

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

**Michal Špirko**

**Anamorfovaná mapa světa optikou deníků  
MF DNES a SME**

*Diplomová práce*

Praha 2010

Autor práce: **Michal Špirko**

Vedoucí práce: **PhDr. Jakub Končelík, Ph.D.**

Oponent práce:

Datum obhajoby: **červen 2009**

Hodnocení:

## **Bibliografický záznam**

ŠPIRKO, Michal. *Anamorfovaná mapa světa optikou deníků MF DNES a SME*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2010. 117 s. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jakub Končelík, Ph.D.

## **Anotace**

Diplomová práce „Anamorfovaná mapa světa optikou deníků MF DNES a SME“ pojednává o způsobech, jakým informují nejčtenější noviny v České a Slovenské republice o světových událostech. Metodou kvantitativní obsahové analýzy je zde zkoumáno zahraniční zpravodajství deníků Mladá fronta Dnes a SME a to zejména podle toho, „jak“ a „proč“ věnují některým státům velkou pozornost a jiné naopak opomíjí.

Otázka „jak“ je rozvinuta v části metodologické, která stanovuje postupy, jakými lze poznatků dosáhnout a faktory, které mohou být pro posuzování nerovnoměrné pozornosti vůči jednotlivým státům klíčové.

Otázka „proč“ se odkazuje na teoretickou část práce, která nastiňuje jak poznatky mediálních studií o konstrukci mediální reality, tak charakteristické prvky mediálních organizací a tvorby zpravodajských obsahů. Pozornost je také zaměřena na deskripci kontextů analyzovaných mediálních organizací a problematiku zdrojů.

Cílem celé práce je posléze sestavení několika anamorfovaných map světa podle vybraných kritérií, které odrážejí obraz světa tak, jak je prezentován optikou zmíněných zpravodajských listů.

## **Klíčová slova**

Deníky, kvantitativní analýza, zahraniční zpravodajství, anamorfovaná mapa, Česká republika, Slovensko, MF DNES, SME, zpravodajská agentura, země světa

## **Annotation**

The thesis "Distorted map of the world according to daily newspapers MF Dnes and SME" deals with the ways in which the most widely read newspaper in the Czech and Slovak Republic inform about world matters. Foreign news in surveyed newspapers MF Dnes and SME are examined by using a quantitative content analysis which particularly asks „how“ and „why“ some states pay great attention and others are ignored. The question of „how“ is developed in the methodological section. This part establishes procedures by which knowledge can be achieved, and identifies factors that may be crucial for assessing the unequal attention to the individual states. The question of „why“ refers to the theoretical part, which outlines the findings of media studies on the construction of media reality, as well as the characteristic features of media organizations and the creation of news content. Attention is also focused on the description of the contexts between analyzed media organizations and resources issues. The aim of the whole work is then to compose several distorted maps of the world by selected criteria, which reflect the world view as presented through the content of examined journals.

## **Keywords**

Newspapers, quantitative analysis, foreign news, distorted map, Czech republic, Slovakia, MF DNES, SME, news agency, countries of the world

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Vlastní text práce (bez anotací a příloh) má s poznámkovým aparátem celkem 184 686 znaků s mezerami a obsahuje 117 stran.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 17. 5. 2010

Michal Špirko

## **Poděkování**

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucímu této diplomové práce PhDr. Jakubovi Končelíkovi, Ph.D. za cenné rady, podporu a čas, který mi při psaní věnoval.

<b>1. ÚVOD .....</b>	<b>- 9 -</b>
1.1 Obecný úvod .....	- 9 -
1.2 Poznámka k tezím .....	- 10 -
<b>2. METODOLOGICKÁ ČÁST.....</b>	<b>- 12 -</b>
2.1 Výzkumné cíle, otázky a hypotézy .....	- 12 -
2.1.1 Výzkumné cíle .....	- 12 -
2.1.2 Výzkumné otázky.....	- 12 -
2.1.3 Hypotézy .....	- 13 -
2.2 Design výzkumu .....	- 14 -
2.3 Předvýzkum.....	- 14 -
2.4 Konstrukce výběrového souboru.....	- 14 -
2.4.1 Základní soubor .....	- 14 -
2.4.2 Výběrový soubor .....	- 15 -
2.5 Analytické zpracování dat.....	- 15 -
2.5.1 Tvorba kódovacích jednotek .....	- 15 -
2.5.2 Kódovací kniha.....	- 16 -
2.5.3 Proměnné.....	- 16 -
2.6 Kvantitativní obsahová analýza .....	- 17 -
2.6.1 Úvod k metodě.....	- 17 -
2.6.2 Analýza mediálních sdělení.....	- 18 -
2.7 Poznámka k metodologii .....	- 20 -
<b>3. TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>- 21 -</b>
3.1 Teorie zpravodajství.....	- 21 -
3.1.1 Globalizace zpravodajských obsahů .....	- 21 -
3.1.2 Sociální konstrukce reality .....	- 22 -
3.1.2.1 Symbolické světy.....	- 23 -
3.1.2.2 Mediální konstrukce reality .....	- 24 -
3.1.3 Mediální rutiny .....	- 25 -
3.1.4 Mediální logika .....	- 27 -
3.1.5 Agenda setting.....	- 28 -
3.1.5.1 Mediální versus Veřejná agenda .....	- 30 -
3.1.6 Zpravodajské hodnoty .....	- 30 -
3.1.7 Gatekeeping.....	- 32 -
3.1.8 Stereotypy.....	- 32 -
3.1.9 Mezinárodní zpravodajský tok.....	- 33 -
3.1.9.1 Kulturní imperialismus .....	- 35 -
3.1.9.2 NWICO .....	- 36 -
3.1.9.3 Vliv agenturního zpravodajství .....	- 38 -
3.2 Regionální agenturní zpravodajství .....	- 39 -
3.2.1 České tiskové agentury .....	- 39 -
3.2.1.1 ČTK.....	- 39 -
3.2.1.2 Mediafax.....	- 40 -
3.2.2 Slovenské tiskové agentury.....	- 41 -
3.2.2.1 TASR.....	- 41 -
3.2.2.2 SITA.....	- 42 -
3.2.2.3 Epicentrum.....	- 42 -
3.2.3 Náležitosti agenturní zprávy.....	- 42 -
3.2.3.1 Metadata .....	- 42 -
3.2.3.2 Domicil a signatura.....	- 43 -
3.3 Zahraniční zpravodajství.....	- 44 -
3.4 Profily analyzovaných médií .....	- 44 -
3.4.1 Deník MF DNES .....	- 44 -
3.4.2 Deník SME.....	- 45 -

<b>4. ZPRACOVÁNÍ A PREZENTACE DAT .....</b>	<b>- 47 -</b>
4.1. Kódování a vyhodnocování.....	- 47 -
4.2. Tvorba map.....	- 47 -
4.2.1 Tvorba anamorfovaných map.....	- 48 -
4.2.2 Tvorba klasických map.....	- 48 -
4.3 Presentace dat.....	- 49 -
4.3.1 Data z MFD.....	- 50 -
4.3.2 Data ze SME.....	- 50 -
<b>5. INTERPRETACE A VYHODNOCENÍ.....</b>	<b>- 51 -</b>
5.1 Interpretace dat.....	- 51 -
5.1.1 Svět optikou MF Dnes.....	- 51 -
5.1.2 Svět optikou deníku SME.....	- 52 -
5.2 Elitní národy a elitní osoby.....	- 53 -
5.2.1 Významnost podle výskytu.....	- 53 -
5.2.2 Významnost podle plochy.....	- 56 -
5.3 Blížkost.....	- 60 -
5.3.1 Geografická blízkost.....	- 60 -
5.3.2 Ekonomická blízkost.....	- 61 -
5.3.3 Kulturní blízkost.....	- 62 -
5.3.3.1 Náboženská tradice.....	- 62 -
5.3.3.2 Národní příslušnost.....	- 63 -
5.3.3.3 Jazyková příslušnost.....	- 64 -
5.4. Dramatičnost.....	- 64 -
5.4.1. Válečné konflikty.....	- 65 -
5.4.2 Země postižené válkou v roce 2009.....	- 65 -
5.4.2.1 Somálsko.....	- 65 -
5.4.2.2 Srí Lanka.....	- 65 -
5.4.2.3 Pákistán.....	- 66 -
5.4.2.4 Jemen.....	- 66 -
5.4.2.5 Afganistán.....	- 66 -
5.4.2.6 Izraelsko-Palestinský konflikt.....	- 66 -
5.5 Vážné krize.....	- 67 -
5.5.1. Demokratická republika Kongo.....	- 67 -
5.5.2. Súdán.....	- 67 -
5.6. Katastrofy.....	- 70 -
5.7 Informační zdroje.....	- 71 -
5.8 Titulní strany.....	- 75 -
5.9 Obrazové zpravodajství.....	- 77 -
<b>6. DISKUZE HYPOTÉZ, OMEZENÍ A DOPORUČENÍ.....</b>	<b>- 79 -</b>
6.1 HYPOTÉZA Č.1.....	- 79 -
6.2 HYPOTÉZA Č.2.....	- 79 -
6.3 HYPOTÉZA Č. 3.....	- 80 -
6.4 HYPOTÉZA Č. 4.....	- 81 -
6.5 HYPOTÉZA Č. 5.....	- 81 -
6.6 HYPOTÉZA Č. 6.....	- 82 -
6.7 OMEZENÍ A DOPORUČENÍ.....	- 83 -
<b>7. ZÁVĚR .....</b>	<b>- 84 -</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>- 88 -</b>
<b>LITERATURA .....</b>	<b>- 89 -</b>
<b>SEZNAM TABULEK, MAP A GRAFŮ .....</b>	<b>- 99 -</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>- 100 -</b>



*Kontinenty ztratily své geografické základy. Ty byly nahrazeny tele kontinenty globálního komunikačního systému, který se stal zdánlivě všudypřítomným.*

*(Paul Virilio 2000: 9)*

---

## 1. ÚVOD

### 1.1 Obecný úvod

Komunikace v pozdně moderní společnosti je charakteristická zrychlováním komunikačního toku pomocí stále sofistikovanějších technologií k přenosu informací a zvyšováním jejich objemu, vlivem stále narůstajícího počtu komunikačních kanálů. Síť zpravodajských agentur v dnešní době pokrývá veškeré země světa a je schopna distribuovat médiím aktuální informaci v globálním měřítku již během několika vteřin. Média však nemají možnost, a ani to není jejich záměrem, předložit čtenáři, divákovi, či posluchači úplný přehled všech událostí. Z informačního servisu zpravodajských agentur vybírají novináři a pracovníci médií, tak jako tomu bylo již od počátku žurnalistické profese, jen takové zprávy, které podléhají určitým principům a selektivním procesům. Předkládají tak příjemci jen výsek reality, ze kterého si formuje představu o světovém dění.

Tento způsob sociálního konstruktivismu médií je v moderních mediálních studiích reflektován již několik desetiletí a dodnes tvoří aktuální problematiku sociálně vědních výzkumů. Jedním z prostředků, jakými lze objektivně měřit relevantní data, je kvantitativní výzkum jednotlivých mediálních textů, které mají konkrétní podobu v daném času a prostoru. V době permanentně aktualizovaných informací internetových zpravodajských serverů, sociálních sítí, nadcházejícího trendu elektronických čteček a aplikací pro mobilní telefony se jeví jako příhodná analýza denního tisku, který může posloužit nejen pro účely srovnání vývoje periodického tisku v období před nástupem ICT, ale také pro následné výzkumy globalizačních či glocalizačních tendencí digitálních médií.

Mnoho autorů se zabývalo vlivem geografických, sociálních, ekonomických a politických aspektů jednotlivých států na vývoj periodického tisku.<sup>1</sup> V době, kdy komunikační kanály poskytují v demokratických společnostech možnost nahlédnout do databází téměř jakéhokoliv světového média tzv. tady a teď, je zajímavé sledovat, jakým způsobem se s tímto

---

<sup>1</sup> Srov. Siebert, F. S., Peterson, T., Schramm, W. (1963), McQuail, D. (2009)

trendem vypořádávají tištěné deníky. Budoucnost tištěných médií je v současné době aktuální otázkou, o které se vedou diskuze jak v profesních, tak odborných kruzích. Někteří věří v jejich transformaci, jiní jim prorokují zánik.<sup>2</sup> Jisté však je, že tržby tištěných deníků klesají. Newspaper Association of America dokonce uvádí, že v roce 2009 byly reklamní výdaje do novinové inzerce nejnižší od roku 1984.<sup>3</sup>

V této práci jsou sledována dvě média, která se dle nákladu a čtenosti řadí na první příčku mezi seriózním tiskem v daných zemích. Jsou jimi Mladá Fronta Dnes (dále jen MFD) a slovenský list SME (dále jen SME). Druhé jmenované médium bylo zvoleno zejména kvůli podobné historii, kterou tyto dvě země sdílely. Ambicí práce však není tyto mediální krajiny v plné míře vzájemně komparovat. Cílem je sestavit pomocí metody kvantitativní obsahové analýzy anamorfovanou mapu světa tak, aby odpovídala optice jeho vidění daným médiiem v příslušném roce. Z vyšetřených dat lze následně usuzovat na podobnosti či odlišnosti, které tato média ve svém obsahu přinášejí

## **1.2 Poznámka k tezím**

Původní představa mého výzkumného záměru se týkala sestavování anamorfovaných map optikou Mladé fronty Dnes a nejčtenějšího norského deníku Aftenposten. Přesto, že zpočátku to vypadalo nadějně, později se ukázalo velice obtížné archiv norského deníku z loňského roku sehnat. V českém prostředí se nevyskytoval a výpůjčka ze zahraničních knihoven by byla velice problematická, kvůli příliš vysokému objemu materiálů. Navíc, tento deník vlastní jen velice málo evropských knihoven, z nichž nejbližší se nachází ve Vídni, avšak tam disponuje archivem pouze do srpna 2009. Překvapením pro mě bylo i to, že archiv nebyl dostupný ani v portfoliu Mezinárodního muzea novin v německých Cáchách.<sup>4</sup> Poslední nadějí byl Norský národní archiv, avšak i ten musel zažádat u Aftenposten o přístupová práva do databáze, které ani po měsíci nedostal. Ostatní evropské knihovní fondy archivují Aftenposten pouze na mikrofilmech, které do zahraničí nezapůjčují. Existovala i možnost odjet kódovat deník do Norska avšak ta pro mě, vzhledem k probíhajícímu semestru,

---

<sup>2</sup> Příkladem z poslední doby je James Tyree, výkonný ředitel investiční firmy Mesirow Financial Inc., která v říjnu 2009 odkoupila vydavatelství Chicago Sun-Times, se všemi deníky v portfoliu. Agentura Bloomberg zveřejnila Tyreeho výrok o tom, že noviny v takové podobě, jaké je známe dnes, zaniknou do pěti, až deseti let. Volně dostupné z WWW: <http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=newsarchive&sid=anrSUZ64hDbk> (cit 12. 4. 2010)

<sup>3</sup> Newspaper Association of America. Volně dostupné z WWW: <http://www.naa.org/TrendsandNumbers/Advertising-Expenditures.aspx> (cit. 26. 4. 2010)

<sup>4</sup> Internationales Zeitungsmuseum der Stadt Aachen

nepřipadala v úvahu. V současné době většina velkých knihoven poskytuje čtenářům přístup do rozsáhlé databáze Library PressDisplay<sup>5</sup>, která obsahuje naskenované vydání více než tisíce deníků z 82 zemí světa. Tato služba však naneštěstí obsahuje vydání až z roku 2010 a tak bylo z výzkumu skandinávského listu, po konzultaci s vedoucím práce, upuštěno. Jako příhodná alternativa se však jevil nejčtenější seriózní slovenský deník SME. Jednak se touto formou naskytlo srovnání dvou tiskových prostředí u zemí, které mají společnou značnou část moderní historie, a na druhou stranu v tomto regionálním kontextu existuje jen velice omezené množství výzkumných projektů na podobná témata. Stanovenou strukturu práce i literaturu jsem dodržel, upuštěno bylo pouze od publikací, které byly spojeny s norským tiskovým prostředím.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Volně dostupné z WWW: <http://library.pressdisplay.com> (cit. 26. 4. 2010)

<sup>6</sup> Např. Hallin, D. C., Mancini, P. Systémy médií v postmoderním světě. Praha : Portál. 2009.

## **2. METODOLOGICKÁ ČÁST**

### **2.1 Výzkumné cíle, otázky a hypotézy**

#### **2.1.1 Výzkumné cíle**

Cílem této práce je přinést obraz zahraničně-politického zpravodajství českého deníku MFD a slovenského deníku SME. Těžiště práce tedy leží v analýze obsahových sdělení a sestavení anamorfovaných map světa tak, jak je o jednotlivých zemích pojednáváno (nebo naopak není) na stránkách zmíněných listů. Tato mapa má posléze napomoci představě, jakým způsobem může korespondovat zpravodajství daného média s představou čtenáře o světovém uspořádání, a zároveň empiricky naplňovat teoretické poznatky mediálních studií z oblasti vlivů a účinků mediálních sdělení. Zároveň výzkum poukazuje na mediální logiku, pomocí které jsou některé zprávy upřednostňovány, zatímco jiné potlačovány. V neposlední řadě je záměrem také nahlédnutí do různých mediálních organizací zkoumaných geografických regionů a poukázání na jejich podobnosti či odlišnosti v produkci zahraničně politických zpráv.

#### **2.1.2 Výzkumné otázky**

Z výzkumného záměru vyplývají tyto výzkumné otázky.

- 1) Jak vypadají mapy světa podle míry pozornosti, kterou jednotlivým státům věnují MFD a SME v zahraničním zpravodajství?

Z této výzkumné otázky dále vychází tři podotázky.

- a) O kterých státech informují sledovaná média nejčastěji? (měřeno četností vyskytu)
  - b) Kterým státům věnují zkoumaná média největší pozornost? (měřeno plochou)
  - c) Jak se míra pozornosti věnovaná jednotlivým státům u obou deníků shoduje či liší?
- 2) Z jakých informačních zdrojů média nejčastěji čerpají?
  - 3) Při informování o kterých zemích používají deníky nejčastěji obrazové informace?

### 2.1.3 Hypotézy

Na základě výzkumných otázek stanovuji následující hypotézy. Z výzkumné otázky č. 1 a jejích podotázek stanovuji první tři hypotézy. Z výzkumné otázky č. 2 dvě hypotézy.

#### 1. *Hypotéza (k otázce č. 1a)*

Množství článků (měřeno četností výskytu) který oba zkoumané deníky věnují jednotlivým zemím, neodpovídá běžným geografickým charakteristikám jako je rozloha nebo počet obyvatel, ale spíše kritériím jako je ekonomická a politická významnost, geografická a kulturní blízkost a souvislost s válečnými konflikty či přírodními katastrofami.

#### 2. *Hypotéza (k otázce č. 1b)*

Exponovaným státům, tj. státům s největším počtem zmínek v tisku, je věnována také největší pozornost.

#### 3. *Hypotéza k otázce (č. 1c)*

Přesto, že oba deníky pocházejí z různých států, jejich orientace na elitní státy, geograficky a kulturně blízké země, místa válečných konfliktů, teroristických útoků, přírodních katastrof a vážných nehod je obdobná.

#### 4. *Hypotéza (k otázce č. 2)*

Množství článků pocházejících z agenturních informačních zdrojů je větší, než počet článků ryze autorských nebo pocházejících od zvláštních zpravodajů.

#### 5. *Hypotéza (k otázce č. 3)*

Článkům z vlastních zdrojů však náleží celkově větší plocha, jelikož je jejich příprava náročnější, vyžaduje důkladnější přípravu a komplexnější zpracování.

#### 6. *Hypotéza (k otázce č. 4)*

Zprávy vztahované k elitním národům, geograficky a kulturně blízkým zemím a místům válečných konfliktů, přírodních katastrof nebo vážných nehod jsou doplněny grafickou informací spíše, než zprávy ze zemí chudých, zaostalých a geograficky i kulturně vzdálených.

## **2.2 Design výzkumu**

Samotný výzkum mediálních sdělení obou deníků metodologicky navazuje na diplomovou práci Gabriely Podzimkové<sup>7</sup>. Její poznatky byly pro tento výzkum inspirací zejména při konstrukci kódovací knihy a stanovení hypotéz. Získaná data byla následně zpracovávána prostřednictvím standardizovaných postupů kvantitativní obsahové analýzy, vyhodnocována pomocí statistických programů a vizualizovaná. Při zkoumání toho, jaké země měly v daném roce jaký prostor na stránkách obou deníků, byl stěžejním předpoklad, že článek musí obsahovat zahraniční domicil. Články, které zahraniční domicil neobsahovaly, nebyly kódovány.

## **2.3 Předvýzkum**

Pro ověření vhodnosti zvolených metod a postupů a zároveň získání představy o časové dotaci potřebné ke zpracování požadovaného množství informací byl realizován předvýzkum. Dohromady bylo kódováno 204 článků. Na základě těchto výsledků a potvrzení intersubjektivní ověřitelnosti, byly rozšířeny výzkumné otázky i výběrový vzorek. Projekt byl rozpracován do požadovaného tvaru a navázal na něj reálný výzkum, z něhož tato práce vzešla.

## **2.4 Konstrukce výběrového souboru**

### **2.4.1 Základní soubor**

Pro účely této práce byla zvolena dvě tištěná periodická média, která pochází z podobných geografických, ale také kulturních a politických oblastí Evropy. V obou případech jde o seriózní deníky s největším nákladem, čteností a dá se tedy předpokládat, že i společensko-politickým vlivem. Deník MFD dosáhl ve statistickém přehledu za rok 2009 zpracovaným v rámci Media Projektu neziskové organizace ABC ČR (Kancelář ověřování nákladu tisku) v měsíčním průměru 256 118 prodaných výtisků a jeho odhadovaná čtenost je 1 400 000 výtisků denně.

---

<sup>7</sup> Podzimková, G. Anamorfovaná mapa virtuálního světa českých deníků : Obsahová analýza zahraničního zpravodajství Mladé fronty DNES a Blesku v roce 2005. Praha. 2006.

## 2.4.2 Výběrový soubor

Předmětem výzkumu je analýza zahraničně politického zpravodajství vybraných deníků, je tedy třeba určit relevantní obsah. Výběrovému šetření jsou podrobeny výtisky novin, které vyšly během všech dvanácti měsíců v roce 2009. Ve snaze vyvarovat se možným zkreslením vzniklým vlivem kontinuálních zpráv a zároveň z důvodů časové náročnosti, je do výzkumu zahrnut pouze každý druhý a čtvrtý celý týden v příslušném měsíci.

Výběrový soubor tak dohromady čítá 288 výtisků deníků.<sup>8</sup> Analyzován byl pouze první sešit obou periodik, který obsahuje většinu publikovaných zahraničně politických zpráv. Mnoho zpráv ze zahraniční se samozřejmě objevuje i v listech věnovaných sportu, kultuře nebo volnému času, ty však nebyly pro účely této práce zohledňovány.

## 2.5 Analytické zpracování dat

### 2.5.1 Tvorba kódovacích jednotek

Kódovací jednotkou se v tomto výzkumu rozumí článek opatřený zahraničním domicilem. Za článek byla považována jakákoliv textová, fotografická či jiná grafická informace, která podává zprávu o zahraniční události. Z důvodu standardizace metody bylo upuštěno od zohledňování perexu či titulku, jako tomu bylo v některých předešlých výzkumech.<sup>9</sup> Tímto bylo také zabráněno faktoru multinacionality, který by kódovací proces značně zkomplikoval a posunul rozhodování o přidělení plochy článku jednotlivým zúčastněným zemím do roviny zcela kvalitativní.

Za důležité byla považována proporcionalita jednotlivých dnů. Celé týdny byly voleny zejména proto, aby bylo dosaženo rovnoměrného počtu stejných dnů v týdnu. Pokud na některý z takových dnů připadá státní svátek, byl kódován nejbližší celý týden tak, aby mezi dvěma sledovanými týdny byl alespoň jeden týden volný. Jedinou výjimkou je v tomto případě prosinec, kdy z důvodu vánočních svátků vycházejí jediné dva celé týdny hned po sobě. Relevantním článkem je myšlena jakákoliv textová či obrazová informace, opatřená domicilem nezávisle na formě a žánru. Články, které se prokazatelně věnují zahraničně politické problematice (mají název zmiňované země v titulku, perexu nebo jsou opatřeny

---

<sup>8</sup> (6 dní v týdnu x 2týdny) x 12 měsíců = 144 vydání jednoho deníku, tj. 288 vydání v případě obou deníků.

<sup>9</sup> Holý, J. Anamorfovaná mapa světa podle Lidových novin v roce 1927 : obsahová analýza zahraničního zpravodajství a prezentace sesbíraných údajů příslušným deformováním mapy světa. Praha. 2008.

příznačnou fotografií či doprovodnou grafikou), ale které nejsou opatřené místo určujícím domicilem, nebyly kódovány. Články nebo fotografie opatřené českým domicilem nebyly kódovány rovněž, stejně jako veškerá reklamní či inzertní sdělení. V případě vícenásobného zahraničního domicilu byl započítán pouze první v pořadí. V případě, že byl první domicil český a druhý zahraniční, nebyl článek rovněž do výzkumu zahrnut.

### **2.5.2 Kódovací kniha**

Tvar kódovací knihy principiálně vychází z předešlého výzkumu Gabriely Podzimkové. Je však lehce modifikovaný. Na základě stanovených hypotéz byla sestavena matice proměnných a byly připraveny elektronické kódovací archy. Bylo zaznamenáváno médium, datum, velikost článku v mm<sup>2</sup>, informační zdroj, země, strana, na které se článek nachází, počet stran celkem a přítomnost grafických informací. Potřebné informace byly zanášeny do archu pod číselnými kódy dle kódovací knihy (viz příloha č. 16) a dle požadavků shapefilu pro anamorfózu map v programu GIS. Pro tvorbu kódovací knihy i elektronických archů jsem použil statistický program SPSS verze 17.0.

### **2.5.3 Proměnné**

Klíčovou proměnnou hraje ve výzkumu určení místa, které v tomto případě striktně vychází z domicilu a číselné hodnoty odpovídající rozsahu jednotky. K tomu, aby bylo možné ze statistických údajů relevantně usuzovat, je však také nutné zanést do archu další, tzv. identifikační proměnné. Ty jsou důležité zejména pro zpětnou kontrolu kódovaných hodnot a jejich pozdější úpravy v případě výskytu nejasností či chyb. Proměnné, které slouží primárně k zodpovězení výzkumných otázek a potvrzení či vyvrácení hypotéz se nazývají analytické proměnné.



### *Identifikační proměnné*

- 1) P1 Médium – MFD a SME.
- 2) P2 Datum – Pro snadnou orientaci pomocí následného vzestupného i sestupného řazení bylo datum kódováno ve tvaru MM/DD. Z důvodu jednoty čtyřmístného kódu všech měsíců bylo doplněno prvních devět měsíců číslovkou jedna a měsíce říjen až prosinec číslovkou dvě.<sup>10</sup>
- 3) P5 Země – Jednotlivým zemím přiřazuji číselný kód.
- 4) P6 Strana – Číslo strany obsahující zmínku o zahraničním zpravodajství.
- 5) P7 Počet stran v sešitu celkem – A1 až A20.

### *Analytické proměnné*

- 1) P3 Velikost článku – Údaje jsou zanášené v mm<sup>2</sup> s přesností +/- 1 milimetr. Běžně je měřena výška každého článku. Šířka článku většinou odpovídá standardním rozměrům podle počtu sloupců. Pokud má článek nestandardní tvar (nejčastěji ve tvaru písmene L) jsou měřeny veškeré potřebné poměry stran. Tato kategorie se nazývá metrická proměnná.
- 2) P8 Zdroj – Proměnná měří přítomnost či nepřítomnost obrazové informace v článku (fotografie, grafy, přehledy, barevně zvýrazněné citáty, atd.). Hodnoty, kterých tato proměnná nabývá, jsou dichotomické a symetrické.
- 3) P4 Druh informačního zdroje – Zjišťuje, ze kterého informačního zdroje médium čerpalo při sestavování článku. Jedná se tedy o nominální proměnnou.

## **2.6 Kvantitativní obsahová analýza**

### **2.6.1 Úvod k metodě**

Prvopočátky obsahové analýzy jakožto formální metody sociálně vědních výzkumů sahají do období druhé světové války a bývají připisovány Haroldu Lasswellovi, který byl ve své době patrně největším průkopníkem výzkumu propagandy<sup>11</sup>. Hansen uvádí, že vývoj této metody byl mimo jiné akcelerován zájmem o to, jak média přispívají k sociálním otřesům

---

<sup>10</sup> Např. zápis 1.ledna je ve tvaru 1101, 2. října – 2002, 3. listopadu – 2103 a 4. prosince 2204.

<sup>11</sup> Srov. Lasswell, H. D. Propaganda Technique in World War I. London . 1971.

a mezinárodním konfliktům, ale také spojením zájmu o nové elektronické médium - rozhlas.<sup>12</sup> Touhou výzkumníků bylo posílení pozice metod sociálně vědních výzkumů tak, aby byly svou kontrolovatelností, systematickostí a objektivitou srovnatelné s metodami z oblasti věd přírodních.<sup>13</sup> V této době plné společenských zvrátů převládalo mezi mediálními vědci přesvědčení o silných mediálních účincích, k výraznějšímu rozšíření této metody však došlo teprve po druhé světové válce, tedy v době ztuhlého oslabení přesvědčení v sílu mediálních účinků. Zřejmě nejcitovanější definicí obsahové analýzy je text Lasswellova žáka Bernalda Berelsona z jeho dnes již klasického díla *Content analysis in communication research* z roku 1952, ve kterém mimo jiné píše: „*Obsahová analýza je výzkumná technika pro objektivní, systematický a kvantitativní popis zjevného obsahu komunikace.*“<sup>14</sup> Následně byla obsahová analýza hojně využívána nejen ve výzkumech mediálních sdělení, ale také jako součást větších výzkumných projektů pro sociální a politické analýzy.<sup>15</sup> Stala se integrální součástí výzkumů veřejného mínění, analýzy publika, teorií mediálních účinků, studií zkoumajících mezinárodní tok informací, kulturní imperialismus, produkci zpráv a mediálních obsahů obecně, aj. I přes dlouholetý vývoj byla tato metoda mnohdy opakovaně kritizovaná - mimo jiné pro svoji kvantifikující povahu, dekontextualizaci, pozitivistickou představu objektivnosti nebo nedostatečné teoretické ukotvení významu.<sup>16</sup>

## 2.6.2 Analýza mediálních sdělení

K analýze mediálních sdělení existují v zásadě dva rozdílné přístupy. Prvním je kvalitativní (hermeneutická) analýza, která svým interpretačním charakterem vychází z literárně vědní teorie. Scherer uvádí, že tato metoda slouží k odhalování hlubších, nebo někdy přímo skrytých struktur textu pomocí subtilních interpretačních postupů. Zabývá se argumentačními postupy vypovídajícími o intencích autora a z nich vyplývajícími implikacemi.<sup>17</sup> Tato metoda se tedy využívá zejména pro sestavování mediálního obrazu popisovaných skutečností a interpretaci textových informací pomocí několika specifických rámců. Scherer ovšem doplňuje, že je vhodná spíše k analýze menšího množství textů a že je

---

<sup>12</sup> Hansen a kol. (1998: 91)

<sup>13</sup> Hansen a kol. (1998: 93)

<sup>14</sup> Berelson (1952: 16)

<sup>15</sup> Srov. Krippendorff (1980), Rogers (1991)

<sup>16</sup> Srov. Kracauer (1952), Burgelin (1972), Sumner (1979) in Hansen a kol. (1998)

<sup>17</sup> Scherer (2004: 29)

její charakter spíše otevřený a subjektivní, tedy úzce spjatý s osobou výzkumníka. Její nevýhodou je proto nesnadná ověřitelnost a fakt, že jiní výzkumníci mohou u stejných textů dosáhnout velmi rozdílných výsledků.<sup>18</sup>

Druhou metodou je analýza kvantitativní. Zatímco hermeneutická analýza vychází z alternativního paradigmatu a zaměřuje se na význam zkoumaných sdělení, kvantitativní metoda vychází z paradigmatu dominantního a pomocí měření a kvantifikace dat zkoumá pouze sadu vybraných znaků.<sup>19</sup> Scherer doplňuje, že taková analýza mediálních sdělení by měla být systematicky strukturovaná a intersubjektivně ověřitelná. Systematičnost odkazuje na stejný způsob zpracovávání mediálních obsahů a intersubjektivní ověřitelnost znamená, že i jiné osoby než původní výzkumník by měly být schopny při aplikaci těchto výzkumných metod reprodukovat stejné výsledky.<sup>20</sup>

Bertrand a Hughes poukazují na hlubší rozdělení výzkumů textových forem a uvádějí dva základní přístupy, z nichž jeden se zaměřuje na zkoumání obsahu a významu a druhý na zkoumání struktury a diskurzu. V obou přístupech lze podle autorů uplatňovat jak kvalitativní, tak kvantitativní metodu podle toho, zda chceme zkoumat explicitní význam textu ve smyslu zjevného denotátu, nebo latentní význam skryté konotace.<sup>21</sup> Za kvantitativní přístupy považují Bertrand a Hughes klasickou obsahovou analýzu a některé formy sémiotické a strukturální analýzy, do kvalitativních zařazují fenomenologii a hermeneutiku, post-strukturalistickou, nebo diskursivní analýzu.<sup>22</sup>

V mnoha případech se může jednat o komplexní kombinovaný přístup, jehož prvním stupněm je analýza kvalitativní a následným druhým stupněm analýza kvantitativní, která podle Scherera funguje jako vhodný nástroj ke zpracování velkého množství textů, který následně nabízí přehledné znázornění pomocí statistik a grafů.<sup>23</sup>

Scherer také upozorňuje na důležitost splnění podmínky spolehlivosti (reliability) a přiměřenosti (validity). Využívané metody a techniky by proto měly být univerzálně platné a řádně zdokumentované tak, aby je mohl kdokoliv zopakovat se stejným výsledkem a aby měřily opravdu to, co měřit mají.<sup>24</sup> Z hlediska členění obsahových analýz podle Bonfadelliho

---

<sup>18</sup> Scherer (2004: 29)

<sup>19</sup> McQuail (1999: 73)

<sup>20</sup> Scherer (2004: 33)

<sup>21</sup> Bertrand a Hughes (2005: 197)

<sup>22</sup> tamtéž

<sup>23</sup> Scherer (2004 :33)

<sup>24</sup> Scherer (2004: 34)

odpovídá způsob analýzy využitý v tomto výzkumu tzv. analýze frekvenční, jejímž cílem je získat přehled o četnosti výskytu témat nebo aktérů (v tomto případě států).<sup>25</sup> Metoda kvantitativní analýzy je v mediální vědě poměrně často využívanou technikou.<sup>26</sup> Schulz spatřuje její informační kvalitu, jakou je tematická pestrost, v charakteristice zpravodajství jako celku, zkoumaném v delším časovém období.<sup>27</sup>

## **2.7 Poznámka k metodologii**

Výzkumné projekty na podobné téma již v minulosti byly provedeny.<sup>28</sup> Jak zmiňuji v kapitole Design výzkumu, z metodologického hlediska navazuji na práci Gabriely Podzimkové, jelikož ji považuji za ucelenou a vhodnou pro další využití. Navíc aplikace této metodiky u dalších analýz také poskytuje více možností porovnání výsledků. Dosavadní totiž však byly provedeny výhradně v českém mediálním prostředí. Přínos své práce tedy (mimo jiné) spatřuji v rozšíření tohoto typu výzkumu na mediální agendy deníků z dvou různých zemí.

---

<sup>25</sup> Bonfadelli in Slovník mediální komunikace (2004: 22)

<sup>26</sup> Srov. Fiske, J. (1987)

<sup>27</sup> Schulz, W. (1998: 53)

<sup>28</sup> Podzimková (2006), Holý (2008)

## 3. TEORETICKÁ ČÁST

### 3.1 Teorie zpravodajství

#### 3.1.1 Globalizace zpravodajských obsahů

Zatímco Francis Fukuyama mluvil o současné době jako o konci historie,<sup>29</sup> Paul Virilio ji popisuje spíše jako „konec geografie“. Píše: „*Na vzdálenostech už nezáleží a představu geofyzikální hranice je v „reálném světě“ čím dál těžší obhájit. Najednou se zdá jasné, že rozdělení kontinentů i zeměkoule jako celku bylo funkcí vzdáleností, jež byly kdysi díky primitivnosti dopravy a útrapám cestování nesmírně reálné.*“<sup>30</sup> Vzdálenost dnes autor považuje spíše za sociální produkt, než fyzikální danost. Vše je odvislé od rychlosti, se kterou lze vzdálenost překonat. Bauman k tomu říká, že když se doba komunikace smršťuje na nulovou délku okamžiku, prostor a prostorová vymezení ztrácejí význam – přinejmenším pro ty, jejichž jednání může probíhat rychlostí elektronického vzkazu.<sup>31</sup>

Možnosti přenosu informace v čase i prostoru byly výrazně akcelerovány spolu s vývojem elektronických médií počínaje telegrafem přes rozhlas a televizi až k dnešním digitálním médiím. Tyto technologie také výrazně přispěly k urychlení globalizačních procesů. První mediální instituce, které tyto možnosti využívaly v podobě blízké současnému pojetí, byly velké zpravodajské agentury z poloviny 19. století, tedy Havas, Reuters a Wolff. Formovaly tak informační propojení v globálním měřítku a vnímání světa tím, co McLuhan nazývá globální vesnicí.<sup>32</sup>

Je zřejmé, že globální a lokální témata se začala v médiích více propojovat, je však otázkou v jakém poměru. Boyd-Barret k tomu říká, že tři současně největší agentury Reuters, Associated Press (dále jen AP) a Agence France Press (dále jen AFP), jsou do velké míry představiteli angloamerické kultury. Mezinárodní zpravodajské toky jsou tedy arénou s přetrvávající dominancí západní Evropy a Severní Ameriky.<sup>33</sup> Tato geografická příslušnost může znamenat přenos kulturních, sociálních i náboženských aspektů a, jak píše Trampota,

---

<sup>29</sup> Fukuyama, F. Konec dějin a poslední člověk. Praha. 2002.

<sup>30</sup> Virilio in Bauman ( 1998: 21)

<sup>31</sup> Bauman (1998: 22)

<sup>32</sup> McLuhan (1991: 95)

<sup>33</sup> Boyd-Barrett, O., Rantanen, T. (1998: 16)

ovlivňovat témata a oblasti, které jsou mezinárodními agenturami intenzivněji pokrývány.<sup>34</sup> Boyd-Barrett v této situaci vidí ohrožení zpravodajského trhu, jelikož monopolnímu postavení „velké trojky“ v pokrývání světových zpráv nemůže konkurovat žádná menší agentura.

