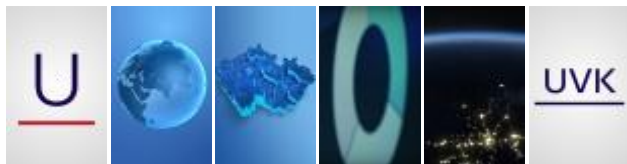


Analýza zpravodajství českých televizí a ČRo (1. pololetí 2015)

- Události, komentáře informovaly déle než 50 hodin o Evropské unii
- Zahraniční zpravodajství tvořilo téměř polovinu obsahu Událostí, komentářů, Ekonomiky ČT24 a Zpráv ve 23. V souhrnu relací ČT24 meziročně vzrostl podíl zahraničního zpravodajství o 5 procentních bodů
- Události v 1. pololetí informovaly o 311 různých domácích politicích a 38 stranách a byly politicky i tematicky nejvariabilnější sledovanou relací

V 1. pololetí roku 2015 bylo analyzováno **15 zpravodajských relací** čtveřice médií o celkové stopáži **1 011 hodin a 34 minut**.



V analýze byly použity příspěvky těchto zpravodajských relací:

Česká televize (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. pololetí roku 2015: **645 hodin a 22 minut v 17 819 příspěvcích**): Události, Události, komentáře, Události v regionech (Praha, Brno, Ostrava), Ekonomika ČT24, Horizont ČT24, Události v kultuře a Zprávy ve 23

TV Nova (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. pololetí roku 2015: **120 hodin a 44 minut v 4 789 příspěvcích**): Televizní noviny

Prima FTV (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. pololetí roku 2015: **182 hodin a 55 minut v 8 201 příspěvcích**): Zprávy FTV Prima, Krimi zprávy, Divácké zprávy a VIP zprávy

Český rozhlas Radiožurnál (celková stopáž zkoumaných pořadů v 1. pololetí roku 2015: **62 hodin a 33 minut v 2 191 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)

Celková báze analyzovaných relací čítala 33 000 příspěvků o stopáži 1 011 hodin a 34 minut.



- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ Ekonomika
- ☑ Variabilita
- ☑ Seběprezentace a citace
- ☑ Metodika

TÉMATA

▪ Teroristické útoky muslimských radikálů, střelba v Uherském Brodě a úmyslná tragédie airbusu v Alpách byly příčinou toho, že nejčastější tematickou kategorií **Události** byly *kriminální činy*. Ve srovnání s komerčními relacemi a Hlavními zprávami ČRo však tvořily nejnižší podíl na celkové tematické struktuře pořadu (snímky [6](#), [8](#), [9](#) a [10](#)).

POLITIKA

▪ **Zprávy ve 23** a **Události, komentáře** byly širokým zdrojem informací o vnitrostranické oblasti politické agendy. V komentované relaci se přitom jednalo především o negativně laděné politické výpovědi (snímky [20](#) a [27](#)).

LOKALITY

▪ Dluhová krize Řecka a eurozóny a příliv uprchlíků znamenaly zvýšený zájem zpravodajů ČT o Evropskou unii. **Události, komentáře** ve sledovaném pololetí odvysílaly o EU informace v délce 50 hodin ([snímek 29](#)).

EKONOMIKA

▪ **Ekonomika ČT24** byla nejen nejširším zdrojem podnikových informací, ale byla jedinou sledovanou relací, kde pozitivně laděné výpovědi o firmách převládaly nad těmi negativními ([snímek 37](#)).

VARIABILITA

▪ **Události** dosahovaly výrazně příznivějších hodnot politické variability, než všechny ostatní zkoumané zpravodajské relace, když zmínily 311 různých domácích politiků a političek a 38 různých stran a hnutí ([snímek 43](#)).

SEBEPREZENTACE A CITACE

▪ Pro **Události** byly nejčastějšími externími zdroji citací YouTube.com, Google a Český statistický úřad ([snímek 47](#)).

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



[Mediální události](#)

[Hlavní zpravodajské relace](#)

[Regionální zpravodajství](#)

[Komentované zpravodajství](#)

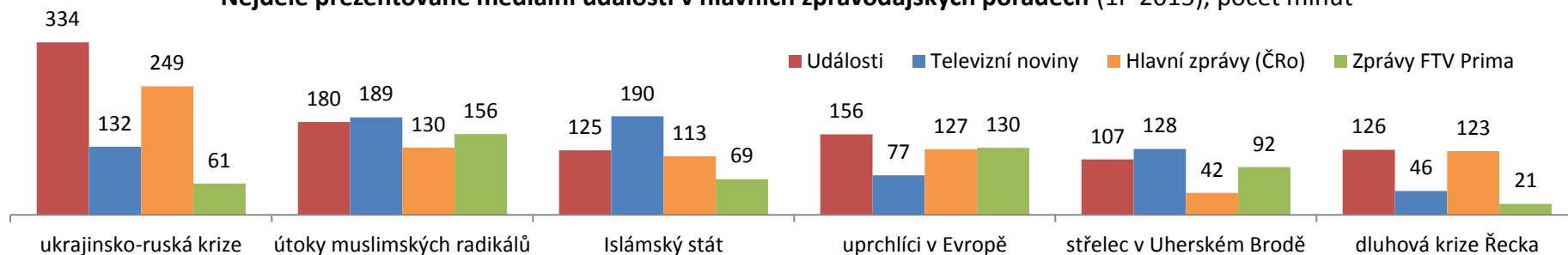
[Zprávy ve 23, Ekonomika ČT24, Horizont ČT24, Události v kultuře](#)

MEDIÁLNÍ UDÁLOSTI

10 nejdéle prezentovaných mediálních událostí v Událostech (vlevo) a ve všech sledovaných relacích ČT24 (vpravo): 1P 2015, počet hodin a minut



Nejdéle prezentované mediální události v hlavních zpravodajských pořadech (1P 2015), počet minut

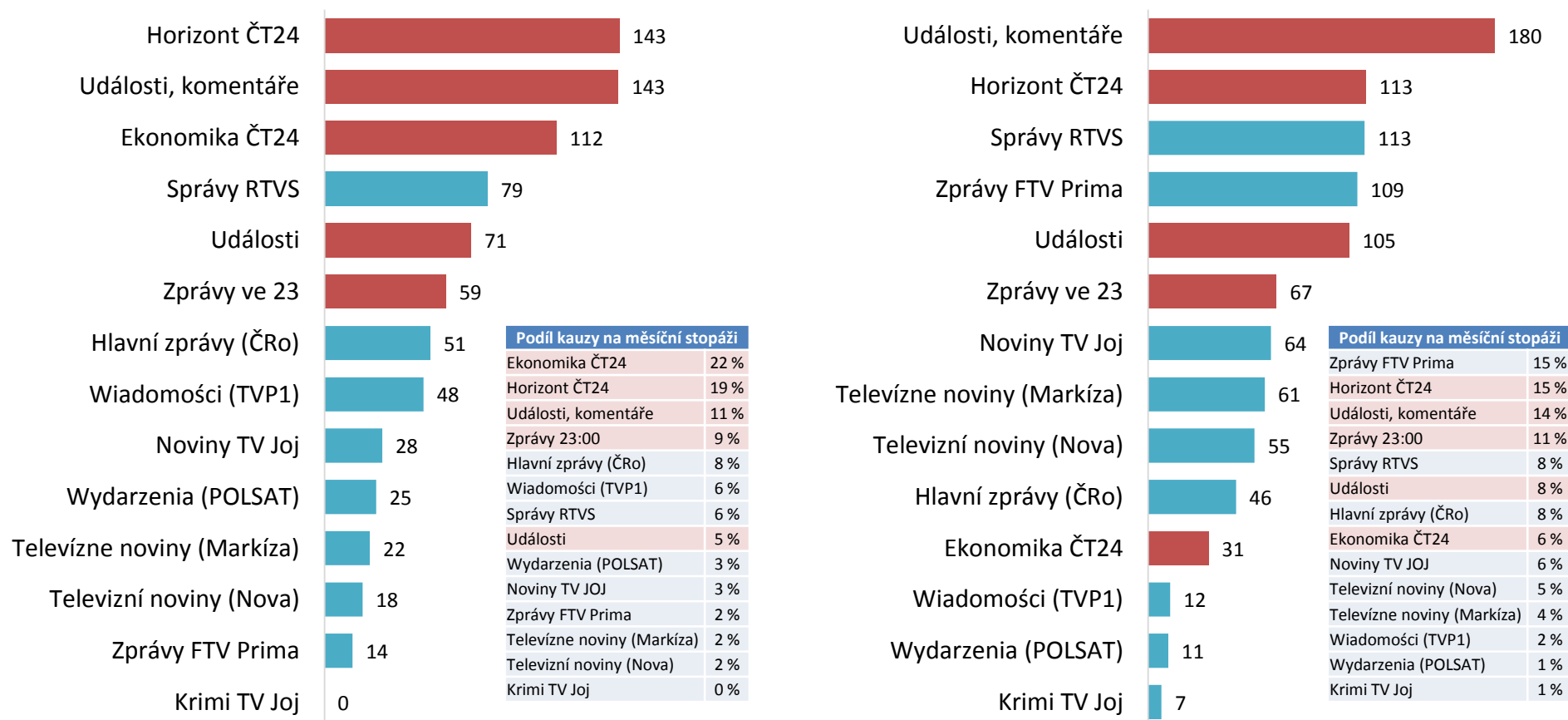


Zatímco hlavní zpravodajské relace médií veřejné služby nadále detailně informovaly o vývoji krize na východě Ukrajiny, komerční Televizní noviny a Zprávy FTV Prima se soustředily na tragické mediální události – teroristické útoky muslimských radikálů, válku s Islámským státem a útok střelce v Uherském Brodě.

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 významně 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 [strana 8](#)) jsou roztrženy do vyššího množství kategorií. Exmplárním příkladem je **kauza metylalkohol**, která se dotýkala tematických kategorií *kriminální činy* (skupinová kriminalita), *bezpečnostní politika* (policijní 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).

MEDIÁLNÍ UDÁLOSTI VE STŘEDOEVROPSKÉM ZPRAVODAJSTVÍ

Medializace řecké dluhové krize (vlevo) a imigrantského exodu do Evropy (vpravo) ve středoevropském televizním a rozhlasovém zpravodajství: červen 2015, délka v minutách



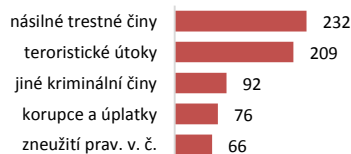
Specializované relace České televize Horizont ČT24, Události, komentáře a Ekonomika ČT24 v červnu nejdéle a detailně analyzovaly dluhové problémy Řecka a Evropské unie. Situace se přitom nejintenzivněji dotýkala Slovenska, potažmo slovenských televizních relací, protože země je součástí eurozóny. Podobně silně se Slovenska dotýkala i uprchlická krize.

ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

Tematické kategorie příspěvků **Událostí** (vlevo) a **všech sledovaných relacích ČT24** (vpravo): 1P 2015, podíl na délce pořadu



Detailní tematický rozbor
kriminálních činů: 1P 2015,
délka v minutách



Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Událostech: 33 % celoroční stopáže

Pozn.: Grafy zobrazují procentuální podíl délky prezentace jednotlivých tematických kategorií na celkové stopáži relací. Celkový součet podílových hodnot může přesahovat 100 %. Inovace ve sběru dat totiž umožňuje přiřadit multitematickému příspěvku více témat z různých kategorií. Celkový součet podílů v případě Událostí činí 142 %, v případě všech relací ČT24 154 %.



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: 39 %

Do obsahu Událostí se promítl útok střelce v Uherském Brodě a především teroristické útoky muslimských radikálů proti redakci Charlie Hebdo a dalším objektům (stopáž jednotlivých mediálních událostí zachycuje [snímek 6](#)). Podrobný rozbor tematických kategorií **kriminální činy** a **společenské jevy** i srovnání s komerčními relacemi a hlavní zpravodajskou relací Radiožurnálu nabízí [snímek 10](#).

ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

TOP10 nejčastěji prezentovaných tematických kategorií v hlavních zpravodajských pořadech: 1P 2015, podíl na délce pořadu



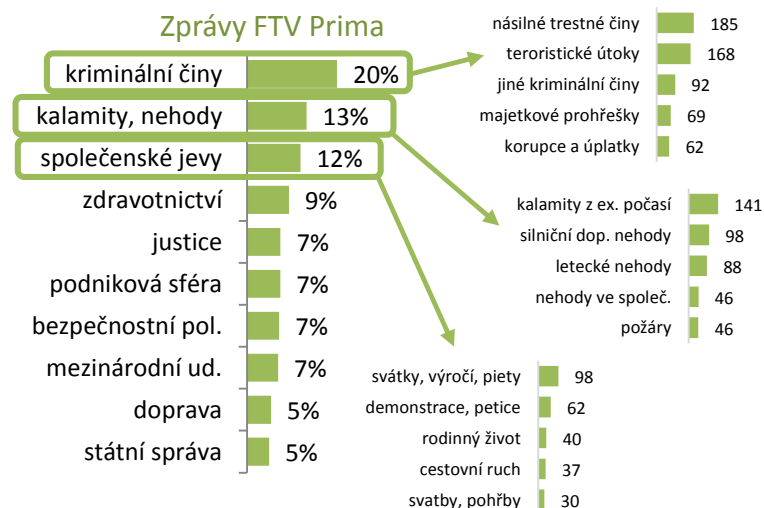
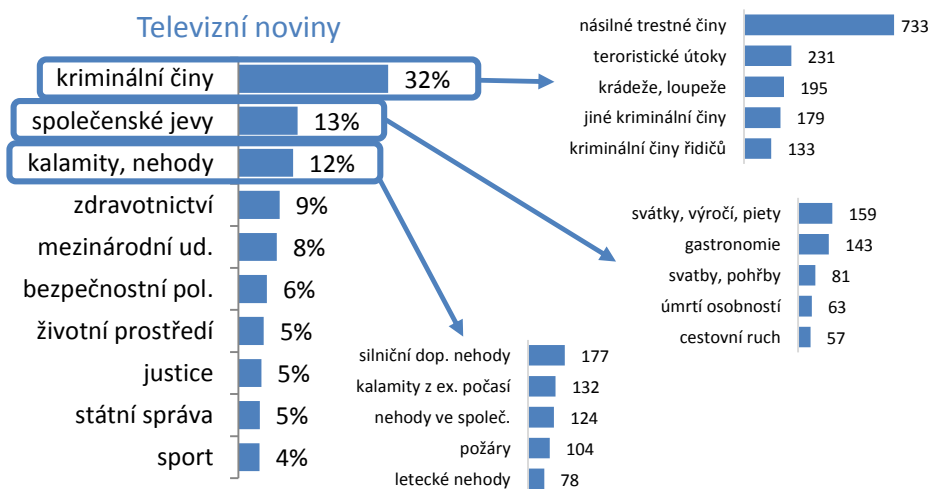
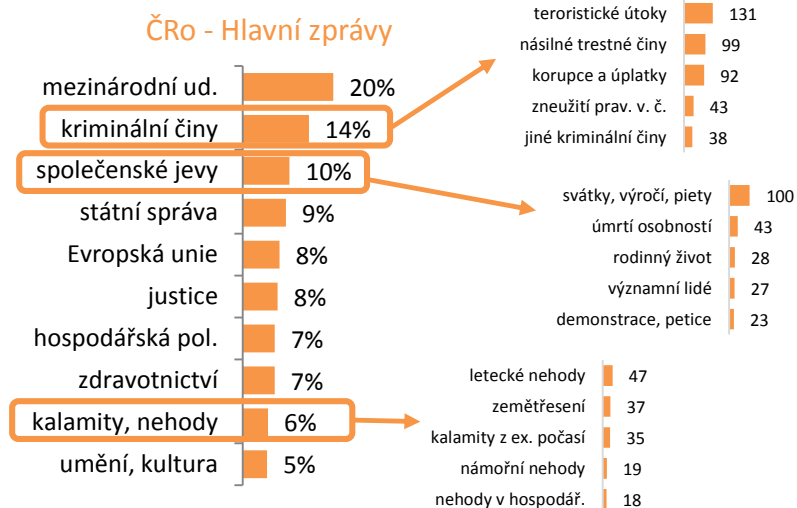
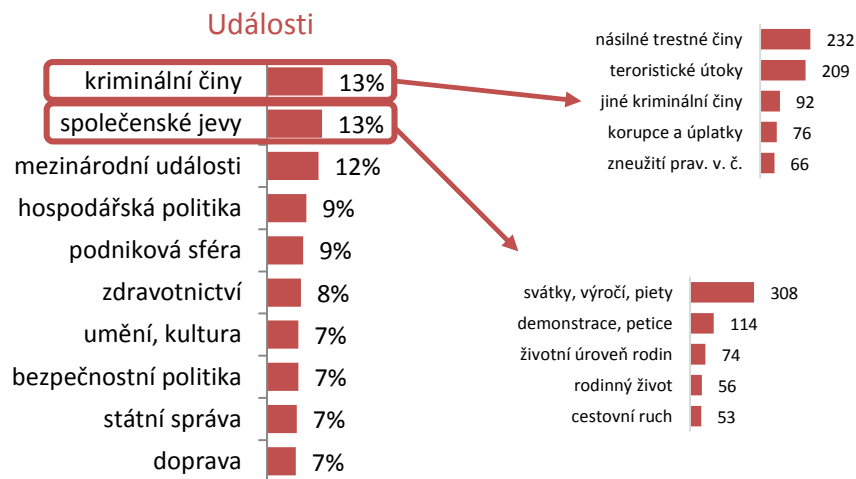
TOP10 nejčastěji prezentovaných tem. kategorií ve večerní zprav. hodině ČT, TV Nova, Prima FTV a ČRo: 1P 2015, podíl na délce pořadu



Podíl tematické kategorie **kriminální činy** v Událostech byl nejnižší ze všech sledovaných hlavních zpravodajských relací. Podobné pozornosti se v Událostech dostalo také **společenským jevům**, tedy především oslavám významných výročí, například konce 2. světové války.

