

MEDIÁLNÍ ANALÝZA  
ALŠOVA JIHOČESKÁ GALERIE

2025

## OBSAH ANALÝZY

- **DASHBOARD** – základní výsledky za rok 2025
- **VÝVOJ MEDIALIZACE** – počet výstupů vs. mediální dopad
- **MEZIROČNÍ POROVNÁNÍ** – počet výstupů vs. mediální dopad
- **MEZIROČNÍ POROVNÁNÍ** – AVE a dosah
- **OBJEM MEDIALIZACE** – počet výstupů a mediální dopad
- **MEDIÁLNÍ DATA** – GRP, dosah, AVE
- **SENTIMENT** – určený prostřednictvím AI
- **TOP ZDROJE** – podle počtu výstupů a podle mediálního dopadu
- **TOP ČLÁNKY** – podle mediálního dopadu a podle sociální interakce
- **VÝSTAVA** – základní výsledky za rok 2025
- **VÝVOJ MEDIALIZACE** – počet výstupů vs. mediální dopad
- **TOP ČLÁNKY** – podle mediálního dopadu
- **SOCIÁLNÍ SÍŤ**
- **METODIKA a POUŽITÉ VÝRAZY**

# MEDIÁLNÍ DASHBOARD

POČET VÝSTUPŮ

**733**

↓ 3 % oproti roku 2024

MEDIÁLNÍ DOPAD

**475 GRP**

↑ 8 % oproti roku 2024

AVE

**224 379 891 Kč**

↑ 114 % oproti roku 2024

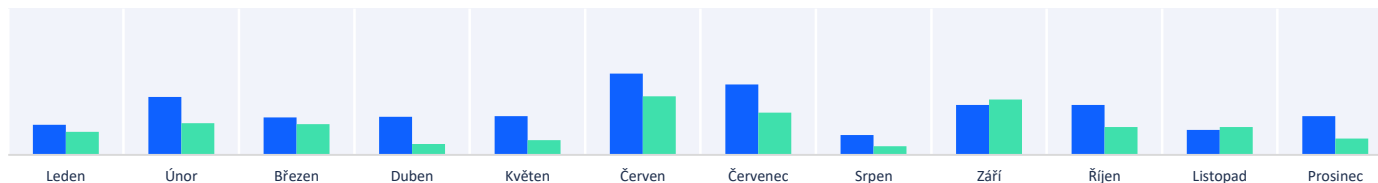
DOSAŽ

**42 777 550**

↑ 8 % oproti roku 2024

## VÝVOJ MEDIALIZACE

■ Počet výstupů  
■ Mediální dopad | GRP



## SENTIMENT

**57 %**  
POZITIVNÍ



**43 %**  
NEUTRÁLNÍ



## TITULEK

**6 %**

výstupů má  
AJG v titulku

## ZDROJE

**31 %**

výstupů je z  
mainstream  
zdrojů

## ZDROJE

**A11**

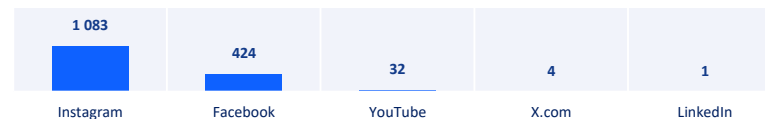
je nejčastějším zdrojem  
a tvoří 8 % medializace

