

# Analýza mediální prezentace politických subjektů v hlavních zpravodajských relacích

**rok 2011**



Tento dokument mapuje hlavní zpravodajské pořady České televize (Události), TV Nova (Televizní noviny) a Prima FTV (Zprávy) v následujících oblastech domácího politického dění v roce 2011:

- ✓ počty příspěvků o jednotlivých politických stranách a jejich představitelích ve zpravodajských relacích
- ✓ počty výpovědí o jednotlivých politických stranách a jejich představitelích ve zpravodajských relacích
- ✓ časový vývoj intenzity prezentace jednotlivých stran a jejich představitelů
- ✓ podíly jednotlivých stran na celkové bázi informací o domácím politickém dění
- ✓ intenzita citovanosti představitelů jednotlivých stran
- ✓ kontext prezentace politických stran a jejich představitelů v jednotlivých relacích
- ✓ tematická skladba prezentace politických stran a jejich představitelů
- ✓ tematické rozvrstvení na vnitrostranická, mezistranická a programová témata
- ✓ podíly vlastních výroků na prezentaci strany a představitelů strany



**1**

**Základní zjištění**

**2**

**Mediální prezentace politických subjektů**

**3**

**Metodika**

- **Česká televize** a **TV Prima** se politice věnovaly intenzivněji než komerční jednička TV Nova. Téměř veškerá politická agenda v hlavních zpravodajských relacích sledovaných televizí přitom byla orientována na parlamentní strany ODS, TOP 09, Věci veřejné, ČSSD a KSČM.
- Každá čtvrtá pronesená výpověď o politické straně nebo politikovi se vztahovala k Věcem veřejným. Nejmenší parlamentní a koaliční strana tak ve všech sledovaných zpravodajských pořadech relativně předčila i TOP 09 a sociální demokraty.
- Medializace Věcí veřejných dosáhla nedostižného maxima ve všech hlavních relacích v dubnu, kdy propukl skandál s odposlechy tehdejší předsedkyně poslaneckého klubu VV Kristýny Kočí a s finančními nejasnostmi uvnitř strany.
- Nepříznivé hodnocení Věcí veřejných kleslo pod hranici pětadvaceti procent pouze v **Událostech**. Ovšem jen těsně, když se hladina negativity ustálila na hodnotě 24 procentních bodů. Nejkritičtější byli ke straně novináři z redakce **TV Nova** a političtí komentátoři a představitelé oslovení v Televizních novinách, kteří o VV nepříznivě hovořili ve 28 případech ze sta. Negativita v medializaci Věcí veřejných ve skandálem poznamenaném dubnu 2011 se vyšplhala až k dvou pětinové hranici.
- Protestní akce lékařů Děkujeme, odcházíme! a vyjednávání o zavedení standardní a nadstandardní zdravotní péče ve spojení s TOP 09 a osobou ministra zdravotnictví Leoše Hegera v **Událostech** s náskokem předčily ostatní kombinace „strana-téma“.
- **Televizní noviny** zaměřily svou pozornost zvláště na vztahy a spory uvnitř vládní koalice. Pro komerční televizi byla témata se skandálním potenciálem mnohem přitažlivější než v Událostech prezentovaná věcná politická témata.
- Za své účinkování ve vládě sklidili ve **Zprávách TV Prima** kritiku občanští demokraté. Míra negativity byla jednoznačně spojena s kauzou ProMoPro, do níž byl zapleten ministr obrany Alexandr Vondra, a s vynucenou rezignací ministra průmyslu a obchodu Martina Kocourka.
- V první osmičce témat otvíráků **Událostí** a **Zpráv TV Prima** se objevily vždy tři aspekty spojené s politikou. Proti tomu první politické téma *daňová politika* se v **Televizních novinách** s pouhými třemi opakováními za celý rok 2011 zařadilo až na 37. místo žebříčku.
- Tematická agenda informací o Věcech veřejných (skandály a spory uvnitř strany) se ve všech relacích odlišovala od prezentace ČSSD, TOP 09 a ODS (v Událostech a Zprávách TV Prima; TN kladly důraz i na medializaci skandálních témat o ODS). Strany byly prezentovány v nadpoloviční většině případů v souvislosti s faktickými kroky ve zdravotnictví a zvláště daňové problematice.
- S jasnou převahou byl nejčastěji prezentovaným politikem ve všech televizích premiér Petr Nečas. O řadě politiků hovořili nejčastěji zpravodajové Primy. Ti svou aktivitou konkurenci předčili například informacemi o Radku Johnovi nebo Kristýně Kočí.
- Do dvacítky nejčastěji citovaných politiků se vedle premiéra a ministrů prosadila také čtveřice představitelů ČSSD. Bohuslav Sobotka, Jeroným Tejc, David Rath a Michal Hašek vystupovali jako odpůrci vládou připravovaných reformních kroků a komentátoři politických rozhodnutí i vnitrostranických a vnitro-koaličních půtek. Například Bohuslav Sobotka se na medializaci vlastní osoby podílel tříčtvrtinovým dílem.

**1**

**Základní zjištění**

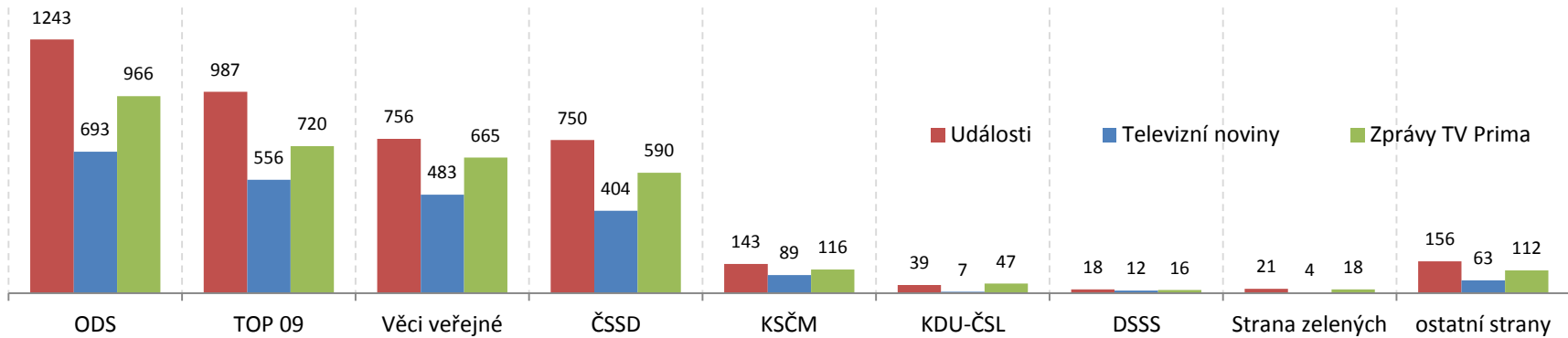
**2**

**Mediální prezentace politických subjektů**

**3**

**Metodika**

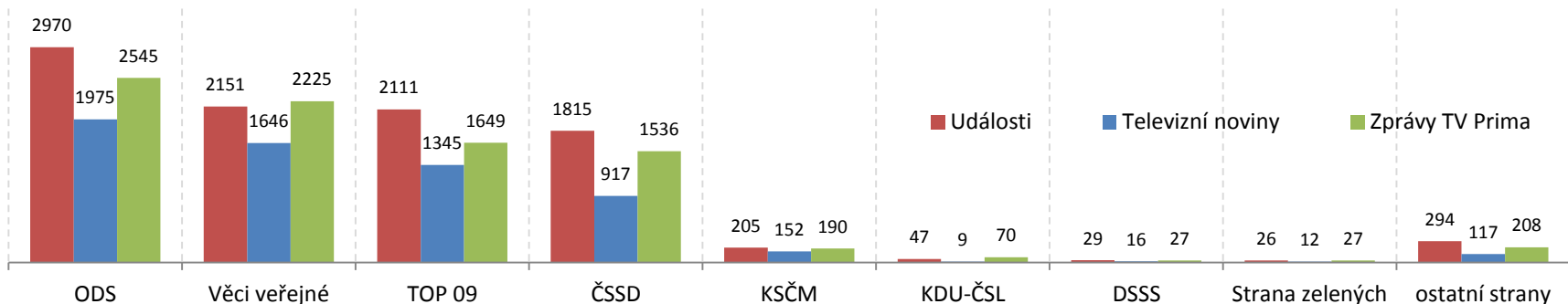
## Intenzita politického zpravodajství v hlavních zpravodajských relacích (počet příspěvků o politických stranách a jejich představitelích) – rok 2011



