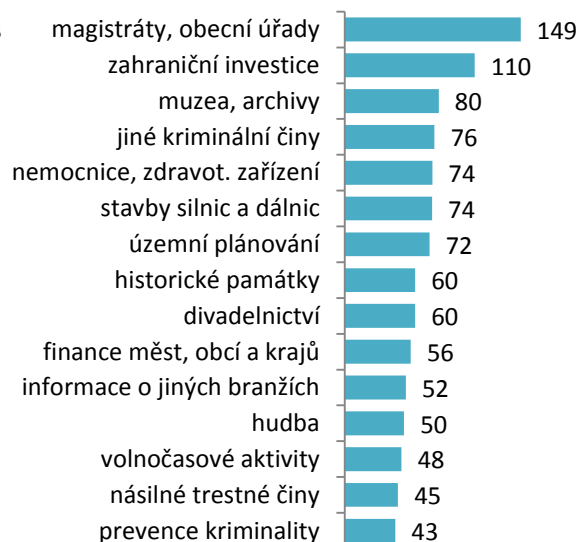
Nejčastější tematické kategorie (nahore) a detailní témata (dole) Událostí v regionech (1P 2014), podíl na délce pořadu a počet minut



PRAHA



BRNO



OSTRAVA



Silným tématem pražských Událostí v regionech byly **stavby a rekonstrukce silnic a dálnic** kategorizované pod **dopravu**. Nedílnou součástí relace totiž byly novinky z probíhající rekonstrukce dálnice D1. V Událostech v regionech z Brna se dříve značně podprezentovaná kategorie *podniková sféra* díky zájmu Amazonu o investici v Brně vyšplhala až na 4. místo.

UDÁLOSTI, KOMENTÁŘE: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Událostí, komentářů
(1P 2014), podíl na délce pořadu



Nejčastější témata reportáží Událostí, komentářů (1P 2014), počet minut



Bezmála dvě třetiny pololetního obsahu Událostí, komentářů byly věnovány prezentaci aktuálních informací o mezinárodních událostech (témata vztahy mezi zeměmi a ozbrojené konflikty), státní správě (témata vláda, ministerstva, volby, předvolební kampaně a prezident) a Evropské unii (témata instituce EU a zahraniční politika EU). Přitom i témata z oblasti státní správy volby obecně, vláda a prezident měly silnou vazbu na dění v EU a na Ukrajině.

ZPRÁVY VE 23: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Zpráv ve 23

(1P 2014), podíl na délce pořadu



Celkový podíl zpráv ze zahraničí ve Zprávách ve 23: 40 %

Nejčastější témata reportáží Zpráv ve 23 (1P 2014), počet minut

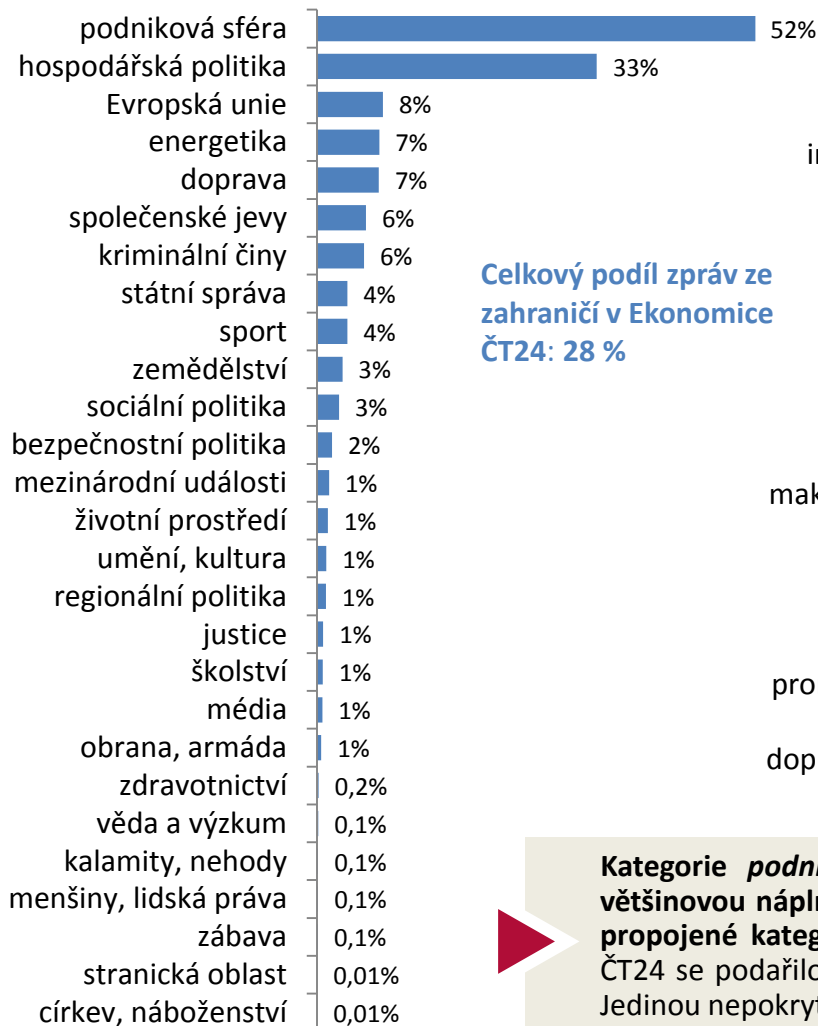


Zprávy ve 23 byly do značné míry relací, která rozvíjela hlavní témata dne prezentovaná v Událostech. Podíl zpráv ze světa (se vztahem i bez vztahu k ČR) tvořil dvě pětiny obsahu relace a mimo obvyklé *vztahy mezi zeměmi* a *ozbrojené konflikty* byly intenzivně medializovány i *teroristické útoky*, především únos nigérijských dívek organizací Boko Haram.

EKONOMIKA ČT24: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Ekonomiky ČT24

(1P 2014), podíl na délce pořadu



Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Ekonomice ČT24: 28 %

Nejčastější témata reportáží Ekonomiky ČT24

(1P 2014), počet minut

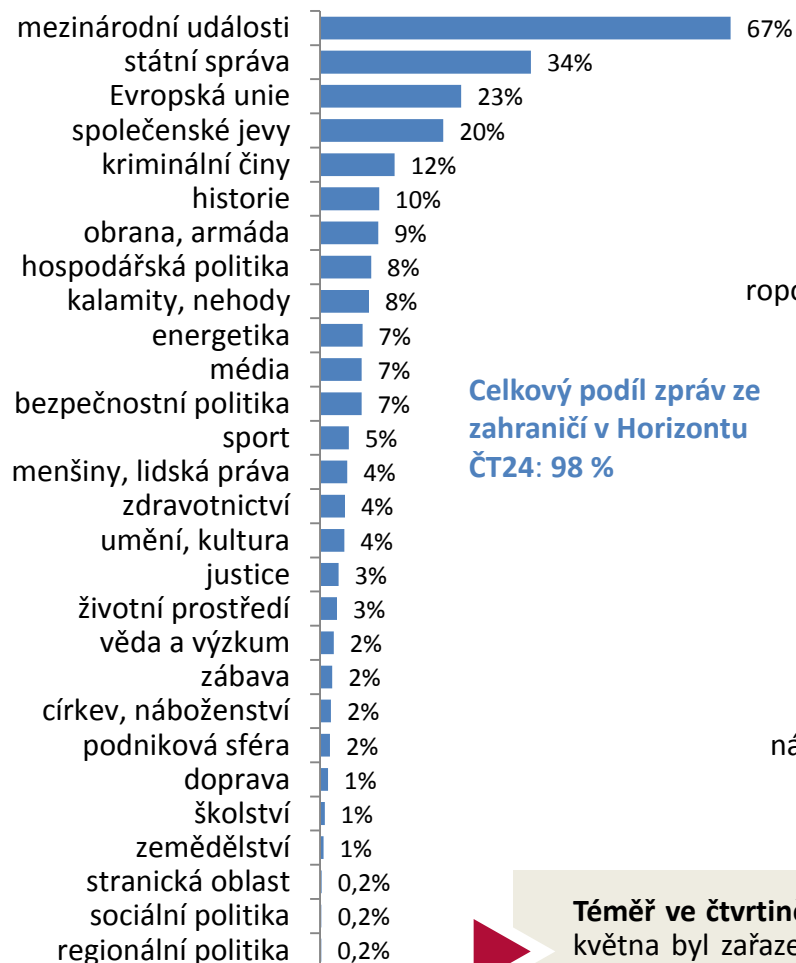


Kategorie *podniková sféra* a *hospodářská politika* byly už z názvu relace logicky většinovou náplní agendy Ekonomika ČT24, prosadily se však i s hospodářskou politikou propojené kategorie *Evropská unie*, *energetika*, *doprava* nebo *zemědělství*. Ekonomice ČT24 se podařilo pokrýt 27 z celkových 28 tematických kategorií databáze Media Tenoru. Jedinou nepokrytou kategorií byla *historie*.

HORIZONT ČT24: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Horizontu ČT24

(1P 2014), podíl na délce pořadu



Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Horizontu ČT24: 98 %

Nejčastější témata reportáží Horizontu ČT24

(1P 2014), počet minut



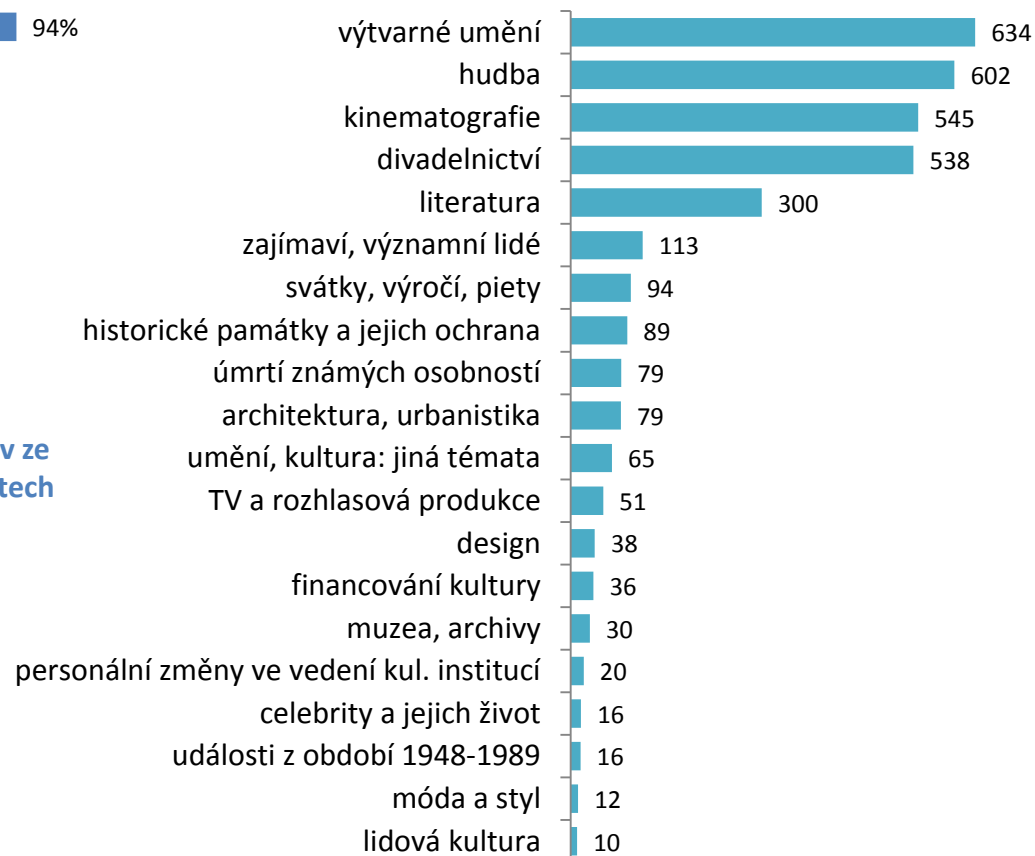
Téměř ve čtvrtině příspěvků Horizontu ČT24 byla tematizována Evropská unie. V neděli 25. května byl zařazen dvouhodinový speciál Horizontu, který byl věnován výhradně volbám do Evropského parlamentu.

UDÁLOSTI V KULTUŘE: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Událostí v kultuře
(1P 2014), podíl na délce pořadu



Nejčastější témata reportáží Událostí v kultuře
(1P 2014), počet minut



27 % obsahu Událostí v kultuře tvořily příspěvky o kulturních počinech v zahraničí. Na 37 % celkové stopáže zpravodajové informovali o kultuře v Praze, na 25 % pak o umění v ostatních regionech ČR (zbývající podíl do 100 % tvořily příspěvky vztažené k ČR jako celku, které pojednávaly například o uvádění filmů a hudebních alb do distribuce a kin nebo o financování kultury v ČR).

ROZHOVORY: Hyde Park, Interview ČT24 a D. Drtinové

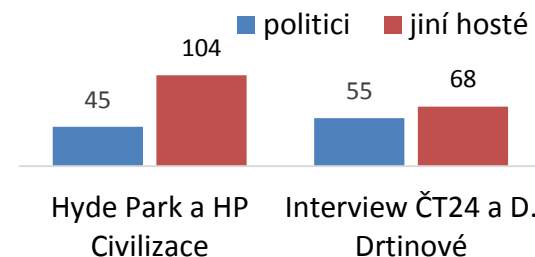
Tematické kategorie vydání Hyde Parku a Hyde Parku Civilizace (1P 2014), počet vydání pořadu



Tematické kategorie vydání Interview ČT24 a D. Drtinové (1P 2014), počet vydání pořadu



Struktura hostů (1P 2014), počet politiků a jiných hostů



Politici a političky tvořili přibližně třetinu hostů v Hyde Parku a Hyde Parku Civilizace a necelou polovinu hostů Interview ČT24 a Interview D. Drtinové. Právě v důsledku těchto faktů tematické agendě zpravodajsko-publicistických rozhovorů dominovala témata z oblastí *státní správy* a *stranické oblasti*.

Především v období konání Zimních olympijských her v Soči a světového šampionátu v ledním hokeji byl ve 13 případech tématem relací *sport*.



- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ Ekonomika
- ☑ Variabila
- ☑ Sebe prezentace
- ☑ Metodika



Souhrnné ukazatele

- [vývoj intenzity politického zpravodajství](#)
- [tón medializace politických subjektů](#)

Politické strany

- [politické strany v Událostech, ve zpravodajství ČT24](#)

Politici

- [politici v Událostech, ve zpravodajství ČT24](#)

Ústavní orgány

- [v Událostech, ve zpravodajství ČT24](#)

Témata

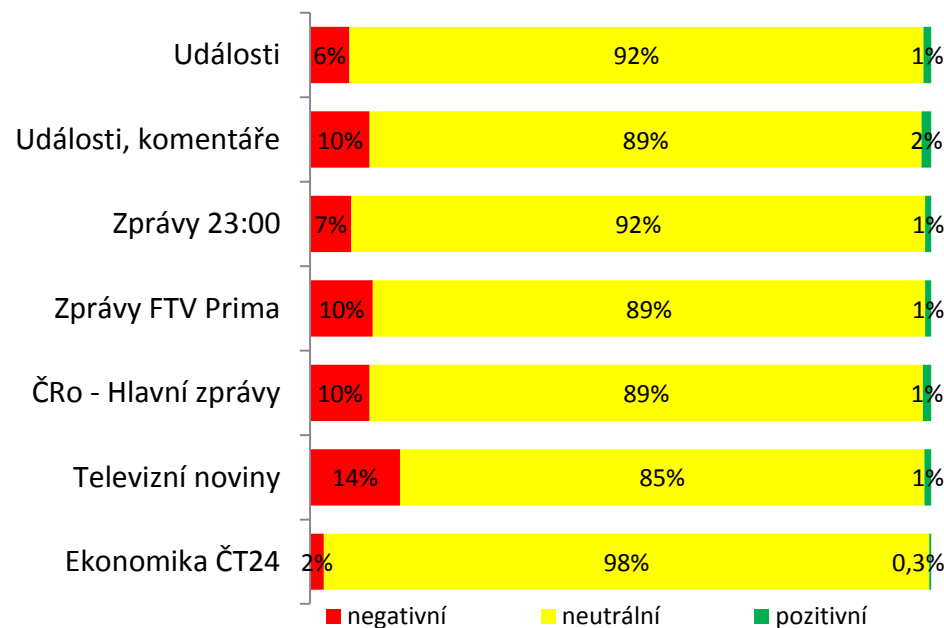
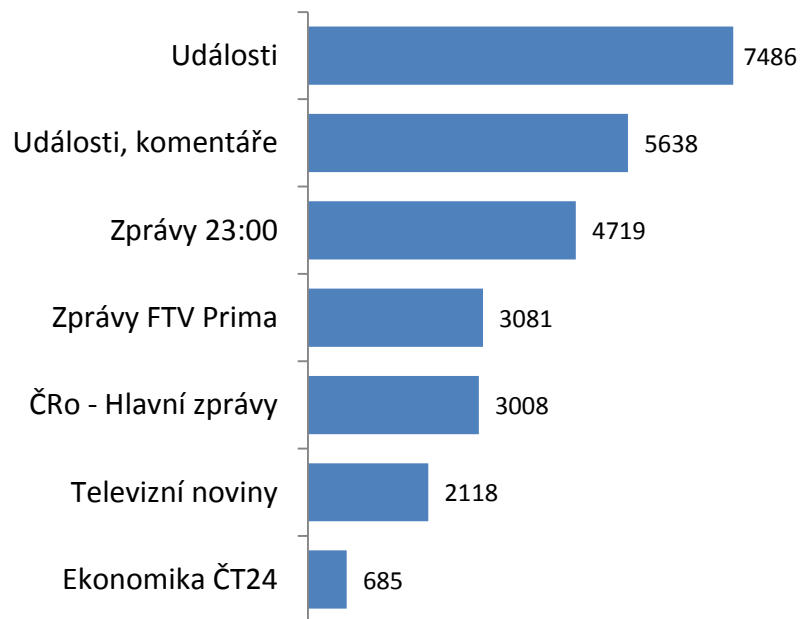
- [věcná témata v politickém zpravodajství](#)

Zpravodajské rozhovory

- [transparentnost a konfrontačnost moderátorů](#)

SOUHRNNÉ UKAZATELE POLITICKÉHO ZPRAVODAJSTVÍ

Intenzita a tón medializace politického zpravodajství ve zpravodajských relacích (1P 2014), počet [výpovědí](#) o politicích a politických stranách

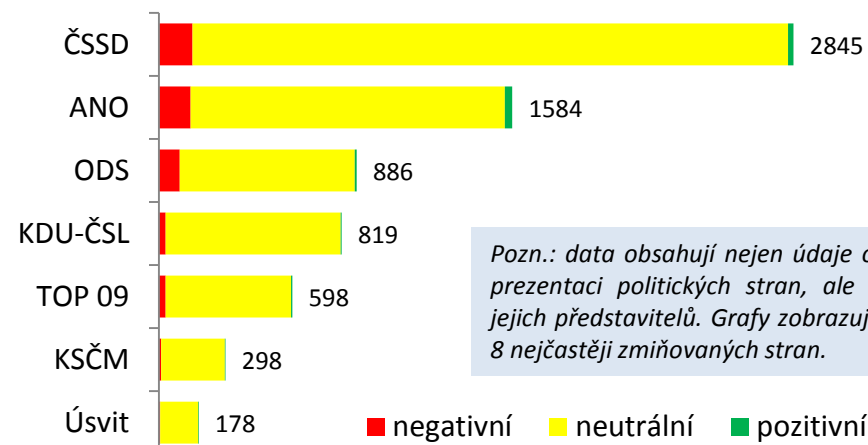
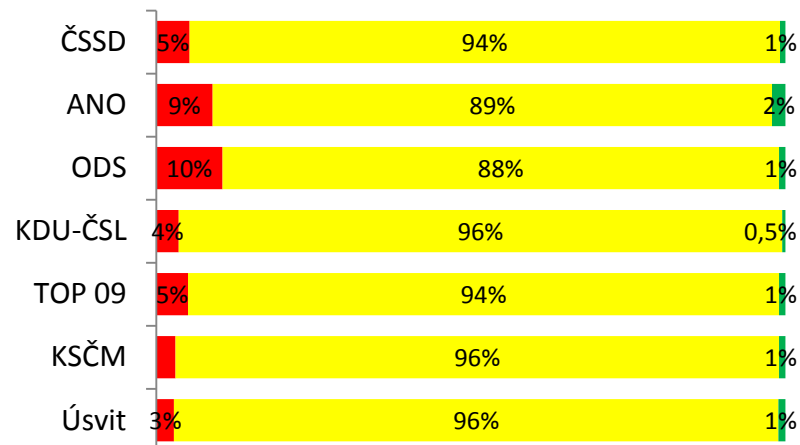


K politikům, politickým, prezidentovi, představitelům vlády a stranám nebo hnutím byly jako již tradičně nejvíce kritické Televizní noviny TV Nova. K zamyšlení přitom byla minimální míra zastoupení příznivě laděných informací o politické agendě v relacích České televize.