Periodický tisk byl významným nositelem agenturních zpráv až do počátku 20. století, kdy došlo k prudkému rozvoji médií rozhlasu a televize. Podle Ramoneta je jedním z důležitých mezníků válka v Perském zálivu. Autor tvrdí, že televize se od osmdesátých let stává nejrychlejším informačním prostředkem, protože od konce je od té doby technologicky schopná, prostřednictvím satelitů, přenášet obrazy okamžitě, rychlostí světla.<sup>35</sup> Dále doplňuje, že ještě před nedávnem byly večerní televizní zprávy založeny na základě informací, které se přes den objevily v tisku. Stejně je třídily, měly stejnou architekturu, stejnou hierarchii. Dnes je to naopak: televize diktuje normu, to ona prosazuje svůj řád a nutí ostatní média, zejména tisk, aby ji následovaly.<sup>36</sup>

Je však tato situace stále platná? Nedrží dnes pomyslnou štafetu takové médium, které nejlépe pracuje s časem? McNair hovoří o zhroucení časoprostorových bariér a zdůrazňuje, že v dnešní době je běžným prvkem žurnalistické produkce přenášení zpráv v reálném čase. Bezprostřednost a okamžitost byla podle něj povýšena na cíl a často nahradila i potřebu vysvětlování oznamovaných událostí či jejich zasazování do kontextu.<sup>37</sup>

### 3.1.2 Sociální konstrukce reality

Pro úplnější představu o tom, jakými způsoby média ovlivňují realitu a jak ji samy tvoří, je třeba vysvětlit si jejich konstruktivistickou povahu. Stěžejním dílem, které se této problematice věnuje, je kniha P. Bergera a T. Luckmanna Sociální konstrukce reality.<sup>38</sup> Autoři navazují na myšlenky Alfreda Schutze a rozvíjejí je do oblasti sociologie vědění.<sup>39</sup> Takové odvětví sociologie by mělo podle autorů zkoumat vše, co společnost považuje za vědění o každodenním světě a způsoby, jakými je toto vědění konstituováno. Jinými slovy, pro pochopení každodenní reality je třeba pochopit, jak realita vzniká.<sup>40</sup> Jednou z jejich tezí

---

<sup>34</sup> Trampota (2006: 175)

<sup>35</sup> Ramonet (2003: 21)

<sup>36</sup> tamtéž

<sup>37</sup> McNair (2004: 128)

<sup>38</sup> Berger, P., Luckmann, T. Sociální konstrukce reality : pojednání o sociologii vědění. Brno : Centrum pro studium demokracie a kultury. 1999.

<sup>39</sup> Berger a Luckmann (1999: 22)

<sup>40</sup> Berger a Luckmann (1999: 23)

je, že lidé nevědomky produkují vlastní sociální realitu, kterou si okamžitě objektivizují a současně zapomínají, že je pouze jejich vlastním konstruktem. Je tedy jen jednou z množství latentních realit.<sup>41</sup>

Autoři vychází z představy společnosti jako výtvaru člověka a zároveň člověka jako výtvaru společnosti, kteří takto vzájemně vytváří objektivní realitu. Tento zacyklený vztah popisují pomocí procesů externalizace, objektivace a internalizace.<sup>42</sup> Instituce jsou tedy zprostředkovatelé reality formující lidské chování skrze řád. Každá instituce, je-li legitimizovaná, disponuje autoritou a je normativně ospravedlněna vykonávání institucionálního řádu.

Jedněmi z institucí, které podle autorů zprostředkovávají objektivní realitu a pomáhají člověku s orientací ve společnosti, jsou média. Berger a Luckmann rozdělují legitimizaci médií na vnitřní a vnější. Vnější rovina legitimizace je určena legislativními opatřeními, protože i média jsou součástí společenského systému a tvoří vlastní mediální systém. Vnitřní úroveň tvoří ospravedlňování své existence samotnými médii a poukazování na vlastní významnost a nenahraditelnost.<sup>43</sup> Trampota k tomu říká, že „*každá zpravodajská organizace se snaží v příjemci vzbudit pocit důvěryhodnosti a nejvyšší aktuálnosti. I zpravodajské obsahy tak zahrnují určité přesvědčovací postupy, které se snaží příjemce sdělení přesvědčit, že je dobře, že vyhledal právě toto médium a spotřebovává právě jeho zpravodajství.*“<sup>44</sup> Berger s Luckmannem rozlišují několik úrovní legitimizace, přičemž za nejvyšší považují vznik symbolických světů.

### **3.1.2.1 Symbolické světy**

Na rozdíl od každodenní reality jsou symbolické světy výkladem reality ve své celistvosti. Odkazují na veškeré dostupné interpretace a významy a zahrnují izolované části do smysluplných celků. Zároveň také třídí to, co je a není relevantní a uspořádávají institucionální řád.<sup>45</sup> Symbolické světy se udržují pomocí pojmového aparátu a mezi jejich

---

<sup>41</sup> Berger a Luckmann (1999: 27)

<sup>42</sup> Berger a Luckmann (1999: 64)

<sup>43</sup> tamtéž

<sup>44</sup> Trampota (2006: 99)

<sup>45</sup> Berger a Luckmann (1999: 93)

významné šířitele patří právě masová média.<sup>46</sup> Klíčovým nástrojem nejen pro konstrukci symbolických světů a distribuci skrze média, ale i k vytváření sociální reality obecně, je jazyk. Ten je svébytným médiem, skrze které lze dojít k porozumění a tvorbě významů, které realitě přikládáme. Je-li tedy jazyk klíčovým nástrojem, pak realita je klíčovým předmětem zkoumání sociální reality.<sup>47</sup>

### **3.1.2.2 Mediální konstrukce reality**

Podle Kunczika bylo upuštěno od představy žurnalistů, coby profesionálů schopných objektivně znázorňovat realitu, pod vlivem díla Winfrieda Schulze.<sup>48</sup> Schulz kritizuje předešlé výzkumy srovnávání mediální a „skutečné“ reality s tím, že neexistuje žádný intersubjektivně závazný konsenzus.<sup>49</sup> Výzkumy totiž podle něj nesrovnávají faktické dění se zprávami v médiích, ale pouze zprávy z různých zdrojů mezi sebou. Autor tedy proces konstrukce deleguje do rukou novinářů a jejich selektivních a do jisté míry rutinních pracovních postupů.

Indikátorem hodnoty zprávy tedy může být redakční úprava a umístění. V zásadách a pravidlech selekce a interpretace zpráv Schulz spatřuje podstatu strukturování sociální reality a konstruování světa médií. Tento svět se poté pro recipienta stává realitou faktickou, neboť ke většině věcí, o nichž je spravován, nemá přímý přístup.<sup>50</sup>

Luhmann nahlíží mediální realitu z podobného systémového hlediska. Masová média, jakožto autonomní a samoregulační systém, produkují podle něho symbolickou realitu. Na základě této reality pak skrze poznání popisujeme realitu skutečnou.<sup>51</sup>

Burton a Jiráček také potvrzují, že zpravodajství významným způsobem napomáhá konstrukci sociální reality.<sup>52</sup> Avšak nahlížení mediálně konstruované reality lze ovlivnit vlastním kritickým přístupem. Například odmítnutím tzv. preferovaného čtení a uplatněním metody dekonstrukce, pomocí které lze odhalit metody a postupy, jimiž je do sdělení vkládán význam.<sup>53</sup>

---

<sup>46</sup> Berger a Luckmann (1999: 96)

<sup>47</sup> Berger a Luckmann (1999: 31)

<sup>48</sup> Kunczik (1995: 124)

<sup>49</sup> Schulz in Kunczik (1995: 125)

<sup>50</sup> tamtéž

<sup>51</sup> Luhmann (2000)

<sup>52</sup> Burton Jiráček (2001: 264)

<sup>53</sup> Burton a Jiráček (2001: 314)



Podle konstruktivistické interpretace Jeana Baudrillarda média poskytují fragmentarizovaný a matoucí pohled na svět, který se vyznačuje absencí reality v tradičním filozofickém smyslu slova a autor jej nazývá hyperreálným. Hranice mezi reprezentací a realitou mizí a otázka po tom, co je skutečné a co vytvořené, se posouvá do zcela jiného kontextu.<sup>54</sup>

Lze tedy říci, že realita, kterou nám média předkládají, je pouze jednou z interpretací objektivizovaných sociálních významů. Slovník mediální komunikace poskytuje doplnění, že realita z tohoto pohledu zpravodajské obsahu médií nepředchází a neodráží se v nich, ale vzniká teprve ve chvíli, kdy je definována.<sup>55</sup>

Zjednodušeně řečeno, z pohledu sociálního konstruktivismu skutečnost existuje až tehdy, když je interpretována. Realita zahraničního zpravodajství je tedy konstruktem, který je ovlivněn řadou faktorů, jež se podílejí na produkci mediálních organizací. Tyto faktory velmi dobře popisuje hierarchický model vlivů na obsah mediálních sdělení, který rozděluje příčiny zkreslení na ideologické a organizační.<sup>56</sup> Slovník mediální komunikace definuje ideologické příčiny, kdy je kritériem selekce událostí a sítím propouštějícím jen jisté aspekty skutečnosti snaha upřednostnit jeden světový názor či určitou politickou orientaci před jinými. K uplatnění organizačních příčin konstruování reality ve zprávách pak dochází vždy, neboť jsou důsledkem organizace práce v rámci provozu mediální organizace.<sup>57</sup> Někteří autoři tyto organizační příčiny nazývají mediálními rutinami.<sup>58</sup>

### 3.1.3 Mediální rutiny

Na způsoby, kterými se jednotlivé země dostávají na novinové stránky, a na podobě, jakou jsou prezentovány, se výrazně podílí (jak už bylo zmíněno výše) mediální rutiny.<sup>59</sup> Ty úzce souvisí s plánováním práce, resp. v určité míře i plánováním událostí.<sup>60</sup> Normativní systém práce motivovaný ekonomickým ziskem vede některé autory k úvahám o novinách

---

<sup>54</sup> Baudrillard in Slovník mediální komunikace (2000: 279)

<sup>55</sup> Heslo: konstruování reality ve zprávách. In Slovník mediální komunikace (2000: 107)

<sup>56</sup> Srov. Shoemaker a Reese (1996) Gitlin (2003)

<sup>57</sup> Heslo: konstruování reality ve zprávách. In Slovník mediální komunikace (2000: 107)

<sup>58</sup> Srov. Tuchman (1978) Shoemaker a Reese (1991) Schudson (1995)

<sup>59</sup> Srov. Gans (1979), Gitlin (1980)

<sup>60</sup> Srov. Molotch a Lester (1997)

jako montážní lince zpravodajství.<sup>61</sup> Tunstall například ve svém empirickém výzkumu poukazuje na základní organizační problém, který spočívá v přizpůsobení aspektů sebraných informací, požadavkům rutinního publikování.<sup>62</sup> Tuchmanová na základě desetiletého výzkumu organizačních vlivů u tří různých redakcí dospívá k závěru, že profesionalismus žurnalisty spočívá v orientaci jak a kde se dostat k události, jež odpovídá potřebám a standardům organizace.<sup>63</sup> Tuchmanová tedy vyvozuje závěr, že zpravodajská média pečlivě strukturují prostor a čas, aby se dokázala nejen vyrovnat s úkoly dne, ale uměla si také naplánovat práci na jednotlivé dny dopředu.<sup>64</sup>

Tuchmanová zdůrazňuje, že dalším rutinním přístupem může být například využívání zpravodajských sítí (news nets). Dá se říci, že v místech, kde je pravděpodobnost výskytu důležité události vyšší, se zpravodajská síť zhušťuje. Podle autorky vychází nastavení zpravodajské sítě ze tří základních přístupů.<sup>65</sup>

- 1) *Příjemci se zajímají o události v určitých oblastech.*
- 2) *Příjemci se zajímají o aktivity specifických organizací.*
- 3) *Příjemce více zajímají určitá témata.*

Různým geografickým oblastem podle těchto přístupů náleží různá pozornost. Nejdůležitějším principem je podle Tuchmanové geografická teritorialita. Médium tak (podle svého zaměření) naplňuje představu toho, co si myslí, že její čtenáři chtějí vědět, a podle toho, jaká je finanční náročnost splnění těchto očekávání.<sup>66</sup> Dalším principem je organizační specializace, tedy rozmístění stálých zpravodajů do jednotlivých institucí či regionů. Tuchmanová k tomu dodává, že „stejně jako v případě geografického dělení odpovědnosti, ani při institucionálním rozlišování nemusí být zcela jasné, komu která událost náleží.“<sup>67</sup> Třetím principem je tematická specializace, která sice zefektivňuje činnost novinářů, ale také může vést k ustálení zpravodajského vzorce. Do zpráv se tak vybírají „osvědčená“ místa a události. Odlišné události pak musí prokazovat značnou razanci, aby bylo přijatelné je zveřejnit.<sup>68</sup>

---

<sup>61</sup> Srov. Breed (1955) Bantz a kol. (1980)

<sup>62</sup> Tunstall (1971)

<sup>63</sup> Tuchman (1978)

<sup>64</sup> Tuchman (1978: 41)

<sup>65</sup> Tuchman (1978: 25)

<sup>66</sup> Tuchman (1978: 26)

<sup>67</sup> Tuchman in Trampota (2006: 57)

<sup>68</sup> tamtéž

Typ zprávy a důležitost, kterou jim novinář přiděluje, tedy odpovídají struktuře pracovních postupů. Tuchmanová uvádí základní členění zpráv podle důležitosti či zajímavosti na „hard news“ (horké zprávy) a „soft news“ (méně důležité zprávy). Sama však shledává toto rozdělení v praktickém využití za nejednoznačné a upozorňuje na subjektivní posouzení důležitosti jednotlivých zpráv editory.<sup>69</sup> Další způsob členění může zprávy rozdělovat na „spot news“ (okamžité zprávy), „developing news“ (vyvíjející se zprávy) či „continuing news“ (průběžné zprávy).<sup>70</sup>

V procesech výběru, selekce a produkce zpráv jsou novináři ovlivněni nejen mediálními rutinami, ale také mediální logikou, která zásadně usměrňuje činnost celé mediální organizace.

### 3.1.4 Mediální logika

Mediální logika je definována jako soubor vnitřních pravidel výroby mediálních obsahů v mediálních organizacích, tvořených například dělbou práce mezi specializovanými novináři, pracovními rutinami, časovým rozvrhem nebo zvýšenou citlivostí na pokrytí určitých typů událostí. Čím více se shodují parametry události s mediální logikou, tím více vzrůstá pravděpodobnost, že se z události stane zpráva.<sup>71</sup> Pojem mediální logika zavedli na konci 70. let do mediální teorie Altheide a Snow a poukazují jím na sociální konstruktivismus sdělovacích prostředků tím, že média nejen že vytvářejí o skutečnosti vlastní obraz, ale skutečnost samou takto determinují.<sup>72</sup> Navazují tak na koncept pseudoudálosti Daniela Boorstina z počátků let šedesátých.<sup>73</sup>

Velmi dobře tento přístup v myšlení o médiích také vystihuje již v roce 1923 Thomasův teorém, který říká, že: „*Jestliže je určitá situace lidmi definovaná jako reálná, pak je reálná ve svých důsledcích.*“<sup>74</sup> Masová media tedy realitu interpretují, definují a de facto ji i vytvářejí. Jedním ze základních principů konstruování skutečnosti ve zpravodajství je výběr témat, událostí a jejich aktérů. Tomuto selektivnímu procesu se říká nastolování agendy neboli Agenda Setting.

---

<sup>69</sup> Tuchman (1978: 48)

<sup>70</sup> Tuchman (1978: 53)

<sup>71</sup> Heslo logika mediální: Slovník mediální komunikace (2004: 124)

<sup>72</sup> Altheide a Snow (1991)

<sup>73</sup> Boorstin (1992)

<sup>74</sup> Merton (2000: 196)

### 3.1.5 Agenda setting

Teorie nastolování agendy zaujímá na poli mediálních studií významnou pozici už více téměř čtyřicet let. Jedná se o pojem, který poprvé použili McCombs a Shaw během výzkumu voličských preferencí v amerických prezidentských volbách v roce 1968. Výsledkem bylo potvrzení hypotézy, že masová média nastolují veřejnosti její agendu.<sup>75</sup> Odkazují se tak na mnohem starší postřeh Bernarda Cohena, který říká, že „masová média většinou nejsou úspěšná v tom, říkat lidem co si mají myslet, ale jsou velmi úspěšná v tom, říkat svým čtenářům, o čem mají přemýšlet.“<sup>76</sup>

Samotné myšlení o nastolování agendy je však mnohem starší. Mezi prvními, kdo se této zvláštní funkci médií věnoval, byli ve dvacátých letech minulého století Robert E. Park nebo Walter Lippmann.<sup>77</sup> Tedy v meziválečné době, kdy vědecký diskurs procházel stádiem přesvědčení o silných mediálních účincích.<sup>78</sup> McCombs a Shaw však přišli s konceptem nastolování agendy v šedesátých letech, tedy v době pevného přesvědčení o slabých mediálních účincích.<sup>79</sup> Od té doby koncept nastolování agendy sílil, zejména díky předvolebním průzkumům preferencí u amerických prezidentských voleb v roce 1972 a 1974.<sup>80</sup> V roce 1977 Ray Funkhouser publikoval v *Public Opinion Quarterly* svůj výzkum, kterým navázal na práci McCombse a Shawa. Funkhouser se však navíc zaměřil na vztah mediální agendy a konkrétních problémů, které mu posloužily jako statistické ukazatele reality.<sup>81</sup> Po téměř deseti letech výzkumu se ukázalo, že existuje silná korelace mezi veřejným hodnocením a četností těchto témat v analyzovaných médiích.<sup>82</sup> Tematický vývoj výzkumů nastolování agendy se v následujících letech tedy orientoval spíše na dlouhodobější účinky v komplexnějším pojetí.<sup>83</sup>

---

<sup>75</sup> Porovnáním vzorku nerozhodnutých voličů v okrsku Chapel Hill a zpravodajství tamních celoplošných médií dosáhli závěrů, které následně publikovali v odborném periodiku *Public Opinion Quarterly* v roce 1972.

<sup>76</sup> Cohen in Trampota, Křeček, Nečas (2006: 24)

<sup>77</sup> Dearing a Rogers (1996: 11)

<sup>78</sup> Srov. Lasswell (1927)

<sup>79</sup> Srov. Lazarsfeld, Berelson, Gaudet (1944) Klapper (1960)

<sup>80</sup> Srov. McCombs a Shaw (1972) Weaver, Graber, McCombs a Eyal in Jochen (2003)

<sup>81</sup> Základní otázkou jeho výzkumu bylo: Jaké jsou nejdůležitější problémy současných Spojených států? Spolu s dotazováním občanů Spojených států provedl ještě rozsáhlou obsahovou analýzu významných amerických magazínů.

<sup>82</sup> Funkhouser (1973)

<sup>83</sup> Srov. Lowery a DeFleur (1995)

Během pozdějších výzkumů, které rozdělily nastolování agendy do dvou stupňů (podle významnosti objektů a atributů) vzešlo upřesnění této teze, že nám „*nejen říkají, co si máme myslet, ale také jak přemýšlet o některých objektech.*“<sup>84</sup> S nastolováním atributů se pojí významný koncept rámcování (framing), někdy také překládaný jako rámování. Goffman pomocí rámcování upozornil na nedostatečné teoretické ukotvení teorie nastolování agendy.<sup>85</sup> McCombs následně kritiku připustil a rámcování nazval extenzí nastolování agendy.<sup>86</sup> Rámcování tedy znamená třízení vybraných aspektů skutečnosti a jejich zvýznamňování, nebo naopak zamlčování ve vztahu k určitému objektu. Příjemci informace se pak nabízí velmi omezená možnost interpretace, která může značně determinovat jeho názory nebo postoj.<sup>87</sup> Následná odborná diskuze o účincích rámcování se rozšířila na institucionální rovinu. Scheufele zkoumal interakci mezi zdroji, mediálními organizacemi a publiky, přičemž našel dva typy rámců. Rámce na straně médií (např. zpravodajské hodnoty) a rámce na straně publika (např. cynický náhled).<sup>88</sup>

Dalším důležitým konceptem, který se týká nastolování agendy druhého stupně, je vypíchnutí (priming). Někteří autoři jej považují za součást rámcování. Priming se v rámci vnímání důležitosti tématu zaměřuje na zdůrazňování konkrétních skutečností či jejich vlastností, které mohou příjemci posloužit jako určité vodítko, jak sdělení kódovat.<sup>89</sup> Tato myšlenka má podle McQuaila svůj původ v teorii sociálního učení a ve studiu účinků agresivity.<sup>90</sup>

Spolu s nastolováním témat a předešlými koncepty dochází v médiích ještě k zesilování, tzv. amplifikaci. Tedy procesu, kdy „*média věnují soustředěnou pozornost nějakému tématu, hodnotě nebo názoru a zesilují tak jeho význam.*“<sup>91</sup> Téma, kterému je věnováno nejvíce prostoru, je tak povětšinou chápáno jako důležité. Důležitou proměnnou při nastolování agendy je také čas. Agenda má povětšinou dlouhodobější charakter. Je-li pozornost médií krátkodobá a snaha vytěžit maximum se omezuje pouze na jednorázové

---

<sup>84</sup> McCombs (2009: 113)

<sup>85</sup> Koncept rámcování podle Goffmana lépe vystihuje způsob lidského vnímání reality a vytváření významů. Srov. Goffmann (1974) DeFleur, Ball Rokeach (1989)

<sup>86</sup> Srov. DeFleur, Ball Rokeach (1989) McCombs, Shaw, Weaver (1997)

<sup>87</sup> Srov. Entman (1993)

<sup>88</sup> Scheufele a Nisbet in McCombs (2009)

<sup>89</sup> Srov. Wanta (1997)

<sup>90</sup> McQuail D. (2009: 530)

<sup>91</sup> Burton, G., Jiráček, J. (2003 :362)

překročení prahu pozornosti, nelze hovořit o budování agendy.<sup>92</sup> Stone a McCombs uvádějí, že budování agendy prostřednictvím tisku trvá v ideálním případě čtyři měsíce. Dále popisují, že „časové rozpětí, v němž nastává optimální shoda mezi mediální a veřejnou agendou se pohybuje v rozmezí od jednoho do osmi týdnů.“<sup>93</sup>

V současné době je však zřejmé, že díky novým technologiím lze agendu vytvořit i mnohem rychleji. Člověk se takto může dozvědět důležitou informaci z tisku a na zpravodajských serverech si posléze dohledat podrobnější informace. Výsledný efekt agendy tak může být jak zesilován, tak zeslabován, ale především urychlován.

### **3.1.5.1 Mediální versus Veřejná agenda**

Patrně nevýznamnější a dodnes plně využívanou typologii nastolování agendy přinesla v polovině devadesátých let dvojice autorů J. Dearing a E. Rogers<sup>94</sup>. Ti rozdělují koncept nastolování agendy na tři části. Veřejnou, mediální a politickou agendu. Každé téma vzniká v jedné z nich a postupně prostupuje do ostatních částí. Hledání přesné odpovědi je však velmi problematické. Podle Dearinga a Rogerse lze „dokumentovat přímý vliv masových médií na politickou agendu, ovšem pouze v závislosti na nastavení veřejné agendy“, přičemž „proces vlivů jednotlivých agend probíhá v jistých cyklech, tedy od médií k veřejné a politické sféře a obráceně.“<sup>95</sup>

### **3.1.6 Zpravodajské hodnoty**

K tomu, aby se z události stala zpráva, která překročí práh pozornosti médií a dostane se skrze něj k příjemcům sdělení, je potřeba, aby daná skutečnost vykazovala určité prvky, neboli zpravodajské hodnoty. První zmínky o zpravodajských hodnotách se objevily v již dříve zmiňovaném díle Waltera Lippmanna, avšak důkladněji byl jejich koncept rozpracován až v letech šedesátých.<sup>96</sup> Johann Galtung a Mari Holmboe Rugeová po analýze zahraničního zpravodajství ve čtyřech norských denících dospěli ke dvanácti vlastnostem, které napomáhají

---

<sup>92</sup> McCombs (2009)

<sup>93</sup> Stone a McCombs in McCombs (2009)

<sup>94</sup> Dearing a Rogers (1996)

<sup>95</sup> Dearing a Rogers in Trampota, Křeček a Nečas (2006)

<sup>96</sup> Lippmann uvádí jako zpravodajské hodnoty: jednoznačnost, překvapení, prostorovou blízkost, osobní zaujetí a konflikt. (1965: 203)

k tomu, aby se z události stala zpráva.<sup>97</sup> Autoři se zaměřili na zprávy, které informovaly o Konžské, Kyperské a Kubánské krizi, jejich prvotním záměrem však nebylo stanovení zpravodajských hodnot, ale spíše hledání faktorů, kterými média deformují informace o zemích třetího světa. Tento přístup kritizuje např. Schulz s tím, že vzhledem k rozsahu a dosahu teorie zpravodajských hodnot je rozsah empirického výzkumu norských autorů pouze omezený.<sup>98</sup> Obdobným způsobem namítá Rosengren, že nestačí vycházet jen z mediálních dat, ale je nutné je porovnat také s tzv. tvrdými daty.<sup>99</sup> Na tyto výzkumy později navázalo mnoho dalších autorů, kteří výčet rozšířili, či snížili.<sup>100</sup>

O tom, zda se událost stane zprávou, rozhoduje jak intenzita jedné hodnoty, tak jejich vzájemná kombinace. Obecně však platí, že čím více faktorů událost splňuje, tím se zvyšuje pravděpodobnost, že bude vybrána.<sup>101</sup> Zároveň také dochází k určité deformaci, jelikož u vybrané zprávy dochází ke zvýraznění oněch dominantních zpravodajských hodnot.<sup>102</sup> Burton a Jiráček dělí hodnoty na obecné a hodnoty zpracovatelské. A doplňují, že k jejich selekci i deformaci dochází na všech úrovních komunikačního řetězce.<sup>103</sup> Zpravodajským hodnotám se věnovalo a dodnes věnuje mnoho autorů.<sup>104</sup> V empirické části této práce proto vycházím ze zpravodajských hodnot tak, jak je definovali v návaznosti na Galtunga švédští výzkumníci Westerståhl a Johansson v roce 1994. Ti již dříve zmiňovaných dvanáct hodnot zredukovali na tři základní, tedy důležitost, blízkost a dramatičnost. Zvláštním faktorem, či spíše podmínkou, je podle autorů přístup, který se týká zájmu médií a může mít pozitivní i negativní dopad. Součástí všech těchto faktorů je přítomnost ideologie.<sup>105</sup>

---

<sup>97</sup> Jsou jimi: frekvence, práh pozornosti, jednoznačnost, význam, souznění, překvapení, kontinuita, variace, vztah k elitním národům, vztah k elitním osobám, personalizace a negativita. Galtung a Ruge (1965)

<sup>98</sup> Schulz (1976: 20)

<sup>99</sup> Rosengren navrhuje zkoumat reálný stav věcí (např. pomocí ekonomických ukazatelů, či statistik) a poměřovat jím zpravodajské pokrytí jednotlivými médii. in Lasron (1984)

<sup>100</sup> Například Schulz (1983) zdůrazňuje hodnoty jako statut, identifikace, valence, konsonance, relevance a dynamika. Stieler zase vyjmenovává důležitost, blízkost (fyzickou), dramatičnost, negativitu. in Kunczik (1995)

<sup>101</sup> Galtung a Ruge (1965)

<sup>102</sup> Burton a Jiráček (2003: 250)

<sup>103</sup> tamtéž

<sup>104</sup> Srov. Östgaard (1965) Harcup a O'Neill (2001) Hartley (1982)

<sup>105</sup> Westerståhl a Johansson (1994: 74)

### 3.1.7 Gatekeeping

Zpravodajské hodnoty však nejsou jediným kritériem, které určuje, zda se zpráva dostane do médií či nikoliv. Na tom, proč se některé země objevují v denících častěji než jiné, proč některé dostávají více prostoru na zajímavějších stranách a jiné se objevují spíše výjimečně ve formě krátkých notic, má zásadní vliv role gatekeepera. Autorem pojmu je psycholog Kurt Lewin, který jej ve 20. letech 20. století využil při zkoumání a popisu spotřebitelského chování amerických rodin.<sup>106</sup> V mediálních studiích se však toto pojmenování objevuje až o třicet let později v díle sociologa D. M. Whitea, který se v té době věnoval výzkumu procesu výběru zpráv ve zpravodajských médiích.<sup>107</sup> Gatekeeper je v jeho pojetí metaforické pojmenování editora, který subjektivně rozhoduje o tom, zda zprávu zveřejní, nebo skončí v koši. Koncepce gatekeepingu se tedy soustředí na individuální proces výběru zpráv, které mají ambice dostat se do médií. Přestože Whiteova studie čelila značné kritice, stala se pilotní sondou do mnohem širšího zkoumání struktury rozhodovacích procesů v produkci i spotřebě zpravodajských obsahů.<sup>108</sup> Patrně nekomplexněji popsala gatekeeping Pamela Shoemakerová, která definovala pět úrovní, na kterých dochází k rozhodování o výběru události. Jsou jimi individuální úroveň (osobnost gatekeepera), úroveň mediálních rutin (každodenní praxe, ustálené principy výroby zpráv), úroveň organizace (např. ziskovost), extramediální úroveň a ideologická úroveň (např. vlivy nátlakových skupin).<sup>109</sup>

### 3.1.8 Stereotypy

Stejně jako jsou stereotypy nedílnou součástí každodenního života, je možné je nalézt prakticky v jakémkoliv médiu. Stereotypem se podle Köpplové a Jiráka rozumí sociální stratifikace určitých skupin a jejich reprezentace pomocí zjednodušujících, neověřitelných, zobecňujících znaků, jež výslovně (explicitně) nebo nepřímo (implicitně) představují soubor hodnot, soudů a předpokladů týkajících se chování takových skupin, jejich vlastností, minulosti a vývoje.<sup>110</sup> Jedním z prvních autorů, kteří se začali stereotypy v médiích zabývat, byl Walter Lippmann, který je označil za „obrazy v našich hlavách“. Tento koncept však

---

<sup>106</sup> Srov. Lewin (1947)

<sup>107</sup> Srov. White (1950)

<sup>108</sup> Srov. Berkowitz (1987) Brown (1987)

<sup>109</sup> Shoemaker, (1996: 106)

<sup>110</sup> Köpplová, Jiráček (2008: 300)



kritizoval psycholog Gordon Allport, který jeho stereotyp považoval spíše za fixní představu vázanou na určitou kategorii.<sup>111</sup> Podobně Lippmannovo vymezení předsudku vyvolalo negativní ohlasy mezi některými psychology.<sup>112</sup> Přesto jeho dílo *Public Opinion* dodnes patří mezi klasická díla mediální vědy.<sup>113</sup>

### 3.1.9 Mezinárodní zpravodajský tok

Akademických studií, které se věnují způsobům, jakými média informují o zahraničně politických událostech, existuje v současné době celá řada.<sup>114</sup> Počátky moderní sociálně vědné reflexe mezinárodních zpravodajských toků lze najít v díle Wilbura L. Schramma.<sup>115</sup> Ten přichází v roce 1959 se závěry, že svět, tak jak se jeví v tisku, neodpovídá stavu populace nebo rozloze daného státu. Zároveň vyjmenovává faktory, které nerovnoměrné rozložení pozornosti ovlivňují, jsou to: tiskový systém, stupeň vývoje, zpravodajské zdroje a socioekonomické vztahy mezi národy.<sup>116</sup>

Podle McQuaila bylo opakovaně potvrzeno, že zpravodajství v rozvinutých zemích obvykle neponechává mnoho prostoru pro zahraniční zprávy. Autor však toto význačné tvrzení dále rozvíjí. Zahraniční zpravodajství se většinou věnuje událostem ve velkých, blízkých a bohatých zemích, nebo v takových zemích, které mají příbuznou kulturu a řeč.<sup>117</sup> Dále se autor zmiňuje o pozornosti, kterou média věnují malému počtu probíhajících krizí, nebo událostem, které ohrožují ekonomické nebo strategické zájmy „velkých mocností“. Zprávy z rozvojových zemí mají šanci proniknout do médií jen v případě, pokud problémy nebo katastrofy dosáhnou takového měřítka, že zaujmou i publikum ve vzdálených zemích přesto, že jim nehrozí žádné nebezpečí.<sup>118</sup> Z toho také vyplývá, že většina zpráv z rozvojových zemí bývá negativních. Deutsch poukazuje na paradox, kdy v případě politicky kontroverzních témat se noviny nejvíce věnují stanoviskům své vlastní země. Díky tomu

---

<sup>111</sup> Srov. Allport (1954)

<sup>112</sup> Srov. Simpson and Yinger (1972)

<sup>113</sup> Lippmann, W. *Public Opinion*. New York : Simon & Schuster, 1997

<sup>114</sup> Srov. Wu (2003) Beaudoin a Therson (2001)

<sup>115</sup> Schramm (1959)

<sup>116</sup> Schramm in Gerbner a Marvanayi (1977)

<sup>117</sup> McQuail (2009: 273)

<sup>118</sup> tamtéž

nedochází k mezinárodní komunikaci, ale spíše k národnímu monologu.<sup>119</sup> Totéž empiricky dokazuje Lent, když při výzkumu amerických novin a časopisů dochází k závěru, které v otázkách mezinárodních záležitostí hájí primárně americké zájmy.<sup>120</sup>

Galtung také zohledňuje aspekty mezinárodního toku informací od států s větší politicko-ekonomickou dominancí, ke státům s nízkým ekonomicko-politickým statusem. Tento model komunikačního toku nazývá „centrum-periferie“. Dominantní státy považuje za centrum, které vysílá své zprávy skrze satelity.<sup>121</sup> Tím jsou míněny země méně závislé, které mají vlastní prostředky ke shromažďování a zpracování zpráv. Podle Galtunga skrze tyto satelity zprávy míří do periferních zemí, jejichž možnosti bývají velmi omezené.<sup>122</sup> Tato teorie tedy předpokládá jen omezený tok informací mezi periferními zeměmi. McQuail však říká, že existují výměny na regionální a jazykové bázi, jejichž význam se spíše zvyšuje, než snižuje.<sup>123</sup> Chang navazuje na typologii rozpracovanou Galtungem a odvolává se na Wellersteinovu teorii světového systému, podle které je svět rozdělen do tří interaktivních zón: jádro, semiperiferie a periferie.<sup>124</sup>

Chang, Shoemaker a Brendlinger kategorizují konceptuální dimenze mezinárodního toku informací do dvou přístupů. První je přístup orientovaný na událost, jehož atributy jsou včasnost, nečekanost, lidský příběh, kontinuita a deviace.<sup>125</sup> Tyto atributy fungují nezávisle na vnějších okolnostech. Souvislosti jsou zahrnuty v kontextově orientovaném přístupu, kde hrají důležitější roli politické a ekonomické vztahy a vazby, geografická či kulturní blízkost jednotlivých zemí a relevance. Tím jsou myšleny historické, geopolitické, komunikační vztahy, tok peněz a lidských zdrojů, vývoj technologií, ale také konflikty mezi jednotlivými zeměmi. Chang zastává názor, že horizontální komunikace mezi jádrem, semiperiferií a periferií je velmi nevyrovnaná a v případě vzájemného komunikačního toku mezi periferními zeměmi i slabá.<sup>126</sup> Ty mají tendence přijímat spíše tok zpráv z jádra a informace ze sousedních periferních států jsou jen velmi omezené. Větší důležitost autor spatřuje ve vertikální komunikaci. I tato vertikální interakce je mezi jádrem a periferiemi podstatně hlubší

---

<sup>119</sup> Deutsch (1966)

<sup>120</sup> Lent in Kunczik (1995: 257)

<sup>121</sup> Galtung (1971)

<sup>122</sup> tamtéž

<sup>123</sup> McQuail (2009: 264)

<sup>124</sup> Chang (1998: 532)

<sup>125</sup> Chang, Shoemaker a Brendlinger (1986)

<sup>126</sup> Chang (1998: 530)

než v případě jádra a semiperiferií. Navrhuje proto filtrovat zprávy podle (jak již bylo popsáno výše) události nebo kontextu, vnitřních atributů nebo mezinárodní interakce a také podle vysokého či nízkého prahu pozornosti hodnoty zprávy.<sup>127</sup> Pokud se má zpráva z periferie objevit ve zpravodajství země v jádru, je třeba, aby těmito filtry prošla. Teprve tak může překročit práh pozornosti potřebný ke zveřejnění. Chang také poukazuje na fakt, že největší pravděpodobnost pro překročení prahu pozornosti v zemích jádra mají dramatické, tragické nebo konfliktní události, zejména pokud jde o spory mezi periferií a jádrem.<sup>128</sup>

Wu navrhuje rozdělit mezinárodní zpravodajský tok do dvou kategorií podle toho, z jaké je nahlížen perspektivy. První, perspektiva gatekeepera, má spíše přesah do oboru sociální psychologie. Zkoumá, jak ovlivňuje profesionální práce novináře obsah, který se v médiích objeví. Tato kategorie zahrnuje faktory jako důležitost, sociokulturní strukturu, organizační omezení novinářů, vlivy nastolování agendy v mezinárodním komunikačním toku zpráv.<sup>129</sup> Druhá, logistická perspektiva nahlíží zpravodajský tok spíše ze širšího, systémového hlediska, včetně socioekonomických komponent, jako je hladina GNP<sup>130</sup> u jednotlivých zemí, objem obchodu, regionalismus, geografická rozloha a blízkost, dále objem populace, politicko-ekonomické zájmy, komunikační zdroje, infrastruktura a kulturní afinita.<sup>131</sup> V rozsáhlém výzkumu televizního zpravodajství ze šesti zemí vyplývá, že země v jádru mají možnost ovlivňovat tok a pokrytí zpráv v mezinárodní komunikaci. Jestliže jsou Spojené státy americké ztělesněním samého jádra, výsledky prokazují jejich dominanci v televizním zpravodajství každé zkoumané země. Tedy jak periferií, semiperiferií, tak zemí jádra a bez ohledu na ideologii.<sup>132</sup>

### **3.1.9.1 Kulturní imperialismus**

Téma mezinárodního komunikačního toku a z něj vyplývajícího kulturního imperialismu se v akademické oblasti mediálních studií výrazněji zkoumá od 60. let 20. století v souvislosti s dominancí amerického mediálního průmyslu na světovém trhu. Společně s exportem mediálních produktů dochází k přenášení západních kulturních tradic a hodnot a

---

<sup>127</sup> tamtéž

<sup>128</sup> Chang (1998: 533)

<sup>129</sup> Wu (1998: 495)

<sup>130</sup> Hrubý národní produkt (Gross National Product)

<sup>131</sup> Wu (1998: 498)

<sup>132</sup> Do výzkumu byly zahrnuty televizní stanice zemí s režimem autoritářským (Indonésie) komunistickým (Čína) nebo demokratickým (Filipíny). Země ekonomicky rozvíjející (Malajsie) nebo rozvinuté (Singapur) Chang, Lau a Xiaoming (2000: 518)

zároveň potlačování kultur rozvojových zemí.<sup>133</sup> Ekonomické možnosti post-koloniálních zemí neposkytují možnost konkurovat rozpínavosti západních korporací a rozvojové země se tak stávají závislými na informačních tocích elitních mediálních mocností. Podle McQuaila obecně platí, že „centrální postavení zaujímají Spojené státy americké a větší západoevropské země (Francie, Velká Británie, Itálie, Německo a Španělsko), které mají ve vleku své mediální satelity. Čína a Japonsko mají své vlastní „satelity“ a arabský svět je samostatná malá galaxie.“<sup>134</sup> Autor však optimisticky dodává, že existují výměny na regionální a jazykové bázi, jejichž význam se spíše zvyšuje, než snižuje. Národní stát však podle něj jako jednotka analýzy ztrácí na významu, jelikož informační tok ovládají nadnárodní společnosti, jež vytvoří vlastní modely dominance a závislosti.<sup>135</sup>

Ještě výrazněji se diskuze o kulturním imperialismu rozvíjela počátkem 70. let. Herbert Schiller, kterému bývá termín kulturní imperialismus připisován, se obával omezování růstu národní identity rozvojových zemí prostřednictvím „imperializace televizní obrazovky“ západními mocnostmi. Zároveň vyzýval ke „kulturnímu protekcionismu“, který ochrání rozvojové země do té doby, než se kultura dané země stane zralou a konkurence schopnou.<sup>136</sup>

Ekonomickou a technologickou propastí mezi bohatými a chudými státy se zabývají i další autoři, kteří teorii kulturního kapitalismu dále rozvíjejí. Na jedné straně jsou kritici poukazující na jednosměrný tok mediálních obsahů ze západu na východ a kulturní dominanci podporující obchodní a politickou nadvládu.<sup>137</sup> Na straně druhé zastánci volného obchodu, minimálních ideologických účinků a svobodné volby.<sup>138</sup>

### **3.1.9.2 NWICO**

Informační nerovnováha mezi vyspělými a rozvojovými zeměmi světa vedla k bouřlivým diskuzím v sedmdesátých letech, a to nejen na poli akademickém, ale i v rovině zahraniční politiky. Ve snaze zajistit ochranu národní identity, kulturních hodnot a více směřného informačního toku přenáší se debata na neutrální půdu Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu (UNESCO) s cílem vytvoření jednotného Nového světového

---

<sup>133</sup> McQuail (2009: 265)

<sup>134</sup> McQuail (2009: 264)

<sup>135</sup> McQuail (2009: 265)

<sup>136</sup> Schiller in Kunczik (1995: 263)

<sup>137</sup> Srov. Tunstall (1977)

<sup>138</sup> Srov. Biltreyst (1995)

informačního a komunikačního řádu (NWICO) kterým byla pověřena primárně MacBrideova komise.<sup>139</sup> Boyd-Barret dodává, že v rámci debat vystupovali kritikové z mezinárodního uskupení nově vzniknuvších zemí či států třetího světa, tzv. Hnutí Nezúčastněných, s ostrou kritikou vůči globálním agenturám. Ty podle nich mohou výrazně podporovat, ale i podkopávat národní image jednotlivých zemí, a to jak s politickými, tak ekonomickými důsledky.<sup>140</sup>

Wu spatřuje s odstupem více než deseti let cíle stanovené NWICO za idealistické a vytyčené mechanismy mezinárodního přenosu informací za zastaralé. Zahraniční zpravodajství je podle něj silně determinováno úrovní moci vyjádřenou např. GNP, populací či rozlohou a rozsahem interakce s jinými národy. Jinými slovy je stále méně zatíženo ideologií, ale naopak stále více pragmatismem.<sup>141</sup>

Od té doby se ale světový mediální tok informací výrazně proměnil pod vlivem nových informačních technologií. Nově vyvstávají otázky o digitální chudobě (digital divide) mezi bohatým severem a chudým jihem a stavem informační společnosti.<sup>142</sup> Začíná se přehodnocovat teze kulturního imperialismu a definovat stejné problémy z hlediska globalizace. Spíše než o imperialismu se diskutuje o dobrovolné internacionalizaci,<sup>143</sup> transkulturaci<sup>144</sup> či deteritorializaci<sup>145</sup> kultury. Celkově lze označit přístupy k řešení problémů informační nerovnosti a sociální integrace do dvou směrů podle toho, zda je účinek navrhovaných změn dostředivý nebo odstředivý. McQuail říká, že odstředivý účinek souvisí se společenskou změnou, svobodou, individualismem a fragmentací, zatímco dostředivý účinek souvisí spíše se společenským sjednocením, pořádkem, soudržností a integrací.<sup>146</sup>

Program NWICO se později začíná přehodnocovat a upozadovat, zejména po tom, co se UNESCO během 90. let dostává do finančních potíží způsobených vystoupením klíčových mocností USA a UK ze společenství v polovině 80. let. S rozvojem internetu a prudkým vzrůstem nových informačních a komunikačních technologií vyvstává potřeba po

---

<sup>139</sup> Mezinárodní komise pro studium komunikačních problémů, jejímž předsedou byl Sean MacBride. Jejím posláním bylo zkoumání problémů globální komunikace, volného toku informací, komunikačních toků a potřeb rozvojových zemí a sestavení možností, jakými způsoby informovat veřejnost o problémech řešených v NWICO. Takto vzniká 82 doporučených řešení formulovaných v tzv. MacBrideově zprávě.