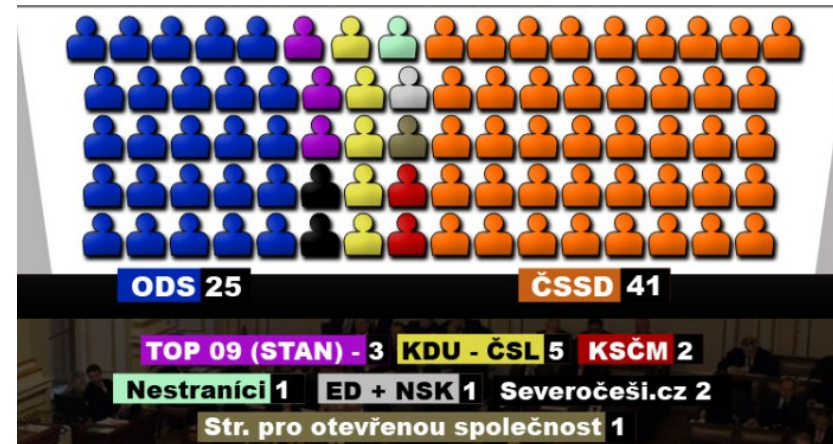
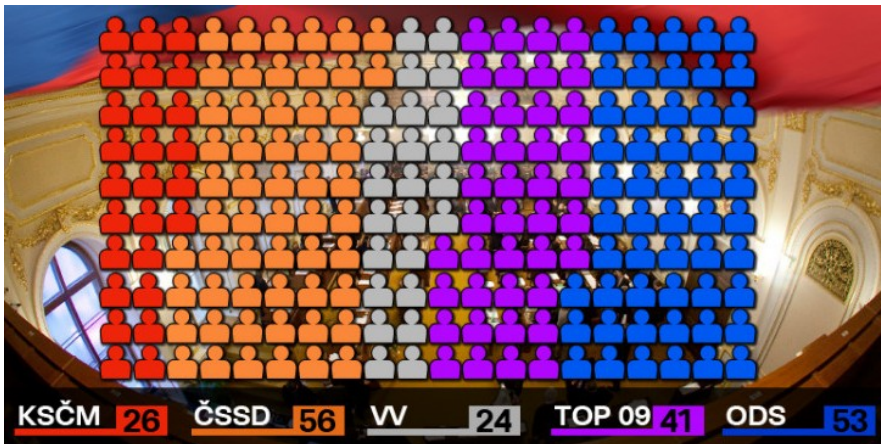
Česká televize a TV Prima se politice věnovaly intenzivněji než komerční jednička TV Nova. Téměř veškerá politická agenda v hlavních zpravodajských relacích sledovaných televizí přitom byla orientována na parlamentní strany ODS, TOP 09, Věci veřejné, ČSSD a KSČM.

Ještě přesnější by ovšem bylo tvrzení, že ve Sněmovně i Senátu prakticky nečinní komunisté byli v Událostech, Zprávách TV Prima a zvláště v Televizních novinách téměř neviditelní. O to značnější byl rozdíl mezi souhrnnou prezentací stran vládní koalice a levicové opozice (Události: 7232 vs. 2020 výpovědí; Televizní noviny: 4966 vs. 1069 výpovědí; Zprávy TV Prima: 6419 vs. 1726 výpovědí).

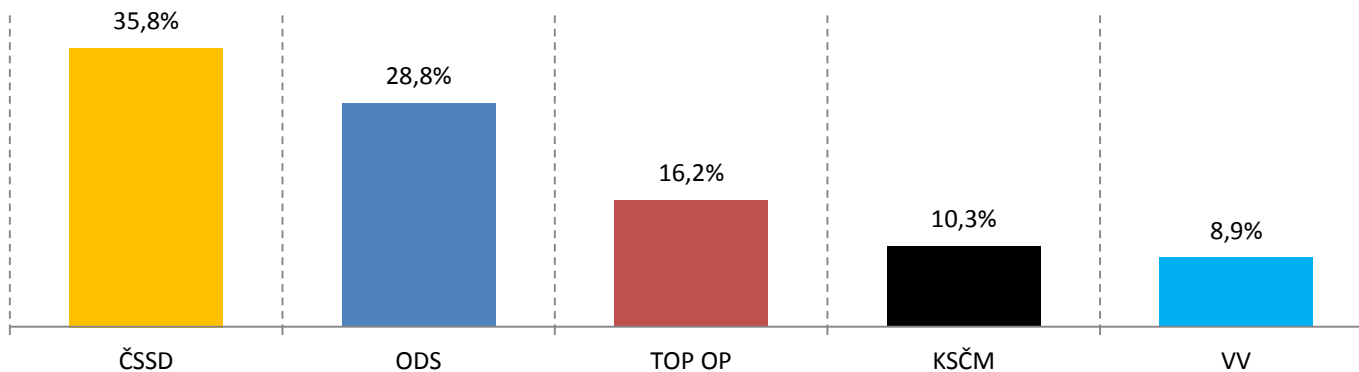
## Intenzita politického zpravodajství v hlavních zpravodajských relacích (počet výpovědí o politických stranách a jejich představitelích) – rok 2011



Rozdělení mandátů v Poslanecké sněmovně PČR a v Senátu PČR (zdroj: tn.cz)

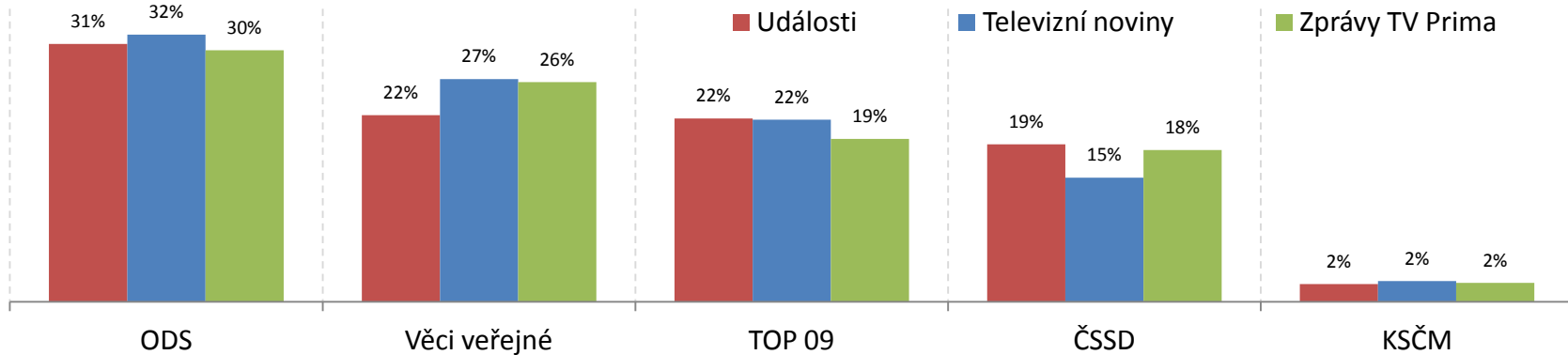


Podíl stran na zastoupení v Parlamentu ČR (součet ČSSD, ODS, TOP 09, KSČM a VV = 100 %)



