

KDO JE TO NOVINÁŘ

1

**(NE)ROZUMĚT
MÉDIÍM**

A MÉDIA MLČÍ...

2

**NOVINÁŘSKÁ CHYBA
vs. DEZINFORMACE**

3

“ALTERNATIVNÍ PRAVDY”

Pozor na “alternativní pravdy”. Vidět za každou oficiální informací zákeřné spiknutí přinejmenším na nadnárodní úrovni není projevem zdravé skepse ani kritického myšlení.

**Je to taková “jednosměrná důvěra” naruby:
“Věřím, že všechno, co se píše, je úplně přesně obráceně
a ověřovat to není třeba.”**

OTÁZKA ZA STO BODŮ

KDO?	Kdo je autorem sdělení?
	Jaké informace lze o autorovi sdělení dohledat?
	Kdo má kontrolu nad vznikem a šířením sdělení?
CO?	Co je obsahem sdělení?
	Jaké názory či hodnoty jsou ve sdělení přítomny?
	Jsou ve sdělení uvedeny zdroje? Jak se dají obsažené informace ověřit?
	Jaké informace či vyjádření nejsou ve sdělení zahrnuty?
KOMU?	Jaké cílové skupině je sdělení určeno?
	Jakým způsobem se sdělení k příjemcům dostává a jak se případně dále šíří?
	Jak může sdělení ovlivnit názory, postoje a chování příjemců?
JAK?	Jak se sdělení snaží upoutat pozornost?
	Jaký je jazyk a audiovizuální forma sdělení? Proč je právě v této podobě?
	Jaké emoce může sdělení v příjemcích vyvolat? Co je jejich příčinou?
PROČ?	Proč bylo sdělení vytvořeno?
	Kdo má ze sdělení prospěch či užitek?



Andrej Babiš ✓

@AndrejBabis

Zítra asi něco koupím

5:36 odp. · 24. 6. 2013 · Twitter Web Client

97 Retweetů **21** T

KDO KRADE CUKROVÍ U BABIŠŮ

Volnočasové magazíny MAFRA
2018-2023



Generace, jež konečně něco udělá

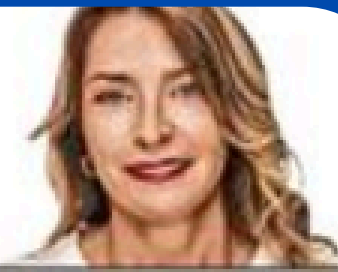
Evropa dnes nepůsobí jako kontinent v krizi. Spíš jako kontinent v čekárně. Ale čekání není strategie, nečekejme na novou stabilitu.



gence, ne na svět, který končí. Vyrábí se tím, že si přiznáme, že obrana a demografie nejsou abstraktní čísla, ale otázka přežití.

Jenže existuje ještě hlubší rovina. Odolnost země začíná odolností jednotlivce. Když z nás dnes stojí před stejnou volbou

Ivana Tykač
zakladatelka
institutu Solvo



Česká republika se neocitla v krizi institucí. Ocitla se v krizi emocí. Vlna společenského neklidu, kterou dnes sledujeme, je důsledkem kolapsu státu, ale systematického zpochybňování legitimacy politiky ze strany těch, kteří neunesli její po

miéra Andreje Babiše čelí od své nepřetržité kritice. To je v demokracii normální. Nenormální je, že se kritika stává v morální kampaň, jejímž cílem je kontrolovat, ale delegitimizovat vládu v veřejnosti. Nenormální je i zneužití prezidentských pravomocí a možná i samotného k tomuto účelu. Srovnání s SPD Tomia Okamury a s Miroslavem Petrem Macinkou a výrazně

MAFRA TYKAČ

The screenshot shows a news article on the iDNES.cz website. The article title is "Sme odolnější než Slováci, ale víc trpíme depresemi, říká Ivana Tykač". The author is Vladimír Vokál, and the article was published on 14. listopadu 2025 at 10:00. The text of the article is partially visible, mentioning the Solvo institute and its mission. Below the article is a video recording of Ivana Tykač sitting at a desk with a microphone, likely during an interview or podcast recording. The video player interface includes the iDNES-tv logo and a "Sdílet" (Share) button.