<sup>140</sup> Boyd-Barret a Ratanen (1998)

<sup>141</sup> Srov. Wu (1998) Ayish (1992)

<sup>142</sup> Srov. Norris (2001) Katz a Rice (2002)

<sup>143</sup> Srov. McQuail (2009: 268)

<sup>144</sup> Lull a Wallis in McQuail (2009:268)

<sup>145</sup> Tomlinson in McQuail (2009: 268)

<sup>146</sup> McQuail (2009: 278)

aktuálnějších formulacích světového informačního řádu. V roce 2003 se na toto téma koná v Ženevě a o dva roky později v Tunisku summit nazvaný WSIS<sup>147</sup>, který lze označit jako nástupce NWICO.

### **3.1.9.3 Vliv agenturního zpravodajství**

Tiskové agentury jsou „mediální organizace, které se zabývají získáváním, zpracováním, ukládáním a šířením textových, obrazových, zvukových či audiovizuálních informací.“<sup>148</sup> Kunczik je metaforicky nazývá „nervovými vlákny“ mezinárodního komunikačního toku. Trunečková zase nachází přirovnání k „*novinám novin, nebo novinám novinářů*“, protože představují významný zdroj, ze kterého čerpají ostatní sdělovací prostředky.<sup>149</sup>

V počátcích vzniku tiskových agentur tomu tak však nebylo. Když v roce 1935 založil Ch. L. Havas v Paříži stejnojmennou tiskovou agenturu, ke které se dodnes hrdě hlásí agentura AFP, prodával zprávy přeložené ze světového tisku. Už vůbec se tehdy nedalo říci, že by to byly noviny novinářů. Trunečková k tomu říká, že zakladatelé nejstarších tiskových agentur Havas, Wolff a Reuter se prosadili nejdříve u burzovních makléřů a obchodníků s informacemi ekonomické povahy a teprve později se jim podařilo přesvědčit i redakce listů, že se jim vyplatí předplatit si jejich agenturní servis.<sup>150</sup> Dnes, po více než 150 letech, je situace obdobná. Podle Zschunkeho, představuje pouze 9% předplatitelů služeb Reuters mediální organizace, zbytek tvoří banky, pojišťovny, podniky, výzkumné instituce a státní úřady.<sup>151</sup>

Prudký rozvoj komunikačních technologií však vedl také k tomu, že se síť zpravodajských agentur výrazně rozšířila. Trunečková doplňuje, že zatímco v polovině minulého století existovaly na celém světě pouze čtyři agentury, v polovině 20. století už registrovalo UNESCO 94 agentur ve 44 zemích a v polovině 90. let už se objevuje na 264 tiskových agentur, ve 185 zemích světa.<sup>152</sup> Prudký rozvoj tiskových agentur se během posledních let významnou měrou podílel na zrychlování procesu šíření zpráv, zvyšování

---

<sup>147</sup> World Summit on the Information Society

<sup>148</sup> Slovník mediální komunikace (2004: 17)

<sup>149</sup> Trunečková (1997: 9)

<sup>150</sup> Trunečková (1997: 14)

<sup>151</sup> Zschunke (1994)

<sup>152</sup> Trunečková (1997: 19)

jejich objemu a přispíval ke globalizaci zpravodajství.<sup>153</sup> Kritérií, podle kterých se agentury rozdělují, existuje celá řada. Základním východiskem je proto členění podle obsahového zaměření, objemu a rozsahu působnosti a formy vlastnictví.<sup>154</sup> Mezi nejvýznamnější agentury se světovou působností dnes patří trojice Reuters, AP, AFP. Dříve se mezi ně řadily i UP a ITAR-TASS.

### **3.2 Regionální agenturní zpravodajství**

Do roku 1989 zásobovala většinu domácích médií jediná agentura – státní Československá tisková kancelář. V roce 1988 však vznikla iniciativa založit nezávislou Východoevropskou informační agenturu (VIA). Jejím posláním bylo podle Trunečkové zejména distribuce takových zpráv, které oficiální státní agentury nevysílaly.<sup>155</sup> Činnost VIA však byla ukončena v roce 1992. V devadesátých letech se v ČR objevují i další soukromé tiskové agentury v této posloupnosti: (1991-1993) Arteria, (1994-1996) Česká tisková agentura (ČTA), (1996-1998) Česká tisková společnost (ČTI). V letech 1992-1992 se také objevila soukromá tisková agentura MORON. V současné době však v české republice fungují už jen dvě nejvýznamnější zpravodajské agentury. Veřejnoprávní ČTK a soukromá agentura MEDIAFAX. Zvláštní pozici zaujímá malá soukromá agentura Epicentrum. Na Slovensku jsou to potom veřejnoprávní TASR a soukromá SITA.

#### **3.2.1 České tiskové agentury**

##### **3.2.1.1 ČTK**

Vznik Československé tiskové kanceláře se datuje ke vzniku samostatné republiky, tedy 28. Října 1918. V čele této státní tiskové agentury stál až do třicátých let Emil Čermák, který se zasloužil o spolupráci s největšími světovými agenturami, jako byly Reuters, Havas nebo Wolff a také o vstup do organizace evropských tiskových agentur Agences Alliées. Během okupace v roce 1939 se od ČTK odděluje její slovenská část. Od té doby je agenturní zpravodajství podřízeno nacistickému tiskovému odboru. Další významný zlom přichází v roce 1948, kdy je agentura nucena podřídit se diktátu ústředního výboru vládnoucí

---

<sup>153</sup> Srov. Boyd-Rarrett a Ratanen (1998)

<sup>154</sup> Podrobněji viz Trunečková (1997 :21)

<sup>155</sup> Jejím cílem bylo např. navázání komunikace mezi opozičními skupinami v různých východoevropských zemích, dále poskytování informací západním médiím o aktivitách těchto skupin v oblastech ekologie a lidských práv a o represivních zásazích, které proti nim byly učiněny. (Trunečková 1997: 94)

komunistické strany.<sup>156</sup> Během okupace v srpnu 1968 ČTK odmítá zveřejnit žádost o poskytnutí sovětské vojenské pomoci proti tzv. kontrarevolučním silám a její budova v Opletalově ulici je následně obsazena sovětským vojskem. Několik týdnů tedy agentura vysílá zprávy z náhradních pracovišť. Sedmdesátá a osmdesátá léta znamenají pro ČTK období silné normalizace. Mnoho redaktorů je zbaveno funkce, někteří emigrují. Na konci 80. let se vytvořila první databanka a zpravodajství se následně archivuje v elektronické podobě.

Od pádu režimu po listopadové revoluci se agentura začíná transformovat, v roce 1992 se odděluje její slovenská část a vzniká samostatná Česká tisková kancelář jako zákonná veřejnoprávní instituce.<sup>157</sup> Jejím kontrolním orgánem je Rada ČTK. Během 90. let agentura spouští Infobanku ČTK obohacenou o infografiku a ekonomické zpravodajství v angličtině. Od roku 1996 přestává dostávat státní dotace a prezentuje se jako politicky i ekonomicky nezávislá zpravodajská instituce. Ratanenová považuje rychlost legislativních změn a míru autonomie kterou ČTK takto získala za precedentní a velmi podstatnou pro budoucí privatizaci dalších tiskových agentur střední a východní Evropy.<sup>158</sup> Během prvního desetiletí 21. století modernizuje agentura své služby o multimediální redakční systém a videozpravodajství. V současné době dodává svým klientům denně okolo 700 textových zpráv, 400 fotografií, 10 videopříspěvků a až 50 zvukových záznamů. Zaměstnává okolo 370 pracovníků, z toho 260 redaktorů a 9 zahraničních zpravodajů.<sup>159</sup>

### **3.2.1.2 Mediafax**

Mediafax je pobočkou rumunské společnosti Media Pro Management, kterou na český trh přivádí v roce 2008 provozní ředitel mediální skupiny CME a zároveň také Media Pro Managementu Adrian Sorbu. Jedním z cílů agentury je poskytnout plnoformátový zpravodajský servis, který bude konkurence-schopný vůči veřejnoprávní ČTK.<sup>160</sup> Mediafax se však po dvou letech dostává do více než stamilionové ztráty a v lednu jí odkupuje společnost CME. V současné době tak dodává zpravodajský servis především pro TV Nova a jejich webový portál nt.cz.

---

<sup>156</sup> „Propagandistický aparát KSČ navrhoval nenásilně komentovat zprávy tak, aby prospěly budování nového řádu a preferovat „slovanské“ tiskové agentury, především TASS a Tanjug.“ Stejskal (2008)

<sup>157</sup> Zákon č.517/1992 Sb.

<sup>158</sup> Ratanen (1998: 129)

<sup>159</sup> Richter (1998)

<sup>160</sup> Zdroj: Mediafax, dostupné z WWW: <http://www.mediafax.cz/utills/O-nas.html?2559398> (cit. 5. 5. 2010)



### 3.2.2 Slovenské tiskové agentury

Prvním důležitým milníkem v historii slovenského agenturního zpravodajství je rok 1944. Během Slovenského národního povstání vzniká Zpravodajská agentúra Slovenska (ZAS), která se následně, v roce 1951, slučuje s Československou tiskovou kanceláří (ČTK). Vzhledem ke snahám české strany ČTK centralizovat své redakce spíše na českém území, objevuje se ze slovenské strany úsilí o osamostatnění. Dochází však pouze k jediné změně, a to přejmenování Slovenské části ČTK na ČSTK, během okupace v roce 1968. Uvolnění politických poměrů po státním převratu v roce 1989 a následné rozdělení ČSFR v roce 1993, připravilo v téže roce vhodné podmínky pro vznik první samostatné státní tiskové agentury Slovenské republiky TASR. V roce 1997 vzniká soukromá tisková agentura SITA, kterou zakládají bývalí zaměstnanci TASR.<sup>161</sup> Do boje o slovenský trh proniká mezi tyto dva subjekty v roce 1997 česká ČTK, která sice nemá ambice vytlačit žádnou ze stávajících agentur, avšak rozsahem své působnosti poskytuje kvalitní mezinárodní servis, který TASR i SITA jen těžko zajistí. Po mnohaletých sporech o budoucnost tiskové agentury je 23. srpna 2008 schválen zákon, který mění její status ze státní agentury na instituci veřejnoprávní. TASR bude nadále financována ze státního rozpočtu, zároveň však zákon nařizuje agentuře povinnost zveřejňovat oficiální stanoviska prezidenta republiky a jiných vysokých státních orgánů tak, jako je tomu v případě státních agentur.

Význam tiskových agentur je značný i v dnešní době, internetová média, částečně roli zpravodajských agentur zastupují. Průzkum, který proběhl v roce 2002 na Slovensku, a jehož respondenty byli absolventi katedry žurnalistiky UK v Bratislavě, však prokázal, že třetina oslovených novinářů (32%) považuje tiskové agentury za svůj nejdůležitější informační zdroj. V celkovém úhrnu tiskové agentury obsadily třetí pozici za internetem a osobními kontakty.<sup>162</sup>

#### **3.2.2.1 TASR**

Tlačová agentúra Slovenskej republiky (TASR) je ze zákona definována jako veřejnoprávní, národní, nezávislá, informační instituce, která poskytuje službu veřejnosti v oblasti zpravodajství.<sup>163</sup> Předmětem její činnosti je ze zákona zabezpečit slovní a obrazové zpravodajství, které spolu se zpravodajstvím jiných agentur, na základě smluv, dodává

---

<sup>161</sup> Zdroj: TASR. Volně dostupné z WWW: <http://www.tasr.sk/264.axd> (cit. 5. 5. 2010)

<sup>162</sup> Hradiská (2002)

<sup>163</sup> §2 zákona č. 385/2008 Sb. Volně dostupné z WWW: <http://www.tasr.sk/files/pdf/2008-385.pdf> (cit. 20. 4. 2010)

periodickému tisku, rozhlasu, televizím a dalším právnickým a fyzickým osobám ve Slovenské republice i mimo její území.<sup>164</sup>

### **3.2.2.2 SITA**

Soukromá Slovenská tisková agentura je nezávislou institucí, jejímž cílem je poskytovat aktuální, vyvážené a politicky nestranné informace z ekonomického a politického sektoru. Agentura poskytuje své komplexní informační služby od roku 1997, kdy byla založena. Svůj servis nabízí jak médiím, tak politickým i podnikatelským subjektům. V roce 2001 rozšiřuje svou nabídku o specializované služby jako monitoring médií, politické analýzy, mediální analýzy a přehledy zasílané mailem. Zpravodajský tým tvoří více než sto stálých redaktorů, editorů, analytiků a desítky externích spolupracovníků. Denně SITA vyprodukuje okolo 400 agenturních zpráv a desítky přehledů v různých jazycích.<sup>165</sup>

### **3.2.2.3 Epicentrum**

Soukromá tisková agentura Epicentrum byla založena v roce 1994 Petrou Procházkovou a Jaromírem Štětinou. Oba dva dříve působili jako váleční zpravodajové v oblasti bývalého sovětského svazu a dodnes spolupracují s řadou médií a humanitárních organizací. Epicentrum se specializuje na zpravodajství z krizových oblastí a míst válečných konfliktů celého světa. Nejedná se však o podnikatelský subjekt se statutem právnické osoby, evidovaný v obchodním rejstříku, ale o živnostenskou činnost dvou fyzických osob registrovaných v rejstříku živnostenském. Předmětem jejich činnosti je tvorba a prodej filmových dokumentů, článků, fotografií či knih. V současné době agentura spolupracuje s deníkem SME.

## **3.2.3 Náležitosti agenturní zprávy**

### **3.2.3.1 Metadata**

Slovo pochází z latinského meta (mezi, za) a data (to, co je dáno) a představuje strukturovaná data o datech. Metadata jsou jedním ze základních charakteristik agenturní zprávy. Podobně jako katalogizační lístek v knihovně, hlavička elementu při psaní HTML dokumentu nebo Exif soubor u digitální fotografie. Každá agenturní zpráva musí obsahovat

---

<sup>164</sup>§3 zákona č. 81/1992 Sb.

<sup>165</sup> Zdroj SITA. Volně dostupné z WWW: <http://www.sita.sk/sk/sita/pro/content.php> (cit. 7. 5. 2010)

standardizovanou strukturu identifikačních prvků, podle které ji bude možné lépe identifikovat a snadněji v databázi vyhledat. Hlavička zprávy musí obsahovat základní informace, podle kterých multimediální redakční systém vyhledá relevantní články, fotografie či videa a tematicky je rozčlení. Trunečková vyzdvihuje především komplexnost a přehlednost, se kterou se ke klientovi dostanou požadovaná data v celé mediální škále.<sup>166</sup>

### **3.2.3.2 Domicil a signatura**

Ačkoliv se nejedná přímo o metadata, jsou domicil a signatura určitými standardizačními prvky agenturní zprávy. Domicil (z lat. Domicilium = obydlí, sídlo) znamená v žurnalistické praxi zeměpisné označení místa, kde došlo k popisované události, nebo jiné místní označení, často místo zpracování či odeslání zprávy.<sup>167</sup> Tiskové agentury, ale i většina médií, řadí domicil jako první informaci ještě před datum nebo signaturu. Jeho smyslem je srozumitelná a rychlá geografická orientace v původu zprávy. Geografická poloha bývá nejčastěji vyjádřena městem, v případě méně známější oblasti bývá nahrazena, či zdvojena o teritoriální zařazení, nejčastěji název státu. Někdy se například do článku skládají zprávy z různých míst, v takovém případě bývá domicil zdvojený, ztrojený a podobně. Trunečková k tomu říká, že v domácím zpravodajství se nejčastěji používají konkrétní jména místní a u zahraničního zpravodajství se často uplatňuje zástupná role hlavního města, případně kombinace jména málo známého místa a hlavního města nebo státu.<sup>168</sup> Některé agentury však v současné době od psaní domicilu upouštějí.<sup>169</sup>

Signatura znamená stručnou informaci v podobě zkratky názvu agentury, která zprávu vydala. Obvykle se skládá ze začátečních písmen plného názvu, ale běžně také nese jméno jejího zakladatele. Slovo pochází z latinského signo, což znamená označit, opatřit znamením a zatímco v denících je toto označení běžně používané na konci článku, v agenturní praxi se signatura používá na začátku, za domicilem a datem.

---

<sup>166</sup> Trunečková (2009: 147)

<sup>167</sup> Heslo domicil: Encyklopedie praktické žurnalistiky a marketingové komunikace (2007: 58)

<sup>168</sup> Trunečková (2009: 149)

<sup>169</sup> Např. americká agentura Bloomerg. Encyklopedie praktické žurnalistiky a mark. komunikace (2007: 58)

### **3.3 Zahraniční zpravodajství**

Zahraniční zpravodajství je jedním ze základních pilířů novinového zpravodajství. Společně s domácím a regionálním zpravodajstvím a ekonomickými informacemi se objevuje v prvním sešitu deníku. V případě Mladé fronty Dnes a deníku SME se objevuje v prvním sešitu vždy a následují jej informace z kultury a sportu. Jirák upozorňuje, že významnou obsahovou složkou zpráv ze zahraničí je skutečnost, že se ve velké míře vztahují k „nám“, tedy k politickému rozhodování české politické reprezentace, popř. k politické a ekonomické situaci českého státu. Také upozorňuje na fakt, že globalizace ekonomiky a integrační tendence rozostřují hranice toho, co je „zahraničí“.<sup>170</sup>

### **3.4 Profily analyzovaných médií**

#### **3.4.1 Deník MF DNES**

Mladá fronta je nejčtenějším seriózním českým deníkem. Ze statistik monitoringu Media projektu<sup>171</sup> za rok 2009 vyplývá, že denně si přečte MF Dnes v průměru 938 tisíc čtenářů, prodaný denní náklad přitom 250 482 výtisků.<sup>172</sup> Deník spadá do portfolia vydavatelství MAFRA. Prvopočátky listu se datují do období konce druhé světové války a souvisí s v té době ilegálním Hnutím mládeže za svobodu. Tato organizace těsně po válce obsadila pražskou tiskárnu, kde byl za války tisknut nacistický deník Der Neue Tag. Začal tak vycházet deník Mladá fronta pod stejnojmenným nakladatelstvím. V roce 1953 došlo k zestátnění tiskáren a Mladá fronta připadla Ústřednímu výboru Československého svazu mládeže. V roce 1970 list získal Ústřední výbor Socialistického svazu mládeže, který jej vydával do konce roku 1989. Na počátku devadesátých let jej na několik měsíců převezme opět nakladatelství Mladá Fronta a od roku 1990 jej přebírá MaFra, která se stejnými redaktory začíná vydávat deník s podobným názvem Mladá fronta DNES. Vydavatelství v současné době charakterizuje tento list jako vlajkovou loď, jejímž cílem je podávat pravdivý

---

<sup>170</sup> tamtéž. Jako příklad autor uvádí jako příklad české předsednictví v EU v roce 2009, kdy se zprávy z jednání evropských struktur objevují i na titulních stranách nebo na stranách věnovaných domácímu zpravodajství. Jirák a Köpplová (2009: 304)

<sup>171</sup> Cílem Media projektu je přinášet aktuální výsledky výzkumů čtenosti tisku, poslechovosti rozhlasu a zveřejňování prodaného nákladu tisku. Jeho zadavatelem je nezisková organizace ABC ČR (Audit Bureau of Circulations) s tripartitním zastoupením vydavatelů (Unie vydavatelů), reklamních agentur (Asociace komunikačních agentur) a inzerentů (České sdružení pro značkové výrobky). Výzkum v současné době realizují společnosti GfK Praha a Median.

<sup>172</sup> Zdroj Media projekt, volně dostupné z WWW: [http://www.median.cz/docs/MP\\_2009\\_zprava.pdf](http://www.median.cz/docs/MP_2009_zprava.pdf) (cit. 15. 4. 2010)

a plnohodnotný obraz o světě, ve kterém čtenáři žijí. Součástí tohoto obrazu musí být aktuální a kvalitní zpravodajství, stejně jako užitečné servisní informace a oddechové čtení ve specializovaných přílohách.<sup>173</sup>

### 3.4.2 Deník SME

Je nejčtenějším Slovenským seriózním deníkem. Z výsledků Media projektu za rok 2009 vyplývá, že denně se prodá průměrně 59 378 výtisků. S českým deníkem Mladá fronta dnes jej však nespojuje jen status nejčtenějších seriózních novin, ale společný majitel. V roce 2008 koupila skupina Media Group Rheinische Post, která vlastní i mediální skupinu MAFRA, padesát procent akcií Petit Press, což je druhé největší slovenské vydavatelství a do jehož portfolia patří i deník SME.<sup>174</sup> Ondrášik dodává, že přesto, že ještě na konci devadesátých let byl slovenský trh pro zahraniční mediální korporace nepříliš zajímavý, situace se změnila s příchodem německého vydavatelství GPV (German Verlagsgruppe Passau) v roce 1999.<sup>175</sup>

První vydání deníku SME se datuje k 15. Lednu 1993. Tedy 14 dní po vzniku samostatného Slovenské republiky. Podobně jako u Mladé fronty, byl deník SME založen bývalými redaktory dříve vycházejícího státního deníku. Vedení tehdejšího listu Smena se kriticky vymezovalo vůči vládě premiéra Vladimíra Mečiara a bylo akciovou společností Smena odvoláno. Spolu s padesáti bývalými redaktory s Karlom Ježíkom v čele založili nezávislý deník SME. V následujících letech vláda Vladimíra Mečiara vládla omezila deníku příjmy z inzerce, pomoc však poskytla První slovenská investiční skupina a také americká nadace International Media Fund, která redakci z části vybavila počítačovým systémem. Náklad listu se posléze přiblížil 50 tisícům tištěných vydání denně, čímž výrazně ubíral čtenářskou obec deníku SME. V roce 1995 došlo ke zprivatizování deníku Smena a následné sloučení obou listů pod hlavičkou SME. Ekonomický nátlak státu ale dovedl Bratislavskou tiskárnu k odmítnutí tisku takového deníku a tak v roce 1996 s podporou americké neziskové organizace Media Development Loan Fund, která deníku poskytla úvěr s nízkou úrokovou sazbou na nákup tiskárenských strojů, zakládá SME v Bratislavě tiskárnu vlastní. O rok

---

<sup>173</sup> Zdroj MAFRA. Volně dostupné z WWW: [http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra\\_all\cs\\_o-spolecnosti\\_portret-spolecnosti.htm](http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_o-spolecnosti_portret-spolecnosti.htm) (cit. 15. 4. 2010)

<sup>174</sup> Viz článek Mediální skupina MAFRA a vydavatelství Petit Press se spojují. Volně dostupné z WWW: [http://www.mafra.cz/cs/mafra-tiskove-zpravy.asp?c=A090316\\_104158\\_mafra-tiskove-zpravy\\_kbt](http://www.mafra.cz/cs/mafra-tiskove-zpravy.asp?c=A090316_104158_mafra-tiskove-zpravy_kbt) (cit. 15. 4. 2010)

<sup>175</sup> Ondrášik in Dobek-Ostrowska a Glowacki (2008: 217)

později buduje pobočku s vlastní tiskárnou i v Košicích. V roce 2002 vydavatelství kupuje deník práce a slučuje jej s redakcí SME.

V současné době deník vychází 6 krát týdně a jeho rozsah se pohybuje od 28 do 48 stran. Kromě politiky, zpravodajství, sportovních, kulturních a zahraničních událostí SME pokrývá také všechny další oblasti, které jsou důležité pro moderního člověka – vědu, zdraví, školství, automobilismus či kariéru. Přináší také pravidelné redakční, i specializované inzertní časopisecké a novinové přílohy.<sup>176</sup> V roce 2009 deník SME čerpá z agenturního zpravodajství TASR, SITA, ČTK, Reuters a Epicentrum.

---

<sup>176</sup> Zdroj Petit Press. Volně dostupné z WWW: <http://www.petitpress.sk/produkty-a-sluzby/sme> (cit. 16. 4. 2010)

## 4. ZPRACOVÁNÍ A PREZENTACE DAT

### 4.1. Kódování a vyhodnocování

Získaná data jsem během analýzy médií zapisoval do elektronické podoby v programu SPSS v. 17. 0. Zde jsem je posléze verifikoval a případné nesrovnalosti opravil či doplnil. Následně jsem tabulky, grafy i čistá data exportoval dle potřeby do programu MS Excel v. 2007, kde jsem je dále vyhodnocoval tak, abych získal relevantní údaje ke stanoveným hypotézám.

### 4.2. Tvorba map

Při tvorbě tematických map jsem využil metodu anamorfózy, (z řec. přetvoření) Ta podle Čapka vyjadřuje kvantitu jevů změnou plochy, popř. i tvaru území.<sup>177</sup> Mnou zvolená metoda se nazývá obecná anamorfóza, při níž se obrysy územních jednotek buď přibližně zachovávají, nebo se zjednoduší na pravoúhlé obrazce. Vzhledem k tomu, že vyjadřuje územní jednotku státu, je nutno zachovat sousedství. Čapek upozorňuje, že podobnost s originálem je základním požadavkem, který zvyšuje rozlišitelnost zkreslených prvků. Jedná se o nejčastěji používanou techniku. Jinou může být radiální anamorfóza, která velikost znázorňovaného jevu (např. časové dosažitelnosti) vyjadřuje vzdáleností od centra, přičemž směr zůstává zachován. Platí však, že body se stejnou hodnotou daného jevu se pak nacházejí na kruhové ekvidistantě.<sup>178</sup> Přetvořil jsem tedy původní geografickou mapu světa tak, aby vyjadřovala mnou vybrané ukazatele. Pomocí obecné anamorfózy jsem zároveň dosáhl jevu, který geografická kartografie nazývá kvantifikace – tedy převod kvalitativního vyjádření v kvantitativní. Kromě anamorfózních map jsem ještě použil mapy klasické na kterých je četnost jevů vyjádřena pomocí barevné škály. V příloze tedy předkládám deset původních map ve dvou provedeních. Anamorfózní mapy sice lépe odrážejí představu o světě tak, jak je prezentován analyzovanými médii, avšak potlačují přítomnost zemí, které se na stánky daného média nevyšly. Klasické mapy tak poskytují jiný úhel pohledu, který lépe vypovídá o kontextech a přehledně anamorfózní mapy doplňuje tam, kde je to vhodné. Přílohy tedy obsahují 6 klasických map, které znázorňují země světa podle četnosti výskytu nebo celkové ploše zahraničních zpráv a přítomnosti či nepřítomnosti obrazových informací v člancích.

---

<sup>177</sup> Čapek (1992: 194)

<sup>178</sup> tamtéž

Další 4 anamorfované mapy znovu prezentují četnost výskytu a plochu pomocí odlišného geografického nástroje.

#### **4.2.1 Tvorba anamorfovaných map**

Data z elektronické kódovací knihy programu SPSS byla vyexportována do tabulky formátu xls a následně importována do programu pro zpracování prostorových dat ArcGIS od společnosti ESRI. Pomocí funkce Join Field byla tabulka spojena s atributovou tabulkou shapefilu, který obsahoval geometrii jednotlivých států světa. Spojení bylo provedeno na základě kódů zemí, přítomných jak v atributové tabulce shapefilu, tak v importované tabulce. Následně jsem shapefilu importoval do programu pro tvorbu a zpracování anamorfovaných map Scape Toad. Pomocí funkce Create Cartogram jsem vytvořil čtyři anamorfní mapy, deformované dle hodnot vybraného atributu v tabulce (četnost výskytu, tedy počet citovaných článků v MFD, SME a plocha těchto článků v MFD a SME). Výslednou mapu jsem převedl zpět do formátu shapefile a graficky upravil v programu ArcGIS. Nakonec jsem mapu exportoval do obrazového formátu png.

#### **4.2.2 Tvorba klasických map**

Pro zpracování neanamorfních map jsem zvolil metodu plošných znaků.<sup>179</sup> Rozsah zpracovávaných hodnot byl rozdělen metodou Přirozených zlomů (Natural Jenks) na 10 intervalů. Vygenerované hranice intervalů jsem posléze ručně pozměnil na okrouhlé hodnoty. Grafický layout jsem zhotovil s dodržáním příslušných kartografických pravidel. Tedy název mapy byl zvolen tak, aby obsahoval jak věcné, tak časové a prostorové vymezení obsahu mapy. V poslední fázi jsem mapy přeformátoval z ArcGIS do standardního obrázku png.

---

<sup>179</sup> Plošná metoda sloužící ke zvýraznění a vzájemnému odlišení areálů (Konečný, 2006).



### 4.3 Prezentace dat

Celkově bylo vyhodnoceno 288 novinových vydání z roku 2009, z toho 144 vydání tvoří Mladá fronta Dnes a 144 vydání deník Sme. Dohromady tedy bylo nakódováno 3988 článků z prvních sešitů, které obsahují především zprávy z domácí a zahraniční politiky, zprávy z regionů a ekonomické zprávy. Dále také zprávy z kultury a ze sportu, které jsem však do výzkumu nezahrnoval. Většina zahraničních zpráv, se nacházela v sekci zahraniční zpravodajství, v ekonomické rubrice nebo na titulní straně. Ojediněle se zahraniční zprávy objevovaly i v sekci „z domova“ nebo v případě důležitých událostí v sekci „téma“. Počet stran prvního sešitu deníku SME se pohybuje mezi 12 až 24 stranami, u Mladé fronty DNES je to 10 až 16 stran.

Celkově bylo analyzováno 4034 stran z toho 1551 u MF Dnes a 2483 u deníku SME. Dohromady tedy bylo zpracováno 2282 článků, z nichž 1706 připadlo MF Dnes a 2282 deníku SME. V průměru vychází 0,91 zahraničního článku na tiskovou stranu MF Dnes a 1,09 zahraniční článek na stranu slovenského SME.

Plocha, kterou v denících v roce 2009 pokrývají zprávy ze zahraničí je 64 329,129 m<sup>2</sup>, z čehož 30 164, 529 m<sup>2</sup> tvoří zpravodajství MFD a 34 164, 599 m<sup>2</sup> zprávy z deníku SME.

V roce 2009 dostalo v denících prostor 111 zemí v případě MF Dnes a 112 v případě SME. Tedy přibližně 52% z 213 zemí uvedených v kódovací knize. Vzhledem k tomu, že výskyt jednotlivých zemí, byl vůči ploše, kterou jim média na svých stránkách poskytovala velmi nerovnoměrný, považuji v některých případech za směřodatnější použití mediánu, spíše než aritmetického průměru.

Výrazných rozdílů si lze například povšimnout u průměrné plochy připadající na jednu zemi v průběhu celého kalendářního roku. V případě MFD je podle aritmetického průměru velikost takové plochy 26 945 cm<sup>2</sup>, zatímco v případě mediánu je to pouze 6 402 cm<sup>2</sup>. Podobně dle aritmetického průměru připadá na jeden stát 15 zmínek, zatímco podle mediánu pouze 4. Tato disproporce je způsobena na jedné straně velkým množstvím zemí, kterým MFD věnuje jen minimum prostoru a na straně druhé několika málo zemím, které obsazují většinu prostoru. Jen plocha Spojených států amerických tvoří téměř dvacet procent veškerého zahraničního zpravodajství. První desítka zemí poté představuje přes 60% celkového objemu zahraničních zpráv. Pozornost obou médií nejvíce přitahují Spojené státy americké, tvoří tak 17% (MFD) a 15% (SME) objemu všech zahraničních zpráv. USA zároveň dostávají od médií také největší plochu, tedy cca 19% (MFD) a 16% (SME). Ze zemí, které se v denících objevují pouze v jediném případě, doslaly nejmenší prostor Kuvajt (MFD

1530 mm<sup>2</sup>) a Bolívie (SME 1200 mm<sup>2</sup>). Pro větší přehlednost nadále uvedu údaje o jednotlivých médiích odděleně.

#### **4.3.1 Data z MFD**

Rozměry jedné tiskové strany Mladé fronty DNES jsou 117,16 cm<sup>2</sup> (výška 41,4 cm a šířka 28,3 cm). Zahraniční zpravodajství analyzovaného sešitu tedy zabírá cca 251 stran, což tvoří zhruba 16% celkového obsahu sešitu.

Nejčastější variantou jsou 12 stránkové vydání, ve kterých se objevilo 733 článků, které představují 43% z celkového analyzovaného objemu. Nejméně běžnou variací je 14 stránkový sešit, ve kterém se objevilo pouze 11 článků, tedy 0,6%. Na jedno vydání MF Dnes v průměru připadá 10,8 stran, tj. 9,8 zahraničních článků v prvním sešitu.

#### **4.3.2 Data ze SME**

Rozměry jedné tiskové strany deníku SME jsou 109,698 cm<sup>2</sup> (výška 38,9cm a šířka 28,2cm). Zahraniční zpravodajství analyzovaného sešitu tedy zabírá v případě SME 311 stran, což je zhruba 12,5% celkového obsahu hlavního sešitu.

Nejvíce článků deníku SME (60%) vyšlo v sešitech o 16 stranách, jež jsou i nejčastěji vydávanou variantou. Velmi zřídka se objevuje sešit s 12 stranami, na kterých vyšlo pouze 36 článků (1,6%). Na jedno vydání tedy vychází 17,24 stran a 18,79 článků v prvním sešitu.

Nejvíce zahraničních článků v jednom čísle se objevilo 6. dubna a 28. května. (po 27 člancích) Nejméně potom 24. ledna, 15. května a 10. prosince. (po 7 člancích)

## 5. INTERPRETACE A VYHODNOCENÍ

### 5.1 Interpretace dat

V této kapitole interpretuji získaná data v kontextu rozdělení zpravodajských hodnot podle Westerståhla a Johanssona. Tedy v nejobecnější rovině podle důležitosti, blízkosti a dramatičnosti. Stranou nechávám ideologický rámec, pro který by byl vhodnější typ kombinované (kvantitativní i kvalitativní) analýzy.

#### 5.1.1 Svět optikou MF Dnes

Deník mladá fronta vymezuje pro informování o dění ve světě pouze několik stran na které se samozřejmě nemohou veškeré světové události. Ty, které přes veškeré filtry projdou a exponují se na stránkách deníku, jsou veřejností vnímány jako důležitější a země ve kterých se odehrávají, se ucházejí o jejich bližší pozornost. V roce 2009 tuto možnost dostalo 111 zemí. I přes relativní rozmanitost se však ukazuje, že více než polovinu vymezeného prostoru obsazuje 10 mediálně dlouhodobě přitažlivých zemí se Spojenými státy americkými v čele. Jen zprávy o USA tvoří téměř 17% obsahu všech zahraničních zpráv. Mezi další „velmoci“ patří Německo, Spojené království Velké Británie a severního Irska, Francie, Belgie coby byrokratické centrum Evropské unie, Rusko, Itálie, Slovensko, Izrael a Polsko.

Co se týče samotného počtu zmínek o jednotlivých zemích, je situace obdobná. Opět zde silně dominují Spojené státy americké a v dalším pořadí se mění jen pozice Slovenska, které se z této perspektivy dostává před Itálii. Izrael s Polskem nahrazuje Čína a Rakousko, které tímto elitní desítku uzavírají. I z pohledu četnosti těchto 10 států představuje 57,91% veškerých zahraničních článků.