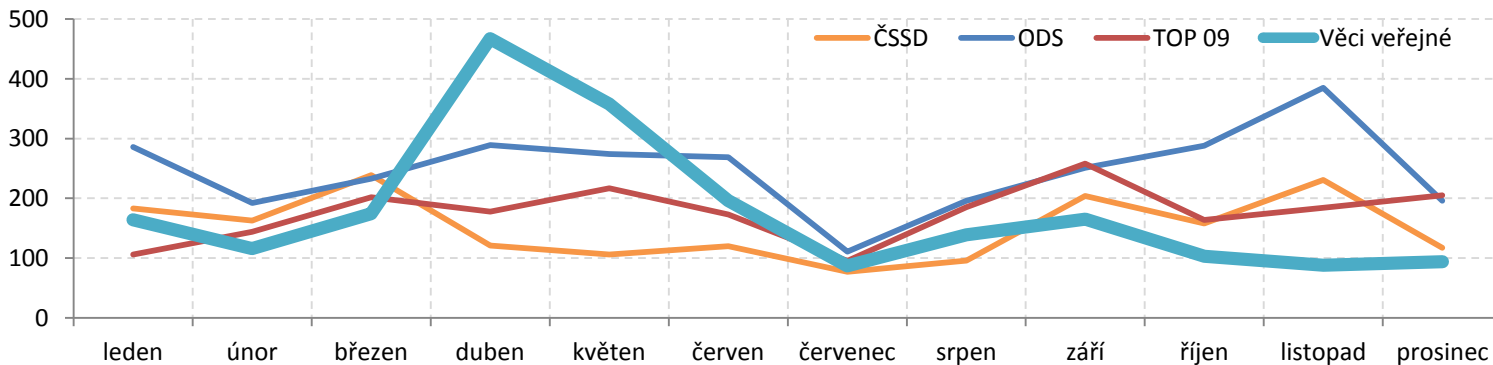
Zastoupení politických subjektů v agendě televizního zpravodajství musí přirozeně odrážet i faktor počtu mandátů jednotlivých stran v zastupitelských orgánech. Izolovaným pohledem na tento faktor bychom od mediální skladby požadovali prezentaci jednotlivých stran přibližně v té intenzitě, jako ukazuje graf nalevo. Dalšími faktory, které výslednou intenzitu ovlivňují jsou pozice strany (vládní/opozice), pracovní aktivita strany atd.

**INTENZITA: podíl parlamentních politických stran na politickém zpravodajství hlavních relací v roce 2011**  
hodnoty představují procentuální zastoupení stran a jejich představitelů v politickém zpravodajství vybraných pořadů



**Časový vývoj medializace Věcí veřejných v pořadu UDÁLOSTI – rok 2011, počet výpovědí**

pozn.: vzhledem k velmi nízké mediální prezentaci KSČM není strana v následujících grafech zobrazována

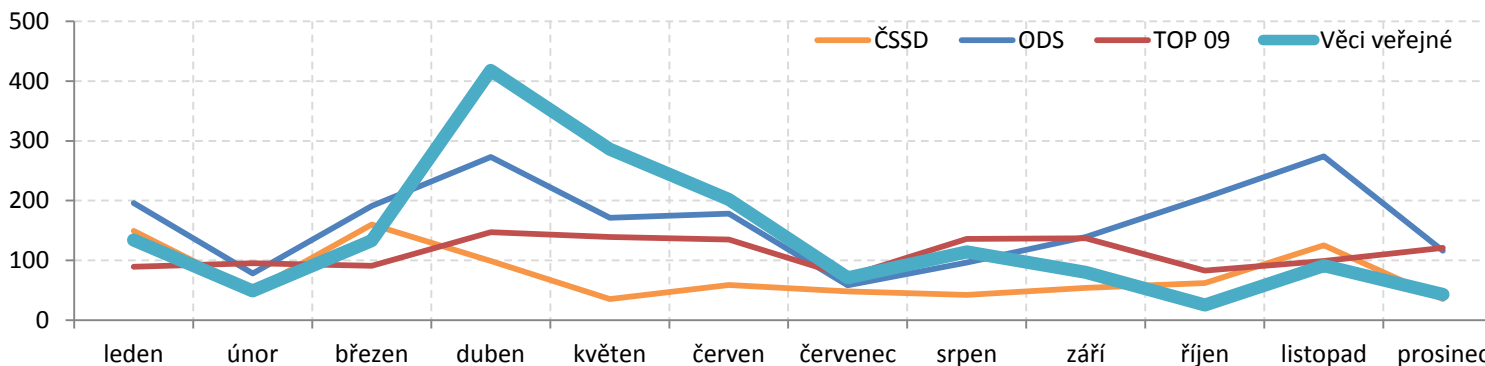


**Každá čtvrtá pronesená výpověď o politické straně nebo politikovi se vztahovala k Věcem veřejným. Nejmenší parlamentní a koaliční strana tak ve všech sledovaných zpravodajských pořadech relativně předčila i TOP 09 a sociální demokraty.**

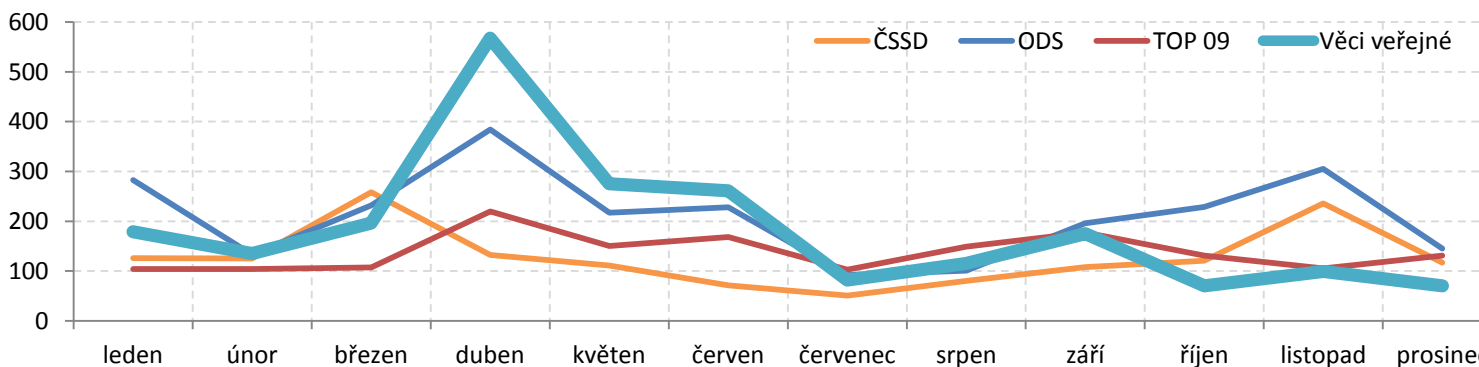
Zatímco voličsky nejsilnější levicovou stranu Zprávy TV Prima i Události zmiňovaly v pětině výpovědí, Televizní noviny informacemi o ČSSD šetřily a spíše využívaly výroků Bohuslava Sobotky, Davida Ratha a Jeronýma Tejce, kteří kriticky komentovali politické kroky i rozepře a skandály vládní koalice (viz snímek [Podíl vlastních výroků](#)).



Časový vývoj medializace Věcí veřejných v pořadu TELEVIZNÍ NOVINY – rok 2011, počet výpovědí

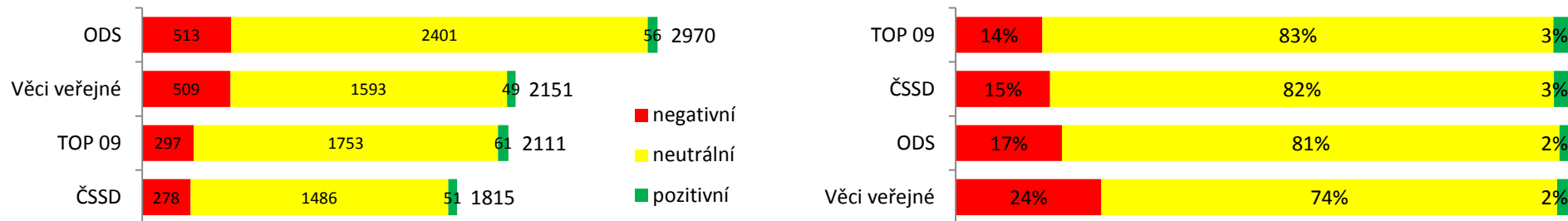


Časový vývoj medializace Věcí veřejných v pořadu ZPRÁVY TV PRIMA – rok 2011, počet výpovědí