UPRCHLÍCI NA PRIMĚ



Vedení televize Prima nařídilo redaktorům: uprchlíky zobrazovat jako hrozbu a riziko

Napsal/a [Robert Břešťan](#) 30. května 2016



HlídacíPes.org má k dispozici svědectví z několika zdrojů, podle nichž vedení televize Prima na poradě s redakcí 7. září 2015 přišlo s jasnými instrukcemi o tom, jak se má televize ve svém zpravodajství stavět k uprchlické krizi.

REKLAMA

superALPské.

„Jsme tady všichni zaměstnaní, máme zaměstnavatele, který má nějaký postoj. Jestliže ho akceptuji já, akceptuje ho vedoucí vydání, tak vy prostě poslechnete příkazů vedoucího vydání.“

**Jitka Obzinová,
šéfka zpravodajství TV Prima,
7. září 2015**

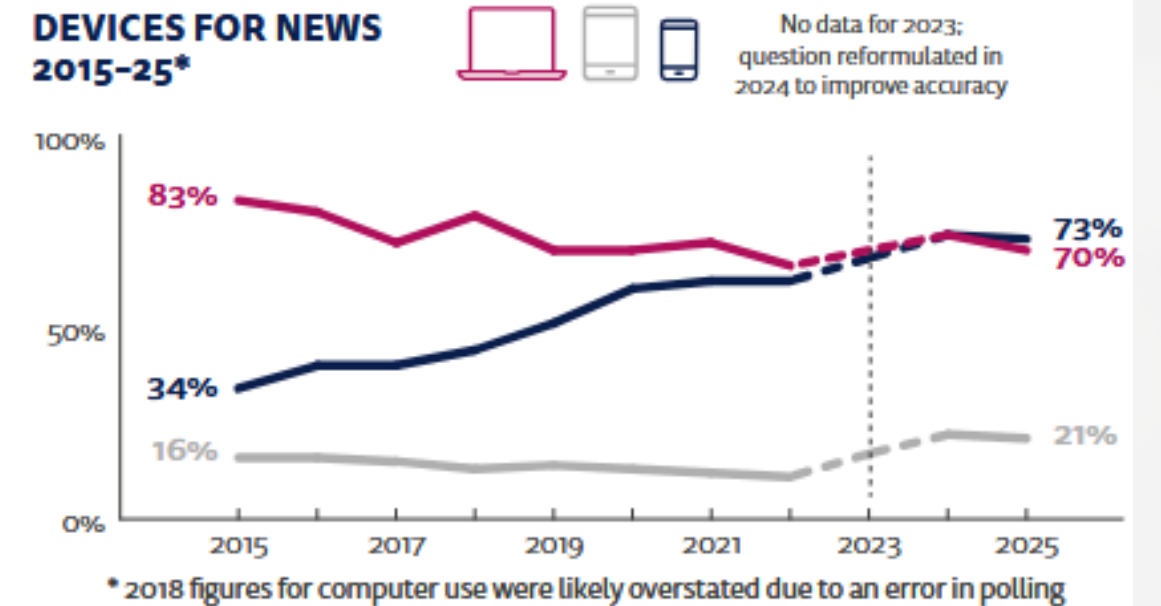
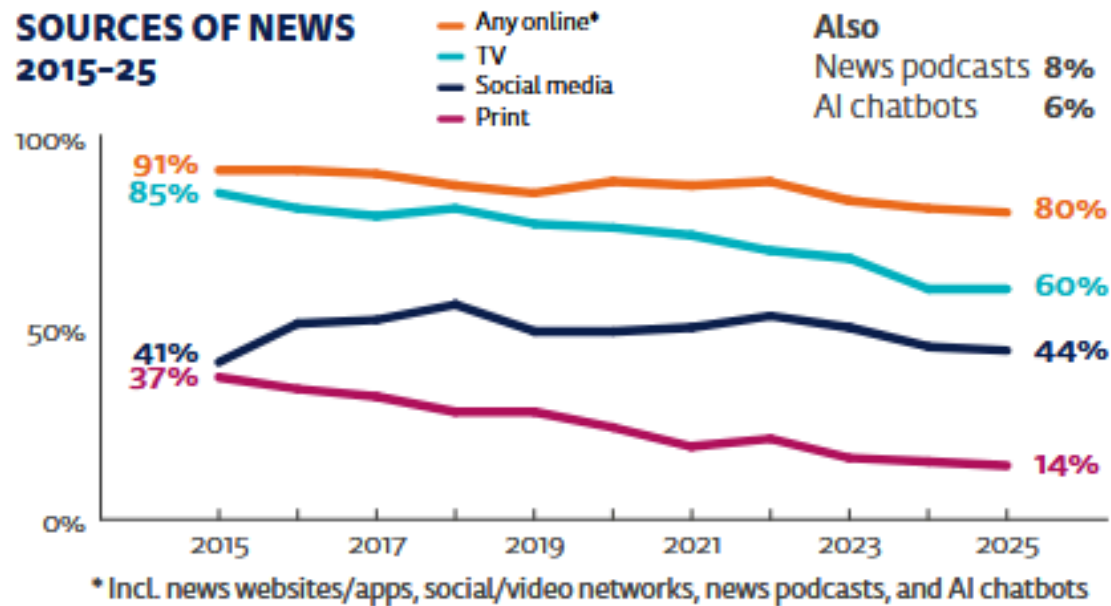
„Pokud to tak není, tak vlastně neakceptujete fakt, že jste tady zaměstnaní a pak nemá cenu, abyste tady byli zaměstnaní.“