**NOVINKY.CZ**

je zdroj s nejvyšším dopadem  
a tvoří 20 % celkového dopadu

## SOCIÁLNÍ SÍTĚ

**1 544** počet zmínek



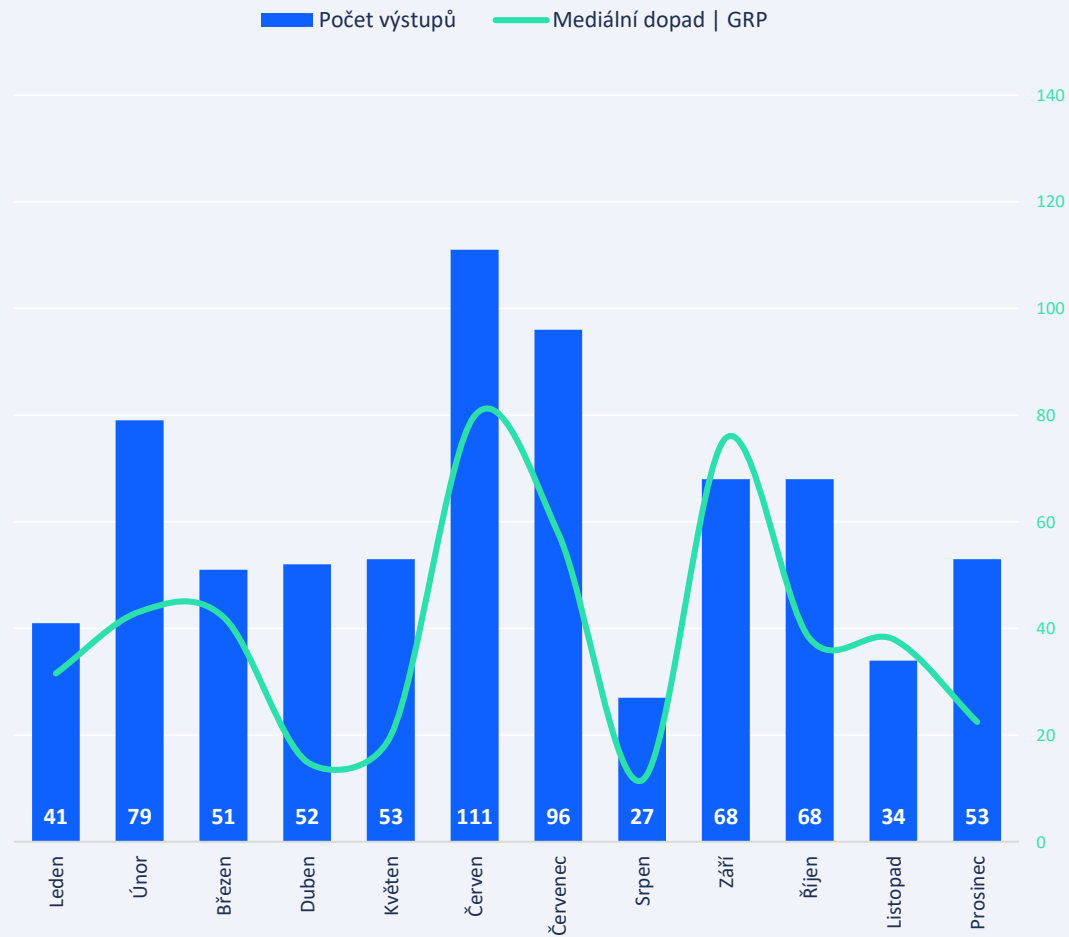
# VÝVOJ

## MEDIALIZACE

POČET VÝSTUPŮ A MEDIÁLNÍ DOPAD

### MEDIÁLNÍ DOPAD

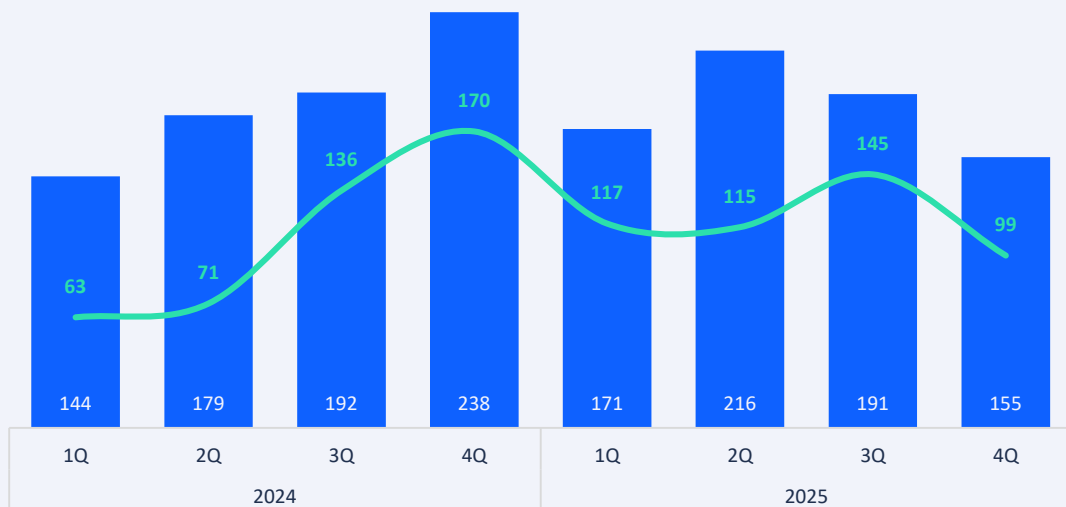
Mediální dopad má za cíl poskytnout přesnější obraz o mediálním pokrytí sledované entity než absolutní počet článků, odrážející, jak oslovuje co nejširší publikum posluchačů, diváků a čtenářů médií. Je založen především na čtenosti (tisk), poslechovisi (rozhlas), sledovanosti (televize) a měsíční návštěvnosti webových stránek.