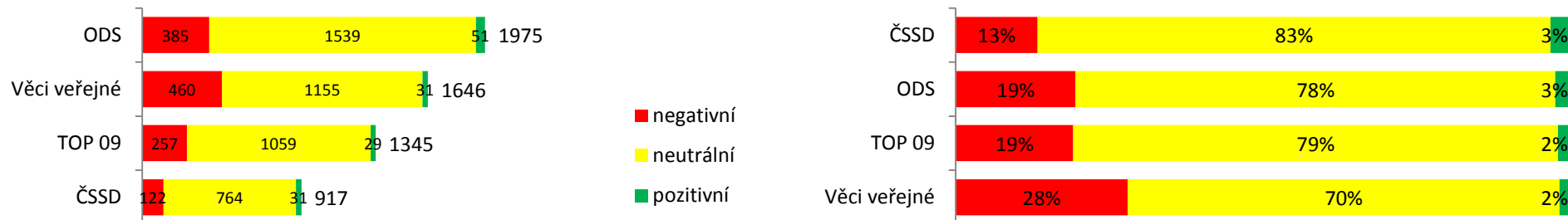


Medializace Věcí veřejných dosáhla nedostižného maxima ve všech hlavních relacích v dubnu, kdy propukl skandál s odposlechy tehdejší předsedkyně poslaneckého klubu VV Kristýny Kočí a finančními nejasnostmi (podle Bárty půjčování peněz, podle Škárky a Kočí uplácení) uvnitř strany. Vít Bárta kvůli aféře přišel o křeslo ministra dopravy, již dříve přitom stranického předsedu Johna v čele Ministerstva vnitra vystřídal nestraník Jan Kubice. Do centra zájmu se strana vrátila na přelomu srpna a září, kdy se rozpoutala slovní roztržka mezi předsedou TOP 09 Karlem Schwarzenbergem a úředníkem MŠMT Ladislavem Bátorou. Svého podřízeného neochvějně obhajoval ministr školství Josef Dobeš.

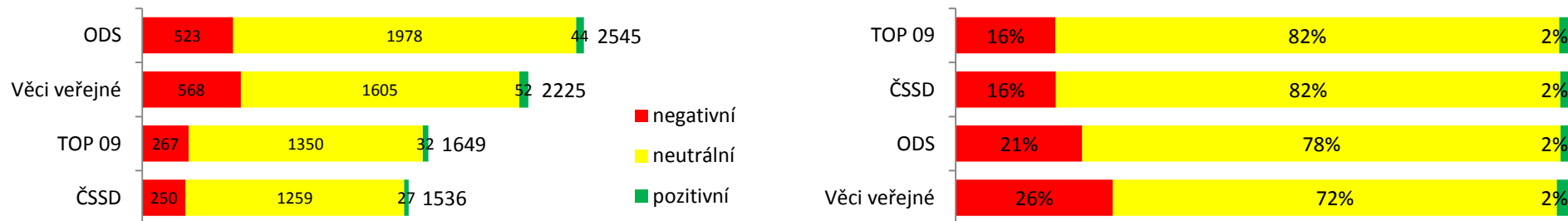
## Kontext prezentace politických stran v pořadu UDÁLOSTI – rok 2011, počet výpovědí absolutně a relativně



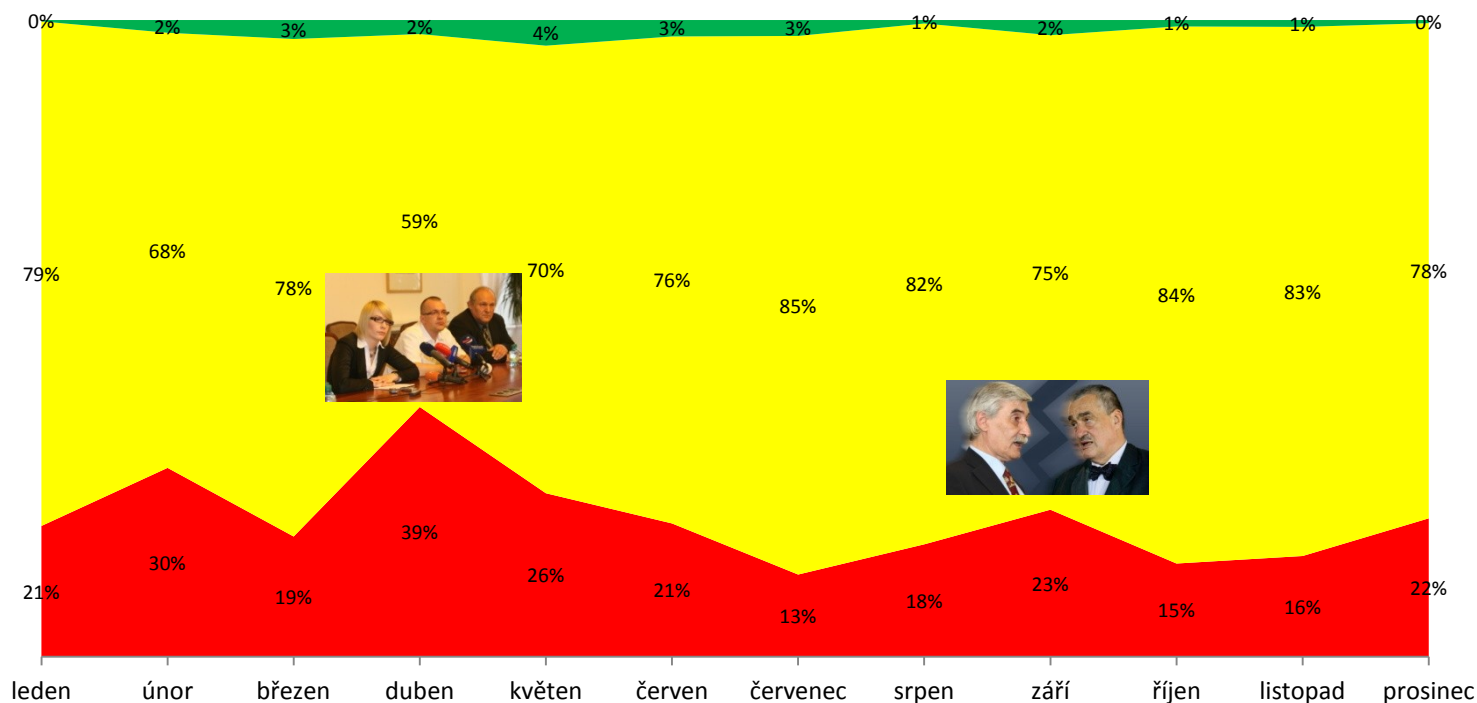
## Kontext prezentace politických stran v pořadu TELEVIZNÍ NOVINY – rok 2011, počet výpovědí absolutně a relativně



## Kontext prezentace politických stran v pořadu ZPRÁVY TV PRIMA – rok 2011, počet výpovědí absolutně a relativně



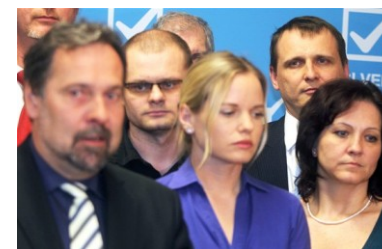
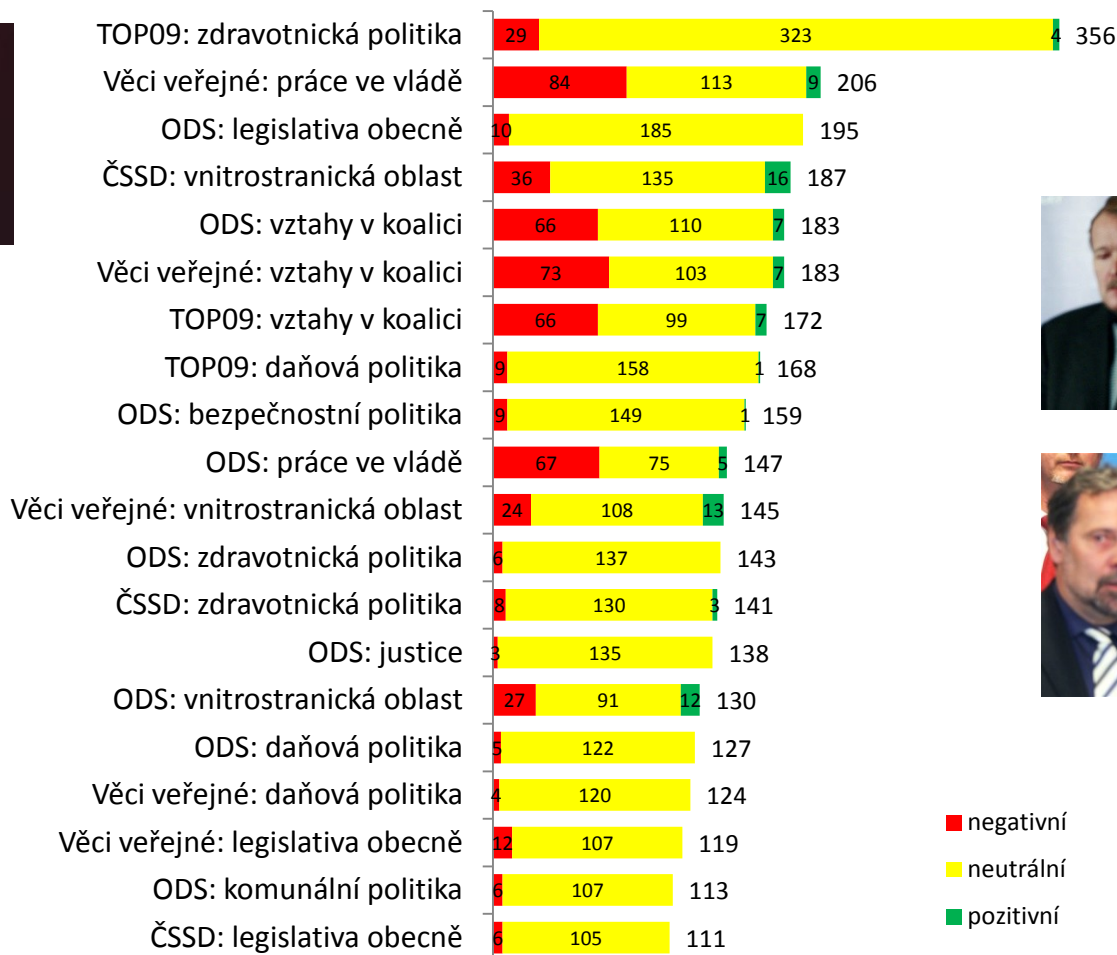
Časový vývoj a kontext medializace Věcí veřejných v hlavních televizních zpravodajských relacích – rok 2011, počet výpovědí relativně