Korektní je přitom říci, že Televizní noviny ani Zprávy FTV Prima nejsou při medializaci politické agendy vázány Kodexem. Dlouhodobě přitom platí, že Události jsou relací s nejvyšším podílem neutrality a pozitivitou i negativitou spíše šetří.

POLITICKÉ STRANY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

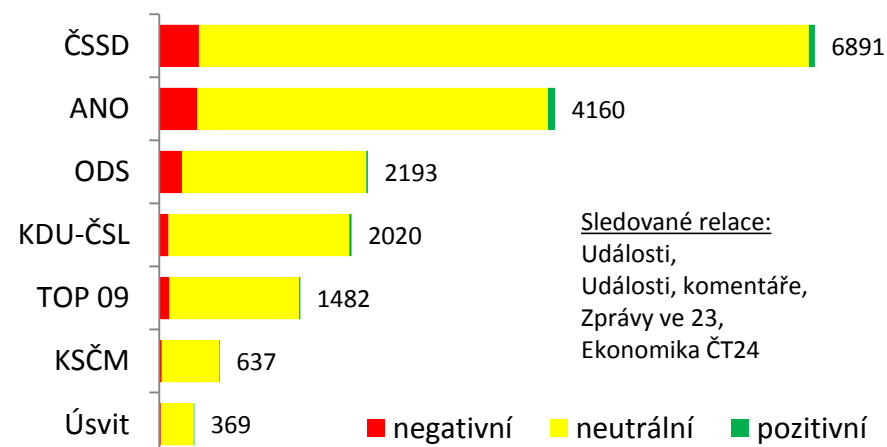
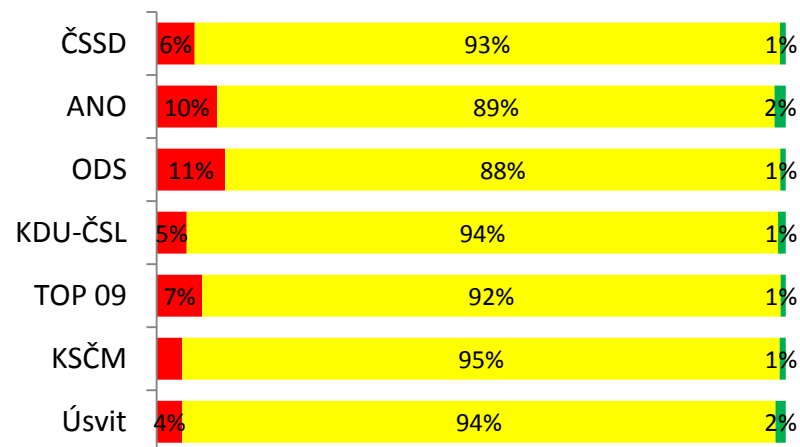
Intenzita a tón medializace politických stran v pořadu UDÁLOSTI – 1P 2014, počet výpovědí



Pozn.: data obsahují nejen údaje o prezentaci politických stran, ale i jejich představitelů. Grafy zobrazují 8 nejčastěji zmiňovaných stran.

■ negativní ■ neutrální ■ pozitivní

Intenzita a tón medializace politických stran v relacích ČT24 – 1P 2014, počet výpovědí



Sledované relace:
Události,
Události, komentáře,
Zprávy ve 23,
Ekonomika ČT24

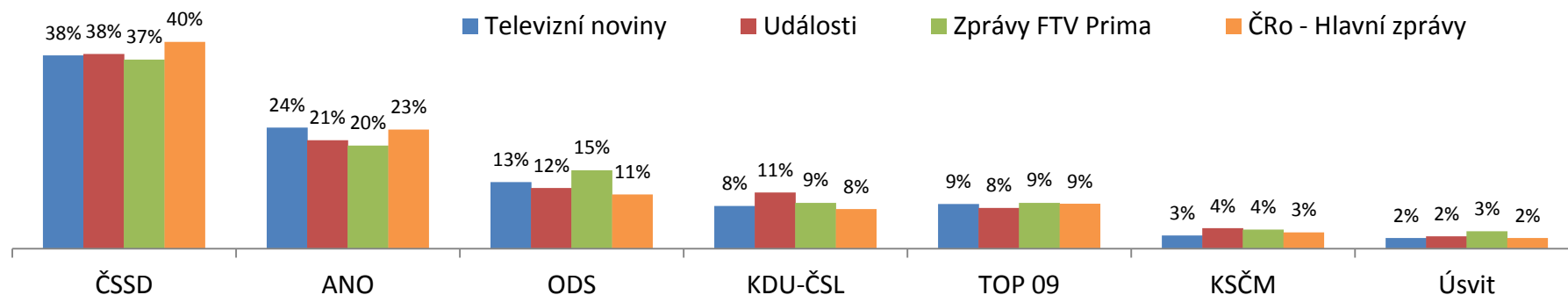
■ negativní ■ neutrální ■ pozitivní

Na nepříznivém mediálním obrazu Občanské demokratické strany v relacích ČT se podílel vývoj v korupčně-politické kauze Nagyová, v níž mezi vyšetřovanými osobami figuruje bývalý předseda vlády a strany Petr Nečas (více na [snímku 23](#)).

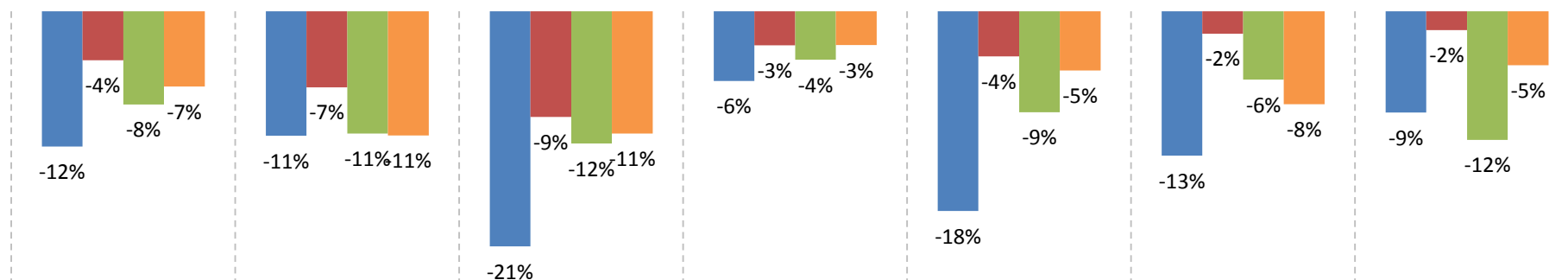
POLITICKÉ STRANY V HL. ZPRAV. POŘADECH: intenzita

Podíl sedmi nejčastěji zmiňovaných politických stran na politickém zpravodajství (1P 2014);

hodnoty představují procentuální zastoupení stran a jejich představitelů v politickém zpravodajství vybraných pořadů



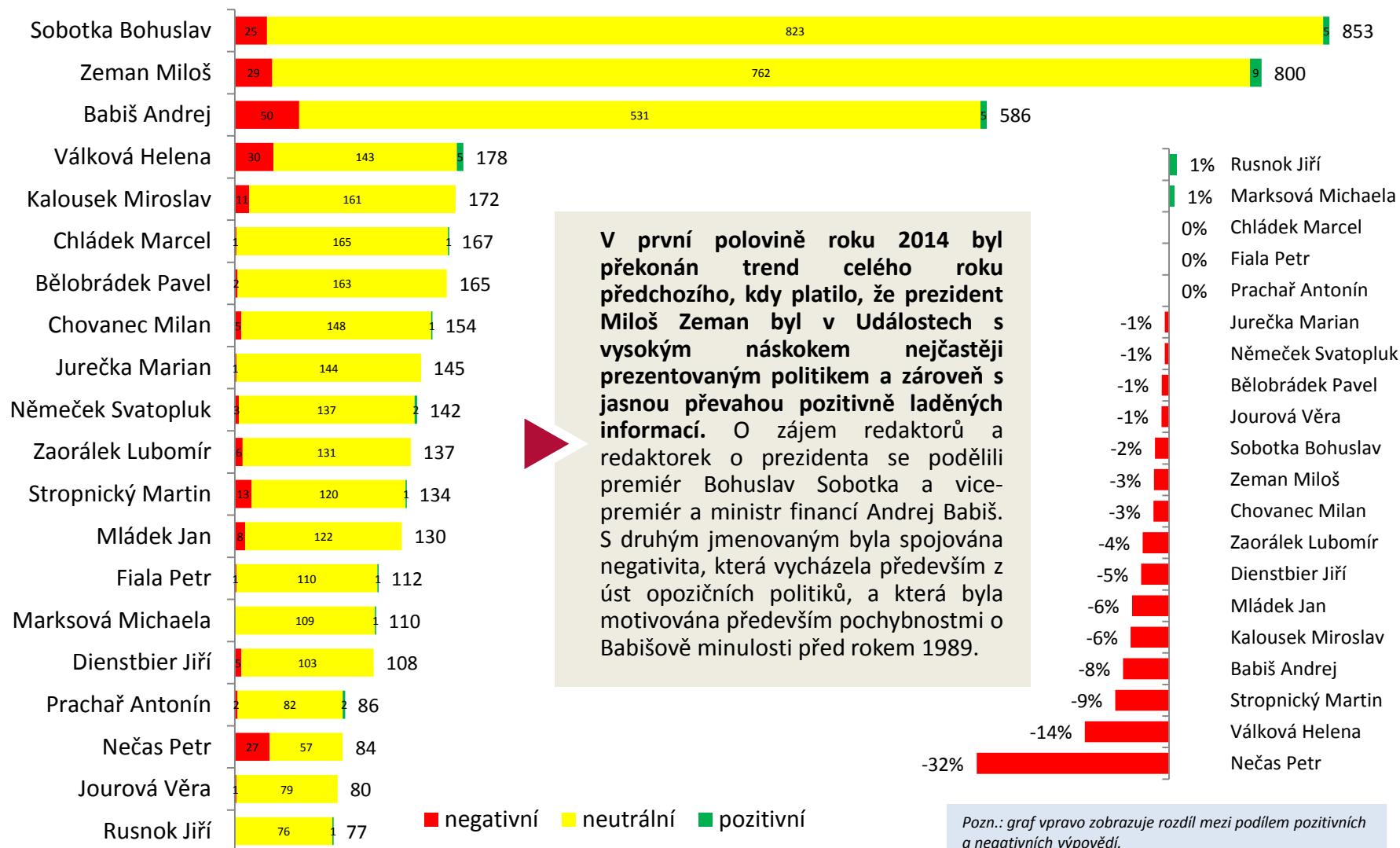
Tón medializace politických stran v hlavních zpravodajských pořadech (7 nejčastěji zmiňovaných pol. stran). Hodnoty představují rozdíl mezi podílem pozitivních a negativních výpovědí. Záporné číslo tedy znamená, že strana byla prezentována s převahou negativních výpovědí.



Negativita v prezentaci ODS popsaná na [předchozím snímku](#) však nebyla specifická pouze pro politické zpravodajství ČT24. Události naopak byly vůči straně kritické nejméně ze všech hlavních televizních a rozhlasových relací, přičemž především Televizní noviny negativitou vůči ODS nijak nešetřily.

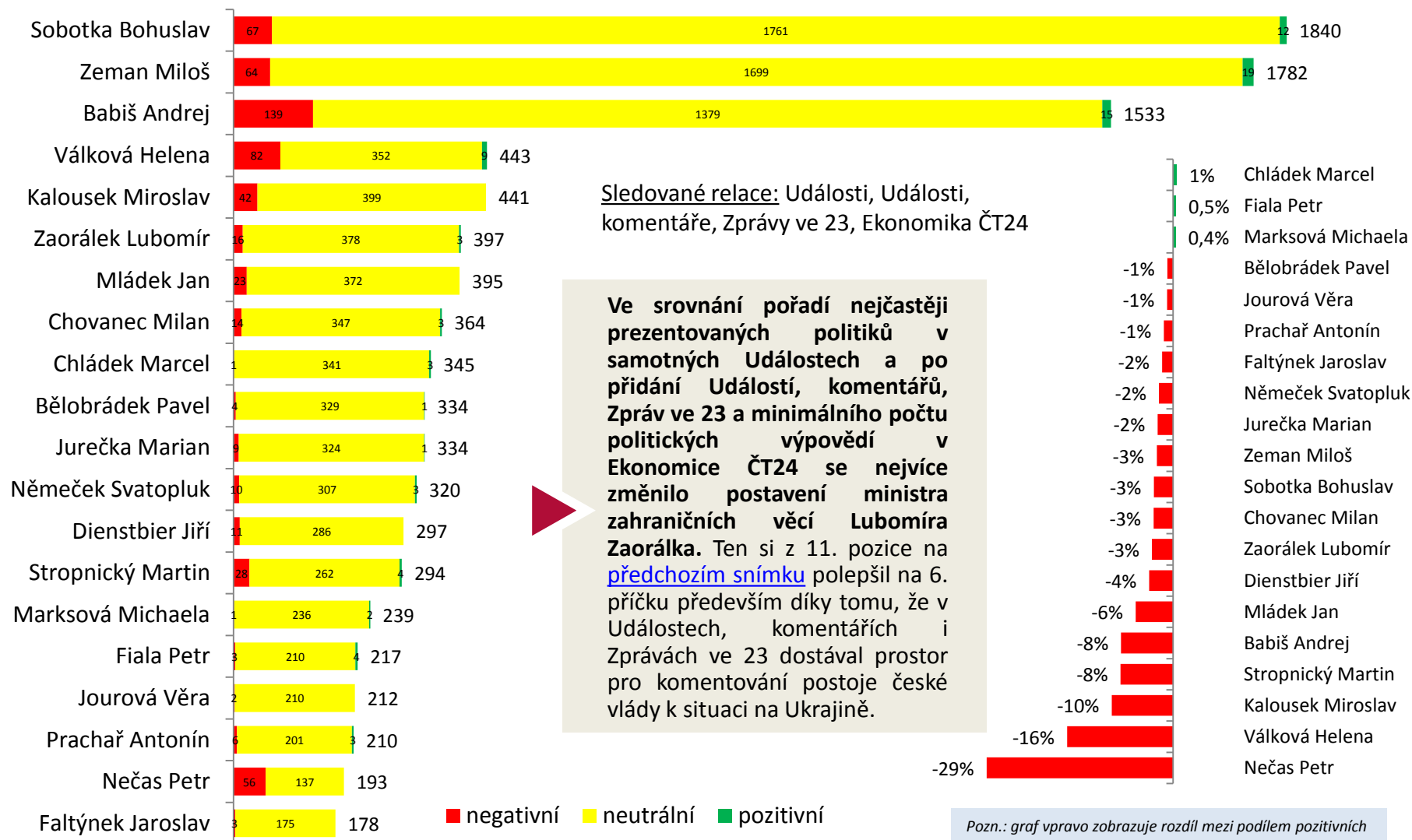
ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ: Události

Nejčastěji prezentovaní politici v Událostech a tón jejich medializace (1P 2014), počet výpovědí



ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

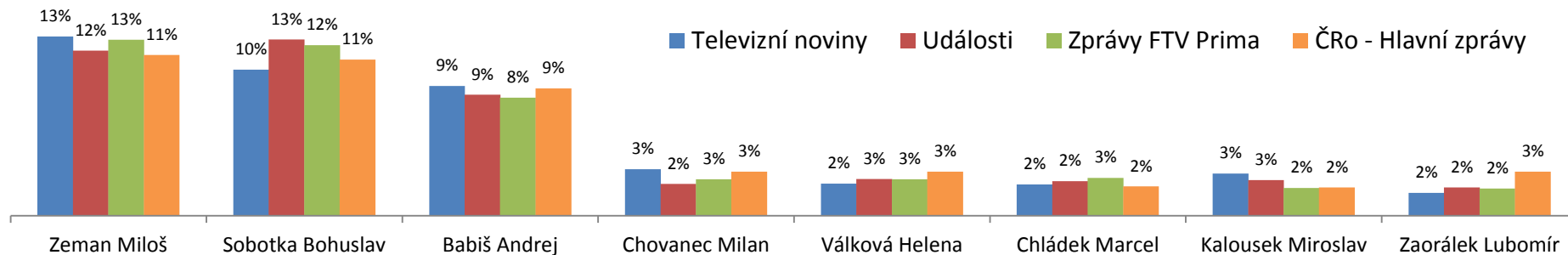
Nejčastěji prezentovaní politici v relacích ČT24 a tón jejich medializace (1P 2014), počet výpovědí