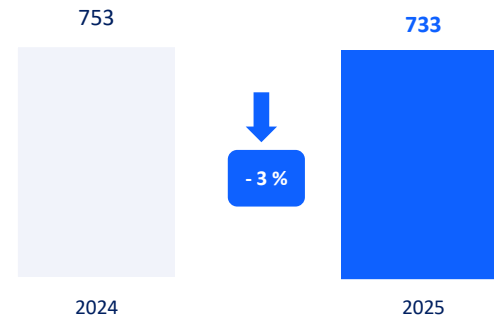
# MEZIROČNÍ POROVNÁNÍ

POČET VÝSTUPŮ A MEDIÁLNÍ DOPAD

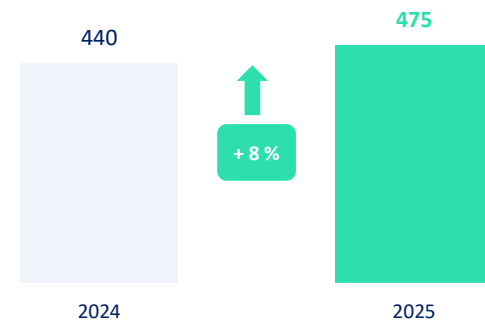
■ POČET VÝSTUPŮ — MEDIÁLNÍ DOPAD | GRP



POČET VÝSTUPŮ

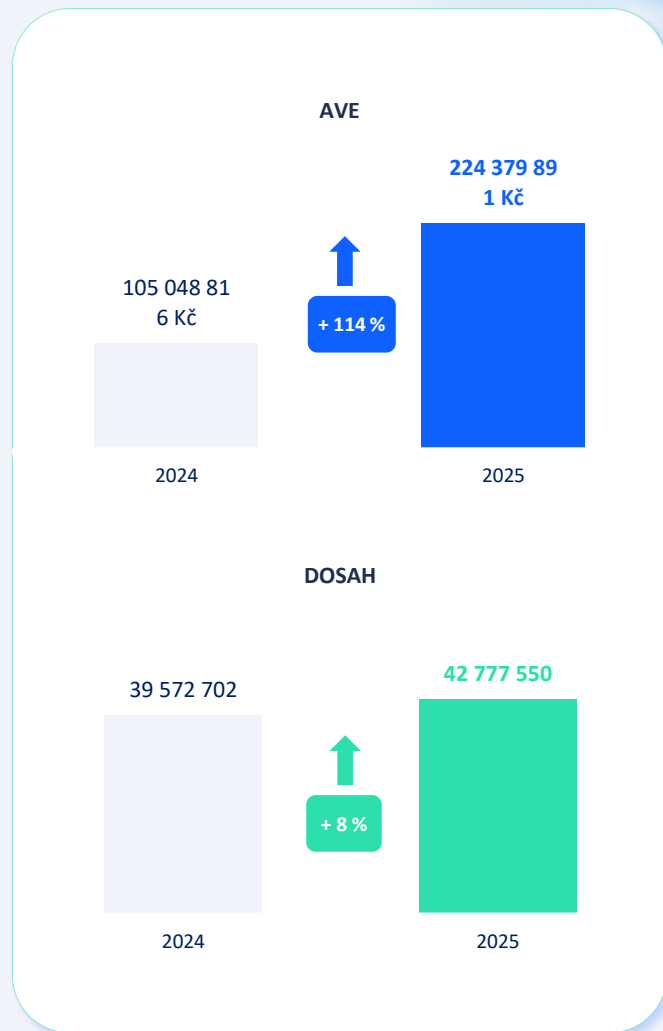
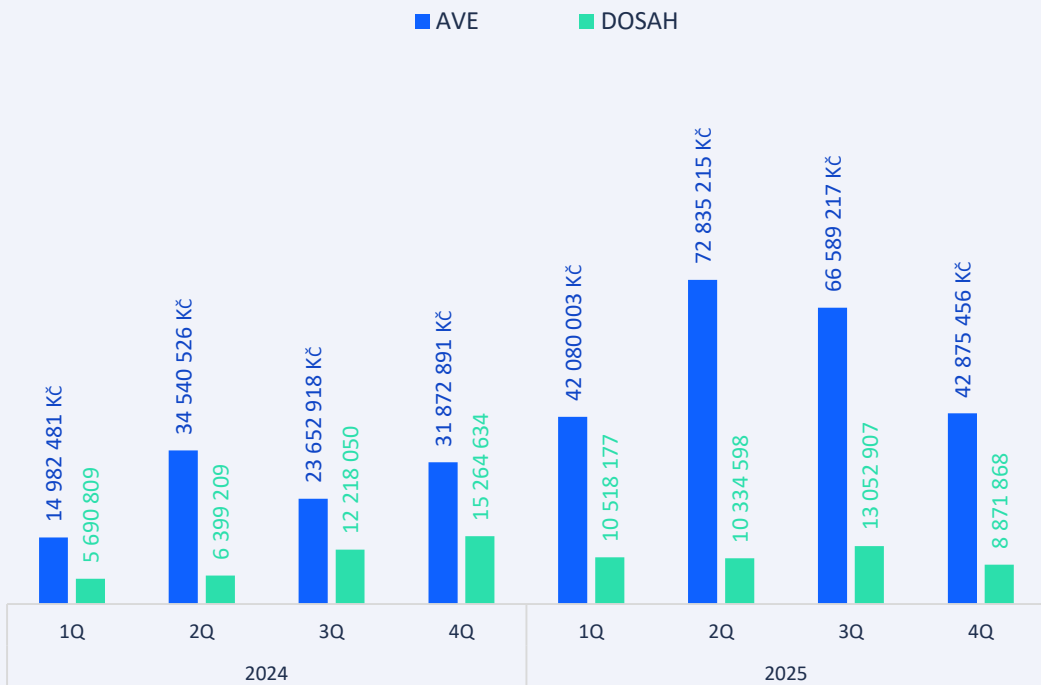


MEDIÁLNÍ DOPAD | GRP



# MEZIROČNÍ POROVNÁNÍ

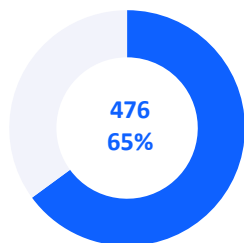
AVE A DOSAH



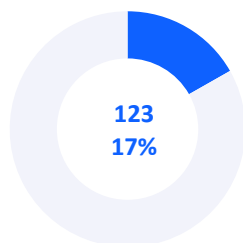
# OBJEM MEDIALIZACE

POČET VÝSTUPŮ

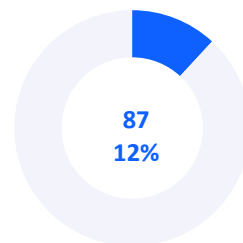
ONLINE



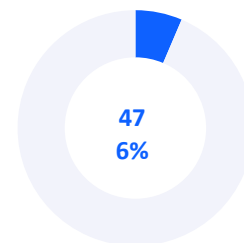
TISK



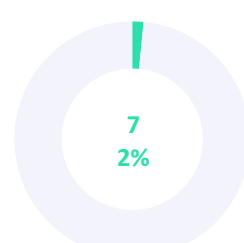
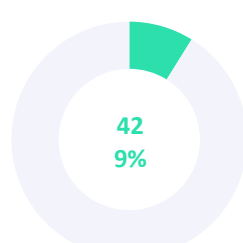
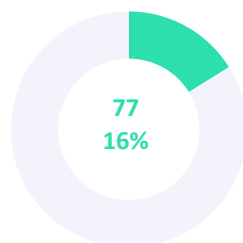
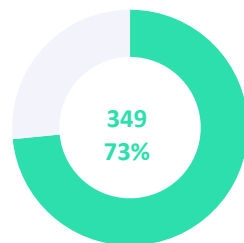
TELEVIZE