Nejvíce zpráv je zveřejněno 9. června (24 zpráv), tedy v době, kdy se v České republice konaly volby do Evropského parlamentu. V ten den se na titulní straně objevuje titulek „První oběť: Bursík“ a následuje 5 stran, tematicky nazvaných Eurovolby, které se zaměřují mimo jiné na analýzu volebních výsledů v Německu, Francii, Polsku či Slovensku. Nejméně zahraničních zpráv se potom objevuje 26. března (1 zpráva), kdy titulní straně dominuje titulek „Vládu položil Klaus“ s podtitulem Topolánek viní z pádu vlády Klause, Béma a Tlustého a následuje pět tematických stran, které analyzují pád vlády Mirka Topolánka během evropského předsednictví. Druhé vydání s nejmenším počtem článků opatřených zahraničním domicilem se objevuje 28. května. Ten den Mladá fronta DNES

opatřuje první stranu titulkem „Z kampaně je vajíčková aféra“ a dvě strany věnuje tématu „Kauza vejce“ která pojednává o vyhoceném protestu v Praze na Andělu, během předvolebního meetingu ČSSD.

### 5.1.2 Svět optikou deníku SME

Slovenský deník zveřejňuje zahraniční zprávy v o něco větším rozsahu než MFD a nedrží se tak striktně rubriky „zahraniční“. Zprávy menšího rozsahu se objevují kromě titulní strany na straně dvě nebo v rubrice „ekonomika“, zejména formou noticetek ze světových burz výrobních podniků. Výjimečně se objeví i zpráva s domicilem sousední země v rubrice domácích. Vůdčí postavení náleží USA, jimž náleží téměř 16 % celkového objemu zpráv. Na druhém místě se objevuje ČR, jejíž zprávy pokrývají dalších 9 % zpravodajských obsahů. Nejen na příkladu České republiky je očividná i výrazná orientace na sousední země. (Maďarsko 3,5 %, Polsko 2,4 %, i Ukrajina 1,2 %). Do první pětky také spadá evropská „centrála“ Belgie a Německo, ale zatímco MFD zajímá spíše dění v západní Evropě (UK, Francie), SME je výrazněji orientovaná na Rusko. Z pohledu míry pozornosti (plochy) je v první pětce silnější pozice Belgie (3. místo) před Německem (4. místo) a Izraele (5. místo) před Ruskem (7. místo). Ze sousedních zemí z první šestnáctky vypadává Polsko a Ukrajina.

Nejvíce zahraničních článků (shodně 27) se objevuje ve dnech 6. Dubna a 28. Května a v obou dvou případech zahraniční události souvisí s Českou republikou. Během prvního dubnového týdne navštívil Českou republiku americký prezident Barack Obama, a květnové vydání se věnuje vajíčkové aféře okolo kampaně ČSSD.<sup>180</sup> Je velmi pozoruhodné, že tento den se objevuje nejvíce zahraničních článků deníku SME a zároveň nejméně článků v MFD v roce 2009.

---

<sup>180</sup> 6. dubna zdobí titulní stranu heslo „Nikdy vás neznadíme“ doplněný fotografií mávajícího prezidenta Obamy. Následuje 9 stran tematické přílohy „Obama v Česku“.

## 5.2 Elitní národy a elitní osoby

### 5.2.1 Významnost podle výskytu

Z výsledků výzkumu vyplývá silná orientace zahraničního zpravodajství obou médií na Spojené státy americké. V případě MFD představují zprávy z USA téměř 17% všech článků, v případě slovenského tisku necelých 15%. Je tedy patrné, že role USA jako elitní světové mocnosti je tiskem přijata a podporována. Mnohem pozoruhodnější je výskyt dalších dvou zemí v pořadí, které společně s USA tvoří v případě obou deníků shodných 31,3 % všech zahraničních článků. Zatímco v MFD představuje druhou zemi s největším objemem článků Německo, u SME je to Česká republika s 9 % článků, což sice může být způsobeno tím, že v roce 2009 se v ČR konaly důležité mezinárodní události, přesto je však prokazatelné významné zaměření slovenského tisku na události v ČR.<sup>181</sup>

Oproti tomu Slovensko se na stránkách MFD nachází na 7 místě s méně než polovičním procentuelním objemem zpráv (3,6 %) ze SR. V první pětce nejčastěji zmiňovaných zemí se shodně nachází ještě Německo, Belgie coby důležitý představitel Evropské unie, dále UK a Rusko. České zpravodajství navíc oproti Slovenskému více informovalo o dění ve Francii. Ta má zvláště silnou pozici ve zpravodajství také díky Štrasburku, coby jedním ze tří sídel Evropského parlamentu. Prvních šestnáct států, které tvoří zhruba tři čtvrtiny veškerého zpravodajství dvou nejčtenějších deníků je velmi obdobná. Kromě výše zmíněných zemí se také objevují geograficky blízké země Polsko, Rakousko, Itálie a Španělsko. Ale i vzdálené, Izrael, Írán a Čína. Specifickými zeměmi této top 16 jsou u MFD Irák a Indie, coby země z globálního pohledu mediálně přitažlivé. Irák jako exponované místo dlouholetého válečného konfliktu a Indie jako druhá nejlidnatější země světa a důležitý hráč na poli světové ekonomiky. V kontextu SME se také výrazněji projevuje orientace na země geograficky i kulturně bližší, tedy sousední Ukrajinu a Maďarsko. Kromě těchto odlišností, je však možné konstatovat, že co do četnosti výskytu zahraničních článků, jsou obě média ve dvou třetinách produkce velmi podobné.

K porovnání míry orientace na elitní osoby by bylo třeba zvolit samostatnou proměnnou nebo zkoumat deníky kvalitativními způsoby. Lze však říci že do jisté míry se personalizace elitních národů zobrazuje na fotografiích vysokých státníků, umělců či jiných významných osobností. Tento způsob udržování kultu osobností Hartley nazývá „star system“<sup>182</sup>

---

<sup>181</sup> Návštěva Papeže Benedikta XVI., návštěva prezidenta Obamy, Evropské předsednictví a s ním související pád vlády Mirka Topolánka.

<sup>182</sup> Hartley (1987: 79)

Ze skupiny osmi nejvyspělejších států světa<sup>183</sup> se v prvních třech čtvrtinách článků nenachází pouze Japonsko a Kanada. V případě deníku MFD se Japonsko nachází na 27. příčce a Kanada na 43-51. místě. U deníku SME je toto umístění velice podobné. (Japonsko opět 27. místo, Kanada na 46-49. příčka)

**Tabulka č. 1 Přehled šestnácti nejčastěji se vyskytujících států ve zpravodajství MFD a SME**

MFD 2009				SME 2009			
Země	Četnost výskytu	Procentní výskyt	Souhrnný procentní výskyt	Země	Četnost výskytu	Procentní výskyt	Souhrnný procentní výskyt
<b>USA</b>	<b>288</b>	<b>16,9</b>	<b>16,9</b>	<b>USA</b>	<b>338</b>	<b>14,8</b>	<b>14,8</b>
<b>Německo</b>	<b>135</b>	<b>7,9</b>	<b>24,8</b>	<b>ČR</b>	<b>206</b>	<b>9,0</b>	<b>23,8</b>
<b>UK</b>	<b>111</b>	<b>6,5</b>	<b>31,3</b>	<b>Německo</b>	<b>170</b>	<b>7,4</b>	<b>31,3</b>
Francie	86	5,0	36,3	Rusko	132	5,8	37,1
Belgie	70	4,1	40,4	Belgie	123	5,4	42,5
Rusko	66	3,9	44,3	UK	104	4,6	47,0
Slovensko	62	3,6	47,9	Itálie	101	4,4	51,4
Itálie	59	3,5	51,4	Izrael	95	4,2	55,6
Čína	56	3,3	54,7	Maďarsko	81	3,5	59,2
Rakousko	55	3,2	57,9	Írán	69	3,0	62,2
Írán	52	3,0	61,0	Francie	66	2,9	65,1
Izrael	49	2,9	63,8	Rakousko	59	2,6	67,7
Polsko	45	2,6	66,5	Polsko	55	2,4	70,1
Irák	28	1,6	68,1	Čína	53	2,3	72,4
Indie	23	1,3	69,5	Španělsko	36	1,6	74,0
Španělsko	23	1,3	70,8	Ukrajina	27	1,2	75,2

<sup>183</sup> Neformální sdružení založené v roce 1975 ekonomickými velmocemi (z hlediska HDP) s členstvím ve Světové obchodní organizaci (WTO), takzvanou G6 (Group of Six) tehdy tvoří Francie, Západním Německo, Itálie, Japonsko, UK a USA. O rok později se přidává Kanada a v roce 1997 oficiálně i Rusko. Skupina se tak rozrůstá na G8 (Group of Eight). Podobná sdružení fungují i v případě rozvojových států, například D8 (Developing Eight).

Na opačné straně četnostní tabulky se objevují země, které dostaly prostor pouze jednou. Jde o 23 států v případě MFD a 32 států v případě SME které představují u obou deníků pouze necelých 1,5% z celkové četnosti.

**Tabulka č. 2 Přehled států, které se ve zpravodajství MFD a SME vyskytly pouze jednou**

SME 2009					MFD 2009				
Pořadí	Země	Četnost výskytu	Procentní výskyt	Souhrnný procentní výskyt	Pořadí	Země	Četnost výskytu	Procentní výskyt	Souhrnný procentní výskyt
81	Angola	1	0,044	98,6	89	Angola	1	0,059	98,7
82	Antigua a B.	1	0,044	98,6	90	Ázerbájdžán	1	0,059	98,7
83	Argentina	1	0,044	98,7	91	Bělorusko	1	0,059	98,8
84	Ázerbájdžán	1	0,044	98,7	92	Brunej	1	0,059	98,8
85	Bangladéš	1	0,044	98,8	93	Bhútán	1	0,059	98,9
86	Benin	1	0,044	98,8	94	Maroko	1	0,059	98,9
87	Bolívie	1	0,044	98,9	95	Gabon	1	0,059	99
88	Maroko	1	0,044	98,9	96	Guatemala	1	0,059	99,1
89	Fidži	1	0,044	98,9	97	Guyana	1	0,059	99,1
90	Ghana	1	0,044	99	98	Gruzie	1	0,059	99,2
91	Guatemala	1	0,044	99	99	Kapverdy	1	0,059	99,2
92	Ostrov Man	1	0,044	99,1	100	Katar	1	0,059	99,3
93	Jamajka	1	0,044	99,1	101	Keňa	1	0,059	99,4
94	Kambodža	1	0,044	99,2	102	Kyrgyzstán	1	0,059	99,4
95	Kamerun	1	0,044	99,2	103	Kuvajt	1	0,059	99,5
96	Kazachstán	1	0,044	99,3	104	Lotyšsko	1	0,059	99,5
97	Kypr	1	0,044	99,3	105	Libye	1	0,059	99,6
98	Kostarika	1	0,044	99,3	106	Makedonie	1	0,059	99,6
99	Kuvajt	1	0,044	99,4	107	Paraguay	1	0,059	99,7
100	Madagaskar	1	0,044	99,4	108	Portugalsko	1	0,059	99,8
101	Malajsie	1	0,044	99,5	109	Seychely	1	0,059	99,8
102	Mali	1	0,044	99,5	110	Tanzanie	1	0,059	99,9
103	Nepál	1	0,044	99,6	111	Jemen	1	0,059	99,9
104	Peru	1	0,044	99,6	112	Nový Zéland	1	0,059	100
105	Portugalsko	1	0,044	99,6					
106	Singapur	1	0,044	99,7					
107	Sýrie	1	0,044	99,7					
108	Chile	1	0,044	99,8					
109	Uganda	1	0,044	99,8					
110	Uruguay	1	0,044	99,9					
111	Vietnam	1	0,044	99,9					
112	Samoa	1	0,044	100					
113	Maledivy	1	0,044	100					

## 5.2.2 Významnost podle plochy

Pokud porovnáme četnost výskytu prvních šestnácti států s celkovou plochou, na které se články o nich informující nachází, lze říci, že poskytují velmi podobné výsledky. První trojice zemí (USA, Německo, UK) zůstává v případě MFD zachována. Slovenský list však poskytl o něco větší plochu Belgie přesto, že se oproti Německu objevuje v menším množství článků. Může tomu být například díky informacím z Evropského parlamentu, které často doprovází grafika či fotografie elitních politiků. Opět je zde patrná silná orientace na sousední země, státy západní Evropy, ekonomické mocnosti a místa mezinárodních konfliktů. Z tabulky ovšem v obou případech vypadává Španělsko. Místo této země se u MFD dostává větší plochy Austrálii, což může být způsobeno rozsáhlými požáry na jihovýchodě země z počátku roku. Ve spodní části obou přehledů se také objevuje Dánsko, které na konci roku hostilo světový summit OSN věnovaný otázkám klimatických změn.

**Tabulka č. 3 Přehled šestnácti států, které ve zpravodajství v roce 2009 dostaly největší plochu**

MFD 2009				SME 2009			
Pořadí	Název Země	Celková plocha v mm <sup>2</sup>	Relativní plocha v %	Pořadí	Název Země	Celková plocha v mm <sup>2</sup>	Relativní plocha v %
1.	USA	5671437	18,8	1.	USA	5456609	16,0
2.	Německo	2333987	7,7	2.	Česká republika	3572253	10,5
3.	UK	1578341	5,2	3.	Belgie	2330487	6,8
4.	Francie	1461677	4,8	4.	Německo	2222224	6,5
5.	Belgie	1272665	4,2	5.	Izrael	2128427	6,2
6.	Rusko	1216892	4,0	6.	Itálie	1980529	5,8
7.	Itálie	1208706	4,0	7.	Rusko	1879114	5,5
8.	Slovensko	1128135	3,7	8.	Írán	1146813	3,4
9.	Izrael	1028855	3,4	9.	UK	1106913	3,2
10.	Polsko	965636	3,2	10.	Maďarsko	1044206	3,1
11.	Írán	902922	3,0	11.	Rakousko	851331	2,5
12.	Čína	802137	2,7	12.	Čína	790211	2,3
13.	Rakousko	675881	2,2	13.	Francie	786678	2,3
14.	Austrálie	566466	1,9	14.	Polsko	684636	2,0
15.	Dánsko	524533	1,7	15.	Ukrajina	452570	1,3
16.	Indie	519398	1,7	16.	Dánsko	437173	1,3



**Tabulka č. 4 Přehled šestnácti států, které ve zpravodajství v roce 2009 dostaly nejmenší plochu**

MFD 2009				SME 2009			
Pořadí	Název Země	Celková plocha v mm <sup>2</sup>	Relativní plocha v %	Pořadí	Název Země	Celková plocha v mm <sup>2</sup>	Relativní plocha v %
99.	Sierra Leone	4545	0,0	99.	Jemen	2400	0,0
100.	Kyrgyzstán	3060	0,0	100.	Chile	2280	0,0
101.	Bhútán	2925	0,0	101.-102.	Nepál	2200	0,0
102.	Ázerbájdžán	2790	0,0	101.-102.	Vietnam	2200	0,0
103.	Portugalsko	2565	0,0	103.	Malajsie	2000	0,0
104.	Kapverdy	2250	0,0	104.	Jamajka	1936	0,0
105.	Gruzie	2115	0,0	105.-106.	Bangladéš	1760	0,0
106.	Brunej	2070	0,0	105.-106.	Kambodža	1760	0,0
107.	Nový Zéland	1800	0,0	107.	Kuvajt	1760	0,0
108.-109.	Maroko	1665	0,0	108.	Mali	1720	0,0
108.-109.	Katar	1665	0,0	109.-110.	Benin	1600	0,0
110.	Seychely	1620	0,0	109.-110.	Maroko	1600	0,0
111.	Kuvajt	1530	0,0	111.	Argentina	1440	0,0
				112.	Bolívie	1200	0,0

Ze států, které v roce 2009 dostaly na stránkách MFD a SME prostor jsem do následující tabulky vybral ty státy, jež dostaly prostor pod 3000 mm<sup>2</sup>, což odpovídá jedné krátké noticce. Zajímavá je velmi malá pozornost jako MFD věnuje Portugalsku oproti sousednímu Španělsku. (21. Místo) U ostatních případů se jedná o geograficky i kulturně vzdálené a v mnoha případech i rozvojové země.

Existuje mnoho hledisek, ze kterých lze usuzovat na elitnost, či možná lépe státní svrchovanost. Jedno z možných východisek nabízejí Westerståhl s Johanssonem, kteří navazují na starší Galtungovy výzkumy.<sup>184</sup> Avšak autoři sami vychází pouze ze tří zpravodajských hodnot, kterými jsou (jak již bylo zmíněno dříve) významnost, vzdálenost a dramatičnost. Významnost leccos vypovídá o tom, zda se země řadí mezi elitu. Jako index, kterým významnost poměřují, uvádějí velikosti populace, růstu hrubého domácího produktu a výdajů na zbrojení.<sup>185</sup> Na níže uvedených mapách je možné udělat si lepší představu o hlediscích, které podle autorů elitnost určují.

<sup>184</sup> Galtung (1964)

<sup>185</sup> Westerståhl a Johansson (1994: 73)

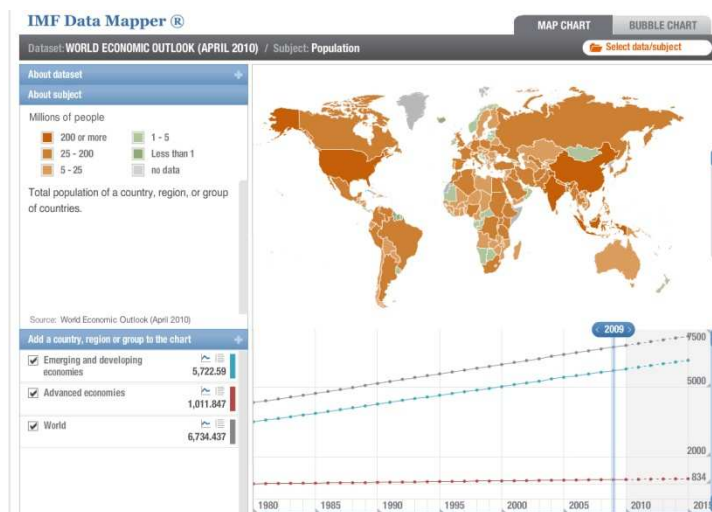
## Mapa č.1 Země světa podle růstu Hrubého domácího produktu v roce 2009



Zdroj: Mezinárodní měnový fond<sup>186</sup>

Hrubý domácí produkt na mapě č. 1 představuje celkovou peněžní hodnotu statků a služeb vytvořených v dané zemi za rok 2009. Nevyjadřuje tedy přímo bohatství dané země, ale spíše tok peněz v určitém časovém období, který k bohatství přispívá. Z mapy je patrná významná výše HDP u zemí severní a západní Evropy, USA a Austrálie.

## Mapa č.2 Země světa podle počtu obyvatel



Zdroj: Mezinárodní měnový fond<sup>187</sup>

<sup>186</sup> Volně dostupné z WWW: <http://www.imf.org/external/datamapper/index.php> (cit. 13. 4. 2010)

<sup>187</sup> Volně dostupné z WWW: <http://www.imf.org/external/datamapper/index.php> (cit. 13. 4. 2010)

Míra populace je dalším indexem, kterým Westerståhl s Johanssonem poměřují významnost jednotlivých států. Na základě mapy se tedy jako nejdůležitější jeví Spojené státy americké, Indie a Čína. Následující tabulka vyjadřuje výdaje, které jednotlivé státy vložily do zbrojního průmyslu. Jsou do nich započítány komponenty jako příprava a výcvik armády, výroba či koupě zbraní, techniky nebo vybavení, ale také výdaje vojenské akce na jiných územích.

**Tabulka č. 5 Náklady na zbrojení v roce 2002**

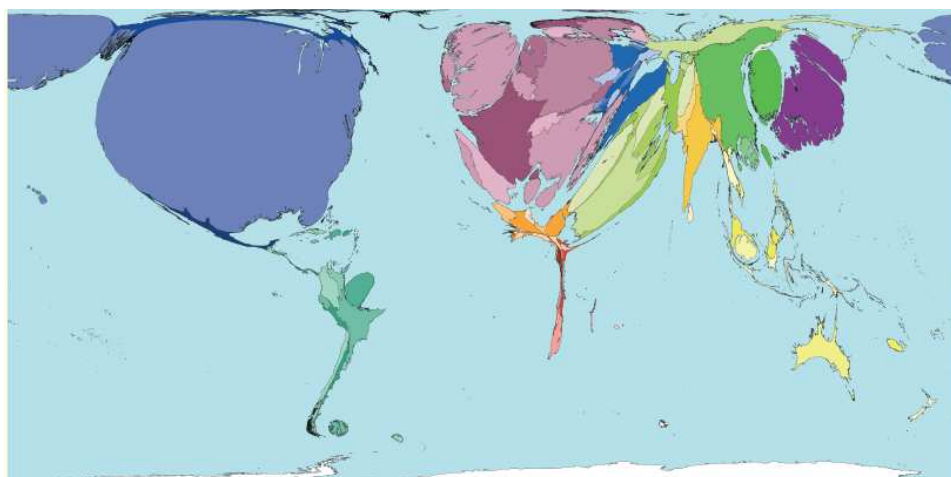
Největší výdaje na zbrojení			Nejmenší náklady na zbrojení		
Pořadí	Země	Náklady na zbrojení*	Pořadí	Země	Náklady na zbrojení*
1	Omán	11,4	1	Gambie	0,5
2	Katar	10	2	Kostarika	0,4
3	Saúdská Arábie	10	3	Guatemala	0,4
4	Irák	8,6	4	Moldavsko	0,4
5	Jordánsko	8,6	5	Haiti	0,4
6	Izrael	7,3	6	Mauricius	0,3
7	Jemen	6,6	7	Trinidad a Tobago	0,3
8	Arménie	6,5	8	Bermudy	0,11
9	Eritrea	6,3	9	Rovníková Guinea	0,1
10	Makedonie	6	10	Island	0,0
111	Česká republika	1,46	89	Slovensko	1,87

\* Údaj vyjadřuje státní výdaje na zbrojení v procentech z hrubého domácího produktu. (údaje pochází z let 2005-2006)  
Zdroj: World Factbook<sup>188</sup>

V roce 2002 se náklady na zbrojení, v celosvětovém měřítku pohybovaly okolo 789 bilionů amerických dolarů. Nejvíce peněz vložily do zbrojního průmyslu Spojené státy americké. Bylo to přibližně 353 bilionů dolarů, což je zhruba 45% celkového světového objemu nákladů a 9 krát více, než utratilo druhé Japonsko. Náklady na zbrojení nebyly v případě této mapy vypočítány z procentního podílu hrubého domácího produktu, ale z peněžní částky vydané na zbrojení přepočtené na jednoho obyvatele.

<sup>188</sup> Dostupné z WWW: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook> (cit. 14. 4. 2010)

**Mapa č. 3 Státy světa podle výdajů na zbrojení v roce 2002**



Zdroj: SASI Group (University of Sheffield) Mark Newman (University of Michigan)<sup>189</sup>

Wasterstahl a Johansson považují významnost za absolutní kvalitu, blízkost za relativní. Vyjmenovávají 3 dimenze blízkosti, a sice geografickou, ekonomickou a kulturní. Geografická i ekonomická vzdálenost (např. mezi hlavními městy) je v současné době zčásti založená na komunikačních technologiích, fyzická vzdálenost tedy nemusí hrát tak důležitou roli, jako tomu bylo dříve a je poměrně snadno měřitelná, problematičtější se jeví vzdálenost kulturní.<sup>190</sup>

## **5.3 Blízkost**

### **5.3.1 Geografická blízkost**

Fyzická blízkost, přesto že dnes nabývá pomocí informačních a komunikačních technologií jiného postavení než dříve, je v zahraničním zpravodajství stále důležitým ukazatelem. Tomu nasvědčuje fakt, že pomineme-li prominentní pozici Spojených států amerických, je na druhém místě co do četnosti výskytu článků vždy západní, sousední země. Německo v případě MFD a Česká republika u SME tvoří bezmála jednu čtvrtinu celkového objemu zahraničního zpravodajství. Rovněž ostatní sousední země se všechny prosazují mezi prvními šestnácti státy, které četností výskytu tvoří téměř tři čtvrtiny zpravodajského objemu. Nejméně pozornosti vykazuje z pohledu slovenského deníku Ukrajina, což může ovlivňovat

---

<sup>189</sup> Worldmapper.org. Volně dostupné z WWW: <http://www.worldmapper.org/display.php?selected=279> (cit. 5. 5. 2010)

<sup>190</sup> Westerstahl a Johansson například navrhuje měřit diplomatické zastoupení v daných zemích.

např. nečlenství v Evropské unii. Celkově míru pozornosti sousedním zemím vyjadřuje tabulka níže.

**Tabulka č. 6 Pořadí sousedních zemí**

MFD 2009				SME 2009			
Pořadí	Název Země	Pořadí v četnosti výskytu	Pořadí podle plochy	Pořadí	Název Země	Pořadí v četnosti výskytu	Pořadí podle plochy
1	Německo	2.	2.	1	Česká republika	2.	2.
2	Slovensko	7.	8.	2	Maďarsko	9.	10.
3	Rakousko	10.	13.	3	Rakousko	12.	11.
4	Polsko	13.	10.	4	Polsko	13.	14.
				5	Ukrajina	16.	15.

V první šestnáctce se v obou případech (podle výskytu i plochy) neumístila ani jedna Africká či Jihoamerická země. U MFD se v první šestnáctce nejexponovanějších států objevuje šest Asijských zemí (Rusko, Čína, Indie, Írán, Irák, Izrael) a v četnosti výskytu také Austrálie a samozřejmě severní Amerika reprezentovaná USA. U deníku SME jsou to 4 asijské země (Rusko, Čína, Izrael a Írán) a Spojené státy americké. Je zřejmé, že geografická blízkost není klíčovým, nýbrž relativním faktorem ovlivňujícím zahraniční zpravodajství. Mnohem podstatnější se jeví ekonomická a politická moc a přítomnost dramatických událostí.

### 5.3.2 Ekonomická blízkost

Vzájemné ekonomické vazby jednotlivých zemí jsou poměrně komplikovaným jevem. V případě České a Slovenské republiky lze sledovat orientaci na elitní světové mocnosti a geograficky blízké země. Následující tabulka č. 10 vyjadřuje poměr dovozu a vývozu zboží a služeb u nejvýznamnějších obchodních partnerů. Dá se usuzovat v silnou orientaci na obchodní vztahy v rámci Evropské unie. V rámci importu stojí za povšimnutí také blízké ekonomické vztahy s asijskými zeměmi. (Rusko, Tchaj-wan a Čína v případě ČR, Jižní Korea a Čína v případě SME). Téměř všichni významní obchodní partneři se také řadí na přední příčky sledovanosti analyzovaných médií. Částečnou výjimku lze spatřovat u MFD pouze v Holandsku které se v počtu zmínek řadí na 25. příčku vedle Irska a z pohledu věnované plochy na 18. místo s 1,1% plochy.

**Tabulka č. 7 Obchodní partneři ČR a SR**

ČR EXPORT			SR EXPORT		
Celkem 106,4 bilionů USD			Celkem 55,4 bilionů USD		
Pořadí	Země	%	Pořadí	Země	%
1	Německo	17,8	1	Německo	20,1
2	Švédsko	14,5	2	Česká republika	12,9
3	UK	8,1	3	Francie	7,8
4	Norsko	5,7	4	Polsko	7,2
5	USA	5,4	5	Maďarsko	6,3
6	Holandsko	4,8	6	Itálie	6,1
7	Francie	4,7	7	Rakousko	5,8
ČR IMPORT			SR IMPORT		
Celkem 99,97 bilionů dolarů			Celkem 53,74 bilionů dolarů		
Pořadí	Země	%	Pořadí	Země	%
1	Německo	26,8	1	Německo	16,8
2	Tchaj-wan	6,8	2	Česká republika	12,3
3	Slovensko	6,2	3	Rusko	9
4	Polsko	6,1	4	Jižní Korea	6,8
5	Rusko	5,8	5	Čína	5,8
6	Holandsko	5,3	6	Maďarsko	5,3
7	Rakousko	4,9	7	Polsko	4
8	Čína	4,6			

### 5.3.3 Kulturní blízkost

Dalším poměrně obtížně definovatelným kritériem je kulturní blízkost. Jak již bylo dříve naznačeno, kulturní imperialismus a globalizační procesy jsou poměrně komplexním a mnohvrstevnatým jevem. Kulturní blízkost tedy může být nahlížena například prizmatem náboženské tradice, jazykové či národní příslušnosti.

#### **5.3.3.1 Náboženská tradice**

Česká republika i Slovenská republika patří mezi země vycházející z Euro-americké křesťanské tradice. Přesto, že v ČR žije poměrně vysoké procento obyvatel bez náboženského vyznání (59%), mezi věřícími převažuje silný příkon k církvi římskokatolické (26,8%), menšinu tvoří Českobratrská církev evangelická (1,1%) a ostatní církve.<sup>191</sup> Na Slovensku je

<sup>191</sup> Jedno procento populace se hlásí k Církvi československé husitské, zbytek církví vykazuje méně než jedno procento z celkové populace. Tedy z 10 230 060 občanů ČR. Údaje pochází z roku 2001. Zdroj ČSÚ. Volně dostupné z WWW:

[http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/nabozenske\\_vyznani\\_obyvatelstva\\_ceske\\_republiky\\_23\\_12\\_04](http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/nabozenske_vyznani_obyvatelstva_ceske_republiky_23_12_04) (cit. 3. 5. 2010)

religiozita nepoměrně vyšší. Bez náboženského vyznání je pouze 13% obyvatelstva, 84,1% věřících, z nichž 68,9% se hlásí k Římskokatolické církvi.<sup>192</sup>

Přesto, že většina nejčastěji zmiňovaných zemí vychází z podobné křesťanské tradice, výrazný prostor také dostávají země, ve kterých převažují např. judaismus (Izrael), Islám (Írán, Irák), hinduismus (Indie) buddhismus, či taoismus (Čínská lidová republika). Vatikán coby kolébka evropského křesťanství se jak u MFD, tak u SME objevuje pouze v 6 případech. V přepočtu na průměrnou plochu jednoho článku zaujímá u MFD 16. místo, u SME je to až 91. Místo. V případě MF Dnes je tedy zřejmé, že když už o Vatikánu informuje, poskytuje mu poměrně velký prostor. (20tis. mm<sup>2</sup>). Pravděpodobně také může docházet ke zkreslení informací tím, že redakce zprávě přidělí italský domicil. Právě přítomnost zahraničního zpravodajství z Itálie je v případě obou médií poměrně silná.

### **5.3.3.2 Národní příslušnost**

Téměř 95% obyvatel ČR se hlásí k české národnosti.<sup>193</sup> Do zbylých 5% procent spadají např. občané národnosti slovenské (1,9%), polské (0,5%), německé (0,4%) nebo romské (0,1%) Podobný je i poměr u cizinců s povoleným k pobytu, kteří tvoří 4,1% z celkové populace.<sup>194</sup> Ke slovenské národnosti se hlásí 85,8% obyvatelstva, 9,7% tvoří národnost maďarská, 1,7% romská a 0,8% česká, 0,4% rusínská a 0,2 ukrajinská aj.

Kulturní podobnosti úzce souvisí i s blízkostí geografickou. Většina národnostních menšin pochází ze zemí sousedních, přičemž v globálním měřítku je obecně silnější migrace z východu na západ a z jihu na sever. To je patrné na mapě č. 11. která znázorňuje jednotlivé země podle počtu v nich žijících přistěhovalců. Nejvíce jich proudí do Spojených států amerických, nejvyšší počet na jednoho obyvatele pak připadá na Andorru, kde původní obyvatelé tvoří pouze pětinu populace. Opačná situace je na Filipínách a Guyaně, kde je imigrantem každý pětistý občan.<sup>195</sup>

---

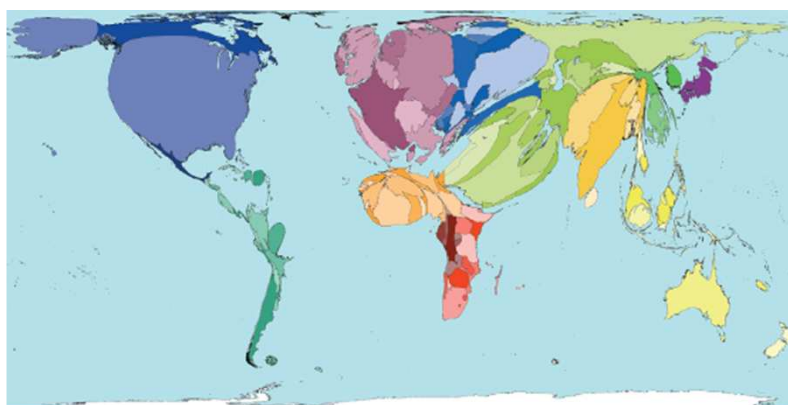
<sup>192</sup> Ostatní náboženské skupiny tvoří Evangelíci Augsburgského vyznání (6,9%), Řeckokatolická církev (4,1%), Kalvíni (2%) a Pravoslavná církev (0,94) aj. 2,2% obyvatelstva se nevyjádřila. Zdroj Visegrad Group. Volně dostupné z WWW: <http://www.visegradgroup.eu/main.php?folderID=948> (cit. 5. 5. 2010)

<sup>193</sup> Z toho 90,4% tvoří Češi, 3,7% Moravané a 0,1% se hlásí k národnosti Slezské.

<sup>194</sup> Dle údajů Ministerstva vnitra bylo k 31. 12. 2009 v ČR registrováno cca 433tis. cizinců s povoleným pobytem. V roce 2009 se do ČR přistěhovalo nejvíce cizinců s Ukrajinským státním občanstvím (8,1tis), dále slovenským (5,6tis.) ruským (4,1tis.) a americkým (2,5tis.) Zdroj: Zdroj ČSU. Volně dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/coby031510.doc> (cit. 3. 5. 2010)

<sup>195</sup> Zdroj: Fortu (2005) International Immigrants. Worldmapper. Volně dostupné z WWW: [http://www.worldmapper.org/posters/worldmapper\\_map15\\_ver5.pdf](http://www.worldmapper.org/posters/worldmapper_map15_ver5.pdf)

#### Mapa č. 4 Rozložení imigrantů v jednotlivých zemích



Zdroj: SASI Group (University of Sheffield), Mark Newman (University of Michigan)<sup>196</sup>

#### **5.3.3.3 Jazyková příslušnost**

Jedno z hledisek posuzování kulturní blízkosti lze přisoudit jazykové příslušnosti ke slovanským národům. Vzhledem k prokazatelně silné orientaci na Spojené státy americké a země západní Evropy však toto východisko považují za podřazené blízkostem ekonomickým a geografickým.

### **5.4. Dramatičnost**

Dramatičnost je další důležitou zpravodajskou hodnotou, v některých ohledech dokonce klíčovou. Důraz na negativitu (negativní zprávy) je charakteristickým rysem mediální logiky, s privilegiem přístupu na přední příčky při sestavování agendy zpravodajských obsahů. Podle Hartleye jsou výhodami negativních zpráv nečekanost, jednoznačnost, rychlý průběh a navíc okolo nich obecná shoda.<sup>197</sup> Westerståhl a Johansson upozorňují, že dramatičnost jako zpravodajská hodnota odkazuje spíše k samotným událostem a jejich prezentaci, než konkrétním zemím. Mezi zprávy s faktorem největší dramatičnosti patří události v místech válečných konfliktů, teroristických útoků, nebo jiných manifestů se ztrátami na životech. Neméně pozornosti přitahují také přírodní katastrofy nebo dopravní neštěstí. Z pohledu typologie Guye Tuchmanové se jedná jednoznačně o Hard News, které podle časového hlediska odpovídají zprávám nečekaným a neplánovaným.<sup>198</sup>

---

<sup>196</sup> World Factbook, volně dostupné z WWW:

[http://www.worldmapper.org/posters/worldmapper\\_map15\\_ver5.pdf](http://www.worldmapper.org/posters/worldmapper_map15_ver5.pdf) (cit. 5. 5. 2010)

<sup>197</sup> Hartley (1982: 79)

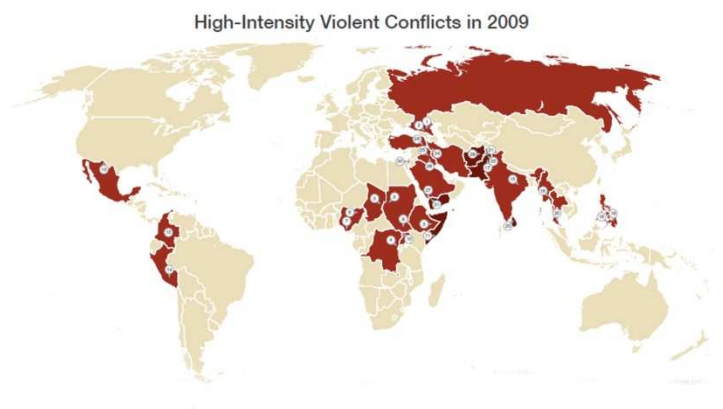
<sup>198</sup> Tuchman (1978: 48)



### 5.4.1. Válečné konflikty

V roce 2009 došlo ve světě k mnoha významným válečným konfliktům s mnohačetnými ztrátami na životech. Mezi nejzávažnější lze zařadit války v Afganistanu, Izraeli, Jemenu, Pákistánu, Somálsku a na ostrovním státu Srí Lanka. Jako velmi vážné jsou považovány krize v Demokratické republice Kongo, Súdánu.<sup>199</sup> Následující mapy znázorňují nejhůře postižené oblasti, tedy potenciální objekty zahraničního zpravodajství.

Mapa č. 5 Války a místa vážných krizí v roce 2009



Zdroj: Heidelberg Institut for International Conflict Research  
výroční zpráva Conflict Barometer 2009<sup>200</sup>

### 5.4.2 Země postižené válkou v roce 2009

#### 5.4.2.1 Somálsko

V hlavním městě Mogadišu se v roce 2009 zhoršuje situace mezi vojenskými jednotkami Africké unie s podporou přechodné federální vlády a opozičními skupinami. Dochází k těžkým bojům a to i po prezidentských volbách, ve kterých zvítězil Sheikh Sharif Sheikh Ahmed.

#### 5.4.2.2 Srí Lanka

Dvacet pět let trvající válka mezi Srílanskou armádou a partyzánským hnutím Tamilských tygrů spěje ke konci, přesto však v roce 2009 dochází k prudkým bojům na severovýchodě ostrova. Válka je ukončena 18. Května 2009.

---

<sup>199</sup> Tyto země, jako jediné kde neprobíhá válka, jsou označeny mezi top 10 nejvážnějšími humanitárními krizemi roku 2009, nevládní organizací Lékaři bez hranic. Volně dostupné z WWW: [http://www.lekari-bez-hranic.cz/cz/aktuality/2010/top\\_10/press\\_release.php](http://www.lekari-bez-hranic.cz/cz/aktuality/2010/top_10/press_release.php)

<sup>200</sup> Volně dostupné z WWW: [http://hiik.de/en/konfliktbarometer/pdf/ConflictBarometer\\_2009.pdf](http://hiik.de/en/konfliktbarometer/pdf/ConflictBarometer_2009.pdf) (cit. 6. 5. 2010)

### **5.4.2.3 Pákistán**

V loňském roce dochází v Pákistánu k mnoha teroristickým útokům a násilných konfliktů mezi Pákistánskou armádou a opozičními skupinami. Bombové útoky a minometná palba připravily o život několik tisíc lidí. Miliony lidí je nuceno opustit své domovy. V některých distriktech je obrovský nedostatek potravin, vody, zdravotnické pomoci a prudce se šíří epidemie. V srpnu vychází najevo smrt vůdce Pákistánského Talibánu B. Mahsúda.