POLITICI V HLAVNÍCH ZPRAV. POŘADECH

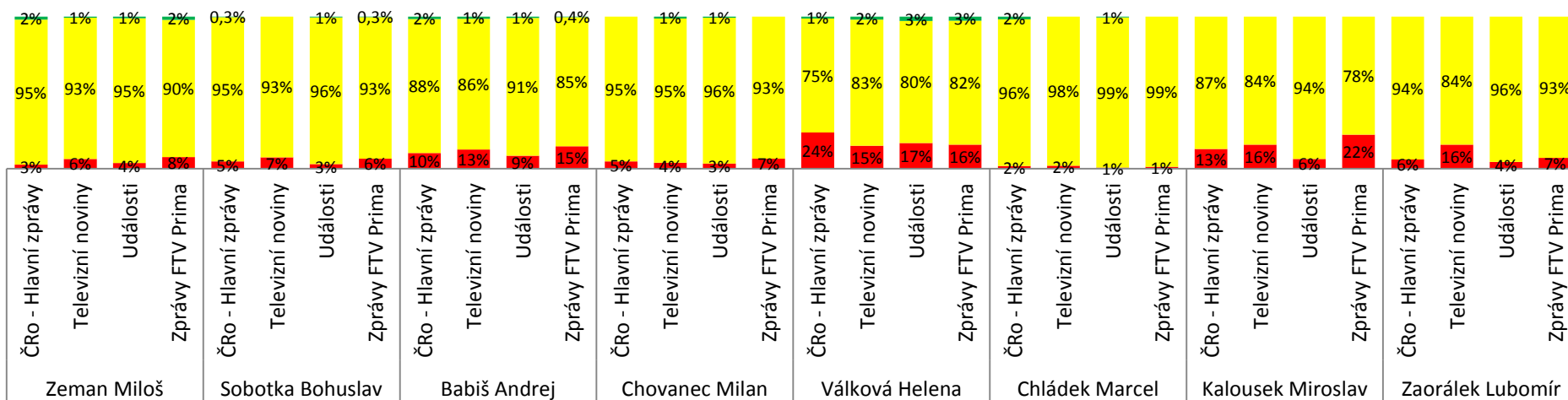
Podíl nejčastěji zmiňovaných politiků na zpravodajství o politických představitelích (1P 2014)

(např. hodnota 5% znamená, že každá dvacátá zmínka o politických představitelích se v daném pořadu věnovala tomuto politikovi)



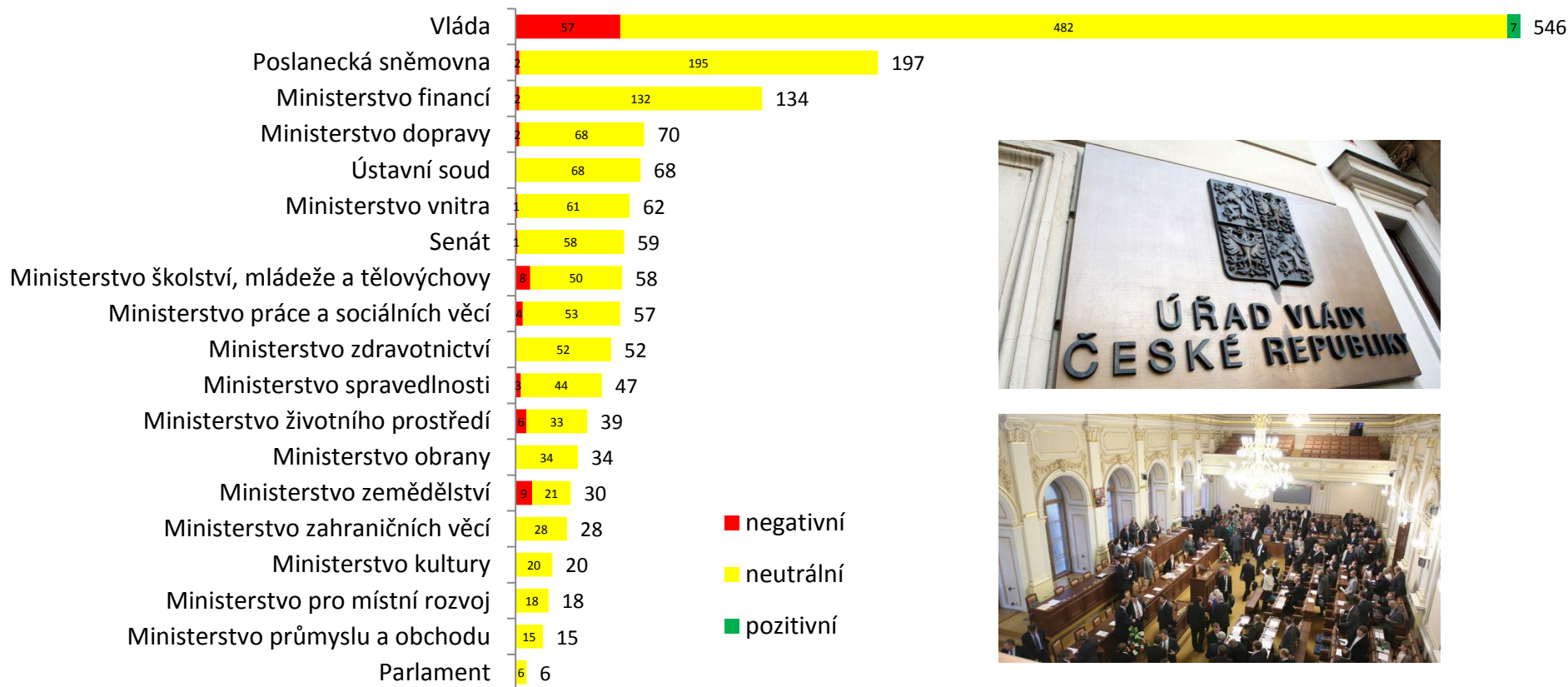
Hlavními zprávami Radiožurnálu nejsilněji rezonovala kritika ministryně spravedlnosti Heleny Válkové, která se zvedla po neshodami způsobeném odchodu náměstkyně Hany Marvanové z ministerstva a odvolání náměstka pro vězeňství Pavla Šterna.

Tón medializace nejčastěji zmiňovaných politiků v hlavních zpravodajských relacích (1P 2014)



ÚSTAVNÍ ORGÁNY VE ZPRAVODAJSTVÍ: Události

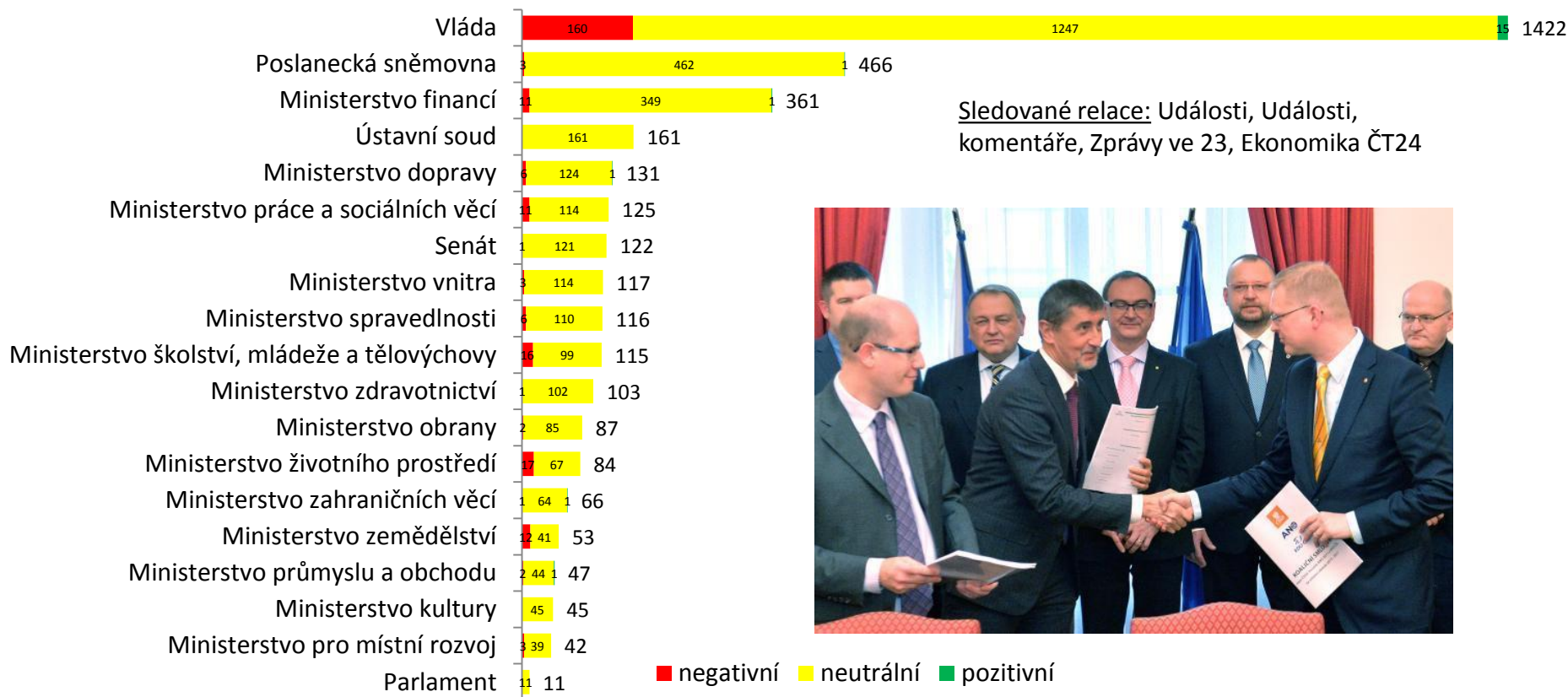
Ústavní orgány v Událostech a jejich výslovné hodnocení (1P 2014), počet výpovědí



Nejméně často zmiňovaným rezortem bylo v Událostech Ministerstvo průmyslu a obchodu, které vede Jan Mládek z ČSSD. Na opačném konci žebříčku se díky aktivitě Andreje Babiše usadilo Ministerstvo financí. Při srovnávání obou parlamentních komor jasně vyplývá, že Události zaměřovaly svou pozornost především na dění v Poslanecké sněmovně a o aktivitách Senátu informovaly nepoměrně méně často.

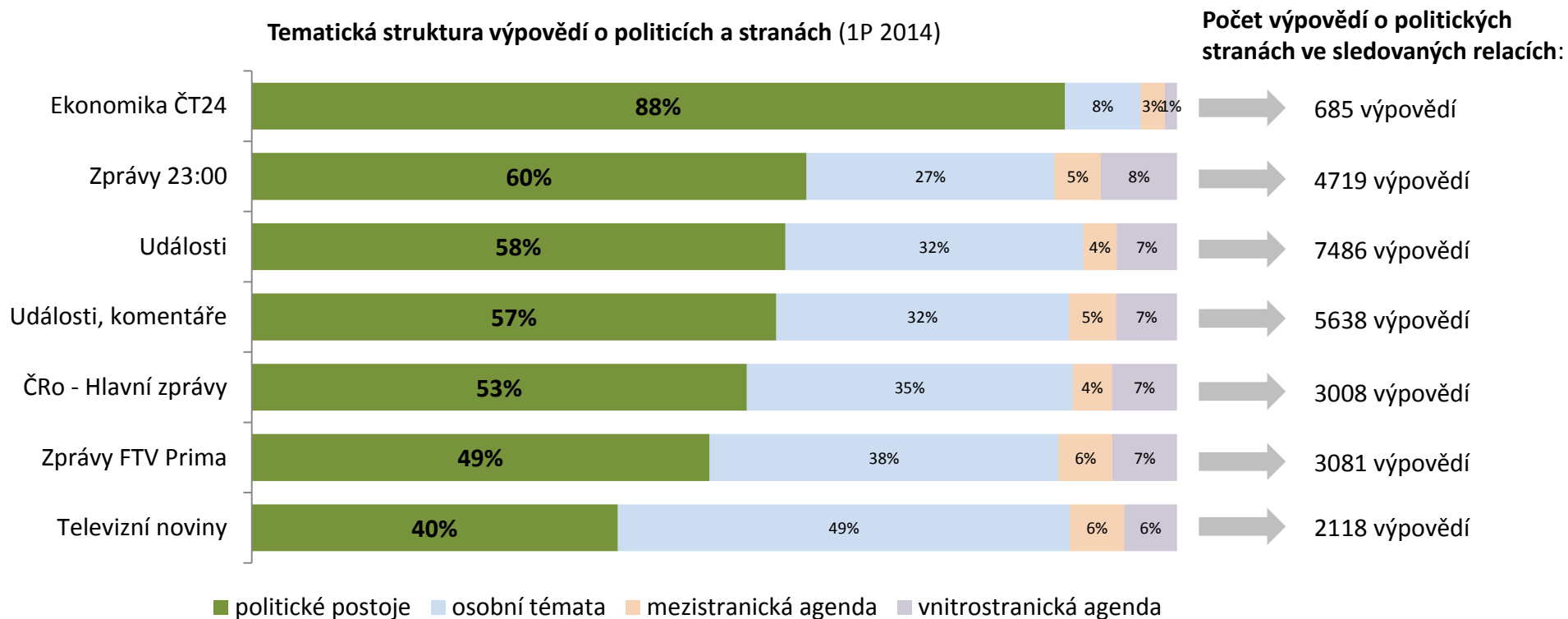
ÚSTAVNÍ ORGÁNY VE ZPRAVODAJSTVÍ: zpravodajství ČT24

Ústavní orgány ve zpravodajství ČT24 a jejich výslovné hodnocení (1P 2014), počet výpovědí



Na [předchozím snímku](#) popsaný rozpor v intenzitě prezentace Poslanecké sněmovny a Senátu neplatil jen pro Události, ale v širším záběru relací ČT24 byl naopak ještě ztelnější.

VĚCNÁ TÉMATA V POLITICKÉM ZPRAVODAJSTVÍ



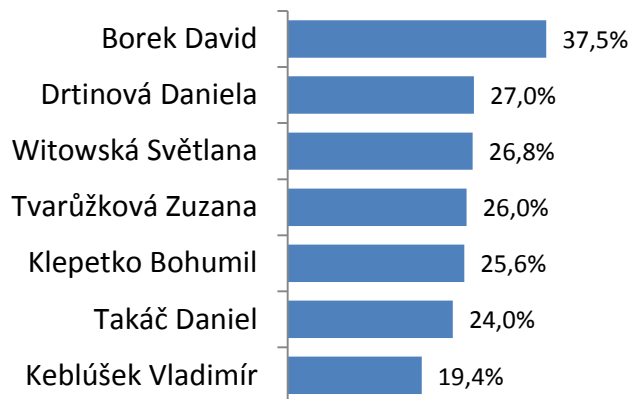
politické postoje: program, faktické programové kroky, věcná témata (školsství, daňová politika, zdravotnictví...); **osobní témata:** oblíbenost, preference, jmenování či odvolání z funkcí, zvolení (i na post prezidenta); **mezistranická agenda:** vztahy s koaličními partnery a politickými oponenty; **vnitrostranická agenda:** stranické spory, obsazování vrcholných orgánů, personální politika, nominace volebních lídrů atd.

Pro komerční politické zpravodajství dlouhodobě platí, že častěji tematizují politiky a političky v souvislosti s osobními informacemi. Především prezident Miloš Zeman, jeho manželka a dcera jsou pro zpravodaje TV Nova širokým zdrojem informací o zdravotním stavu, stylu oblékání, úspěších ve vzdělání atd.

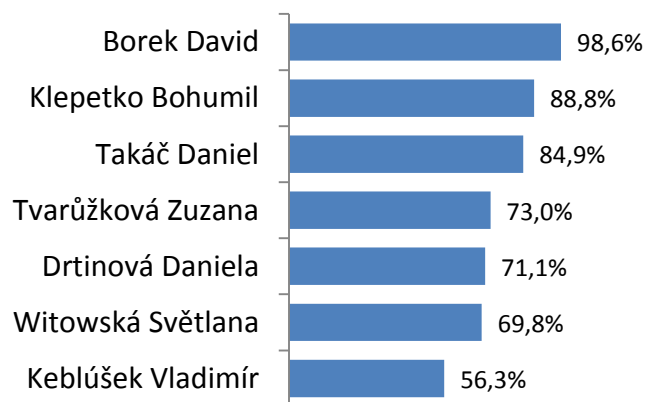
Zprávy ve 23 byly oproti ostatním sledovaným relacím výjimečně vyšším podílem tzv. vnitrostranické agendy. Ta je definována politickými výpověďmi na téma *výpovědi o vlastní straně a spolustranících a vnitrostranické záležitosti, vztahy.*

ROZHOVORY: Hyde Park, Interview ČT24 a D. Drtinové

Konfrontačnost moderátorů v rozhovorech s politiky (1P 2014), podíl konfrontačních replik



Transparentnost citovaných zdrojů v rozhovorech s politiky (1P 2014), průměrná transparentnost zdrojů



10 nejvíce a 10 nejméně konfrontačních vydání (1P 2014)

datum	pořad	moderátor	host	konfr.
30.5.2014	Interview ČT24	Witowská Světlana	Telička Pavel	44 %
14.1.2014	Hyde Park	Takáč Daniel	Kuba Martin	40 %
2.1.2014	Hyde Park	Klepetko Bohumil	Rusnok Jiří	39 %
10.6.2014	Hyde Park	Klepetko Bohumil	Tejc Jeroným	39 %
26.5.2014	Hyde Park	Takáč Daniel	Babiš Andrej	38 %
27.1.2014	Hyde Park	Klepetko Bohumil	Faltýnek Jaroslav	38 %
10.1.2014	Interview ČT24	Borek David	Dienstbier Jiří	38 %
1.4.2014	Interview ČT24	Tvarůžková Zuzana	Bartošek Jan	37 %
28.5.2014	Interview ČT24	Witowská Světlana	Mach Petr	37 %
20.1.2014	Hyde Park	Klepetko Bohumil	Zahradil Jan	36 %
22.4.2014	Hyde Park	Takáč Daniel	Hudeček Tomáš	14 %
18.3.2014	Interview ČT24	Drtinová Daniela	Brabec Richard	13 %
17.1.2014	Hyde Park	Takáč Daniel	Jourová Věra	13 %
15.1.2014	Hyde Park	Klepetko Bohumil	Herman Daniel	13 %
26.6.2014	Hyde Park	Klepetko Bohumil	Jurečka Marian	13 %
26.5.2014	Hyde Park	Takáč Daniel	Schwarzenberg Karel	12 %
20.6.2014	Interview ČT24	Tvarůžková Zuzana	Zaorálek Lubomír	11 %
27.2.2014	Hyde Park	Klepetko Bohumil	Štětina Jaromír	9 %
26.5.2014	Hyde Park	Takáč Daniel	Mach Petr	5 %
9.4.2014	Interview ČT24	Witowská Světlana	Půta Martin	3 %

Metodika posuzování míry transparentnosti a konfrontačnosti moderátorů vychází z metodiky, kterou jsou dlouhodobě hodnoceny diskuzní (Otázky Václava Moravce) a publicistické (Reportéři ČT) pořady. Příslušné analýzy přesně popisují kritéria posuzování obou veličin, nepovažujeme proto za nutné metodické snímky duplikovat i zde.

- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ Ekonomika
- ☑ Variabila
- ☑ Sebe prezentace
- ☑ Metodika



Zahraniční zpravodajství

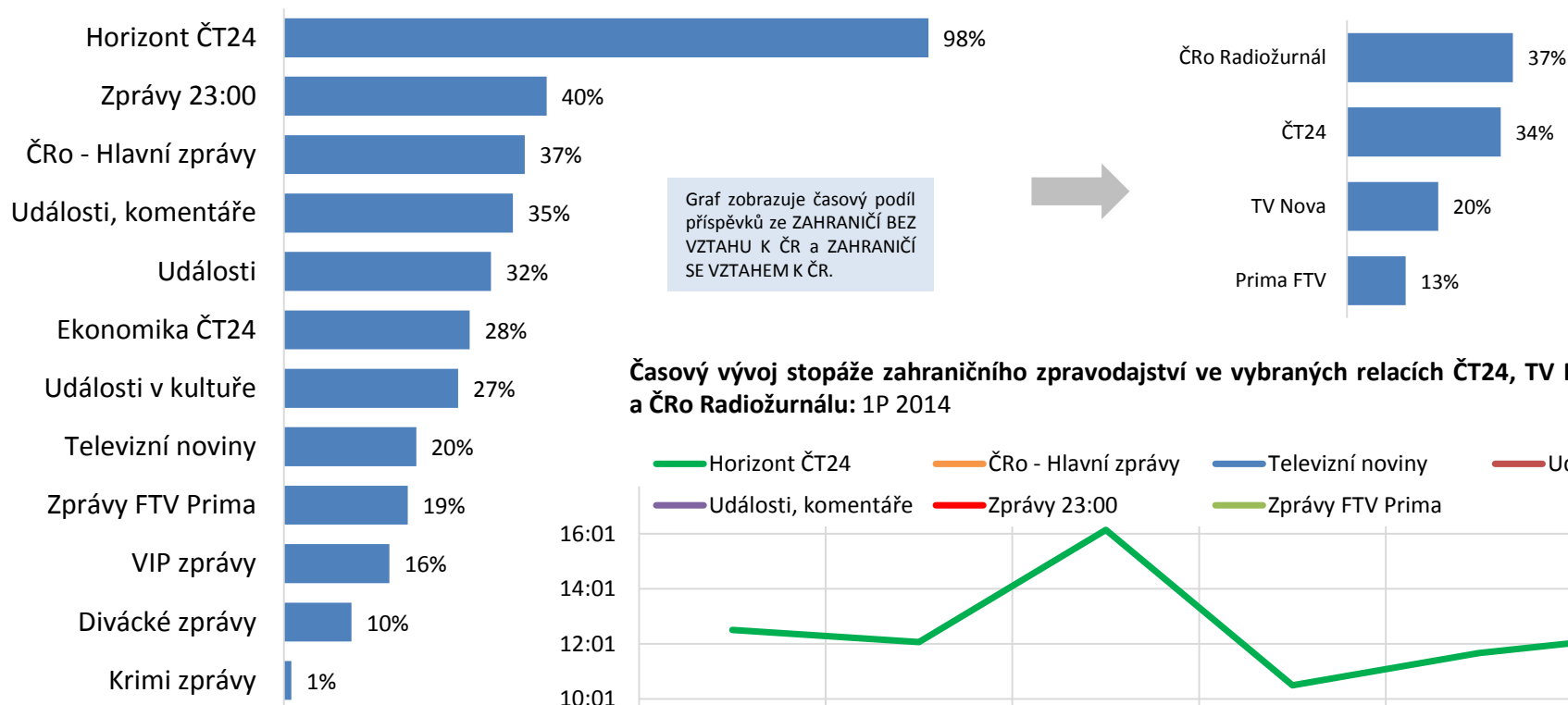
- podíl zahraničního zpravodajství
- nejčastěji zmiňované zahraniční lokality
- témata zahraničního zpravodajství
- kombinace „zahraniční lokalita: téma“

Regionální zpravodajství v celostátních relacích

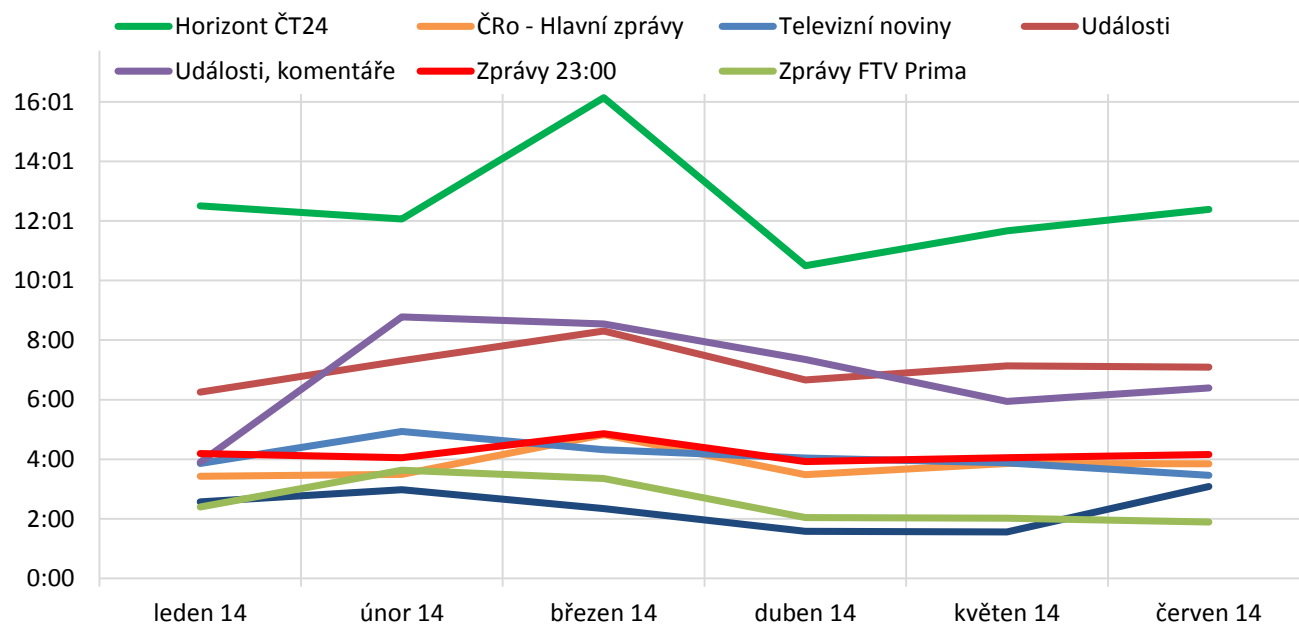
- regionální struktura zpravodajství o ČR
- podíl Prahy na regionálním zpravodajství
- kombinace „regionální destinace: téma“

PODÍL ZAHRANIČNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Podíl zahraničního zpravodajství ve sledovaných relacích ČT24, TV Nova, Prima FTV a ČRo Radiožurnál: 1P 2014, podíl na stopáži



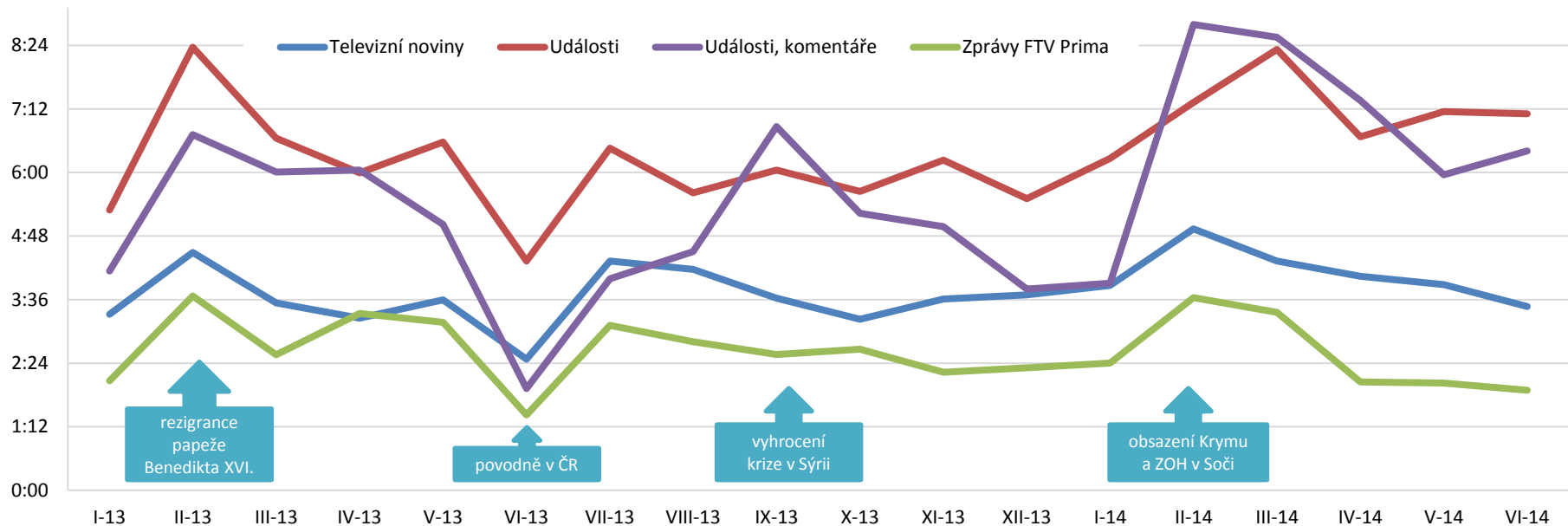
Časový vývoj stopáže zahraničního zpravodajství ve vybraných relacích ČT24, TV Nova, Prima FTV a ČRo Radiožurnál: 1P 2014



V březnu, kdy Krym vyhlásil nezávislost na Ukrajině a připojení k Ruské federaci, odvysílal Horizont více než 16 hodin zpráv vázaných na dění mimo ČR. Protože relace byla téměř stoprocentně zahraniční, nárůst oproti ostatním měsícům byl způsoben zařazením několika dvouhodinových speciálních vydání. Televizní noviny přinesly nejvíce zpráv ze světa v únoru, kdy v Soči probíhaly Zimní olympijské hry.

ZAHRANIČNÍ ZPRAVODAJSTVÍ

Časový vývoj stopáže zahraničního zpravodajství v relacích ČT, TV Nova a Prima FTV (1P 2013 – 1P 2014)



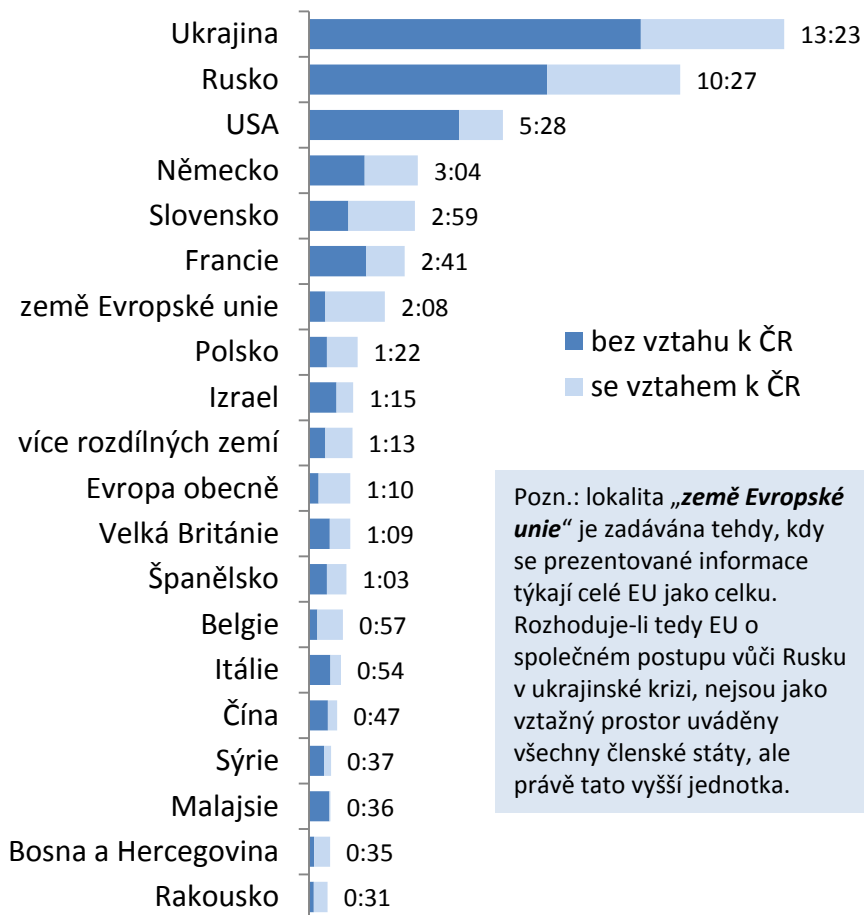
Vývoj podílu zahraničního zpravodajství v relacích ČT, TV Nova a Prima FTV (1P 2013 – 1P 2014)

relace	1P 2013	2P 2013	1P 2014
Události, komentáře	29 %	26 %	35 %
Události	27 %	26 %	32 %
Zprávy FTV Prima	19 %	19 %	19 %
Televizní noviny	17 %	18 %	20 %

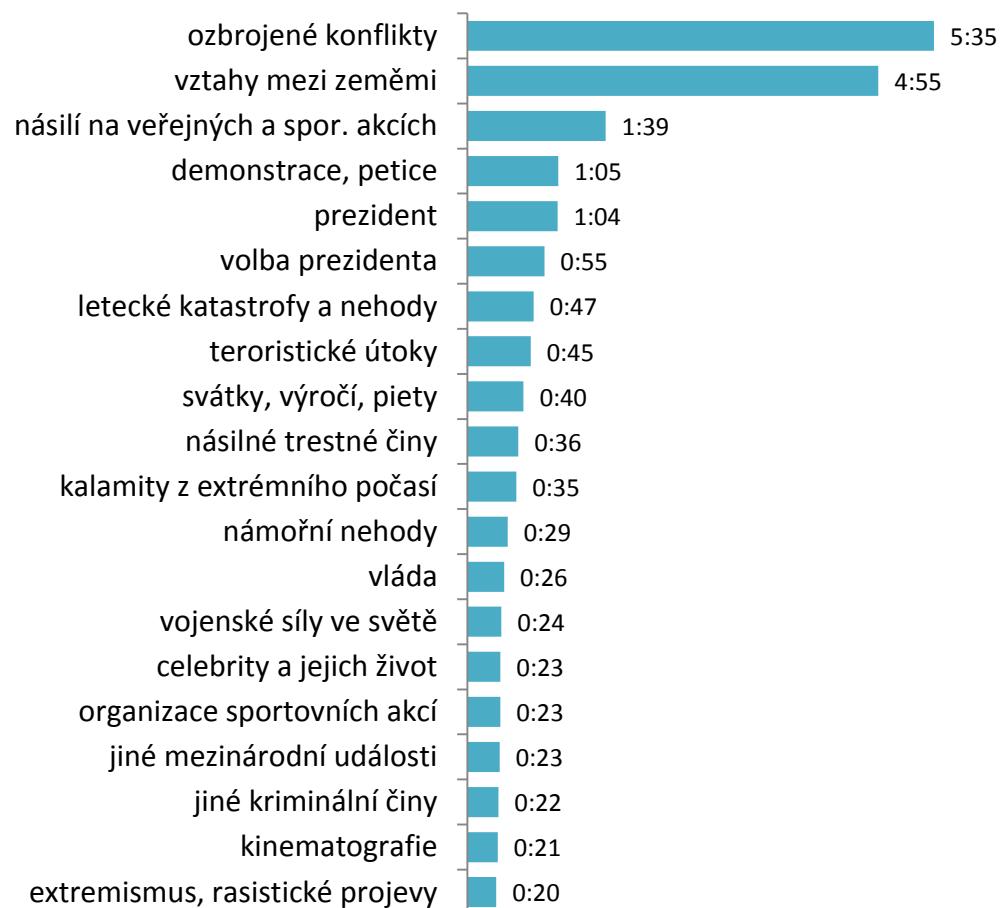
Nejvyšších podílů zahraničního zpravodajství dlouhodobě dosahovaly **Události, komentáře** a **Události**. V relacích ČT se přitom podílové hodnoty v roce 2014 kvůli ukrajinské krizi výrazně zvýšily, což se o Zprávách FTV Prima ani o Televizních novinách říci nedalo.