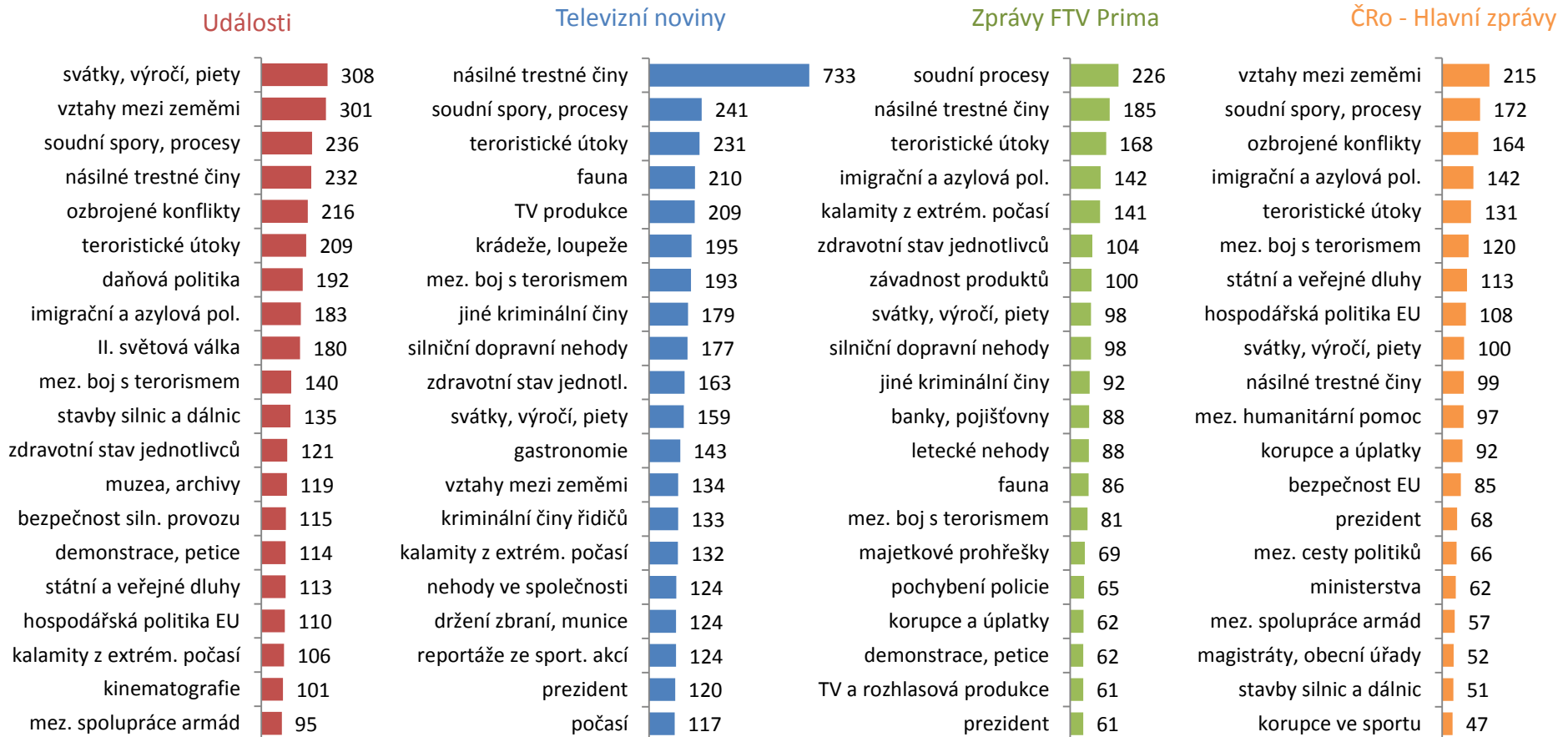
ZPRAVODAJSKÉ RELACE: tematické kategorie

Detailní tematický rozbor kategorií *kriminální činy, společenské jevy a kalamity, nehody* v hlavních zpravodajských pořadech: 1P 2015, podíl na délce pořadu (hodnoty TOP5 detailních témat jsou uváděny v minutách)



HLAVNÍ ZPRAVODAJSKÉ RELACE: detailní témata

Nejčastější témata v hlavních zpravodajských pořadech: 1P 2015, počet minut (báze: 468 tematických aspektů)



Na [snímku 9](#) zmíněné oslavy *svátků a výročí* byly dokonce v Událostech nejčastěji a nejdéle medializovaným hlavním tématem *příspěvků*. Celospolečensky zásadní téma, kterým je *daňová politika* se do dvacítky nejdéle prezentovaných témat dostalo pouze v Událostech. Rozhlasové Hlavní zprávy o daních informovaly 26 minut, Televizní noviny 50 minut a Zprávy FTV Prima 46 minut.

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 2015, počet minut (báze: 468 tematických aspektů)

Česká televize (19:00 – 19:50)



TV Nova (19:30 – 20:15)



Prima FTV (18:55 – 20:00)

Zprávy FTV Prima, Krimi zprávy, Divácké zprávy, VIP zprávy



ČRo Radiožurnál (18:00 – 18:30)



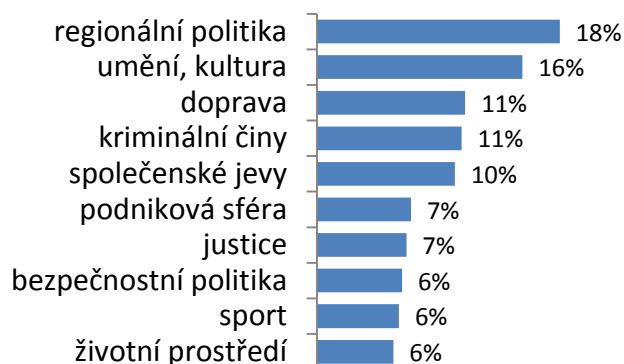
Tematický profil relací veřejné služby na straně jedné a relací komerčních na straně druhé odlišovala především přítomnost typicky bulvarizujících témat v případě druhé skupiny. Jednalo se nejen o násilné trestné činy a silniční dopravní nehody, ale například také o celebrity, prezentaci vlastní televizní produkce, gastronomie nebo sport.

UDÁLOSTI V REGIONECH – PRAHA, BRNO, OSTRAVA

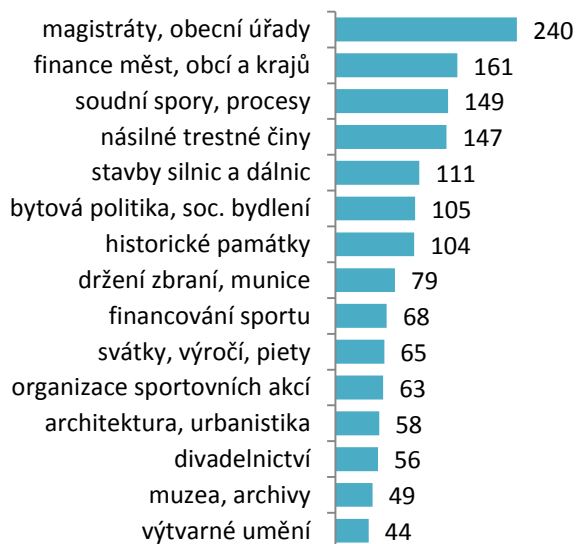
Nejčastější tematické kategorie (nahore) a detailní témata (dole) Událostí v regionech (1P 2015), podíl na délce pořadu a počet minut



PRAHA



BRNO



OSTRAVA



Do tematického profilu brněnských a ostravských Událostí v regionech promluvily i dva významné sportovní podniky – téma *organizace sportovních akcí*. Ostrava hostila Mistrovství světa v ledním hokeji, jihomoravské Uherské Hradiště zase fotbalové Mistrovství Evropy hráčů do 21 let.

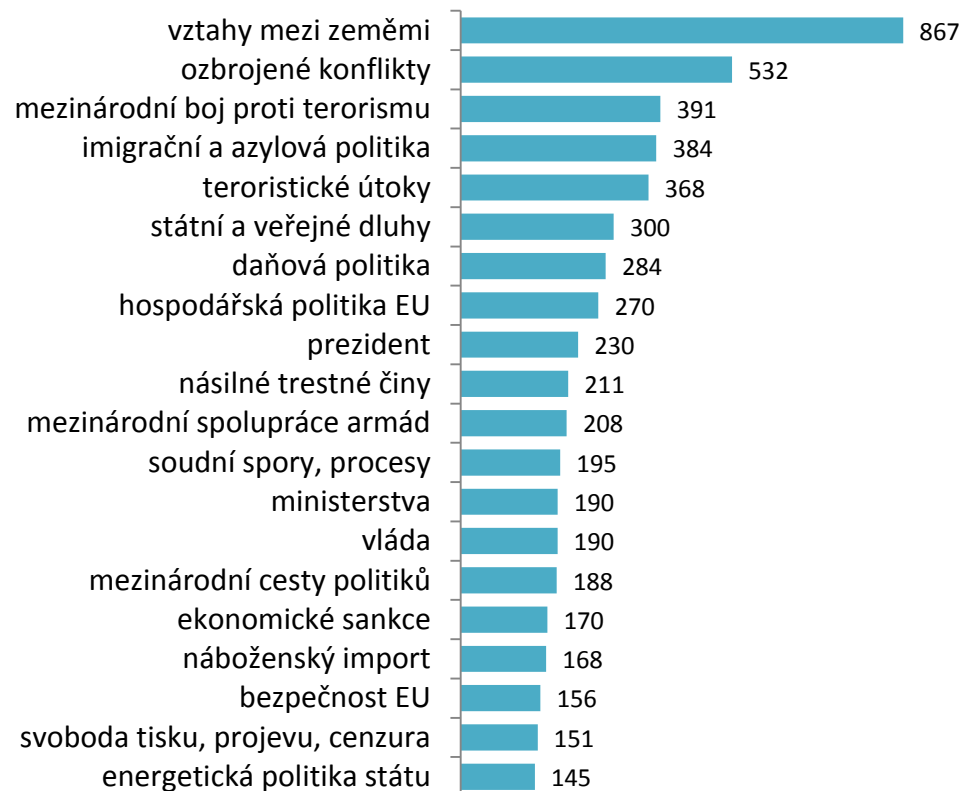
UDÁLOSTI, KOMENTÁŘE: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Událostí, komentářů (1P 2015), podíl na délce pořadu



Pozn.: Graf vlevo zobrazuje procentuální podíl délky prezentace jednotlivých tematických kategorií na celkové stopáži relace. Celkový součet podílových hodnot může přesahovat 100 %. Inovace ve sběru dat totiž umožňuje přiřadit multitematickému příspěvku více témat z různých kategorií. Celkový součet podílů v případě Událostí, komentářů činí 171 %.

Nejčastější témata reportáží Událostí, komentářů (1P 2015), počet minut (báze: 468 tematických aspektů)



Události, komentáře byly výrazně zahraničně a evropsky orientovanou relací, když jen během prvního pololetí informovaly o Evropské unii déle než 50 hodin, tedy přibližně stejně dlouho jako za celý rok 2014 (více [snímek 29](#)). Na tuto aktivitu měly podobně jako u dalších relací České televize významný vliv hospodářské problémy Řecka a eurozóny a bezpečnostní rizika vyvolaná vlnou běženců do Evropy (více [snímek 7](#)).

ZPRÁVY VE 23: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Zpráv ve 23
(1P 2015), podíl na délce pořadu



Celkový podíl zpráv ze zahraničí ve Zprávách ve 23: 47 %

Pozn.: Graf vlevo zobrazuje procentuální podíl délky prezentace jednotlivých tematických kategorií na celkové stopáži relace. Celkový součet podílových hodnot může přesahovat 100 %. Inovace ve sběru dat totiž umožňuje přiřadit multitematickému příspěvku více témat z různých kategorií. Celkový součet podílů v případě Zpráv ve 23 činí 157 %.

Nejčastější témata reportáží Zpráv ve 23 (1P 2015), počet minut
(báze: 468 tematických aspektů)

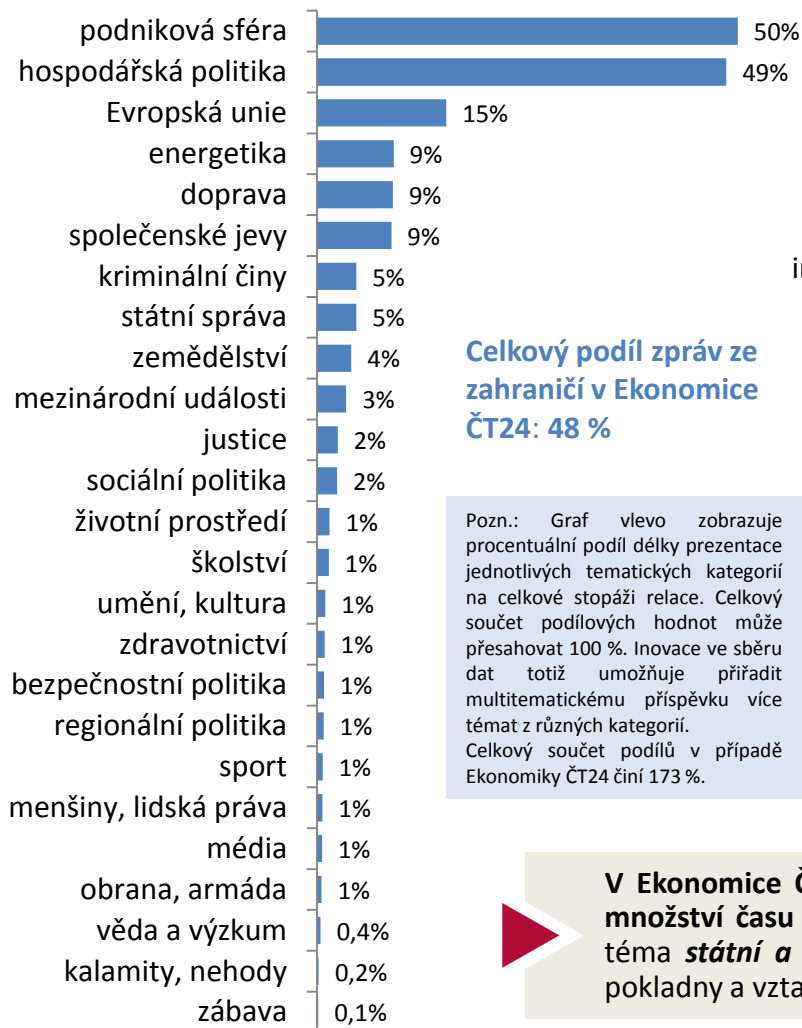


Téměř desetinný podíl na obsahu Zpráv ve 23 měla tematická kategorie *justice*. O soudních sporech a procesech bylo během sledovaného pololetí odvysíláno 123 zpravodajských příspěvků, z nichž 21 bylo vázáno na kauzu Jany Nečasové (dříve Nagyové) a 16 na líčení v procesu Davida Ratha.

EKONOMIKA ČT24: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Ekonomiky ČT24

(1P 2015), podíl na délce pořadu



Celkový podíl zpráv ze zahraničí v Ekonomice ČT24: 48 %

Pozn.: Graf vlevo zobrazuje procentuální podíl délky prezentace jednotlivých tematických kategorií na celkové stopáži relace. Celkový součet podílových hodnot může přesahovat 100 %. Inovace ve sběru dat totiž umožňuje přiřadit multitematickému příspěvku více témat z různých kategorií. Celkový součet podílů v případě Ekonomiky ČT24 činí 173 %.

Nejčastější témata reportáží Ekonomiky ČT24

(1P 2015), počet minut (báze: 468 tematických aspektů)

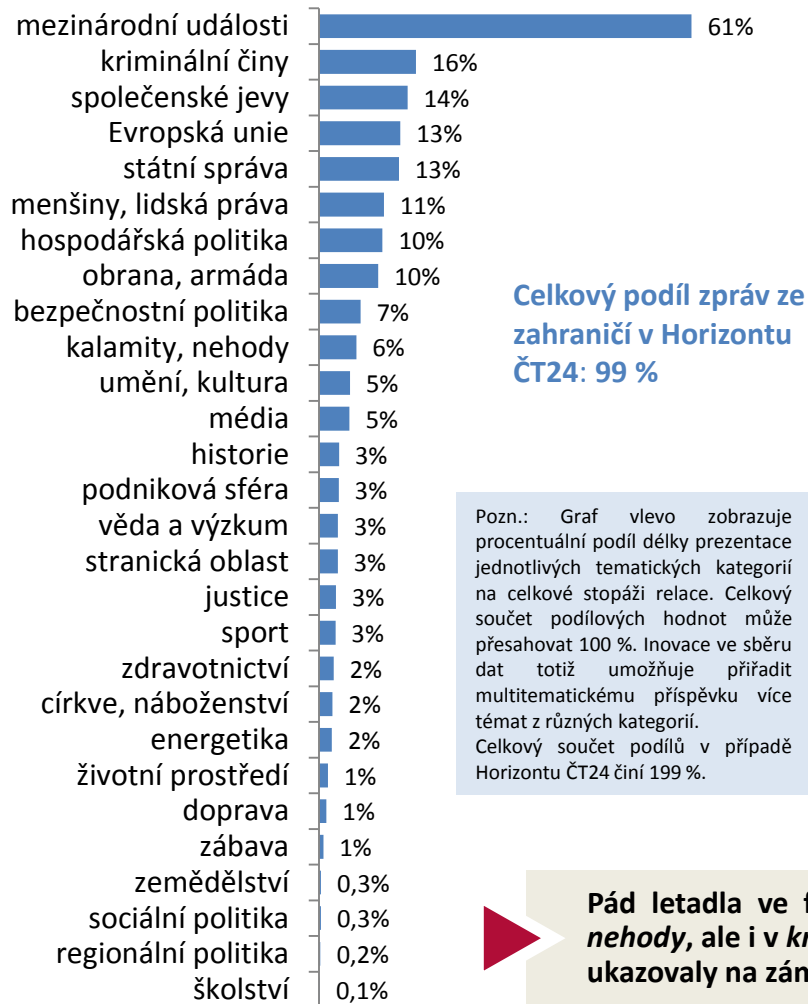


V Ekonomice ČT24 bylo věnováno *hospodářské a měnové politice Evropské unie* stejné množství času jako v [Událostech](#), [komentářích](#). S hospodařením eurozóny úzce souviselo téma *státní a veřejné dluhy*, které naplňovaly především informace o stavu řecké státní pokladny a vztahu Řecka k věřitelům.

HORIZONT ČT24: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Horizontu ČT24

(1P 2015), podíl na délce pořadu



Pozn.: Graf vlevo zobrazuje procentuální podíl délky prezentace jednotlivých tematických kategorií na celkové stopáži relace. Celkový součet podílových hodnot může přesahovat 100 %. Inovace ve sběru dat totiž umožňuje přiřadit multitematickému příspěvku více témat z různých kategorií. Celkový součet podílů v případě Horizontu ČT24 činí 199 %.