### **5.4.2.4 Jemen**

V roce 2009 opět propuká válka v provincii Saada na severu země. Jemenská armáda zesiluje útoky vůči protivládnímu povstaleckému hnutí Al-Houti. Do sporu se vkládá i sousední Saúdská Arábie. V srpnu dochází k leteckým a dělostřeleckým útokům. Stovky tisíc lidí opouští své domovy, mnoho dětí trpí podvýživou. Na jih země navíc připlouvají desítky tisíc Somálských utečenců a Etiopských emigrantů.

### **5.4.2.5 Afganistán**

Od roku 2001 zde přetrvává válka s USA, současná vláda je považována za zkorumpovanou, země je nestabilní, Talibán má stále silnou pozici. Spojené státy posilují v roce 2009 své řady o 30tis. nových vojáků, čím jejich počet přesáhl 100tis. V srpnu se začínají připravovat první demokratické volby. Útoky Talibánu se však eskalují a během léta zaznamenávají spojenecká vojska největší ztráty na životech od počátku války.<sup>201</sup> Prezident Hamíd Karzai vyzívá mezinárodní jednotky k přezkoumání své vojenské strategie vůči Talibánu, z důvodu velkého množství civilních obětí. Říjnové volby jsou zpochybněny kvůli podvodům.

### **5.4.2.6 Izraelsko-Palestinský konflikt**

Více než staletý konflikt mezi Araby a Izraelity eskaloval na konci roku 2008, když hnutí Hamás vypovídá provizorní příměří a obnovuje ostřelování Izraelských měst. Izrael reaguje masivním leteckým útokem v oblasti pásma Gaza. Několik týdnů trvající válka byla ukončena 18. ledna, otevřené konflikty v této oblasti však trvají dodnes, stejně jako válečné soudy.

---

<sup>201</sup> Zdroj: Iraq Coalition Casualty Count. Volně dostupné z WWW: <http://www.icasualties.org/oef/> (cit. 7. 5. 2010)

## 5.5 Vážné krize

Následující mapa zobrazuje místa, na kterých v roce 2009 došlo k vážným konfliktům či krizím. Ty nejzávažnější spatřuje mezinárodní humanitární organizace Lékaři bez hranic, kromě výše zmíněných válečných oblastí, v africkém Súdánu a Demokratické republice Kongo.

Mapa č. 6 Místa nepokojů, konfliktů, krizí a válek



Zdroj: HIIK Conflict Barometer 2009<sup>202</sup>

### 5.5.1. Demokratická republika Kongo

V roce 2009 došlo v Demokratické republice Kongo k mnoha ozbrojeným střetům zejména v oblasti Jižního Kivu mezi Konžskou a Rwandskou armádou a Rwandskou rebelující skupinou Demokratické síly pro osvobození Rwandy (FDLR). Jedná se o dlouhodobě přetrvávající konflikt.

### 5.5.2. Súdán

Přesto, že dlouholetá občanská válka v Súdánu je již pět let ukončena, situace je stále neutěšená. V oblastech Dárfúru a na jihu země dochází v roce 2009 k násilným střetům mezi místními komunitami a útokům Ugandských vzbouřenců (Armáda Božího odporu). V oblasti se šíří epidemie a chybí jak dostatek zdravotníků, tak potravin.

<sup>202</sup> Volně dostupné z WWW: [http://hiik.de/exhibit\\_09/](http://hiik.de/exhibit_09/) (cit. 8. 5. 2010)

Mezi prvními šestnácti zeměmi se jak četností výskytu, tak celkovou plochou na stránkách MFD nalézají Irák, Írán a Izrael. U deníku SME jsou to Írán a Izrael. Všechny tři tyto země vykazují, kromě geografické polohy a neutěšených vzájemných konfliktů, přinejmenším dvě shodné charakteristiky. Mají přímou vazbu na USA (vztahy s elitními mocnostmi) a jsou podezírány z držení jaderných zbraní (představují hrozbu). Irák přitom stále přitahuje pozornost válečným stavem a občasnými útoky povstalců, přesto že od popravy Saddáma Husajna uplynuly už téměř tři roky. Írán na sebe každoročně poutá pozornost světových médií testováním raket středního a dlouhého doletu. Opět zde platí, že některé konflikty, byť podstatné, jsou pro média nedostatečně zajímavé (Jemen, Somálsko, Súdán). Na podobné tendence upozorňuje i Hartley, který říká, že války ve kterých jsou zapojené Spojené státy americké, Rusko (Tehdy ještě Sovětský svaz) ne jejich spojenci jsou pro média zajímavá, zatímco konflikt ve Východním Timoru, občanská válka v Čadu nebo revoluce v Nikaragui zůstávají prakticky bez povšimnutí.<sup>203</sup>

**Tabulka č. 8 Země postižené válkou či vážnou krizí (podle četnosti výskytu)**

SME 2009				MFD 2009			
Pořadí	Název země	Absolutní četnost	Relativní četnost v %	Pořadí	Název země	Absolutní četnost	Relativní četnost v %
8.	Izrael	95	4,2	11.	Írán	52	3,0
10.	Írán	69	3,0	12.	Izrael	49	2,9
17.	Afghánistán	24	1,1	14.	Irák	28	1,6
18.	Irák	23	1,0	20.	Afghánistán	19	1,1
24.	Pákistán	19	0,8	22.	Pákistán	17	1,0
38.	Somálsko	10	0,4	43.	Somálsko	7	0,4
45.	pásmo Gaza	7	0,3	47.	Srí Lanka	6	0,4
57.	Srí Lanka	4	0,2	57.	Súdán	4	0,2
63.	Súdán	4	0,2	60.	Kongo DRC	3	0,2
76	Kongo DRC	2	0,1	81.	pásmo Gaza	2	0,1
79.	Jemen	2	0,1	99.	Jemen	1	0,1
Celkem		259	11,3	Celkem		188	11,0

<sup>203</sup> Hartley, J. (1987: 78)

**Tabulka č. 9 Země postižené válkou či vážnou krizí (podle plochy)**

MFD 2009				SME 2009			
Pořadí	Název země	Celková plocha v mm <sup>2</sup>	Relativní plocha v %	Pořadí	Název země	Plocha v mm <sup>2</sup>	Relativní plocha v %
9.	Izrael	1028855	3,4	5.	Izrael	2128427	6,2
11.	Írán	902922	3,0	8.	Írán	1146813	3,4
17.	Irák	505009	1,7	21.	Irák	287902	0,8
22.	Afghánistán	293173	1,0	25.	Afghánistán	245935	0,7
26.	Pákistán	243413	0,8	30.	pásmo Gaza	210579	0,6
39.	Konžská d. r.	131191	0,4	37.	Pákistán	139550	0,4
45.	Srí Lanka	92650	0,3	61.	Srí Lanka	35336	0,1
71.	Súdán	40877	0,1	64.	Somálsko	31824	0,1
76.	pásmo Gaza	34090	0,1	86.	Súdán	9640	0,0
78.	Somálsko	30150	0,1	95.	Konžská d. r.	4400	0,0
93.	Jemen	10360	0,0	99.	Jemen	2400	0,0
	Celkem	3312690	10,9		Celkem	4242806	12,4

## 5.6. Katastrofy

Opět platí, že ne všechny státy jsou pro média stejně zajímavé. Letecké neštěstí jihovýchodní Asii pravděpodobně zůstane nepovšimnuto, nebo bude zmíněno jen okrajově, pokud nevznikne podezření, že v letadle mohl být občan vlastní státní příslušnosti. Výraznou roli zde hraje blízkost a to zejména geografická. V případě přírodních katastrof je taková zpráva vnímána jako tím více ohrožující, čím blíže se vyskytla, což jen zesiluje její negativitu. Jako příklad uvádím v následující tabulce přehled největší přírodních katastrof. Přesto, že většina z nich se odehrála na Asijském kontinentu, nejpravděpodobněji se zpravodajskému pokrytí dostane událostem evropským.

**Tabulka č. 10 Přehled největších přírodních neštěstí a katastrof v roce 2009**

Měsíc	Země	Příčina	Přibližný počet obětí na životech*
Leden	Indie	vlna chladu	50 obětí
Leden	Kostarika	Zemětřesení	40 obětí
Únor	Austrálie	Požáry	173 obětí
Březen	Namibie	Povodně	90 obětí
Březen	Indonésie	Protržená hráz	90 obětí
Duben	Itálie	Zemětřesení	300 obětí
Květen	Filipíny	Záplavy, sesuvy půdy	36 obětí
Květen	Brazílie	Záplavy	40 obětí
Květen	Bangladéš	Cyklon Aila	200 obětí
Květen	Indie		
Červen	Čína	Sesuvy půdy	80 obětí
Červenec	Indie	Záplavy	36 obětí
Srpen	Indie	Sesuvy půdy	43 obětí
Srpen	Tchaj-wan	Tajfun Morakot	500 obětí
Září	Indonésie	Zemětřesení	100 obětí
Září	Samoa	Zemětřesení + Tsunami	200 obětí
Září	Tonga		
Září	Indonésie	Zemětřesení	1100 obětí
Říjen	Vietnam	Tajfuny Ketsana a Parma	1000 obětí
Říjen	Kambodža		
Říjen	Filipíny		
Říjen	Laos		
Říjen	Indie	Záplavy	280 obětí
Říjen	Sicílie	Sesuvy půdy	35 obětí
Říjen	Nepál	Povodně a sesuvy půdy	36 obětí
Listopad	Indie	Přívalové deště a sesuvy půdy	70 obětí
Listopad	Vietnam	Bouře Marinae	98 obětí
Listopad	Salvador	Tropická bouře Ida	91 obětí
Listopad	Čína	Sněhové bouře	40 obětí

Zdroj dat: Euroskop<sup>204</sup>

<sup>204</sup> Volně dostupné z WWW: <http://www.euroskop.cz/38/14773/clanek/prirodni-katastrofy-ve-svete-v-roce-2009/> (cit. 2. 5. 2010)

Pro příklad uvádím mediální pokrytí Itálie v průběhu 12 měsíců. Na počátku dubna ve střední Itálii došlo k silnému zemětřesení, následkem kterého přišlo o život mnoho lidí, mezi nimi také dva mladí lidé z České republiky. Jak je patrné z další tabulky, zahraniční zpravodajství z Itálie bylo, očividně vlivem této nešťastné události, mnohem vyšší než v ostatních měsících. U SME se tento měsíc řadí společně s červencem také mezi nejfrekventovanější, pozornost je však rozložena i mezi další měsíce. Největší pozornost získala Itálie na Slovensku v prosinci, červenci a teprve poté v tragickém dubnu.

**Tabulka č. 11 Výskyt zahraničních článků o Itálii v roce 2009**

MFD 2009			SME 2009		
Měsíc	Výskyt	Plocha v mm2	Měsíc	Výskyt	Plocha v mm2
Leden	1	2340	Leden	5	5564
Únor	0	0	Únor	10	12210
Březen	2	2652	Březen	8	10528
Duben	13	18364	Duben	14	19804
Květen	2	3054	Květen	8	12172
Červen	4	6446	Červen	6	9711
Červenec	5	8571	Červenec	14	23962
Srpen	7	12741	Srpen	8	14563
Září	3	5754	Září	5	9612
Říjen	6	12741	Říjen	8	16116
Listopad	1	2126	Listopad	2	4239
Prosinec	8	17716	Prosinec	13	28765

## 5.7 Informační zdroje

Redaktoři a editoři zahraničního zpravodajství MFD nejčastěji pracují s agenturními zprávami ČTK. V analyzovaném vzorku tvoří tyto zprávy něco málo přes 40%, což je jen o několik desetin procenta více, než kolik se objevuje zpráv ryze autorských, či převzatých z internetu. Dohromady tyto zdroje tvoří 80% všech zpravodajských obsahů. Něco přes 8 % zpráv pochází od některé ze světových agentur (Reuters, AP, AFP, Bloomberg). U slovenského SME je situace diferencovanější. O něco málo víc pracují redaktoři na vlastních textech, nebo přebírají obsah z internetu (případně z vlastního portálu sme.sk), téměř 46%. Domicily domácích agentur TASR a SITA zdobí necelých 27 % textů, přičemž větší část informací pochází od veřejnoprávní agentury. Nečekaně silná je pozice ČTK, jejíž zprávy se v deníku objevují v jedné pětině případů. Něco málo přes 2,5% získává „rodinná“ agentura Epicentrum Petry Procházkové a Jaromíra Štětiny. Překvapivě málo zpráv je převzato ze zahraničí, pouze necelého půl procenta.

**Tabulka. č 12 Zpravodajské zdroje podle četnosti výskytu**

MFD 2009				SME 2009			
Zdroj	Četnost výskytu	Procenta	Kumulativní procenta	Zdroj	Četnost výskytu	Procenta	Kumulativní procenta
ČTK	690	40,4	40,4	Redaktor, internet	1047	45,9	45,9
Redaktor, internet	679	39,8	80,2	ČTK	440	19,3	65,2
Zahraniční zpravodaj	147	8,6	88,9	TASR	394	17,3	82,4
Zahraniční agentura	190	11,1	100,0	SITA	218	9,6	92,0
Celkem	1706	100,0		Zahraniční zpravodaj	114	5,0	97,0
				Epicentrum	60	2,6	99,6
				Zahraniční	9	0,4	100,0
				Celkem	2282	100,0	

Dalším možným úhlem pohledu je použití zdrojů z pohledu zobrazované plochy, kde už se jeví výraznější rozdíly. Největší plochu věnují oba deníky vlastním článkům. U MFD je to skoro 60 % a u SME téměř 70 % veškeré plochy. Mnohem silnější je také pozice zahraničních zpravodajů. Jen velmi malá část prostoru pokrývají zahraniční agentury. Zde lze téměř bezpečně konstatovat, že zde sehrává roli reputace a ekonomické důvody. Pokud by médium zveřejňovalo pouze neutrální a na strohá fakta orientované agenturní zprávy, příliš čtenářů by si nezískalo. Důraz je tedy u většiny médií kladen na osobitost a vlastní invenci (takzvanou exkluzivitu). Ekonomické důvody se odrážejí například v práci zahraničních zpravodajů, kteří jsou pro každé médium velmi ceněným, soukromým zdrojem informací. Je tedy pochopitelné, že jejich články budou mít také náležité umístění a adekvátní plochu.

**Tabulka. č 13 Zpravodajské zdroje podle plochy**

MFD 2009			SME 2009		
Zdroj	Plocha v mm2	%	Zdroj	Plocha v mm2	%
Redakce, internet	18021727	59,7	Redakce, internet	23659459	69,2
Zahraniční zpravodaj	6851420	22,7	Zahraniční zpravodaj	3562393	10,4
ČTK	3563597	11,8	ČTK	2267870	6,6
Zahraniční agentura	1763815	5,8	TASR	2082567	6,1
<b>Celkem</b>	<b>30200559</b>	<b>100,0</b>	Epicentrum	1700687	5,0
			SITA	810973	2,4
			Zahraniční agentura	103582	0,3
			<b>Celkem</b>	<b>34187531</b>	<b>100,0</b>

Podrobnější rozložení zdrojů MFD ukazuje tabulka č. 14. Každá druhá zpráva z Rakouska, Ruska a Číny, pochází od České tiskové kanceláře, zatímco zahraniční agentury naopak nejvíce dominují ve zpravodajství z Itálie, Iráku nebo Španělska. Zahraniční zpravodajové se nejčastěji informují o Belgii, Izraeli, Německu či Slovensku a na vlastních textech si nejčastěji redakce zakládá v případě Itálie, Indie nebo Spojených států amerických.



**Tabulka č. 14 Rozložení zdrojů MFD**

MFD 2009						
Pořadí země dle četnosti výskytu	Kritérium	ČTK	Zahraniční agentura	Zahraniční zpravodaj	Redakce, jiné zdroje	% Celkem
1. USA	% v rámci země	<b>29,9%</b>	<b>15,3%</b>	<b>7,3%</b>	<b>47,2%</b>	<b>100,0%</b>
	% v rámci celku	12,5%	23,2%	14,3%	20,0%	16,9%
2. Německo	% v rámci země	<b>45,9%</b>	<b>3,7%</b>	<b>10,4%</b>	<b>40,0%</b>	<b>100,0%</b>
	% v rámci celku	9,0%	2,6%	9,5%	8,0%	7,9%
3. UK	% v rámci země	<b>43,2%</b>	<b>11,7%</b>	<b>1,8%</b>	<b>43,2%</b>	<b>100,0%</b>
	% v rámci celku	7,0%	6,8%	1,4%	7,1%	6,5%
4. Francie	% v rámci země	<b>47,7%</b>	<b>7,0%</b>	<b>7,0%</b>	<b>38,4%</b>	<b>100,0%</b>
	% v rámci celku	6,0%	3,2%	4,1%	4,9%	5,0%
5. Belgie	% v rámci země	<b>30,0%</b>	<b>1,4%</b>	<b>34,3%</b>	<b>34,3%</b>	<b>100,0%</b>
	% v rámci celku	3,0%	,5%	16,3%	3,5%	4,1%
6. Rusko	% v rámci země	<b>50,0%</b>	<b>1,5%</b>	<b>7,6%</b>	<b>40,9%</b>	<b>100,0%</b>
	% v rámci celku	4,8%	,5%	3,4%	4,0%	3,9%
7. Slovensko	% v rámci země	<b>41,9%</b>	<b>1,6%</b>	<b>9,7%</b>	<b>46,8%</b>	<b>100,0%</b>
	% v rámci celku	3,8%	,5%	4,1%	4,3%	3,6%
8. Itálie	% v rámci země	<b>27,1%</b>	<b>18,6%</b>	<b>3,4%</b>	<b>50,8%</b>	<b>100,0%</b>
	% v rámci celku	2,3%	5,8%	1,4%	4,4%	3,5%
9. Čína	% v rámci země	<b>50,0%</b>	<b>14,3%</b>	<b>3,6%</b>	<b>32,1%</b>	<b>100,0%</b>
	% v rámci celku	4,1%	4,2%	1,4%	2,7%	3,3%
10. Rakousko	% v rámci země	<b>52,7%</b>	<b>5,5%</b>	<b>3,6%</b>	<b>38,2%</b>	<b>100,0%</b>
	% v rámci celku	4,2%	1,6%	1,4%	3,1%	3,2%
11. Írán	% v rámci země	<b>30,8%</b>	<b>15,4%</b>	<b>7,7%</b>	<b>46,2%</b>	<b>100,0%</b>
	% v rámci celku	2,3%	4,2%	2,7%	3,5%	3,0%
12. Izrael	% v rámci země	<b>26,5%</b>	<b>10,2%</b>	<b>24,5%</b>	<b>38,8%</b>	<b>100,0%</b>
	% v rámci celku	1,9%	2,6%	8,2%	2,8%	2,9%
13. Polsko	% v rámci země	<b>44,4%</b>	<b>4,4%</b>	<b>8,9%</b>	<b>42,2%</b>	<b>100,0%</b>
	% v rámci celku	2,9%	1,1%	2,7%	2,8%	2,6%
14. Irák	% v rámci země	<b>42,9%</b>	<b>17,9%</b>	<b>3,6%</b>	<b>35,7%</b>	<b>100,0%</b>
	% v rámci celku	1,7%	2,6%	,7%	1,5%	1,6%
15. Indie	% v rámci země	<b>30,4%</b>	<b>17,4%</b>	<b>4,3%</b>	<b>47,8%</b>	<b>100,0%</b>
	% v rámci celku	1,0%	2,1%	,7%	1,6%	1,3%
16. Španělsko	% v rámci země	<b>47,8%</b>	<b>17,4%</b>	<b>,0%</b>	<b>34,8%</b>	<b>100,0%</b>
	% v rámci celku	1,6%	2,1%	,0%	1,2%	1,3%

Stejně tak tabulka č. 25 prezentuje přehlednější rozložení zdrojů deníku SME. Zatímco veřejnoprávní agentura TASR je nejčastějším dodavatelem zpráv z institucí Evropské unie (Belgie), téměř pětina zpráv z Maďarska pochází od soukromé agentury SITA. Každou pátou zprávu z ČR, Německa, UK, Francie, Polska, Španělska a Číny dodává ČTK. Zahraniční zpravodajství nejčastěji dodává Jana Shemesh z Izraele a vlastní texty redakce či redakce portálu SME.sk pokrývají více než polovinu zpráv z České republiky, Itálie, Íránu a Číny.

**Tabulka č.15 Rozložení zdrojů SME**

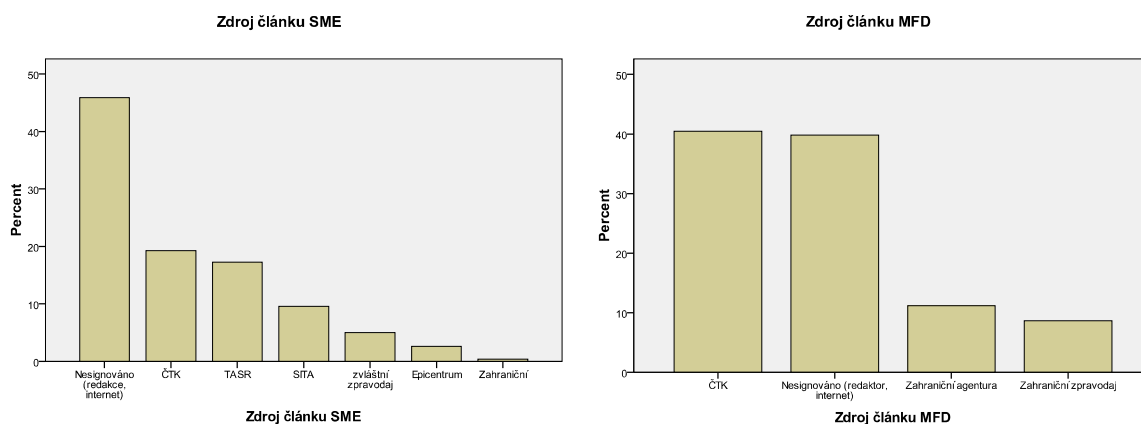
SME 2009									
Pořadí země dle četnosti výskytu	Kritérium	TASR	SITA	ČTK	Zahraněční agentura	Zahraněční zpravodaj	Redakce, Jiné zdroje	Epicentrum	Celkem
1. USA	% v rámci země	16,0%	7,4%	18,0%	,3%	11,5%	46,7%	,0%	100,0%
	% v rámci celku	13,7%	11,5%	13,9%	11,1%	34,2%	15,1%	,0%	14,8%
2. Česká republika	% v rámci země	12,1%	7,3%	20,9%	,0%	2,9%	55,3%	1,5%	100,0%
	% v rámci celku	6,3%	6,9%	9,8%	,0%	5,3%	10,9%	5,0%	9,0%
3. Německo	% v rámci země	28,2%	11,2%	21,2%	,6%	7,6%	30,6%	,6%	100,0%
	% v rámci celku	12,2%	8,7%	8,2%	11,1%	11,4%	5,0%	1,7%	7,4%
4. Rusko	% v rámci země	18,2%	6,8%	19,7%	,0%	,0%	27,3%	28,0%	100,0%
	% v rámci celku	6,1%	4,1%	5,9%	,0%	,0%	3,4%	61,7%	5,8%
5. Belgie	% v rámci země	37,4%	12,2%	22,8%	,8%	,0%	26,0%	,8%	100,0%
	% v rámci celku	11,7%	6,9%	6,4%	11,1%	,0%	3,1%	1,7%	5,4%
6. UK	% v rámci země	24,0%	15,4%	20,2%	,0%	1,0%	39,4%	,0%	100,0%
	% v rámci celku	6,3%	7,3%	4,8%	,0%	,9%	3,9%	,0%	4,6%
7. Itálie	% v rámci země	9,9%	6,9%	14,9%	,0%	1,0%	67,3%	,0%	100,0%
	% v rámci celku	2,5%	3,2%	3,4%	,0%	,9%	6,5%	,0%	4,4%
8. Izrael	% v rámci země	1,1%	2,1%	4,2%	,0%	43,2%	48,4%	1,1%	100,0%
	% v rámci celku	,3%	,9%	,9%	,0%	36,0%	4,4%	1,7%	4,2%
9. Maďarsko	% v rámci země	21,0%	19,8%	11,1%	,0%	,0%	48,1%	,0%	100,0%
	% v rámci celku	4,3%	7,3%	2,0%	,0%	,0%	3,7%	,0%	3,5%
10. Írán	% v rámci země	5,8%	1,4%	10,1%	,0%	2,9%	79,7%	,0%	100,0%
	% v rámci celku	1,0%	,5%	1,6%	,0%	1,8%	5,3%	,0%	3,0%
11. Francie	% v rámci země	22,7%	15,2%	27,3%	,0%	4,5%	28,8%	1,5%	100,0%
	% v rámci celku	3,8%	4,6%	4,1%	,0%	2,6%	1,8%	1,7%	2,9%
12. Rakousko	% v rámci země	23,7%	8,5%	16,9%	,0%	1,7%	49,2%	,0%	100,0%
	% v rámci celku	3,6%	2,3%	2,3%	,0%	,9%	2,8%	,0%	2,6%
13. Polsko	% v rámci země	21,8%	10,9%	23,6%	,0%	,0%	43,6%	,0%	100,0%
	% v rámci celku	3,0%	2,8%	3,0%	,0%	,0%	2,3%	,0%	2,4%
14. Čína	% v rámci země	18,9%	9,4%	20,8%	,0%	,0%	50,9%	,0%	100,0%
	% v rámci celku	2,5%	2,3%	2,5%	,0%	,0%	2,6%	,0%	2,3%
15. Španělsko	% v rámci země	33,3%	8,3%	25,0%	,0%	,0%	33,3%	,0%	100,0%
	% v rámci celku	3,0%	1,4%	2,0%	,0%	,0%	1,1%	,0%	1,6%
16. Ukrajina	% v rámci země	11,1%	14,8%	11,1%	,0%	,0%	48,1%	14,8%	100,0%
	% v rámci celku	,8%	1,8%	,7%	,0%	,0%	1,2%	6,7%	1,2%

Překvapivě malý počet zpráv z míst válečných konfliktů a přírodních katastrof pochází od zahraničních redaktorů. Jedním z možných vysvětlení je finanční náročnost pokrývání krizových oblastí vlastními redaktory. Úspornější varianta znamená převzetí zprávy od některé ze světových agentur a redakční úprava. Nasazení vlastních redaktorů přichází v úvahu pouze v oblastech, kde se očekává dlouhodobější průběh události, jako je tomu v případě války v Iráku.<sup>205</sup> Podobný případ je nasazení vlastního redaktora v lokalitách častých a důležitých rozhodnutí, např. v Evropském parlamentu.

Další z možných interpretací je design tohoto výzkumu. Ne vždy totiž média uvádí, že se jedná o zprávu od zahraničního redaktora. Zejména v případě deníku SME dochází k situacím, kdy se objeví série článků od stejného autora, přičemž pouze první zpráva je označena informací, že jde o zahraničního zpravodaje/korespondenta a ostatní zprávy jsou signované pouze jeho jménem. V tomto případě se striktně držím stanovené metodologie a kóduji tyto články jako signované redakcí. Výsledky je tedy třeba nahlížet pouze orientačně.

<sup>205</sup> Guy Tuchmanová v tomto případě hovoří o tzv. Developing News.

**Graf č. 1 Rozložení zdrojů MFD a SME**



Dalším překvapivým zjištěním je vysoký počet článků pocházejících z databáze ČTK v případě deníku SME. Objem zpravodajství poskytovaný ČTK je tak větší, než informace od Slovenské veřejnoprávní nebo soukromé agentury. V případě ČR je patrná silná orientace na vlastní texty, která může být projevem důrazu na osobitý a originální přístup.

## 5.8 Titulní strany

První strana seriózního deníku je výběrem z výběru, který obvykle obsahuje kombinaci těch nejdůležitějších a nejatraktivnějších zpráv. V roce 2009 se na titulní straně MFD objevilo 76 článků z 28 zemí, co představuje 4,6% všech zahraničních článků. První strana slovenského listu představila 88 článků z 30 zemí, tedy 3,9% z celkového objemu. Následující tabulka shrnuje země, které dostaly v roce 2009 prostor na titulních stranách obou deníků, a objevili se více, než dvakrát.

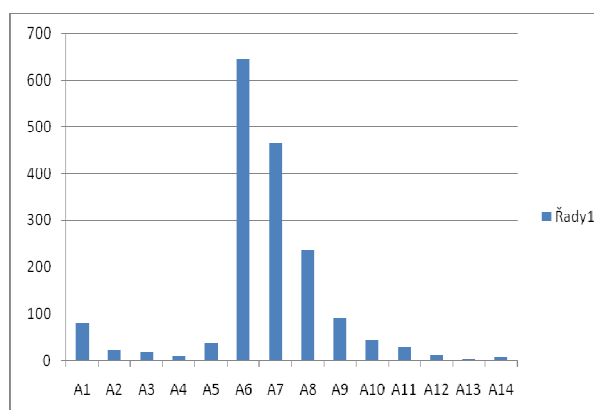
**Tabulka č. 16 Zahraniční zprávy na titulních stranách**

MFD 2009				SME 2009			
Pořadí	Země	% z výskytu na A1	Četnost výskytu	Pořadí	Země	% z výskytu na A1	Četnost výskytu
1.	USA	24,05%	19	1.	USA	15,91%	14
2.	Belgie	7,59%	6	2.	ČR	13,6%	12
3.	Čína	6,33%	5	3.	Německo	11,4%	10
4.	Itálie	5,06%	4	4.	UK	6,8%	6
5.-12.	Dánsko	3,80%	3	5.	Itálie	5,7%	5
5.-12.	Holandsko	3,80%	3	6.	Írán	4,5%	4
5.-12.	Írán	3,80%	3	7.-8.	Maďarsko	3,4%	3
5.-12.	Írán	3,80%	3	7.-8.	Rusko	3,4%	3
5.-12.	Německo	3,80%	3	Četnost výskytu všech zemí z S1			88
5.-12.	Rakousko	3,80%	3	Podíl ze všech zahr. článků na S1			3,9%
5.-12.	Švýcarsko	3,80%	3				
5.-12.	UK	3,80%	3				
Četnost výskytu všech zemí z A1			79				
Podíl ze všech zahr. článků na A1			4,6%				

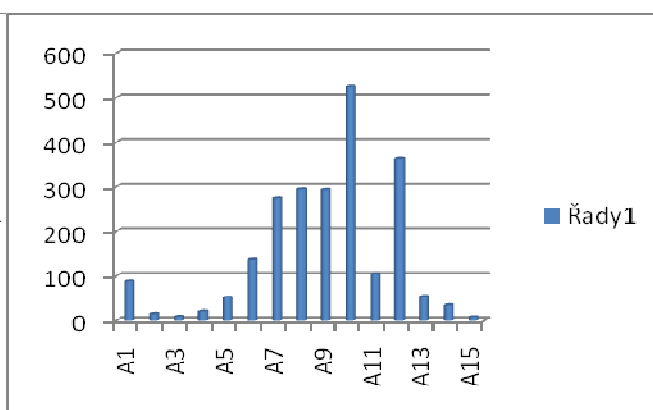
Nejčastěji se na titulní straně objevují Spojené státy americké a to výrazněji u MFD než u SME. Zajímavá je opět druhá pozice ČR v rámci slovenského deníku a Belgie, která u českého listu vystřídala Německo. Opět se jedná o silné ekonomické celky, sousední země a místa válečných konfliktů. Překvapující může být pozice Holandska u MFD a Itálie u SME. Poprvé se také objevuje Švýcarsko. Pozornost Dánskému království lze jednoznačně přisoudit události světového ekologického kongresu.

Za pozornost také stojí rozložení zahraničních zpráv na ostatních stranách deníků. Jak je možné vidět v tabulkách č. 28 a č. 29, rozložení v prvním sešitu vykazuje četné odlišnosti. Zatímco v případě MFD dvě třetiny sdělení zobrazují strany A6 a A7, u SME je stejného poměru dosaženo na stranách A8, A9, A10 a A12.

**Tabulka č. 17 Rozložení zpráv sešitu A (MFD)**



**Tabulka č.18 Rozložení zpráv v sešitu A (SME)**



**Tabulka č. 19 Procentní rozložení zpráv v prvních sešitech MFD a SME**

Stránky v sešitu A (MFD 2009)															
A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	Celkem	
79	22	19	11	37	646	466	236	91	45	29	13	3	9	1706	
4,6%	1,3%	1,1%	,6%	2,2%	37,9%	27,3%	13,8%	5,3%	2,6%	1,7%	,8%	,2%	,5%	100,0%	
Stránky v sešitu A (SME 2009)															
A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	Celkem
88	16	10	22	53	137	275	294	293	525	106	364	55	35	9	2282
3,9%	,7%	,4%	1,0%	2,3%	6,0%	12,1%	12,9%	12,8%	23,0%	4,6%	16,0%	2,4%	1,5%	,4%	100%

Je zřejmé, že MFD většinu zahraničních zpráv publikuje na stranách věnovaných mezinárodním událostem. Na okolních stranách se takové články objevují spíše ojediněle. Oproti tomu u deníku SME je zpravodajství rozloženo do více listů. V listech věnovaných ekonomice se často objevuje rubrika s názvem „krátce z ekonomiky“, která přináší aktuální informace ze světových trhů.

## 5.9 Obrazové zpravodajství

Poměrně zajímavé je sledovat, jakým způsobem pracují deníky s obrazovým a grafickým zpravodajstvím. Pokud je textová informace podpořena obrazovou, zvyšuje to její atraktivitu a přitahuje více čtenářské/divácké pozornosti. MFD v roce 2009 doplnila takovou formou 45% zahraničních článků z 89 zemí světa. Stejný poměr zpráv vizualizoval i deník SME v případě 80 států. Tabulka níže zobrazuje 10 „nejfotogeničtějších“ zemí světa.

**Tabulka č. 20 Obrazové zpravodajství**

MFD 2009					SME 2009				
kód země	název země	pouze text	text s grafikou	Celkem	kód země	název země	pouze text	text s grafikou	Celkem
1.	USA	134	154	288	1.	USA	154	184	338
2.	Německo	75	60	135	2.	ČR	100	106	206
3.	UK	70	41	111	3.	Izrael	27	68	95
4.	Francie	47	39	86	4.	Německo	110	60	170
5.	Belgie	37	33	70	5.	Rusko	77	55	132
6.	Itálie	26	33	59	6.	Itálie	49	52	101
7.	Rusko	36	30	66	7.	UK	66	38	104
8.	Slovensko	35	27	62	8.	Írán	31	38	69
9.	Írán	27	25	52	9.	Belgie	86	37	123
10.	Izrael	25	24	49	10.	Maďarsko	51	30	81
Celkem		937	769	1706	Celkem		1245	1037	2282

Dá se říci, že v první desítce je poměr obrazového a textového zpravodajství celkem vyrovnaný. Jinak tomu však je u zemí, které se do novinářského objektivu nevešly. Například Somálsko zmítané válkou se v tomto roce objevuje v podobě sedmi textových článků, bez

jediné fotografie. O dalším státu ve válečném režimu - Jemenu, vyšla pouze jediná zmínka, bez fotografie. Přitom Írán a Izrael se objevují v první desítce.

Podobně se k Somálsku staví i editoři ve slovenském listu. O Somálsku informuje v poměru devět textových zpráv ku jedné obrazové. Podobný je i pohled na zprávy z Vatikánu. Z šesti zmínek neobsahuje žádná fotografický, či jinak obrazově podpůrný materiál. Země, o kterých nepadla jediná obrazová zmínka, ale zároveň se psalo, uvádím v následující tabulce.

**Tabulka č. 21 „Neviditelné“ země**

MFD 2009					SME 2009				
Pořadí	Země	text	obraz	Dohromady	Pořadí	Země	Text	Obraz	Dohromady
90	Somálsko	7	0	7	112	Vatikán	6	0	6
91	Chorvatsko	5	0	5	85	Bělorusko	4	0	4
92	Venezuela	4	0	4	91	Finsko	4	0	4
93	Kostarika	2	0	2	89	Estonsko	3	0	3
94	Litva	2	0	2	93	Island	3	0	3
95	Palau	2	0	2	111	Zimbabwe	3	0	3
96	Sierra Leone	2	0	2	88	Alžírsko	2	0	2
97	Ázerbájdžán	1	0	1	98	Kongo DRC	2	0	2
98	Bělorusko	1	0	1	106	Saúdská Arábie	2	0	2
99	Brunej	1	0	1	108	Turkmenistán	2	0	2
100	Bhútán	1	0	1	81	Antigua a B.	1	0	1
101	Maroko	1	0	1	82	Argentina	1	0	1
102	Gruzie	1	0	1	83	Ázerbájdžán	1	0	1
103	Kapverdy	1	0	1	84	Bangladéš	1	0	1
104	Katar	1	0	1	86	Benin	1	0	1
105	Kyrgyzstán	1	0	1	87	Bolívie	1	0	1
106	Kuvajt	1	0	1	90	Maroko	1	0	1
107	Paraguay	1	0	1	92	Guatemala	1	0	1
108	Portugalsko	1	0	1	94	Jamajka	1	0	1
109	Seychely	1	0	1	95	Kambodža	1	0	1
110	Jemen	1	0	1	96	Kostarika	1	0	1
111	Nový Zéland	1	0	1	97	Kypr	1	0	1
					99	Kuvajt	1	0	1
					100	Malajsie	1	0	1
					101	Mali	1	0	1
					102	Nepál	1	0	1
					103	Portugalsko	1	0	1
					104	Singapur	1	0	1
					105	Sýrie	1	0	1
					107	Chile	1	0	1
					109	Uganda	1	0	1
					110	Vietnam	1	0	1

Z předešlých přehledů je patrné, že intenzita obrazového pokrytí souvisí s charakteristikami, jako je ekonomicko-politická významnost, geografická, ekonomická a kulturní blízkost, ale také dramatičnost. Na základě sesbíraných dat jsem sestavil mapu světa, která odráží vizuální zájem médií o konkrétní země a naopak nezájem o jiné. (viz příloha č. )

## 6. DISKUZE HYPOTÉZ, OMEZENÍ A DOPORUČENÍ

### 6.1 Hypotéza č.1

*„Množství článků (měřeno četností výskytu) který oba zkoumané deníky věnují jednotlivým zemím, neodpovídá běžným geografickým charakteristikám jako je rozloha nebo počet obyvatel, ale spíše kritériím jako je ekonomická a politická významnost, geografická a kulturní blízkost a souvislost s válečnými konflikty či přírodními katastrofami.“*

Množství článků, které oba deníky věnují jednotlivým zemím, neodpovídá běžným geografickým charakteristikám jako je rozloha nebo počet obyvatel. Nejvýznamnějším státem jsou v případě MFD i SME Spojené státy americké, které několikanásobně převyšují počet zpráv z ostatních zemí. Na nižší příčky se tak dostaly jak státy s větší rozlohou (Ruská federace, Kanada, Čína), tak státy s vyšší hustotou obyvatelstva (Čína, Indie). Příznačná je naopak pozice ekonomické a politické velmoci.

Geografická a kulturní blízkost je úzce propojena s globalizovanými komunikačními toky a teorií kulturního imperialismu<sup>206</sup> a konečně souvislost s válečnými konflikty či přírodními katastrofami poukazuje na fakt, že nejexponovanější jsou ty válečné konflikty, které mají spojitost s významnými světovými mocnostmi.