ZAHRANIČNÍ LOKALITY V UDÁLOSTECH

Nejčastěji zmiňované zahraniční lokality ve zpravodajství Událostí (1P 2014, stopáž v hodinách a minutách)



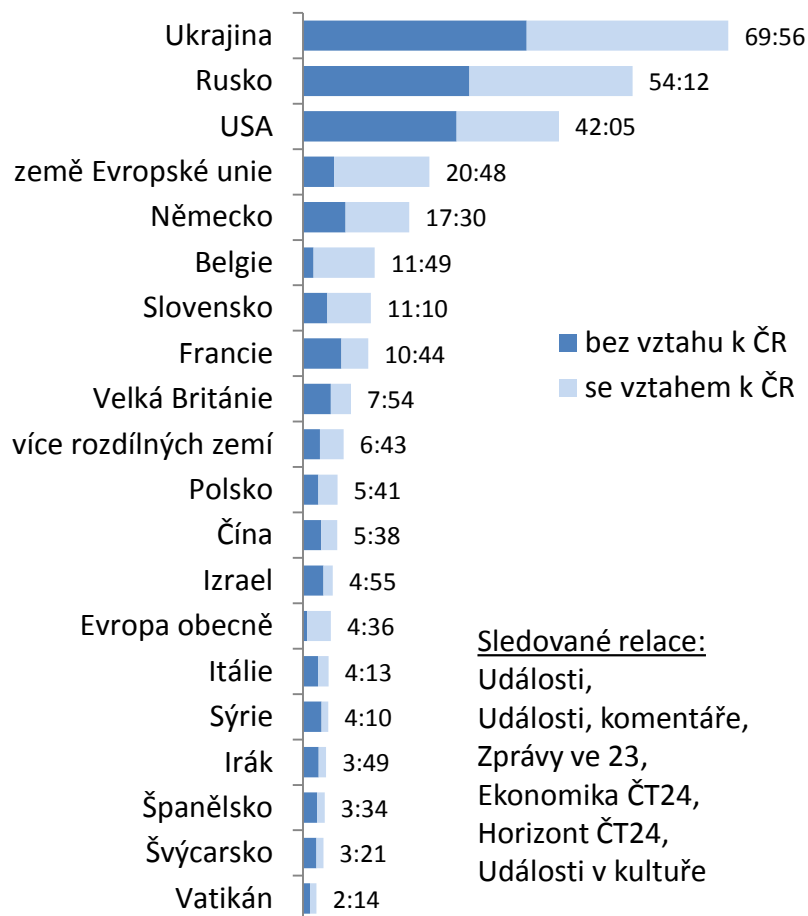
Nejčastější témata zahraničního zpravodajství v Událostech (1P 2014, stopáž v hodinách a minutách)



Již [snímek 6](#) zachycoval medializaci kauzy zmizelého malajsijského letadla v Indickém oceánu (téma *letecké katastrofy a nehody*). Do hledání ztraceného stroje se zapojila námořnictva Číny a především Austrálie. Pátrání bylo i přesto dosud neúspěšné.

ZAHRA NIČNÍ LOKALITY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

Nejčastěji zmiňované zahraniční lokality ve zpravodajství ČT24 (1P 2014, stopáž v hodinách a minutách)



Sledované relace:
 Události,
 Události, komentáře,
 Zprávy ve 23,
 Ekonomika ČT24,
 Horizont ČT24,
 Události v kultuře

Nejčastější témata zahraničního zpravodajství v relacích ČT24 (1P 2014, stopáž v hodinách a minutách)



Třetím nejčastěji prezentovaným tématem zahraničního zpravodajství ČT24 byl prezident. To proto, že v relacích byly zařazovány příspěvky spojené s volbou prezidenta Slovenska, v níž Andrej Kiska porazil Roberta Fica, ale také proto, že novou hlavou Ukrajiny se po útěku Viktora Janukovyče stal Petro Porošenko, a také proto, že nedílnou součástí Horizontu ČT24 byly příspěvky o osobnosti Vladimira Putina.

TÉMATA ZAHRANIČNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Nejčastější kombinace „zahraniční lokalita: téma“ v hlavních zpravodajských relacích (1P 2014; stopáž v hodinách a minutách)



Všechny hlavní relace se shodovaly v prezentaci Ukrajiny a Ruska spojenými se vztahy mezi těmito dvěma státy a průběhem ozbrojeného konfliktu. Televizní noviny TV Nova se odlišovaly důrazem na spojení Francie s tématy zdravotní stav jednotlivců a celebrity a jejich život, za kterými byl skryt stav Michaela Schumachera.



TÉMATA ZAHRANIČNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Nejčastější kombinace „zahraniční lokalita: téma“ v televizním a rozhlasovém zpravodajství (1P 2014; stopáž v hodinách a minutách)



Česká televize
 Události, Události,
 komentáře, Zprávy ve 23,
 Ekonomika ČT24, Horizont
 ČT24, Události v kultuře



TV Nova

Oproti kombinacím „zahraniční lokalita: téma“ v samotných Zprávách FTV Prima zobrazeným na [předchozím snímku](#), se po přidání dalších relací zpravodajské hodiny vysoko prosadila zvláště kombinace **USA: celebrity a jejich život** spojená s obsahem VIP zpráv.



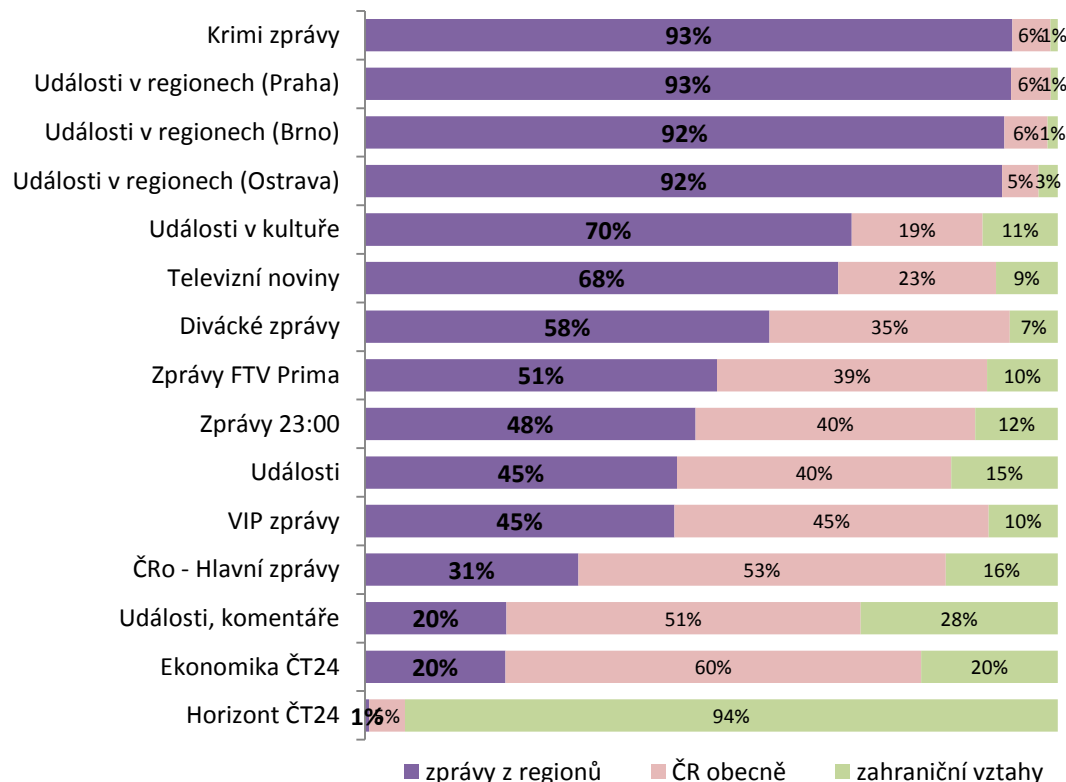
ČRo Radiožurnál



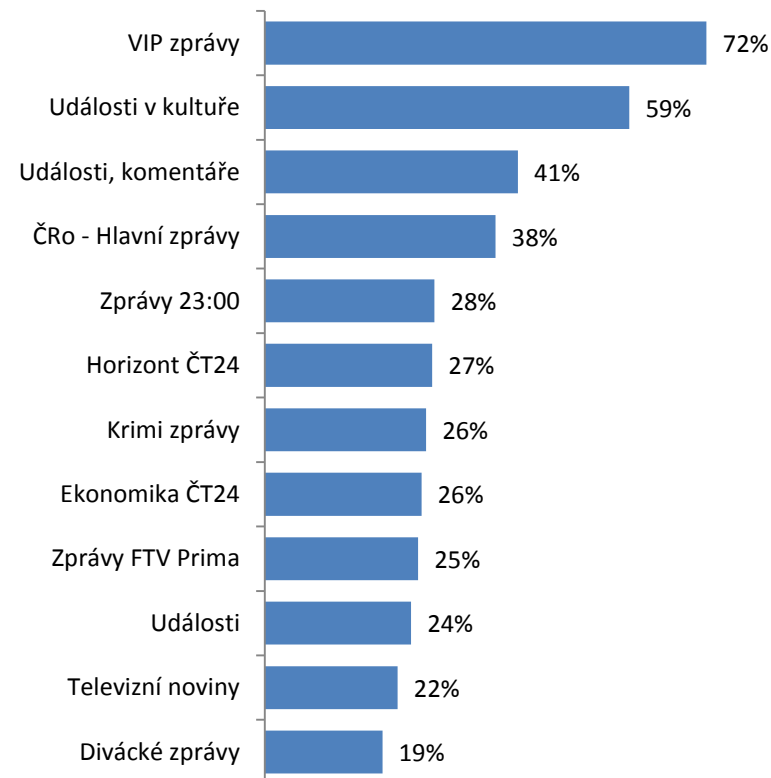
Prima FTV
 Zprávy FTV Prima, Krimí zprávy,
 Divácké zprávy, VIP zprávy

REGIONÁLNÍ STRUKTURA ZPRÁV O ČR VE ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍCH

Struktura zpravodajství o ČR: 1P 2014, podíl na stopáži



Podíl příspěvků o Praze na zpravodajství z regionů: 1P 2014, podíl na stopáži

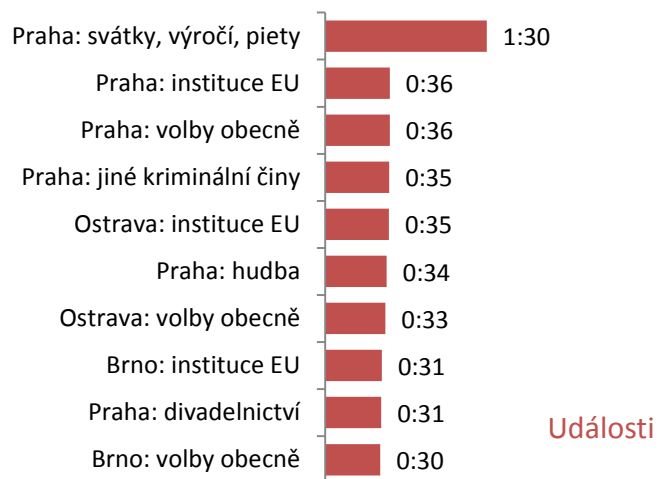


Regionální struktura všech tří vydání Událostí v regionech byla téměř totožná. Konkrétně byl jejich obsah z 93, respektive 92 procent tvořen příspěvky čistě regionálními, z 6 procent příspěvky s dosahem na celou ČR a ve zbývajícím jednom, respektive necelých třech procentech příspěvky se vztahem k zahraničí (shodou okolností přesně opačných poměrů dosahoval Horizont ČT24).

Nejvyšší podíl zpráv vázaných na Prahu vysílaly VIP zprávy a Události v kultuře. Obě relace přitom shodně informovaly o kulturních akcích probíhajících v hlavním městě a logicky tak nižší prostor zbýval pro více i méně důležité počiny mimopražské.

REGIONÁLNÍ ZPRAVODAJSTVÍ V HL. ZPRAV. RELACÍCH

Nejčastější kombinace „regionální destinace: téma“ v hlavních zpravodajských relacích (1P 2014; stopáž v hodinách a minutách)

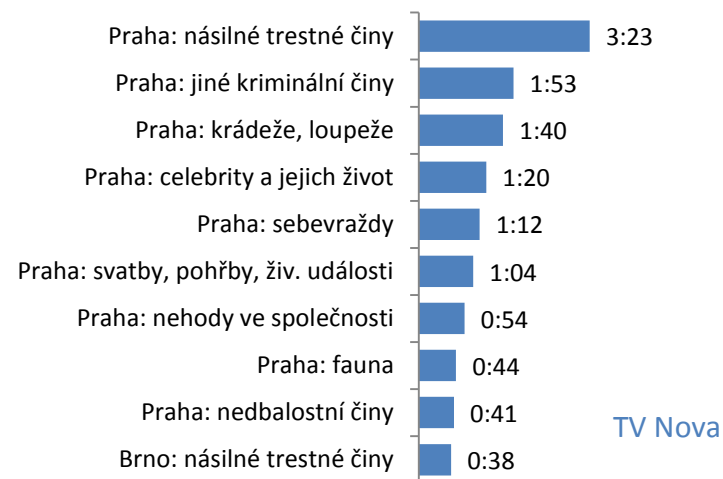
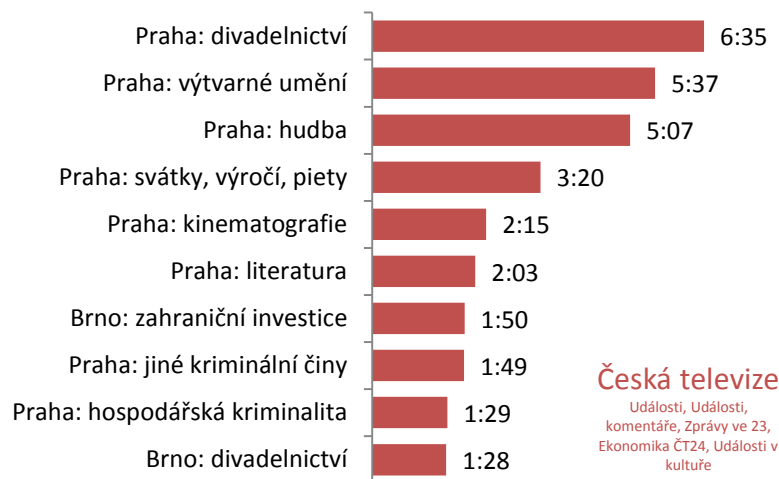


V Událostech byly nejdéle prezentovanými kombinacemi „regionální destinace: téma“ takové, které se týkaly průběhu voleb do Evropského parlamentu v největších městech Čech, Moravy a Slezska. Proto tedy převládly kombinace *Prahy, Ostravy a Brna* s tématy *instituce EU* a *volby obecně*.

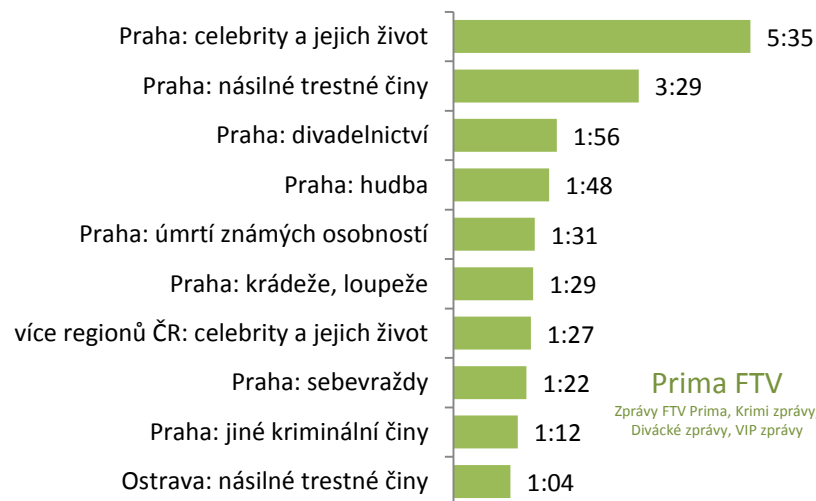


REG. STRUKTURA ZPRÁV O ČR VE ZPRAVODAJSTVÍ

Nejčastější kombinace „regionální destinace: téma“ v televizním a rozhlasovém zpravodajství (1P 2014; stopáž v hodinách a minutách)



Události v kultuře byly svým tematickým profilem natolik specifické, že kombinacemi Prahy a Brna s jednotlivými odvětvími kultury a umění předčily ostatní relevantní lokalizace a tematizace. Díky Ekonomice ČT24 se však prosadilo spojení Brna a zahraniční investice Amazonu.