Nejčastější témata reportáží Horizontu ČT24

(1P 2015), počet minut (báze: 468 tematických aspektů)

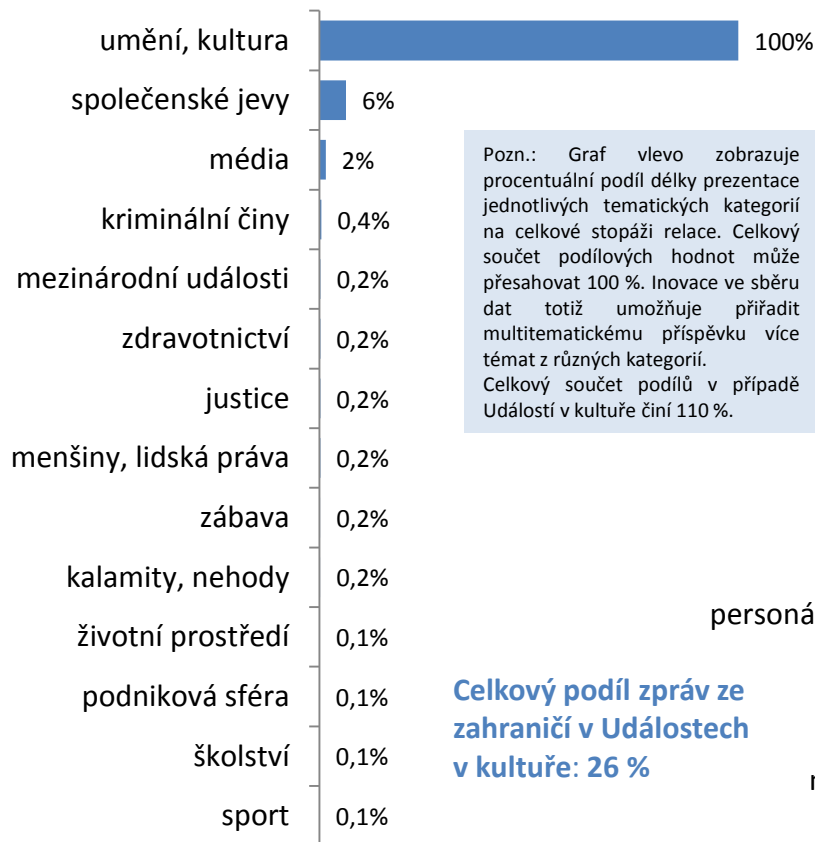


Pád letadla ve francouzských Alpách se tematicky odrazil nejen v kategorii *kalamity a nehody*, ale i v *kriminálních činech*, protože brzy po tragédii vyšly najevo jasné důkazy, které ukazovaly na záměrný čin druhého pilota Andrease Lubitze.

UDÁLOSTI V KULTUŘE: tematická struktura

Tematické kategorie příspěvků Událostí v kultuře

(1P 2015), podíl na délce pořadu



Nejčastější témata reportáží Událostí v kultuře

(1P 2015), počet minut (báze: 468 tematických aspektů)



Během 1. pololetí bylo v Událostech v kultuře odvysíláno 302 příspěvků o kinematografii, z nichž každý trval v průměru necelé 2 minuty. Nedílnou součástí relace bylo i informování o úmrtích významných kulturních osobností. V analyzovaném období to byli mezi jinými například spisovatelé Ludvík Vaculík a Terry Pratchett nebo herci Pierre Brice a Christopher Lee.

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



Souhrnné ukazatele

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

Politické strany

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

Politici

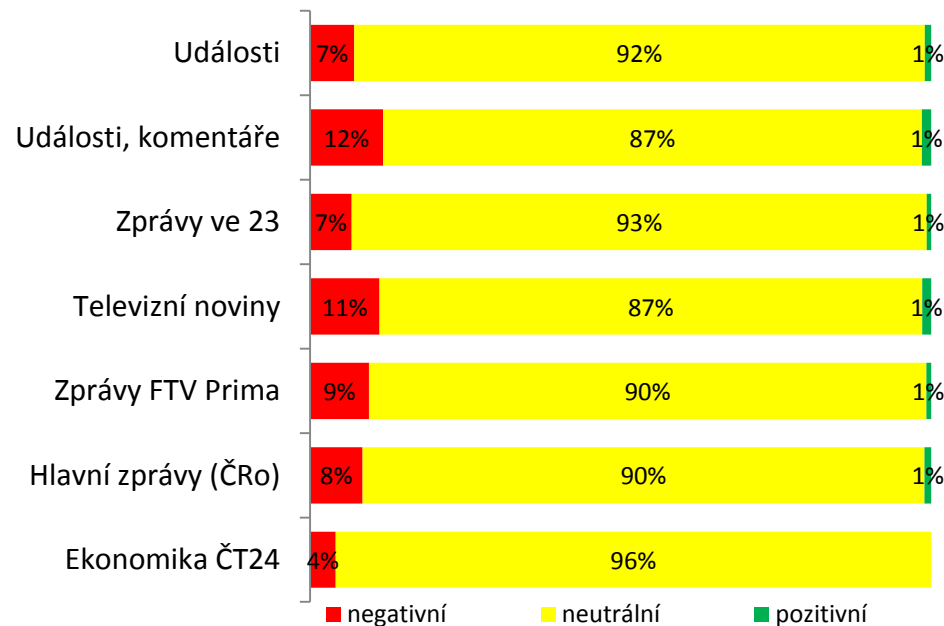
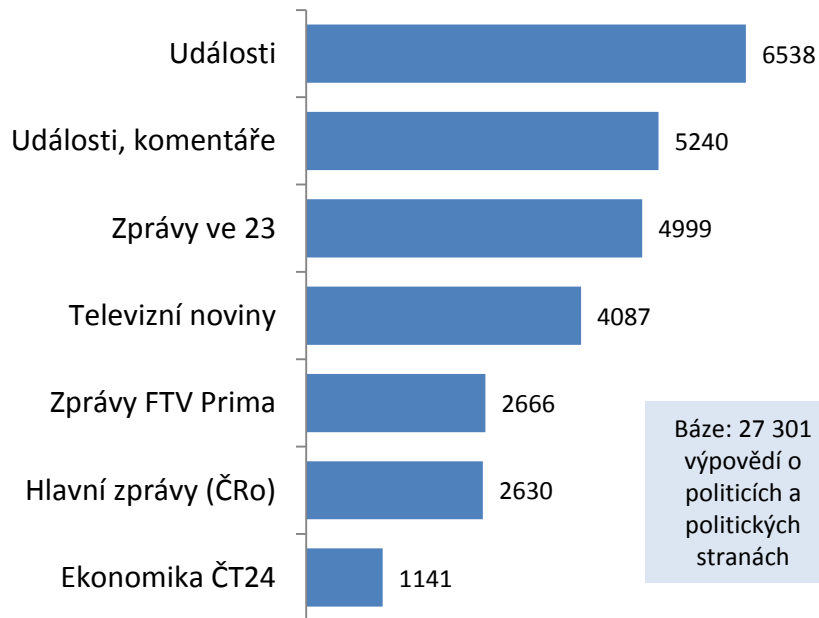
- [politici v Událostech, ve zpravodajství ČT24](#)
- [hosté Událostí, komentářů](#)

Témata

- [věcná témata v politickém zpravodajství](#)

SOUHRNNÉ UKAZATELE POLITICKÉHO ZPRAVODAJSTVÍ

Intenzita a tón medializace politického zpravodajství ve zpravodajských relacích (1P 2015), počet [výpovědí](#) o politicích a politických stranách

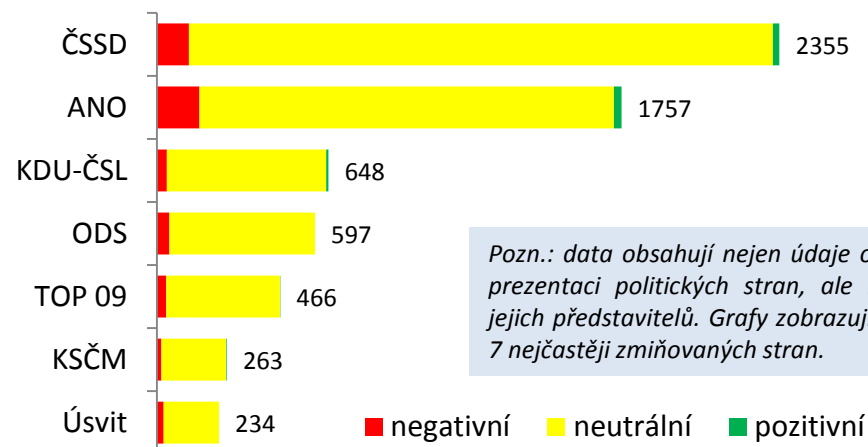
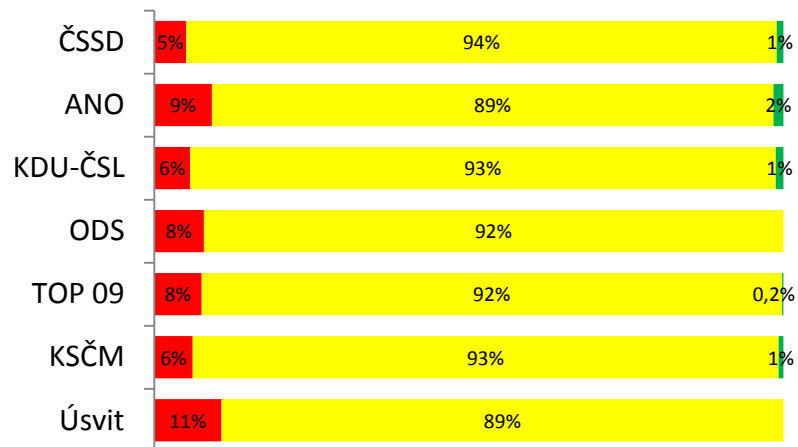


Zpravodajové ČT24 ve sledovaném pololetí potvrdili dlouhodobě platný trend a v informování o politice byli výrazně aktivnější než redaktoři Televizních novin nebo Zpráv FTV Prima.

Co se tonality politického zpravodajství týká, podíl negativity v Událostech, komentářích byl v 1. polovině roku 2015 vyšší než u komerčních Televizních novin, kterým tento primát v minulosti pravidelně patřil. V komentované relaci byli autoři nepříznivých výpovědí častěji samotní politici nebo komentátoři přítomní ve studiu (jejich přehled nabízí [snímek 26](#)), nikoliv novináři ČT.

POLITICKÉ STRANY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

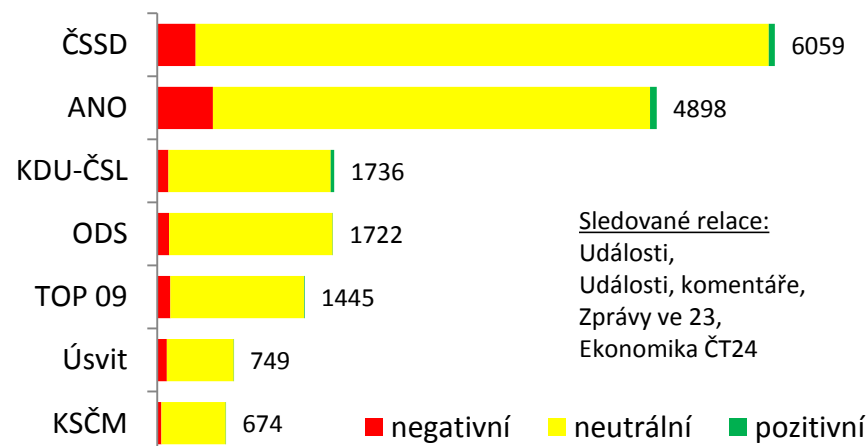
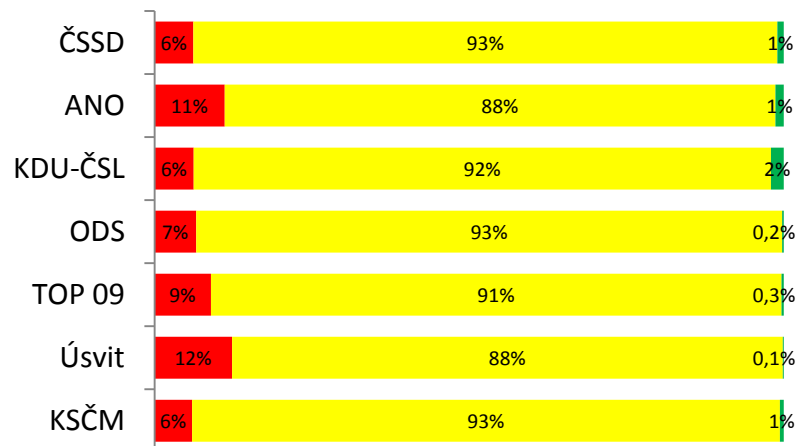
Intenzita a tón medializace politických stran v pořadu UDÁLOSTI – 1P 2015, počet výpovědí



Pozn.: data obsahují nejen údaje o prezentaci politických stran, ale i jejich představitelů. Grafy zobrazují 7 nejčastěji zmiňovaných stran.

negativní neutrální pozitivní

Intenzita a tón medializace politických stran v relacích ČT24 – 1P 2015, počet výpovědí



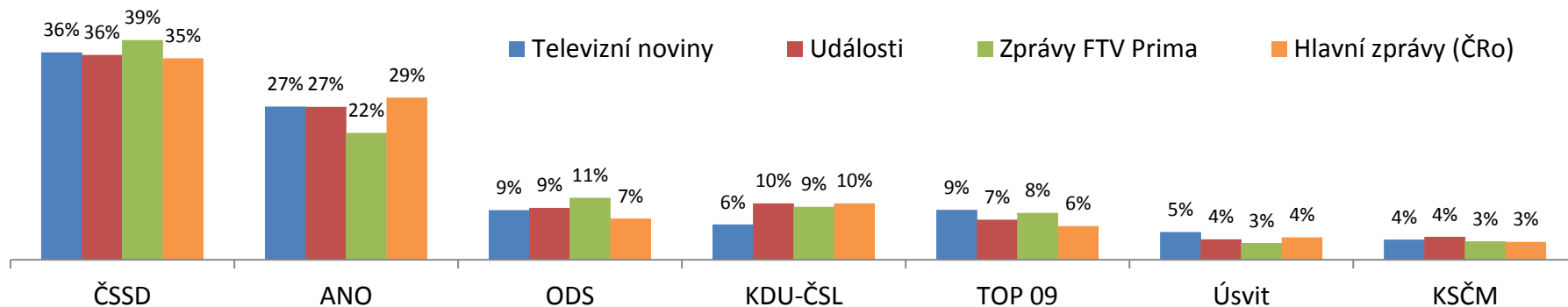
Sledované relace:
 Události,
 Události, komentáře,
 Zprávy ve 23,
 Ekonomika ČT24

negativní neutrální pozitivní

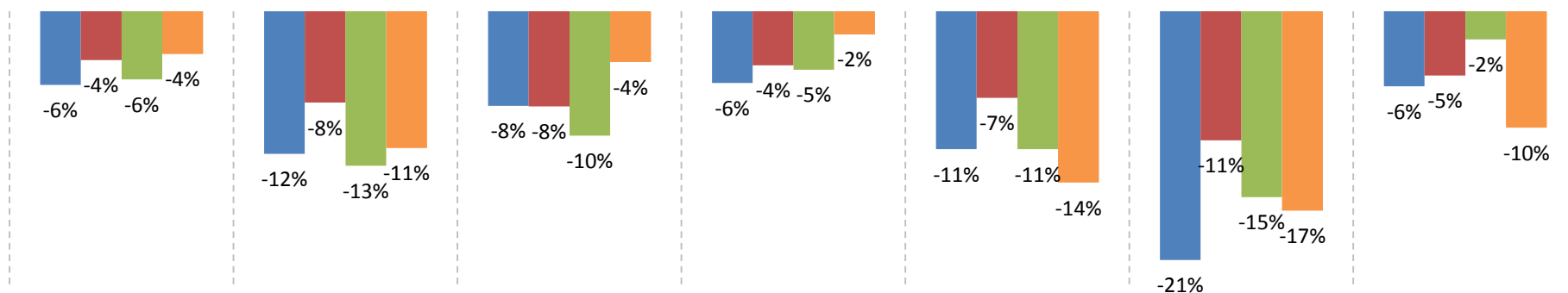
Nejpříznivěji prezentovanou stranou Poslanecké sněmovny byla ve zpravodajství České televize KDU-ČSL, nejméně příznivě pak rozpadající se Úsvit přímé demokracie Tomia Okamury.

POLITICKÉ STRANY V HL. ZPRAV. POŘADECH: intenzita

Podíl sedmi nejčastěji zmiňovaných politických stran na politickém zpravodajství (1P 2015); hodnoty představují procentuální zastoupení stran a jejich představitelů v politickém zpravodajství vybraných pořadů



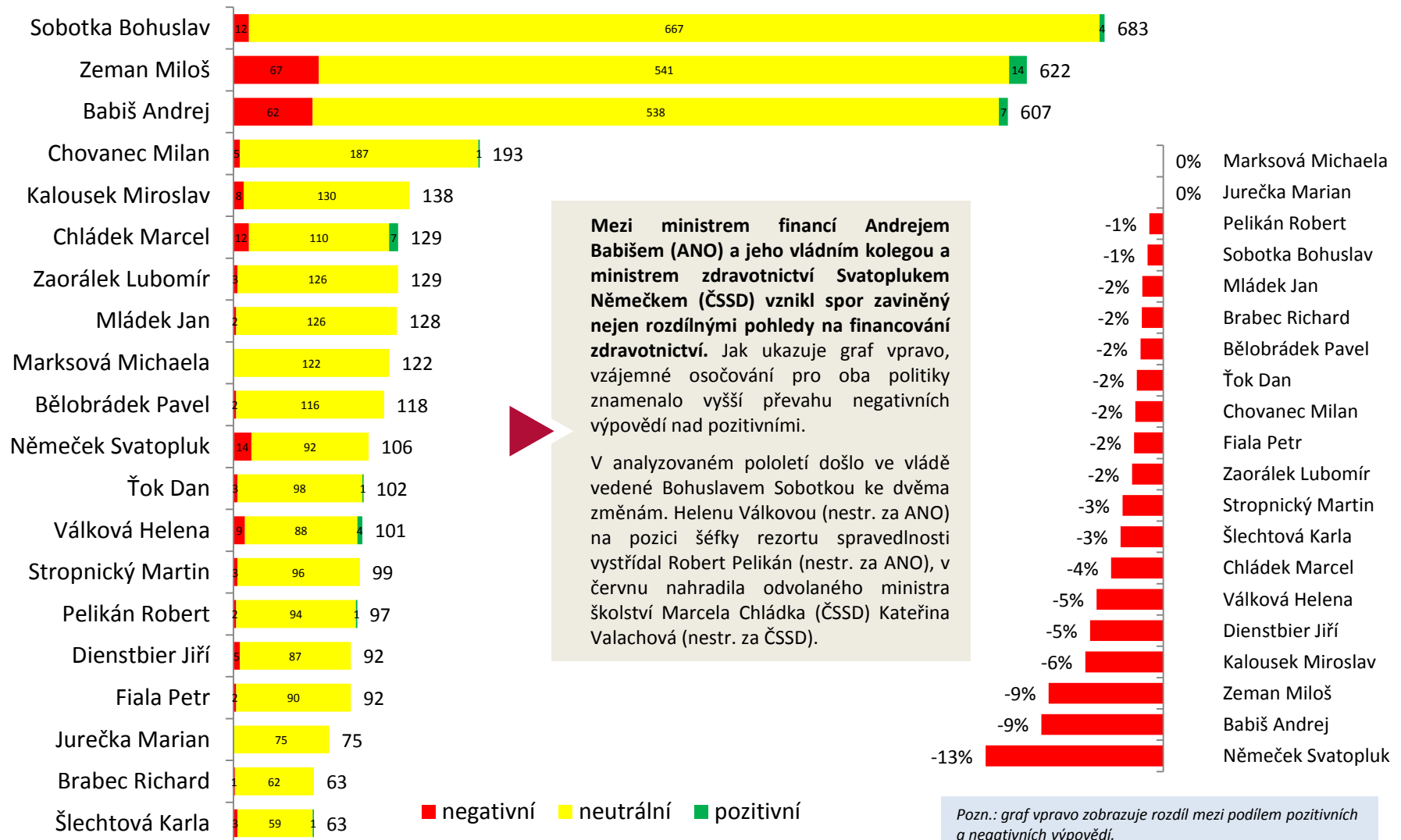
Tón medializace politických stran v hlavních zpravodajských pořadech (7 nejčastěji zmiňovaných pol. stran). Hodnoty představují rozdíl mezi podílem pozitivních a negativních výpovědí. Záporné číslo tedy znamená, že strana byla prezentována s převahou negativních výpovědí.