RÁDIO  
A PODCASTY



MEDIÁLNÍ DOPAD



# MEDIÁLNÍ DATA

	GRP	DOSAH	AVE (RAW)
ONLINE	349	31 412 179	4 659 412 Kč
TISK	77	6 915 467	33 009 173 Kč
TV	42	3 790 873	173 409 752 Kč
ROZHLAS	7	659 031	13 301 554 Kč
<b>Celkem</b>	<b>475 GRP</b>	<b>42 777 550</b>	<b>224 379 891 Kč</b>

# SENTIMENT

POZITIVNÍ

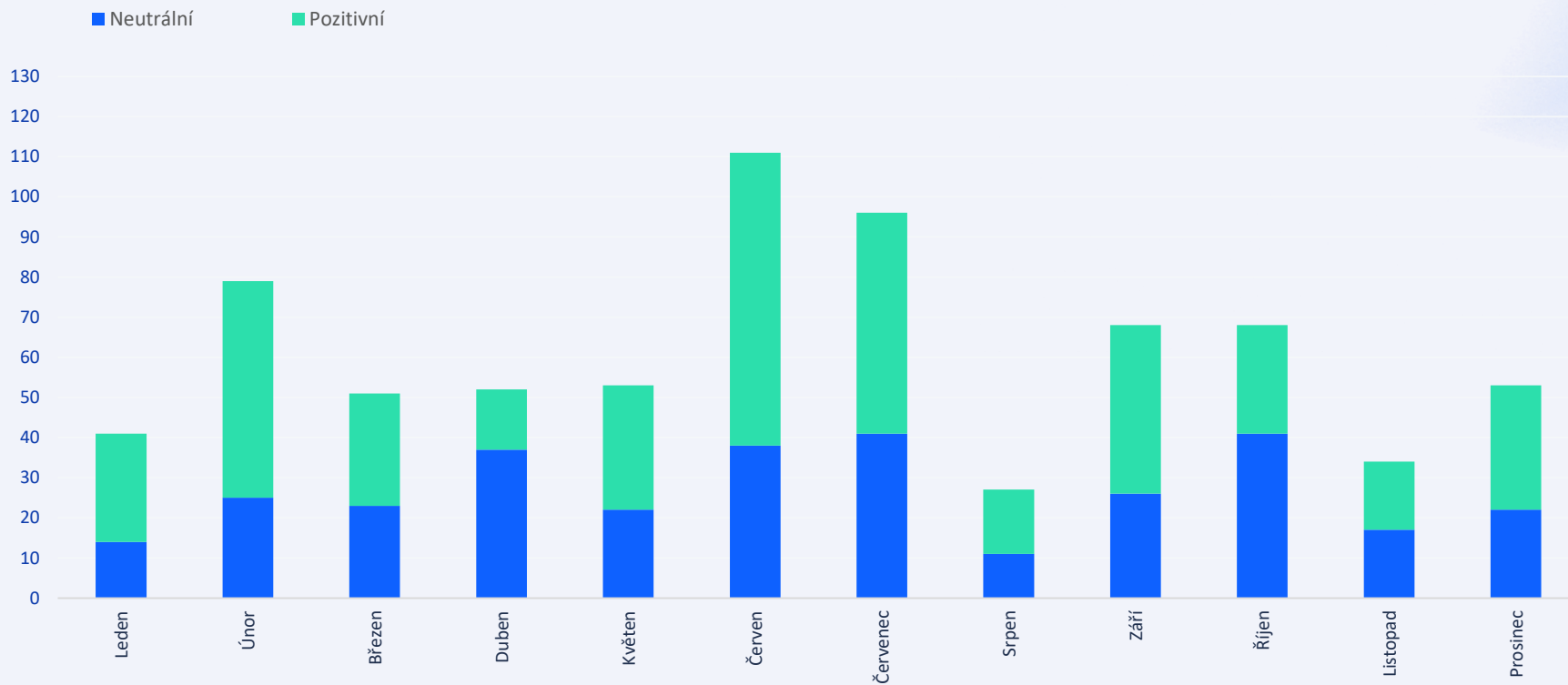
57 %

416 výstupů

NEUTRÁLNÍ

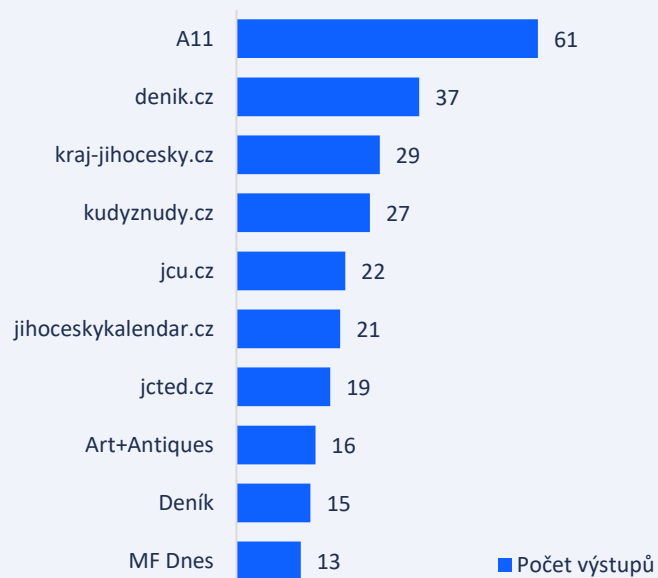
43 %

317 výstupů

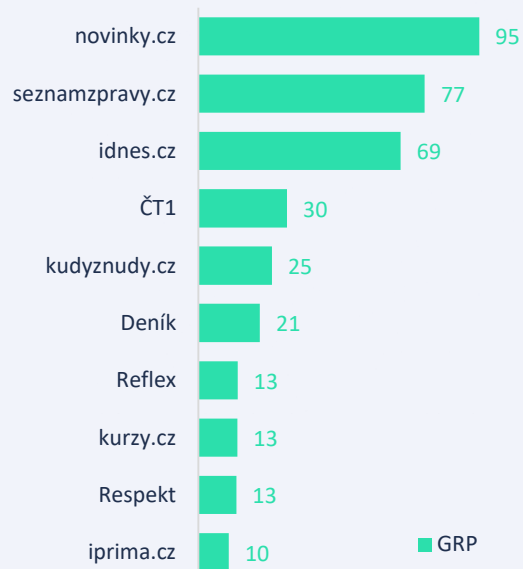


# TOP ZDROJE

## DLE POČTU VÝSTUPŮ



## DLE MEDIÁLNÍHO DOPADU



**6 %**

výstupů má v titulku Google

**31 %**

výstupů je z mainstreamových zdrojů

# TOP ČLÁNKY

## DLE MEDIÁLNÍHO DOPADU

Náš REGION	Alšova jihočeská galerie restauruje Doudlebskou archu z 15. století
kudyznudy.cz	Alšova jihočeská galerie v Českých Budějovicích – ve výstavbě
Kam po Česku	Alšova jihočeská galerie zve na jarní sezónu na Hluboké
Právo	Alšova galerie v Hluboké chystá na léto dvě výstavy
denik.cz	Alšova jihočeská galerie v Hluboké zahájila sezonu, vystavuje díla tří malířů
jcu.cz	Alšova jihočeská galerie a Pedagogická fakulta JU uzavřely smlouvu o spolupráci