- ✓ Základní zjištění
- ✓ Témata
- ✓ Politika
- ✓ Lokality
- ✓ **Ekonomika**
- ✓ Variabila
- ✓ Sebe prezentace a citace
- ✓ Metodika



Souhrnné ukazatele

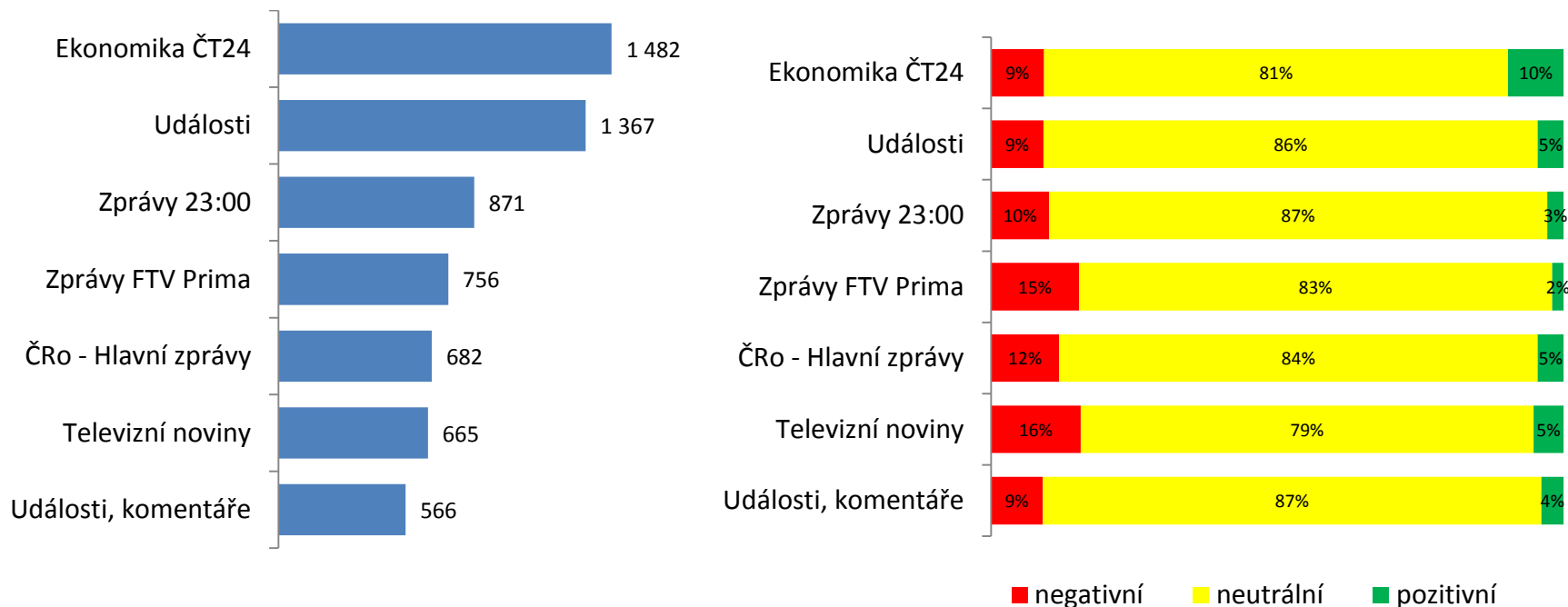
- [intenzita a tonalita ekonomického zpravodajství](#)

Firmy

- [podniky v Událostech](#)
- [podniky v hlavních zpravodajských pořadech](#)
- [podniky ve zpravodajských pořadech ČT24](#)

SOUHRNNÉ UKAZATELE EKONOMICKÉHO ZPRAVODAJSTVÍ

Intenzita a tón medializace ekonomického zpravodajství ve vybraných zpravodajských relacích (1P 2014), počet výpovědí o podnicích

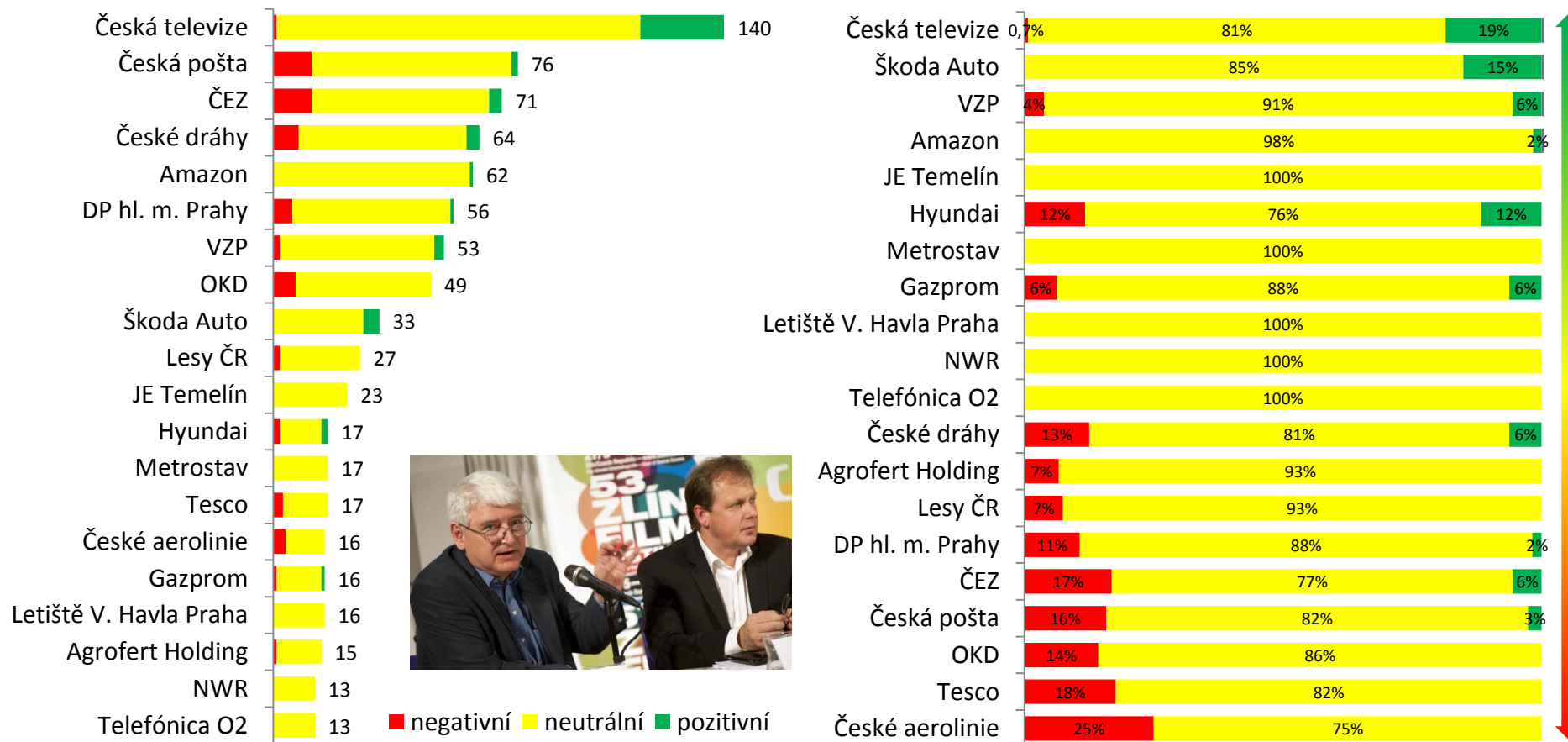


Ekonomika ČT24 se ve sledovaném pololetí soustředila spíše na informace makro-ekonomického charakteru a o podnicích informovala přibližně stejně intenzivně jako Události. V relaci ČT24 ovšem o firmách zaznělo vyšší množství příznivě laděných informací.

Vůči podnikům byly kritické především komerční relace Zprávy FTV Prima a Televizní noviny, pro druhou jmenovanou přitom platilo, že v podstatě veškeré informace vyznívající pozitivně, zazněly o domovské Nova Group.

VARIABILITA; FIRMY VE ZPRAVODAJSTVÍ UDÁLOSTÍ

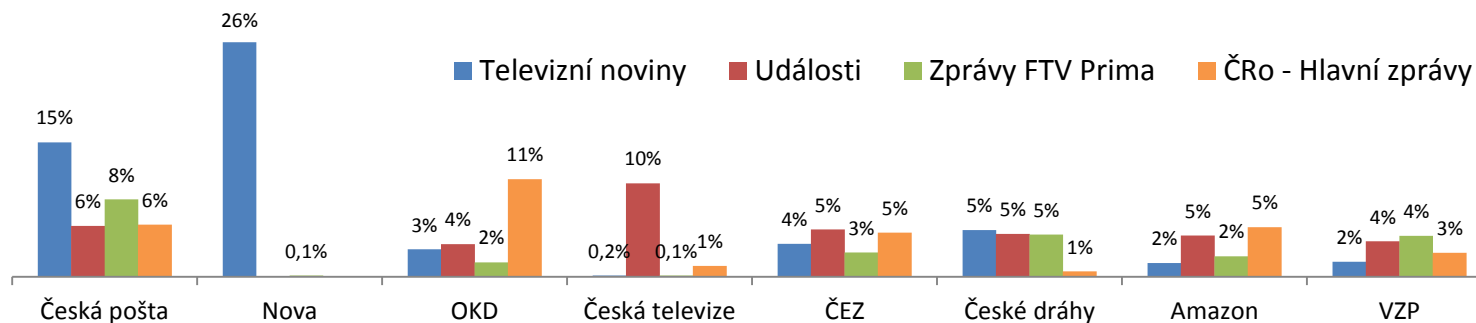
20 nejčastěji zmiňovaných společností ve zpravodajství Událostí (1P 2014), počet výpovědí, tón medializace



Dlouhodobě platí, že nejčastěji zmiňovaným podnikem v Událostech bývá Česká televize. Vysoký podíl na tomto faktu měla aktuálně například prezentace programu ČT :D na Mezinárodním festivalu pro děti a mládež ve Zlíně.

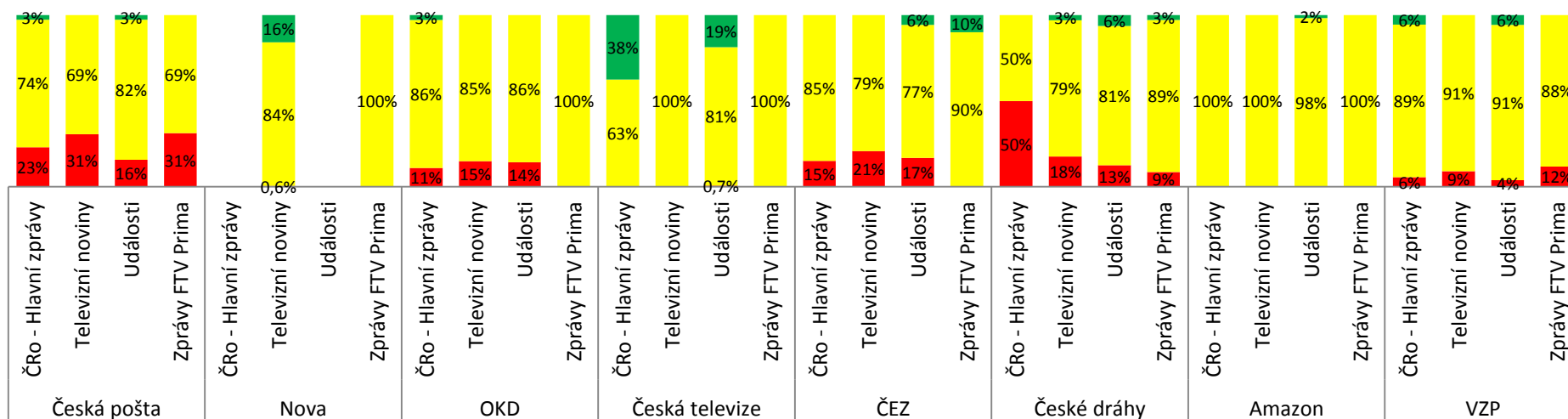
FIRMY V HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH

Podíl nejčastěji zmiňovaných firem na podnikovém zpravodajství (1P 2014) a sebe prezentace televizních stanic v hlavních relacích (1P 2013 – 1P 2014); (např. hodnota 5% znamená, že každá dvacátá zmínka z podnikového zpravodajství se v daném pořadu věnovala této firmě)



	1P 2013	2P 2013	1P 2014
Nova v TN	16 %	16 %	26 %
ČT v Událostech	12 %	10 %	10 %
Prima ve Zprávách FTV Prima	13 %	9 %	7 %

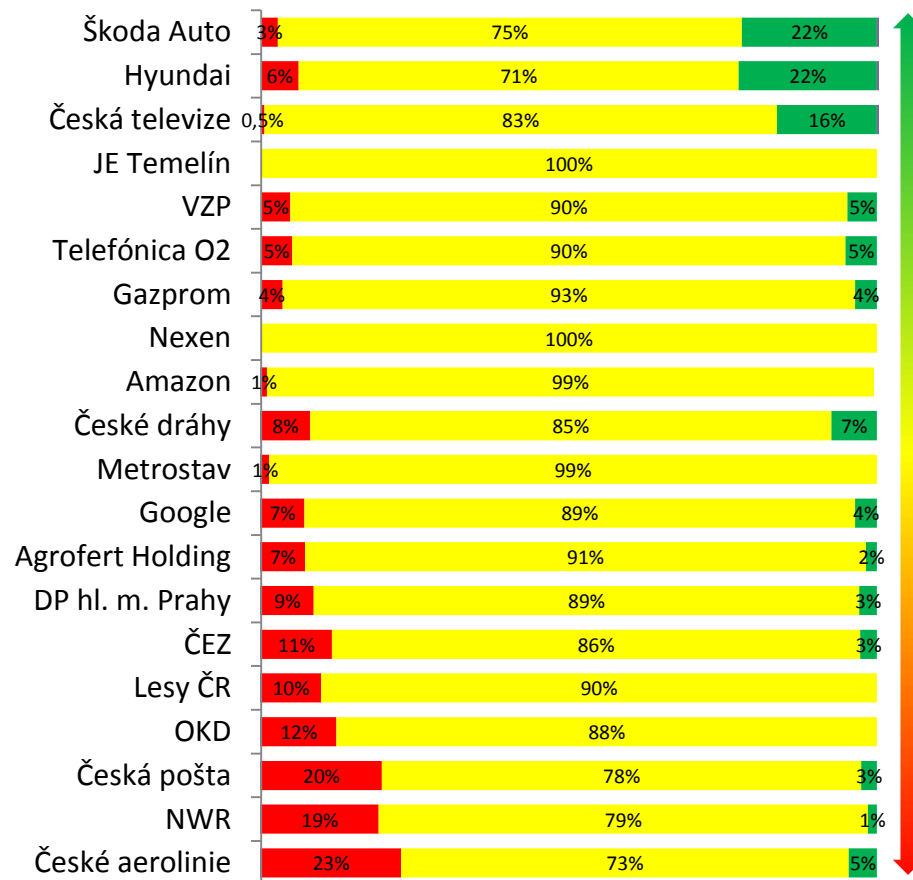
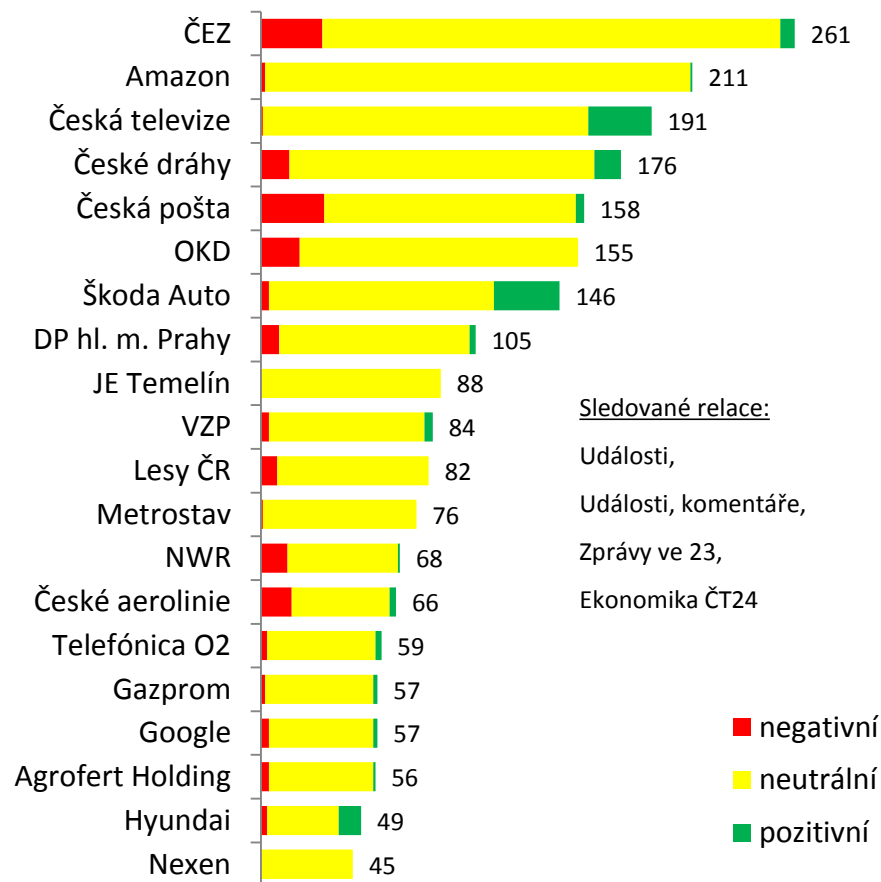
Tón medializace nejčastěji zmiňovaných firem v hlavních zpravodajských relacích (1P 2014)



V návaznosti na [předchozí snímek](#) je třeba dodat, že takzvaná sebe prezentace je především nedílným prvkem zpravodajství TV Nova. S mírnou nadsázkou lze říci, že TN informují pouze příznivě o Nova Group, negativně o České poště a jinak se o podnicích nezmiňují.

FIRMY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

20 nejčastěji zmiňovaných společností ve zpravodajství ČT24 (1P 2014), počet výpovědí, tón medializace



Díky Ekonomice ČT24 a Zprávám ve 23 bylo podnikové zpravodajství Událostí obohaceno o tónem hodnocení pestré informace o řadě firem. Jak naznačily již snímky [13](#) a [31](#), Události, komentáře zaměřily svou pozornost především na politickou a zahraniční agendu, takže analýzy hospodaření firem nebyly v komentované relaci tak časté, jako v předchozích letech.