Pouze v Událostech nedosahovala negativní část sloupce prezentace Věcí veřejných hranice 25 procent. Ovšem pouze těsně, a to o jediný procentní bod (viz [předchozí snímek](#)). Nejkritičtější byli ke straně novináři z redakce TV Nova a političtí komentátoři a představitelé oslovení v Televizních novinách, kteří o VV nepříznivě hovořili ve 28 případech ze sta. Souhrnný kontext medializace Věcí veřejných ve skandálem poznamenaném dubnu 2011 se vyšplhal až k dvou pětinové hranici.

Nejznatelnější rozdíl v hodnocení sledovaných politických stran jednotlivými hlavními relacemi byl spojen s mediálním obrazem TOP 09. Zatímco v Událostech a Zprávách TV Prima tvořila negativita 14procentní respektive 16procentní podíl, v Televizních novinách byla strana a zvláště kroky jejího místopředsedy a ministra financí Miroslava Kalouska nepříznivě prezentovány v 19 procentech případů. Svůj díl „viny“ na tom neslo i řešení krize ve zdravotnictví – protestní akce Děkujeme, odcházíme! – ministrem Leošem Hegerem.

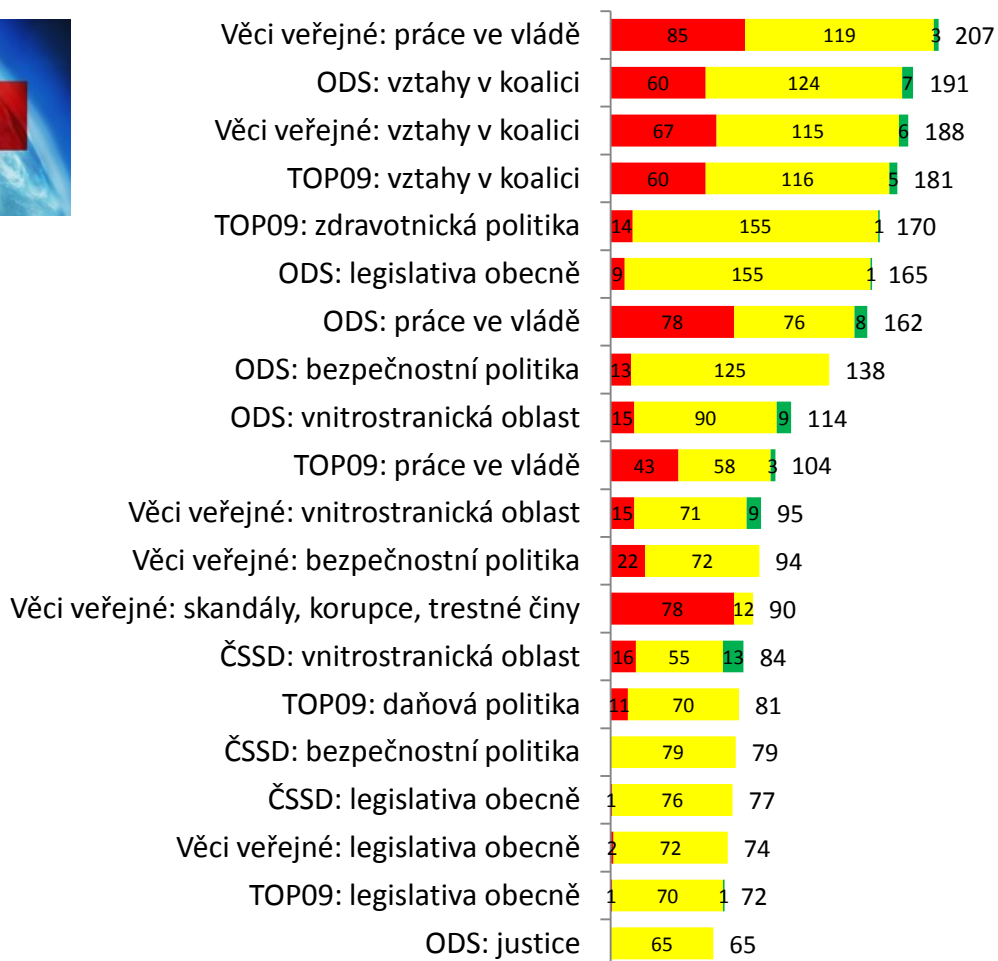
## TOP20 kombinací strana-téma v pořadu UDÁLOSTI – rok 2011, počet výpovědí, kontext



■ negativní  
■ neutrální  
■ pozitivní

**Protestní akce lékařů a vyjednávání o zavedení standardní a nadstandardní zdravotní péče ve spojení s TOP 09 a jmenovitě osobou ministra zdravotnictví Leoše Hegera v Událostech s nárůstem předčily ostatní kombinace „strana-téma“.** V žádné z komerčních televizí tolik nevyčnívala některá z kombinací politického subjektu s konkrétním tematickým aspektem (viz následující snímky). Počínání ministrů z řad VV se v Událostech neseťkalo s právě příznivým hodnocením.

