UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH STUDIÍ

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Vztah vlastnictví a zpravodajských obsahů. Kvantitativní obsahová analýza bilancí let 2019 a 2020 v českých médiích

Diplomová práce

Autorka práce: Kateřina Bláhová, B.A.

Vedoucí práce: PhDr. Jan Křeček, Ph.D.

Studijní program: Mediální studia

Rok obhajoby: 2021

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 4. května 2021 Kateřina Bláhová, B.A.

Bibliografický záznam

BLÁHOVÁ, Kateřina. Vztah vlastnictví a zpravodajských obsahů. Kvantitativní obsahová analýza bilancí let 2019 a 2020 v českých médiích. Praha, 2021. 98 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jan Křeček, Ph.D.

Rozsah práce: 149 233 znaků včetně mezer.

Anotace

Tato diplomová práce zkoumá vztah zpravodajského obsahu a vlastníků vydavatelství tištěných a online médií v České republice. Na základě kvantitativní obsahové analýzy je 732 hodnotících zmínek v bilančních článcích uplynulých let 2019 a 2020 podrobeno korespondenční analýze založené na Pearsonově chi-kvadrát testu kategoriálních proměnných. Celkem je zkoumáno pět největších vydavatelství tištěných médií v České republice. Všechny tyto mediální domy jsou vlastněny českými miliardáři, kteří podle definice Václava Štětky mohou být označeni jako oligarchové. Analýza prokázala u tří z pěti vydavatelských domů statisticky signifikantní indicie ke vlivu vlastníků na zpravodajský obsah. Diplomová práce se zabývá také fenoménem oligarchizace médií a s ní spojenými hrozbami pro demokratické systémy v zemích střední a východní Evropy.

Annotation

This master's thesis explores the relationship between news content and owners of print and online media publishers in the Czech Republic. Based on a quantitative content analysis, the study subjects 732 evaluative mentions in the year in review articles on 2019 and 2020 to a correspondence analysis based on Pearson's chi-square test of categorical variables. In examines five largest print media publishers in the Czech Republic. All these media houses are owned by Czech billionaires or oligarchs - as defined by Václav Štětka. The analysis showed statistically significant indications of the influence of owners on news content in three of the five publishing houses. The study also explores the phenomenon of media oligarchisation and associated threats to democratic systems in the Central and Eastern Europe.

Abstrakt

Tato diplomová práce zkoumá vztah zpravodajského obsahu a vlastníků vydavatelství tištěných a online médií v České republice. V posledním desetiletí podléhá česká mediální scéna fenoménu zvaný oligarchizace, kdy dříve převážně zahraniční vlastníky postupně nahradili domácí mediální magnáti podnikající i v jiných odvětvích než v médiích. Teoretická část práce se věnuje oligarchizaci médií v zemích střední a východní Evropy a s ní spojeným hrozbám pro kvalitu žurnalistiky a demokracii jako takovou.

V empirické části práce je provedena kvantitativní obsahová analýza bilančních článků uplynulých let 2019 a 2020, které vyšly v tištěných médiích pěti největších mediálních domů. Jednotkou pro analýzu je hodnotící zmínka, tedy pouze část bilančního článku, věnující se jedné události, osobnosti nebo trendu. Výsledná data byla testována nejen prostou analýzou relativní četnosti, ale jsou podrobena i Pearsonově Chí-kvadrát testu. Ten zkoumá vztahy kategoriálních proměnných. Následně byla provedena korespondenční analýza zaměřená na nejvýraznější asociace mezi mediálními domy a jednotlivými proměnnými.

Z výsledků analýzy vyplynulo, že bilanční články u tří z pěti zkoumaných vydavatelství vykazují známky předpokládaných politických nebo ekonomických zájmů vlastníků. Nad rámec tohoto zjištění výsledky analýzy přinesly i dílčí indicie pro vliv vlastníků u zbylých dvou mediálních domů. Diplomová práce se nezabývá vnitřními mechanismy redakcí ve vlastněných médiích. Tituly jednotlivých mediálních domů pojímá jako černé skříňky a zkoumá pouze vstupy (předpokládanými zájmy vlastníků) a výstupy (bilančními články).

Abstract

The empirical part offers a quantitative content analysis of year in review articles on 2019 and 2020. These articles were published in print and online newspapers in the five main media houses. The coding unit for analysis is an evaluative mention, i.e. only one part of each article, dedicated to a single event, name or trend. The resulting data is tested by a simple analysis of relative frequency, and is also subjected to Pearson's chi-square test. This latter examines the relationships of categorical variables. Subsequently, a correspondence analysis focuses on the most significant associations between media houses and variables of the analysed articles.

The results of the analyses indicated that three of the five examined publishers showed signs of the presumed political or economic interests of the owners. The analysis also resulted in part-indications for the influence of the owners of the remaining two media houses.

The study does not address internal mechanisms of the editorial board in those proprietary media. It considers the media titles of individual publishing houses as black boxes and merely tests input (presumed interests of the owners) and output (year in review articles).

Klíčová slova

autocenzura novinářů, bilanční články, kvantitativní obsahová analýza, oligarchizace, oligarchové, objektivita médií, nezávislost médií, pluralita, tištěná média, vlastnictví médií, vliv vlastníků na mediální obsah, vyváženost

Keywords

balance in news, quantitative content analysis, media independence, media objectivity, media ownership, oligarchisation, oligarchs, owners' influence on media content, plurality, printed media, self-censorship of journalists, year in review articles

Název práce

Vztah vlastnictví a zpravodajských obsahů. Kvantitativní obsahová analýza bilancí let 2019 a 2020 v českých médiích.

Title

The Relationship Between Media Ownership and News Content. A Quantitative Content Analysis of Year In Review Articles on 2019 and 2020 in Czech Media.

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucímu práce PhDr. Janu Křečkovi, Ph.D. za velmi cenné rady a pozitivní přístup, který mi vždy dodal odvahu. Dále chci poděkovat svému partnerovi Václavovi za podporu a takřka bezbřehou trpělivost a v neposlední řadě babičkám Věře a Světle za jejich čas a za hlídání naší dcery Žofie, bez nichž by tato práce nemohla vzniknout.

Obsah

1 Úvod **3**

2 Objektivita a pluralita mediálního systému **4**
2.1 Měření objektivity 4
2.2 Pluralita mediálního systému 6

3 Oligarchizace médií **8**
3.1 Začátek transformace 8
3.2 Výzvy mladých demokracií 9
3.3 Vstup zahraničních vlastníků 10
3.4 Světová finanční krize 2008 10
3.5 Převzetí tuzemskými vlastníky 11
3.6 Pluralita mediálního systému v České republice 12
3.7 Exkurz: Hallin & Mancini versus země střední a východní Evropy 13

4 Výzkumné otázky **15**

5 Teoretický podklad k analýze **16**

6 Bilanční články jako materiál pro analýzu **17**

7 Metodika a data **18**
7.1 Výběrový soubor obsahů 18
7.2 Definice kódovací jednotky 18
7.3 Zkoumaný vzorek 20
7.4 Kódování – Proměnné a jejich hodnoty 20
7.4.1 Vydavatel 20
7.4.2 Médium 20
7.4.3 Obrázek 21
7.4.4 Politické stanovisko 22
7.4.5 Politická orientace 24
7.4.6 Ladění 24
7.4.7 Rámec 25
7.4.8 Téma 25
7.4.9 Domácí/Zahraniční 26
7.5 Metodika analýzy 26
7.6 Standardy vědecké metody 28

8 Případová studie Empresa Media a.s. **30**

9 Vydavatelství a jejich majitelé **33**
9.1 Czech News Center a.s. . . . 33
9.1.1 Hypotézy . . . 36
9.2 MAFRA a.s. . . . 36
9.2.1 Hypotézy . . . 37
9.3 Vltava Labe Media a.s. . . . 37
9.3.1 Hypotézy . . . 39
9.4 Borgis a.s. . . . 39
9.4.1 Hypotézy . . . 40
9.5 Economia a.s. . . . 40
9.5.1 Hypotézy . . . 42

10 Operacionalizace hypotéz **43**

11 Vyhodnocení hypotéz **45**
11.1 Vliv Daniela Křetínského na zpravodajství pod Czech News Center 45
11.2 Vliv Andreje Babiše na zpravodajství pod vydavatelstvím MAFRA 52
11.3 Vliv Marka Dospivy na zpravodajství pod vydavatelstvím Vltava Labe Media . . . 56
11.4 Vliv Zdeňka Porybného a Iva Lukačoviče na zpravodajství pod vydavatelstvím Borgis a Seznam.cz . . . 60
11.5 Vliv Zdeňka Bakaly na zpravodajství pod vydavatelstvím Economia 63
11.6 Srovnání vydavatelství . . . 68
11.6.1 Vztah vydavatelství – politické stanovisko . . . 69
11.6.2 Vztah vydavatelství – politická orientace . . . 69
11.6.3 Vztah vydavatelství – ladění . . . 71
11.6.4 Vztah vydavatelství – rámec . . . 73
11.6.5 Vztah vydavatelství – téma . . . 73
11.7 Výsledek testování hypotéz . . . 75

12 Omezenost výzkumu **76**

13 Závěr a vyhodnocení výzkumných otázek **77**

14 Odchýlení od teze diplomové práce **79**

15 Summary **80**

16 Seznam příloh **81**

17 Zdroje **82**
17.1 Literatura . . . 82
17.2 Online zdroje . . . 84

Seznam obrázků **96**

Kapitola 1

Úvod

Česká republika se propadá v hodnocení novinářské svobody i plurality médií. Podle zprávy *Media Pluralism Monitor 2020* vykazují česká média vysoké riziko především v oblasti vlivů vlastníka na mediální obsah (Mediaguru, 7. 10. 2020). v indexu *World Press Freedom 2019* se česká mediální krajina v roce 2019 umístila na 40. místě na světě. Ještě v roce 2014 přitom zaujímala 13. místo. Český mediální trh neustále provázejí majetkové změny a změny vlastnických struktur. Z českého mediálního trhu v posledních letech odešli další zahraniční vlastníci a dochází ke koncentraci vlastnictví pod několik tuzemských mediálních magnátů, kteří mají nemalý ekonomický a politický vliv. Obavy o nezaujatost těchto médií jsou na místě. Záměrem této diplomové práce je prozkoumání vlivu vlastníků největších vydavatelství tištěných a online deníků na základě kvantitativní obsahové analýzy. Tato analýza bude vycházet z bilančních článků českého zpravodajství pro roky 2019 a 2020. Pokusím se najít indicie, které by mohly svědčit o přímém nebo nepřímém vlivu vlastníků médií na mediální obsah.

K tématu práce mě inspirovala osobní zkušenost. v roce 2015 jsem na poloviční úvazek psala pro časopis (tehdy týdeník) TÝDEN v kulturní redakci. Účastnila jsem se pravidelných redakčních schůzek a na vlastní kůži jsem zažila jaké to je, když majitel vydavatelství zasahuje do redakčních chodů, do obsahu článků a editoři se mu ze strachu podřizují. Během prvního měsíce v tomto zaměstnání jsem ztratila iluze o nezávislé novinářské práci.

Kapitola 2

Objektivita a pluralita mediálního systému

V následující části shrnu několik definic objektivity, se kterými jsem pracovala při definování proměnných a jejich hodnot potřebných pro kódování v kvantitativní obsahové analýze. Objektivita je problematický koncept. Teorie mediálních věd nabízí řadu definic, možnost jejich naplnění v praxi však často relativizuje. Díky tomu je obtížné objektivitu měřit nebo stanovit jednotný postup pro její zkoumání (Mediaguru, 17. 5. 2020, Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 5). Následující část se dále věnuje i principu *plurality mediálního systému*, který je rozhodující pro kvalitu médií.

2.1 Měření objektivity

Koncept objektivity se objevuje především v americké odborné literatuře a je spojován s ideálem americké žurnalistiky (Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 3, 5). Podle amerického teoretika Michaela Schudsona je objektivita představou, že oddělujeme fakta od hodnot (Schudson, 1978). Fakta jsou tvrzení o světě umožňující nezávislé potvrzení o pravdě. Hodnoty oproti tomu představují individuální vědomé a nevědomé preference. Z toho vyplývá, že objektivita spočívá v důvěře ve fakta a nedůvěře v hodnoty (Schudson, 1978).

V evropském kontextu je objektivita zastoupena spíše koncepty nestrannosti a vyváženosti (Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 3, 5). Na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy probíhá ve spolupráci s Newton Media grantový projekt *Vyváženost v rozhlasovém a televizním vysílání VyVy21.* v rámci tohoto projektu vytvořil Nečas a kol. *working papers*, ve kterých se věnuje pojmům *objektivita*, *vyváženost* a *nestrannost* (Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019). Cílem projektu je operacionalizace těchto pojmů a poskytnutí metodiky pro kvantitativní obsahové analýzy regulačním orgánům, vysílatelům a odborné veřejnosti (Mediaguru, 17. 5. 2020, Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 5).

Nečas a kol. ve *working papers* shrnují relevantní přístupy k měření objektivity a v následujících odstavcích si dovolím parafrázovat jejich výsledky. Jelikož metodou této diplomové práce je kvantitativní obsahová analýza, na jejímž základě budu porovnávat zpravodajství několika vydavatelských domů, rozhodla jsem zde shrnuté definice zohlednit při tvorbě proměnných (viz část Proměnné a jejich hodnoty).

Autoři rozdělují tři hlavní proudy dosavadního výzkumu, kdy se výzkumný tým snažil operacionalizovat koncepty *nestrannosti* a *vyváženosti*. První proud Nečas a kol. označuje jako *objektivita = faktičnost + nestrannost* a vychází z práce švédského politologa Jörgena Westerståhla (Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 5ff). Westerståhlův model měření objektivity je přítomen ve většině výzkumů zaměřených na objektivitu zpravodajství s větší či menší obměnou (Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 8). *Faktičnost* je podle Westerståhla založena na pravdivosti a relevanci. U relevance Westerståhl uvažuje nad důležitostí aktérů a dílčích témat pro jednu popisovanou událost nebo pro zpravodajství daného média jako celku. Druhou komponentu objektivity *nestrannost* Westerståhl definuje jako absenci stranění, popř. rovnováhu prostoru poskytnutého opozičním stranám, a neutrální prezentaci. Neutrální prezentace vylučuje zpracování zprávy, ze kterého by bylo patrné autorovo hodnocení události nebo autorovy osobní názory a preference (Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 7). Popsaná kritéria Westerståhl vzájemně váží a vypočítává číselnou hodnotu pro *objektivitu*.

Druhý způsob operacionalizace objektivity Nečas a kol. spojuje se skupinou autorů zastoupenou izraelskou mediální vědkyní Sandrine Boudanou a belgicko-nizozemskou dvojicí tvořenou mediálními vědci Daniëlle Raeijmaekersovou a Pieterem Maeseelem. Navrhované definice těchto autorů představují nejčastější vymezení pojmu *objektivita* v evropském prostředí. Tento proud Nečas a kol. označuje jako *objektivita = nestrannost + vyváženost* (Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 8). Koncept *nestrannosti* je zde vysvětlený jako absence stranění, tedy jako vyváženost opozičních stran. Nečas a kol. uvádí, že podle Boudany *absence stranění* a *vyváženost* nedostačují, protože nezachycují různé formy předpojatosti. Nezachycují *pozitivní stranění*, *negativní stranění*, *pozitivní vyváženost* (falešný dojem, že pravda je někde uprostřed), *negativní vyváženost* (novinář svá vlastní negativní hodnocení A vyvažuje dodáním negativního hodnocení B) a *zaujatou vyváženost* (vyváženost negativních a pozitivních charakteristik pouze jednoho z aktérů) (Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 9).