Parlamentní politické strany a hnutí ČSSD, ANO, ODS a KDU-ČSL během sledovaného pololetí konaly své sjezdy a sněmy. Z rozštěpeného hnutí Úsvit odešel jeho předseda a zakladatel Tomio Okamura, který spolu s Radimem Fialou založil hnutí Svoboda a přímá demokracie.

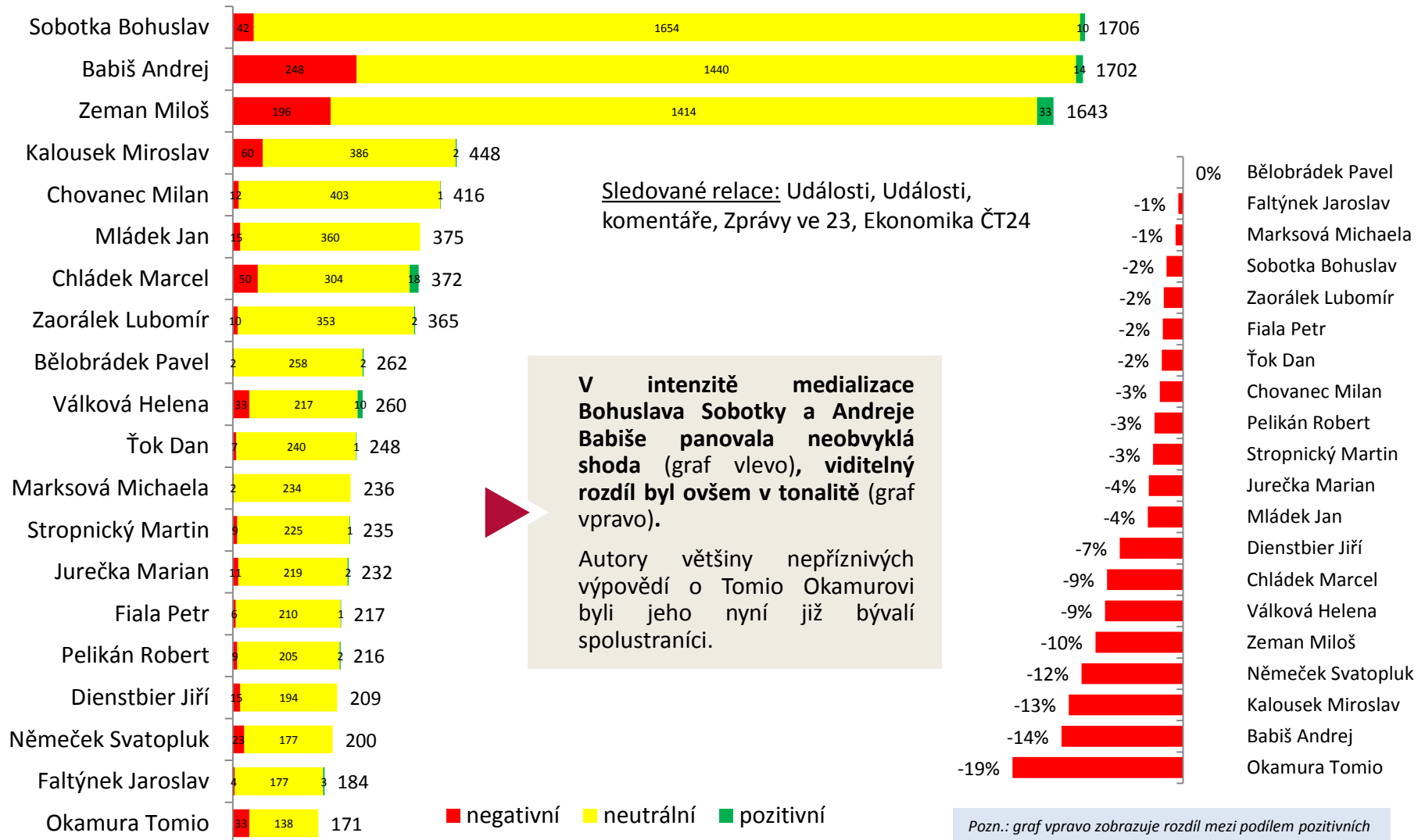
ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ: Události

Nejčastěji prezentovaní politici v Událostech a tón jejich medializace (1P 2015), počet výpovědí



ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

Nejčastěji prezentovaní politici v relacích ČT24 a tón jejich medializace (1P 2015), počet výpovědí

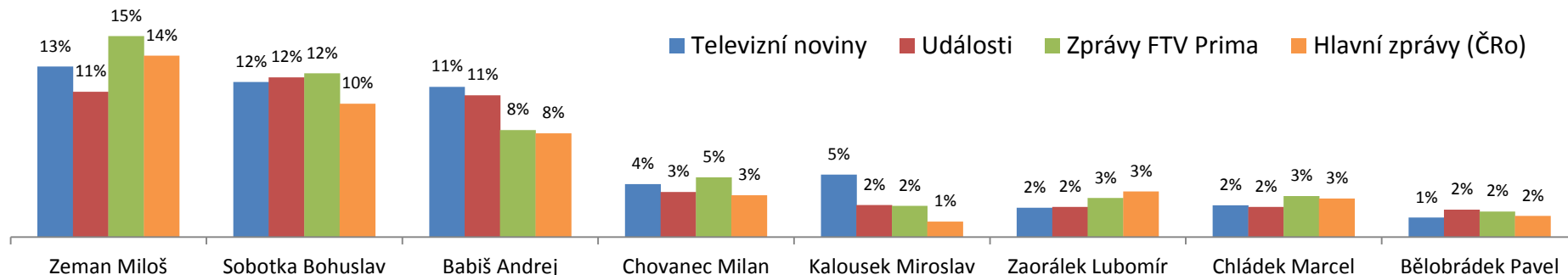


Pozn.: graf vpravo zobrazuje rozdíl mezi podílem pozitivních a negativních výpovědí.

POLITICI V HLAVNÍCH ZPRAV. POŘADECH

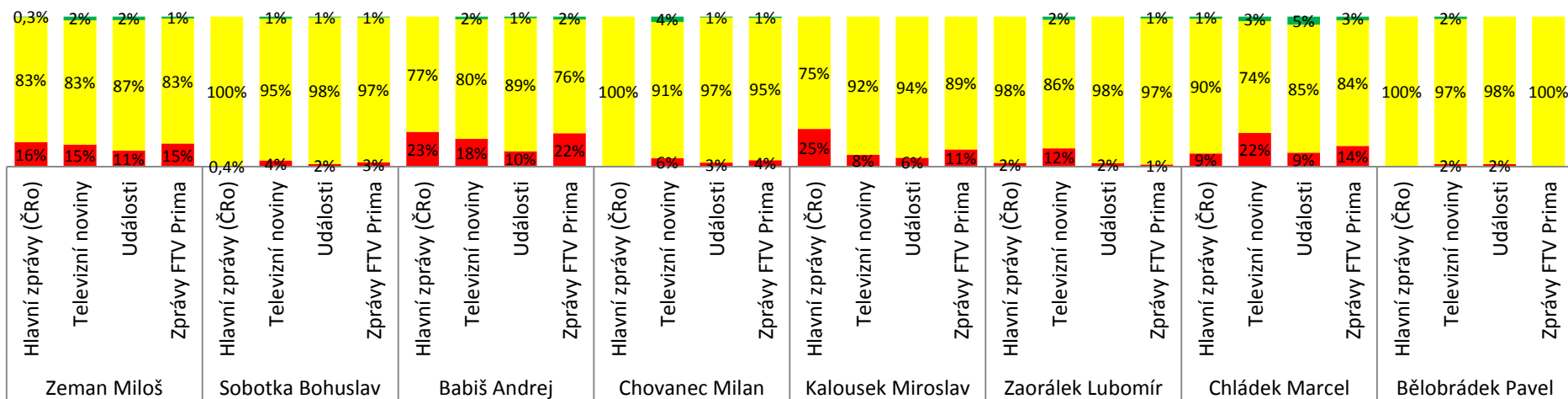
Podíl nejčastěji zmiňovaných politiků na zpravodajství o politických představitelích (1P 2015)

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



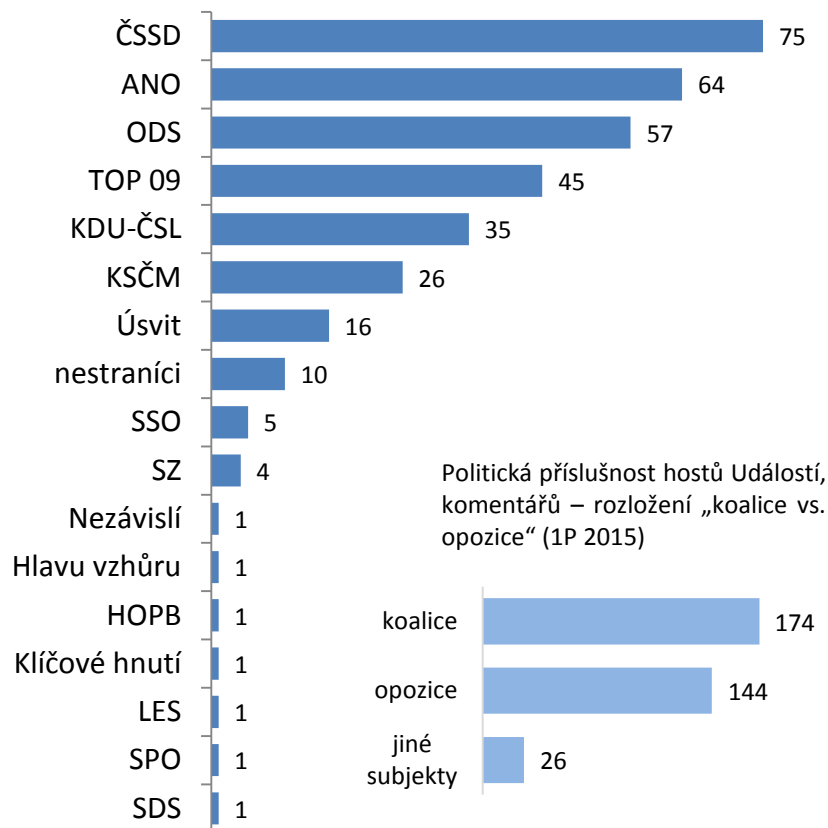
Události prezentovaly sněmovní hádky ministra financí Andreje Babiše a jeho předchůdce Miroslava Kalouska spíše v neutrálním tónu (graf dole). Tonalita medializace obou politiků byla proto v hlavní relaci ČT značně odlišná od hodnot dosažených Hlavními zprávami ČRo.

Tón medializace nejčastěji zmiňovaných politiků v hlavních zpravodajských relacích (1P 2015)

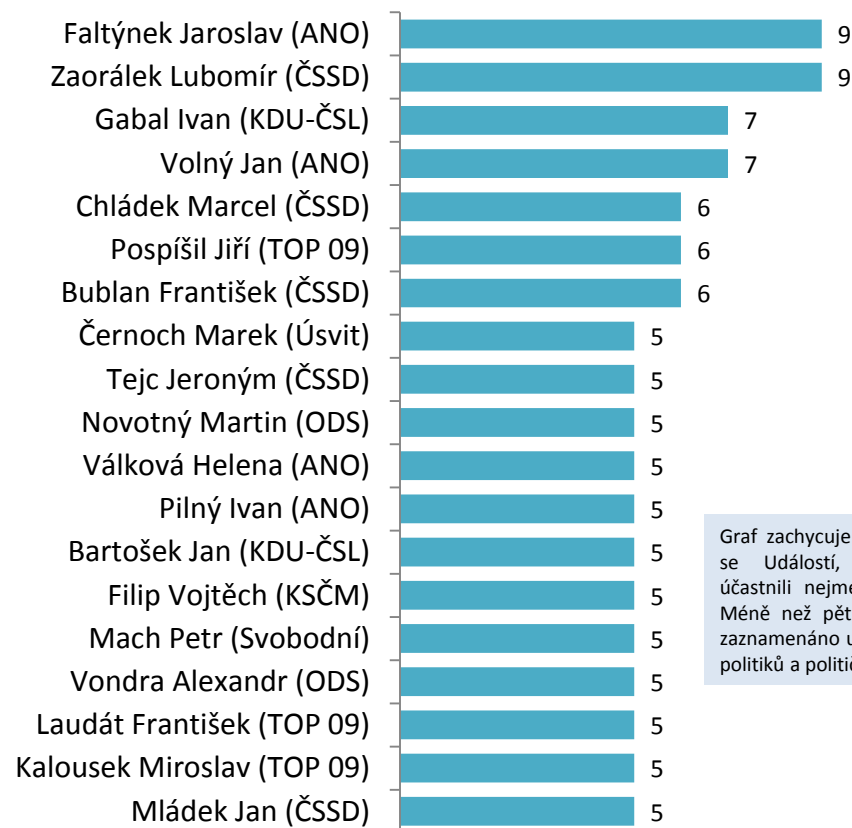


ČEŠTÍ POLITICI VE ZPRAVODAJSTVÍ: hosté Událostí, komentářů

Zastoupení představitelů politických stran v Událostech, komentářích (1P 2015), počet účastí



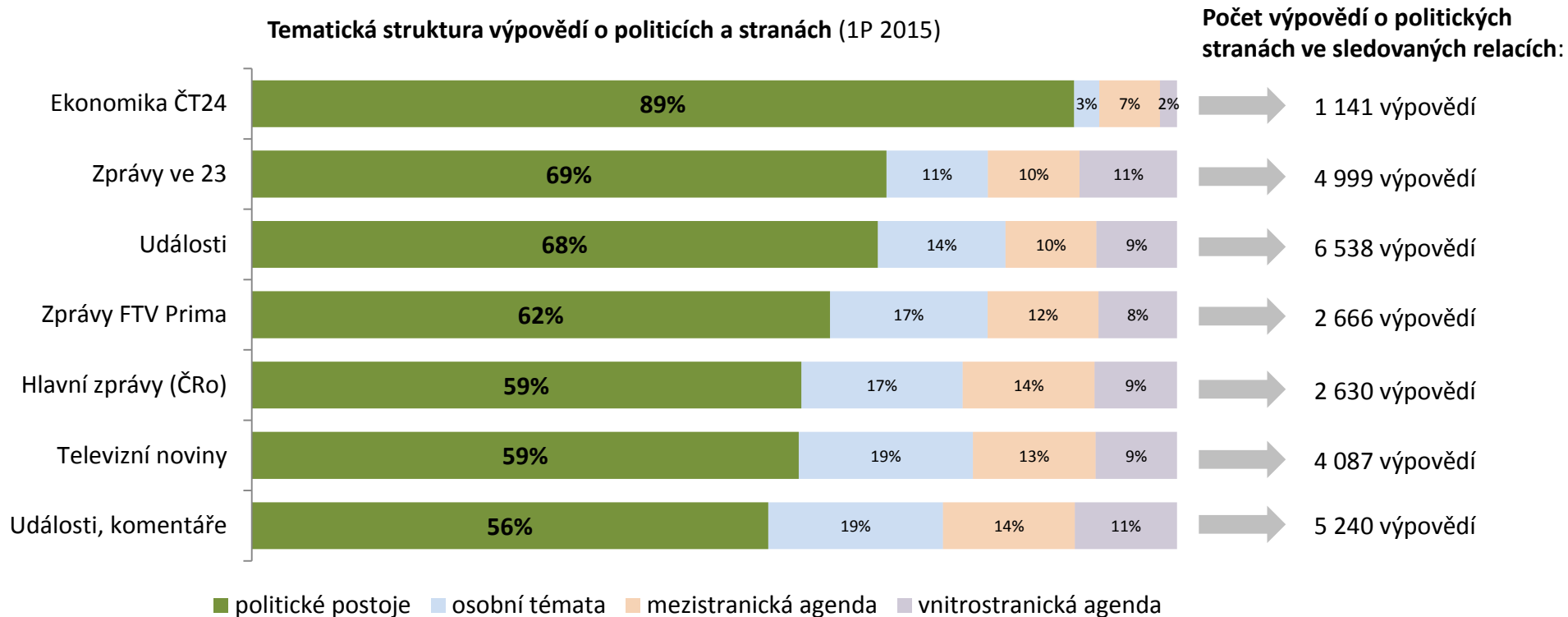
Nejčastější hosté Událostí, komentářů (1P 2015), počet účastí



Graf zachycuje hosty, kteří se Událostí, komentářů účastnili nejméně pětkrát. Méně než pět účastí bylo zaznamenáno u dalších 121 politiků a političek.