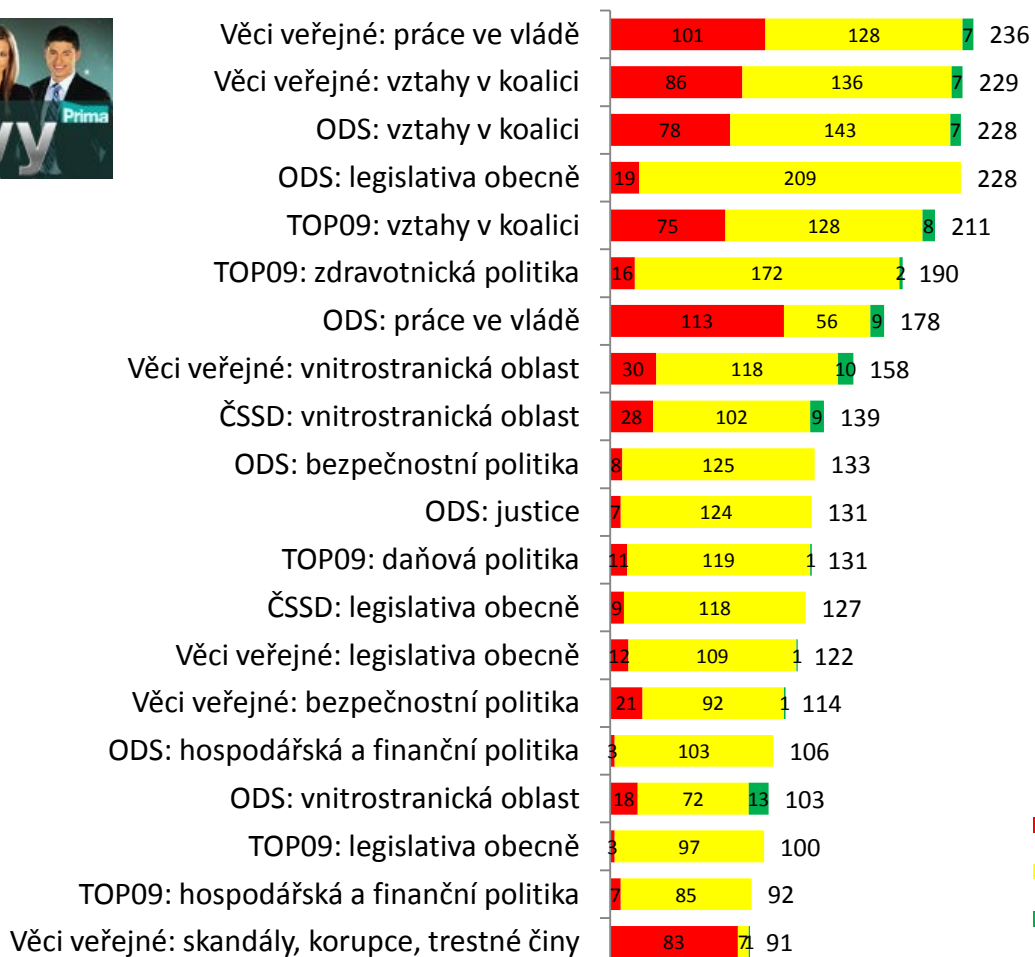
## TOP20 kombinací strana-téma v pořadu TELEVIZNÍ NOVINY – rok 2011, počet výpovědí, kontext



■ negativní  
■ neutrální  
■ pozitivní

**Televizní noviny** (a částečně i Zprávy TV Prima) **zaměřily svou pozornost zvláště na vztahy a spory uvnitř vládní koalice. Pro komerční televizi byla témata se skandálním potenciálem mnohem přitažlivější než v Událostech prezentovaná věcná politická témata** (srovnání věcnosti témat v politickém zpravodajství nabízí [snímek 16](#)). Nejvíce pozitivních výpovědí zaznělo ke spojení ČSSD a vztahů uvnitř opoziční strany. Tato kombinace byla přítom na 14. místě žebříčku prvním spojením, které se netýkalo některé z koaličních stran.

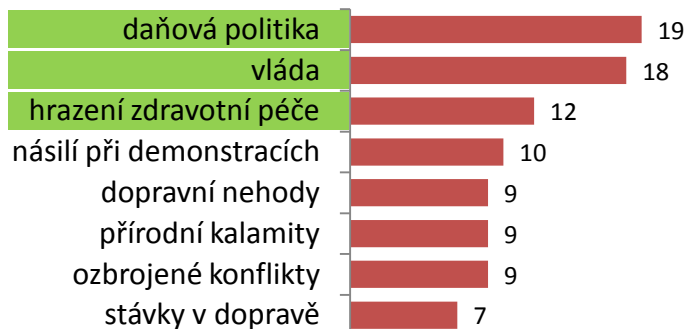
## TOP20 kombinací strana-téma v pořadu ZPRÁVY TV PRIMA – rok 2011, počet výpovědí, kontext



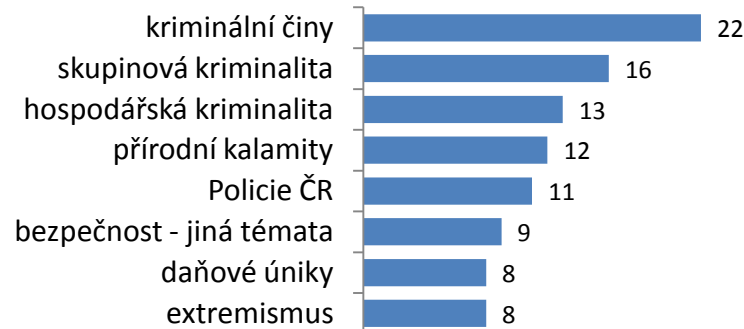
■ negativní  
■ neutrální  
■ pozitivní

Za své účinkování ve vládě sklidili ve Zprávách TV Prima kritiku občanští demokraté. Míra negativity byla jednoznačně spojena s kauzou ProMoPro, do níž byl zapleten ministr obrany Alexandr Vondra, a s vynucenou rezignací ministra průmyslu a obchodu Martina Kocourka. Ten nebyl schopen transparentně vysvětlit vysoké částky a neobvyklý pohyb na účtu své matky a na postu šéfa rezortu byl záhy vystřídán Martinem Kubou.

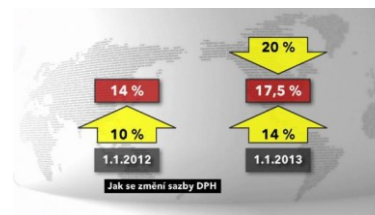
## Nejčastější témata úvodních reportáží UDÁLOSTÍ – rok 2011, počet reportáží



## Nejčastější témata úvodních reportáží TELEVIZNÍCH NOVIN – rok 2011, počet reportáží

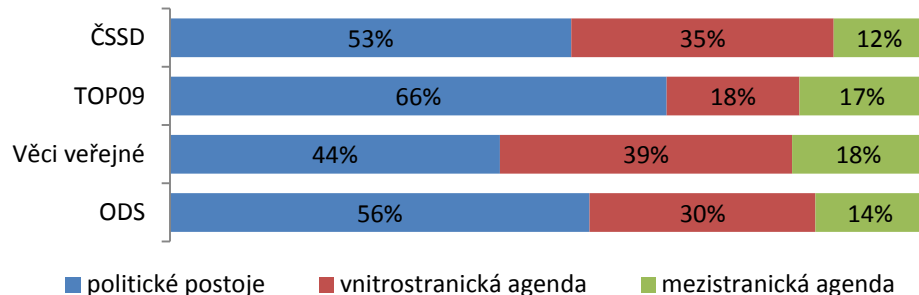


## Nejčastější témata úvodních reportáží ZPRÁV TV PRIMA – rok 2011, počet reportáží



V první osmičce témat otvíráků Událostí a Zpráv TV Prima se objevily vždy tři aspekty spojené s politikou. Proti tomu první politické téma **daňová politika** se v Televizních novinách s pouhými třemi opakováními za celý rok zařadilo na 37. místo žebříčku. Srovnání prvních zpráv hlavních relací, tedy takzvaných otvíráků tak ukázalo na neopomenutelný fenomén. Zaměříme-li se totiž na tematickou skladbu otvíráků, můžeme soudit, že vedle dvou extrémních pólů, kdy na jedné straně jsou Události jako relace televize veřejné služby a na straně druhé až učebnicově typicky komerční relace Televizní noviny, existují ještě „komerčně-veřejnoprávní“ Zprávy TV Prima (s komerční atraktivností informující o veřejně relevantních událostech).

## Tematická struktura výpovědí o politicích a stranách v pořadu UDÁLOSTI – rok 2011

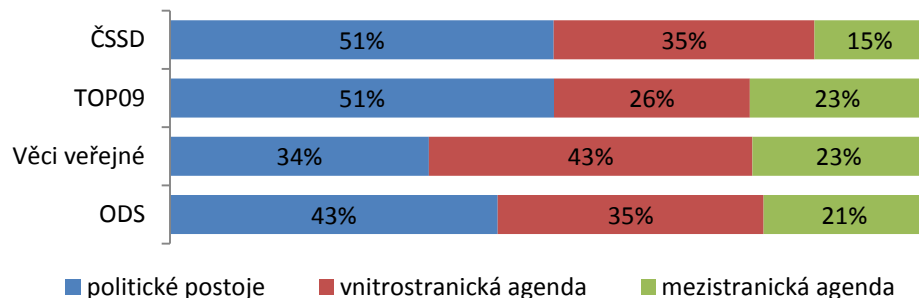


politické postoje (věcná politika):  
program, faktické programové kroky, věcná témata (školství, daňová politika, zdravotnictví...)

mezistranická agenda:  
vztahy s koaličními partnery a politickými oponenty

vnitrostranická agenda:  
stranické spory, obsazování vrcholných orgánů, personální politika, nominace volebních lídrů atd.