„Tak ještě jednou jenom zopakuju, že postoj vedení televize je určující.“

„Proč k tomu svolávám poradu? Protože je to nějaký vývoj dějin, který patrně bude natolik rozsáhlý, že k němu je potřeba prostě si asi ten postoj vysvětlit.“

ČESKO A MÉDIA

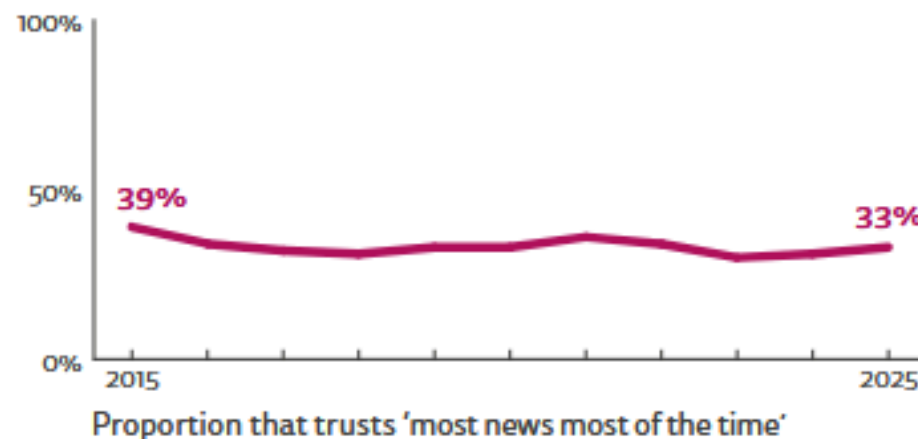
Zdroj: Reuters Institute
Digital News Report 2025



TRUST

Overall trust in news media has increased from an all-time low in 2023, equalling the 11-year average of 33%. On the other hand, several top-positioned individual brands recorded a drop in trust. Despite that, public service media remain among the most trusted brands by Czech news audiences.

OVERALL TRUST SCORE 2015-25



33%
OVERALL TRUST
=33/48 markets

PUBLIC OPINION ON BRAND TRUST

Only the brands listed were included in the survey. It should not be treated as a list of the most or least trusted brands, as it is not exhaustive.

Brand	Trust	Neither	Don't Trust
Aktualne.cz	53%	31%	17%
Blesk	20%	24%	56%
CNN Prima News	57%	24%	20%
Czech Radio News (public broadcaster)	59%	24%	17%
Czech TV News (public broadcaster)	59%	18%	23%
Deník	49%	34%	17%
echo24.cz	38%	38%	24%
Frekvence 1	49%	34%	17%
Hospodářské noviny	55%	30%	15%
iDnes.cz	53%	28%	19%
Mlada Fronta DNES	48%	32%	21%
Novinky.cz	51%	28%	20%
Radio Impuls	49%	33%	18%
Seznam Zpravy	54%	26%	20%
TV Nova	46%	26%	27%

Q6_brand trust. How trustworthy would you say news from the following brands is? Please use the scale below, where 0 is 'not at all trustworthy' and 10 is 'completely trustworthy'. Details: 6-10 coded as 'Trust', 5 coded as 'Neither', 0-4 coded as 'Don't trust'. Those that haven't heard of each brand were excluded. Whether respondents consider a brand trustworthy is their subjective judgement, and the scores are aggregates of public opinion, not an objective assessment of underlying trustworthiness.