Dvojice Raeijmaekers a Maeseele definují *vyváženost* jako spravedlivé, ke všem otevřené a harmonické referování o různých společenských skupinách a tématech (Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 10). Podle nich má kvantitativní obsahová analýza zkoumat, zda je oběma zúčastněným stranám věnována přibližně stejná pozornost.

Boundana i Raeijmaekers a Maeseele podle Nečase a kol. konstatují, že předpoklad vyváženého zpravodajství zrcadlící názorovou rozmanitost ve společnosti je v základu pomýlený a chybný (Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 10).

Třetí a zároveň poslední proud představuje rovnice *objektivita = nestrannost = vyváženost*. Výzkum objektivity se zde přesouvá ke konceptu *nestrannosti* (Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 10ff). Hlavní problém měření prostoru poskytnutého opozičním politickým názorům spočívá v předpokládané dichotomii sporné problematiky. Na problém je možno pohlížet z více než dvou stran a jeden názor nemusí být opakem jiného názoru. Umělá dichotomie vytváří zpravodajství plné konfliktů a kontroverzí (Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 11). Kromě toho strany či názorové skupiny nemají vždy stejnou váhu. Dalším problémem je, že novináři spoléhají na hlasy elitních aktérů. Ti pak mají moc určovat, jak bude téma pojednáváno a rámcováno. Takové zpravodajství re-

produkuje mocenské struktury (Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 11).

Ke třetímu proudu operacionalizace objektivity patří podle Nečase a spol. typologie mediálních vědců Pippy Norrisové a Davida Sanderse. Ta rozděluje způsoby uplatňování požadavku na *vyvážené* zpravodajství. Prvním způsobem je tzv. *stop-watch balance*, tedy rovnocenné zastoupení politických stran ve zpravodajství, kdy větší prostor odpovídá déle trvající pozornosti. Dalším způsobem je *directional balance*, tedy přítomnost hodnotících prvků ve zpravodajství. *Vyváženost* v tomto případě spočívá v rovnoměrném zastoupení kritických a souhlasných referencí o jednotlivých stranách. Poslední a třetí způsob je *agenda balance*, tedy požadavek vyváženého zastoupení témat ve zpravodajství. Tento požadavek je zdůvodněn tím, že politické strany jsou spojovány s určitými oblastmi či tématy. Vyšší zastoupení určitých témat může vést ke zvýhodnění stran, které jsou s těmito tématy spojovány (Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 12ff). Výsledky analýzy Norrisové a Sanderse ukazují, že největší vliv na politické preference diváků nebo čtenářů má porušování *directional balance* ve zpravodajství (Norrisová a Sanders v Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 13). *Stop-watch balance* má podle nich naopak nejmenší vliv. Je to však nejsnáze proveditelný způsob měření (Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 13).

Problémem všech tří proudů operacionalizace objektivity je, že koncepty *nestrannosti* a *vyváženosti* jsou definovány za použití dalších konceptů a naráží tím na samou problematiku pozitivistického poznání (Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler, 2019: s. 5).

Proměnné a pravidla kódování proměnných v této práci se nejvíce blíží třetímu proudu, konkrétně způsobu vyváženosti nazvanému *directional balance*. Posuzuji *politické stanovisko*, *ladění* a *rámec* kódovací jednotky podle pozitivních nebo negativních hodnotících prvků. Zároveň si všímám i prostoru, který pozitivní nebo negativní hodnocení dostává. Částečně tedy vycházím i z principu *stop-watch balance*, pokud logiku tohoto přístupu převedu z vysílacích na tištěná média. Proměnným se podrobně věnuji v části 7.4.

2.2 Pluralita mediálního systému

Kromě *nestrannosti* existuje ještě druhé kritérium kvality médií, které se dotýká mediálního systému jako celku a které považuji za teoreticky relevantní k výzkumnému cíli této diplomové práce. v *Teorii masové komunikace* Denis McQuail rozlišuje dva antagonické modely mediálního systému: *dominantní* a *pluralitní* (McQuail, 2003: s. 93). *Dominantní* model pojímá média jako instituce podřízené jiným institucím, které jsou vzájemně propojeny. Ovládá je jedna dominující elita. Výsledkem tohoto modelu je jeden dominantní názor na svět upevňující moc této vládnoucí elity. Vlastnictví médií je koncentrované, publikum je pasivní a závislé. Účinky médií jsou tím pádem silné a utvrzují nastavený pořádek. *Pluralitní* model mediálního systému je protikladem dominance. Je založen na demokratické kontrole, velkém množství vzájemně nezávislých médií, nepředvídatelnosti a na disperzním, vybíravém a reaktivním publiku (McQuail, 2003: s. 93).

Názorově rozmanitý mediální systém nazývá Beata Klimkiewicz *strukturálním pluralismem médií* (Klimkiewicz, 2009: s. 43). Tento princip byl základním pilířem

v 90. letech 20. století, kdy se v transformačních zemích střední a východní Evropy začínaly utvářet nové demokracie a bylo zapotřebí normativního rámce pro regulaci médií a mediálního vlastnictví (Klimkiewicz, 2009: s. 46). Princip *strukturálního pluralismu médií* je podle Klimkiewiczové založen na existenci široké škály mediálních produktů, organizací a služeb, které odrážejí různé úhly pohledu, uznávají rozmanitá kulturní zastoupení a nabízejí mnoho způsobů interakce a využití. Základ těchto nároků na mediální systém spočívá v různorodém vlastnictví médií (Klimkiewicz, 2009: s. 46).

Vztah koncentrace mediálního vlastnictví a plurality mediálního systému představuje složitý problém pro mediální politiku Evropské unie. Pluralita médií je hlavním cílem pro mediální průmysl v Evropě, jelikož úzce souvisí s kvalitou demokracie a možnostmi participace, stejně jako s podmínkami pro sociální soudržnost a kulturní rozmanitost (Peruško, 2010). Pluralita médií je ohrožena koncentrací vlastnictví médií na mediálních trzích na národní, regionální a globální úrovni (Peruško, 2010). Peruško ve své studii *The Link That Matters: Media Concentration and Diversity of Content* dokazuje negativní souvislost mezi koncentrací vlastnictví médií a pluralitou mediálního systému (Peruško, 2010).

Kapitola 3

Oligarchizace médií

Od roku 1989 určovala strukturální vývoj mediálních systémů v postkomunistických zemích politická, ekonomická a sociální transformace (Klimkiewicz, 2009: s. 44, Jirák a Köpplová, 2009: s. 73). Tato kapitola shrnuje zásadní změny ve vlastnických strukturách médií v posledních desetiletích a vysvětluje, proč média v zemích střední a východní Evropy (dále CEE) v současnosti podléhají fenoménu zvaný *oligarchizace*.

3.1 Začátek transformace

Restrukturalizace médií byla v prvních letech po pádu komunismu založena na ideálech plurality médií (Klimkiewicz, 2009: s. 43, Jirák a Köpplová, 2009: s. 73). Pluralita médií byla uznána jako ústřední pilíř předpisů regulujících veřejnoprávní i soukromá média. Česká republika na rozdíl od zbytku CEE zavedla dva různé zákony pro soukromá a veřejnosprávní média zvlášť (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011: s. 369ff, Klimkiewicz, 2009: s. 46). Veškeré zákony pro oblast médií napříč zeměmi CEE řadily mezi hlavní povinnosti provozovatelů závazek k rozmanitému programovému obsahu a pluralitě informací a názorů (vyváženosti). Normativní ideál plurality médií vycházel ze dvou předpokladů. Prvním bylo dosažení úplné nezávislosti jak na státní, tak na stranické politice, druhý vycházel z částečné nezávislosti na tržních mechanismech prostřednictvím duálního systému financování veřejnoprávních médií (Klimkiewicz, 2009: s. 46).

Spíše než na důkladně vypracovanou legislativu se však země CEE po pádu předchozích režimů zaměřovaly především na deregulaci. Salovaara a Juzefovics (2012: s. 764ff) definují strukturální vlivy, jež formovaly vlastnictví médií po roce 1989. Jedním z vlivů je deregulace vlastnictví a pojetí provozu médií jako svobodného podnikání. Počátek transformace totiž provázela silná averze vůči regulaci médií, která byla považována za součást socialistické minulosti (Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 765, Klimkiewicz, 2009: s. 44). Došlo k širokému konsensu, že nejlepší mediální politikou bude „neviditelná ruka trhu“ jako dokonalá regulátorka a záruka plurality médií a rozmanitosti obsahu (Klimkiewicz, 2009: s. 45, Herrero et al., 2017: s. 4802). Některé instituce byly zavedeny příliš brzy (komerční televize), zatímco jiným nebyl poskytnut dostatek času na restrukturalizaci (veřejnosprávní média). Některé zákony a regulace se po zavedení ukázaly jako předčasné (privatizace tisku), zatímco jiné byly neúplné (zejména právní ujednání týkající se vlastnictví tisku) (Klimkiewicz, 2009: s. 44, Herrero

et al., 2017: s. 4802). Řada rysů a institucí nově zavedených mediálních systémů v zemích CEE byla „vypůjčena“ ze západoevropského mediálního prostředí. Například duální systém vysílání nebo klíčové instituce, jakými jsou veřejnoprávní média a jejich dozorčí orgány (Klimkiewicz, 2009: s. 45, Dobek-Ostrowska v Hallin, Mancini, 2012: s. 32).

Lepší definici zákonů pro oblast médií nepřinesla ani snaha zemí CEE o přijetí do Evropské unie. Od roku 1998 Evropská komise pravidelně hodnotila naplnění kritérií pro členství v EU. Vydávala k tomuto účelu výroční monitorovací zprávy. Otázky plurality a vlastnictví médií však nebyly při hodnocení vyspělosti kandidátských zemí zohledňovány. Tato kritéria měla být pokryta kritérii politickými, a to svobodou projevu, lidskými právy a ochranou menšin (Klimkiewicz, 2009: s. 47, s. 59).

3.2 Výzvy mladých demokracií

Koncepce plurality a vlastnictví médií je často zpochybňována, jelikož mediální systémy zemí CEE čelí neustále novým empirickým situacím (Klimkiewicz 2009: s. 59). Pro fungování demokratického systému a prosazování demokratických hodnot hrají zásadní roli dobře fungující média, a to především ta tištěná (Šplíchal v Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 764). v mladých demokraciích spočívá jejich poslání v obhajobě demokratických postupů a řádné správy věcí veřejných, obhajobě právního státu a ústavnosti, rozvoji občanské společnosti, v ochraně nových demokratických institucí, stejně jako v hodnocení nedovoleného jednání starých a nových elit, národní minulosti a v přispívání k národní integraci (Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 764).

Země CEE trpí nedostatečně vyvinutou občanskou společností, vysokou voličskou volatilitou v kombinaci s nižší úrovní politické mobilizace než v západní Evropě. Politická příslušnost občanů nemůže vyplývat z tradice zakotvené v určité sociální skupině nebo vrstvě, jako je tomu například v demokraticko-korporativistickém modelu mediálního systému Hallina a Manciniho (Hallin, Mancini, 2004, Herrero et al., 2017: s. 4801).

První fáze vývoje vlastnictví médií v zemích CEE představovala liberalizace a privatizace tisku (1991–1994). Došlo ke zrušení státního vlastnictví a státních dotací pro tištěná média. Vznikaly formy hybridního vlastnictví a organizačních struktur, kdy docházelo k ovládnutí státních institucí soukromými investicemi (Klimkiewicz, 2009: s. 44). Ve většině případů byly noviny privatizovány prostřednictvím jejich managementu, nebo rozprodány mezi zaměstnance. O několik let později původní akcionáře vyplatili noví investoři, ať už z řad místních vydavatelů nebo ze zahraničí (Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 765ff, Klimkiewicz, 2009: s. 44).

Nevyzrálé trhy v zemích CEE byly zranitelné vůči konsolidaci vlastnictví a syndikaci obsahu (Klimkiewicz, 2009: s. 45ff). Nedostatek pravidel pro transparenci médií navíc umožnilo podnikatelům usídlit své firmy v daňových rájích. Příkladem může být společnost Central European Media Enterprises (CME), která působí i v České republice a provozuje televizi Nova (Klimkiewicz, 2009: s. 46). v říjnu roku 2020 dokončila společnost PPF Petra Kellnera akvizici CME (ppf.eu, 29.4.2021).

3.3 Vstup zahraničních vlastníků

V průběhu 90. let vstoupili na mediální trh v zemích CEE zahraniční investoři, což předznamenalo druhou fázi vývoje vlastnictví (Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 765, Štětka v Balcytiene et al., 2015: s. 121, Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011: s. 381ff). Mediální podniky byly pro zahraniční investory velmi levné a přitáhly kapitál ze západní Evropy. Především z Německa, Rakouska, Švýcarska a ze skandinávských zemí (Zielonka, 2015, Štětka v Balcytiene et al., 2015: s. 121).

Během devadesátých let další vývoj mediální krajiny zemí CEE určovaly nadnárodní mediální společnosti (Herrero et al., 2017: s. 4801, Klimkiewicz, 2009: s. 45). Vstup zahraničního kapitálu znamenal nárůst koncentrace vlastnictví médií, který s sebou přinesl instrumentalizaci médií k zisku, nízkou novinářskou profesionalitu a bulvarizaci. Tomuto vývoji nemohly efektivně čelit slabé a nedostatečně vyvinuté odbory (Dobek- Ostrowska, 2015: s. 15, Herrero et al., 2017: s. 4803, Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 764). Někdy se tato fáze proto označuje jako kulturní kolonizace západem, kdy byl státní monopol nahrazen komerčním monopolem snažícím se zajistit si co nejvyšší příjem z reklamy (Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 764).

Autoři studií k transformaci zemí CEE však vyzdvihují i výhody zahraničního vlastnictví. Tím nejčastějším je nezaujatost zahraničních investorů vůči místnímu politickému dění, což poskytuje úrodné prostředí pro svobodnou žurnalistiku (Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 763, 765, 771, Mediaguru, 28. 11. 2013). Zahraniční kapitál s sebou přinesl know-how a poskytl místním novinářům nutné vzdělání (Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 765, 771). Jelikož však zahraniční investoři obvykle nemají žádné kulturně-historické vazby na konkrétní zemi, do jejíchž médií investovali, mohou se při zhoršení ekonomického klimatu snadno stáhnout z trhu (Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 771).