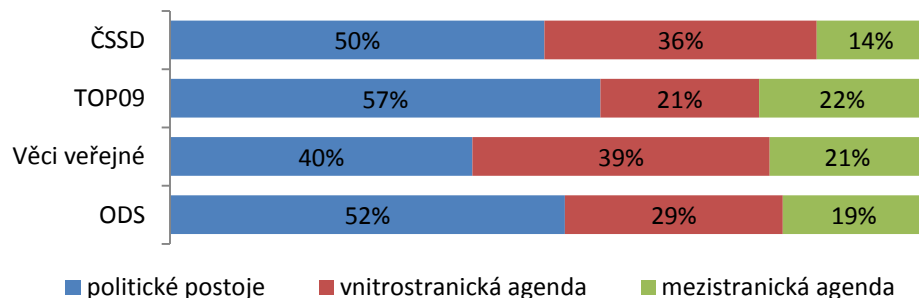
## Tematická struktura výpovědí o politicích a stranách v pořadu TELEVIZNÍ NOVINY – rok 2011



**Vysílaná tematická agenda informací o Věcech veřejných se ve všech relacích odlišovala od prezentace ostatních sledovaných stran. ČSSD, TOP 09 a v Událostech a Zprávách TV Prima i ODS byly prezentovány v nadpoloviční většině případů v souvislosti s faktickými politickými kroky ve zdravotnictví a zvláště daňové problematice.**

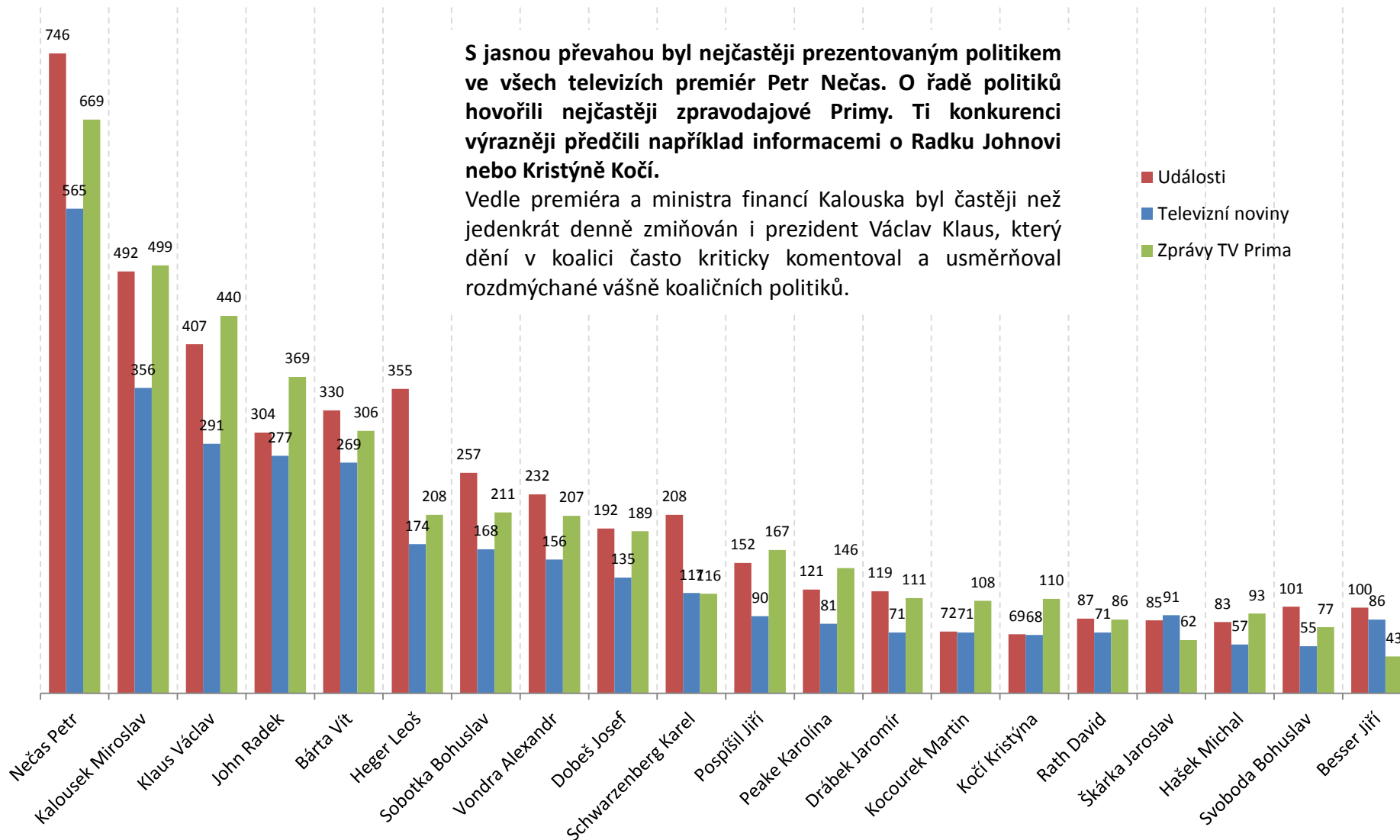
Věci veřejné ovšem neustále řešily roztržky uvnitř strany (*vnitrostranická agenda*) i uvnitř koalice (*mezistranická agenda*). Důraz na tyto informace se skandalizujícím potenciálem dávala především TV Nova, která o faktických krocích věckařských ministrů dopravy, školství nebo vnitra sdělovala pouze v jednom případě ze tří.