REPORTERS WITHOUT BORDERS

WORLD PRESS FREEDOM INDEX SCORE 2025

Score: **83.96**

10

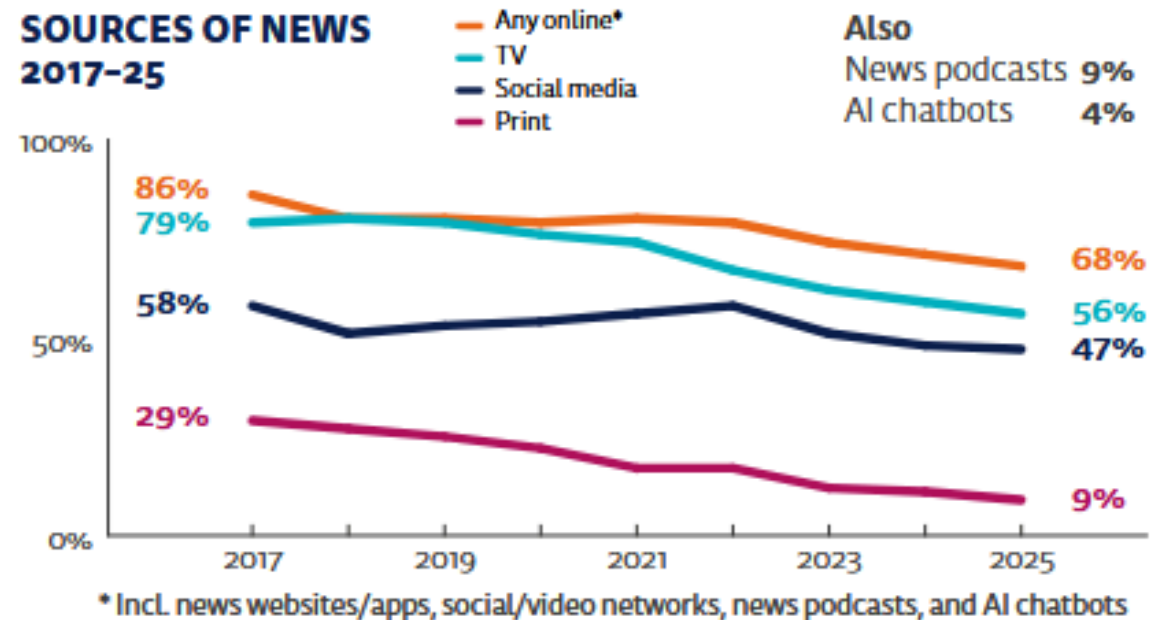
/180

Measure of press freedom from NGO Reporters Without Borders based on expert assessment. More at rsf.org