Událostí, komentářů se přímo ve studiu nebo pomocí telemostu účastnilo 140 různých politiků a političek. Poměrné rozložení zástupců vládní koalice a opozice zcela přesně kopírovalo rozložení politických sil v [Poslanecké sněmovně](#) (trojice koaličních stran ČSSD, ANO a KDU-ČSL má většinu 111 hlasů nad 89 opozičními poslanci).

VĚCNÁ TÉMATA V POLITICKÉM ZPRAVODAJSTVÍ



politické postoje: program, faktické programové kroky, věcná témata (školství, 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.

Poměrně vysokých podílových hodnot dosahovala v Událostech, komentářích a Zprávách ve 23 oblast vnitrostranické agendy. Tato skutečnost souvisela s již na [snímku 22](#) zmíněnými stranickými sjezdy a sněmy subjektů zastoupených v Poslanecké sněmovně. Diskuzi vyvolala především volba předsednictva hnutí ANO, téměř stoprocentní podpora Andreje Babiše, kritické vystoupení poslance Ivana Pilného a nezvolení ministra obrany Martina Stropnického do vedení.

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



Zahraniční zpravodajství

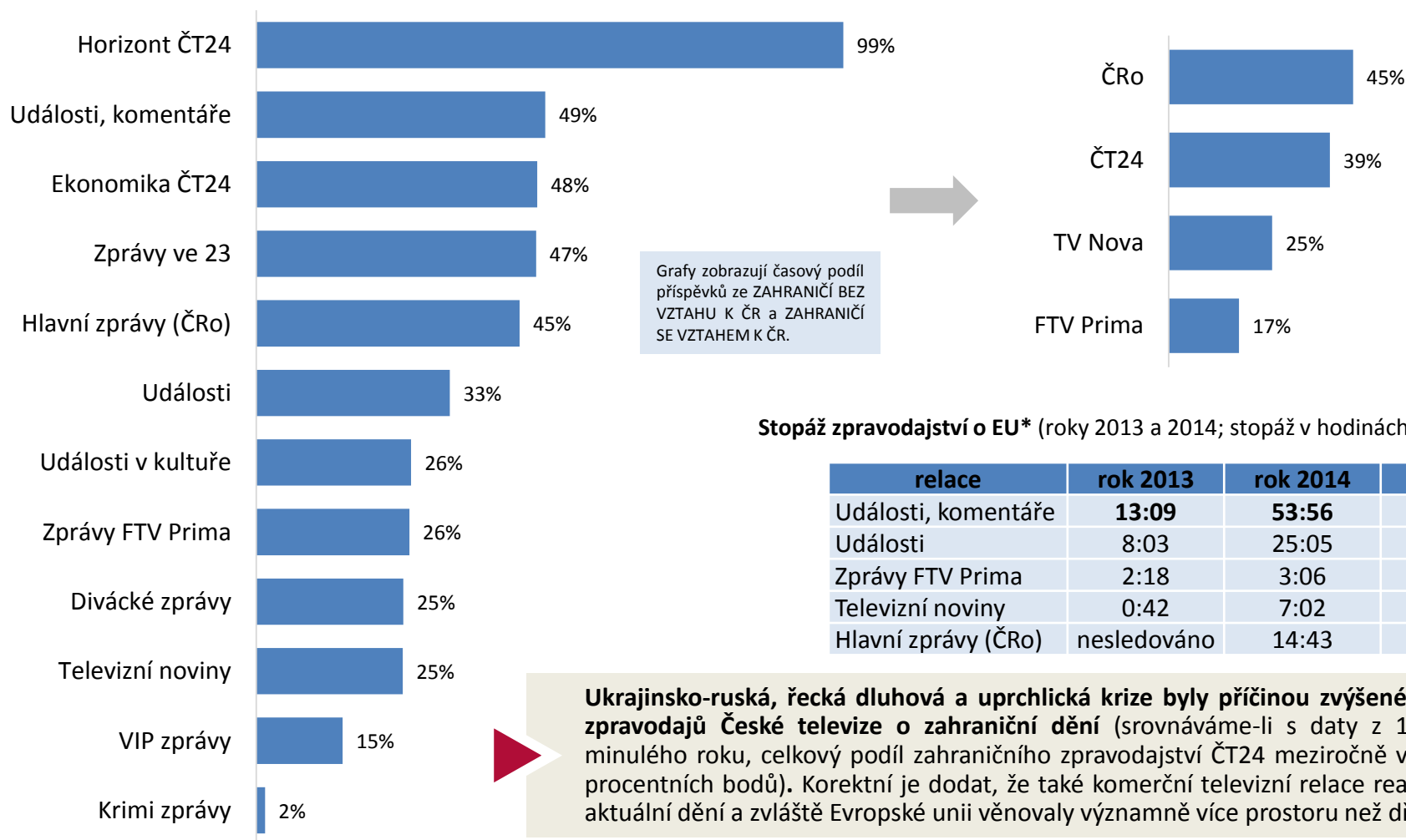
- podíl zahraničního zpravodajství
- nejčastěji zmiňované zahraniční lokality
- témata zahraničního zpravodajství
- kombinace „zahraniční lokalita: téma“

Regionální zpravodajství v celostátních relacích

- regionální struktura zpravodajství o ČR
- medializace krajů v Událostech
- kombinace „regionální destinace: téma“

PODÍL ZAHRANIČNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Podíl zahraničního zpravodajství ve sledovaných relacích ČT24, TV Nova, Prima FTV a ČRo Radiožurnálu: 1P 2015, podíl na stopáži



Stopáž zpravodajství o EU* (roky 2013 a 2014; stopáž v hodinách a minutách)

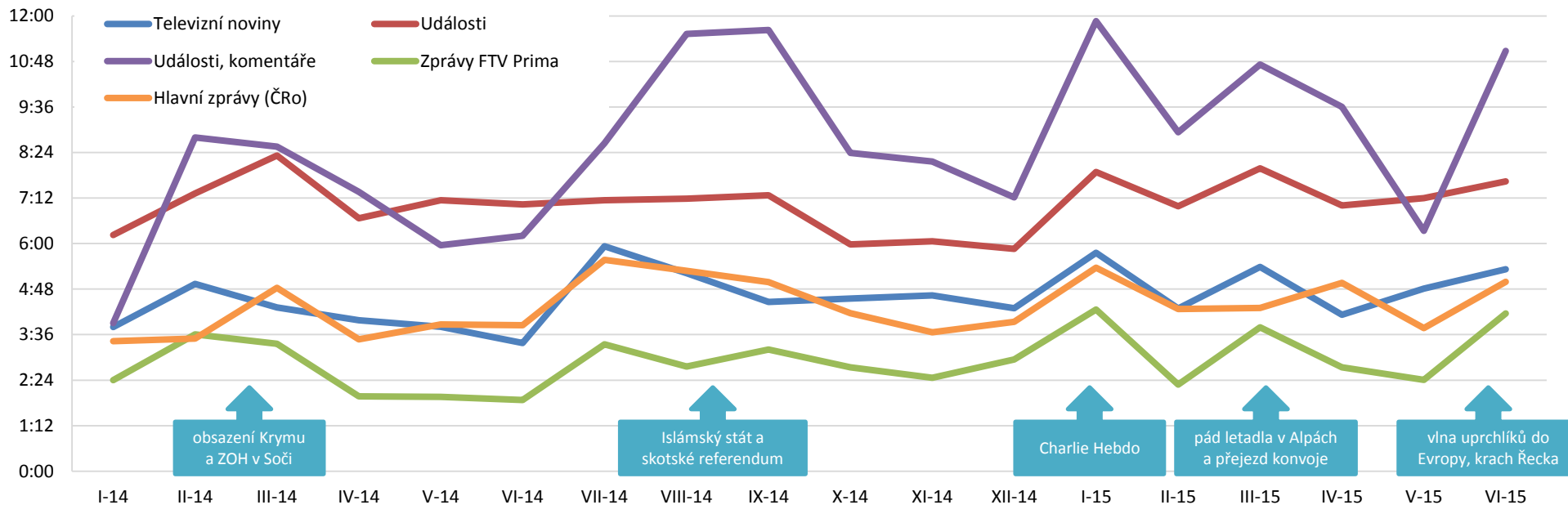
relace	rok 2013	rok 2014	1P 2015
Události, komentáře	13:09	53:56	50:01
Události	8:03	25:05	20:08
Zprávy FTV Prima	2:18	3:06	6:58
Televizní noviny	0:42	7:02	6:39
Hlavní zprávy (ČRo)	nesledováno	14:43	13:19

Ukrajinsko-ruská, řecká dluhová a uprchlická krize byly příčinou zvýšeného zájmu zpravodajů České televize o zahraniční dění (srovnáváme-li s daty z 1. pololetí minulého roku, celkový podíl zahraničního zpravodajství ČT24 meziročně vzrostl o 5 procentních bodů). Korektní je dodat, že také komerční televizní relace reagovaly na aktuální dění a zvláště Evropské unii věnovaly významně více prostoru než dříve.

*výsledný výstup je průnikem množin příspěvků, ve kterých byl jako hlavní téma klasifikován některý z aspektů tematické kategorie *Evropská unie*, nebo takových, kde byly jako vztažný prostor příspěvku klasifikovány *země Evropské unie*.

ZAHRANIČNÍ ZPRAVODAJSTVÍ

Časový vývoj stopáže zahraničního zpravodajství v relacích ČT, TV Nova, Prima FTV a ČRo (roky 2014 a 2015)



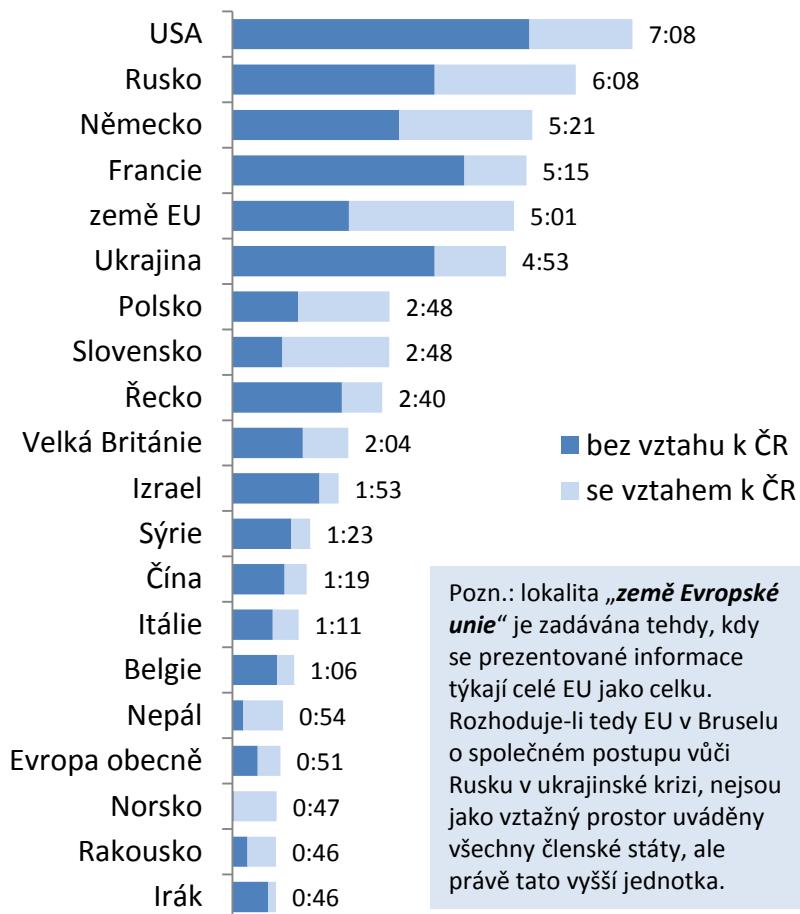
Vývoj podílu zahraničního zpravodajství v relacích ČT, TV Nova, Prima FTV a ČRo (roky 2013, 2014 a 2015)

relace	1P 2013	2P 2013	1P 2014	2P 2014	1P 2015
Události, komentáře	29 %	26 %	35 %	47 %	49 %
Události	27 %	26 %	32 %	29 %	33 %
Zprávy FTV Prima	19 %	19 %	19 %	18 %	26 %
Televizní noviny	17 %	18 %	20 %	24 %	25 %
Hlavní zprávy (ČRo)	nesledováno		37 %	43 %	45 %

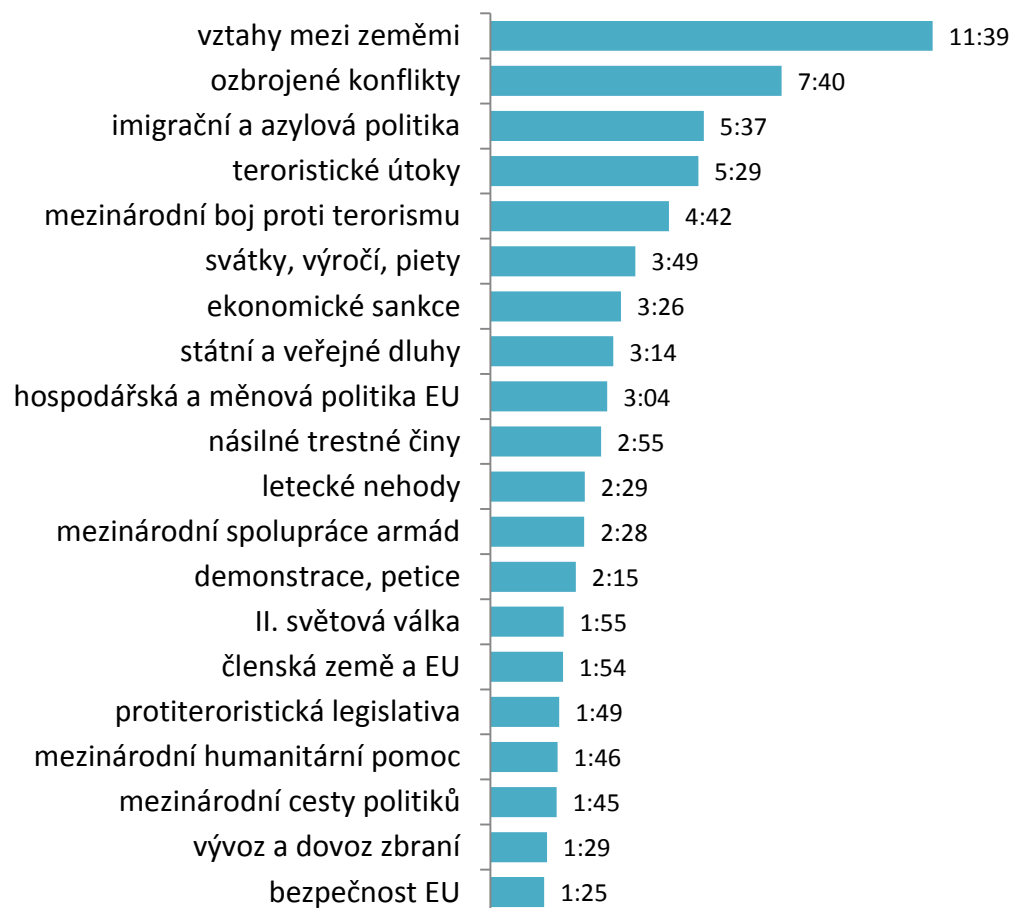
Především lednové, březnové a červnové dění stálo za skutečností, že všechny hlavní zpravodajské relace a Události, komentáře dosáhly v analyzovaném 1. pololetí dlouhodobě nejvyšších hodnot podílu zahraničního zpravodajství. Nutno přitom dodat, že zvýšený zájem televizních i rozhlasových novinářů byl vyvolán převážně negativními a tragickými událostmi.

ZAHRA NIČNÍ LOKALITY V UDÁLOSTECH

Nejčastěji zmiňované zahraniční lokality ve zpravodajství Událostí (1P 2015, stopáž v hodinách a minutách)



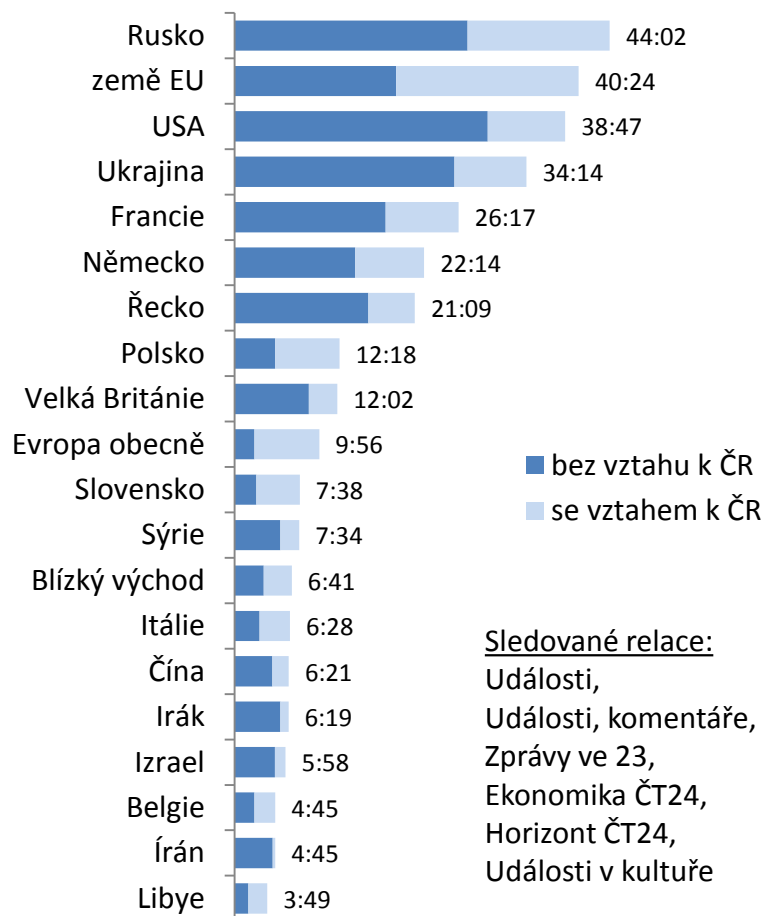
Nejčastější témata zahraničního zpravodajství v Událostech (1P 2015, stopáž v hodinách a minutách)



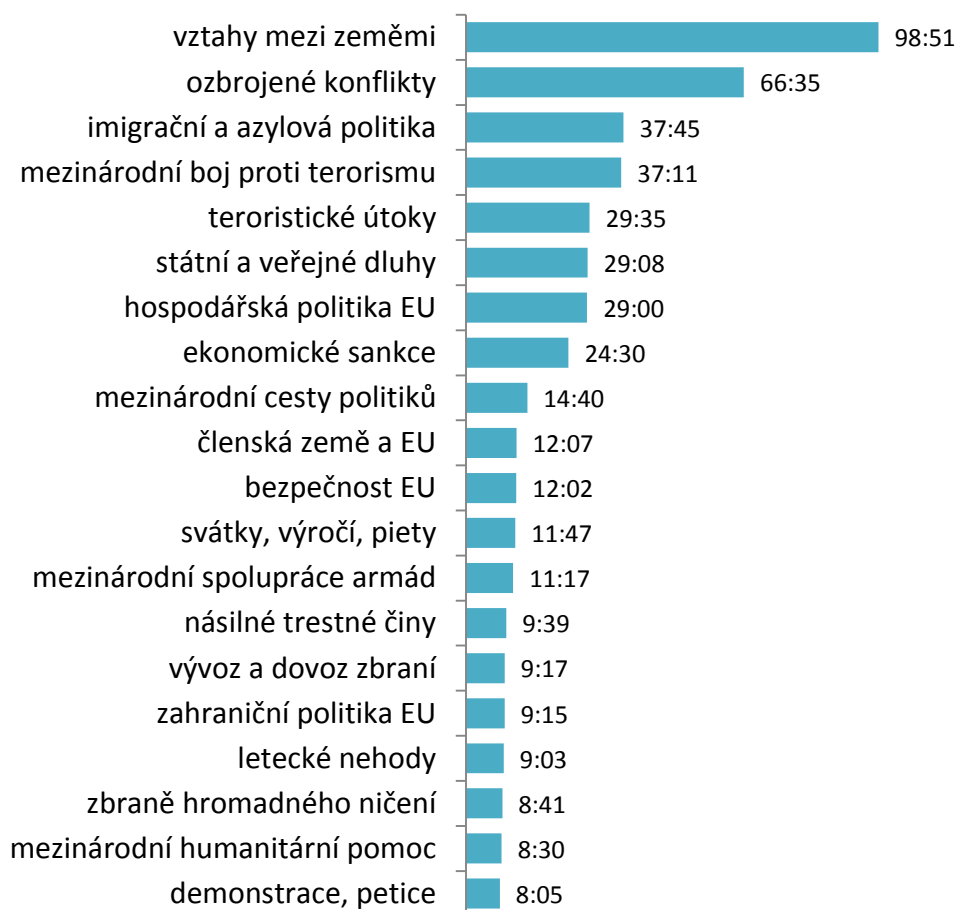
Vlna migrantů mířících z Blízkého východu a Afriky do Evropy nabyla na síle především v květnu a červnu. Právě tehdy se také stala nedílnou součástí Událostí a **imigrační a azylová politika** vyšplhala na 3. příčku statistiky nejčastějších témat zahraničního zpravodajství.