## Tematická struktura výpovědí o politicích a stranách v pořadu ZPRÁVY TV PRIMA – rok 2011

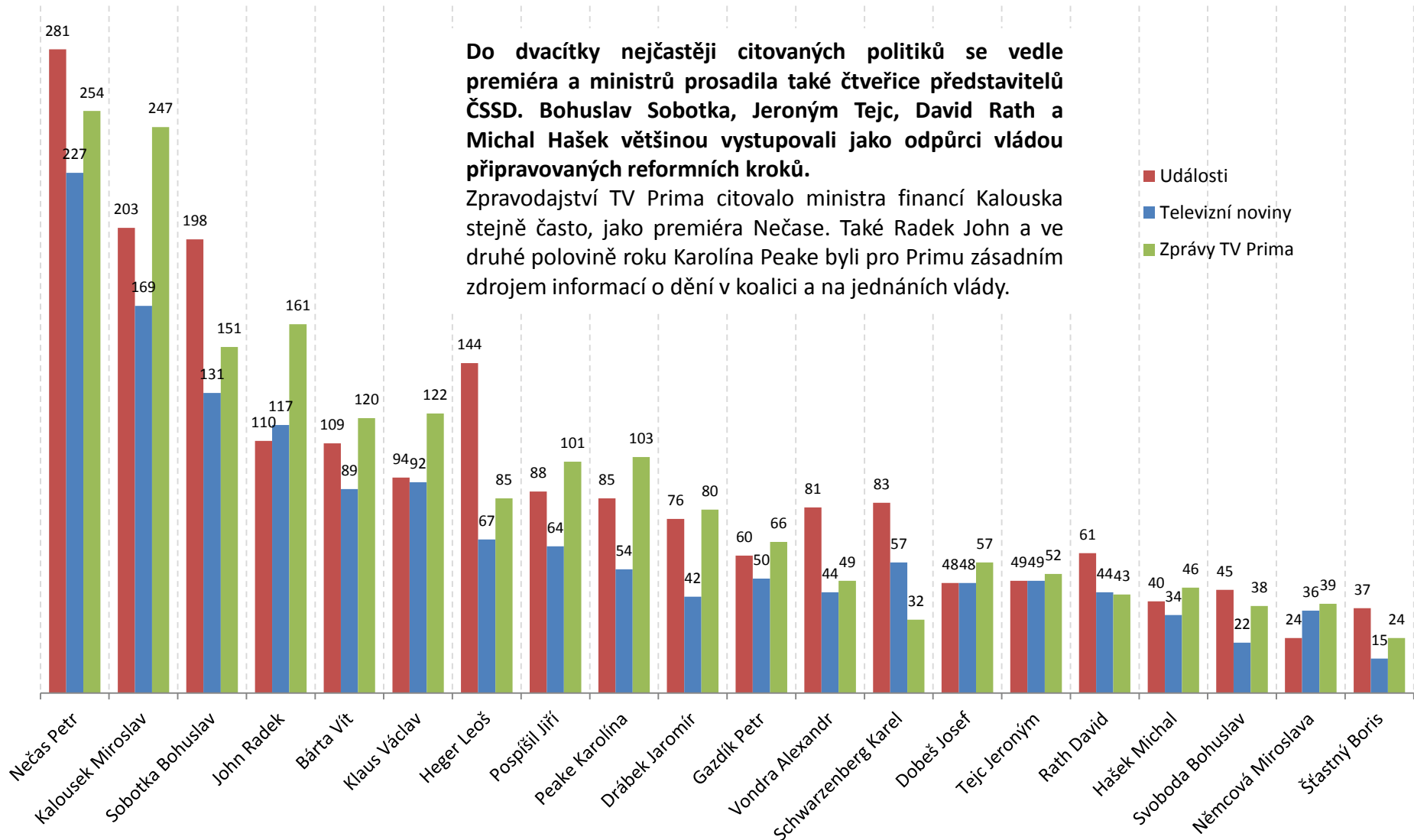




## TOP20 politiků v hlavních zpravodajských relacích (počet výpovědí) – rok 2011



## TOP20 politiků v hlavních zpravodajských relacích podle počtu citací (vlastních výroků) – rok 2011

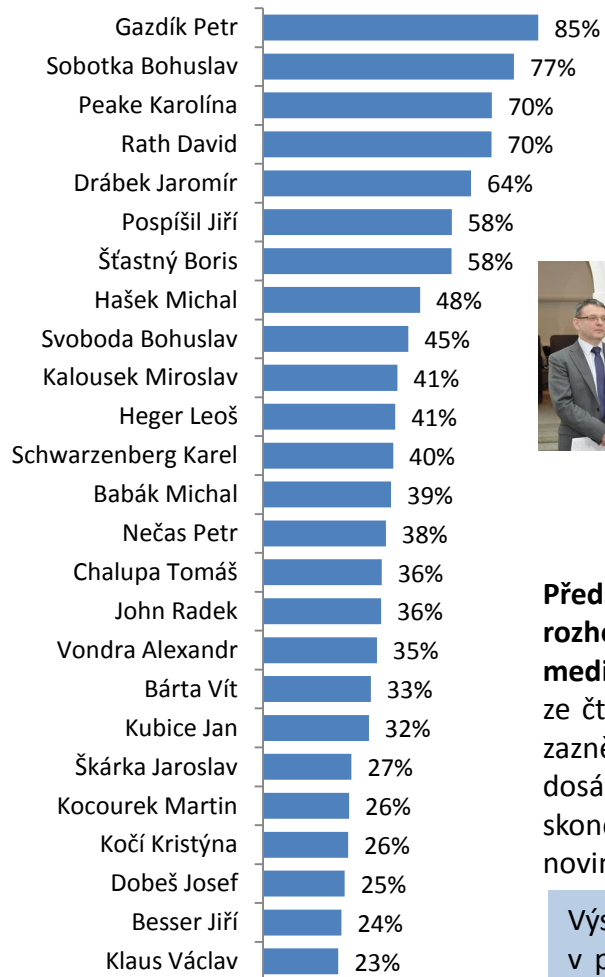


Do dvacítky nejčastěji citovaných politiků se vedle premiéra a ministrů prosadila také čtveřice představitelů ČSSD. Bohuslav Sobotka, Jeroným Tejč, David Rath a Michal Hašek většinou vystupovali jako odpůrci vládou připravovaných reformních kroků.

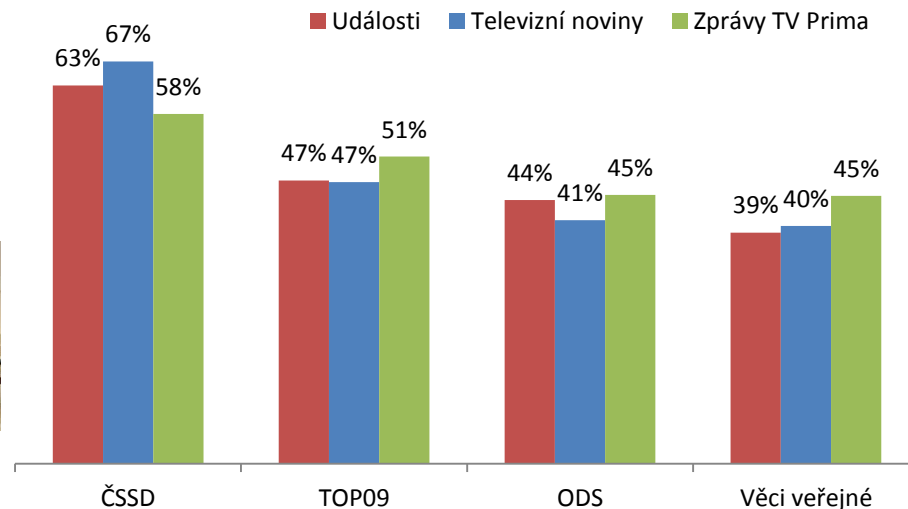
Zpravodajství TV Prima citovalo ministra financí Kalouska stejně často, jako premiéra Nečase. Také Radek John a ve druhé polovině roku Karolína Peake byli pro Primu zásadním zdrojem informací o dění v koalici a na jednáních vlády.

■ Události  
■ Televizní noviny  
■ Zprávy TV Prima

**Podíl vlastních výroků – rok 2011, posuzováno u 25 nejčastěji prezentovaných politiků**



**Podíl vlastních výroků představitelů jednotlivých stran – rok 2011**



**Představitelé ČSSD vystupovali v televizním zpravodajství jako komentátoři politických rozhodnutí i vnitrostranických a vnitro-koaličních pŮtek. Například Bohuslav Sobotka se na medializaci vlastní osoby podílel třičtvrtinovým dílem, což znamená, že ze ve třech případech ze čtyř sám komentoval vlastní a stranické postoje, pouze každá čtvrtá výpověď o jeho osobě zazněla z úst jiného politika nebo reportéra. Absolutně nejvyššího podílu vlastních výroků dosáhl Petr Gazdík, hlasem Věcí veřejných se stala Karolína Peake. Na opačném konci žebříčku skončil prezident Klaus, jehož rozhodnutí byla ve většině případů pouze zmíněna samotnými novináři.**

Výsledná hodnota je procentuelní podíl vlastních výroků na celkovém prostoru, který politik v pořadí Události zaujal. 100 % je tedy součtem výroků konkrétního politika a vyjádření všech dalších osob (včetně reportérů) o něm samotném.

**1**

**Základní zjištění**

**2**

**Mediální prezentace politických subjektů**

**3**

**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. Převedeno 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.

**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 právě jedno hlavní téma, 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 700 různých položek.

**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 kontext 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: mezistranická agenda (vztahy s koaličními partnery a politickými oponenty), vnitrostranická agenda (stranické spory, obsazování vrcholných orgánů, personální politika, nominace volebních lídrů atd.) a politické postoje (program, faktické programové kroky, věcná témata).

**Výpověď** - segment informace, v němž je citován nebo popisován sledovaný subjekt. Výpověď je tak definována určitým subjektem, tendencí a kontextem jeho hodnocení, 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.

- Media Tenor je přední světovou asociací zabývající se obsahovou analýzou mediálních sdělení a v rámci mezinárodní sítě kanceláří v ČR, Německu, USA, Velké Británii, Namibii, Švýcarsku, Rusku 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 aktivně zapojen do několika internacionálních projektů realizovaných ve spolupráci s partnerskými společnostmi v Pretorii, Bonnu, Londýně a New Yorku.
- Media Tenor, spol. s r.o. je členem International Media Monitor Association Bonn. V rámci asociace je Media Tenor ČR zodpovědný především za metodologický a technologický vývoj v oblasti analýzy elektronického zpravodajství a publicistiky. Media Tenor je v České republice součástí skupiny Media Content Experts.

## 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.

V březnu 2012 zpracoval Media Tenor, spol. s r.o.

Vedoucí projektu: Mgr. Štěpán Sedláček

[stepan.sedlacek@mediatenor.cz](mailto: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.