jcted.cz	Alšova jihočeská galerie získala cenu za výstavní projekt Belvedere na Hluboké – Let It Grow Again

Mezi top články podle mediálního dopadu byly vybrány články, které mají nejvyšší GRP a zároveň v titulku zmiňují značku.

## DLE POČTU INTERAKCÍ

novinky.cz	Kde se v Česku žije nejlíp? Praha v žebříčku hluboce propadla
patriotmagazin.cz	Galerie výtvarného umění Ostrava bude půl roku zavřená. Co všechno se v ní změní?
denik.to	Konejme dobro, pomáhejme potřebným, ale...
jcted.cz	Architekti ukázali v Týně návrh na novou čtvrť Blanice. Lidé ze sousedních Hlinek připomněli své problémy
novinky.cz	2025: Nejočekávanější výstavy
jcted.cz	Spisovatel Jan Štífler: Nejvíc se budou ptát, až tady nebude nikdo, kdo by dokázal odpovědět...
seznamzpravy.cz	Nejlepší výstavy podzimu: tipy na galerie po celé republice

Mezi top články podle počtu soc. interakcí byly vybrány články, které získali nejvyšší počet interakcí u článků (likes).

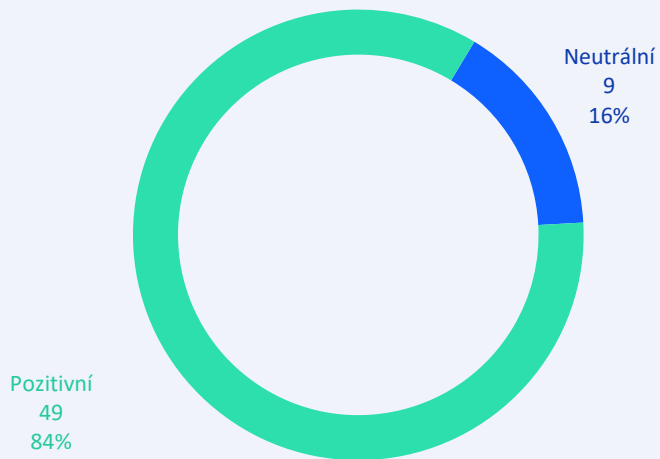
# MEDIALIZACE VÝSTAVY

Maria Bartuszová | Malé prázdno plné  
malého nekonečného vesmíru

VÝSTAVA

# ZÁKLADNÍ VÝSLEDKY

SENTIMENT



POČET VÝSTUPŮ

**58**

MEDIÁLNÍ DOPAD (GRP)

**21**

AVE (Kč)