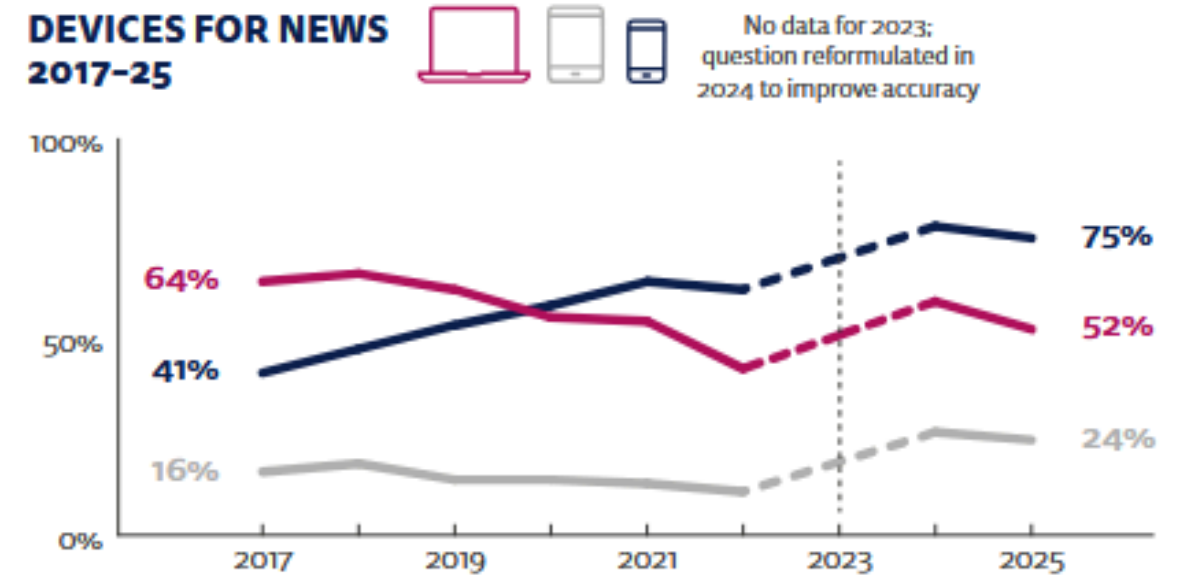
SLOVENSKO

Zdroj: Reuters Institute
Digital News Report 2025

SOURCES OF NEWS 2017-25



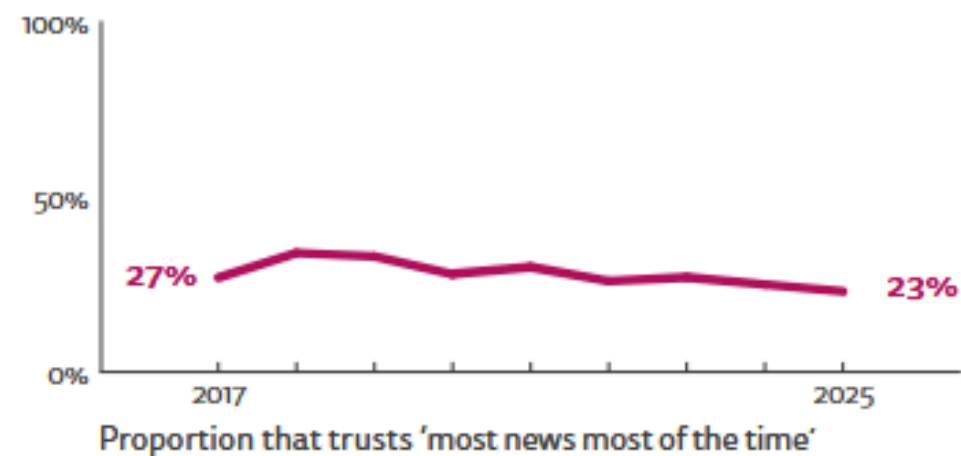
DEVICES FOR NEWS 2017-25



TRUST

Overall trust in the media fell once again, to a new low of 23%, with many of our 15 monitored brands seeing a decline in their trust scores. The biggest fall – by 8pp – affected Slovakia's public broadcaster (PSB) following its effective capture by the state.

OVERALL TRUST SCORE 2017-25



23%
OVERALL TRUST
46/48 markets

PUBLIC OPINION ON BRAND TRUST

Only the brands listed were included in the survey. It should not be treated as a list of the most or least trusted brands, as it is not exhaustive.

Brand	Trust	Neither	Don't Trust
Aktuality	42%	28%	30%
Denník N	36%	24%	40%
Hospodárske noviny	44%	33%	23%
Nový Cas	25%	30%	45%
Plus	28%	31%	41%
Pravda	38%	34%	29%
Rádio Expres	47%	32%	21%
Refresher.sk	30%	36%	34%
Regional or local newspaper	45%	35%	20%
SME	38%	29%	33%
TA3	51%	27%	22%
Topky	26%	33%	41%
TV JOJ	44%	27%	29%
TV Markiza	39%	25%	36%
STVR/RTVS (public broadcaster)	48%	26%	26%

Q6_brand trust. How trustworthy would you say news from the following brands is? Please use the scale below, where 0 is 'not at all trustworthy' and 10 is 'completely trustworthy'. Details: 6-10 coded as 'Trust', 5 coded as 'Neither', 0-4 coded as 'Don't trust'. Those that haven't heard of each brand were excluded. Whether respondents consider a brand trustworthy is their subjective judgement, and the scores are aggregates of public opinion, not an objective assessment of underlying trustworthiness.