3.4 Světová finanční krize 2008

Relativně krátké období vývoje mediálních trhů v zemích CEE vyústilo v nedokončené strukturální změny, které byly dále testovány konvergencí, internacionalizací a finanční krizí. Tyto mediální trhy byly zasaženy v jiné fázi vývoje, než tomu bylo v případě západní části Evropy (Klimkiewicz, 2009: s. 44, 59). Světová finanční krize v roce 2008/2009 zasáhla region CEE obzvláště tvrdě a způsobila drastické škrty v nákladech na provoz médií (Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 764). Tiskový sektor byl navíc zmítán konkurencí v podobě online zpravodajství na internetu (Štětka v Balcytiene et al., 2015: s. 121, Klimkiewicz, 2009: s. 44, Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 764).

V důsledku nízkých příjmů z reklamy, absence státních dotací pro tisk a potíží s exportem místních mediálních produktů se ještě zvýšila koncentrace vlastnictví médií (Zielonka & Mancini, 2011, Herrero et al. 2017: s. 4800, Balčytienė et al., 2015, s. 122). Finanční krize také připravila půdu pro silnější vládní kontrolu veřejnoprávních médií (Herrero et al., 2017: s. 4800) a nevratně způsobila masivní odchod zahraničních investorů ze zemí CEE (Štětka v Balcytiene et al., 2015: s. 121, Herrero et al., 2017: s. 4803).

3.5 Převzetí tuzemskými vlastníky

Třetí a zatím poslední fází proměny mediálního vlastnictví v zemích CEE je převzetí médií tuzemskými vlastníky (Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 765, Štětka v Balcytiene et al., 2015: s. 121).

Tuzemské vlastnictví médií je často různými způsoby vázané na politiku a snižuje tím schopnost médií politiku kontrolovat (Zielonka, 2015, s. 24, Herrero et al., 2017: s. 4800). Je běžné, že média ovládaná domácími vlastníky podporují konkrétní politickou stranu. Nedostatek transparentnosti ve vlastnických strukturách médií často ztěžuje posouzení toho, kdo vlastně stojí za redakčními rozhodnutími. Je těžké jasně rozlišovat strukturální a institucionální podmínky, při nichž mediální organizace fungují (Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 771). Díky tomu dochází k omezování redakční svobody a přesunu od zpravodajské žurnalistiky k zábavě (Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 765, 771).

Zároveň ještě více posiluje fenomén digitalizace, kdy se náklady na produkci zpravodajství snižují díky sdílení a přejímání zpravodajského obsahu prostřednictvím různých internetových platforem. v mnoha případech právě digitalizace citelně snížila redakční nezávislost (Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 765, 771).

Vzhledem k tomu, že investice do médií mají až dlouhodobou návratnost a u tištěných médií je zisk v současnosti diskutabilní, koupě tištěných médií nedává z podnikatelského hlediska smysl. Nabízí se tedy vysvětlení, že si tuzemští investoři kupují vlivová média, kterými mohou prosazovat své podnikatelské, případně politické zájmy (Štětka v Balcytiene et al., 2015: s. 120, 123, 135, Mediaguru, 28. 11. 2013). To vede k obavám, že tuzemští majitelé mají větší zájem ovlivňovat obsah svých médií než ti zahraniční (Mediaguru, 28. 11. 2013).

Stahování zahraničního kapitálu z tištěných médií je pro země CEE fatální. Mediální publikum a reklamní trh v těchto zemích jsou malé, navíc často rozdělené podle etnických a jazykových skupin, a v důsledku toho jsou i příjmy z provozu médií nízké. Poptávka po investigativní žurnalistice je taktéž nízká, jelikož kulturní elity požadující kvalitní novinařinu tvoří nerentabilní cílovou skupinu (Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 764, 771).

Václav Štětka uvádí, že klíčovým trendem v regionu střední a východní Evropy je tzv. oligarchizace médií, tedy vzestup konkrétního typu vlastníků, jmenovitě oligarchů (Štětka v Balcytiene et al., 2015: s. 121). Označení oligarchizace se velmi brzy ujalo nejen v českých podmínkách, ale i v rámci celého regionu CEE (Balcytiene et al., 2015): „Mimochodem není bez zajímavosti, že termín samotný – který já sám vnímám spíše popisně než pejorativně – je dnes již také legitimní součástí mainstreamového diskurzu, zatímco ještě před pár lety by jeho používání na veřejnosti bezpochyby vyvolalo pohoršené reakce a dost možná i žaloby ze strany těch, kdo by se jím cítili být dotčeni“ (Mediaguru, 28. 11. 2013).

Oligarchizace má podle Štětky znepokojivé důsledky pro svobodu médií (Štětka v Balcytiene et al., 2015: s. 120). Média jsou instrumentalizována vlastníky k naplnění jejich zájmů a profesionalizace novinářů a redakční autonomie díky tomu klesají (Štětka v Balcytiene et al., 2015: s. 120, 123). Většina oligarchů jsou velmi bohatí a vlivní místní podnikatelé, kteří s médii dříve neměli nic společného a jejichž hlavní zdroje zisku jsou v jiných sektorech, jako např. ve výrobě a distribuci energie, maloobchodu, nemovitostech, investicích atd. (Štětka v Balcytiene et al., 2015: s. 122). Oligarchové mají zájem ovládat média, protože mohou

prostřednictvím zpravodajství například líčit místní vládu v pozitivním světle a zajišťovat jí tím loajalitu voličských skupin. Díky svým médiím si oligarchové mohou zajišťovat i výhodnou ekonomickou pozici v průmyslových odvětvích (Štětka v Balcytiene et al., 2015: s. 138). Oligarchové mohou využít ekonomické potíže tištěných médií k nahrazení „neloajálních“ novinářů poslušnějšími a vyhovujícími nováčky (Salovaara a Juzefovics, 2012: s. 771, Mediaguru, 28. 11. 2013). Ve většině případů nátlak oligarchů na novináře nemusí být přímý, tj. nemusí jim přímo diktovat, co mají psát (Mediaguru, 28. listopadu 2013). v českém mediálním prostředí hraje roli spíše autocenzura zaměstnanců daného média, kteří se programově drží stranou aktivit svého majitele a snaží se nevměšovat do záležitostí, které cítí jako blízké jeho zájmům. Ve chvíli, kdy je mediální trh oslabený, ať ekonomickou krizí, či odlivem čtenářů, chce jen málokdo riskovat ztrátu svého zaměstnání (Mediaguru, 28. 11. 2013, Nadační fond nezávislé žurnalistiky).

Štětka se zamýšlí nad tím, zda mohou oligarchové představovat i protiváhu vůči vládě a přispívat k obnovení demokratických hodnot a etiky. Taková situace by mohla nastat, pokud by se oligarchové například neshodli s vládnoucími politiky, jako se to stalo v Maďarsku mezi oligarchou Lajosem Simicskou a maďarským premiérem Viktorem Orbánem (Štětka v Balcytiene et al., 2015: 138). Je možné, že někteří oligarchové uctívají západní podnikatelskou etiku a sdílejí demokratické hodnoty (za předpokladu, že to příliš nezasahuje do jejich podnikání). Oligarchové jsou však produktem místní politické kultury, která odráží chybnou transformaci, kterou země CEE prošly v posledních desetiletích. Podle Štětky tedy nejsou oligarchové řešením problému, nýbrž jeho součástí (Štětka v Balcytiene et al., 2015: s. 138). Zajímavé je, že Štětka spolupracuje s mediálním domem Economia, kde zasedá v Radě pro redakční nezávislost (Economia web). Vydavatelství Economia je podrobně představeno v části 9.5. Vlastní ho jeden z českých oligarchů Zdeněk Bakala.

3.6 Pluralita mediálního systému v České republice

V České republice byl přesun vlastnictví médií k místním podnikatelským elitám v důsledku hospodářské krize v roce 2008 a poklesu výnosů z reklamy jedním z nejdramatičtějších v celém regionu CEE (Štětka v Balcytiene et al., 2015: s. 122, Herrero et al., 2017: s. 4803, Mediaguru, 28. 11. 2013). Česká republika patřila před krizí mezi země, kde dominovalo vlastnictví zahraničních médií, přičemž podíl zahraničního kapitálu dosahoval až 80 % (Štětka v Balcytiene et al., 2015: s. 122). v současnosti je mediální vliv jasně rozdělen mezi pět nebo šest hlavních rodin či klanů oligarchů, které identifikovali čeští novináři. Obecně se předpokládá, že politické strany v České republice jednají v jejich zájmu (Štětka v Balcytiene et al., 2015: s. 134).

Zpráva z monitoringu mediální plurality evropských zemí *Media Pluralism Monitor 2020* ukazuje, že se pluralita mediálního trhu v České republice zhoršuje (Nadační fond nezávislé žurnalistiky, Mediaguru, 2020, 7. 10. 2020). Tržní pluralita je pro účely zprávy spojena s otázkou transparentnosti vlastnictví, regulací či samoregulací proti vlivům vlastníka na mediální obsah. Všímá si také rizik spojených s tržní koncentrací při výrobě a distribuci zpráv, vývoje médií on-

line zpravodajství a koncentraci na trhu internetové reklamy. Většina států Evropské unie vykazuje střední úroveň rizika v otázce tržní plurality, v zemích CEE je toto riziko však vysoké. Podle zprávy je zde rovněž omezována nezávislost médií veřejné služby a má docházet k netransparentnímu rozdělování státních prostředků na reklamu. Úroveň strukturální plurality médií v České republice je na stupni 74 %, což značí vysoké riziko. Vysoké (rizikové) hodnoty česká média vykazují především v oblastech komerčních vlivů a koncentraci zpravodajských médií (87 %), transparentnosti vlastnictví (81 %), koncentraci online platforem (75 %) a v neposlední řadě vlivů vlastníka na mediální obsah (90 %). Podle zprávy *Media Pluralism Monitor 2020* souvisí zvyšující se hodnoty jednotlivých parametrů s oligarchizací českých médií (Nadační fond nezávislé žurnalistiky, Mediaguru, 2020, 7. 10. 2020).

Vysoké riziko vykazuje ve zprávě i editoriální autonomie, a to především kvůli absenci institucí, které by pomáhaly udržovat obsahovou nezávislost (již zmíněné slabé novinářské odbory v předchozí části), a také kvůli vysoké míře autocenzury novinářů. „V Česku neexistuje novinářská organizace, která by reprezentovala většinu novinářů. Zde má česká mediální scéna deficit," doplnil výsledky studie pro Mediaguru Štětka (Mediaguru, 28. 11. 2013, Nadační fond nezávislé žurnalistiky).

Mezinárodní novinářská organizace Reportéři bez hranic zařadila Českou republiku v indexu *World Press Freedom* na 40. místo na světě v míře svobody médií (Reporters Without Borders). Hodnocení vychází z plurality nabídky na mediálním trhu, podmínek pro výkon novinářské profese, právního rámce a kvality infrastruktury. v posledních letech se hodnocení postupně zhoršuje. Ještě v roce 2014 byla Česká republika na 13. místě (Reporters Without Borders). Jako důvod k znepokojení zpráva k výsledkům hodnocení uvádí prolínání politického působení a vlastnictví médií (Reporters Without Borders).

3.7 Exkurz: Hallin & Mancini versus země střední a východní Evropy

Opožděná a nedostatečná implementace opatření k zajištění plurality soukromého vlastnictví a silných veřejnosprávních médií vytvořila v zemích CEE specifické mediální systémy, které se odlišují od západní části zemí Evropské unie (Klimkiewicz, 2009: s. 43, 59). Pro typologii mediálních systémů Hallina a Manciniho složenou z liberálního, demokraticko-korporativistického modelu a modelu polarizovaného pluralismu (Hallin, Mancini, 2004) je nemožné uchopit slabé demokracie, jakými jsou země CEE (Hallin, Mancini, 2012: s. 246). v roce 2012 Hallin a Mancini vydali jako editoři rozšíření typologie mediálních systémů o specifické případy v publikaci *Comparing media systems beyond the Western world* (Hallin, Mancini, 2012). Země CEE jsou zastoupeny Polskem, které popsala Boguslawa Dobek-Ostrowska (Dobek-Ostrowska v Hallin, Mancini, 2012: s. 26-50). Původní čtyři proměnné pro srovnávání mediálních systémů (role státu, politický paralelismus, profesionalizace žurnalistiky a struktura mediálního trhu) byly doplněny o stav politické transformace, výskyt politického konfliktu, úroveň ekonomické vyspělosti, interpretaci minulosti, multietnické či jazykově-kulturní konflikty či geopolitické rozdělení na centrum a periferii. Boguslawa Dobek-Ostrowska

identifikuje v mediální krajině Polska zásadní rozkol mezi autonomií novinářů a tlakem na komercionalizaci a tabloidizaci v důsledku akvizic tamních médií zahraničními vlastníky. Tento rozkol umisťuje Polsko někam mezi liberální a polarizovaný pluralistní model (Hallin, Mancini, 2012: s. 26ff). v současnosti by profil Polska musel zohlednit návrat domácích vlastníků.

Herrero et al. v roce 2017 aplikuje proměnné Hallina a Manciniho na země CEE. Studie *Rethinking Hallin and Mancini Beyond The West: An Analysis of Media Systems in Central and Eastern Europe* (Herrero et al., 2017) ukazuje, že se země CEE liší především v míře svobody médií a poměru zahraničního vlastnictví a nelze je popsat jedním mediálním systémem. Společné rysy země CEE vykazují v politickém paralelismu a médiích veřejné služby (Herrero et al., 2017: s. 4797). Česká republika podle Herrera et al. patří do tzv. středoevropského clusteru vedle Chorvatska, Polska a Slovinska. Mediální systémy těchto zemí vynikají nejnižším podílem zahraničního vlastnictví a nejvyšší mírou koncentrace vlastnictví médií (Herrero et al., 2017: s. 4810).

Kapitola 4

Výzkumné otázky

VO1: Je rozdíl mezi vydavatelstvími v pohledu na uplynulé události roku 2019 a 2020?

VO2: Odpovídá bilance roku 2019 a 2020 předpokládaným politickým a ekonomickým zájmům majitelů vydavatelství MAFRA, Czech News Center, Vltava Labe Media, Borgis a Economia?

Kapitola 5

Teoretický podklad k analýze

Vlivem vlastníků na mediální obsah se zabývá *Model propagandy* od Hermana a Chomského (Herman a Chomsky, 1988, s. 1-36). Model se skládá z pěti filtrů, kterými musí projít zpráva, aby ji dané médium zveřejnilo. Prvním filtrem jsou ekonomické zájmy vlastníka média, protože provoz mediálního domu je podnikatelská činnost srovnatelná s jinými oblastmi podnikání (Herman a Chomsky, 1988, s. 3). U každého z vybraných vydavatelství vlastněných českými podnikateli lze dále předpokládat, že do hry vstupují i politické zájmy, jak popisuje část 3.