ZAHRA NIČNÍ LOKALITY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

Nejčastěji zmiňované zahraniční lokality ve zpravodajství ČT24 (1P 2015, stopáž v hodinách a minutách)



Nejčastější témata zahraničního zpravodajství v relacích ČT24 (1P 2015, stopáž v hodinách a minutách)



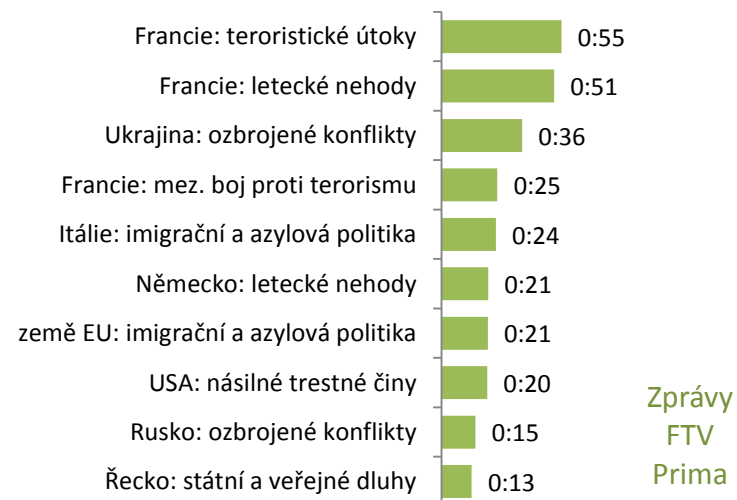
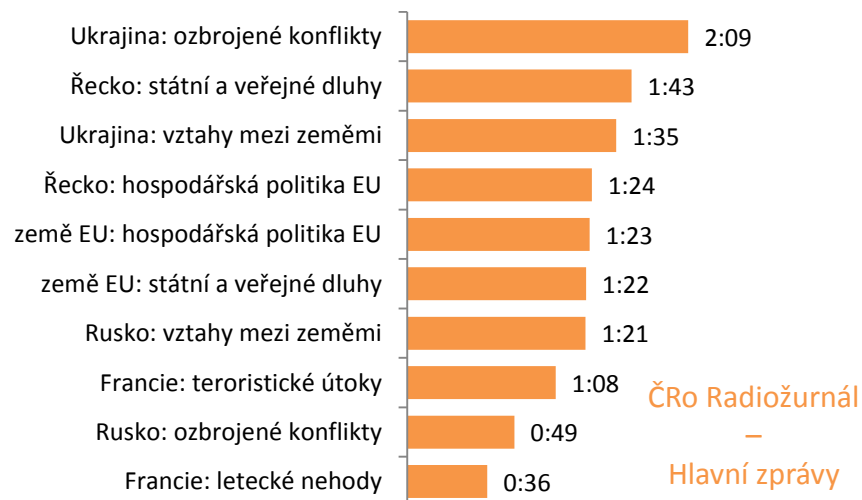
Nejdéle prezentovanou zahraniční lokalitou ve zpravodajství ČT24 bylo Rusko. Zmiňována byla například tradiční vojenská přehlídka, která se na moskevském Rudém náměstí 9. května konala při výročí konce 2. světové války. Informování o této události se ve zpravodajství České televize neslo v kontextu návštěvy Miloše Zemana a pokračujícího konfliktu na východě Ukrajiny.

TÉMATA ZAHRANIČNÍHO ZPRAVODAJSTVÍ

Nejčastější kombinace „zahraniční lokalita: téma“ v hlavních zpravodajských relacích (1P 2015; stopáž v hodinách a minutách)

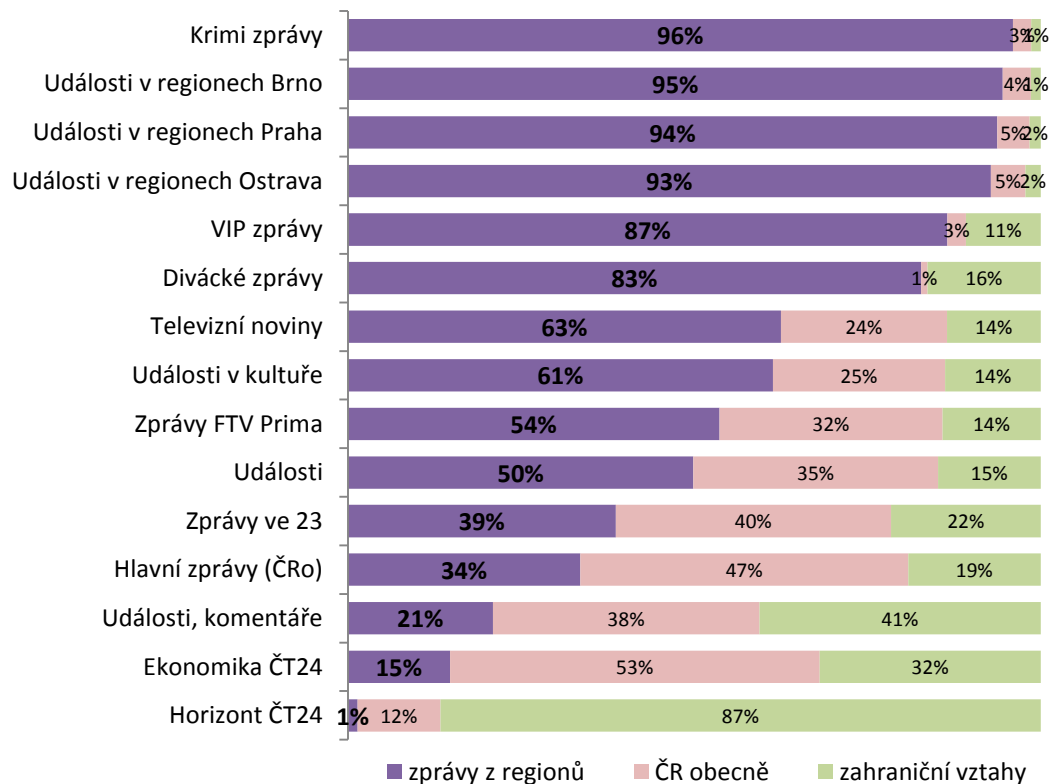


Relace veřejné služby pokračovaly v informování o krizi na východě Ukrajiny a přinášely také podrobnosti o vývoji řeckého postoje k EU a věřitelům. Relace komerční, především tedy Televizní noviny, se ve stejném období soustředily na novinky v blízkovýchodním konfliktu s Islámským státem.



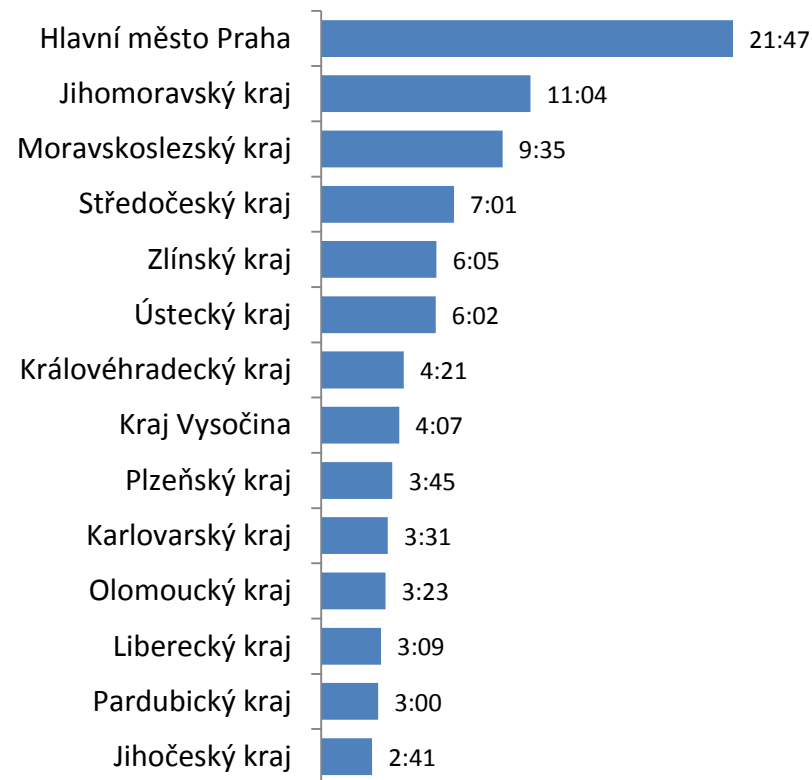
REGIONÁLNÍ STRUKTURA ZPRÁV O ČR VE ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍCH

Struktura zpravodajství o ČR: 1P 2015, podíl na stopáži



Medializace krajů v regionálním zpravodajství

Událostí: 1P 2015, stopáž v hodinách a minutách



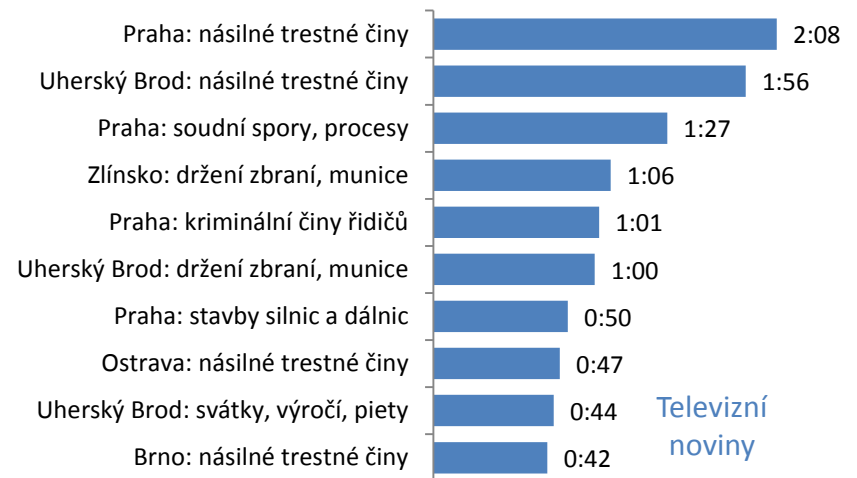
Kvůli útoku střelce na restauraci v Uherském Brodě přitáhl pozornost zpravodajů Událostí Jihomoravský kraj. K útoku došlo 24. února a o život přišlo 9 lidí, včetně pachatele. Kvůli diskusi o pochybení zasahujících policistů a případné změně legislativy držení střelných zbraní se z tragédie stalo také politické téma, v němž byl nejvíce angažován ministr vnitra Milan Chovanec. Události o útoku a jeho následcích odvysílaly 38 zpravodajských příspěvků.

REGIONÁLNÍ ZPRAVODAJSTVÍ V HL. ZPRAV. RELACÍCH

Nejčastější kombinace „regionální destinace: téma“ v hlavních zpravodajských relacích (1P 2015; stopáž v hodinách a minutách)

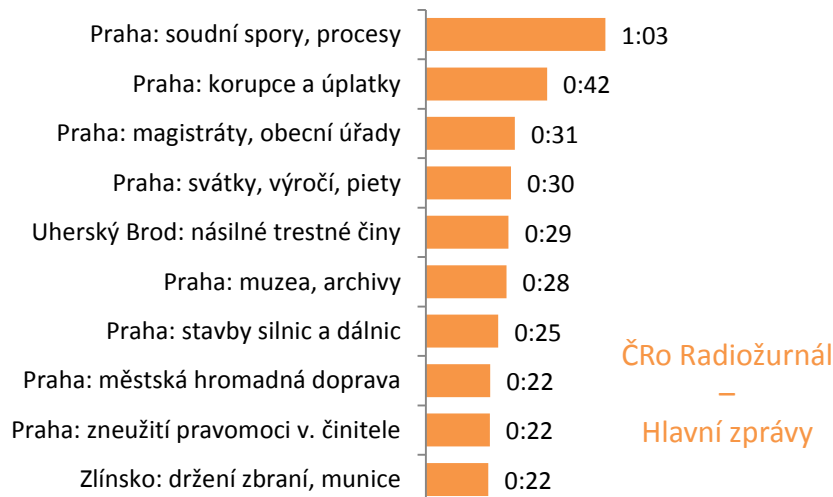


Události

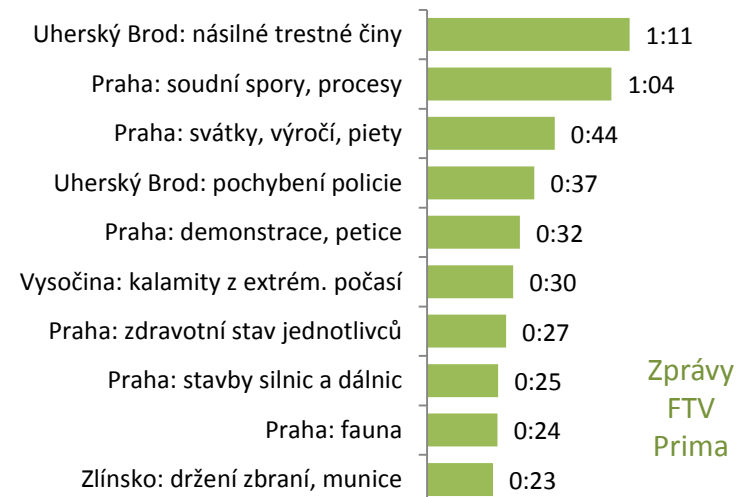


Televizní noviny

Všechna sledovaná média pojal zájem o postup v kauze stavby tunelu Blanka (kombinace „Praha: stavby silnic a dálnic“). Jak ukázal už [předchozí snímek](#), pro Události bylo regionální zpravodajství nejvíce spojeno s děním v hlavním městě. Výjimkou byla tragédie v Uherském Brodě.