**WORLD PRESS FREEDOM
INDEX SCORE 2025**

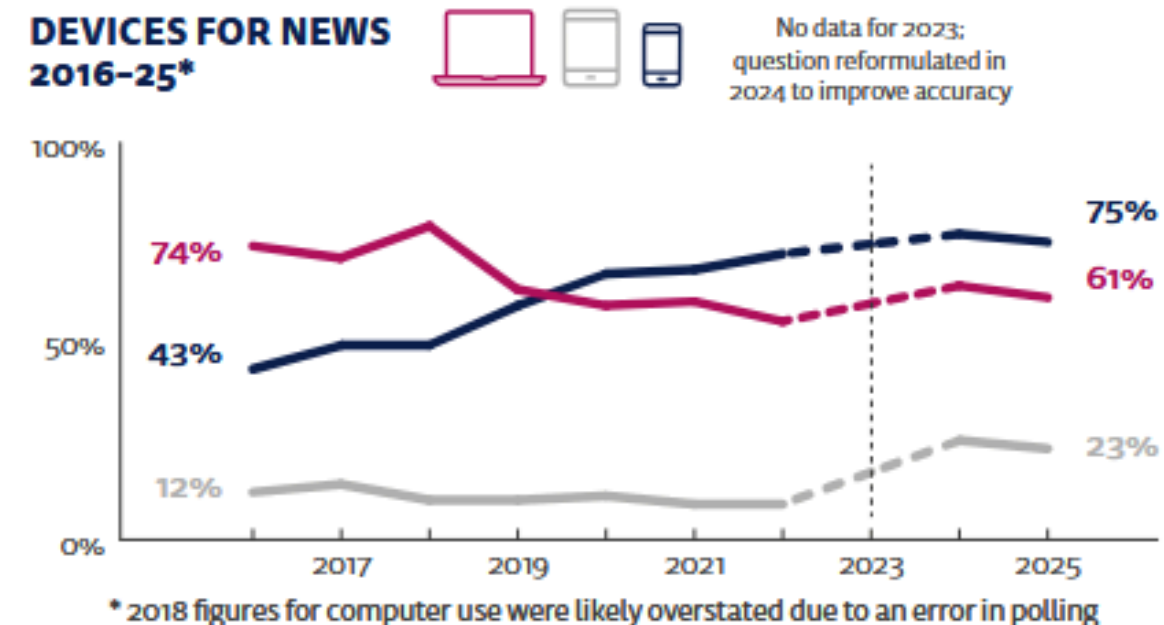
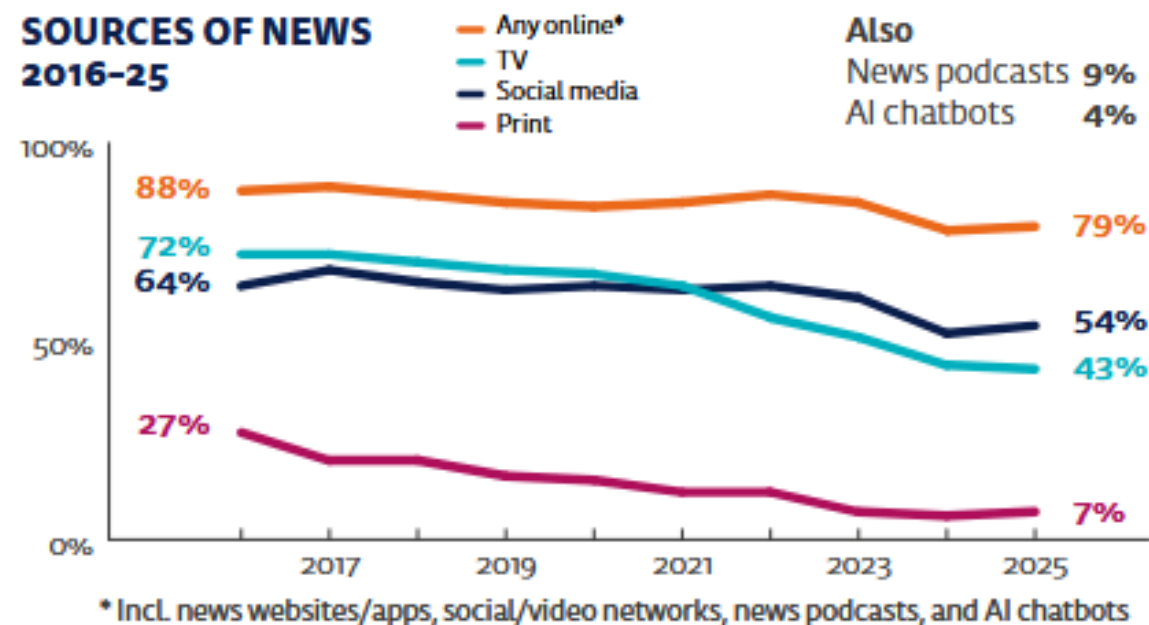
Score:
71.93