Uvažuji zde především nad vlivem názorového postoje vlastníka vydavatelství na zpravodajství v jeho médiích. Všechna vydavatelství, kterými se budu zabývat, má jednoho majoritního vlastníka, který je činný i v jiných oblastech než v médiích a který je potenciálně schopný ovlivnit vnitřní chod svých redakcí, pokud to uzná za vhodné. Na mysli mám hypotetické ovlivňování ze strany jednoho dominantního vlastníka, protože úmyslně přehlížím různou míru autonomie redakcí, vnitřní pravidla či kodex atp. Vydavatelství a jeho média pojímám jako černou skříňku (Glanville, 2009, Latour, 1999). Médium představuje systém, u kterého znám pouze vstupy a výstupy, nevidím dovnitř a mohu se pouze domnívat, co se uvnitř děje. Vstupem se v této práci rozumí vlastník a jeho zájmy a výstupem bilanční články a hodnotící zmínky (viz část 7.2), které jsou podrobeny analýze. Pochopení černé skříňky je založeno hypotéze kauzálního vztahu mezi vstupem a výstupem (Glanville, 2009, Latour, 1999).

Kapitola 6

Bilanční články jako materiál pro analýzu

Na začátku této diplomové práce stál nápad zabývat se na bilančními články, které v tištěných médiích vycházejí na konci každého roku jako ohlédnutí za nejdůležitějšími událostmi. Formát a cíl je stejný napříč tituly a vydavatelstvími. Do úsporného prostoru jedné nebo několika stran se má vejít celých dvanáct měsíců novinářské práce. Oproti tomu výběr událostí, osobností a dalších vrcholů uplynulého roku, interpretace a výrazové prostředky (např. obrázky) jsou pokaždé jiné. Jako takové nabízejí bilanční články příležitost k hlubší analýze a ke srovnání mezi sebou. Považuji je za jakousi výkladní skříň žurnalistiky daného média.

Jak vznik článku v redakcích jednotlivých médií přesně probíhá, se lze pouze domnívat. Jisté je ale jedno: prostor je malý a událostí mnoho. A právě výběr a výsledný tvar může prozradit o daném médiu více, než by bylo vidět v jiných typech článků. Řada kvantitativních obsahových analýz se zaměřuje na srovnání mediálního pokrytí jedné určité události a z rozdílů se snaží odvodit informace o daných médiích nebo mediálních domech (např. Vysloužilová 2015, Maleňáková, 2017, Trojanová, 2020, Hanus, 2020). v tomto postupu spatřuji tu nevýhodu, že vůči jediné konkrétní události mohou média zaujmout pozici, která nemusí být nutně vypovídající o obecném politickém nastavení daného mediálního domu. Výhodnější mi přijde vycházet z průřezu řadou událostí, jakým jsou právě bilanční články.

Kapitola 7

Metodika a data

7.1 Výběrový soubor obsahů

Pro účely analýzy byly použity články bilancující rok 2019 a 2020 ve vybraných českých tištěných denících a zpravodajských časopisech (týdenících a měsíčnících). Roky 2019 a 2020 vnášejí do analýzy zajímavou varianci dat. První rok 2019 je z hlediska obsahové skladby „rozmanitým" rokem: bilanční články zahrnují celou řadu témat a je pravděpodobné, že analýza povede především ke zjištění rozdílů v obsahové skladbě. Rok 2020 pak oproti roku předešlému zcela zastínila pandemie koronaviru, takže lze předpokládat, že jeho bilanci bude dominovat téma. Zkoumaný vzorek dat se tím pádem částečně přiblíží k materiálu pro analýzu pokrytí jedné události.

Při výběru bilančních článků byl kladen důraz na to, aby články byly zpravodajské. Nejdůležitějším kritériem bylo, zda se alespoň část článku (část hodnotících zmínek – viz část 7.2) věnuje politickému dění. Právě tento aspekt byl poznávacím znamením, že bilanční článek má ambici shrnout celý rok v jeho komplexitě. Do analyzovaného vzorku se tím pádem nedostaly články ze sportovních rubrik nebo například čistě bulvární články o celebritách (např. v Blesku). Některé tituly se předešlému roku vůbec nevěnovaly a místo toho se věnovaly tématům na rok následující. v analýze jsem je proto také nezohlednila.

Specifický výběr toho, co z roku 2019 a 2020 zmínit a jakým způsobem to podat a interpretovat, je v této analýze ústřední a má potenciál nastínit charakter zpravodajství v daném médiu. Na základě interpretace politického dění, obsahové skladby, rozsahu, výběru obrázků a dalších proměnných je provedena kvantitativní obsahová analýza s cílem odkrýt indicie o politickém postoji a orientaci článku, média a potažmo i vlastníka média a vydavatelství. Každý bilanční článek je souhrnem mnoha různých událostí a zmínek. Proto jsem se rozhodla pro definici kódovací jednotky ve formě *hodnotící zmínky*.

7.2 Definice kódovací jednotky

Kódovací jednotkou této analýzy není celý článek. Bilanční články většinou shrnují celou řadu událostí a mají v každé části odlišný charakter a hodnocení. Kódovací jednotkou je tedy *hodnotící zmínka*. Ať už hodnocení osobnosti, události, trendu nebo fenoménu. Hodnocení může spočívat ve výběru hodnotících slov, ve vynechání podstatných faktů nebo například v tom, že neutrální zmínka

spadá pod část článku „Vítězové/Poražení“ nebo „Zazářili/Propadli“. v části 7.4 se výběrovým kritériím věnuji detailně.

Obrázek 7.1: Příklady kódovací jednotky

Na rozdíl od informace v tezi k diplomové práci jsem pro analýzu nakonec vybrala následující vydavatelství a jejich tištěné tituly:

Czech News Center: Blesk, blesk.cz, Reflex

MAFRA: Mladá fronta DNES, Lidové noviny

Vltava Labe Media: Deník, denik.cz

Borgis: PRÁVO, seznamzpravy.cz, novinky.cz

Economia: Hospodářské noviny, Respekt

Empresa Media, N Media a Echo Media jsem vynechala, protože mají jen malý nebo mizivý podíl na celkovém trhu tištěných médií (Mediaprojekt 2020). Navíc je nevlastní oligarchové, jak mediální magnáty působící i v jiných oblastech než v médiích definuje Štětka (viz část 3). Vydavatelství Empresa media bylo z analýzy vyřazeno, protože navíc postrádá bilanční články, a tak by zcela chyběla data. Vydavatelství Empresa se proto věnuji pouze jako případové studii.

7.3 Zkoumaný vzorek

Následující analýza vychází ze zpravodajských titulů pěti největších českých vydavatelství. v případě absence bilančního článku byla data získána z online verze tištěného titulu. Vybrány byly pouze bilanční články nebo speciální vydání, pojaté jako soubor nejdůležitějších událostí za uplynulý rok 2019 a 2020. Výsledný zkoumaný vzorek se skládá z celkem 732 hodnotících zmínek.

Zahrnuty jsou data z následujících vydavatelství a titulů: *Mladá fronta DNES* (MAFRA): $N = 123$, *Lidové noviny* (MAFRA): $N = 36$, *Reflex* (CNC): $N = 71$, *blesk.cz* (CNC): $N = 33$, *Deník* (VLM): $N = 36$, *deník.cz* (VLM): $N = 58$, *PRÁVO* (Borgis): N=27, *novinky.cz* (Borgis): $N = 116$, *seznamzpravy.cz* (Seznam.cz): $N = 41$, *Hospodářské noviny* (Economia): $N = 145$, *Respekt* (Economia): $N = 46$. U vydavatelství Borgis chybí data z *PRÁVA* z roku 2020. Bilanční článek deník *PRÁVO* za celý prosinec 2020 ani leden 2021 neobsahuje, nahradila jsem ho však bilančním článkem na *novinky.cz*, online verzi deníku *PRÁVO*. Také u vydavatelství CNC chybí data. Bilanční články nejsou k dispozici k roku 2019, a to ani v tištěných verzích, ani v těch internetových. Pro rok 2020 byl *BLESK* rozšířen o online verzi *blesk.cz*, stejně jako *Deník* o *deník.cz*. Seznam bilančních článků je v příloze Kódovací arch.

7.4 Kódování – Proměnné a jejich hodnoty

Každá hodnotící zmínka byla do kódovacího archu zanesena na základě zde definovaných proměnných. Proměnné jsem se snažila definovat tak, aby byly co možná intersubjektivní a prostor pro autorskou interpretaci byl co nejmenší. Hodnoty proměnných se navzájem vylučují, nejsou však vyčerpávající – nepokrývají všechny možnosti. Jsou definovány s ohledem na vytyčené hypotézy a s cílem zmenšit komplexitu dat.

7.4.1 Vydavatel

Viz kapitola 7.2 Definice kódovací jednotky na straně 18.

7.4.2 Médium

Viz kapitola 7.3 Zkoumaný vzorek na straně 20.

7.4.3 Obrázek

neutrální: Fotka nebo obrázek nevyvolává sympatie nebo antipatie související s objektem hodnotící zmínky. Příklady neutrálních obrázků jsou uvedeny na obrázku 7.2.

Obrázek 7.2: Příklady neutrálních obrázků

emotivní: Obrázek vyvolává emoci, která podtrhuje účinek hodnotící zmínky. Příklady emotivních obrázků jsou uvedeny na obrázku 7.3.

Obrázek 7.3: Příklady emotivních obrázků

zesměšňující: Obrázek má parodizující charakter, posiluje účinek a stanovisko hodnotící zmínky zesměšněním hodnoceného. Příklady zesměšňujících obrázků jsou uvedeny na obrázku 7.4.

Obrázek 7.4: Příklady zesměšňujících obrázků

Při nejednoznačnosti kóduji jako **neutrální**. Při rozhodování mezi možností **emotivní** a **zesměšňující** se rozhoduji podle informační a interpretační hodnoty obrázku přispívající k významu kódovací jednotky.

7.4.4 Politické stanovisko

Politické stanovisko líčí osobnost, událost, trend nebo fenomén v pozitivním nebo negativním světle. Je jedno, jakým způsobem toho dosahuje – jestli uvedením faktů nebo přímým hodnocením. Když jsou v hodnotící zmínce dvě stanoviska, pak upřednostním to textově podrobnější nebo častější. Popřípadě druhé stanovisko zanesu do archu jako další kódovací jednotku.

pro Babiše: Babiš je popisován jako schopný manažer, silný lídr, obhajitel českých zájmů v Evropské unii, bojovník proti korupci. Zkrátka je zmiňovaný v pozitivním smyslu nebo ve spojení s pozitivní událostí, aniž by byl kritizován.

anti Babiš: Babiš je kritizován, je vykreslován jako manipulátor, lhář, hysterik, či jako viník negativní události. Hodnotící zmínka se zabývá jeho střetem zájmů, minulostí u STB nebo je jinak líčen v negativním světle.

pro Zemana: Miloš Zeman je líčen pozitivně nebo ve spojení s pozitivní událostí, aniž by byl kritizován.

anti Zeman: Podobně jako v případě Andreje Babiše sem patří hodnotící zmínky, kdy je Miloš Zeman líčen jako viník negativní události, ničitel demokracie v České republice nebo je kritizován jakýmkoli jiným způsobem. Patří sem i kritika Zemanových nejbližších zaměstnanců na Pražském hradě.

pro vládu: Hodnotící zmínky, které líčí vládu Andreje Babiše pozitivně nebo ve spojení s pozitivní událostí, aniž by byl kritizován. Uznání dobré práce vlády, zpravování o účinném prosazení zákonů stran vlády.

proti vládě: Kritika hnutí ANO, kritika ministrů vlády Andreje Babiše, kritika ČSSD, kritika vlády jako celku, poukazování na neúspěchy, kritika nejen Andreje Babiše, ale i dalších členů vlády najednou.

pro opozici: Zmínka oprávněné kritiky vlády opozicí, líčení pozitivních činů či událostí spojených s opozičními stranami nebo jejich představiteli. Dává naději opozičním stranám jako budoucím stranám ve vládě.

proti opozici: Kritika opozičních stran Parlamentu České republiky, kritika těchto stran i mimo kontext zákonodárných institucí, kritika jednotlivých politiků příslušejících do těchto stran.

pro eko: Klima je v ohrožení. Hodnotící zmínka upozorňuje na destruktivní vliv člověka na planetu, staví se kriticky k fosilním palivům, zpravuje o zelené politice, o politických summitech (např. k omezení skleníkových plynů) nebo o představitelích ochrany klimatu v neutrálním nebo pozitivním světle.

anti eko: Klima není v ohrožení. Hodnotící zmínka pouze věcně popisuje jev v přírodě, aniž by ho uvedla do širšího kontextu klimatických změn nebo jiných mechanismů v přírodě. Příkladem může být zpráva o vyhynutí druhu, o suchu či požárech. Dále sem patří i pozitivně laděné zprávy o těžbě uhlí, ropy nebo negativní konotace ve spojení s tříděním odpadu, s osobnostmi a organizacemi spojenými s bojem proti změnám klimatu.

pro Rusko: Popis pozitivních činů nebo událostí spojených s Ruskem nebo s Vladimirem Putinem.

anti Rusko: Proti současnému Putinovu Rusku, proti Putinovi, kritické vůči spolupráci členů vlády s Ruskem, s ruskými diplomaty, firmami atd.

pro EU: Zmínka hodnotí evropskou integraci pozitivně, evropské dotace a fondy pozitivně, představitele evropských institucí pozitivně, nebo jakoukoli zmínku Evropské unie v souvislosti s pozitivní událostí pozitivně.

anti EU: Evropská unie je líčena jako utlačovatel, zbytečná byrokratická zátěž, Brexit a jiné separatistické iniciativy jsou vyobrazeny v pozitivním světle. Zmínka Evropské unie v souvislosti s negativní událostí bez dalšího vysvětlení její role.

pro demokracii: Hodnotící zmínka hájí základní ústavní principy svobody, upozorňuje na jejich ohrožení politiky nebo iniciativami, zastává se neziskových organizací a menšin, hájí feminismus a LGBT hnutí.

pro zachování statu quo: Hodnotící zmínka se staví skepticky k občanským iniciativám za obranu demokracie, k politikům, kteří kritizují prezidenta Miloše Zemana nebo Andreje Babiše kvůli jejich ambivalentnímu postoji k ústavě a zákonům. Patří sem i kritika feminismu a LGBT hnutí, kritika práv menšin.

pro Čínu: Popis pozitivních činů nebo událostí spojených s Čínou.

anti Čína: Hodnotící zmínka se staví kriticky k Číně, jejímu autokratickému režimu, k levné pracovní síle. Patří sem i pojetí Číny jako viníka rozšíření koronaviru po světě.

7.4.5 Politická orientace

Jsem si vědoma, že tato proměnná je riskantní s ohledem na intersubjektivitu kodéra při kódování hodnotících zmínek. I přesto bych ji s ohledem na výzkumné otázky a hypotézy v této analýze ráda zohlednila. Proto jsem se rozhodla pro čtyři jasně definované hodnoty: pravici, levici, konzervativní a liberální směřování. První dvě jsou inspirovány definicemi Heywooda (Heywood, 1994) a představují protipóly v problematice přerozdělování a sociální spravedlnosti, druhé dvě jsou antagonické v pohledu na změny ve společnosti. Dělení konzervativní a liberální jsem definovala podle Scrutona (Scruton, 1994). Pokud hodnotící zmínka jasně nesplňovala jednu z následujících definic, pak její politická orientace zůstala v kódovacím archu prázdná.

pravice: Zpráva nebo hodnotící zmínka klade důraz na důležitost svobodného podnikání a volný trh, adoruje podnikatelský úspěch jedince, preferuje slabý stát, minimální zásahy státu do ekonomiky, nízké daně a malé sociální služby občanům.

levice: Zpráva nebo hodnotící zmínka podtrhuje odpovědnost společnosti vůči jedinci, kritizuje kapitalismus pro jeho negativní externality, obhajuje zásahy státu do ekonomiky, klade důraz na rovnost, vyšší zdanění občana a vysokou úroveň služeb státu občanům. Společnost pojímá jako souboj společenských vrstev.

konzervativní: Zpráva nebo hodnotící zmínka vyzdvihuje důležitost tradice, autority a hierarchie, tradiční pojetí rodiny (heterosexuální pár, žena v domácnosti).

liberální: Zpráva nebo hodnotící zmínka má tendenci ke kulturnímu relativismu a k multikulturalismu, vítá změny a nové ideje pro uspořádání, schvaluje tolerantní společnost otevřenou pro nové formy vztahů, individualismus, feminismus a LGBT hnutí.