ČRo Radiožurnál
Hlavní zprávy



Zprávy FTV Prima

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



Souhrnné ukazatele

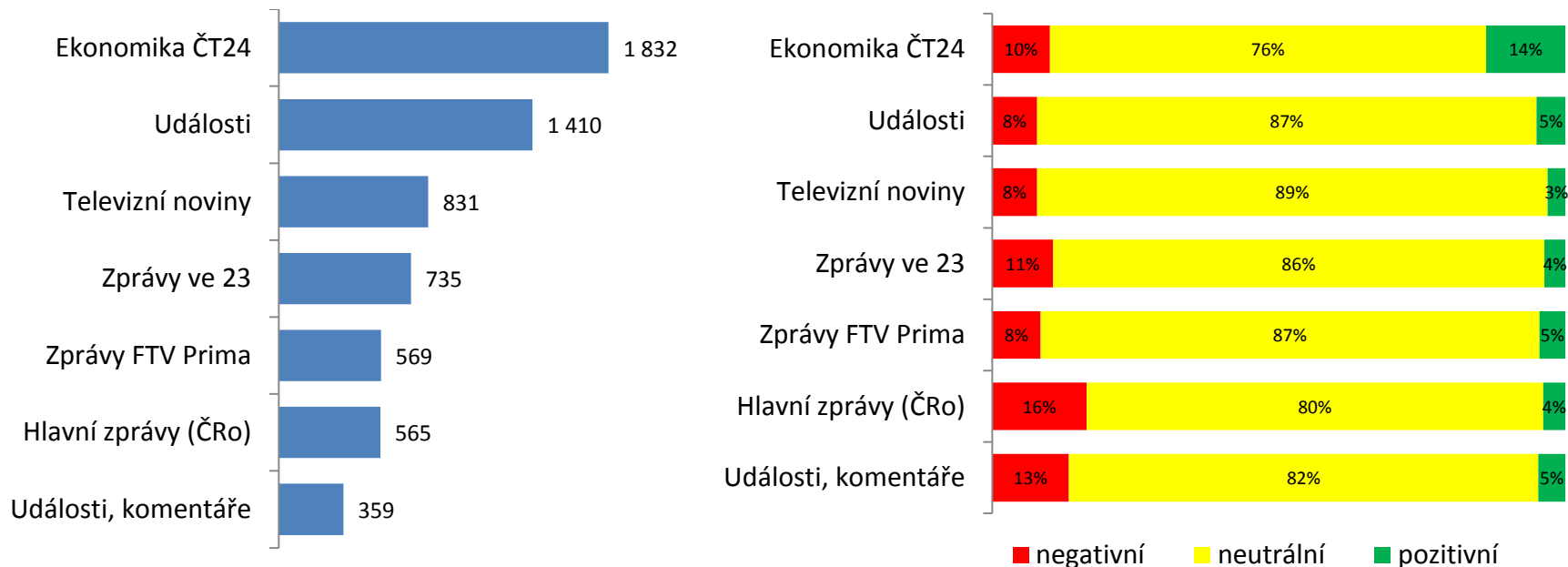
- [intenzita a tonalita ekonomického zpravodajství](#)

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 2015), počet výpovědí o podnicích

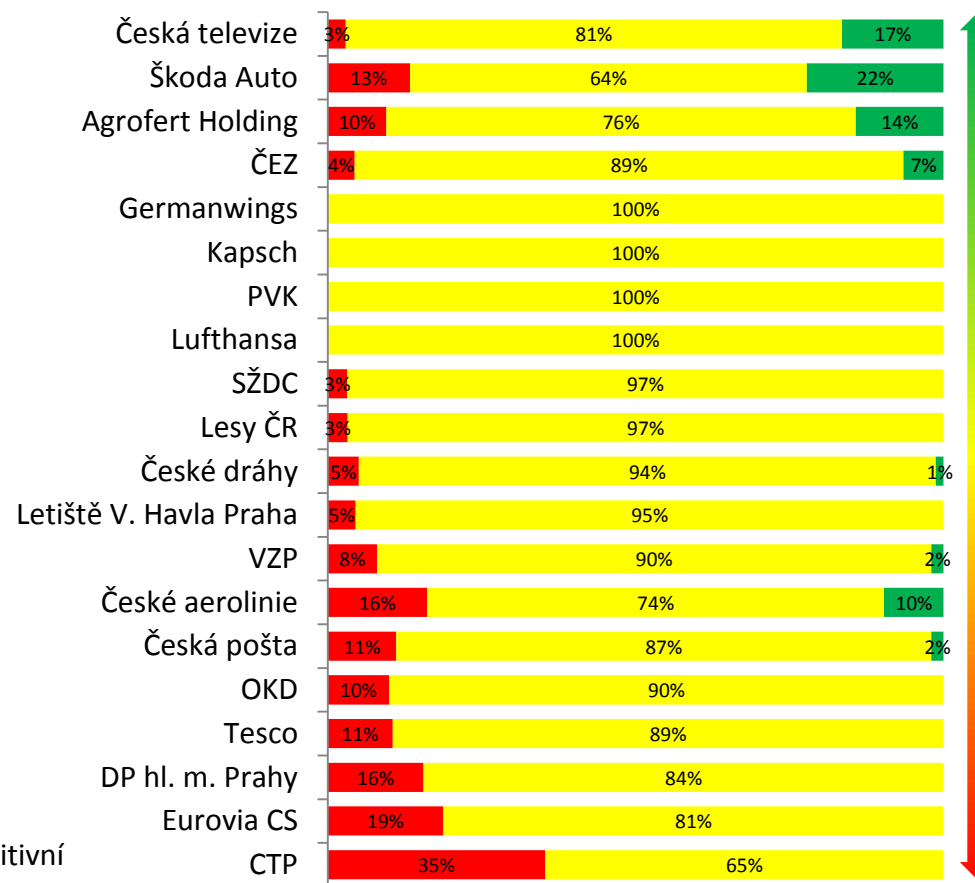
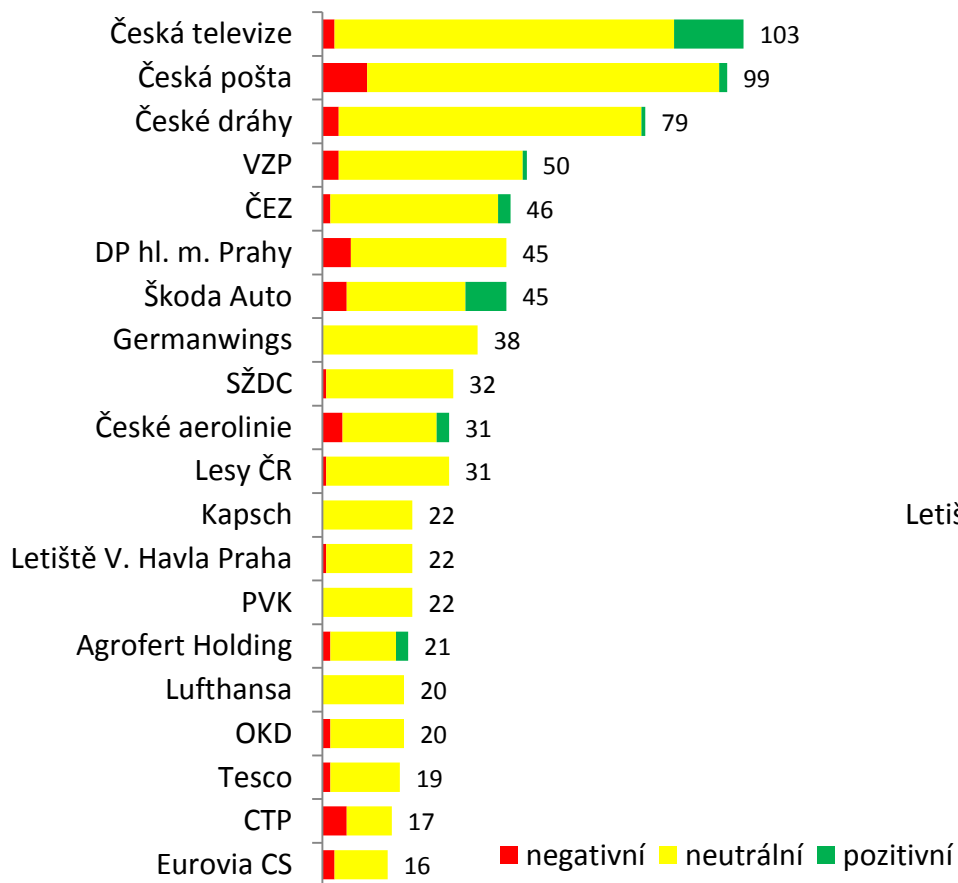


V Ekonomice ČT24 převažovala pozitivní prezentace podnikové sféry nad negativitou. Tato skutečnost je navíc umocněna tím, že v relaci zazněl i absolutně nejvyšší počet příznivých zmínek (254).

Na druhé straně, silně kritické byly k podnikům Hlavní zprávy Radiožurnálu. V relaci zaznělo 93 negativních výpovědí, které tvořily výsledný šestnáctiprocentní podíl.

FIRMY VE ZPRAVODAJSTVÍ UDÁLOSTÍ

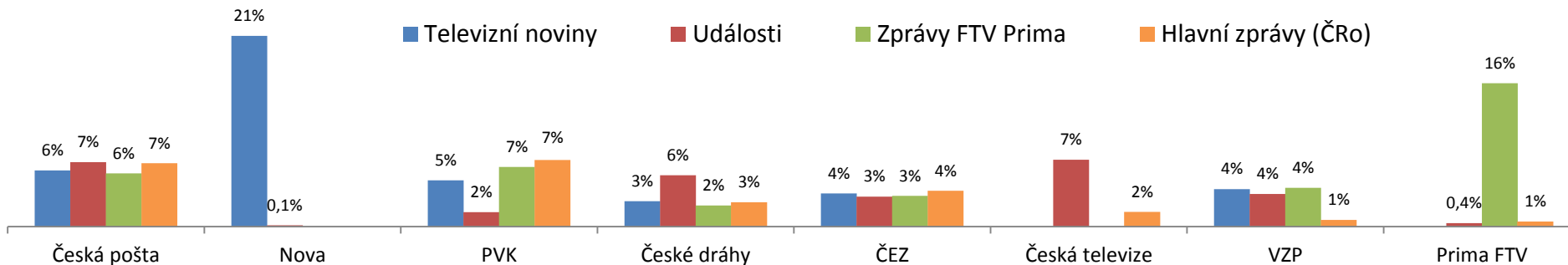
20 nejčastěji zmiňovaných společností ve zpravodajství Událostí (1P 2015), počet výpovědí, tón medializace



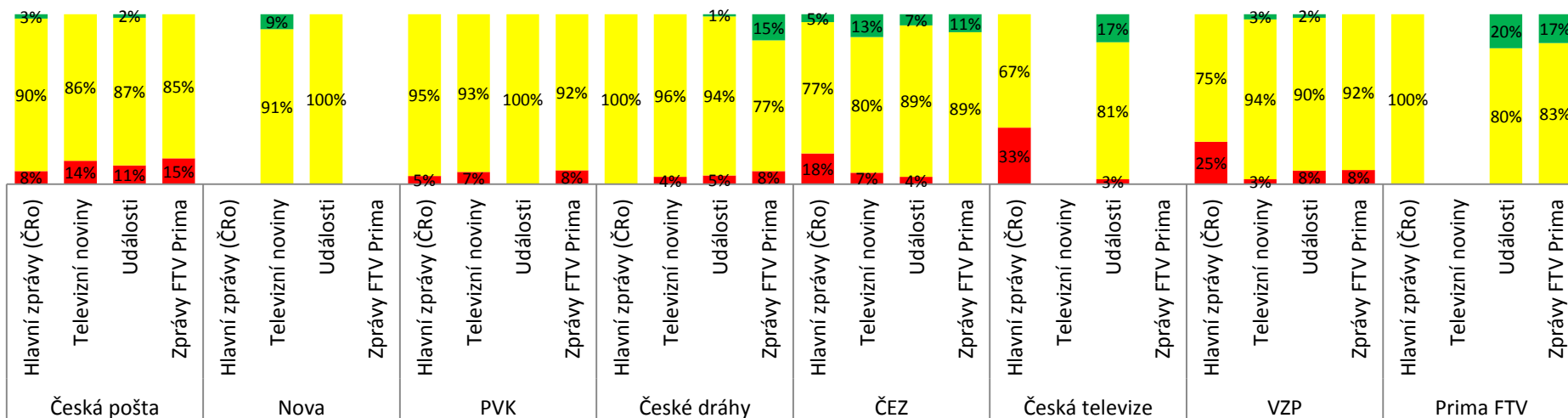
Pozitivita byla v Událostech spojována s produkty České televize a Škody Auto. Absolutně nejvíce nepříznivě laděných informací zaznělo v 1. pololetí o financích a zdražování služeb České pošty. Jednalo se však jen o 11 zmínek zveřejněných v 7 zpravodajských příspěvcích Událostí (8. 1., 13. 1., 11. 2., 18. 3., 30. 4., 19. 5. a 28. 5.).

FIRMY V HLAVNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH POŘADECH

Podíl nejčastěji zmiňovaných firem na podnikovém zpravodajství (1P 2015); (např. hodnota 5 % znamená, že každá dvacátá zmínka z podnikového zpravodajství se v daném pořadu věnovala této firmě)



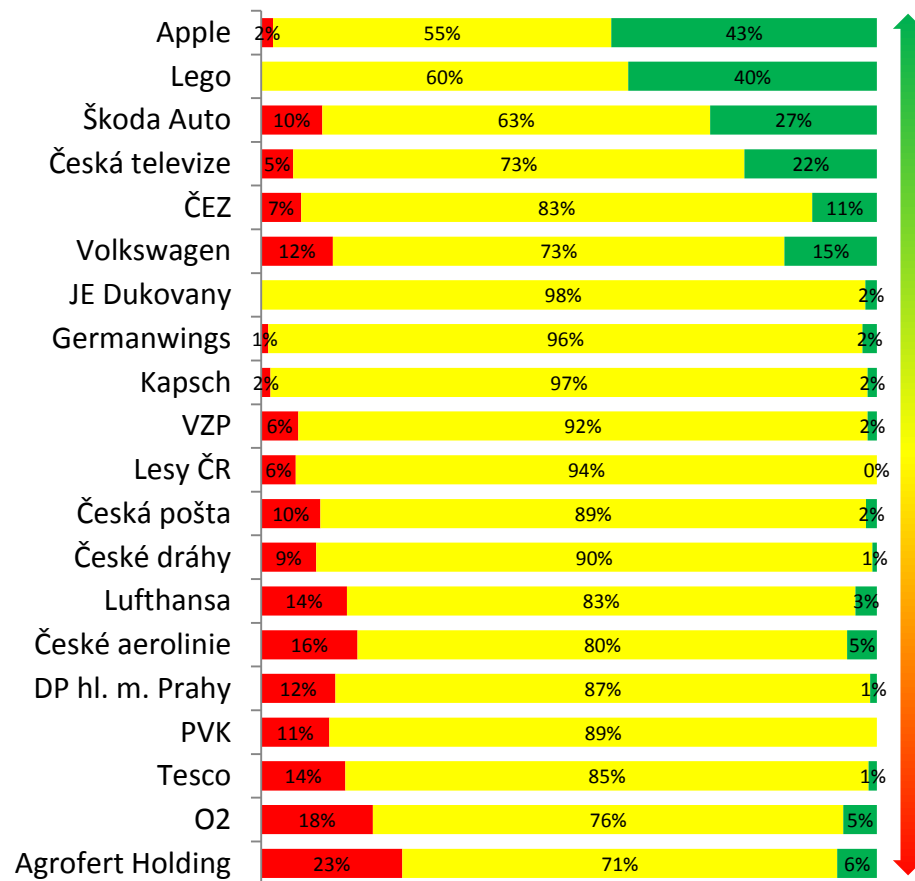
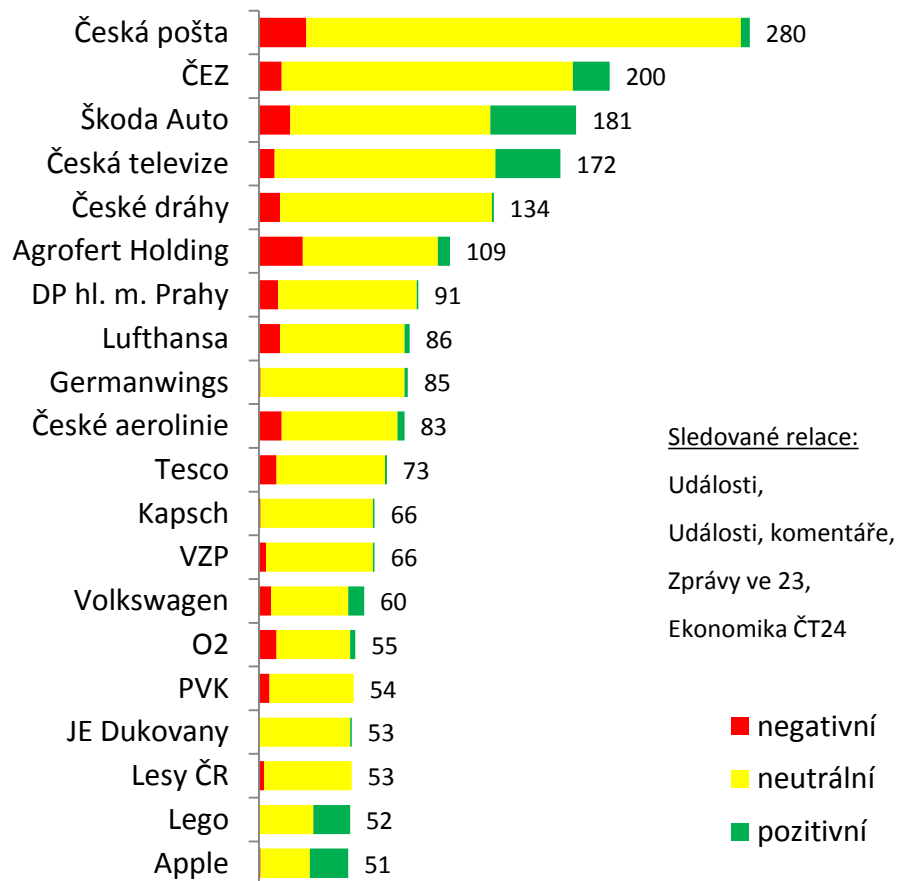
Tón medializace nejčastěji zmiňovaných firem v hlavních zpravodajských relacích (1P 2015)



Události se relativně i absolutně nejméně ze sledovaných hlavních zpravodajských relací věnovaly medializaci problémů Pražských vododů a kanalizací. O kvalitě vody a nekvalitním potrubí informovaly ve 22 neutrálních zmínkách.

FIRMY VE ZPRAVODAJSTVÍ ČT24

20 nejčastěji zmiňovaných společností ve zpravodajství ČT24 (1P 2015), počet výpovědí, tón medializace



Šestou nejčastěji zmiňovanou firmou byl v 1. pololetí v souhrnu relací ČT24 Agrofert. Příznivé informace o skupině byly spojeny především s ekonomickými výsledky, tedy s informacemi čistě podnikovými, nepolitickými. Negativní zmínky se objevily v 18 zpravodajských příspěvcích a vždy v kontextu možného střetu zájmů Andreje Babiše.

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



Tematická

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

Politická

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

Územní

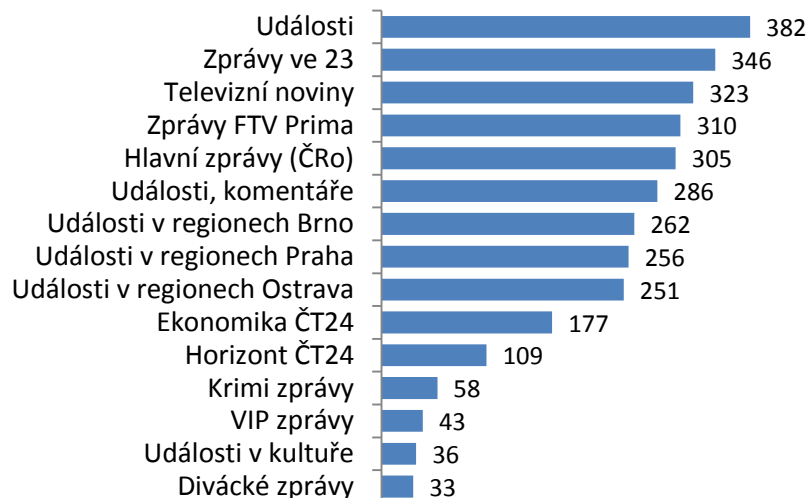
- [zahraniční lokality](#)
- [domácí lokality](#)

Genderová

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

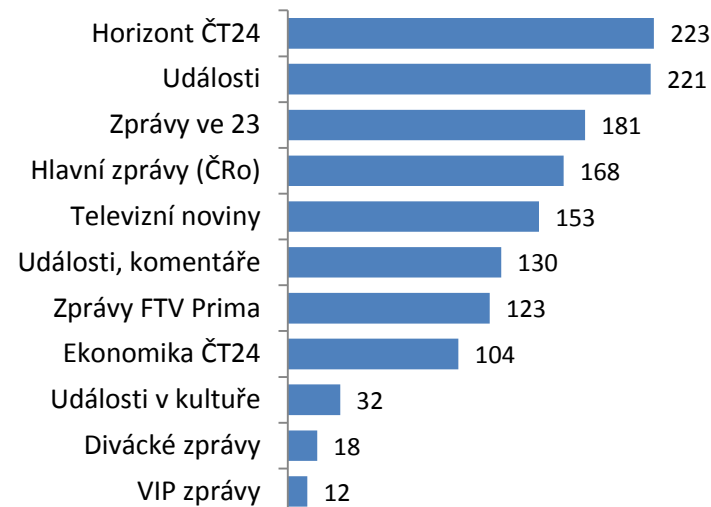
TEMATICKÁ VARIABILITA

Počet různých hlavních témat příspěvků se vztahem k ČR (1P 2015)



Maximální možný počet různých hlavních témat je **468**.