38/180

Measure of press freedom from NGO Reporters Without Borders based on expert assessment. More at rsf.org

MAĐARSKO

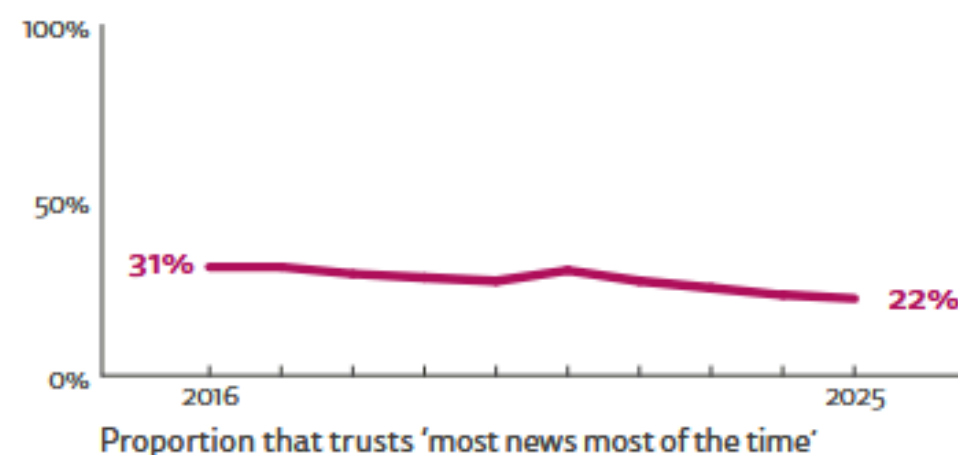
Zdroj: Reuters Institute
Digital News Report 2025



TRUST

With no improvement in media freedom, overall trust in news has continued to decrease and remains the lowest among the markets surveyed (together with Greece). The trust scores of all the brands covered decreased, sometimes significantly; trust in the public broadcaster dropped 7pp from last year to just 23%.

OVERALL TRUST SCORE 2016-25



22%
OVERALL TRUST
=48/48 markets

PUBLIC OPINION ON BRAND TRUST

Only the brands listed were included in the survey. It should not be treated as a list of the most or least trusted brands, as it is not exhaustive.

Brand	Trust	Neither	Don't Trust
24.hu	38%	32%	30%
444.hu	37%	29%	34%
ATV	35%	30%	35%
Blikk	17%	29%	54%
HírTV	26%	25%	50%
HVG	44%	29%	27%
Index.hu	31%	30%	39%
Magyar Nemzet	25%	28%	47%
MTV (public television)	23%	24%	53%
Népszava	27%	33%	40%
Origo.hu	25%	27%	49%
Regional or local newspaper	31%	31%	38%
RTL	47%	24%	29%
telex.hu	43%	29%	28%
TV2	23%	22%	55%

Q6 brand trust. How trustworthy would you say news from the following brands is? Please use the scale below, where 0 is 'not at all trustworthy' and 10 is 'completely trustworthy'. Details: 6-10 coded as 'Trust', 5 coded as 'Neither', 0-4 coded as 'Don't trust'. Those that haven't heard of each brand were excluded. Whether respondents consider a brand trustworthy is their subjective judgement, and the scores are aggregates of public opinion, not an objective assessment of underlying trustworthiness.



**WORLD PRESS FREEDOM
INDEX SCORE 2025**

Score:
62.82

68/180

Measure of press freedom from NGO Reporters Without Borders based on expert assessment. More at rsf.org