7.4.6 Ladění

optimistické: Hodnotící zmínka dává naději do budoucnosti. Událost, osobnost nebo fenomén popisuje v pozitivním smyslu.

pesimistické: Hodnotící zmínka je kritická bez nabídky řešení. Podává negativní zprávu o události/osobnosti/fenoménu.

skandalizace: Zpráva nebo hodnotící zmínka má populistickou interpretaci, uměle do obsahu přidává dramatičnost a zjednodušení.

7.4.7 Rámec

Rámec je velmi důležitou proměnnou, jelikož pomáhá otestovat hypotézy s ohledem na interpretaci a potažmo i hodnocení v hodnotící zmínce. Pro účely analýzy jsem při rešerši zkoumaných bilančních článků dedukovala následující rámce:

Vítězové/Poražení: Hodnotící zmínka pojímá obsah jako souboj, možná dokonce hodnotí, kdo vyhrává nebo prohrává, aniž by byl poskytnut kontext nebo řešení problému. Jedná se nejvíce neutrální rámec, jelikož se v politice často vyskytuje souboj.

Gauner: v českém kontextu panuje již tradiční, že vrcholní úředníci a politici kradou, či se jinak zasluhují o předražení státních zakázek k vlastnímu obohacení. Tento rámec jsem nazvala Gauner. Gauner kromě toho také může vyvíjet nelegální nátlak na veřejné činitele. Využívá mezery v systému a české zákony jsou na něj krátké. Je těžké ho potrestat.

Spasitel/Hrdina: Aktér zmiňované události nebo kauzy je líčen jako výjimečný člověk, schopný přinést řešení, které nikdo jiný nemůže poskytnout.

Česko je kocourkov: Zmínka se zaměřuje na byrokratický marast, neschopnost administrativy implementovat zákony, aniž by nabídla kontext nebo řešení. Popisuje české politiky, úřady, jakékoli snažení jako marné, Čechy jako neschopné a ve srovnání s ostatními zeměmi (především v EU) horší.

Chudáček/Oběť: Aktér zmiňované události nebo kauzy je líčen jako oběť nespravedlivých okolností.

7.4.8 Téma

Politika: Zprávy spojené s vládou, byrokracií a volbami.

Ekonomika: Obchod, státní rozpočet, nezaměstnanost atd.

Ekologie: Ochrana klimatu, klimatické katastrofy, sucho, požáry, odpad atd.

Technologie: Pokroky v IT, v dopravě, satelitní komunikaci atd.

Společnost: Trendy a fenomény ve společnosti, které nespadají do ostatních kategorií.

Bulvární: Skandální informace spočívající v odkrývání osobních selhání nebo nedostatků veřejně známých osobností. Pokud má nějaký skandál politický rozměr, to jest dopad na politické dění, pak tato událost patří do tématu Politika.

Zajímavost: Zábavný fakt nebo událost, která nespadá do žádné z ostatních kategorií.

Věda: Vědecké poznatky, pokroky a nová zjištění ohledně očkování.

Kultura: Oblast umění, designu, sportu.

Uprchlíci: Události spojené s imigrací, rasovými a náboženskými menšinami, integrací menšin v západních společnostech, s teroristickými útoky atd.

Soudnictví: Zprávy týkající se nezávislosti soudů, mezerami v zákonech nebo jinému fungování soudnictví.

Krimi: Zprávy o událostech, jejichž aktéry jsou lidé porušující zákon.

7.4.9 Domácí/Zahraniční

Dichotomická proměnná se dvěma hodnotami: domácí a zahraniční. Když má hodnotící zmínka mezinárodní kontext (s českým podílem), pak je kódována jako zahraniční.

7.5 Metodika analýzy

Výzkumnou metodou je kvantitativní obsahová analýza. Každá z 732 hodnotících zmínek byla kódována na základě proměnných a zanesena do kódovacího archu, který je přílohou elektronické verze této diplomové práce. Data byla zpracována v programu MS Excel ve dvou krocích. Nejdříve byly pro každou z hypotéz vytvořeny kontingenční tabulky (Hendl, 2004: s. 305), díky kterým bylo možné vidět relativní četnosti (frekvence) (Hendl, 2004: s. 86ff) hodnot u proměnných. v následujícím kroku byl podniknut deskriptivní statistický výpočet (Neuendorf, 2002: s. 346). Na základě jeho výsledků jsem pak u jednotlivých mediálních domů otestovala hypotézy a zodpověděla výzkumné otázky.

Jelikož mají proměnné v této analýze kategoriální hodnoty, rozhodla jsem se pro statistickou analýzu četnostních tabulek na základě Pearsonova Chí-kvadrát (χ^2) testu (Hendl, 2004: s. 304, Neuendorf, 2002: s. 350, 359ff). Tento test umožňuje blíže zkoumat vztahy mezi sledovanými proměnnými. Za účelem vizualizace těchto vztahů a souvislostí byla provedena korespondenční analýza (DisplayR a., STHDA, Neuendorf, 2002: s. 373ff). Analýza byla provedena s pomocí webové aplikace Jupyter notebook v jazyce *R*. Pro vykonání jednotlivých kroků analýzy byly využity dostupné balíčky, které umožnily použití statistických nástrojů (χ^2). K elektronické verzi diplomové práce je přiložen zápis kódu ve formátu HTML.

V první fázi jsem se zabývala popisem vztahů mezi jednotlivými vydavatelstvími a vybranými vlastnostmi hodnotících zmínek. Pro toto srovnání bylo vybráno *politické stanovisko*, *politická orientace*, *typ/přítomnost obrázku*, *ladění*, *rámec*, *téma* a orientace na domácí/zahraničí události. v dalším kroku jsem analyzovala vztahy mezi vybranými vlastnostmi (*politické stanovisko*, *politická orientace*, *téma*, *typ/přítomnost obrázku* a *ladění*) pro jednotlivé mediální domy zvlášť, abych zjistila, zda se napříč vydavatelstvími liší.

Závislost, popřípadě nezávislost mezi sledovanými vlastnostmi hodnotících zmínek, byla analyzována prostřednictvím testování nulové hypotézy $H0$, tj. sledované vlastnosti jsou nezávislé, na hladině významnosti $\alpha = 0{,}05$ (5 %), popřípadě $\alpha = 0{,}1$ (10 %). Pro každou sledovanou dvojici byla vytvořena kontingenční tabulka, na jejímž základě byl test nezávislosti proveden. Výsledkem byla vždy hodnota statistiky, počet stupňů volnosti a p-hodnota (signifikance (Neuendorf, 2002: s. 236)). Pokud p-hodnota klesla pod určenou hladinu významnosti,

nulová hypotéza byla na základě zkoumaných dat zamítnuta, tj. sledované vlastnosti byly považovány za závislé. Pokud p-hodnota byla větší než stanovená hladina významnosti, nebylo možné nulovou hypotézu na základě dat zamítnout, tj. nebylo možné sledované veličiny považovat za závislé.

Pro bližší představu o vztazích mezi proměnnými hodnotících zmínek byla dále vykreslena tabulka, která pomocí barevné škály popisuje míru pozitivní, popř. negativní asociace mezi sledovanými vlastnostmi. Jako hodnoty buněk tabulky byly použity hodnoty reziduí χ^2 (Hendl 2004: s. 271), tj. rozdíly mezi naměřenými četnostmi a očekávanými četnostmi vydělené odhadem směrodatné odchylky. Pokud byla hodnota rezidua záporná, tak příslušná kombinace sledovaných proměnných měla menší četnost, než byla očekávána. Naopak v případě kladných hodnot byla skutečná četnost vyšší, než bylo očekáváno. Čím větší bylo reziduum, tím větší byl příspěvek hodnoty proměnné u daného vydavatelství k velikosti výsledné získané hodnoty χ^2. Kladné hodnoty v buňkách určovaly přitažlivost (pozitivní asociaci) mezi odpovídajícími proměnnými řádků (vydavatelství) a sloupců (vybraná proměnná). Negativní rezidua znamenají odpor (negativní asociaci) mezi odpovídajícími proměnnými řádků a sloupců.

Pro znázornění vztahů mezi proměnnými byla použita metoda hlavních komponent a vykreslení tzv. *biplotů* – grafického nástroje pro mnohorozměrné statistické analýzy (STHDA). Vybrané sledované vlastnosti byly převedeny na dvě hlavní komponenty způsobem, aby došlo ke snížení dimenze dat s co nejmenší ztrátou informace (tzn. s co největší mírou vysvětleného rozptylu). s pomocí *biplotů* (tj. grafů hlavních komponent) a korelačních grafů (*corrplotů*) pak byly interpretovány závislosti mezi sledovanými kategoriálními vlastnostmi. Čím modřejší a tmavší barva v *corrplotu*, tím silnější signifikantně kladný vztah. Červená a tmavá barva má opačný význam (STHDA). Čím dále jsou značky pro kategorie v řádku vzdálené od počátku grafu (*biplotu*), tím více je řádek asociován s některou kategorií ve sloupci (DisplayR b.). Stejně tak, čím dále je kategorie ve sloupci od počátku, tím více je pravděpodobně asociována s některou kategorií v řádku. Obecně řečeno, čím dále jsou hodnoty od počátku, tím silněji rozlišujícím atributem jsou. Naopak čím blíže počátku jsou, tím jsou pravděpodobně méně určující. Při interpretaci *biplotů* je důležitý i podíl vysvětleného rozptylu (tj. součtu hodnot na svislé a vodorovné ose v popisku os *biplotů*). Čím větší podíl vysvětleného rozptylu, tím méně informací bylo při převádění na hlavní komponenty ztraceno.

V této analýze jsou použity takzvané asymetrické *biploty*, ve kterých je možné kromě vzdálenosti kategorií sledovat i úhly, které mezi sebou šipky (vektory) směřující k jednotlivým hodnotám svírají (DisplayR c.). Malé úhly indikují pravděpodobně výrazný vztah mezi kategoriemi, naopak úhel 90 deg indikuje, že žádný vztah mezi kategoriemi pravděpodobně není. Úhly blízké 180 deg ukazují na záporný vztah mezi kategoriemi. *Biploty* neslouží k exaktnímu stanovení závislostí mezi sledovanými veličinami, jsou však vysoce přínosné pro zjišťování trendů (STHDA), které lze v mnohorozměrných datech sledovat a v této diplomové práci jsou i takto aplikovány.

7.6 Standardy vědecké metody

Design výzkumu v této kvantitativní obsahové analýze byl navržen *a priori*, jak popisuje Neuendorfová ve svém průvodci pro kvantitativní obsahovou analýzu (Neuendorf, 2002: s. 40). v případě kódování člověkem, nikoli strojem, musí být všechna rozhodnutí ohledně proměnných, jejich měření a kódování dokončena před začátkem výzkumu, což má zajistit dostatečnou objektivitu-intersubjektivitu (Neuendorf, s. 2002: 41) měření v omezených podmínkách tohoto výzkumu.

I přesto Neuendorfová připouští prostor pro kreativitu a inovaci. Celý proces přípravy by měl být kombinací indukce a dedukce. Neuendorfová doporučuje provést kvalitativní kontrolu reprezentativní podmnožiny zkoumaného obsahu (Neuendorf, 2002: s. 153). Tuto kontrolu jsem provedla na základě bilančních článků pro rok 2019 z *Hospodářských novin* a *Mladé fronty DNES*. Proměnné jsou zároveň inspirované projektem *Comparative Agendas Project* (Comparative Agendas Project) a dále také kódováním ve studii *The Sinclair Effect* (Hedding et al., 2019: s. 480), která srovnává zpravodajský obsah komerčních lokálních televizí v USA.

V otázce reliability je tento výzkum značně omezen. Reliabilita je definována jako míra, ve které procedura měření dosahuje stejných výsledků při opakovaném měření (Carmines & Zeller v Neuendorf, 2002: s. 41) nebo jako míra shody mezi dvěma nebo více kodéry (Neuendorf, 2002: s. 173, 234ff). Jelikož jsem v této analýze jediná kodérka, není možné změřit reliabilitu (Hendl, 2004: s. 48). Není tedy možné spočítat *Cohenovu kappu* (Neuendorf 2002: s. 236) nebo *Krippendorffovu alfu* (Krippendorff, 2004: s. 411-433) míry shody mezi jednotlivými kodéry. Nebude zde ani proveden test-retest reliability, ani půlení testu, jak doporučuje Hendl (Hendl, 2004: s. 48).

Některé proměnné v této analýze jsou založeny na *konstruktech*. Například *politické stanovisko*, *politická orientace*, *obrázek* a *ladění* (viz. část Kódování a proměnné). *Rámec* je také konstruovaný, avšak inspirovaný studií *The Sinclair Effect* (Hedding et al., 2019), která rámec používá na základě stručné definice a naplňuje hodnotu *Krippendorffovy alfy*.

Konstrukty představují nebezpečí pro reliabilitu měření, jelikož mají velmi nízkou míru intersubjektivity (Neuendorf, 2002: s. 243). Každý kodér je zdrojem nespolehlivosti kvůli úmyslnému či neúmyslnému zkreslení a může do testovaných dat nevědomě vnášet subjektivní výběrovou chybu (Hendl, 2004: s. 47ff). Nicméně existuje kompromis, jak s konstrukty v kvantitativní obsahové analýze pracovat. Cestou je zkoumání přítomnosti nebo nepřítomnosti záměru ve zprávě, aniž by byla posuzována povaha, rozsah nebo způsob jeho přijetí. Tento obecný přístup by měl zvyšovat reliabilitu, vytratí se tím však nuance typů konstruktu, a to může vést ke špatné prediktivní schopnosti výsledků studie (Neuendorf, 2002: s. 243). Při kódování jsem se snažila striktně držet definic v kódovací knize. Jsem si nicméně vědoma, že i přesto je reliabilita, potažmo i validita, v této analýze díky omezeným možnostem velmi omezená.