Počet různých hlavních témat příspěvků bez vztahu k ČR (1P 2015)



Událostem se během 1. pololetí podařilo pokrýt více než 80 % možné báze různých témat a byly tak nejvariabilnější z patnácti analyzovaných relací. Mějme přitom na paměti, že zmiňovanou bázi navíc tvoří i témata spíše typická pro komerční zpravodajství, jako například *zvířátka, celebrity a jejich život* nebo *kuriozity a rekordy*.

Počet různých hlavních témat příspěvků se vztahem k ČR (roky 2013, 2014 a 2015)

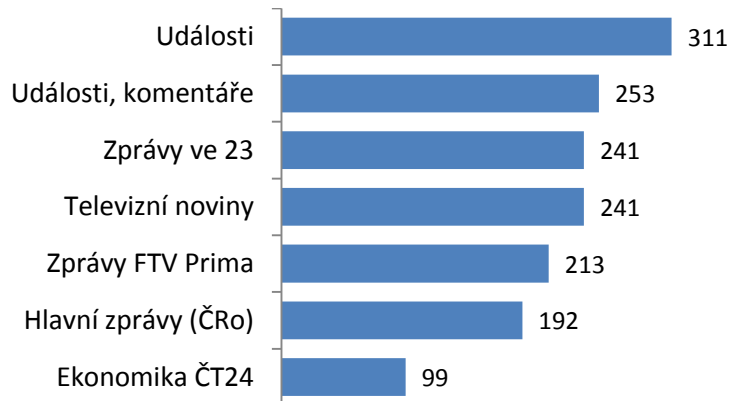
	1P 2013	2P 2013	1P 2014	2P 2014	1P 2015
Hlavní zprávy (ČRo)	nesledováno		296	305	305
Televizní noviny	283	286	299	311	323
Události	352	346	382	373	382
Události, komentáře	240	236	270	284	286
Zprávy FTV Prima	292	294	301	315	310

Počet různých hlavních témat příspěvků bez vztahu k ČR (roky 2013, 2014 a 2015)

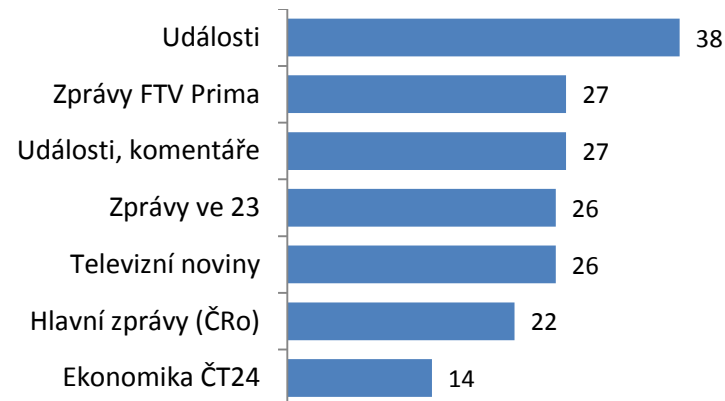
	1P 2013	2P 2013	1P 2014	2P 2014	1P 2015
Hlavní zprávy (ČRo)	nesledováno		122	146	168
Televizní noviny	131	152	141	158	153
Události	204	206	182	208	221
Události, komentáře	113	132	119	148	130
Zprávy FTV Prima	128	137	110	130	123

POLITICKÁ VARIABILITA

Počet českých politiků zmíněných ve zpravodajství (1P 2015)



Počet českých politických stran zmíněných ve zpravodajství (1P 2015)



Přihlédneme-li k politickému zpravodajství čistě kvantitativním pohledem, pozorujeme náhodnou shodu v počtu různých zmíněných domácích politiků a politických stran v Televizních novinách a Zprávách ve 23.

Počet českých politiků zmíněných ve zpravodajství (roky 2013, 2014 a 2015)

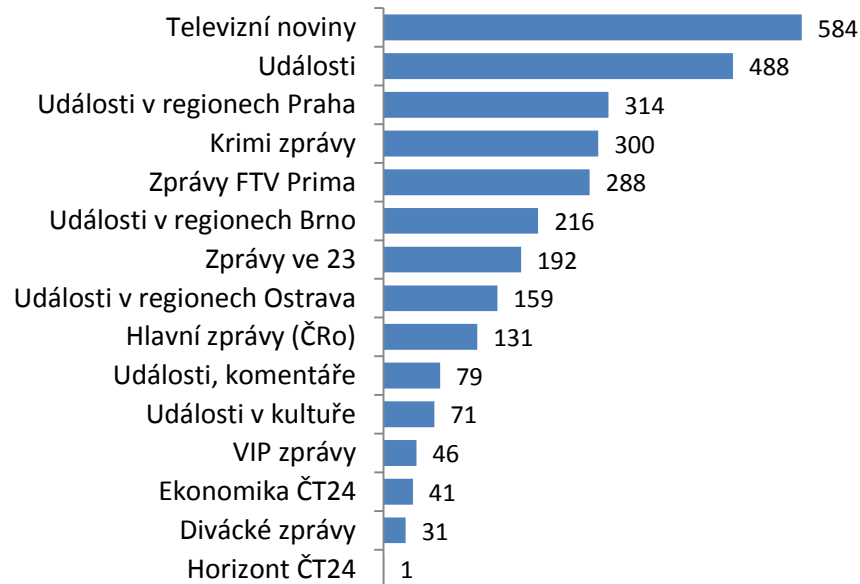
	1P 2013	2P 2013	1P 2014	2P 2014	1P 2015
Hlavní zprávy (ČRo)	nesledováno		206	223	192
Televizní noviny	178	220	213	320	241
Události	280	342	303	385	311
Události, komentáře	211	235	263	252	253
Zprávy FTV Prima	217	229	204	256	213

Počet českých politických stran zmíněných ve zpravodajství (roky 2013, 2014 a 2015)

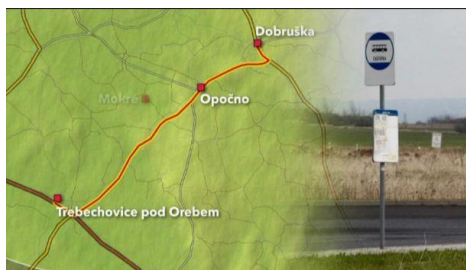
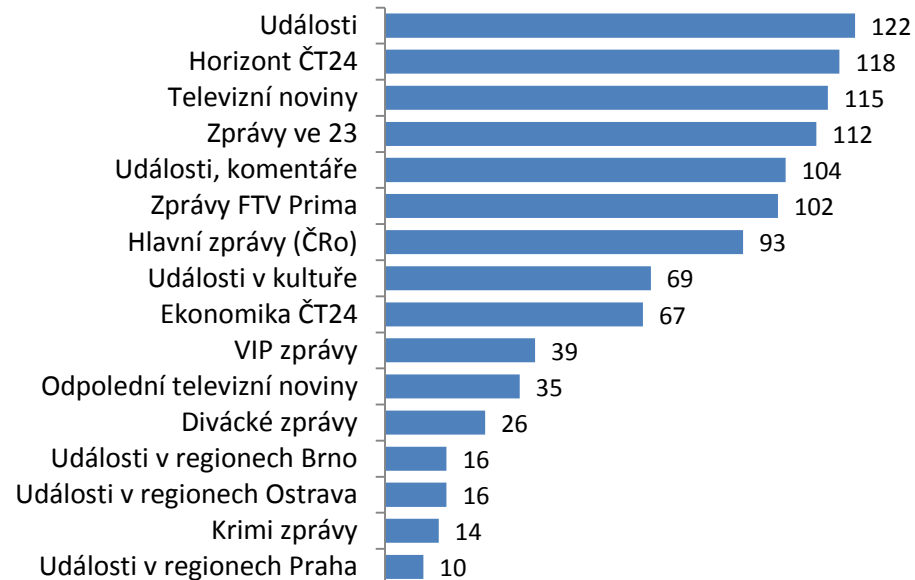
	1P 2013	2P 2013	1P 2014	2P 2014	1P 2015
Hlavní zprávy (ČRo)	nesledováno		18	29	22
Televizní noviny	19	25	24	44	26
Události	24	40	32	45	38
Události, komentáře	20	32	42	34	27
Zprávy FTV Prima	21	28	26	33	27

ÚZEMNÍ VARIABILITA: zahraniční a domácí lokality

Počet různých měst a obcí zmíněných v regionálním zpravodajství (1P 2015)



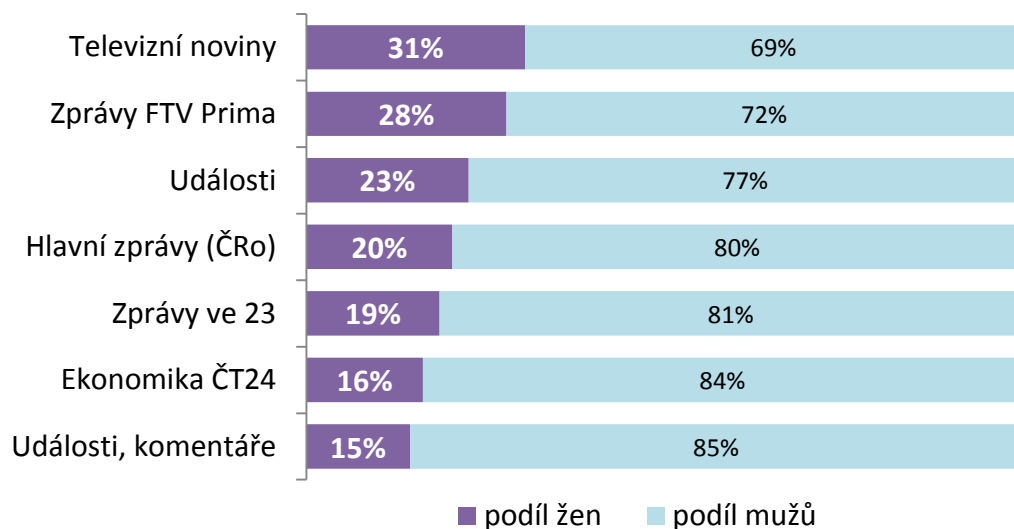
Počet různých zahraničních lokalit zmíněných ve zpravodajství bez vztahu k ČR (1P 2015)



O zahraničních lokalitách informovaly i specializované Události v regionech. Relace přinesly informace například o Nepálu (UVR Brno), Vatikánu (UVR Brno a Praha), Filipínách (UVR Brno), Grónsku (UVR Ostrava), Hondurasu (UVR Ostrava) nebo Tchaj-wanu (UVR Brno).

GENDEROVÁ VARIABILITA

Podíl žen a mužů ve zpravodajství (1P 2015)



Události častěji než ostatní relace prezentovaly informace o Janě Nečasové a podrobnosti o projednávání jejího soudního procesu. Manželka bývalého premiéra byla zmíněna ve 30 příspěvcích.

Komerční Televizní noviny upřely pozornost na pražský Magistrát, primátorku Adrianu Krnáčovou a problémy s dostavbou tunelového komplexu Blanka. Politička hnutí ANO se tak objevila v 41 příspěvcích, zatímco v Událostech k tomu došlo v 19 případech, ve Zprávách FTV Prima 15krát a v Hlavních zprávách Radiožurnálu 20krát.

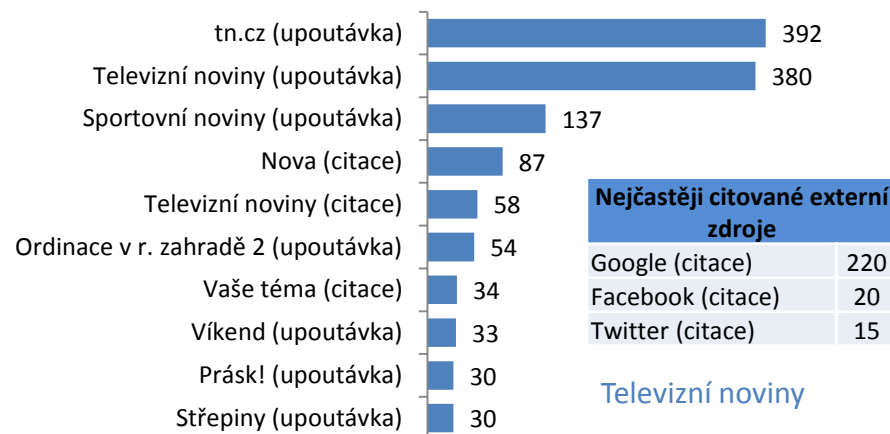
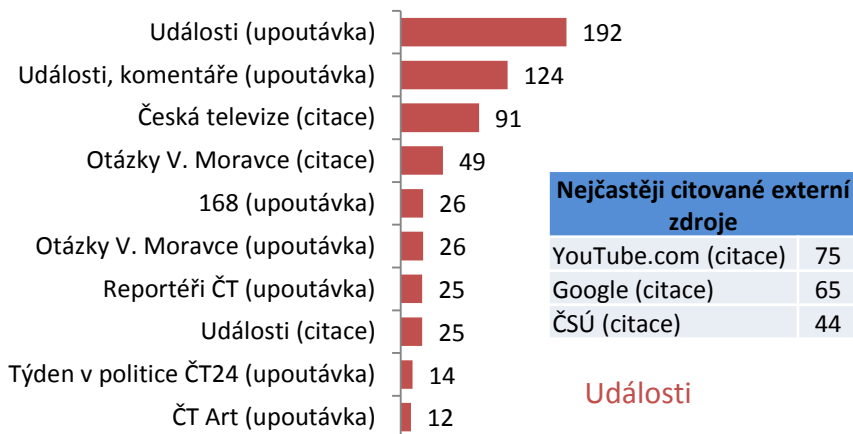
Nejčastěji zmiňované ženy v hlavních zpravodajských relacích (1P 2015), počet reportáží



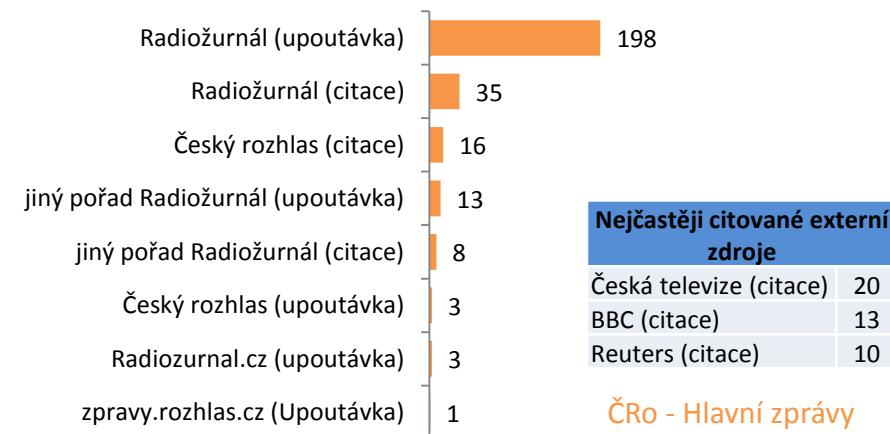
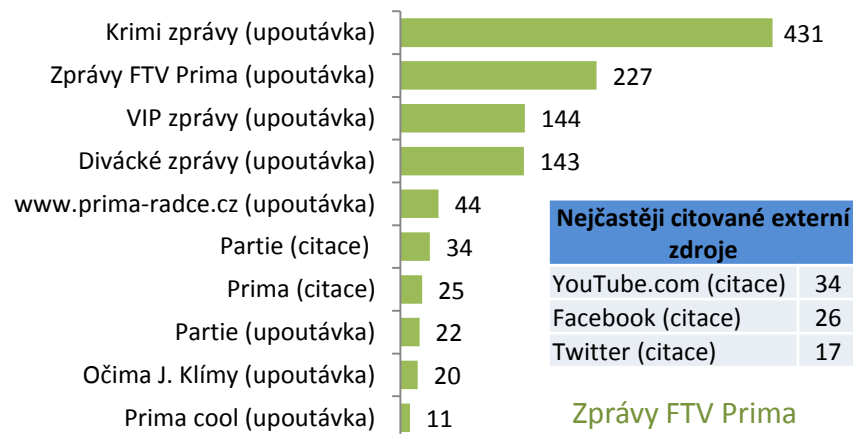
- ☑ Základní zjištění
- ☑ Témata
- ☑ Politika
- ☑ Lokality
- ☑ Ekonomika
- ☑ Variabilita
- ☑ Sebe prezentace a citace
- ☑ Metodika

SEBEPREZENTACE A CITACE: interní a externí zdroje

Nejčastěji citovaná média a pořady v hlavních zpravodajských relacích (1P 2015), počet příspěvků v nichž byla média citována



Data zobrazená v grafech ukazují na podobnost relací veřejné služby při práci s citacemi a upoutávkami. Události a Hlavní zprávy ČRo na svůj vlastní obsah upoutávaly přibližně s poloviční intenzitou ve srovnání s komerčními Televizními novinami TV Nova a Zprávami 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 logicky nemohou být kvalifikovány jako upoutávky, ale pouze jako citace.

- Základní zjištění
- Témata
- Politika
- Lokality
- Ekonomika
- Variabilita
- Seběprezentace 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 kdokoliv. 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 (školství, 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 analýzou 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 [webových stránkách Media Tenoru](#).

V červenci 2015 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.