- ☑ Základní zjištění
 - ☑ Témata
 - ☑ Politika
 - ☑ Lokality
 - ☑ Ekonomika
 - ☑ Variabila
 - ☑ Sebe prezentace a citace
 - ☑ Metodika
- 

Tematická

- [domácí zpravodajství](#)
- [zahraniční zpravodajství](#)

Politická

- [političtí představitelé](#)
- [politické strany](#)

Územní

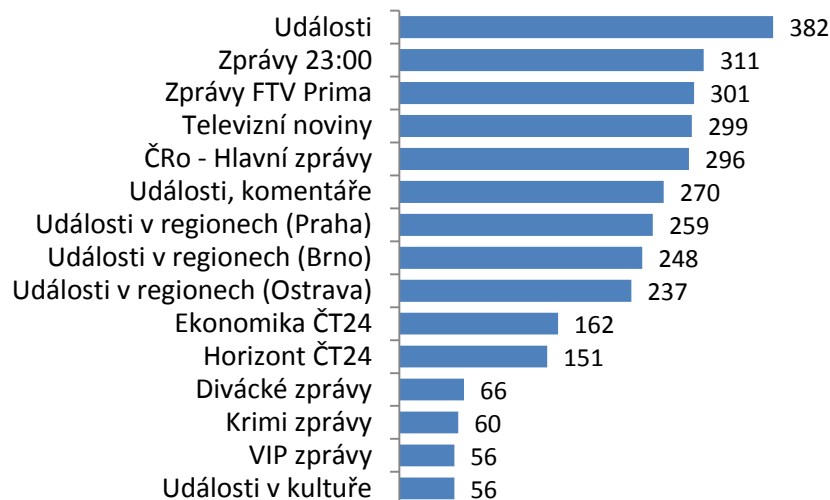
- [zahraniční lokality](#)
- [domácí lokality](#)

Genderová

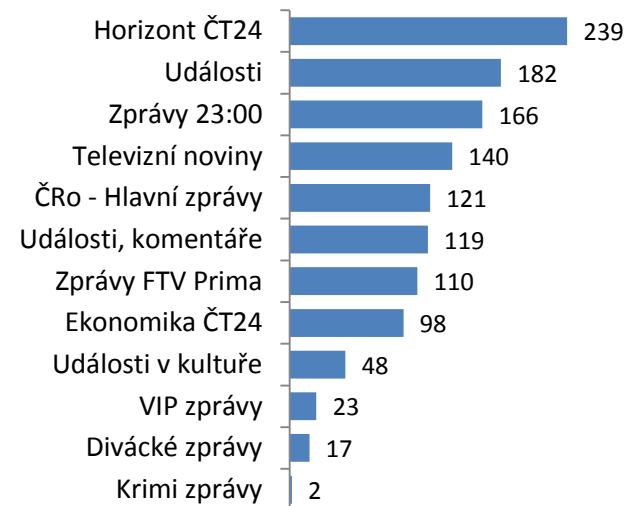
- [podíl žen ve zpravodajství](#)
- [nejčastěji medializované ženy](#)

TEMATICKÁ A POLITICKÁ VARIABILITA

Počet různých hlavních témat příspěvků se vztahem k ČR (1P 2014)

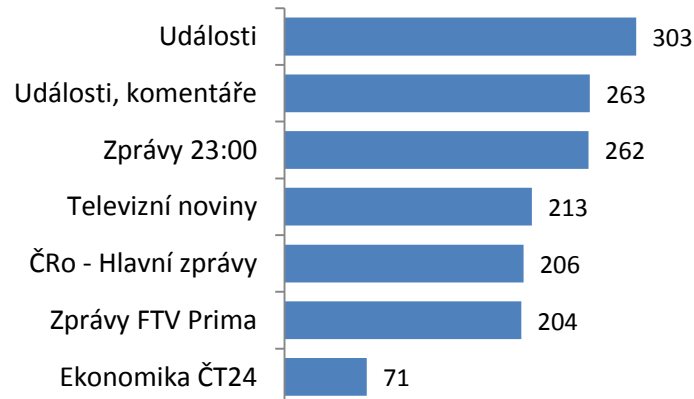


Počet různých hlavních témat příspěvků bez vztahu k ČR (1P 2014)

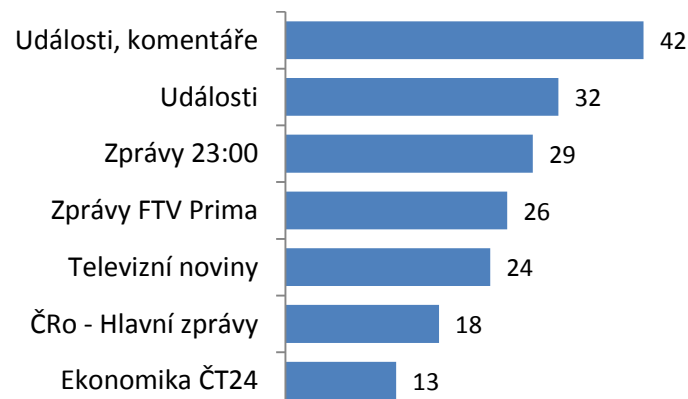


Před volbami do Evropského parlamentu byli hosty Událostí, komentářů lídři všech kandidujících subjektů a relaci se tak podařilo pokrýt nejširší pole tuzemské politické scény. Tematicky nejpestřejší zpravodajství z domova přinášely Události a Zprávy ve 23.

Počet českých politiků zmíněných ve zpravodajství (1P 2014)

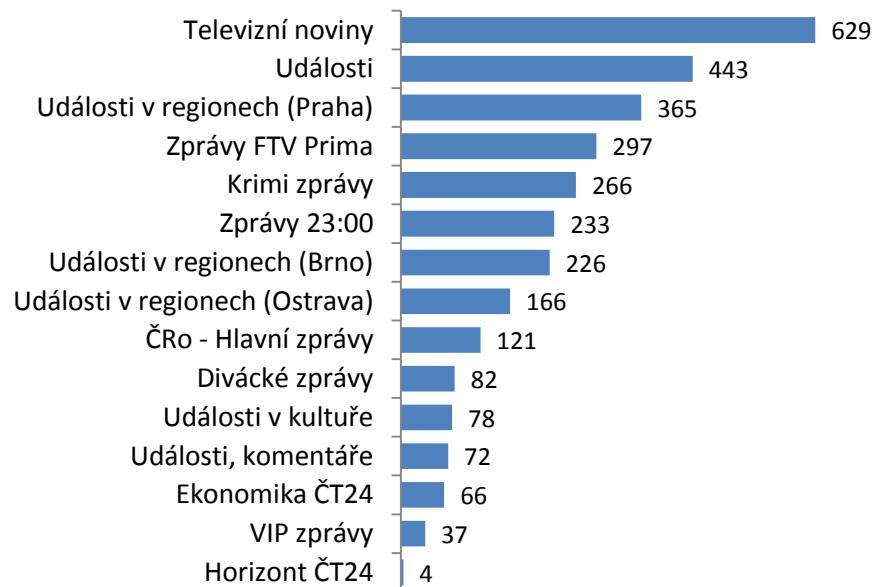


Počet českých politických stran zmíněných ve zpravodajství (1P 2014)

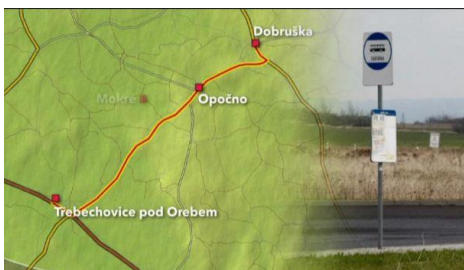
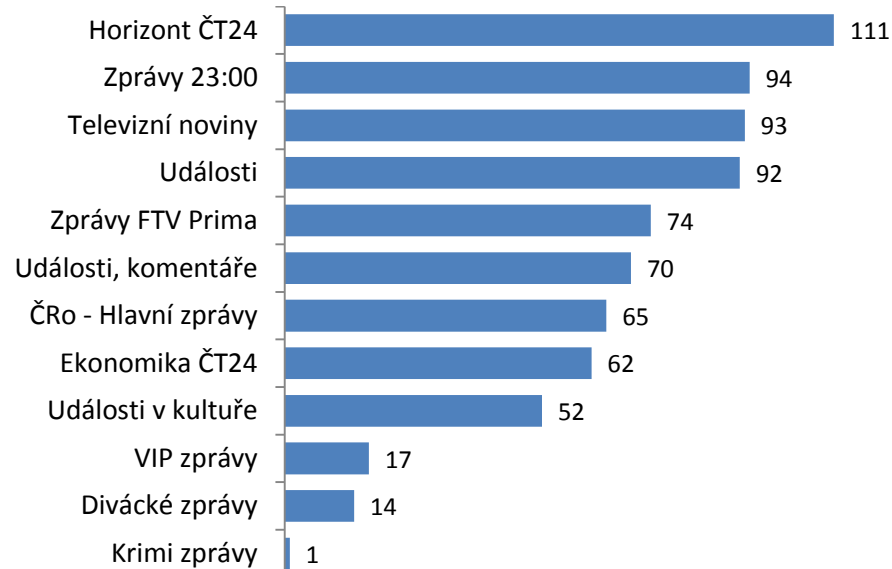


ÚZEMNÍ VARIABILITA: zahraniční a domácí lokality

Počet různých měst a obcí zmíněných v regionálním zpravodajství (1P 2014)



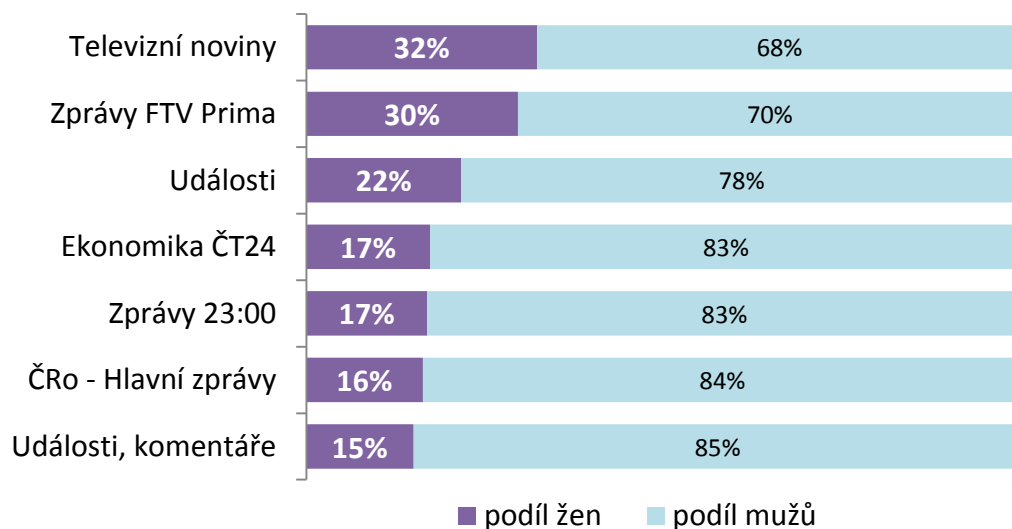
Počet různých zemí zmíněných ve zpravodajství bez vztahu k ČR (1P 2014)



Horizontu ČT24 se podařilo zmínit bezmála dvojnásobný počet zahraničních lokalit než Hlavním zprávám Radiožurnálu. Specifický profil relace byl pochopitelnou příčinou skutečnosti, že počet různých měst a obcí v Horizontu byl téměř nulový.

GENDEROVÁ VARIABILITA

Podíl žen a mužů ve zpravodajství (1P 2014)



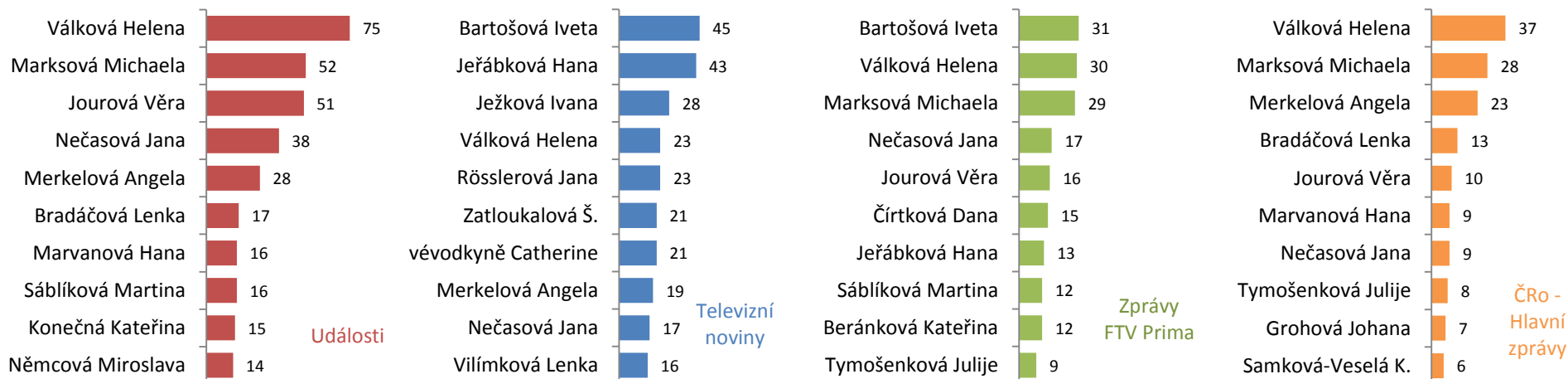
Vyšším podílem zobrazovaných žen byly dlouhodobě specifické komerční zpravodajské relace. Ve sledovaném pololetí to bylo způsobeno především sebevraždou Ivet Bartošové, o které Zprávy FTV Prima i Televizní noviny odvysílaly celé monotematické relace.

Hlavní veřejnoprávní relace ČT a ČRo informovaly především o krocích ministryň Válkové, Marksové a Jourové. Úmrtí Ivet Bartošové nezmiňovaly.

Podíl a počet žen v dlouhodobém srovnání (1P 2013 – 1P 2014)

	podíl žen			počet žen		
	1P2013	2P2013	1P2014	1P2013	2P2013	1P2014
Televizní noviny	33 %	32 %	32 %	14445	14234	14351
Zprávy FTV Prima	27 %	27 %	30 %	9788	9436	8721
Události	23 %	22 %	22 %	16013	16135	15076
Události, komentáře	18 %	15 %	15 %	4515	4772	4862

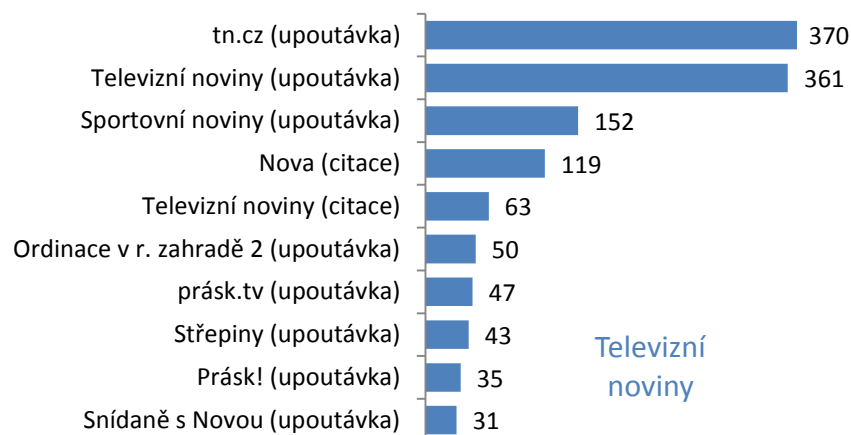
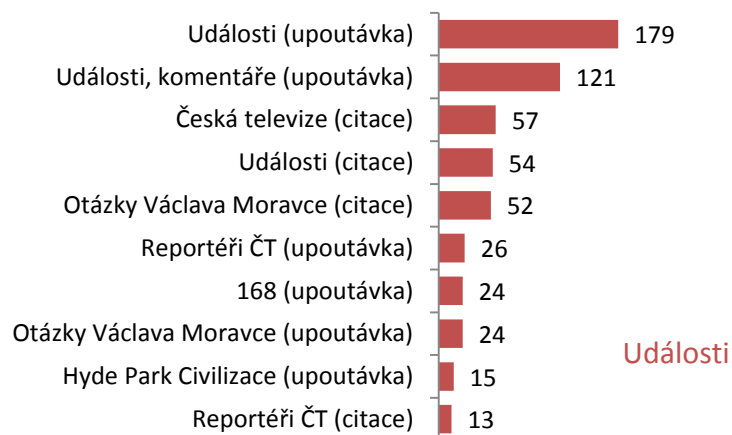
Nejčastěji zmiňované ženy v hlavních zpravodajských relacích (1P 2014), počet reportáží



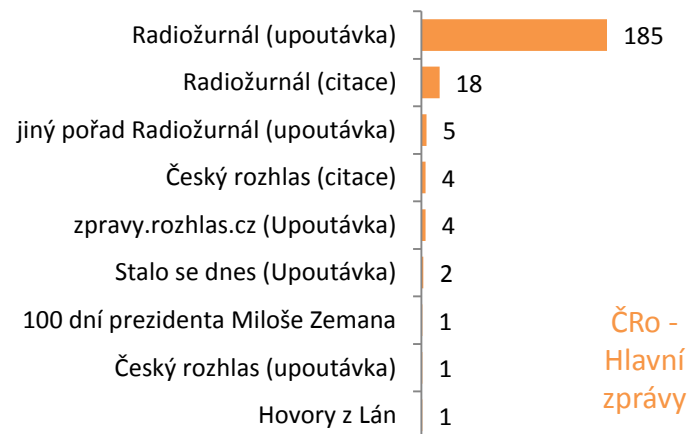
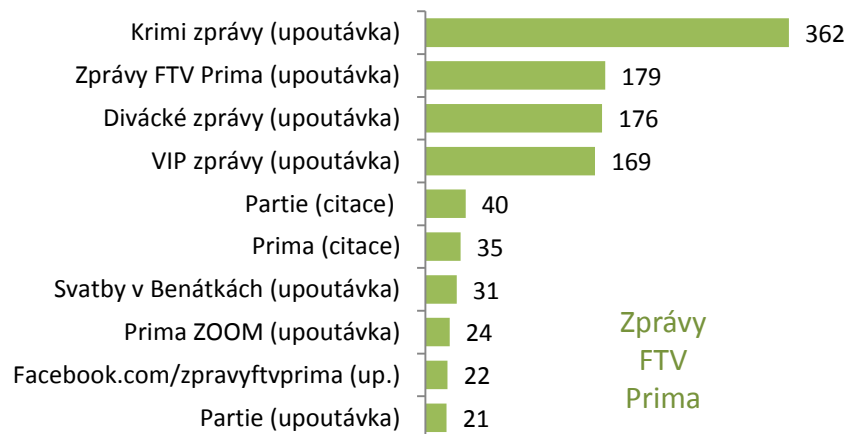
- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ Ekonomika
- ☑ Variabila
- ☑ Sebe prezentace a citace
- ☑ Metodika

SEBEPREZENTACE A CITACE: interní zdroje

Nejčastěji citovaná média a pořady v hlavních zpravodajských relacích (1P 2014), počet příspěvků v nichž byla média citována



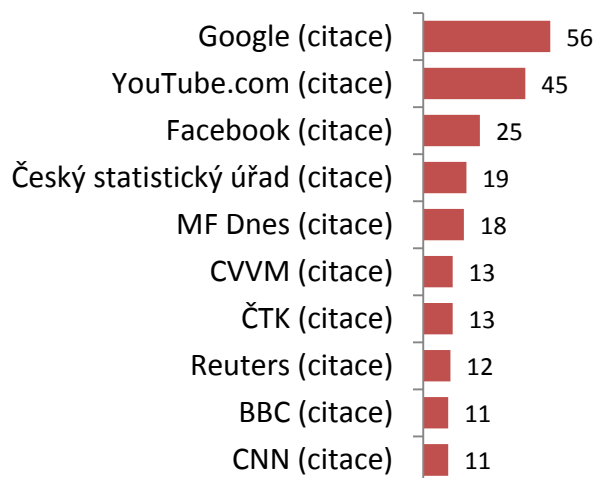
U komerčních relací byla pozorovatelná shoda v tom, že v každé hlavní relaci bylo v průměru dvakrát upoutáváno na další obsah zpravodajské hodiny – upoutávky na Televizní noviny v hlavní relaci TV Nova a upoutávky na Krimi zprávy ve Zprávách FTV Prima.