Validita výzkumu znamená zobecnitelnost jeho zjištění. Představuje další klíčové kritérium kvalitní vědecké práce a obecně se dá definovat otázkou: „Opravdu měříme to, co chceme měřit?“ (Neuendorf, 2002: s. 42ff, 172, 179, Hendl, 2004: s. 48) Neuendorfová definuje interní a externí validitu. Interní představuje shodu

mezi konceptuální definicí a operacionalizací (Neuendorf, 2002: s. 179). Proměnné v této analýze byly definovány s ohledem na předpokládáné zájmy a politické preference jednotlivých vlastníků. Jiné dimenze dat - další významy a nuance, které by nepřispěly k zodpovězení výzkumných otázek a testování hypotéz, byly z analýzy vyloučeny. Je tedy možné, že závěry tohoto výzkumu nerozkryjí souvislosti, kterými testovaná data disponují, avšak nebyly očekávány prostřednictvím hypotéz.

Dále Neuendorfová definuje externí validitu nebo také zobecnitelnost výsledků výzkumu. v tomto ohledu je rozhodující reprezentativnost testovaného vzorku. v případě této analýzy zkoumaný vzorek není randomizovaný. Na základě rozdělení výběru u Hendla jsem podnikla výběr na základě dostupnosti (Hendl 2004: s. 52). Vybrané bilanční články jsou vždy hlavními bilancemi uplynulého roku v daném médiu (viz část 7.1). Pokud kritérium tematické rozmanitosti splnilo více bilančních článků, pak byly zařazeny do testovacího vzorku a pro dané médium se tak zvýšil počet N kódovaných hodnotících zmínek. v části 6 zdůvodňuji, proč jsou bilanční články reprezentativním materiálem pro mediální obsah daného média.

Kapitola 8

Případová studie Empresa Media a.s.

Vydavatelství Jaromíra Soukupa. Označení podobné názvu mnoha pořadů na TV Barrandov poměrně přesně vystihuje vztah mezi jeho majitelem a provozovanými médii. Jaromír Soukup je nejen majitelem, ale také hlavní tváří celé řady pořadů. v následující případové studii bude shrnuto, jakým způsobem využíval v posledních letech svůj vydavatelský dům k sebepropagaci.

Jak jsem již naznačila v úvodu, u tohoto vydavatelství vycházím nejen z rešerše, ale i z osobní zkušenosti. v letech 2015 a 2016 jsem psala pro časopis *TÝDEN* jako kulturní redaktorka. Jaromír Soukup se účastnil téměř každé redakční porady, kde byl plánován obsah pro následující týden. Soukup bez skrupulí zasahoval do redakčních procesů, některé náměty rovnou vyřazoval nebo nařizoval redaktorům, jak mají být pojaty aktuální vybrané kauzy a události. Veřejně však deklaruje přesný opak (Mediaguru, 31. října 2013). Příkladem může být následující status na oficiálním Facebooku Jaromíra Soukupa z 21. ledna 2020: „(...) Například jsem přesvědčený, že vlastník médií nemá zasahovat do obsahu svých médií. Já jsem nikdy žádnému ze svých novinářů nezasáhl do jeho textu. Nikdy jsem nenařizoval, co v textu má či nemá být. Když se chci vyjádřit, tak se nebojím mluvit sám za sebe. Ať už v televizi, na twitteru, na facebooku či jinde.“ (Oficiální Facebook Jaromíra Soukupa, 21. 1. 2020) v roce 2013 vystoupil na Fakultě sociálních věd UK a názorem, že „žijeme ve svobodné zemi, kde by mělo být povoleno vše, co není zakázáno“ (v reakci na redakční zásahy majitelů médií) (Mediaguru, 31. října 2013). Podle mé osobní zkušenosti Jaromír Soukup do obsahu článků a výběru témat redakce *TÝDNE* prosazoval své politické preference, stejně jako předpojatý postoj vůči ostatním médiím, která představovala konkurenci (např. média Bakalovy Economie). Prosazoval šokující emotivní fotografie nebo naopak zakazoval ilustrační fotografie s lidmi, kteří nesplňují ideál krásy. Hlavním cílem pro něj byl vždy zisk (bulvarizace, senzace) a propagace vlastní osoby, popřípadě jeho bývalé partnerky Kateřiny Brožové. Má osobní zkušenost samozřejmě nestačí pro akademické účely této analýzy, proto se budu v následující části snažit shrnout Soukupův kariérní vývoj, stejně jako pohled ostatních konkurujících médií na vydavatelství Empresa Media. Jaromír Soukup je vzděláním právník. Už během studií založil mediální agenturu Médea a.s. a později v roce 2000 pak vydavatelství Empresa Media a.s. (wiki.idnes.cz, 17. 1. 2019). v roce 2006 se podílel a spolufinancoval kampaň *Strany zelených* a později se podílel na

vyjednávání ekonomického plánu vlády (wiki.idnes.cz, 17. 1. 2019). Později po konfliktu s Martinem Bursíkem podporoval již jen odštěpenou část *Zelených – Demokratickou Stranu zelených* a později za ni kandidoval do Evropského parlamentu. Po neúspěšné kandidatuře se v roce 2010 přiklonil k Věcem Veřejným a podporoval je zvýhodněným pronájmem inzertního prostoru ve svých médiích (lidovky.cz, 8. 3. 2010).

V roce 2017 Jaromír Soukup učinil zásadní změnu v mediální strategii. Sám se stal tváří většiny původně vyráběných pořadů na *TV Barrandov*, televizi vlastněné vydavatelstvím Empresa Média (Mediaguru, 8. 1. 2019). Pořady zároveň téměř vždy nesly jeho jméno (*Aréna Jaromíra Soukupa*, *INSTINKTY Jaromíra Soukupa*, *Týden podle Jaromíra Soukupa* a další). Z tohoto důvodu se v případě Empresa Media jasně prolíná majitel a mediální obsah. Soukup se začal objevovat zpočátku v rozhovorech s prezidentem Milošem Zemanem *Týden s prezidentem* (TV Barrandov 1). Prezident si *TV Barrandov* zvolil jako již několikáté médium v řadě (e15.cz, 15. 1. 2020).

Soukup moderoval například zprávy s názvem Moje zprávy, ve kterých urážel řadu politiků a politických hnutí (seznamzpravy.cz, 14. 12. 2018). v roce 2018 začal prudce útočit na Českou televizi. Ve zpravodajství zpochybňoval její důvěryhodnost, což skončilo soudním sporem, který dodnes neskončil (lupa.cz, 15. 12. 2020). Rada pro rozhlasové a televizní vysílání Emprese vyměřila pokutu: „Pořad prezentoval jasný, předem stanovený postoj a jako takový jej lze považovat za předpojatý a snažící se ovlivnit postoje diváka ve prospěch záměrů tvůrců. Provozovatel tedy neposkytl objektivní a vyvážené informace nezbytné pro svobodné vytváření názorů," zdůvodnila svůj verdikt RRTV (idnes.cz, 3. 5. 2019).

V rámci cen *Trilobit* Jaromíru Soukupovi byla udělena zvláštní negativní cena Zlatý citrón 2018 „za neuvěřitelné konferování „diskusních" pořadů v *TV Barrandov*, které jsou bizarním koktejlem diletantství a účelového politického aktivismu" (Ceny Trilobit 2018).

Soukupovy politické preference jsou v čase značně proměnlivé a rozporuplné. Do ledna roku 2020 byl Jaromír Soukup zjevným podporovatelem Miloše Zemana a Andreje Babiše (ihned.cz, 4. 10. 2017), podporoval xenofobii vůči sexuálním menšinám, vůči uprchlíkům a také se vyhraňoval vůči opozici (Deník N, 7.7.2020). Po třech letech pak prezident údajně ukončil spolupráci (Oficiální Facebook Jaromíra Soukupa, 15. 1. 2020). Poté nastal zlom a Soukup se distancoval od svých předešlých přesvědčení, i když navenek opět jakoukoli změnu popíral: „Mnoho lidí, včetně pana Pavel Šafra hovoří o mé údajné proměně. Proč dělal dříve to, co dělal, a proč nyní říká to, co říká? Ideály, nebo peníze? Kdepak! Žádná proměna se nekoná. Tím klíčovým slovem je přesvědčení. Přesvědčení, že dělám to, co považuji za správné." (Oficiální Facebook Jaromíra Soukupa, 21. 1. 2020).

Avšak proměna Jaromíra Soukupa byla patrná právě v mediálním obsahu titulů Empresa Media, především na *TV Barrandov*. Soukup při moderaci pořadů začal otevřeně kritizovat Zemana a vládu, podpořil hnutí Milion chvilek pro demokracii, chválil demokratickou opozici a začal jí dávat prostor (Deník N, 7.7.2020). Dříve do svých pořadů zval neúměrně často Tomia Okamuru (Hlídací pes, 15. 6. 2018). Od 18. března 2021 *TV Barrandov* vysílá pravidelné *Hovory Kalousek Soukup*. Pořad, v němž Soukup diskutuje s bývalým ministrem financí a bývalým předsedou a spoluzakladatelem politické strany TOP 09 o aktuálním dění (TV Barrandov – Hovory Kalousek Soukup).

Soukup se snaží vytvořit dojem, že se emancipoval jako nezávislá názorová jednotka: „Jsem přesvědčený demokrat a všechny demokratické proudy politické a společenské u nás dostanou prostor. Tak to bylo a bude. Ale na jakékoliv omezení svobody budu reagovat velmi tvrdě a s protestem“ (Deník N, 7. 7. 2020). v lednu 2019 založil vlastní stranu: *List Jaromíra Soukupa* a oznámil, že bude kandidovat na prezidentský post v roce 2023 (LIST Jaromíra Soukupa). Priority této nové politické strany jsou například: postavení oligarchů a zkorumpovaných politiků před soud (jmenovitě třeba Zdeňka Bakalu), zrušení přebytečných úřadů a sjednocování institucí, zjednodušení právního řádu České republiky, zavedení sektorové daně pro bankovnictví, telekomunikace a IT, zdanění velkých nadnárodních korporací jako Facebook, Google, Microsoft, zastropení úroků a RPSN u půjček a omezení pravomocí exekutorů, efektivní prosazování českých zájmů v EU (LIST Jaromíra Soukupa, Mediář, 8. 8. 2020).

Indicie o Soukupově vlivu na mediální obsah Empresy se dají získat i z mediálního pokrytí návštěvy čínského prezidenta Si Ťin-pchinga v České republice v roce 2016. Empresa vynechávala zprávy o protestech proti Čínskému autoritativnímu režimu (Motejlek, 2017: s. 85ff). Majetková struktura Empresa media je provázaná s čínskými investory. Čínská finanční skupina CITIC má majoritní podíl 57 % v agentuře Médea. V Empresa média vlastní 49 % (ihned.cz, 18.4.2020).

Ani bývalý výkonný ředitel Empresa Media Daniel Köppl se v rozhovoru pro DVTV netajil tím, že Soukupovi jde především o zisk a je tomu ochotný i zcela přizpůsobit obsah a styl svých médií (aktuálně.cz, 16. 9. 2020).

Vydavatelství Empresa Media mělo původně být součástí analýzy. Nakonec však bylo vyloučeno z důvodu nedostatku dat. Časopis TÝDEN od dubna 2020 vychází už jen jako měsíčník, a i bez ohledu na tuto skutečnost nevyšel pro roky 2019 ani pro 2020 žádný bilanční článek. Bylo by sice možné doplnit data o zpravodajství na *barrandov.tv*, jediné stránky, kde v současnosti ještě vychází online zpravodajství Empresy, nicméně ani tam se bilanční články nevyskytly. K vyřazení Empresy z analýzy navíc přispívá i má osobní zkušenost a s ní spojená předpojatost, která by mohla poškodit nestranné kódování hodnot pro analýzu.

Kapitola 9

Vydavatelství a jejich majitelé

Tato kvantitativní analýza zkoumá hodnotící zmínky v bilančních článcích vybraných z titulů pěti největších českých vydavatelství. Na tomto místě shrnu fakta, která se k vydavatelským domům pojí a mohou být relevantní pro odvození výzkumných otázek a hypotéz. Naformuluji pravděpodobné zájmy a názorové pozice vlastníků mediálních vydavatelství. Indicie pro možný vliv vlastníka na dané vydavatelství budou získány především z rešerše novinových článků konkurenčních médií, které daný vlastník nevlastní.

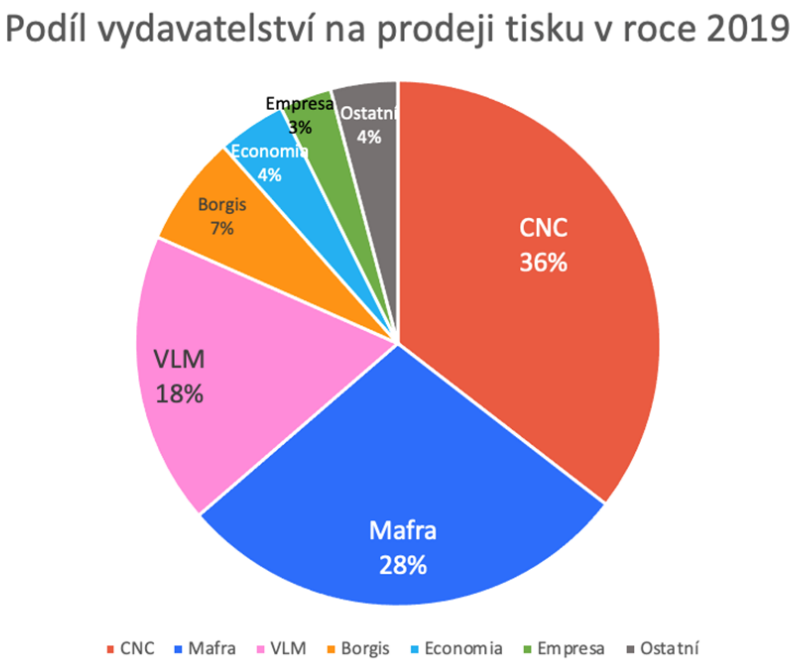
Každý z následujících vlastníků je v médiích často označován jako oligarcha (např. idnes.cz, 26. 4. 2017), což je termín, který vysvětluji v části 3. Většina z těchto oligarchů se každoročně se umisťuje na předních příčkách žebříčku nejbohatších Čechů v časopisu Forbes (Forbes 2020a).

Pro účely analýzy bylo vybráno pět (se Seznamem.cz šest) vydavatelství s největším podílem na českém mediálním trhu. Všechna mají více než 4 % podílu na tiskovém trhu (Mediaguru, 24. 2. 2020, Mediaprojekt 2020). Údaje pro výběr zkoumaných médií jsem získala z *Media projektu*, nejprestižnějšího průzkumu čtenosti tiskových titulů v České republice (Mediaguru, 24. 2. 2020, Mediaprojekt 2020). Ročně je dotazováno 25 000 respondentů vybraných kombinací náhodného a kvótního výběru proporcionálně z celého území (Mediaguru, 24. 2. 2020, Mediaprojekt 2020). Výsledky *Media projektu* jsou základními daty pro zadavatele reklamy do médií. v současnosti *Mediaprojekt* zajišťují agentury Median a STEM/MARK (Mediaguru – Mediaprojekt).

V následující části budou představeny medailonky vydavatelství, na jejichž základě budou odvozeny výzkumné hypotézy. Hypotézy jsou záměrně radikální. Vycházejí z předpokladu, že zprávy všech analyzovaných médií jsou přesně přizpůsobeny politickým preferencím svých vlastníků.