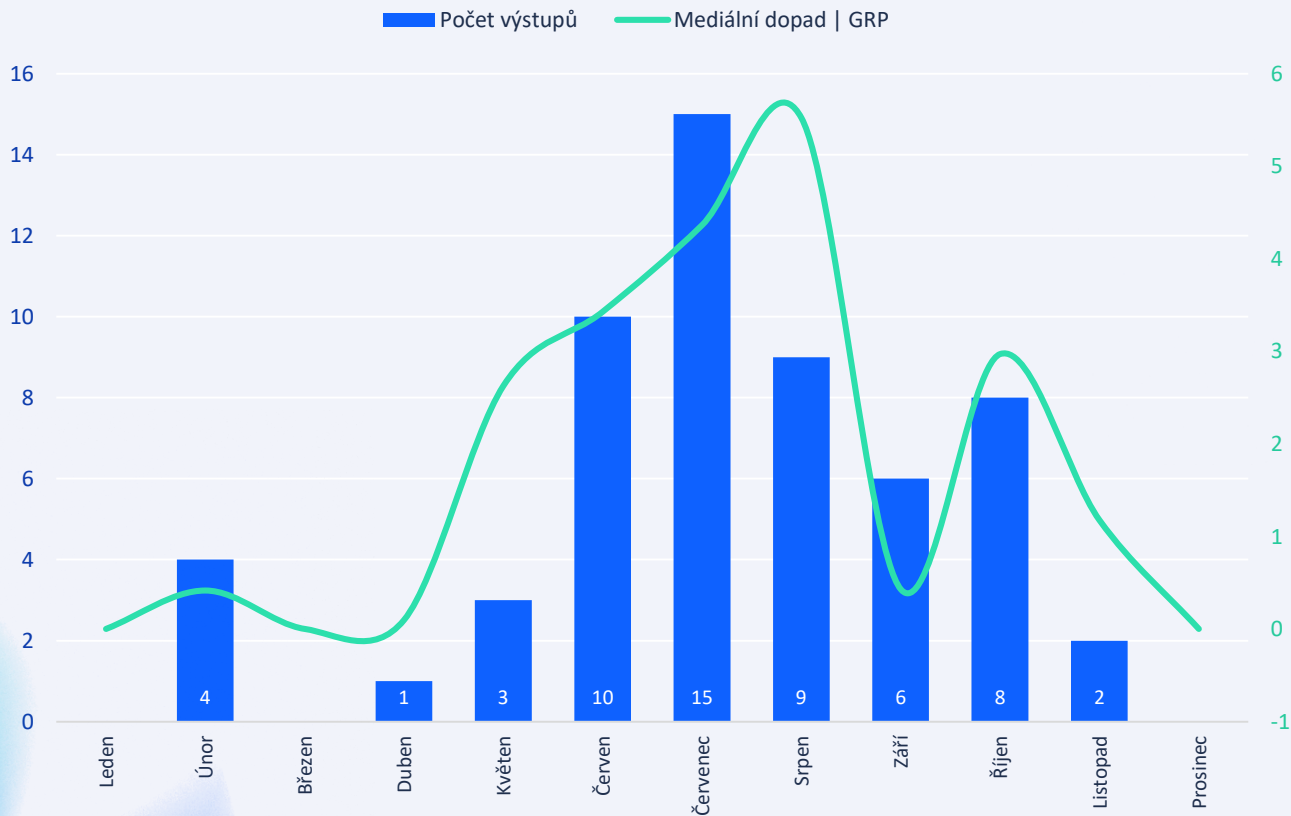
**10 377 364**

DOSAŽ (počet lidí)

**1 892 826**

VÝSTAVA

# VÝVOJ MEDIALIZACE



58

VÝSTUPŮ



7,9 %

Z CELKOVÉ MEDIALIZACE

VÝSTAVA

# TOP VÝSTUPY

## DLE MEDIÁLNÍHO DOPADU

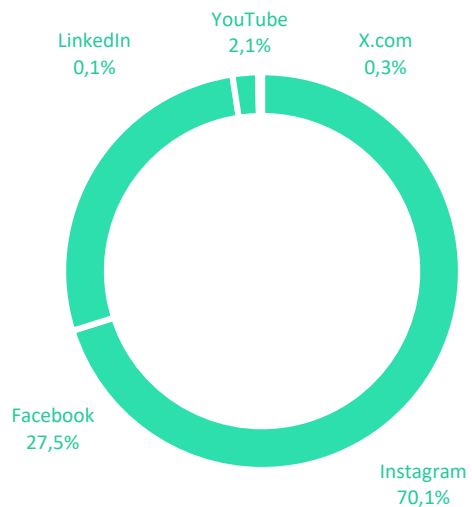
<a href="https://zpravy.kurzy.cz">zpravy.kurzy.cz</a>	Zprávy z jižních Čech: Hluboká nad Vltavou hostí první velkou českou výstavu sochařky Márie Bartuszové
<a href="https://kudyznudy.cz">kudyznudy.cz</a>	Maria Bartuszová – Malé prázdno plné malého nekonečného vesmíru
<a href="https://reflex.cz">reflex.cz</a>	Malé křehké nekonečno: Česká premiéra sochařky Marie Bartuszové na Hluboké
<a href="https://respekt.cz">respekt.cz</a>	Výstava týdne: Procházka díly Márie Bartuszové na Hluboké připomíná cestu živým organismem
Právo	Malé prázdno uvidíte v jízdnárně
<a href="#">Kam po Česku</a>	Letní sezona v AJG na Hluboké láká třemi výjimečnými výstavními projekty
MF Dnes	Premiéra autorky Galerie na Hluboké představuje díla Bartuszové