Velké množství států na dalších předních pozicích (Německo, UK, Francie, Belgie) poukazuje na důležitost blízkosti a silnou orientaci na evropské prostředí. Přítomnost Izraele v první desítce dokládá velkou míru pozornosti, kterou média věnují tzv. „nebezpečným“ zemím, tedy státům, ve kterých probíhá dlouhotrvající konflikt, navíc s náboženským podtextem a potenciální hrozbou. **Hypotéza se tedy potvrdila.**

### 6.2 Hypotéza č.2

*„Exponovaným státům, tj. státům s největším počtem zmínek v tisku, je věnována také největší pozornost.“*

Státy, které vykazují největší četnost výskytu, neodpovídají zcela pořadí států s největší věnovanou pozorností (plochou). Přesto, že se vesměs jedná o tytéž elitní státy, jejich pořadí je mírně pozměněné, přičemž více změn je u slovenského listu. Žebříček prvních pěti států u MFD vypadá co do četnosti výskytu i věnované plochy stejně (1. USA, 2. Německo, 3. UK, 4. Francie, 5. Belgie, 6. Rusko). Opačná se ukázala pozice následujícího Slovenska s Itálií. Na poslední dvě místa první desítky patří podle výskytu Izrael a Polsko,

---

<sup>206</sup>Jak bylo naznačeno v kapitole 3.1.9.1.

větší plochu však deník věnuje Číně a Rakousku. U deníku SME je situace trochu jiná. První dva státy (USA a ČR) zůstávají v čele jak podle počtu článků, tak největší celkovou plochou. Třetí pozice patří z hlediska výskytu Belgii, podle plochy však Německu. Velká plocha je také věnována článkům z Ruska, které se tímto ze sedmé pozice v četnosti dostává na čtvrté místo před Belgií. Více plochy dostává také UK a překvapivě méně Izrael. První desítku zemí, jimž deník věnoval nejvíce prostoru, uzavírají sousední Maďarsko a Írán.

Přesto, že mezi čelními státy dochází k jistým obměnám, jsou to stále tytéž státy, které disponují největším prostorem. Pro srovnání těchto dvou kardinálních proměnných považuji za vhodný Pearsonův koeficient korelace. V případě obou deníků jsem porovnal velikost plochy, kterou věnují jednotlivým zemím, s četností výskytu. Obě média vykazují velmi silnou korelaci mezi zmíněnými proměnnými, což poukazuje na signifikantní souvislost porovnávaných hodnot. V případě MFD je korelace 0,97, u SME je to 0,98.

Jiným měřítkem poměru výskytu a přiděleného prostoru může být vyjádření průměrné plochy. Z této perspektivy se na čelní pozice žebříčku MFD dostávají podstatně jiné země než v případě celkové četnosti či plochy. Na prvním místě se objevuje Sýrie, která se na stránkách deníku objevila v poměrně malém rozsahu (necelých 12 000 mm<sup>2</sup>), avšak pouze ve dvou článcích. Z pohledu metody aritmetického průměru se však jedná o nejvyšší hodnotu. Mezi další země s nejvyšší průměrnou plochou patří Libye, Uganda, Keňa nebo Konžská demokratická republika. Spojené státy americké se takto nacházejí až na 35. místě. U SME obsazuje první pozici Angola s jedinou zmínkou středního rozsahu (cca 42 000 mm<sup>2</sup>), který tedy představuje i průměrnou plochu. Podobně je to i s dalšími zeměmi zmíněnými v jediném případě, jako jsou Ghana, Kazachstán nebo Samoa. USA je opět až ve třetí desítce (32. místo). Přesto, že tato metoda vykazuje zcela jiné výsledky, lze však i v tomto případě sledovat jisté podobnosti mezi oběma deníky, na které lze poukázat v jedné z dalších hypotéz. **Tato hypotéza byla tedy potvrzena jen částečně.**

### **6.3 Hypotéza č. 3**

*„Přesto, že oba deníky pocházejí z různých států, jejich orientace na elitní státy, geograficky a kulturně blízké země, místa válečných konfliktů, teroristických útoků, přírodních katastrof a vážných nehod je obdobná.“*

Patrně nejzajímavější odpověď se nabízí na otázku týkající se podobností či odlišností v zahraničním zpravodajství českého a slovenského deníku. Jak lze vyčíst z prezentovaných výsledků i odpovědí na předchozí hypotézy, MFD i SME nahlíží světové události obdobnou



optikou. Počet států, které dostaly na jejich listech prostor, je téměř stejný (111 ku 112). Slovenský deník vykazuje na stejném množství vydání (144) větší množství článků (2282 ku 1706), ale zároveň také obsahuje v sešitu více stran (MFD 10-20 stran, SME 12-24 stran). Nejčastější vydávanou variantou je však v obou případech 16 stránek v prvním sešitu.

Při pohledu na četnost výskytu jednotlivých zemí je u obou médií prokazatelně nejsilnější orientace na Spojené státy americké, o něco silnější je dominance USA v MFD. Oba listy mají mezi prvními šestnácti nejexponovanějšími státy sedm zemí Evropské unie. Při pohledu na jejich výčet lze vyčíst prokazatelnou geografickou, ekonomickou i kulturní orientaci.

Z pohledu dramatičnosti je situace podobná. Mezi čtyři nejčastěji zmiňované země válečného konfliktu patří v obou případech Afghánistán, Irák, Írán a Izrael. O něco častěji však o těchto čtyřech zemích píše MFD (9,3 % relativní četnosti ku 8,6 %).

#### **6.4 Hypotéza č. 4**

*„Množství článků pocházejících z agenturních informačních zdrojů je větší, než počet článků ryze autorských nebo pocházejících od zvláštních zpravodajů“*

Z pohledu zdrojů je už rozdíl mezi periodiky patrnější. MFD čerpá přibližně 40% zpravodajství z databáze České tiskové kanceláře, zhruba stejný počet tvoří texty redakční. Služeb zahraničních agentur využívá pouze 11 % a na práci zahraničních zpravodajů zbývá necelých 9 %. Podobnost u SME lze shledávat u míry vlastních textů. Redakce SME a portál Sme.sk vyprodukovali v roce 2009 necelých 46 % ze zahraničně zpravodajského objemu. O dalších téměř 49 % se dělí domácí agentury TASR a SITA a české ČTK a Epicentrum, přičemž největší podíl má veřejnoprávní TASR. Překvapivě málo (0,4 %) zpráv pochází od zahraničních redaktorů, což ale mohou způsobovat již dříve popsané faktory.<sup>207</sup> Není tedy pravdou, že množství článků pocházejících z agenturních informačních zdrojů je větší, než počet článků ryze autorských nebo pocházejících od zvláštních zpravodajů. **Tato hypotéza byla vyvrácena.**

#### **6.5 Hypotéza č. 5**

*„Článkům z vlastních zdrojů však náleží celkově větší plocha, jelikož je jejich příprava náročnější, vyžaduje důkladnější přípravu a komplexnější zpracování.“*

---

<sup>207</sup> Viz kapitola Informační zdroje

Oba dva deníky věnují značnou plochu prvního sešitu zpravodajských článkům vlastní redakce nebo zprávám převzatým od redakcí vlastních webových portálů. V tomto směru je výraznější orientace na autorské texty u SME (cca 60 % ku 70 %). Dalším výrazným rysem je druhá největší plocha věnovaná článkům od zahraničních zpravodajů. Ti představují respektovaný a ceněný soukromý zdroj informací, jelikož pravidelných zahraničních dopisovatelů má médium jen omezený počet. Objevují se povětšinou v zemích společensky důležitých (elitních nebo místech dlouhodobých konfliktů či válek). MFD pokrývá své stránky zprávami od zahraničních redaktorů dvakrát častěji než SME (22,7 % ku 10,4 %). Zajímavá je také změna pozice u českých a slovenských agentur. Zatímco nejvíce článků SME pochází z agentury TASR, největší plochu deník věnuje české ČTK (6,6 %). Nejslabší je opět zpravodajství zahraničních agentur, jejichž články se objevují zřídka, avšak častěji u českého deníku (5,8 % ku 0,3 %). Tyto výsledky tedy splňují předpoklad, že větší plocha je věnována vlastním zdrojům, jelikož je jejich příprava náročnější, vyžaduje důkladnější přípravu a komplexnější zpracování. **Hypotéza je tedy potvrzena.**

## **6.6 Hypotéza č. 6**

„Zprávy vztahované k elitním národům, geograficky a kulturně blízkým zemím a místům válečných konfliktů, přírodních katastrof nebo vážných nehod jsou doplněny grafickou informací spíše, než zprávy ze zemí chudých, zaostalých a geograficky i kulturně vzdálených.“

Velmi blízké je i obrazové pokrytí jednotlivých zemí českým a slovenským deníkem. Mezi prvními „nejfotogeničtějšími“ státy světa se nachází tytéž země jako v případě výskytu či plochy. Opět zde dominují Spojené státy americké, jež se v obrazové formě objevují v MFD u 154 článků a ve SME u 184 článků. Přesto, že se články o Německu u SME objevují častěji než u MFD (170 ku 135 výskytům), patří mu až čtvrtá příčka, zatímco u českého deníku je na místě druhém. Stejně silná je i pozice ČR (2. místo). Každý druhý článek o České republice je opatřen nějakou obrazovou informací (grafem, fotkou). Ostatní země jako UK, Belgie, Itálie, Rusko, Írán a Izrael se na různých pozicích objevují v první desítce obou médií. Jediný rozdíl je v přítomnosti Francie (4. místo) u MFD a Maďarska (10. místo) u SME. Zhruba u jedné pětiny zemí (22 ku 26), o kterých se psalo, se neobjevila v roce 2009 žádná fotografie nebo obrazová informace. Ve většině případů se jedná o země z jižní polokoule, překvapivý je i obrazový nezájem o země postižené ozbrojenými konflikty (Somálsko u MFD, Konžská demokratická republika u SME).

Opět se zde ukazuje výrazná podobnost obrazových informací jak s celkovou četností výskytu, tak celkovou plochou. Využil jsem tedy Paersonova koeficientu korelace a porovnal plochu jednotlivých zemí s mírou výskytu obrazových informací. V případě MFD se objevuje korelace 0,97, u SME je to dokonce 0,98. Signifikance je tedy velmi významná a **hypotéza je potvrzena**.

### **6.7 Omezení a doporučení**

Mediální obraz světa tak, jak nám jej předkládají analyzované deníky, určitě do jisté míry formuje naše představy o důležitosti jednotlivých zemí či událostí, avšak není zdaleka jediným zdrojem, ze kterého tyto informace získáváme. Přesto, že většina médií čerpá z dominantních agenturních zdrojů, důležitou roli hrají subjektivní selektivní procesy. Z takového hlediska lze tento vzorek považovat pouze za omezený a je třeba jej pojímat pouze jako orientační.

Zajímavější poznatky by jistě přinesl rozsáhlejší výzkum napříč různými zpravodajskými médii. Ostatně podobné výzkumy již ve Spojených státech probíhají již několik desetiletí a i v našich lokálních podmínkách byly realizovány.<sup>208</sup>

Vzhledem ke kvantitativní povaze výzkumu je jen omezená možnost interpretace výsledků, pro přesnější vyhodnocení by tedy bylo vhodné sledovat také některé obsahové proměnné. Tento výzkum striktně vychází z přítomnosti zahraničního domicilu, podle kterého přiděluje prioritu pouze jednomu státu, tj. nezohledňuje faktor multinacionality, který může být v některých případech velmi diskutabilní.<sup>209</sup> Stejným způsobem postupuji u kódování fotografií, které mohou být ještě významnějším zdrojem obsahových proměnných.<sup>210</sup>

Rovněž porovnání několika období je vhodným způsobem mapování vývoje periodického tisku a získání cenných informací. I takové výzkumy jsou již realizovány.<sup>211</sup> Je tedy na místě získaná data komparovat i s jinými státy. Zejména Slovensko se díky významné části společné historie nabízí jako pozornosti hodné. Deník SME se poměrně velkoryse věnuje české politické situaci. Bylo by tedy možná zajímavé sledovat oboustranný zájem médií v času parlamentních voleb.

---

<sup>208</sup> ČÁBELOVÁ, Lenka; JIRÁK, Jan; KONČELÍK, Jakub. Praktický projekt Český rozhlas o České televizi : kvantitativní obsahová analýza zpravodajství Českého rozhlasu o tzv. vánoční krizi České televize na přelomu let 2000 a 2001. In REIFOVÁ, Irena, et al. Analýza obsahu mediálních sdělení. Praha : Karolinum, 2004.

<sup>209</sup> Např. článek MFD z 6. 1. 2009 s titulkem „Polák přítel bin Ládina“, perexem „Christian Ganczarski je ve Francii souzen za atentát na synagogu v Tunisku“ a s domicilem Paříž, Praha.

<sup>210</sup> Např. článek v MFD s názvem „Obama v Egyptě“ s velkou fotografií amerického prezidenta u Sfingy.

<sup>211</sup> Srov. Holý (2008)

## 7. ZÁVĚR

V diplomové práci jsem se zabýval zahraničním zpravodajstvím dvou nejčtenějších médií v příslušných regionech - českému deníku Mladá fronta Dnes a slovenskému SME. Vycházím přitom z představy, že jednotlivým zemím světa není v deníku věnováno stejné množství pozornosti. Některé státy se objevují častěji, jiné méně často a některé dokonce vůbec. Podobné je to i s mírou pozornosti. Ne každé zemi se dostane možnost ocitnout se na titulní straně nebo získat významnější část rubriky zahraničních zpráv.

Je tedy zřejmé, že představa světa tak, jak jej prezentuje geografie, je diametrálně odlišná od představy, kterou nám předkládají média. Hlavním cílem této práce proto bylo nahlédnout svět optikou zmíněných deníků a sestavit anamorfovanou mapu světa podle toho, jakou pozornost sledovaná média věnovala jednotlivým zemím světa v průběhu jednoho kalendářního roku. Záměrně jsem zvolil uplynulý rok 2009, aby bylo možné v budoucnu porovnat výsledky tohoto výzkumu s pracemi staršími a zároveň kvůli zachycení současného stavu, kdy se tištěné deníky vyrovnávají s rostoucí konkurencí digitálních médií.

Jako výzkumnou metodu jsem zvolil kvantitativní obsahovou analýzu, která nabízí vhodné prostředky k dosažení stanoveného cíle. V první části práce se tedy věnuji metodologické definici výzkumného problému a stanovuji šest základních hypotéz, které upřesňují záměr a determinují další kroky. Za základní kódovací jednotku považuji článek opatřený zahraničním domicilem a jako kritéria hodnocení sleduji zejména četnost výskytu a plochu článku, jež vypovídají o pozornosti, kterou vybraná média konkrétním zemím věnují. Dalšími zohledněnými faktory jsou přítomnost grafického prvku u článku a jeho umístění, zpravodajské zdroje informací a datum jeho vydání. Celkově jsem nakódoval téměř 4 000 článků z 288 novinových vydání, což je přibližně dvakrát větší vzorek, než jaký byl šetřen v obdobných kvalifikačních pracích dříve.<sup>212</sup>

V další části práce výzkum teoreticky ukotvuji na poli mediální vědy. Poukazují na některé globální souvislosti mezinárodního zpravodajského toku a na díle Petera Bergera a Thomase Luckmanna představují konstruktivistickou povahu jak sociální, tak mediální reality. Dále se věnuji selektivním mechanismům produkce zpráv, organizaci práce zpravodajských organizací a jejím rutinám. Posléze mediální logice a způsobům výzkumu vlivů či účinků mediálních sdělení na příkladu nastolování témat. Upozorňuji také na vztah mediovaných obsahů k realitě pomocí koncepce zpravodajských hodnot a krátce připomínám

---

<sup>212</sup> V diplomových pracích Gabriely Podzimkové (2006) a Jakuba Holého (2008) se jednalo o zhruba 2000 analyzovaných článků.

přítomnost stereotypů. V rámci kapitoly o globalizaci zpravodajských obsahů se zmiňují o nerovnoměrném toku informací mezi tzv. bohatým a chudým světem, provázaným všudypřítomnými vlákny světových zpravodajských agentur. V následující kapitole přibližují regionální kontexty analyzovaných médií a jejich agenturních zdrojů a poukazují na konstituční prvky agenturní zprávy.

Následně vyhodnocuji data vyšetřená během výzkumné práce a zpracovávám přehledy pro vhodnou interpretaci poznatků. V této části vycházím primárně z konceptu zpravodajských hodnot tak, jak je v návaznosti na Johana Galtunga redefinovali Jörgen Westerstahl s Folke Johanssonem.<sup>213</sup> a poměřuji pozornost věnovanou jednotlivým státům na základě významnosti (vztahu k elitním národům a osobám), blízkosti (geografické, ekonomické a kulturní) a dramatickosti (ve smyslu válek, konfliktů či katastrof). V této fázi také částečně porovnávám mediální obsahy mezi sebou a na závěr vzájemně poměřuji jednotlivé informační zdroje deníků, rozložení zpravodajských obsahů a míru shody obrazového zpravodajství s textovou reprezentací zachycených zemí.

Z výsledků výzkumu je patrné, že se ve slovenském listu objevuje přibližně dvojnásobný počet zahraničních zpráv než v české MFD. V obou případech se však dostává prostor pouze každé druhé zemi světa. Největší pozornosti se v roce 2009 dostalo v obou případech Spojeným státům amerických, a to jak podle množství (četnosti výskytu), tak podle rozsahu pozornosti (plochy). Výrazná je také silná orientace na evropský prostor. Překročit práh pozornosti médií je zřejmě velmi snadné pro jakoukoliv zemi západní Evropy, nepoměrně horší potom pro země afrického či asijského kontinentu, nebo státy jižní Ameriky. Po USA se na čelních pozicích u MFD objevuje Německo a Spojené království Velké Británie a Severního Irsku. U slovenského listu se projevuje velice silná vazba na Českou republiku, která dosahuje téměř jedné čtvrtiny celkového zpravodajského objemu. Příkladným lze uvést 28. květen, kdy na smíchovském předvolebním meetingu ČSSD došlo k tzv. „vajíčkové aféře“. V tento den se objevilo ve slovenském deníku nejvíce zahraničních článků z celého roku a mnoho z nich popisovalo právě tuto událost. Pozornost ji samozřejmě věnovala i MFD a možná právě proto u ní vyšla pouze jediná zahraniční zpráva.

V opačném případě tak pevná vazba není. Slovenská republika sice také spadá do první desítky nejsledovanějších zemí českého deníku, ale dosahuje „pouhých“ čtyř procent z celkového prostoru. V ostatních aspektech je orientace SME obdobná. Přední pozice obsazují Německo, Belgie, UK nebo Rusko, kterému se u slovenského média dostává o něco

---

<sup>213</sup> tedy podle důležitosti, blízkosti a dramatickosti. Westerstahl a Johansson (1994)

více prostoru než v MFD. Mezi prvními šestnácti zeměmi, které dohromady představují více než dvě třetiny všech zahraničních zpráv, se také nachází ekonomicky i populačně významná Čína a u MFD také Indie a země sousední, či kulturně a ekonomicky blízké. Z míst válečných konfliktů a humanitárních krizí se v první patnáctce nachází pouze Irák, Izrael nebo Írán a o něco dále i Afghánistán. Ani jeden z deníků nedává výraznější prostor jiným konfliktům či občanským válkám s výjimkou neočekávaných teroristických útoků.

Z ostatních zemí se významné pozornosti (podle plochy) dostalo také Austrálii, která na počátku roku čelila rozsáhlým požárům, a Dánsku, jež ke konci sledovaného období hostilo světový ekologický summit OSN. Rozdíly v přístupu ke katastrofickým událostem je možné sledovat na velikosti mediálního pokrytí zemětřesení v Itálii oproti Indonésii. Překvapivě si deníky příliš nevěnují ekonomicky významného Japonska či Kanady nebo lidnaté Brazílie. Velkou měrou se však zajímají o dění „u sousedů“ zejména ze západní strany. Všechny státy se společnou hranicí se pak objevují mezi prvními patnácti.

Z pohledu informačních zdrojů lze konstatovat, že oba deníky kladou důraz na vlastní autorské texty, kterým také věnují největší plochu na stranách. Ze zpravodajských agentur preferují veřejnoprávní instituce. Jen velmi málo článků zdobí signatura zahraničního zpravodaje a ještě méně prostoru dostávají zahraniční agentury. Pokud tedy v tomto kontextu nepovažují ČTK, coby „zásobitele“ deníku SME, za zahraniční agenturu. Je však zajímavé, že zprávy z ČTK dostávají u SME přednost, co do počtu i plochy, před agenturami slovenskými.

Velmi podobná je i skladba zahraničních zpráv z první strany. V roce 2009 se u obou médií na titulní straně objevuje přibližně 30 zemí, což představuje přibližně 4 % všech zahraničních článků. Jedná se tedy o určitý výběr z výběru, ve kterém opět dominují Spojené státy americké, následované Belgií (u MFD) a Českou republikou (u SME).

Rozdíly lze spatřovat například v rozložení zpravodajských obsahů. Zatímco MFD centralizuje většinu zahraničních zpráv do středu prvního sešitu, u SME je tato tendence poněkud nejednoznačná.

Poslední zkoumanou charakteristikou bylo obrazové zpravodajství, tedy míra doplnění textové informace grafickými prvky či fotografiemi, které jen podtrhuje dominanci významných i blízkých zemí a míst dramatických událostí spojených s elitními státy či vlastní zemí.

Poznatky z analýzy MFD se do značné míry shodují se závěry předešlých výzkumů tohoto deníku. Opět se ukazuje silná orientace média na Spojené státy americké a další

privilegované země „jádra“ zejména z evropského prostoru a země sousední.<sup>214</sup> Stále přetrvává zájem o konflikty na Blízkém východě (Írán, Irák, Izrael), naopak menší či rozvojové země dostávají výraznější prostor pouze v případě zahraničních návštěv elitních osob z elitních států, násilných konfliktů či přírodních katastrof. V tomto ohledu lze říci, že je přístup obou deníků totožný a platí, že *„obraz světa za hranicemi našeho kulturního okruhu jako světa utrpení a zhouby není vlastní pouze českým deníkům, je charakteristický pro média jako celek.“*<sup>215</sup> V intencích této práce však nebyla důkladná komparace českého a slovenského deníku, ani přesnější srovnání dat ze starších výzkumů. Taková analýza by převyšovala rámec stanovených hypotéz, potažmo tezí této práce. Zjištěná data do budoucna implikují možnosti dalších srovnání vývoje tiskového prostředí dvou sousedních post-komunistických, nyní demokratických a i ve spoustě jiných ohledů si podobných zemí.

---

<sup>214</sup> Srov. Podzimková, G. (2006), Holý, J. (2008)

<sup>215</sup> Končelík, (2005) In Köpplová a Cebe (2006: 43)

## SUMMARY

Picture of the world, represented by the media may often coincide with how it is shown by a geography or by the actual state of reality. The aim of this study was to create maps of the world which will accurately represent distorted world order according to foreign news of selected journals. To meet this evidence I have chosen two most widely read dailies, Czech Mlada fronta Dnes and Slovak SME. I used the method of content analysis, as it provides a suitable instrument to achieve the desired results.

Theoretical part of this work deals with interpretation of relevant findings from media studies. I point to some global context, international news flow and particularly the work of Peter Berger and Thomas Luckmann to introduce constructivist nature of both social and media reality. Further, I am dealing with selective mechanisms for the production of reports, organizing the work of news organizations and their routines. Thereafter, I note the logic of media and methods of researching impact and effects of media messages. It also draws attention to the relationship to the actual contents mediated by the concept of news values and briefly note the presence of stereotypes. In the chapter on the globalization of news I focus on the unequal information flow between the so-called rich and poor world, ubiquitous fiber-knit world of News Agencies. The next chapter describes the regional context of media, analyses agency sources and point to the constitutional elements of the agency news.

Examination and data analysing processes are based on Westerstahl and Johansson's typology of news values such as the importance, proximity and drama. In this final stage, I compare the results both between the printed journal's and its countries and also on objective findings of the stated hypotheses.

. At the end I have created ten distorted maps to reflect the idea of the world order distorted by selected media's view.



## LITERATURA

ALLPORT, Gordon. *The Nature of Prejudice*. Cambridge : Addison-Wesley Publishing, 1954. 537 s.

ALTHEIDE , David L; SNOW, Robert P. *Media worlds in the postjournalism era*. New York : Aldine de Gruyter, 1991. 274 s. ISBN 0-202-30376-4.

AYISH, Muhammad I. *International Communication in the 1990s : Implications for the Third World*. *International Affairs*. 1992, 63, s. 487-510.

BAUMAN, Zygmunt. *Globalizace : Důsledky pro člověka*. Praha : Mladá fronta, 2000. 157 s. ISBN 80-204-0817-7.

BEAUDOIN, Christopher E; THORSON, Esther. *Value Representations in Foreign News*. *International Communication Gazette*. 2001, 63, s. 481-503.

BERELSON, Bernard. *Content analysis in communication research*. xeroxkopie. Glencoe : Free Press, 1952. 201 s. SYS NO 000172944

BERGER, Peter L; LUCKMANN, Thomas. *Sociální konstrukce reality : pojednání o sociologii vědění*. Brno : Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. 214 s. ISBN 80-85959-46-1.

BERKOWITZ, David. *TV News Sources and News Channels : A Study in Agenda Building*. *Journalism Quarterly*. 1987, 64, s. 508-513.

BERTRAND, Ina; HUGES, Peter. *Media Research Methods : Audiences, Institutions, Texts*. New York : Palgrave Macmillan, 2005. 286 s. ISBN 0-333-96095-5.

BILTEREYST, Daniël. *Qualitative Audience Research and Transnational Media Effects : A New Paradigm?*. *European Journal of Communication*. 1995, 10, s. 245-270.

BOORSTIN, Daniel Joseph. *The Image : a guide to pseudo-events in America*. New York : Vintage Books, 1992. 319 s. ISBN 0-679-74180-1.

BOYD-BARRETT, Terhi; RANTANEN, Oliver. *The Globalization of News*. London : Sage Publications, 1998. 230 s. ISBN 0-761-95387-6.

BROWN, Jane D, et al. *Invisible power : Newspaper, News sources and the Limits of Diversity*. *Journalism Quarterly*. 1987, 64, s. 45-54.

- BURTON, Graeme; JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Brno : Barrister & Principal, 2003. 391 s. ISBN 80-85-94767-6.
- ČÁBELOVÁ, Lenka; JIRÁK, Jan; KONČELÍK, Jakub. Praktický projekt Český rozhlas o České televizi : kvantitativní obsahová analýza zpravodajství Českého rozhlasu o tzv. vánoční krizi České televize na přelomu let 2000 a 2001. In REIFOVÁ, Irena, et al. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha : Karolinum, 2004. s. 147. ISBN 80-246-0827-8.
- ČAPEK, Richard. *Geografická katrografie*. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1992. 373 s. ISBN 80-04-25135-6.
- DEARING, James W; ROGERS, Everett M. *Agenda-Setting*. Thousand Oaks : Sage Publications, 1996. 138 s. ISBN 0761905634.
- DEFLEUR, Melvin; BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorie masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1996. 363 s. ISBN 8-0718-4420-9.
- DOBEK-OSTROWSKA, Boguslawa; GLOWACKI, Michal. *Comparing Media Systems in Central Europe : Between Commercialization and Politicization*. Wroclaw : Wydawnictwo Uniwersytetu Wroclawskiego, 2008. 244 s.
- DEUTSCH, Karl W. *Nationalism and social communication : an inquiry into the foundations of nationality*. Massachusetts : MIT Press, 1966. 345 s. ISBN 0-262-54001-0.
- ENTMAN, Robert M. Framing : toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*. 1993, 43(4), s. 51-58. Dostupný také z WWW: <<http://web.viu.ca/smolashn/images/framing.pdf>>.
- FISKE, John. *Television culture*. London : Routledge, 1987. 353 s. ISBN 0-415-03934-7.
- FUKUYAMA, Francis. *Konec dějin a poslední člověk*. Praha : Rybka Publishers, 2002. 379 s. ISBN 80-86182-27-4.
- FUNKHOUSER, Ray G. The issue of the sixties : An exploratory study in the dynamics of public opinion. *Public Opinion Quarterly*. 1973, 37(1), s. 62-75.
- GALTUNG, Johan. Foreign Policy Opinion as a Function of Social Position. *Journal of Peace Research*. 1964, 1, s. 206-230.
- GALTUNG, Johan. A Structural Theory of Imperialism. *Journal of Peace Research*. 1971, 2, s. 81-117. Dostupný také z WWW: <<http://faculty.washington.edu/pnhoward/teaching/IPEofIS/galtung.pdf>>.

GALTUNG, Johan ; RUGE, Mari Holmboe. The Structure of Foreign News : The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*. 1965, 2, s. 64-90.

GANS, Herbert. *Deciding what's news : a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. New York : Pantheon, 1979. 393 s. ISBN 0394503597.

GERBNER, George; MARVANAYI, George. The Many Worlds of the World's Press. *Journal of Communication*. 1977, 27, s. 52-66.

GITLIN, Todd. *The whole world is watching : mass media in the making & unmaking of the new left*. Berkeley : University of California Press, 2003. 327 s. ISBN 0520239326.

GOFFMAN, Erving. *Frame analysis : an essay on the organization of experience*. Boston : Northeastern University Press, 1986. 586 s. ISBN 9780930350918.

HALLIN, Daniel C; MANCINI, Paolo. *Systémy médií v postmoderním světě : tři modely médií a politiky*. Praha : Portál, 2008. 367 s. ISBN 978-80-7367-377-2.

HANSEN, Anders, et al. *Mass Communication Research Methods*. New York : Palgrave, 1998. 320 s. ISBN 0-333-61709-6.

HARCUP , Tony ; O'NEILL, Deirdre. What Is News? : Galtung and Ruge revisited . *Journalism Studies*. 2001, 2, s. 261-280.

HARTLEY, John. *Understanding News*. London : Routledge, 1982. 203 s. ISBN 0-415-03933-9.

HOLÝ, Jakub. *Anamorfovaná mapa světa podle Lidových novin v roce 1927 : obsahová analýza zahraničního zpravodajství a prezentace sesbíraných údajů příslušným deformováním mapy světa*. Praha, 2008. 72 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova.

HRADISKÁ, Elena et al. Změny novinářské profese na Slovensku a příprava novinářů : Uplatnění absolventů Katedry žurnalistiky FiF UK v souvislosti se změnami novinářské profese po roce 1989. Bratislava: Slovenský rozhlas. 2002.

CHANG, Tsan-Kuo. All Countries Not Created Equal to Be News : World System and International Communication. *Communication Research*. 1998, 25, s. 528-563.

CHANG, Tsan-Kuo; SHOEMAKER,, Pamela J; BREDLINGER, Nancy. Determinants of international news coverage in the U.S. media. *Communication Research*. 1987, 14, s. 408-411.

CHANG, Tsan-Kuo; LAU, Tuen-yu; XIAOMING, Hao. From the United States with News and More : International Flow, Television Coverage and the World System. *International Communication Gazette*. 2000, 62, s. 505-522.

JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha : Portál, 2009. 416 s. ISBN 978-80-7367-466-3.

JOHANSSON, Folke; WESTERSTÅHL, Jörgen. Foreign News : News Values and Ideologies. *European Journal of Communication*. 1994, 9, s. 71-89. ISSN  
DOI:10.1177/0267323194009001004

KATZ, James E; RICE, Ronald E. *Social consequences of Internet use : access, involvement, and interaction*. Berkley : MIT Press, 2002. 460 s. ISBN 0-262-11269-8.

KLAPPER, Joseph T. *The effects of Mass Communication*. New York : Free Press, 1966. 302 s. 4240706392.

JOCHEN, Peter. Country Characteristics as Contingent Conditions of Agenda Setting : The Moderating Influence of Polarized Elite Opinion. *Communication Research*. 2003, 30, s. 683-712.

KONČELÍK, Jakub. Mapování zahraničního zpravodajství: mapa světa očima Rudého práva let 1967-1969 a Mladé fronty DNES v roce 2005. In KÖPPLOVÁ, Barbara; CEBE, Jan. *Postavení médií v České společnosti a v Evropské unii*. Praha : Matfyzpress, 2006. s. 33-49. ISBN 80-86732-98-3.

KONČELÍK, Jakub; TRAMPOTA, Tomáš. *Rudé právo v kontextu reforem konce 60. let : metodické poznámky ke kvantitativní analýze*. Praha : UK FSV, 2006. 25 s. Pražské sociálně vědní studie. Mediální řada, MED-008. ISSN 1801-5999.

KRIPPENDORFF, Klaus. *Content analysis : an introduction to its methodology*. Thousand Oaks : Sage, 2004. 413 s. ISBN 0-761-91545-1

KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1995. 307 s. ISBN 80-7184-134-X.

LARSON, James F. *Television : international affairs coverage on the U.S. networks*. 2. vydání. Norwood : Ablex Publishing Corporation, 1987. 195 s. ISBN 0-893-9114-9.

LASSWELL, Harold D. *Propaganda Technique in World War I*. London : The M.I.T. Press, 1971. 233 s.

LAZARSELD, Paul Felix; BERELSON, Bernard; GAUDET, Hazel. *The People's choice : how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York : Columbia University Press, 1965. 178 s. ISBN 0-231-03158-0.

LEWIN, Kurt. Frontiers in group dynamics II : Channels of group life; social planning and action research. *Human Relations*. 1947, 1, s. 143-153.

LIPPMANN, Walter. *Public Opinion* [online]. New York : Simon & Schuster, 1997 [cit. 2010-05-5]. Dostupné z WWW :  
<<http://xroads.virginia.edu/~HYPER/Lippman/contents.html>>.

LOWERY, Sharon A; DEFLEUR, Melvin . *Milestones in mass communication research : media effects*. 3. vydání. London : Longman, 2003. 415 s. ISBN 7-300-04631-2.

LUHMANN, Niklas. *The reality of mass media*. Stanford : Stanford University Press, 2000. 154 s. ISBN 0-8047-4077-1.

NORRIS, Pippa. *Digital divide : civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. New York : Cambridge University Press, 2001. 303 s. ISBN 0-521-00223-0.

MCCOMBS, Maxwell. *Agenda setting : nastolování agendy - masová média a veřejné mínění*. Praha : Portál, 2009. 256 s. ISBN 978-80-7367-591-2.

MCCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald L. The agenda setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*. 1972, 36, s. 176-185.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 2009. 639 s. ISBN 978-80-7367-574-5.

MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím : extenze člověka*. Praha : Odeon, 1991. 348 s. ISBN 80-207-0296-2.

MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Praha : Portál, 2004. 184 s. ISBN 80-7178-840-6.

MERTON, Robert K. *Studie ze sociologické teorie*. Praha : Sociologické nakladatelství, 2000. 285 s. ISBN 80-85850-92-3.

MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marilyn. News as Purposive Behavior : On the Strategic Use of Routine Events, Accidents and Scandals. In BERKOWITZ, David. *Social Meanings of the News : A text-reader*. London : Sage, 1997. s. 193-209. ISBN 0-7619-0075-4.

OSVALDOVÁ, Barbora; HALADA, Jan. et al. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha : Libri, 2007. 240 s. ISBN 9788072772667.

- ÖSTGAARD, Einar. Factors influencing the flow of news. *Journal of Peace Research*. 1965, 2, s. 39-63.
- PODZIMKOVÁ, Gabriela. *Anamorfovaná mapa virtuálního světa českých deníků : Obsahová analýza zahraničního zpravodajství Mladé fronty DNES a Blesku v roce 2005*. Praha, 2006. 49 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova.
- RAMONET, Ignacio. *Tyranie médií*. Praha : Mladá fronta, 2003. 232 s. ISBN 80-204-1037-6.
- REIFOVÁ, Irena, et al. *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004. 327 s. ISBN 80-7178-926-7.
- RICHTER, Jaroslav, ed. *ČTK včera, dnes a zítra*. Praha : Česká tisková kancelář, 1998. 43 s. 3-2189-8157-2.
- ROGERS, Everett M. *AIDS in the 1980s : the agenda-setting process for a public issue* . Columbia : AEJMC, 1991. 47 s. ISBN 0-0032-253-5.
- SCHERER, HELMUT. *Úvod do metody obsahové analýzy*. In SCHULZ, Winfried, et al. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha : Karolinum, 2004. s. 29-50. ISBN 80-246-0827-8.
- SCHULZ, Winfried. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha : Karolinum, 1998. 134 s. ISBN 80-7184-548-5.
- SCHULZ, Winfried. *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien*. Freiburg : Karl Alber, 1976. 140 s. ISBN 978-3495473313
- SHOEMAKER, Pamela. *Gatekeeping*. Thousand Oaks : Sage Publications, 1991. 88 s. ISBN 0-803-94437-3.
- SHOEMAKER, Pamela; REESE, Stephen D. *Mediating the message : theories of influences on mass media content*. 2. vydání. New York : Longman, 1991. 313 s. ISBN 0-8013-1251-5.
- SIEBERT, Fredrick S.; PETERSON, Theodore; SCHRAMM, Wilbur. *Four theories of the press : the authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do*. Urbana : University of Illinois Press, 1963. 153 s. ISBN 0-252-72421-6.
- SIMPSON, George E; YINGER, John M. *Racial and cultural minorities : an analysis of prejudice and discrimination*. 4. vydání. University of Michigan : Harper & Row, 1972. 775 s. ISBN 0306417774.

- SCHRAMM, Wilbur L. *One Day in the World's Press : Fourteen Great Newspapers on a Day of Crisis*. Stanford : Stanford University Press, 1959. 138 s.
- SCHUDSON, Michael. *The power of news*. Cambridge : Harvard University Press, 1995. 269 s. ISBN 0-674-69586-0.
- STEJSKAL, Jan. *Zprávy z českého století : tiskové agentury a česká společnost 1848 - 1948*. Praha : TRITON, 2008. 439 s. ISBN 978-80-7387-170-3.
- TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha : Portál, 2006. 191 s. ISBN 80-7367-096-8.
- TRAMPOTA, Tomáš; KŘEČEK, Jan; NEČAS, Vlastimil. *Média a moc*. Praha : FSV UK, 2006. 36 s. Pražské sociálně vědní studie. Mediální řada, MED-001. ISSN 1801-5999.
- TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Tiskové agentury*. Praha : Karolinum, 1997. 109 s. ISBN 80-7184-459-4.
- TUCHMAN, Gaye. *Making news : a study in the construction of reality*. New York, London : Free Press, 1978. 244 s. ISBN 0-02-932960-4.
- TUNSTALL, Jeremy. *Journalists at work : specialist correspondents: their news organizations*. London : Constable, 1971. 304 s.
- TUNSTALL, Jeremy. *The media were American : U.S. mass media in decline*. New York : Oxford University Press, 2008. 465 s. 0-00-55647-3.
- VIRILIO, Paul. *Information Bomb* [online]. London : Verso, 2005 [cit. 2010-05-15]. Dostupné z WWW: <[http://people.ischool.berkeley.edu/~ryanshaw/nmwg/Virilio\\_Information\\_Bomb.pdf](http://people.ischool.berkeley.edu/~ryanshaw/nmwg/Virilio_Information_Bomb.pdf)>.
- WANTA, Wayne. *The Public and the national agenda : how people learn about important issues*. London : Routledge, 1997. 122 s. ISBN 0-805-82461-8.
- WALLERSTEIN, Immanuel . *The Modern World-System : Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century*. New York : Academic Press, 1976. 410 s. ISBN 0-127-85919-5.
- WHITE, David M. The : A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*. 1950, 27, s. 383-390.
- WU, Hoaming D. Homogeneity around the world : Comparing the Systemic Determinants of International News Flow between Developed and Developing Countries. *International Communication Gazette*. 2003, 65, s. 9-24.

WU, Haoming D. Investigating the Determinants of International News Flow : A Meta-Analysis. *International Communication Gazette*. 1998, 60, s. 493-512.