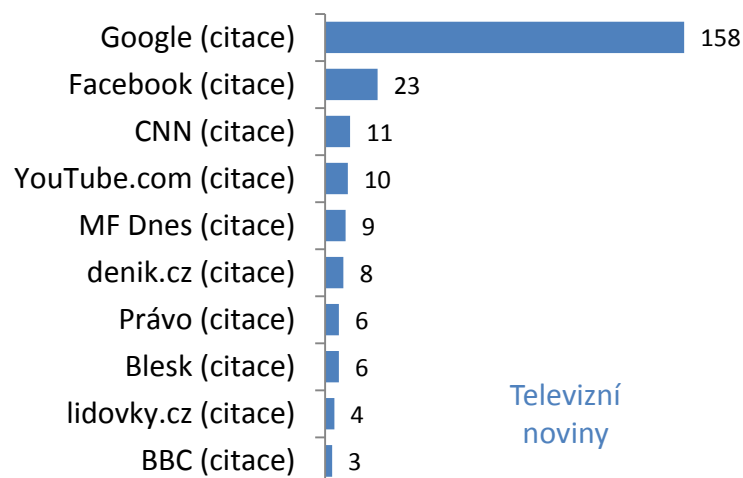
Metodika Media Tenoru umožňuje rozlišování sebeprezentačních interních i externích zdrojů na **upoutávky** a **citace**. **Upoutávkou** je myšlen například předtočený spot, kterým Události pravidelně upoutávají na večerní Události, komentáře, další obsah samotné relace („dále uvidíte“) nebo v živém vstupu či reportáži vyslovený odkaz typu „více se dočtete na serveru tn.cz“. Za **citaci** je pak považován odkaz „podle CNN“, „jak zjistili Reportéři ČT“ nebo audio-vizuální citace jiného média nebo relace. Externí zdroje, které mapuje [následující snímek](#), logicky nemohou být kvalifikovány jako upoutávky, ale pouze jako citace.

SEBEPREZENTACE A CITACE: externí zdroje

Nejčastěji citovaná média a pořady v hlavních zpravodajských relacích (1P 2014), počet příspěvků v nichž byla média citována

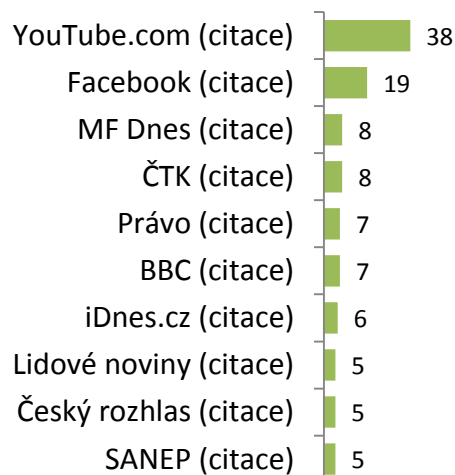


Události

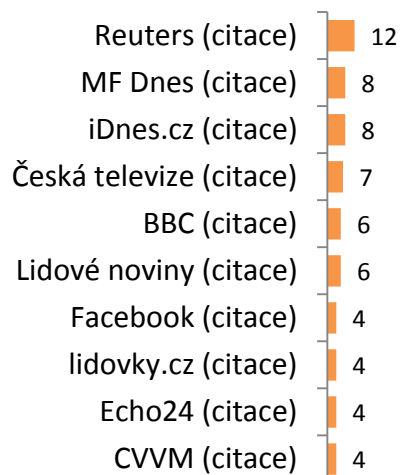


Televizní noviny

Na rozdíl od Zpráv FTV Prima využívaly k lokalizaci prezentovaných událostí hlavní zpravodajské relace ČT a TV Nova aplikace Google Earth a Google Maps (z logických důvodů nepřipadalo využívání Googlu v Hlavních zprávách Radiožurnálu v úvahu).



Zprávy
FTV
Prima



ČRo -
Hlavní
zprávy

- ☒ Základní zjištění
- ☒ Témata
- ☒ Politika
- ☒ Lokality
- ☒ Ekonomika
- ☒ Variabila
- ☒ Sebe prezentace a citace
- ☒ Metodika

Mohou, či nemohou mít média výraznější vliv na to, co si lidé myslí o značce, firmě, organizaci nebo společenském tématu? A pokud ano, je možné z pozice zainteresované organizace aktivně vstoupit do tohoto procesu?

Úsilí o nepředpojaté zkoumání hromadně šířených obsahů sahá už do raného novověku. Výraznému boomu se analýzy masmédií těší ale až od nástupu hromadných sdělovacích prostředků, zejména rozhlasu. V současné době vedle sebe stojí jak průzkumy veřejného mínění, které dávají odpověď na otázku, jak vypadá myšlení lidí v okamžiku zodpovězení otázky, tak analýzy mediálních obsahů, které napomáhají odhalit, jakým směrem se může utvářet myšlení lidí v budoucnu.

Srovnáme-li trendy výzkumů veřejného mínění a výzkumů mínění zveřejněného v médiích, v řadě případů zjistíme, že křivky se nápadně podobají. Můžeme říci, že mezi míněním zveřejněným a veřejným se v některých obdobích objevuje provázanost: obsah médií se s určitým zpožděním promítá do myšlení veřejnosti. Vezměme za příklad pohyb volebních preferencí politických stran: intenzivní negativní mediální prezentace strany se s určitým zpožděním promítá do poklesu jejích preferencí. Tím neříkáme, že média určují, co přesně si budou lidé myslet, ale přinejmenším ovlivňují, o čem budou přemýšlet, a jaké úhly pohledu k tomu budou zaujímat.

Mediální analýza nabízí možnost nepředpojatého poznání obsahu tím, že jednotlivé obsahy zpracovává podle předem definované metodiky, tzv. kódovací knihy. Detailní popis metodiky v kódovací knize zajišťuje, že se data získávají jednotným způsobem, ať už je analyzuje kdokoli. Metodika slouží nejen ke klasifikaci informací, ale rovněž k jejich rozklíčování a interpretaci. Převáděno do praxe, seznámí-li se zadavatel podrobně s metodickými principy, rozumí datům stejně jako analytik, který je zpracoval. To eliminuje prostor pro zkreslení.

Podstata metodiky analýzy médií společnosti Media Tenor vychází z teorie a praxe obsahové analýzy mediálních sdělení. Zabývá se výzkumem vybraných aspektů obsahu sdělovacích prostředků, jejichž souhrn analyzovanou oblast stručně a výstižně charakterizuje. Parametry zkoumání volí podle typu zákazníka (médiu, podnik, politický subjekt, státní instituce...) a jeho specifických požadavků.

*Zpracováno na základě publikace iniciované Media Tenorem: HAVLÍČEK, Petr. **Obsahová analýza nabízí nezaujatost a přehled.** In: **TREND Marketing**. no. 1, s. 38-40, 2005. ISSN 1214-9594.*

Báze - představuje počet výpovědí/příspěvků, které byly zahrnuty do analýzy. Číslo v bázi se nemusí vždy shodovat se součtem hodnot uvedených v grafu, prezentuje-li například pouze nejvýznamnější výsledky – prvních 10 nejčtenějších tematických aspektů, nejčastější komentátory vyjadřující se k určitému subjektu atd.

Hlavní téma - obsahový aspekt, kterého se převážná část příspěvku týkala. V rámci každého příspěvku se tak stanovuje jedno nebo více hlavních témat prezentovaných na významném prostoru, může však v něm být zmiňováno více různých tematických aspektů, tzv. výpovědí. Témata, která jsou příspěvkům a výpovědím přiřazována, vybírá analytik z předem definovaného seznamu, jenž obsahuje cca 500 různých položek.

Tón medializace (dříve označován jako **kontext**) - určuje, zda je subjekt představen v pozitivním či negativním světle v závislosti na širších souvislostech (neurčuje tedy, jak je subjekt explicitně hodnocen, ale jakou povahu mají skutečnosti, s nimiž je spojován). Hovoříme o skrytém hodnocení, protože tón medializace má významný vliv na formování příznivého, či nepříznivého obrazu sledovaného subjektu.

Příspěvek - článek, ucelený televizní nebo rozhlasový příspěvek. Kvantitativní analýza klasifikuje nový příspěvek pokaždé, změní-li se jeho autor. Standardizovaná kvalitativní analýza klasifikuje čtenou zprávu a následnou reportáž jako jediný příspěvek.

Původce výpovědi - rozpoznatelný nositel hodnocení sledovaného subjektu. Může jím být subjekt sám (vyjadřuje-li se například politik k vlastní osobě), zástupce hospodářské sféry hodnotící podnik, pracovníci PR oddělení, novinář hodnotící daný subjekt ve vlastním názorovém článku atd.

Subjekt - předmět, k němuž se sledovaná informace vztahuje. Může jím být podnik, politická strana, osoba, město, organizace atd.

Tendence - přímé (explicitní) vyjádření hodnotící sledovaný subjekt (osobnost, politickou stranu, podnik) ze strany novináře nebo jiných subjektů. Může mít negativní, neutrální nebo pozitivní vyznění. Za tendenci považujeme i projev souhlasu či odmítnutí.

Tematizace - jeden ze základních aspektů výpovědi. Klasifikuje obsah (postoj, činnost), s nímž je subjekt ve výpovědi spojován. V rámci jednoho příspěvku tak může být kódováno - v závislosti na tematické různorodosti jednotlivých výpovědí - více tematizací. V případě analyzování zpravodajství o politických stranách jsou detailní tematické aspekty výpovědí seskupovány do specifických obecnějších kategorií v následujících oblastech: politické postoje: program, faktické programové kroky, věcná témata (školení, daňová politika, zdravotnictví...); osobní témata: oblíbenost, preference, jmenování či odvolání z funkcí, zvolení (i na post prezidenta); mezistranická agenda: vztahy s koaličními partnery a politickými oponenty; vnitrostranická agenda: stranické spory, obsazování vrcholných orgánů, personální politika, nominace volebních lídrů atd.

Výpověď - segment informace, v němž je citován nebo popisován sledovaný subjekt. Výpověď je tak definována určitým subjektem, tónem medializace, tematizací a původcem výpovědi. Změna kteréhokoli z těchto aspektů signalizuje zápis nové výpovědi. V jedné větě tedy může být obsaženo více výpovědí, stejně jako se více vět může skládat z výpovědi jediné. Analogicky pak v jednom příspěvku může být obsaženo více výpovědí.

■ Media Tenor je přední světovou asociací zabývající se obsahovou analýzou mediálních sdělení a v rámci mezinárodní sítě kanceláří v ČR, USA, Švýcarsku, Vietnamu a JAR jsou detailně analyzována média prakticky z celého světa.

■ V roce 1996 byl v České republice zahájen unikátní projekt kontinuální obsahové analýzy klíčových médií, v němž Media Tenor analyzuje, jakými způsoby česká i zahraniční média informují o vybraných tématech, organizacích a osobách. Exkluzivní data Media Tenoru ukazují, které subjekty jsou přítomny v médiích, v souvislosti s jakými tématy, a jak jsou hodnoceny.

■ Media Tenor ČR je v rámci asociace kanceláří Media Tenor zodpovědný především za metodologický a technologický vývoj v oblasti analýzy elektronického zpravodajství a publicistiky. Je autorem jedinečné metodologie pro detailní kvalitativní analýzu diskusních a publicistických formátů, která byla pilotně nasazena v České televizi (dodnes trvá) a později také v SABC (JAR), Deutsche Welle nebo STV.

STRUČNÁ HISTORIE MEDIA TENORU:

- 1985: Nakladatelství InnoVatio založeno ve Švýcarsku. Specializace na inovace v oblasti sociálních věd.
- 1994: Media Tenor v Bonnu: První mezinárodní výzkumný institut zaměřený kontinuální obsahovou analýzu médií.
- 1995: InnoVatio iniciovalo vznik International Media Monitor Association ve Washingtonu.
- 1996: Otevření kanceláří partnerských institutů v České republice a Velké Británii.
- 1999: 160 analytiků v Bonnu, Doveru, Lipsku a Ostravě.
- 2000: Otevření partnerských kanceláří v Pretorii a Londýně.
- 2003: 230 analytiků v pěti zemích, nová kancelář v Berlíně.
- 2005: Nové kanceláře v Luganu a Windhoeku (Namibie). Více než 230 analytiků kontinuálně a detailně sleduje více než 200 hlavních médií ve 34 jazycích na všech kontinentech.
- 2007: Vlastníkem Media Tenoru se v Česku stala společnost Media Content Experts. Dále se tak rozšířil analytický záběr.

■ Media Tenor pravidelně dává k dispozici výstupy z kontinuálně zpracovávaných dat a studie založené na aplikované obsahové analýze médií. Aktuální studie jsou dostupné na následujících snímcích, výstupy z dat zpracovaných za 1P 2014 jsou dostupné zde:

[Media Tenor: Nejvíce se v roce 2013 psalo o ČEZu, a to pozitivně i negativně](#)

[Media Tenor: Žebříček citovanosti tiskových mluvčích v roce 2013: policejní mluvčí stále vedou, nově se umístila i kancelář prezidenta](#)



EMBARGO until January 21, 2014, 5pm.

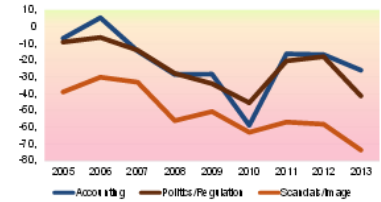
Racheline Maltese & Roland Schatz

5 years of ongoing trust meltdown: Banks' image now at all time low

Regulation and litigation are ongoing threats

REPUTATION RISK ASSESSMENT 2012/2013
Based on sentiment in elite business media and global TV news

- Image of banks at an all-time low
- Improved financial results are not enough to fix image
- With neither top management nor accounting trusted, banks have no basis on which to rebuild trust



White Paper

www.mediatenor.com

REPUTATION RISK ASSESSMENT 2012/2013

Ani pět let od vypuknutí světové hospodářské krize se nezlepšil mediální obraz světových bank a finančního sektoru. Dílčí příznivé hospodářské výsledky bank v minulém roce k vylepšení image nevedly, naopak na některých trzích se mediální prezentace sektoru ještě dále zhoršila. Bankovní domy začínají být vnímány jako společensky závadný element.

V ohnisku kritiky novinářů se s pravidelností ocitají managementy bankovních domů, stejně jako jejich pochybné výkaznictví. Pozitivních informací o vztazích k zákazníkům je přitom poskrovnu, ty negativní výrazně převažují. „V tomto klimatu nelze očekávat, že se finančnímu sektoru podaří získat lehce zpět svůj někdejší kredit. Otázkou je, zda-li je to po pěti letech naprostého kolapsu důvěry v tomto odvětví ekonomiky vůbec možné, když nejen klientská veřejnost, politikové, ale také zaměstnanci bank jsou stále vystavováni stejné negativnímu obrázku,“ zamýšlí se Roland Schatz, zakladatel Media Tenor International.

Bankovníctví se v intenzitě mediální kritiky zařadilo po bok tabákového průmyslu či jaderné energetiky. Banky jsou spojovány nejen s neetičností či hamižností, ale dokonce bývají prezentovány jako instituce přímo ohrožující fungování společnosti. „Měřeno stejnou metodou, mediální obraz desíti předních světových bank v čele s UBS, Barclays nebo JP Morgan si v ničem nezádá s mediálním obrazem mafiánských organizací, Al-Káidy nebo Kim Čong-una a je dokonce horší než prezentace Bašára Asada,“ vypichuje zajímavost analýzy Schatz.

Studie ke stažení [zde](#).

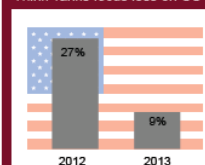
Global Agenda Index 2014

“Principle Centered Leadership - Driven Smart Alliances”: The Power of Shared Global Insight.

Reputation Lab Davos, January 23, 2014

- Opinion-leaders rethink power shifts in future scenarios as “smart alliances” not “fragmentation”
- For another year, the US is perceived to be losing global influence
- Analyst optimism on BRICS significantly wanes in 2013 but opinion-leaders remain optimistic

Think Tanks focus less on US



Finance Analysts on BRICS



White Paper

www.mediatenor.com

GLOBAL AGENDA INDEX 2014

Budoucnost patří tzv. „Smart aliancím“ – spojenectvím mocných organizací a jednotlivců, uzavíraných k řešení konkrétních otázek. Taková spojenectví se přitom mohou zcela obejít bez tradičních státních a národních autorit. Světový vliv Spojených států ve vnímání odborníků oslabuje. Naproti tomu vůči státům BRICS panuje optimismus, a to i přesto že hodnocení těchto zemí ekonomickými analytiky se v posledním roce značně zhoršilo.

Zpráva [Global Agenda Index 2014](#) představuje komplexní rozbor scénářů budoucího vývoje rozložení sil ve světě. Je přitom sestavena unikátní metodou, která kombinuje tři informační zdroje: dotazování expertů, analýzu výstupů uznávaných think-tanků a obsahovou analýzu světových masmédií. Zprávu druhý rok po sobě sestavil Media Tenor International ve spolupráci s Erasmuskou univerzitou v Rotterdamu a akademickou iniciativou OSN.

Klíčovým nálezem je fakt, že i mezi expertními respondenty panuje nedůvěra v politiky a politické strany. Skepse vůči tradičním autoritám souvisí s relativně negativní mediální prezentací, se kterou jsou instituce spojovány. Mezi hlavami států/národními vůdci to byli v loňském roce pouze iránský prezident Hasan Rouhání a prozatimní egyptský prezident Adlí Mansúr, u kterých ve světových médiích převládla pozitivní prezentace. Negativní strana spektra je podstatně početnější, zahrnuje mj. Baracka Obamu, Jamese Camerona, Angelu Merkelovou, či Vladimira Putina.

V odpovědích expertů panuje shoda na klesající světové vůdčí roli USA. V horizontu deseti let dotazování odborníci očekávají především další posílení globálního významu Číny.

Studie ke stažení [zde](#).

V červenci 2014 zpracoval Media Tenor, spol. s r. o.

Vedoucí projektu: Mgr. Štěpán Sedláček

stepan.sedlacek@mediatenor.cz

<http://www.mediatenor.cz>

tel. +420 596 126 126

Nádražní 923/118

702 00 Ostrava

Česká republika

Tento dokument obsahuje všechna podstatná zjištění výzkumu.

Pokud však některou informaci postrádáte, připravíme Vám ji na požádání.

Budeme rádi za jakékoliv další náměty.