# SOCIÁLNÍ SÍŤ

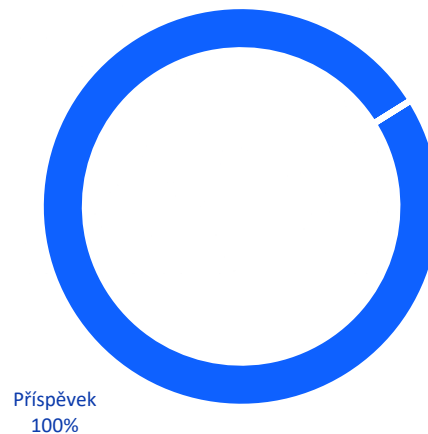
SOCIÁLNÍ SÍŤ

# ZÁKLADNÍ VÝSLEDKY

POČET ZMÍNEK PODLE SOCIÁLNÍ SÍŤE



POČET ZMÍNEK PODLE TYPU ZMÍNKY



SOCIÁLNÍ SÍŤ

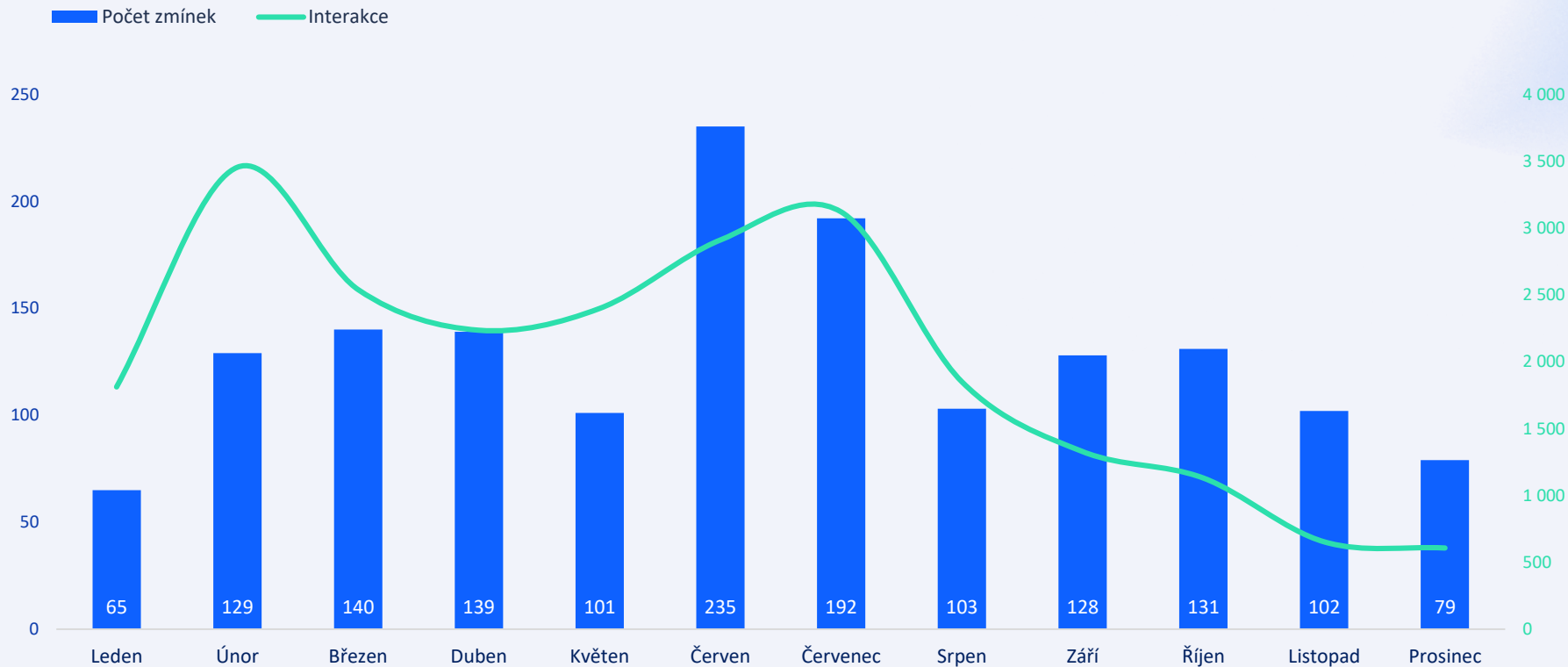
# VÝVOJ ZMÍNEK V ČASE

POČET ZMÍNEK

**1 544**

POČET INTERAKCÍ

**24 042**



SOCIÁLNÍ SÍŤE

# PŘEHLED VÝSLEDKŮ

FACEBOOK		INSTAGRAM		YOUTUBE		X		LINKEDIN	
Zmínky	424	Zmínky	1 083	Zmínky	32	Zmínky	4	Zmínky	1
Příspěvky	424	Příspěvky	1 083	Příspěvky	32	Příspěvky	4	Příspěvky	1
Komentáře	-	Komentáře	-	Komentáře	-	Komentáře	-	Komentáře	-
Retweet	-	Retweet	-	Retweet	-	Retweet	-	Retweet	-
Interakce	12 068	Interakce	11 898	Interakce	18	Interakce	24	Interakce	34
Likes	10 813	Likes	11 606	Likes	18	Likes	21	Likes	-
Komentáře	247	Komentáře	292	Komentáře	-	Komentáře	-	Komentáře	-
Sdílení	1 008	Sdílení	-	Sdílení	-	Sdílení	-	Sdílení	-
Retweet	-	Retweet	-	Retweet	-	Retweet	3	Retweet	-
Zhlédnutí	-	Zhlédnutí	-	Zhlédnutí	-	Zhlédnutí	-	Zhlédnutí	-