ZSCHUNKE, Peter. *Agenturjournalismus : Nachrichtenschreiben im Sekundentakt*.

München : Ölschläger, 1994. 272 s. 0-003-2252-0.

## INTERNETOVÉ ZDROJE

BENSINGER, Greg. Print Newspapers to Survive a Decade, Sun-Times' Tyree Says. *Bloomberg.com* [online]. 2010-04\_06 , Last Updated: 2010-04-06, [cit. 2010-04-12].

Dostupný z WWW :

<<http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=newsarchive&sid=anrSUZ64hDbk>>.

*Central Intelligence Agency : The World Factbook* [online]. 2009, 23. 4. 2010 [cit. 2010-04-14]. *Www.cia.gov*. Dostupné z WWW : <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>>.

*Český statistický úřad : Náboženské vyznání obyvatelstva České republiky* [online]. 2010 [cit. 2010-05-13]. *Czso.cz*. Dostupné z WWW :

<[http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/nabozenske\\_vyznani\\_obyvatelstva\\_ceske\\_republiky\\_23\\_12\\_04](http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/nabozenske_vyznani_obyvatelstva_ceske_republiky_23_12_04)>.

Euroskop. *Věcně o Evropě : Přírodní katastrofy ve světě v roce 2009* [online]. Přírodní katastrofy ve světě v roce 2009. 8. 12. 2009 [cit. 2010-05-02]. *Euroskop.cz*. Dostupné z WWW : <<http://www.euroskop.cz/38/14773/clanek/prirodni-katastrofy-ve-svete-v-roce-2009/>>.

GOLDFARB , Michael. *Medecins sans frontiers - Lékaři bez hranic : Top 10 humanitárních krizí 2009* [online]. 6. leden 2010 [cit. 2010-05-16]. *Lekari-bez-hranic.cz*. Dostupné z WWW : <[http://www.lekari-bez-hranic.cz/cz/aktuality/2010/top\\_10/press\\_release.php](http://www.lekari-bez-hranic.cz/cz/aktuality/2010/top_10/press_release.php)>.

*Icasualties.org : Iraq coalition casualty count* [online]. 2009 [cit. 2010-05-07].

*Icasualties.org*. Dostupné z WWW : <<http://www.icasualties.org/oef/>>.

*Institut for International Conflict Research : Conflict Barometer 2009* [online]. 2010 [cit. 2010-05-16]. *Hiik.de*. Dostupné z WWW :

<[http://hiik.de/en/konfliktbarometer/pdf/ConflictBarometer\\_2009.pdf](http://hiik.de/en/konfliktbarometer/pdf/ConflictBarometer_2009.pdf)>. ISSN 1616-931X.



*International Monetary Fund* [online]. c2010 [cit. 2010-04-13]. Www.imf.org. Dostupné z WWW : <<http://www.imf.org/external/datamapper/index.php>>.

KONEČNÝ, Milan, et al. *Kartografie a geoinformatika : multimediální učebnice* [online]. 2006 [cit. 2010-05-09]. Dostupné z WWW: <[www.geogr.muni.cz/ucebnice/kartografie](http://www.geogr.muni.cz/ucebnice/kartografie)>.

*LIBRARY PRESSDISPLAY : Your Library's Eye On The World* [online]. c2003-2010 [cit. 2010-04-26]. Library.PressDisplay.com. Dostupné z WWW : <<http://library.pressdisplay.com>>.

*Mediafax.cz : události 2010* [online]. 2010 [cit. 2010-05-05]. Mediafax.cz. Dostupné z WWW: <<http://www.mediafax.cz/utills/O-nas.html?2559398>>.

*MEDIAN : Výzkum trhu, médií a veřejného mínění & vývoj software* [online]. 2010 [cit. 2010-05-05]. Median.cz. Dostupné z WWW: <[http://www.median.cz/docs/MP\\_2009\\_zprava.pdf](http://www.median.cz/docs/MP_2009_zprava.pdf)>.

Mediální skupina MAFRA a vydavatelství Petit Press se spojují. Internetové stránky společnosti MAFRA [online]. 16. března 2009, poslední aktualizace 2009-04-16, [cit. 2010-04-15]. Dostupný z WWW : <[http://www.mafra.cz/cs/mafra-tiskove-zpravy.asp?c=A090316\\_104158\\_mafra-tiskove-zpravy\\_kbt](http://www.mafra.cz/cs/mafra-tiskove-zpravy.asp?c=A090316_104158_mafra-tiskove-zpravy_kbt)>.

*Mediální skupina mafra* [online]. c2009 [cit. 2010-04-16]. Www.mafra.cz. Dostupné z WWW: <<http://www.mafra.cz/cs/>>.

*Naa.org : Advertising Expenditures* [online]. 2010, March 2010 [cit. 2010-04-26]. Newspaper Association of America. Dostupné z WWW : <<http://www.naa.org/TrendsandNumbers/Advertising-Expenditures.aspx>>.

*Petit Press* [online]. c2009 [cit. 2010-04-16]. Www.petitpress.sk. Dostupné z WWW: <<http://www.petitpress.sk/produkty-a-sluzby/sme>>.

SASI research group. *Worldmapper - The world as you've never seen before : Military Spending 2002* [online]. c2006 [cit. 2010-05-05]. Worldmapper.org. Dostupné z WWW : <[http://www.worldmapper.org/posters/worldmapper\\_map279\\_ver5.pdf](http://www.worldmapper.org/posters/worldmapper_map279_ver5.pdf)>.

SIMILE Project. *HIK Conflict Barometer 2009* [online]. 2009 [cit. 2010-05-08]. Hiik.de. Dostupné z WWW : <[http://hiik.de/exhibit\\_09/](http://hiik.de/exhibit_09/)>.

*SITA : Slovenská Tlačová Agentúra a. s.* [online]. 2010 [cit. 2010-05-05]. Sita.sk. Dostupné z WWW: <<http://www.sita.sk/sk/sita/pro/content.php>>.

*Visegrad Group : Basic Facts about Slovakia* [online]. 2010 [cit. 2010-05-05].

Visegradgroup.eu. Dostupné z WWW :

<<http://www.visegradgroup.eu/main.php?folderID=948>>.

## **PRAMENY**

MLADÁ FRONTA DNES. Praha : MAFRA, 2009. ROČNÍK XX.

SME. Bratislava : Petit Press, 2009. ROČNÍK XVII.

## SEZNAM TABULEK, MAP A GRAFŮ

Tabulka č. 1 Přehled šestnácti nejčastěji se vyskytujících států ve zpravodajství MFD a SME

Tabulka č. 2 Přehled států, které se ve zpravodajství MFD a SME vyskytly pouze jednou

Tabulka č. 3 Přehled šestnácti států, které ve zpravodajství v r. 2009 dostaly největší plochu

Tabulka č. 4 Přehled šestnácti států, které ve zpravodajství v r. 2009 dostaly nejmenší plochu

Tabulka č. 5 Náklady na zbrojení v roce 2002

Tabulka č. 6 Pořadí sousedních zemí

Tabulka č. 7 Obchodní partneři ČR a SR

Tabulka č. 8 Země postižené válkou či vážnou krizí (podle četnosti výskytu)

Tabulka č. 9 Země postižené válkou či vážnou krizí (podle plochy)

Tabulka č. 10 Přehled největších přírodních neštěstí a katastrof v roce 2009

Tabulka č. 11 Výskyt zahraničních článků o Itálii v roce 2009

Tabulka č. 12 Zpravodajské zdroje podle četnosti výskytu

Tabulka č. 13 Zpravodajské zdroje podle plochy

Tabulka č. 14 Rozložení zdrojů MFD

Tabulka č. 15 Rozložení zdrojů SME

Tabulka č. 16 Zahraniční zprávy na titulních stranách

Tabulka č. 17 Rozložení zpráv sešitu A (MFD)

Tabulka č. 18 Rozložení zpráv v sešitu A (SME)

Tabulka č. 19 Procentní rozložení zpráv v prvních sešitech MFD a SME

Tabulka č. 20 Obrazové zpravodajství

Tabulka č. 21 „Neviditelné“ země

Mapa č. 1 Země světa podle růstu Hrubého domácího produktu v roce 2009

Mapa č. 2 Země světa podle počtu obyvatel

Mapa č. 3 Státy světa podle výdajů na zbrojení v roce 2002

Mapa č. 4 Rozložení imigrantů v jednotlivých zemích

Mapa č. 5 Války a místa vážných krizí v roce 2009

Mapa č. 6 Místa nepokojů, konfliktů, krizí a válek

Graf č. 1 Rozložení zdrojů MFD a SME

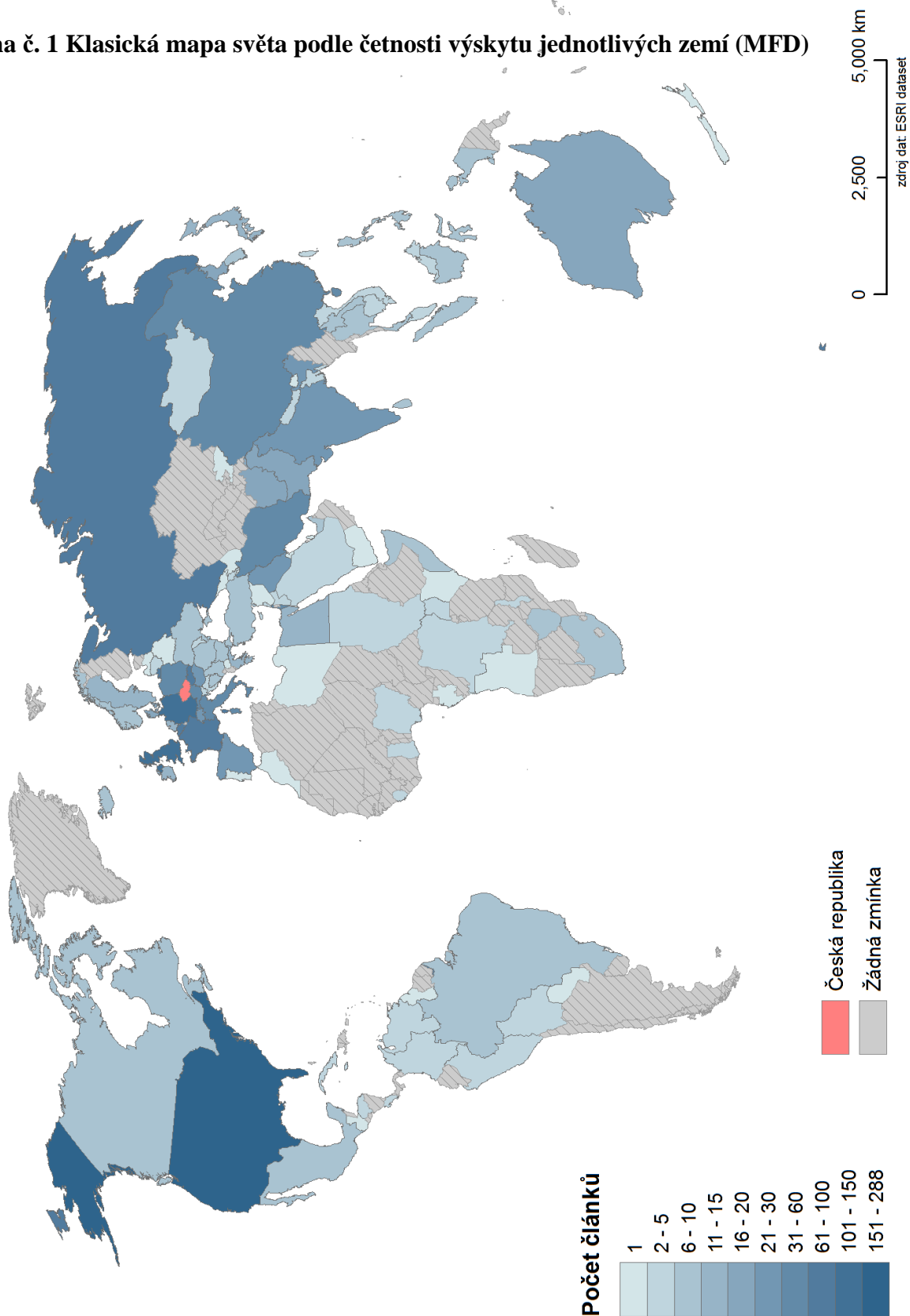
## **SEZNAM PŘÍLOH**

- Příloha č. 1 Klasická mapa světa podle četnosti výskytu jednotlivých zemí (MFD)**
- Příloha č. 2 Klasická mapa světa podle četnosti výskytu jednotlivých zemí (SME)**
- Příloha č. 3 Anamorfovaná mapa světa podle četnosti výskytu jednotlivých zemí (MFD)**
- Příloha č. 4 Anamorfovaná mapa světa podle četnosti výskytu jednotlivých zemí (SME)**
- Příloha č. 5 Klasická mapa světa podle celkové plochy jednotlivých zemí (MFD)**
- Příloha č. 6 Klasická mapa světa podle celkové plochy jednotlivých zemí (SME)**
- Příloha č. 7 Anamorfovaná mapa světa podle celkové plochy jednotlivých zemí (MFD)**
- Příloha č. 8 Anamorfovaná mapa světa podle celkové plochy jednotlivých zemí (SME)**
- Příloha č. 9 Klasická mapa světa podle množství grafických prvků (MFD)**
- Příloha č. 10 Klasická mapa světa podle množství grafických prvků (SME)**
- Příloha č. 11 Přehled všech zemí, které se vyskytly v roce 2009 v deníku MFD (A-K)**
- Příloha č. 12 Přehled všech zemí, které se vyskytly v roce 2009 v deníku MFD (L-Z)**
- Příloha č. 13 Přehled všech zemí, které se vyskytly v roce 2009 v deníku SME (A-K)**
- Příloha č. 14 Přehled všech zemí, které se vyskytly v roce 2009 v deníku SME (L-Z)**
- Příloha č.15 Seznam států z kódovací knihy**
- Příloha č.16 Kódovací kniha + kódovací arch**

# Přílohy

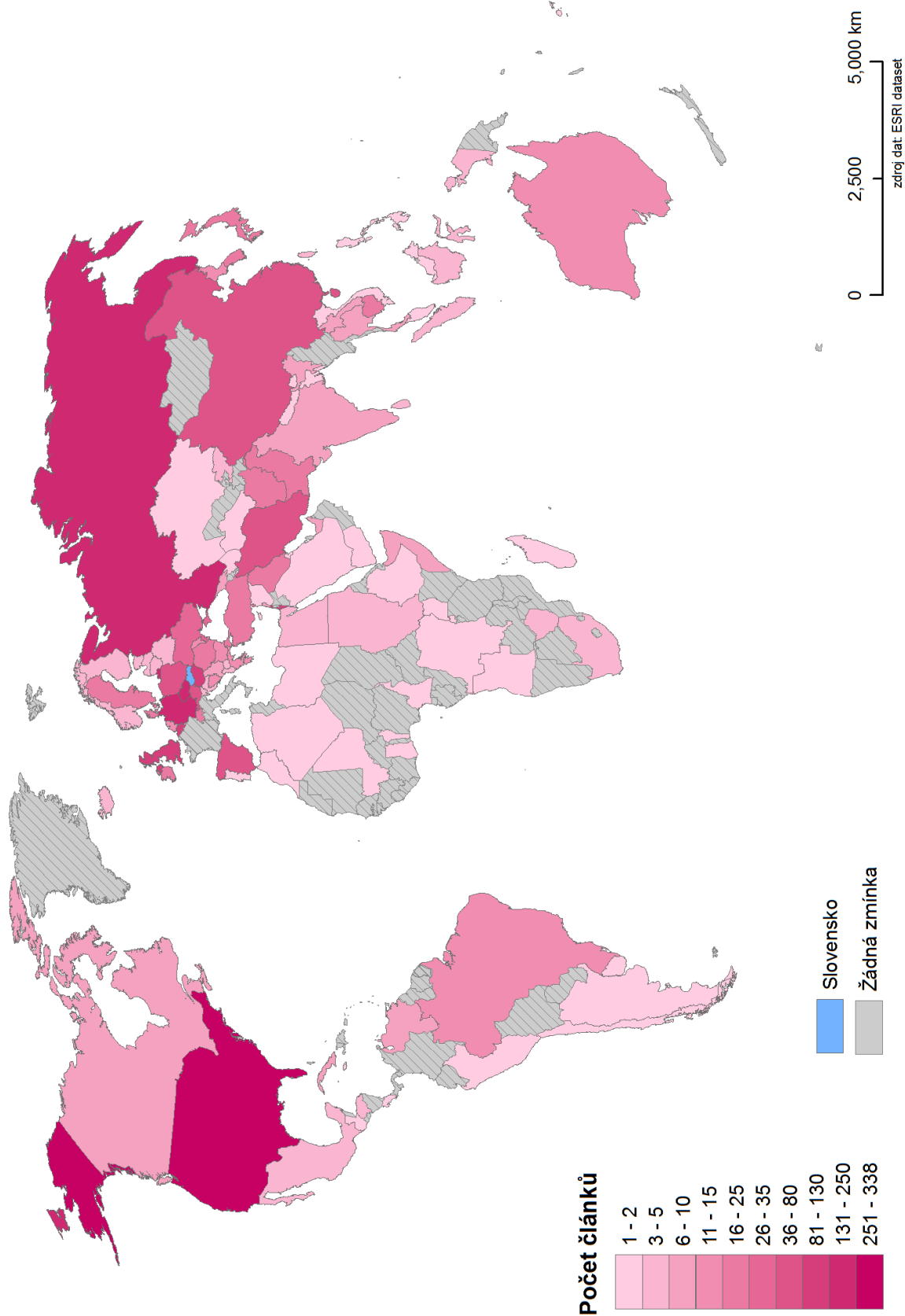
## POČET ČLÁNKŮ O ZEMÍCH SVĚTA V DENÍKU MFD V ROCE 2009

Příloha č. 1 Klasická mapa světa podle četnosti výskytu jednotlivých zemí (MFD)



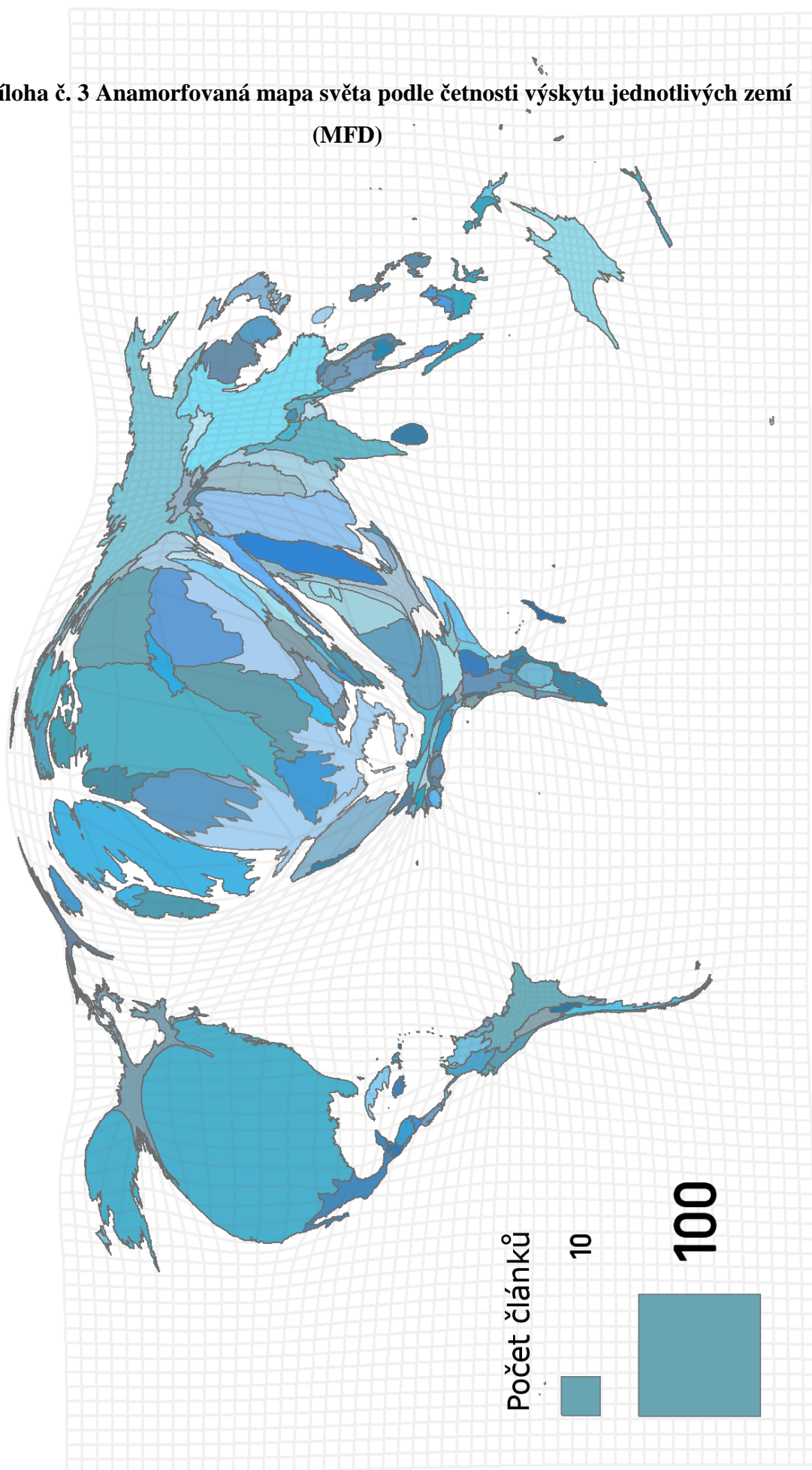
# POČET ČLÁNKŮ O ZEMÍCH SVĚTA V DENÍKU SME V ROCE 2009

Příloha č. 2 Klasická mapa světa podle četnosti výskytu jednotlivých zemí (SME)



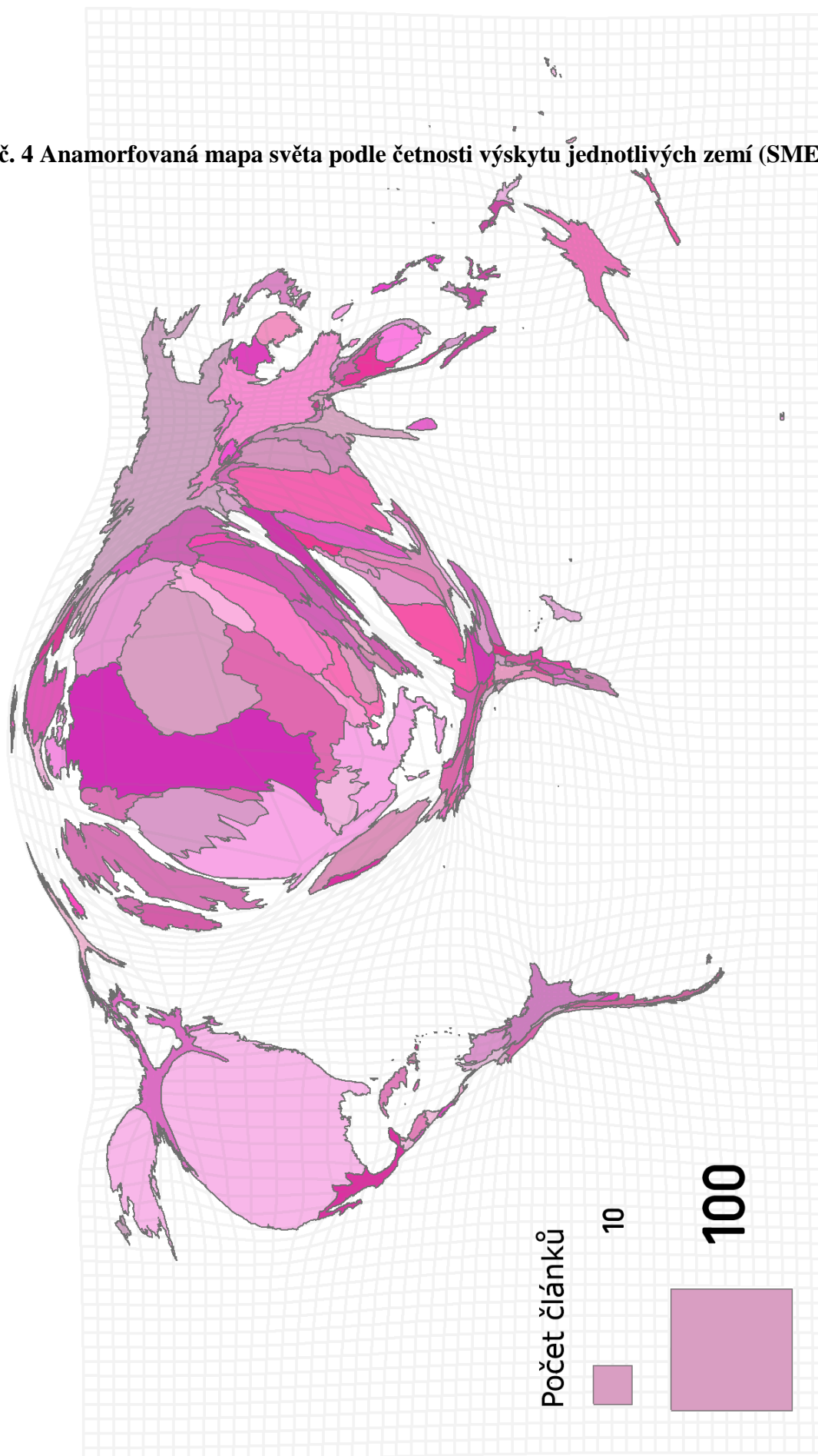
# POČET ČLÁNKŮ O ZEMÍCH SVĚTA V DENÍKU MFD V ROCE 2009

Příloha č. 3 Anamorfovaná mapa světa podle četnosti výskytu jednotlivých zemí (MFD)



POČET ČLÁNKŮ O ZEMÍCH SVĚTA V DENÍKU SME V ROCE 2009

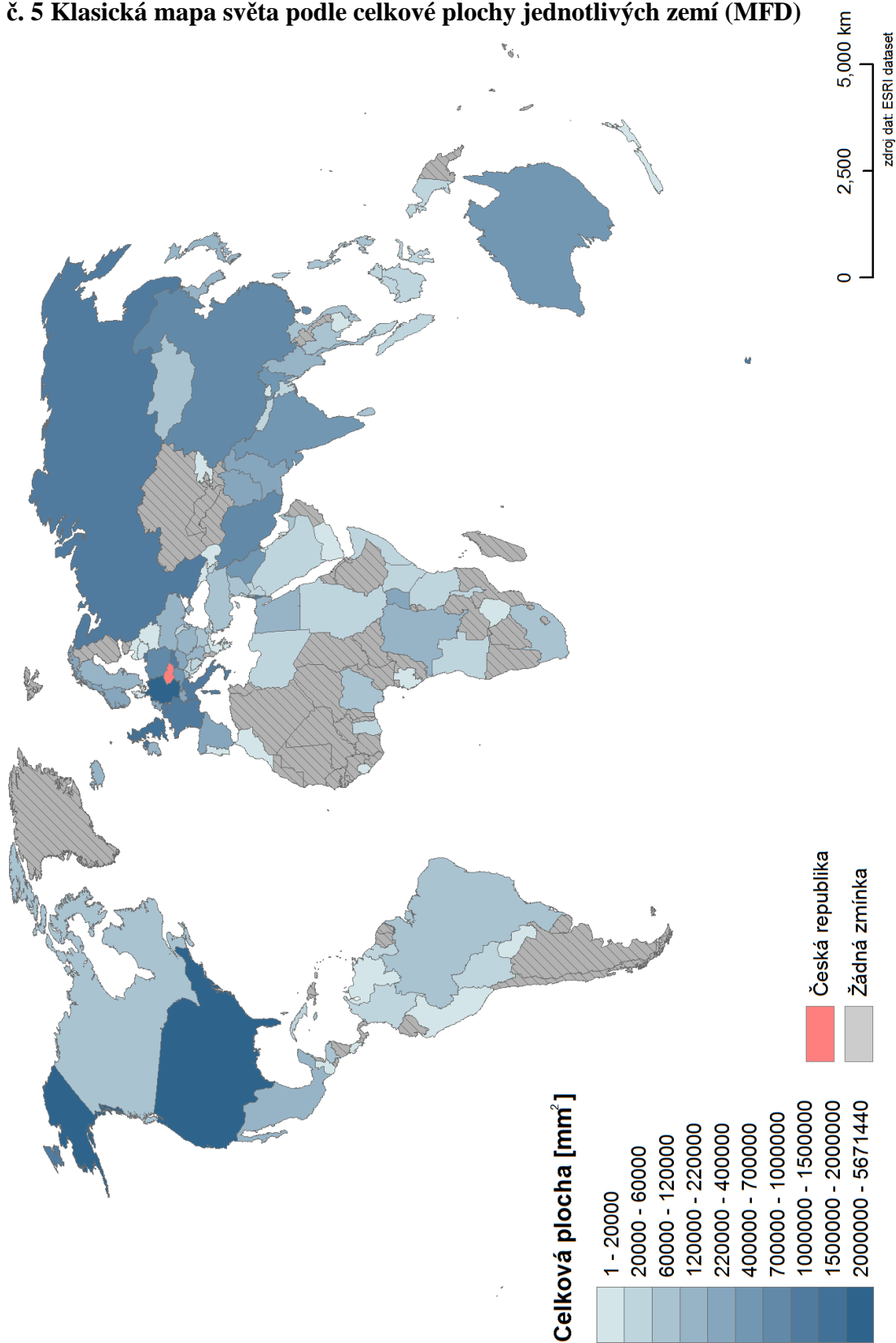
Příloha č. 4 Anamorfovaná mapa světa podle četnosti výskytu jednotlivých zemí (SME)



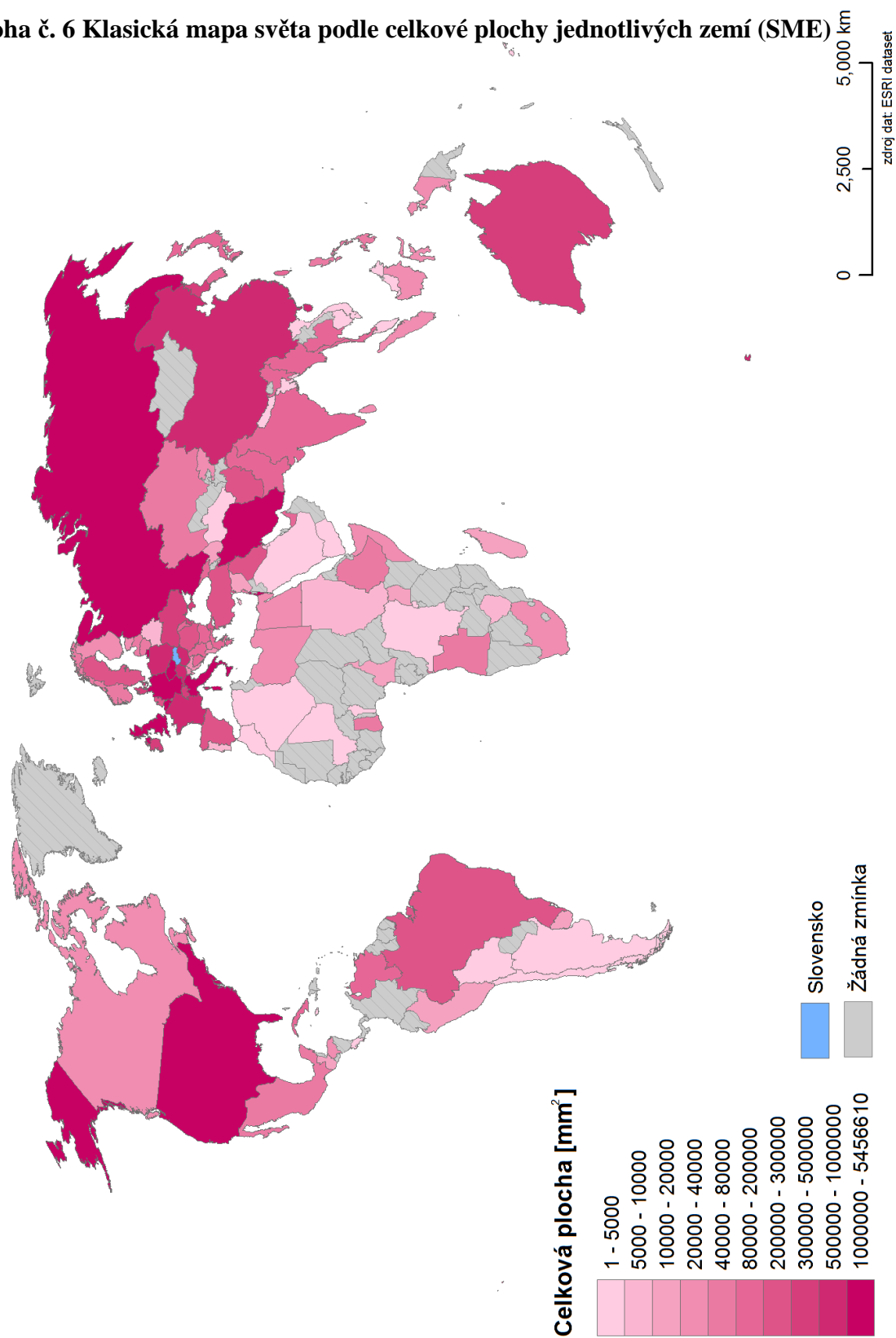


# PLOCHA ČLÁNKŮ O ZEMÍCH SVĚTA V DENÍKU MFD V ROCE 2009

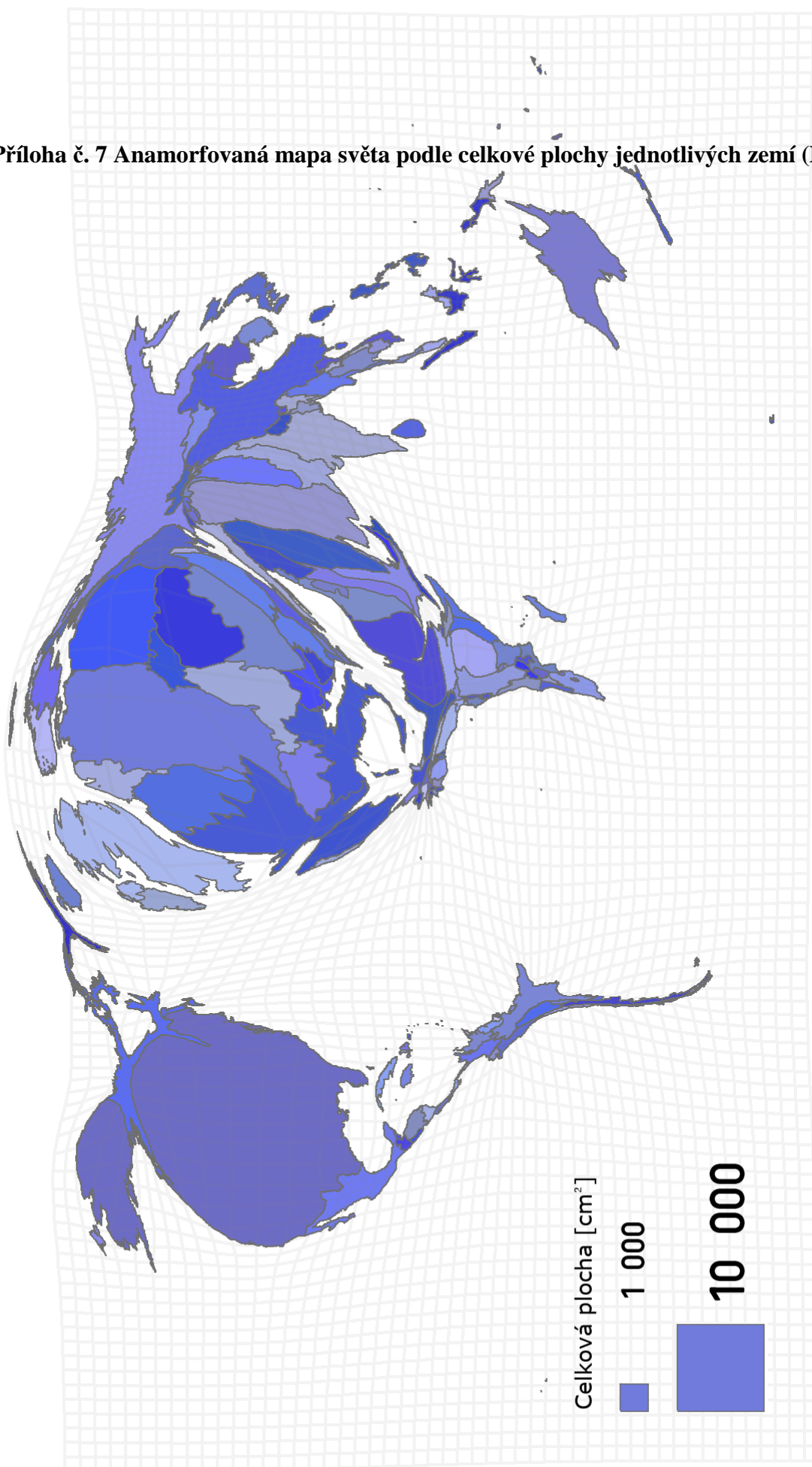
Příloha č. 5 Klasická mapa světa podle celkové plochy jednotlivých zemí (MFD)



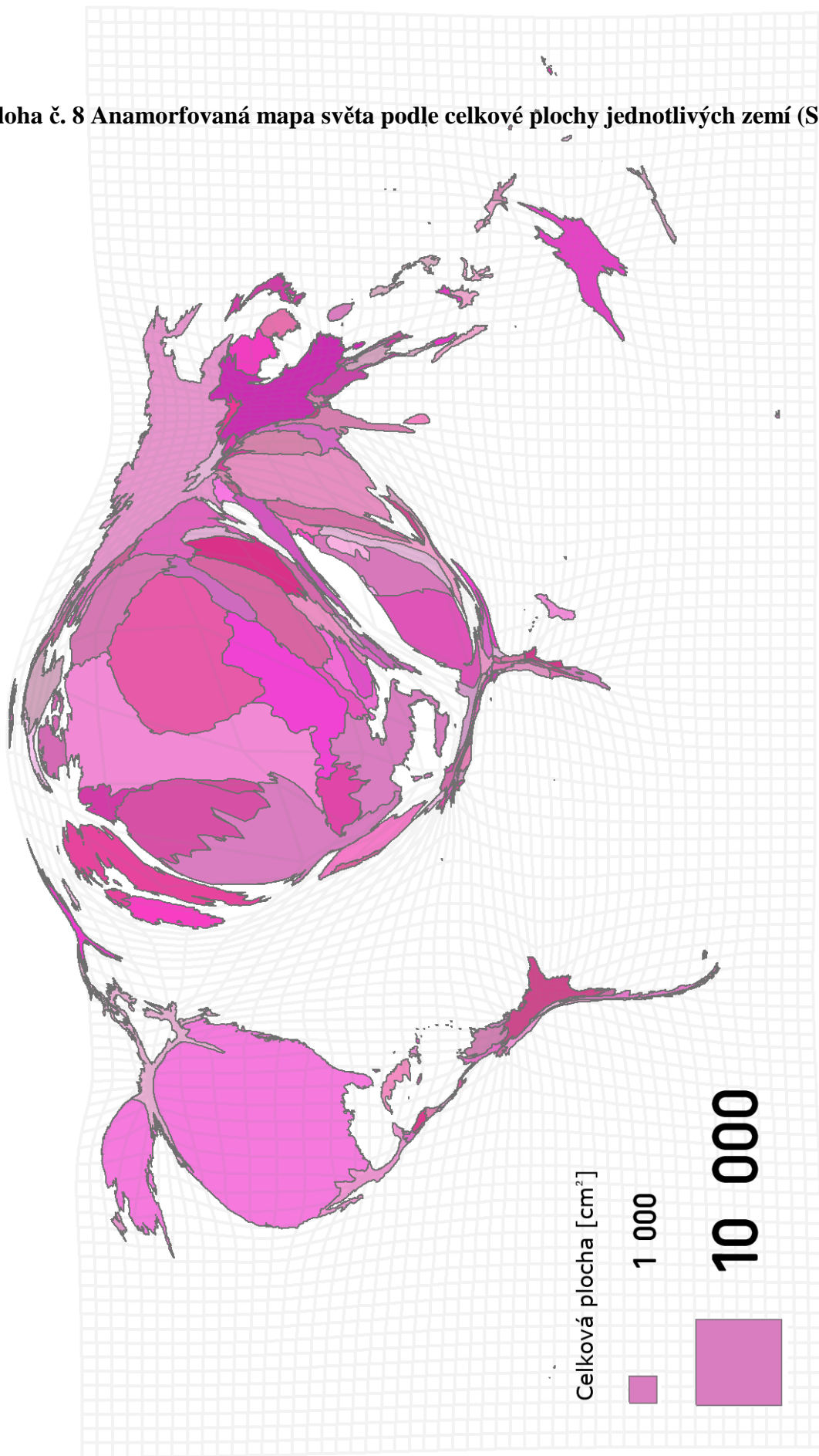
Příloha č. 6 Klasická mapa světa podle celkové plochy jednotlivých zemí (SME)