9.1 Czech News Center a.s.

Jediným akcionářem vydavatelství Czech News Center (dále CNC) je firma Czech Media Invest a.s. Jejím majitelem je z 50 % český miliardář Daniel Křetínský, dále jeho dlouholetý spolupracovník a obchodní partner Patrik Tkáč (40 %) a Roman Korbačka (10 %) (Mediaguru, 21. 3. 2019, Forbes, 11. 12. 2020). CNC samo sebe nazývá lídrem na českém mediálním trhu (Czech News Center – Hlavní stránka). Ve skutečnosti je však těsně za MAFROU na druhém místě na celkovém trhu. Na místě prvním je pouze v oblasti tištěných médií (Czech News Center –



Obrázek 9.1: Podíl vydavatelství na prodeji tisku v roce 2019, vlastní zpracování. Zdroj dat: Mediaguru, 24. 2. 2020

Čtenost, Mediaprojekt 2020).

Czech News Center provozuje čtyři deníky, z nichž je údajně nebulvární *BLESK* s odstupem nejčtenějším titulem na území České republiky vůbec (Czech News Center – Blesk). Vydavatelství dále nabízí i jiné než mediální a zpravodajské služby. Čtenáři mohou využívat telefonní a internetové služby BLESK mobilu, od roku 2014 BLESK energii (dodavatele plynu a elektřiny) a nově také BLESK lékárnu (Czech News Center – O nás). Z této nabídky odvozuji zaměření na cílovou skupinu ve vyšší věkové kategorii.

Klíčovou postavou Czech News Centeru je Daniel Křetínský. Patrik Tkáč působil vždy jako spolupracovník Křetínského, nepředstavuje tedy konkurenční hlas (Reportér, 13. 11. 2016, Forbes, 11. 12. 2020). Daniel Křetínský zřídkakdy vystupuje veřejně a jeho zájmy nejsou tím pádem na první pohled patrné. Často působí rozporuplně. v říjnu roku 2018 po akvizici podílu v deníku *Le Monde* například oznámil, že nehodlá vstoupit do francouzské energetiky a vzápětí koupil německý energetický koncern vlastnící i francouzské elektrárny (Respekt, 7. 7. 2019). Křetínský je zastáncem evropského jednotného trhu v Evropě, ale na druhou stranu si přeje omezit internetové giganty Google, Amazon, Facebook a Apple (idnes.cz, 5. 11. 2018). Především by údajně bojoval proti populismu na sociálních sítích jejich regulací. Czech News Center přitom provozuje jeden z nejbulvárnějších titulů na trhu: *Blesk*. Z mediální rešerše vyplývá, že všechny Křetínského kroky provází cíl maximalizace zisku, spíše než jeden konkrétní politický názor. Široké portfolio podnikání tohoto miliardáře zahrnuje kromě médií především oblast energetiky, konkrétně uhelné elektrárny (Respekt, 7. 7. 2019).

Vztah k Andrejovi Babišovi a jeho vládě také není snadno čitelný. Ačkoli Křetínský s Babišem spolu nikdy nevedli otevřenou válku (Reportér, 13. 11. 2016), v dosavadní kariéře Křetínského bylo několik momentů, které dávají tušit rivalitu.

v závěru roku 2013 odkoupili Křetínský s Tkáčem předchozího vydavatele *Blesku* a dalších titulů *Ringier Axel Springer CZ a.s.* Bylo to nedlouho potom, co Andrej Babiš získal MAFRU (Hlídací pes, 14. 1. 2020, Reportér, 13. 11. 2016).

Daniel Křetínský je původně právník, který se postupně vypracoval v miliardového uhlobarona. Zbohatl v oblasti energetiky a jeho majetek narostl do takové výše, že těsně předčil i Andreje Babiše (Respekt, 7.7.2019). v současnosti je třetím (po úmrtí Petra Kellnera druhým) nejbohatším Čechem, o 4 miliardy před Babišem (Forbes, 2020a). Právě Andrej Babiš v roli ministra financí vydal pokyn vedení ČEZ, aby se neucházelo o nákup podílu ve Slovenských elektrárnách ani o nákup uhelných aktiv od Vatenfallu v roce 2016. Křetínský i přesto dokázal prosadit svou vůli (Reportér, 13. 11. 2016).

Oblast energetiky, ve které se Křetínský pohybuje, je s politikou propojena sítí regulací a předpisů. Řadu klíčových obchodů by nemohl zrealizovat bez dobrých vztahů s vedením ČEZ a s politickou garniturou. Podle francouzského novináře Lefilliâtra je Křetínský pravicovým ekonomickým liberálem, který se nezajímá o ekologii, je spíše pro-EU a pro volný pohyb kapitálu a v minulosti byl politicky blízký Mirku Topolánkovi a ODS (Kafkadesk, 16. 6. 2020, Hlídací pes, 2. 10. 2019). Dobré vztahy s ČEZ ve své době vyžadovaly i kontakty k ČSSD a na Slovensku k Róbertu Ficovi (Reportér, 13. 11. 2016), což svědčí o tom, že Křetínského politické preference jsou zastíněny osobními ekonomickými a finančními zájmy.

Nejvýznamnější společností Křetínského je Energetický a průmyslový holding (EPH). Společnost vznikla v roce 2009 jako společný podnik s Petrem Kellnerem a jeho skupinou PPF (Reportér, 13. 11. 2016). K Petru Kellnerovi měl Křetínský blízko i v osobní rovině: od roku 2017 je životním partnerem Kellnerovy dcery Anny (Respekt, 7. 7. 2019). EPH je největším dodavatelem tepla v Česku a druhým největším českým výrobcem elektřiny (po firmě ČEZ). Navíc EPH získalo kontrolu nad čtyřiceti procenty německého trhu s hnědým uhlím. Většina aktiv společnosti je však v zahraničí, česká část se na tržbách podílí necelou pětinou (Reportér, 13. 11. 2016).

Podle *Forbesu* se však EPH věnuje udržitelným zdrojům energie, a to dokonce až ze 30 % (Forbes, 2020b). Základ Křetínského podnikání však stále zůstává v uhlí a plynu (Reportér, 13. 11. 2016). Spalování hnědého uhlí navíc stojí z politického hlediska v přímém rozporu s obrazem proevropského, liberálního majitele, jak se Daniel Křetínský navenek prezentuje (Respekt, 5. 1. 2019). Možná je to image, která Křetínskému umožňuje proniknout do nejvyšších kruhů a získávat informace a kontakty (Kafkadesk, 16. 6. 2020, Reportér, 13. 11. 2016).

Odkoupení 49% podílu ve francouzském deníku *Le Monde* (říjen 2018) vyděsilo tamní novináře a ti po Křetínském vyžadovali písemnou záruku, že nebude zasahovat do nezávislosti deníku. Starosti jim dělala představa, že východoevropský Křetínský je ovlivněný Putinem (Kafkadesk, 16. 6. 2020). To ovšem Křetínský vyvrátil (Respekt, 23. 12. 2019), i když má menšinový podíl v plynovodu Eustream, který přivádí plyn Gazpromu do západní Evropy (Eustream).

Uvedené informace se nyní pokusím převést do hypotéz. Jak by vypadalo zpravodajství pod CNC, kdyby přesně reflektovalo potřeby a názory svého majitele? Křetínský se pravděpodobně řídí především ekonomickými zájmy, tedy ziskem. Jelikož nabyl majetek díky kontaktům na politiky a vedení ČEZ, bude jeho zpravodajství zaměřené spíše na kauzy spojené s ostatními českými oligarchy (Babiš, Bakala) než na sebe sama. Cíl zisku s sebou přináší bulvarizaci a cílení

na většinovou společnost, což v případě *Blesku* platí. Dále, jelikož je uhelným baronem, očekávám, že jeho média nebudou psát o ekologických problémech. Vůči Rusku by měl podle uvedených informací zastávat neutrální pozici z diplomatických důvodů. A pokud má novinář Lefilliâtre pravdu, pak bude CNC interpretovat události pravicovým a liberálním pohledem. Zkoumaný vzorek k vydavatelství CNC se skládá z bilančních článků deníku *Blesk* a časopisu *Reflex*.

9.1.1 Hypotézy

A: Tituly vydavatelství jsou orientované na co nejširší cílovou skupinu a co největší zisk. Jsou proto bulvárně orientované.

B: Tituly vydavatelství Czech News Center jsou výhradně kritické vůči vládě, hnutí ANO, Andreji Babišovi a Miloši Zemanovi. Vůči Rusku jsou neutrální nebo ho vůbec nezmiňují, EU líčí v pozitivním světle.

C1: Tituly vydavatelství Czech News Center opomíjejí téma ekologie a životního prostředí.

C2: Tituly vydavatelství Czech News Center interpretují události pravicově a liberálně.

9.2 MAFRA a.s.

Vlastníkem vydavatelství Mafra je od roku 2013 holding Agrofert, a.s. ze svěřeneckého fondu Andreje Babiše (Mediaguru, 21. 3. 2019). Tato skutečnost a s ní spojené podezření, že Babiš stále ovládá firmu a je tím pádem ve střetu zájmů, způsobila spory paralyzující českou politiku dodnes (aktuálně.cz, 25. 4. 2021). Andrej Babiš je v současnosti čtvrtým (po úmrtí Petra Kellnera třetím) nejbohatším Čechem s majetkem pohybujícím se kolem 74 mld. korun (Forbes, 2020b). Přímý vliv Andreje Babiše na chod redakcí v Mafře dává tušit kauza vycházející z nahrávek rozhovoru Babiše a dnes již bývalého novináře Mladé fronty DNES Marka Přibila (novinky.cz, 3.5.2018). Babiš svůj vliv na média Mafry opakovaně odmítá (ČT24, 29.11.2018). Řada novinářů na protest proti Babišovi odešla (Mediaguru, 28. 11. 2013). Koncentrace politické, ekonomické a mediální moci, kterou disponuje Andrej Babiš, je bezprecedentní nejen v českých podmínkách, ale také ve všech zemích CEE (Štětka v Balcytiene et al., 2015: 122ff). Andrej Babiš proto bývá přirovnáván k Rupertu Murdochovi ve Velké Británii nebo k Silviu Berlusconimu (Mediaguru, 28. 11. 2013).

V říjnu 2013 byl v MAFŘE vytvořen nový kodex nazvaný *Vydavatelský kodex médií provozovaných společností MAFRA, a.s.*, který následně schválilo představenstvo společnosti AGROFERT (idnes.cz, 10. 10. 2013). Kodex vylučuje ovlivňování chodu redakce majitelem. v porovnání s kodexem Economie však obsahuje poměrně vágní prohlášení: „Politické zájmy vlastníka či jiných politických skupin ani mimomediální obchodní aktivity jediného akcionáře nejsou v redakční části médií vydávaných Společností nijak zohledněny. O všech aktivitách vlastníka a jím přímo či nepřímo ovládaných firem, spolků, sdružení a dalších takových subjektů informují redakce stejně a vyváženě, jako o všech ostatních osobách, které s vlastníkem spojeny nejsou.“ Zmíněný kodex není uveden na oficiálních stránkách

Mafry. Jeho znění jsem dohledala pouze na redakčním blogu idnes.cz (idnes.cz, 10. 10. 2013).

Pro stanovení hypotéz budu vycházet z předpokladu, že média vlastněná Andrejem Babišem jsou přímo ovlivňována politickou agendou Babiše a hnutí ANO, potažmo i situací ve vládní koalici. Dále budu předpokládat, že tituly Mafry odvádějí pozornost od Babišových kauz o střetu zájmů k bulvárnějším a odpočinkově-pozitivním tématům.

Na postoji k Rusku a Číně je možné ilustrovat, že Andrej Babiš jednou za čas zcela mění názorové pozice, dost možná podle veřejného mínění (Reflex, 14. 9. 2020). v roce 2017 se stavěl proti závěrům Summitu EU, kde byly schváleny protiruské sankce kvůli válečnému stavu na Ukrajině (ihned.cz, 5. 10. 2017). Dlouhou dobu poté se Babiš k Rusku nevyjadřoval a zdálo se, že ustupuje prezidentu Miloši Zemanovi (info.cz, 10.3.2021), o kterém je známo, že má s Ruskem vřelé vztahy (echo24.cz, 4.4.2021). Dne 17. dubna 2021 Babiš oznámil, že Rusko se podílelo na výbuchu muničního skladu ve Vrběticích a od té doby vystupuje protirusky (deník.cz, 23. 4. 2021). Zkoumané bilanční články k vydavatelství Mafra jsou z *Mladé fronty DNES* a z *Lidových novin* a pocházejí z prosince 2019 a 2020. Proto budou hypotézy vycházet z předpokladu, že Babišovo vydavatelství Mafra je vůči Rusku neutrální až vstřícná.

9.2.1 Hypotézy

D: Tituly vydavatelství MAFRA líčí Andreje Babiše a postavy spojené s hnutím ANO v pozitivním světle. Jsou neutrální až vstřícné k Rusku a Číně.

E: Tituly vydavatelství MAFRA ve srovnání s ostatními vydavatelstvími (především Economií) vystavují čtenáře výrazně menšímu množství negativity.

F: U titulů vydavatelství MAFRA vynikají témata a události zábavného nebo bulvárního charakteru. Vybrané události jsou často zahraniční kvůli odvedení pozornosti od problémů na domácí scéně. Zprávy z domácí scény jsou bez politického stanoviska.

9.3 Vltava Labe Media a.s.

Majitelem Vltava Labe Media a.s. (dále VLM) je investiční společnost Penta Investments usídlená na Kypru, která v roce 2015 koupila předchozího vydavatele *Vltava Labe Press, a.s.* v Penta Investments figurují Marek Dospiva a Jaroslav Haščák jako hlavní partneři a dále Jozef Oravkin, Eduard Maták a Iain Child jako vedlejší partneři (Mediaguru 2019, 21. 3. 2019). Vlajkovou lodí vydavatelství je *Deník*, který má celkem 13 regionálních/krajských mutací. Každá mutace obsahuje stejnou část zpravodajství věnovanou celkovému dění v České republice. Vydavatelství se dále zaměřuje na lifestylové a zábavné tituly (*Story*, *Glanc* nebo *Vlasta*).

Společnost Penta vyrostla díky privatizačním procesům v devadesátých letech na Slovensku a v České republice (irozhlas.cz, 4. 12. 2020). Kauza *Gorila* z roku 2012 svědčí o tom, že Penta zasahovala do privatizace. v průběhu soudních procesů vyplynulo, že na Pentu je napojený slovenský premiér Robert Fico (E15, 21. 12.

2016, Forbes, 20. 10. 2019), dále pak Marián Kočner napojený Jaroslava Haščáka (ct24.ceskatelevize.cz, 15. 3. 2019, Forbes, 20. 10. 2019) a bývalí členové STB jako například Alojz Lorenc. Lorenc poskytuje Pentě dodnes poradenské služby (Deník N, 4. 12. 2019).