# VLASTNÍ PROFIL

**1 235**

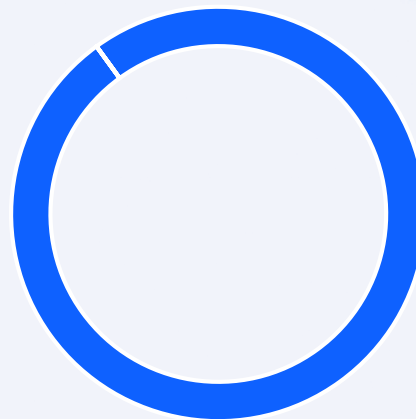
Zmínek\*

**18 857**

Interakcí

**2,6 IS**

Influence score\*\*



Příspěvek  
100%

## TOP PŘÍSPĚVKY DLE SOCIÁLNÍ INTERAKCE

Interakce

Honza Dědek vás zve na výstavu, která vám nedá spát. 🎧 👁️ Objevte tváře, které se z myslí Jiřího Davida ...	861
📢 Představujeme Volavku – velkoformátovou grafiku Jana Vičara. 🗣️ 🚩 FR Dílo s názvem Volavka (z cyklu HOLD), vzniklo během ...	486
Projděte se Krajinou duše, která víc než konkrétní místo odráží nitro toho, kdo ji maloval. 🖼️ Dílo Siegfrieda Herze k ...	390
V krámku přes ulici náhodou narazil na dílo Pravoslava Rady. A byla to láska na první pohled. ❤️ 💧 Jak ...	384
Dosud největší výstava obrazů jedné z vůdčích osobností současného českého umění je tady. 🎨 Jiří David představí v Alšově jihočeské ...	323

\*Počet příspěvků publikovaných na vlastních profilech AJG – FB, IG, Twitter/X.

\*\*Skóre vlivu (Influence Score) je číslo (od 1 do 10) vypočítané pro každou zmínku ze sociálních médií. Jeho hodnota je primárně založená na dvou parametrech: jak pravděpodobné je, že daná zmínka bude vidět, kolikrát byla zmínka zobrazena, sdílěna nebo retweetována.

Mediální analýza je strukturovaná a přehledná analýza obrazu, který média vytvářejí o daném tématu nebo problému v určitém časovém období. Mapuje obsah, tematickou a časovou strukturu mediálního pokrytí daného tématu během určitého období ve vybraném vzorku médií. Mediální analýzy odhalují hlubší souvislosti, zdůrazňují trendy, potvrzují nebo vyvracejí hypotézy, poskytují kvantitativní a kvalitativní informace a usnadňují strategické rozhodování.

#### AVE

Koeficient AVE (Advertising Value Equivalent) představuje finanční hodnocení mediálních aktivit. Odpovídá tomu, kolik by prostor získaný obsahem stál z hlediska reklamního prostoru podle ceníku daného média.

Pro strojový výpočet AVE používáme následující proměnné:

jednotková cena reklamy v daném médiu (např. cena za standardní stránku v tisku / 1 sekundu vysílání v televizi nebo rozhlas)

velikost článku v tisku / délka reportáže v televizi nebo rozhlas

#### MEDIÁLNÍ DOPAD

Mediální dopad má za cíl poskytnout přesnější obraz o sledované entitě než absolutní počet článků, a odráží tak, jak je vnímána nejširším publikem posluchačů, diváků a čtenářů. Vychází především z počtu čtenářů (tisk), posluchačů (rozhlas), diváků (televize) a měsíční návštěvnosti webových stránek (online). Měrnou jednotkou mediálního dopadu jsou body GRP (Gross Rating Points), přičemž jeden bod GRP odpovídá jednomu procentu slovenské populace ve věku 15 a více let, tj. skupině 45 000 čtenářů, posluchačů nebo diváků, které mohl oslovit publikovaný článek. Čtenář, který mohl přečíst více než jeden článek, se počítá vícekrát.

#### DOSAH

Dosah médií je počet jedinečných osob (uživatelů, čtenářů), které mohly vidět obsah médií. K výpočtu dosahu médií se například používá celkový počet čtenářů tištěných médií nebo počet uživatelů webových stránek za den.

#### SOV

Share of voice (SOV) je měřítkem podílu značky na mediálním trhu ve srovnání s jejími konkurenty. Slouží jako měřítko viditelnosti značky a míry, do jaké dominuje konverzácím v daném odvětví. Čím větší je její podíl na trhu, tím větší je její popularita a autorita mezi potenciálními zákazníky.

#### SENTIMENT

Tonalitu hodnotíme ve dvou krocích. V prvním kroku věnujeme pozornost výslovným prohlášením autora, jeho postoji k dané otázce a jasně vyjádřeným preferencím. Ve druhém kroku hodnotíme tón příspěvku očima běžného čtenáře nebo posluchače, který nemá žádné specifické znalosti o daném tématu, a hodnotíme dojem, který v něm příspěvek zanechal po přečtení, zhlédnutí nebo poslechu. Jednotlivé příspěvky jsou vždy hodnoceny samostatně. Zároveň je vždy sledován tón vůči posuzovanému tématu.

Pozitivní – ocenění, úspěchy, chvála, pozitivní vyjádření, projekty v oblasti CSR nebo charitativní projekty, inovace, zlepšení, pozitivní výsledky

Negativní – kritika směřovaná přímo na sledovaný subjekt

Neutrální – informativní, nestranný názor

Ambivalentní – příspěvek obsahuje jak chválu, tak kritiku.

**mediaboard**