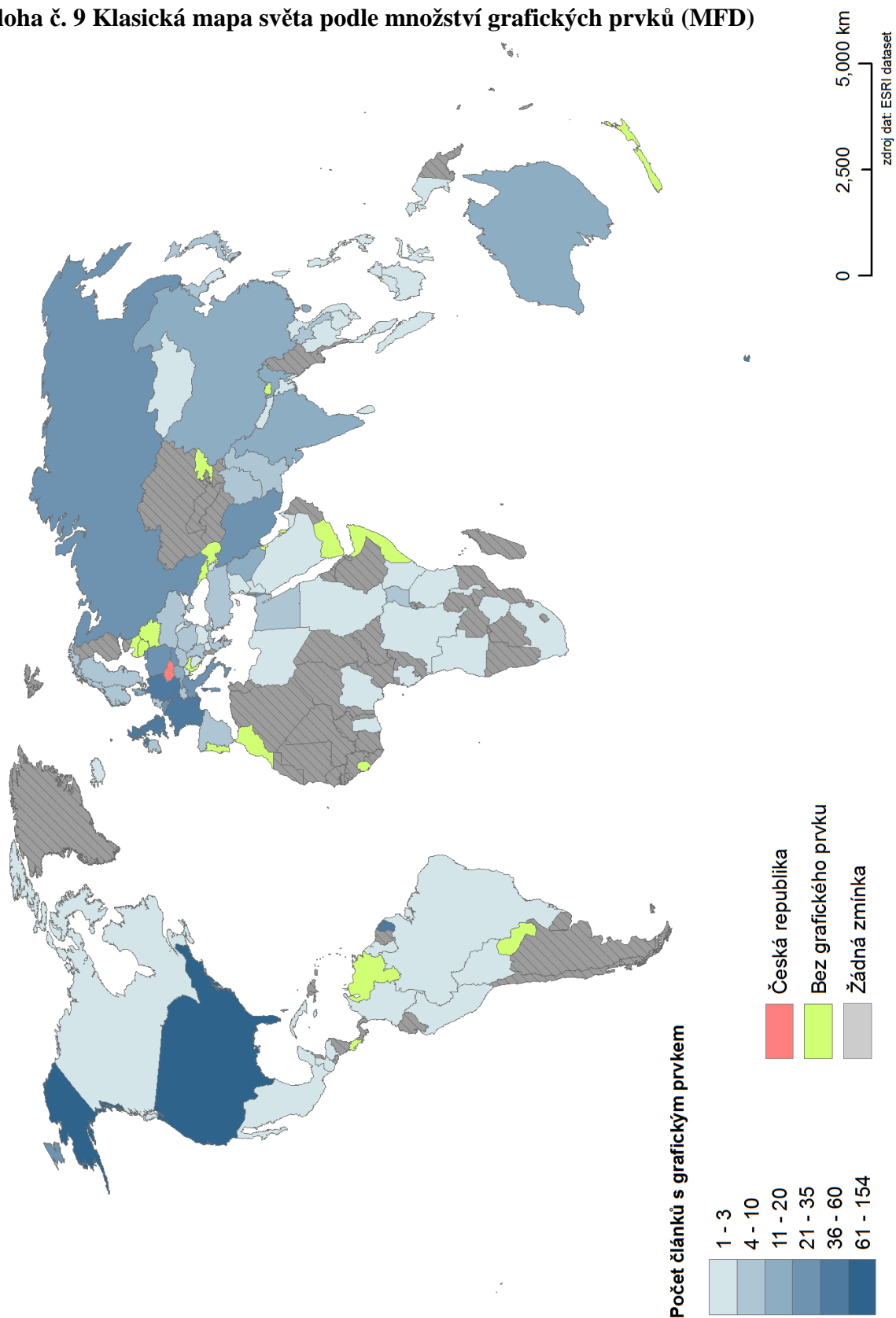
Příloha č. 7 Anamorfovaná mapa světa podle celkové plochy jednotlivých zemí (MFD)



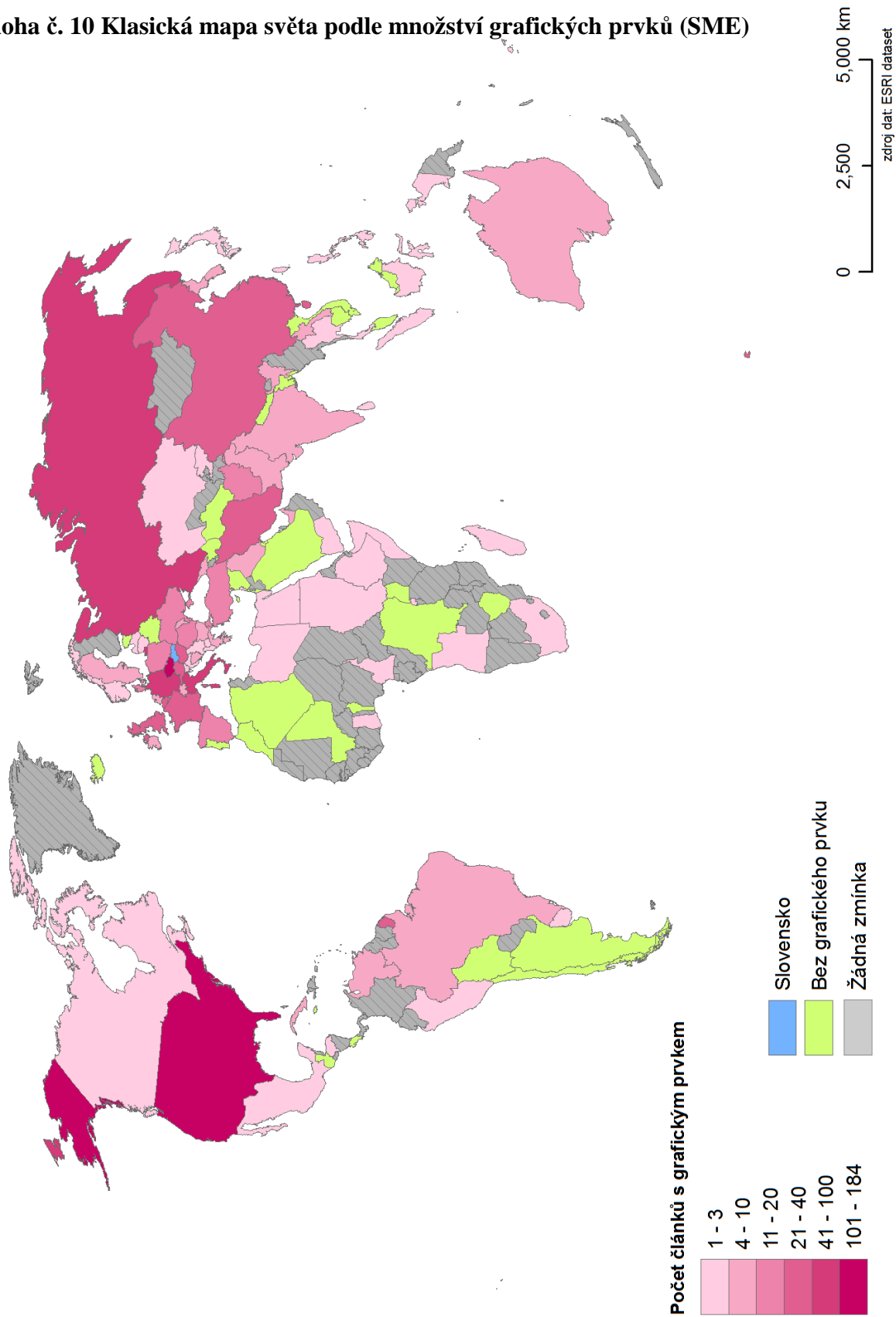
Příloha č. 8 Anamorfovaná mapa světa podle celkové plochy jednotlivých zemí (SME)



Příloha č. 9 Klasická mapa světa podle množství grafických prvků (MFD)



Příloha č. 10 Klasická mapa světa podle množství grafických prvků (SME)



**Příloha č. 11 Přehled všech zemí, které se vyskytly v roce 2009 v deníku MFD (A-K)**

MFD 2009											
Název země	Absolutní četnost	Relativní četnost v %	Celková plocha v mm <sup>2</sup>	Relativní plocha v %	Průměrná plocha v mm <sup>2</sup>	Průměrná plocha v %	Pouze text	Pouze text v %	Text s grafikou	Text s grafikou v %	Text + grafika celkem
Afghanistan	19	1,1	293173	1,0	15430	0,8	12	1,3	7	0,9	19
Angola	1	0,1	24904	0,1	24904	1,3	0	0,0	1	0,1	1
Arménie	2	0,1	46164	0,2	23082	1,2	0	0,0	2	0,3	2
Austrálie	20	1,2	566466	1,9	28323	1,5	6	0,6	14	1,8	20
Azerbájdžán	1	0,1	2790	0,0	2790	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Bangladéš	3	0,2	39000	0,1	13000	0,7	2	0,2	1	0,1	3
Barma	6	0,4	122619	0,4	20437	1,1	2	0,2	4	0,5	6
Belgie	70	4,1	1272665	4,2	18181	1,0	37	3,9	33	4,3	70
Bělorusko	1	0,1	5980	0,0	5980	0,3	1	0,1	0	0,0	1
Bhútán	1	0,1	2925	0,0	2925	0,2	1	0,1	0	0,0	1
Bolívie	3	0,2	55616	0,2	18539	1,0	1	0,1	2	0,3	3
Bosna a H.	6	0,4	46941	0,2	7824	0,4	4	0,4	2	0,3	6
Brazílie	10	0,6	91271	0,3	9127	0,5	8	0,9	2	0,3	10
Brunej	1	0,1	2070	0,0	2070	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Bulharsko	7	0,4	83100	0,3	11871	0,6	6	0,6	1	0,1	7
Celkem	1706	100,0	30164529	100,0	1887789	100,0	937	100,0	769	100,0	1706
Čína	56	3,3	802137	2,7	14324	0,8	36	3,8	20	2,6	56
Dánsko	17	1,0	524533	1,7	30855	1,6	4	0,4	13	1,7	17
Egypt	13	0,8	195087	0,6	15007	0,8	8	0,9	5	0,7	13
Filipíny	8	0,5	108170	0,4	13521	0,7	6	0,6	2	0,3	8
Francie	86	5,0	1461677	4,8	16996	0,9	47	5,0	39	5,1	86
Gabon	1	0,1	16240	0,1	16240	0,9	0	0,0	1	0,1	1
Ghana	2	0,1	50496	0,2	25248	1,3	0	0,0	2	0,3	2
Gruzie	1	0,1	2115	0,0	2115	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Guatemala	1	0,1	15680	0,1	15680	0,8	0	0,0	1	0,1	1
Guayana	1	0,1	34770	0,1	34770	1,8	0	0,0	1	0,1	1
Holandsko	14	0,8	313925	1,0	22423	1,2	6	0,6	8	1,0	14
Honduras	3	0,2	76250	0,3	25417	1,3	1	0,1	2	0,3	3
Chorvatsko	5	0,3	23354	0,1	4671	0,2	5	0,5	0	0,0	5
Indie	23	1,3	519398	1,7	22583	1,2	12	1,3	11	1,4	23
Indonésie	9	0,5	55743	0,2	6194	0,3	6	0,6	3	0,4	9
Irák	28	1,6	505009	1,7	18036	1,0	17	1,8	11	1,4	28
Írán	52	3,0	902922	3,0	17364	0,9	27	2,9	25	3,3	52
Irsko	14	0,8	140483	0,5	10035	0,5	10	1,1	4	0,5	14
Island	6	0,4	160295	0,5	26716	1,4	4	0,4	2	0,3	6
Itálie	59	3,5	1208706	4,0	20487	1,1	26	2,8	33	4,3	59
Izrael	49	2,9	1028855	3,4	20997	1,1	25	2,7	24	3,1	49
Jamajka	3	0,2	97041	0,3	32347	1,7	1	0,1	2	0,3	3
Japonsko	12	0,7	201180	0,7	16765	0,9	6	0,6	6	0,8	12
JAR	6	0,4	72014	0,2	12002	0,6	3	0,3	3	0,4	6
Jemen	1	0,1	10360	0,0	10360	0,5	1	0,1	0	0,0	1
Jižní Korea	8	0,5	133524	0,4	16691	0,9	5	0,5	3	0,4	8
Jordánsko	3	0,2	48258	0,2	16086	0,9	1	0,1	2	0,3	3
Kambodža	2	0,1	17461	0,1	8731	0,5	1	0,1	1	0,1	2
Kanada	6	0,4	60874	0,2	10146	0,5	4	0,4	2	0,3	6
Kapverdy	1	0,1	2250	0,0	2250	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Katar	1	0,1	1665	0,0	1665	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Keňa	1	0,1	52355	0,2	52355	2,8	0	0,0	1	0,1	1
Kolumbie	3	0,2	33790	0,1	11263	0,6	2	0,2	1	0,1	3
Konžská d.r.	3	0,2	131191	0,4	43730	2,3	1	0,1	2	0,3	3
Kostarika	2	0,1	9180	0,0	4590	0,2	2	0,2	0	0,0	2
Kuba	5	0,3	57157	0,2	11431	0,6	4	0,4	1	0,1	5
Kuvajt	1	0,1	1530	0,0	1530	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Kypr	2	0,1	26281	0,1	13141	0,7	1	0,1	1	0,1	2
Kyrgyzstán	1	0,1	3060	0,0	3060	0,2	1	0,1	0	0,0	1

**Příloha č. 12 Přehled všech zemí, které se vyskytly v roce 2009 v deníku MFD (L-Z)**

Název země	Absolutní četnost	Relativní četnost v %	Celková plocha v mm <sup>2</sup>	Relativní plocha v %	Průměrná plocha v mm <sup>2</sup>	Průměrná plocha v %	Pouze text	Pouze text v %	Text s grafikou	Text s grafikou v %	Text + grafika celkem
Libanon	2	0,1	56320	0,2	28160	1,5	1	0,1	1	0,1	2
Litva	2	0,1	4995	0,0	2498	0,1	2	0,2	0	0,0	2
Lotyšsko	1	0,1	11385	0,0	11385	0,6	0	0,0	1	0,1	1
Lybie	1	0,1	56883	0,2	56883	3,0	0	0,0	1	0,1	1
Maďarsko	21	1,2	310430	1,0	14782	0,8	15	1,6	6	0,8	21
Makedonie	1	0,1	21090	0,1	21090	1,1	0	0,0	1	0,1	1
Malajsie	3	0,2	38129	0,1	12710	0,7	1	0,1	2	0,3	3
Malawi	2	0,1	36560	0,1	18280	1,0	1	0,1	1	0,1	2
Maledivy	2	0,1	27248	0,1	13624	0,7	1	0,1	1	0,1	2
Maroko	1	0,1	1665	0,0	1665	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Mexiko	7	0,4	204788	0,7	29255	1,5	4	0,4	3	0,4	7
Moldávsko	4	0,2	41819	0,1	10455	0,6	3	0,3	1	0,1	4
Mongolsko	2	0,1	68320	0,2	34160	1,8	1	0,1	1	0,1	2
Německo	135	7,9	2333987	7,7	17289	0,9	75	8,0	60	7,8	135
Nepál	2	0,1	53636	0,2	26818	1,4	1	0,1	1	0,1	2
Nigérie	2	0,1	75539	0,3	37770	2,0	0	0,0	2	0,3	2
Norsko	10	0,6	268677	0,9	26868	1,4	4	0,4	6	0,8	10
Nový Zéland	1	0,1	1800	0,0	1800	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Pakistán	17	1,0	243413	0,8	14318	0,8	13	1,4	4	0,5	17
Palau	2	0,1	5490	0,0	2745	0,1	2	0,2	0	0,0	2
Paraguay	1	0,1	5490	0,0	5490	0,3	1	0,1	0	0,0	1
pásmo Gaza	2	0,1	34090	0,1	17045	0,9	0	0,0	2	0,3	2
Peru	2	0,1	13775	0,0	6888	0,4	1	0,1	1	0,1	2
Polsko	45	2,6	965636	3,2	21459	1,1	22	2,3	23	3,0	45
Portugalsko	1	0,1	2565	0,0	2565	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Rakousko	55	3,2	675881	2,2	12289	0,7	35	3,7	20	2,6	55
Rumunsko	10	0,6	207304	0,7	20730	1,1	4	0,4	6	0,8	10
Rusko	66	3,9	1216892	4,0	18438	1,0	36	3,8	30	3,9	66
Řecko	11	0,6	257141	0,9	23376	1,2	3	0,3	8	1,0	11
S. Korea	18	1,1	218952	0,7	12164	0,6	12	1,3	6	0,8	18
SAE	6	0,4	76395	0,3	12733	0,7	4	0,4	2	0,3	6
Samoa	2	0,1	64400	0,2	32200	1,7	1	0,1	1	0,1	2
Saúdská Ar.	3	0,2	22534	0,1	7511	0,4	2	0,2	1	0,1	3
Seychely	1	0,1	1620	0,0	1620	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Sierra Leone	2	0,1	4545	0,0	2273	0,1	2	0,2	0	0,0	2
Slovensko	62	3,6	1128135	3,7	18196	1,0	35	3,7	27	3,5	62
Slovinsko	2	0,1	75440	0,3	37720	2,0	0	0,0	2	0,3	2
Somálsko	7	0,4	30150	0,1	4307	0,2	7	0,7	0	0,0	7
Srbsko a ČH	10	0,6	156926	0,5	15693	0,8	6	0,6	4	0,5	10
Srí Lanka	6	0,4	92650	0,3	15442	0,8	4	0,4	2	0,3	6
Súdán	4	0,2	40877	0,1	10219	0,5	3	0,3	1	0,1	4
Sýrie	2	0,1	117870	0,4	58935	3,1	0	0,0	2	0,3	2
Španělsko	23	1,3	302283	1,0	13143	0,7	14	1,5	9	1,2	23
Švédsko	12	0,7	135601	0,4	11300	0,6	7	0,7	5	0,7	12
Švýcarsko	23	1,3	398500	1,3	17326	0,9	16	1,7	7	0,9	23
Tanzanie	1	0,1	25270	0,1	25270	1,3	0	0,0	1	0,1	1
Thajsko	7	0,4	116938	0,4	16705	0,9	4	0,4	3	0,4	7
Tchai-wan	3	0,2	69007	0,2	23002	1,2	2	0,2	1	0,1	3
Turecko	10	0,6	89784	0,3	8978	0,5	6	0,6	4	0,5	10
Uganda	5	0,3	284282	0,9	56856	3,0	1	0,1	4	0,5	5
UK	111	6,5	1578341	5,2	14219	0,8	70	7,5	41	5,3	111
Ukrajina	9	0,5	191541	0,6	21282	1,1	5	0,5	4	0,5	9
USA	288	16,9	5671437	18,8	19692	1,0	134	14,3	154	20,0	288
Vatikan	6	0,4	168043	0,6	28007	1,5	3	0,3	3	0,4	6
Venezuela	4	0,2	19525	0,1	4881	0,3	4	0,4	0	0,0	4
Vietnam	2	0,1	64015	0,2	32008	1,7	1	0,1	1	0,1	2
Zimbabwe	6	0,4	17820	0,1	2970	0,2	5	0,5	1	0,1	6
<b>Celkem</b>	<b>1706</b>	<b>100,0</b>	<b>29909188</b>	<b>100,0</b>	<b>1915159</b>	<b>100,0</b>	<b>937</b>	<b>100,0</b>	<b>769</b>	<b>100,0</b>	<b>1706</b>



**Příloha č. 13 Přehled všech zemí, které se vyskytly v roce 2009 v deníku SME (A-K)**

MFD 2009											
Název země	Absolutní četnost	Relativní četnost v %	Celková plocha v mm <sup>2</sup>	Relativní plocha v %	Průměrná plocha v mm <sup>2</sup>	Průměrná plocha v %	Pouze text	Pouze text v %	Text s grafikou	Text s grafikou v %	Text + grafika celkem
Afgánistán	19	1,1	293173	1,0	15430	0,8	12	1,3	7	0,9	19
Angola	1	0,1	24904	0,1	24904	1,4	0	0,0	1	0,1	1
Arménie	2	0,1	46164	0,2	23082	1,3	0	0,0	2	0,3	2
Austrálie	20	1,2	566466	1,9	28323	1,5	6	0,6	14	1,8	20
Ázerbájdžán	1	0,1	2790	0,0	2790	0,2	1	0,1	0	0,0	1
Bangladéš	3	0,2	39000	0,1	13000	0,7	2	0,2	1	0,1	3
Barma	6	0,4	122619	0,4	20437	1,1	2	0,2	4	0,5	6
Belgie	70	4,1	1272665	4,3	18181	1,0	37	3,9	33	4,3	70
Bělorusko	1	0,1	5980	0,0	5980	0,3	1	0,1	0	0,0	1
Bhútán	1	0,1	2925	0,0	2925	0,2	1	0,1	0	0,0	1
Bolívie	3	0,2	55616	0,2	18539	1,0	1	0,1	2	0,3	3
Bosna a H.	6	0,4	46941	0,2	7824	0,4	4	0,4	2	0,3	6
Brazílie	10	0,6	91271	0,3	9127	0,5	8	0,9	2	0,3	10
Brunej	1	0,1	2070	0,0	2070	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Bulharsko	7	0,4	83100	0,3	11871	0,6	6	0,6	1	0,1	7
Čína	56	3,3	802137	2,7	14324	0,8	36	3,8	20	2,6	56
Dánsko	17	1,0	2925	0,0	172	0,0	4	0,4	13	1,7	17
Egypt	13	0,8	195087	0,7	15007	0,8	8	0,9	5	0,7	13
Filipíny	8	0,5	108170	0,4	13521	0,7	6	0,6	2	0,3	8
Francie	86	5,0	1461677	5,0	16996	0,9	47	5,0	39	5,1	86
Gabon	1	0,1	16240	0,1	16240	0,9	0	0,0	1	0,1	1
Ghana	2	0,1	50496	0,2	25248	1,4	0	0,0	2	0,3	2
Gruzie	1	0,1	2115	0,0	2115	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Guatemala	1	0,1	15680	0,1	15680	0,9	0	0,0	1	0,1	1
Guyana	1	0,1	34770	0,1	34770	1,9	0	0,0	1	0,1	1
Holandsko	14	0,8	313925	1,1	22423	1,2	6	0,6	8	1,0	14
Honduras	3	0,2	76250	0,3	25417	1,4	1	0,1	2	0,3	3
Chorvatsko	5	0,3	23354	0,1	4671	0,3	5	0,5	0	0,0	5
Indie	23	1,3	519398	1,8	22583	1,2	12	1,3	11	1,4	23
Indonésie	9	0,5	55743	0,2	6194	0,3	6	0,6	3	0,4	9
Irák	28	1,6	505009	1,7	18036	1,0	17	1,8	11	1,4	28
Írán	52	3,0	902922	3,1	17364	0,9	27	2,9	25	3,3	52
Irsko	14	0,8	140483	0,5	10035	0,5	10	1,1	4	0,5	14
Island	6	0,4	160295	0,5	26716	1,5	4	0,4	2	0,3	6
Itálie	59	3,5	1208706	4,1	20487	1,1	26	2,8	33	4,3	59
Izrael	49	2,9	1028855	3,5	20997	1,1	25	2,7	24	3,1	49
Jamajka	3	0,2	97041	0,3	32347	1,8	1	0,1	2	0,3	3
Japonsko	12	0,7	201180	0,7	16765	0,9	6	0,6	6	0,8	12
Jemen	1	0,1	10360	0,0	10360	0,6	1	0,1	0	0,0	1
JAR	6	0,4	72014	0,2	12002	0,7	3	0,3	3	0,4	6
Jižní Korea	8	0,5	133524	0,5	16691	0,9	5	0,5	3	0,4	8
Jordánsko	3	0,2	48258	0,2	16086	0,9	1	0,1	2	0,3	3
Kambodža	2	0,1	17461	0,1	8731	0,5	1	0,1	1	0,1	2
Kanada	6	0,4	60874	0,2	10146	0,6	4	0,4	2	0,3	6
Kapverdy	1	0,1	2250	0,0	2250	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Katar	1	0,1	1665	0,0	1665	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Keňa	1	0,1	52355	0,2	52355	2,9	0	0,0	1	0,1	1
Kolumbie	3	0,2	33790	0,1	11263	0,6	2	0,2	1	0,1	3
Konžská d.r.	3	0,2	131191	0,4	43730	2,4	1	0,1	2	0,3	3
Kostarika	2	0,1	9180	0,0	4590	0,3	2	0,2	0	0,0	2
Kuba	5	0,3	57157	0,2	11431	0,6	4	0,4	1	0,1	5
Kuvajt	1	0,1	1530	0,0	1530	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Kypr	2	0,1	26281	0,1	13141	0,7	1	0,1	1	0,1	2
Kyrgyzstán	1	0,1	3060	0,0	3060	0,2	1	0,1	0	0,0	1

**Příloha č. 14 Přehled všech zemí, které se vyskytly v roce 2009 v deníku SME (L-Z)**

Název země	Absolutní četnost	Relativní četnost v %	Celková plocha v mm <sup>2</sup>	Relativní plocha v %	Průměrná plocha v mm <sup>2</sup>	Průměrná plocha v %	Pouze text	Pouze text v %	Text s grafikou	Text s grafikou v %	Text + grafika celkem
Libanon	6	0,3	71748	0,2	11958	0,9	3	0,2	3	0,3	6
Litva	4	0,2	45742	0,1	11436	0,9	3	0,2	1	0,1	4
Lotyšsko	5	0,2	43670	0,1	8734	0,7	4	0,3	1	0,1	5
Lucembursko	14	0,6	234836	0,7	16774	1,3	7	0,6	7	0,7	14
Libye	2	0,1	37810	0,1	18905	1,4	0	0,0	2	0,2	2
Madagaskar	1	0,0	15210	0,0	15210	1,1	0	0,0	1	0,1	1
Maďarsko	81	3,5	1044206	3,1	12891	1,0	51	4,1	30	2,9	81
Makedonie	3	0,1	48820	0,1	16273	1,2	2	0,2	1	0,1	3
Malajsie	1	0,0	2000	0,0	2000	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Maledivy	1	0,0	26208	0,1	26208	2,0	0	0,0	1	0,1	1
Mali	1	0,0	1720	0,0	1720	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Maroko	1	0,0	1600	0,0	1600	0,1	1	0,1	0	0,0	1
Mexiko	4	0,2	46164	0,1	11541	0,9	3	0,2	1	0,1	4
Moldavsko	11	0,5	186706	0,5	16973	1,3	7	0,6	4	0,4	11
Německo	170	7,4	2222224	6,5	13072	1,0	110	8,8	60	5,8	170
Nepál	1	0,0	2200	0,0	2200	0,2	1	0,1	0	0,0	1
Norsko	4	0,2	69700	0,2	17425	1,3	2	0,2	2	0,2	4
Ostrov Man	1	0,0	21948	0,1	21948	1,6	0	0,0	1	0,1	1
Pákistán	19	0,8	139550	0,4	7345	0,5	14	1,1	5	0,5	19
pásmo Gaza	7	0,3	210579	0,6	30083	2,2	3	0,2	4	0,4	7
Peru	1	0,0	10147	0,0	10147	0,8	0	0,0	1	0,1	1
Polsko	55	2,4	684636	2,0	12448	0,9	36	2,9	19	1,8	55
Portugalsko	1	0,0	6160	0,0	6160	0,5	1	0,1	0	0,0	1
Rakousko	59	2,6	851331	2,5	14429	1,1	35	2,8	24	2,3	59
Rumunsko	20	0,9	268430	0,8	13422	1,0	8	0,6	12	1,2	20
Rusko	132	5,8	1879114	5,5	14236	1,1	77	6,2	55	5,3	132
Rwanda	2	0,1	5000	0,0	2500	0,2	1	0,1	1	0,1	2
Řecko	15	0,7	195294	0,6	13020	1,0	6	0,5	9	0,9	15
Samoa	1	0,0	33480	0,1	33480	2,5	0	0,0	1	0,1	1
Saúdská Ar.	2	0,1	4480	0,0	2240	0,2	2	0,2	0	0,0	2
S. Korea	14	0,6	301350	0,9	21525	1,6	6	0,5	8	0,8	14
Singapur	1	0,0	4400	0,0	4400	0,3	1	0,1	0	0,0	1
Slovensko	4	0,2	30280	0,1	7570	0,6	2	0,2	2	0,2	4
Somálsko	10	0,4	31824	0,1	3182	0,2	9	0,7	1	0,1	10
S.A.E.	6	0,3	116461	0,3	19410	1,5	2	0,2	4	0,4	6
Srbsko a ČH	8	0,4	91238	0,3	11405	0,9	6	0,5	2	0,2	8
Srí Lanka	4	0,2	35336	0,1	8834	0,7	1	0,1	3	0,3	4
Súdán	4	0,2	9640	0,0	2410	0,2	3	0,2	1	0,1	4
Sýrie	1	0,0	11346	0,0	11346	0,8	1	0,1	0	0,0	1
Španělsko	36	1,6	286013	0,8	7945	0,6	25	2,0	11	1,1	36
Švédsko	21	0,9	227644	0,7	10840	0,8	13	1,0	8	0,8	21
Švýcarsko	21	0,9	363328	1,1	17301	1,3	12	1,0	9	0,9	21
Thajsko	8	0,4	107320	0,3	13415	1,0	5	0,4	3	0,3	8
Tchaj-wan	3	0,1	95850	0,3	31950	2,4	0	0,0	3	0,3	3
Turecko	17	0,7	250306	0,7	14724	1,1	6	0,5	11	1,1	17
Turkmenistán	2	0,1	4120	0,0	2060	0,2	2	0,2	0	0,0	2
Uganda	1	0,0	10703	0,0	10703	0,8	1	0,1	0	0,0	1
UK	104	4,6	1106913	3,2	10643	0,8	66	5,3	38	3,7	104
Ukrajina	27	1,2	452570	1,3	16762	1,3	14	1,1	13	1,3	27
Uruguay	1	0,0	13578	0,0	13578	1,0	0	0,0	1	0,1	1
USA	338	14,8	5456609	16,0	16144	1,2	154	12,4	184	17,7	338
Vatikán	6	0,3	17960	0,1	2993	0,2	6	0,5	0	0,0	6
Venezuela	9	0,4	115288	0,3	12810	1,0	5	0,4	4	0,4	9
Vietnam	1	0,0	2200	0,0	2200	0,2	1	0,1	0	0,0	1
Zimbabwe	3	0,1	9120	0,0	3040	0,2	3	0,2	0	0,0	3
<b>Celkem</b>	<b>2282</b>	<b>100,0</b>	<b>34164599</b>	<b>100,0</b>	<b>1337446</b>	<b>100,0</b>	<b>1245</b>	<b>100,0</b>	<b>1037</b>	<b>100,0</b>	<b>2282</b>



## Příloha č.15 Kódovací kniha – země světa

World Countries + Codes (for GIS shapefile)				
Afghanistan,1,0	Djibouti,40	Jersey,96	Pakistan,150	The Gambia,65
Albania,8,0	Dominica,45	Jordan,198	Palau,151	Togo,188
Algeria,38,0	Dominican Rep.46	Kazakhstan,102	Panama,152	Trinidad & Tobago,189
Andorra,4,0	Ecuador,47	Kenya,103	Papua New G.153	Tunisia,190
Angola,5,0	Egypt,135	Kuwait,111	Paraguay,154	Turkey,192
Anguilla,6,0	El Salvador 49	Kyrgyzstan,105	Peru,155	Turkmenistan,193
Argentina,7,0	Equatorial Gui 48	Laos,115	Philippines,60	Turks & Caicos Is.,191
Armenia,52	Eritrea,51	Latvia,117	Poland,156	Uganda,194
Aruba,9	Estonia,53	Lebanon,122	Portugal,157	Ukraine,195
Australia,10,0	Ethiopia,54	Lesotho,116	Puerto Rico,158	United Arab Emirates,23
Austria,11,0	Falkland Is.,55	Liberia,118	Qatar,101	United Kingdom,24
Azerbaijan,12,0	Faroe Is.,56	Libya,119	Romania,159	United States,3
Bahrain,14,0	Fiji,58	Liechtenstein,120	Russia,161	Uruguay,197
Bangladesh,15,0	Finland,61	Lithuania,121	Rwanda,160	Uzbekistan,149
Barbados,16,0	France,62	Luxembourg,123	Samoa 211	Vanuatu,199
Belarus,19,0	French Guiana,63	Macedonia,126	San Marino,162	Vatikan 210
Belgium,20,0	Gabon,64	Madagascar,125	Sao Tome&P.163	Venezuela,200
Belize,21,0	Gaza Strip,67	Malawi,127	Saudi Arabia,181	Vietnam,201
Benin,22,0	Georgia,77	Maldives 213	Senegal,164	Virgin Is.,202
Bhutan,35,0	Germany,2	Malaysia,128	Serbia&Monte 168,0	West Bank,18
Bolivia,25,0	Ghana,66	Mali,129	Seychelles,165	Western Sahara,17
Bosnia & Her.26,0	Greece,206	Malta,130	Sierra Leone,166	Yemen,203
Botswana,27,0	Greenland,71	Mauritania,139	Singapore,167	Zambia,207
Brazil,28,0	Grenada,70	Mauritius,131	Slovakia,169	Zimbabwe,208
British Virgin Is.,29	Guam,72	Mayotte,132	Slovenia,170	
Brunei,30,0	Guatemala,73	Mexico,133	Solomon Is.,171	missing data 999
Bulgaria,31,0	Guinea,68	Micronesia,134	Somalia,172	
Burkina Faso,32,0	Guinea-Bissau,69	Moldova,137	South Africa,75	
Burundi,34,0	Guyana,74	Mongolia,136	South Korea,76	
Cambodia,97,0	Haiti,78	Montserrat,138	Spain,88	
Cameroon,98,0	Honduras,83	Morocco,57	Sri Lanka,173	
Canada,99,0	Hungary,124	Mozambique,140	St. Helena,174	
Cape Verde,100,0	Chad,41	Myanmar,33	St. Kitts & Nevis,177	
Cayman Is.,36,0	Chile,184	Namibia,141	St. Lucia,175	
CebeliTaryk,37,0	China,43	Nepal,142	St. Vinc&Grena176	
C. A. R. 148	Christmas I.,39	Nether. Antilles,82	Sudan,178	
Colombia,106,0	Iceland,93	Netherlands,81	Suriname,179	
Comoros,107,0	India,79	New Caledonia,204	Svalbard,182	
Congo, DRC,109,0	Indonesia,50	New Zealand,205	Swaziland,183	
Congo,108,0	Iran,85	Nicaragua,145	Sweden,90	
Costa Rica,110,0	Iraq,84	Niger,143	Switzerland,91	
Cote d'Ivory,59,0	Ireland,86	Nigeria,144	Syria,180	
Croatia,80,0	Isle of Man,87	Norfolk I.,146	Tajikistan,185	
Cuba,114,0	Israel,89	North Korea,112	Tanzania,186	
Cyprus,104,0	Italy,92	N. Mariana Is.,113	Thailand,187	
Czech Republic,42	Jamaica,94	Norway,147	Tchai-wan 212	
Denmark,44	Japan,95	Oman,196	The Bahamas,13	

## Příloha č.16 Kódovací kniha + kódovací arch

MFD\_KOMPLET\_1.sav [DataSet1] - SPSS Statistics Data Editor

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
336	1	1313	10304	2	3	7	14	1	
337	1	1313	15382	2	3	7	14	1	
338	1	1313	3735	2	178	7	14	1	
339	1	1313	3420	1	168	7	14	1	
340	1	1313	2610	1	2	8	14	1	
341	1	1313	3420	2	24	8	14	1	
342	1	1313	6169	4	3	9	14	2	
343	1	1313	20276	4	3	9	14	2	
344	1	1314	60279	4	89	6	12	2	
345	1	1314	13870	1	11	6	12	1	
346	1	1314	6716	1	28	6	12	1	
347	1	1314	14860	1	11	6	12	1	
348	1	1314	26884	4	24	6	12	2	
349	1	1314	5040	2	92	6	12	1	
350	1	1314	52355	4	124	7	12	2	
351	1	1314	2250	1	11	7	12	1	
352	1	1314	2610	2	3	7	12	1	
353	1	1314	2610	1	11	7	12	1	
354	1	1314	2025	1	11	8	12	1	
355	1	1314	3105	1	2	8	12	1	
356	1	1323	44030	3	169	7	12	2	
357	1	1323	12604	2	43	7	12	2	
358	1	1323	7084	4	124	7	12	2	
359	1	1323	2160	1	24	7	12	1	
360	1	1323	2475	1	43	7	12	1	

MFD\_KOMPLET\_1.sav [DataSet1] - SPSS Statistics Data Editor

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure
1	P1	Nominal	8	0		1 = MF DNE...	None	8	Right	Scale
2	P2	Nominal	8	0	Datum	None	None	8	Right	Scale
3	P3	Nominal	8	0	Velikost článku	None	None	8	Right	Scale
4	P4	Nominal	8	0	Zálož článku	(1, CTG)	None	8	Right	Scale
5	P5	Nominal	8	0	Značka	(1, ABBRIS)	None	8	Right	Nominal
6	P6	Nominal	8	0	Stavba	(1, A1)	None	8	Right	Nominal
7	P7	Nominal	8	0	Průběh sřazení...	(1, Calkov)	None	8	Right	Nominal
8	P8	Nominal	8	0	Grafika	(1, pouze te...	None	8	Right	Scale

**Value Labels**

Value: [ ]  
Label: [ ]

- 1 = "Agropolár"
- 2 = "Hemecár"
- 3 = "USA"
- 4 = "Kocour"
- 5 = "Kocour"
- 6 = "Agropolár B"
- 7 = "Agropolár"
- 8 = "Abelár"
- 9 = "Kocour"
- 10 = "Hemecár"
- 11 = "Kocour"
- 12 = "Agropolár"
- 13 = "Hemecár"

OK Cancel Help