Penta operuje celkem v deseti zemích. Největší aktiva na území České republiky jsou v síti lékáren Dr. Max, řetězcích zdravotnických zařízení Penta Hospitals CZ a sázkové kanceláři Fortuna. Penta dále provozuje i finanční služby a realitní development (Penta Investments). Dospiva v současnosti buduje developerský projekt *Masaryčka spojuje* v areálu Masarykova nádraží ve spolupráci s architektkou Zahou Hadid. Jedná se o jeden z nejvýraznějších stavebních a architektonických projektů v centru Prahy (aktuálně.cz, 26. 2. 2020). Penta v minulosti postavila například i Florentium a ve svém portfoliu má i další významné stavby vzniklé z tzv. brownfieldů (aktuálně.cz, 26. 2. 2020).

Marek Dospiva je podle Forbesu 9. nejbohatší Čech s majetkem 25,3 mld. Kč (Forbes, 2020a). s Jaroslavem Haščákem se potkali při studiích v Moskvě. Absolvovali spolu také stáž v Číně, se kterou poté nastartovali své první podnikání s bavlněnými oděvy (seznamzpravy.cz, 24. 4. 2020). Čína hrála a hraje roli v podnikání Penty. Florentium Penta prodala čínské firmě CEFC, dnes ovládané čínskou státní skupinou CITIC. Kontakty k Číně Penta navíc využívá v současné koronavirové krizi k nákupu zdravotnických pomůcek pro zdravotnická zařízení a lékárny (idnes.cz, 18. 4. 2018).

U Penty a potažmo Vltava Labe Press a.s. bude tato analýza předpokládat cíl maximalizace zisku a s ním spojenou bulvarizaci zpravodajství. Dále také lze očekávat oportunismus spočívající ve využívání kontaktů s politiky a jejich následnou obhajobu ve zpravodajství *Deníku*. Marek Dospiva údajně pěstuje kontakt k Andreji Babišovi (blesk.cz, 11. 2. 2017). Stejně jako u Křetínského energetiky, i oblast realitního developmentu vyžaduje dobré vztahy s politickou garniturou. Jak je již uvedeno výše, lze nalézt řadu indicií, že majitelé Penty jsou nebo byli napojeni i na další politiky. v prosinci 2020 byl zatčen Jaroslav Haščák za korupci a praní špinavých peněz. v lednu 2021 byl propuštěn pro nedostatek důkazů (irozhlas.cz, 7. 1. 2021). Díky tomu lze podobně jako u Zdeňka Bakaly (viz část 9.5) předpokládat znevěrohodnění soudů České republiky ve zpravodajství médií VLM.

V roce 2017 Marek Dospiva finančně podporoval kampaň konzervativně pravicové strany *Realisté*, vedené politologem Petrem Robejškem (blesk.cz, 11. 2. 2017, lidovky.cz, 5. 12. 2020). Je tu tedy indicie k politickému přesvědčení Dospivy (lidovky.cz, 5. 12. 2020). *Realisté* byli názorově proti migraci, proti přijetí eura, proti inkluzi a zvýhodňování nadnárodních firem a investorů, na druhou stranu byli pro držení zbraní, pro vojenskou povinnost pro muže. Mezi jejich priority patřilo i zjednodušení zákonů, eliminace co největšího množství regulací a hmotná odpovědnost úředníků (Realisté).

V rozhovoru pro *Deník* krátce po akvizici vydavatelství Vltava Labe Media Dospiva slíbil, že nebude ovlivňovat redakci *Deníku* (deník.cz, 7. 11. 2015). Údajně bude pouze maximalizovat jeho zisk. Přiznává také, že vlastnictví médií Penta využije jako reklamní prostor pro své portfolio služeb pro konečného spotřebitele: sázková Fortuna, lékárny Dr. Max, banky a další zdravotnické služby. Hypoteticky by tedy zpravodajství VLM mohlo mít afinitu ke katastrofickým scénářům ohledně nemocí a finančních obtíží občanů ČR. Ohledně negativity v médiích

vyjádřil Dospiva přesvědčení, že by *Deník* neměl přinášet jen katastrofické či bulvární zprávy. Údajně nechce *Deník* bulvarizovat. Na Slovensku přitom skupina Penta vlastní od roku 2014 (rok před akvizicí Vltava Labe Media a.s.) News and Media Holding, vydavatelství provozující bulvární deník *Plus jeden deň*, bulvární týdeník *Plus 7 dní* a další bulvární tituly a lifestylové časopisy.

V rozhovoru pro Lidové noviny Dospiva přiznal, že si vydavatelství VLM Penta pořídila jako ochranný štít. „Nebudu chodit kolem horké kaše. To, že média vlastníme, nám dává jistotu, že pro kohokoli bude horší nás iracionálně napadat.“ (Hospodářské noviny, 21. 4. 2015).

9.3.1 Hypotézy

G1: Tituly vydavatelství Vltava Labe Media jsou orientované na co nejširší cílovou skupinu a co největší zisk. Jsou proto bulvárně orientované a konzervativní.

G2: U témat v titulech vydavatelství Vltava Labe Media vyniká skandalizace, a to nejen u tématu Politika, ale i Ekonomie a Společnost.

H: Tituly vydavatelství Vltava Labe Media se staví vůči Babišovi a vládě neutrálně.

CH: Tituly vydavatelství Vltava Labe Media jsou pročínské.

9.4 Borgis a.s.

Akciovou společnost Borgis vlastní z 59,12 % Zdeněk Porybný, z 33.6 % společnost Seznam.cz a další akcionáři (7.3 %). Společnost Seznam.cz vlastní ze 100 % Ivo Lukačovič (Mediaguru, 21. 3. 2019). Ivo Lukačovič je podle Forbesu 15. nejbohatším Čechem (Forbes, 2020a) a podíl v Borgisu získal v roce 2013 (Mediář, 16. 7. 2013).

O akciové společnosti Borgis se na oficiálních stránkách nelze nic dočíst. Sekce *O nás* je prázdná (Borgis a.s. - Oficiální stránky). Většinový majitel Zdeněk Porybný je zároveň šéfredaktorem deníku *PRÁVO* a aktérem odpovědným za jeho privatizaci (dříve *Rudé právo*) v roce 1991 (aktuálně.cz, 17. 7. 2013). Do roku 2014 byl v čele představenstva Borgisu (E15, 22. 1. 2014). Deník *PRÁVO*, hlavní titul, který Borgis vydává, je známý jako tradičně levicový deník blízký postojům sociální demokracie a KSČM (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011: s. 273). Patří k němu i online verze *novinky.cz*, kterou v průměru měsíčně navštěvuje 5 milionů čtenářů. Podle výsledků *NetMonitoru 2021* jsou *novinky.cz* (na prvním místě) a *seznamzpravy.cz* (s malou ztrátou na druhém místě) v čele nejnavštěvovanějších zpravodajských stránek na českém internetu (Mediaguru, 21. 1. 2021).

V minulosti dodávaly *Novinky* obsah do internetového zpravodajství *seznamzpravy.cz* (Mediář, 16.7 2013). v současnosti má však i Seznam.cz vlastní redakci (seznamzpravy.cz - Autoři, novinky.cz, Tiráž). Proto je nutné Seznam.cz a Borgis oddělit v testovacím vzorku. Seznam je největší českou internetovou firmou. v roce 2019 Seznam.cz spustil vlastní celoplošně vysílanou televizní stanici a vstoupil i na rozhlasový trh. Součástí Seznam.cz jsou i obsahové služby Seznam.cz: *Televize*

Seznam, *Seznam Zprávy*, *Stream*, *Proženy.cz*, *Garáž.cz* a také weby *Novinky.cz*, *Super.cz* a *Sport.cz* (aktuálně.cz, 30. 10. 2019).

Ivo Lukačovič na začátku roku 2019 odešel z představenstva společnosti Seznam.cz (idnes.cz, 19. 2. 2019). Během rešerše nebyly nalezeny žádné kauzy, do kterých by byl v minulosti nebo současnosti zapojen.

V rozhovoru pro *seznamzpravy.cz* o koronaviru a aktuálním dění v roce 2020 vyjadřuje liberální pohled na svět, zdůrazňuje důležitost ekologických hnutí a jejich boje proti změnám klimatu (seznamzpravy.cz, 2. 4. 2020): ,,Jsem citlivý člověk zaměřený na přírodu a mrzí mě, když trpí. Nepříjemným na té dnešní krizi je, že tuhle věc nevyřeší. I když pandemie ustoupí, tak globální oteplování bude stále problém. A vypořádat se s tím bude muset hlavně generace, která je ve věku Grety Thunbergové.“ Lukačevič se v rozhovoru také ztotožňuje s Billem Gatesem, jelikož „bojuje proti globálnímu oteplování způsobem, který je důležitý. Tak jako Greta verbuje mladé a Extinction Rebellion přitahuje levicově zaměřené lidi, tak on ukazuje cestu, kterou nabízejí nové technologie.“ (seznamzpravy.cz, 2. 4. 2020) Lukačevič je dlouhodobým zastáncem digitalizace (Forbes, 2020c). Dodnes sám programuje, například svůj meteorologický startup Windy (Forbes, 2020c). Návštěvnost stránky seznam.cz se během nouzového stavu zvýšila i díky obsahovým službám, jako např. speciálům o koronaviru nebo možnosti trasování v aplikaci Mapy.cz, již si stáhlo přes půl milionu nových uživatelů (Forbes, 2020c).

Následující analýza tedy bude předpokládat, že *seznamzpravy.cz* Iva Lukaševiče jsou liberálně politicky orientované s důrazem na ekologii, ochranu životního prostředí a technologie. Pro vydavatelství Borgis a.s. budu v hypotézách předpokládat levicový postoj a obecně kritický postoj k podnikatelské sféře (potažmo i k ostatním vydavatelstvím). K levicové pozici se pojí kritický pohled na životní prostředí a klimatické změny. Postoj Borgisu vůči vládě bude pravděpodobně nezaujatý a neutrální, jelikož součástí vládní koalice jsou levicové strany (ČSSD a KSČM).

9.4.1 Hypotézy

I: Tituly vydavatelství Borgis interpretují události kritickým pohledem politické levice. Vykazují obecně kritický postoj k podnikatelské sféře, k volnému trhu a pravicové politice.

J: Tituly vydavatelství Borgis zaujímají vůči vládě, Babišovi a ANO neutrální postoj.

K: Tituly vydavatelství Borgis zdůrazňují ekologická témata a klimatické změny.

L: Seznamzpravy.cz jsou liberálně orientované, zdůrazňují význam technologií a ochrany životního prostředí.

9.5 Economia a.s.

Vydavatelství Economia je od roku 2008 vlastněné ze 100 % Zdeňkem Bakalou (Mediaguru, 21. 3. 2019). Zdeněk Bakala je podle Forbesu 11. nejbohatším Čechem v roce 2020 s majetkem v hodnotě 18 mld. korun (Forbes 2020a). Na stránkách vydavatelství stojí následující prohlášení: „Mediální dům Economia chce být synonymem svobodné, profesionální žurnalistiky, a proto z iniciativy

vlastníka a představenstva zřídil *Radu pro redakční nezávislost*. Jejím úkolem je z pozice zcela nezávislého orgánu hájit myšlenku svobody médií a ručit čtenářům a veřejnosti za to, že práce redaktorů Economie nepodléhá nepřiměřeným zásahům. Rada především dohlíží na to, že redaktoři všech tištěných a digitálních titulů Economie vykonávají svoji redakční práci bez vlivu ze strany akcionáře.“ (Economia web) Součástí organizační struktury vydavatelství je od druhé poloviny roku 2019 *Rada pro redakční nezávislost*, údajně nezávislý kontrolní orgán, na něhož se mohou zaměstnanci Economie nebo i kdokoli zvenčí v případě obavy z porušení kodexů obrátit (Economia web). Tři členové rady jsou zahraniční renomovaní novináři, čtvrtým členem je PhDr. Václav Štětka, Ph.D., z jehož poznatků vychází teoretická část této diplomové práce (viz část 3). Štětka se ve své výzkumné činnosti zaměřuje na politickou komunikaci a roli nových médií, mediálních systémů ve střední a východní Evropě, vlastnictví médií a autonomii novinářů (Economia web).

Vydavatelství Economia dále prohlašuje dodržování *Etického kodexu a Kodexu mediálního domu Economia*, účinného od roku 2015. *Kodex mediálního domu Economia* zahrnuje podrobná pravidla o práci s informacemi, práci se zdroji, respektování soukromí, zacházení s odposlechy, opravách chyb, konfliktu zájmů, zneužití informací a další. Všechna pravidla odpovídají Kodexu syndikátu novinářů (Syndikát novinářů) a jsou dokonce ještě přísnější. Specifikují kroky, které vydavatelství podnikne, pokud je nějaký redaktor poruší (Economia web).

Zajímavá je informace o cílové skupině Economie: „Naše tituly čte 66 % majitelů firem, zástupců top managementu a veřejné správy, pro které je hlavní hodnotou serióznost obsahu a objektivita. Typickými čtenáři titulů Economie jsou lidé se zájmem o veřejné dění a komplexní informace.“ (Economia – Inzerce) Hypotéza tedy bude předpokládat pravicové směřování a zaměření na téma Ekonomie.

Novináři vydavatelství Economia jsou při tiskových konferencích ve státních institucích (např. v Poslanecké sněmovně nebo v sídle vlády ve Strakově akademii) oblíbeným terčem Andreje Babiše, který zpochybňuje jejich nezaujatost a označuje je za posluhovače Zdeňka Bakaly (Mediaguru, 7. 10. 2020). Proti Bakalovi a jeho médiím vystupuje i prezident Miloš Zeman (Mediaguru, 7. 10. 2020). Proto vydavatelství v září 2019 zareagovalo: „V době, kdy je důvěryhodnost médií v nebývalé míře ohrožována, musí Economia svým čtenářům zaručit, že se mohou s jistotou spoléhat na informace, které v jejich titulech dostávají. Je to nezbytné jak z etického, tak z obchodního hlediska,“ uvedl Bakala na *ihned.cz* (Ihned.cz, 19.9. 2019).

Bakala v minulosti ovládal těžební firmu OKD a dodnes probíhá soudní řízení kvůli pohledávce 24 miliard korun, která vznikla nevýhodným prodejem státních dolů OKD a zejména bytů OKD (Seznamzpravy.cz, 18. 8. 2020). Zdeněk Bakala si podle médií pěstuje pověst mecenáše, přátelí se s pravicovými politiky. v rámci soudního sporu zpochybňuje nezaujatost České republiky (Seznamzpravy.cz, 1. 11. 2019). Stejně jako u vydavatelství MAFRA, u Economie dlouhodobě panuje obava z *oligarchizace* příslušných médií (Hlídací pes, 3. 1. 2020).

Pro výzkumné účely této analýzy budu vycházet z hypotézy, že Zdeněk Bakala není jen filantropem, který se zasazuje o nezávislou žurnalistiku, ale že má i zájem vyvolat pochyby o nezaujatosti státní justice a důvěryhodnosti státního aparátu jako celku. Navíc se dá předpokládat, že možnou strategií pro odvedení pozor-

nosti od kauzy OKD a kontroverzní minulosti Zdeňka Bakaly je kritika ostatních oligarchů, politiků a politických stran.

9.5.1 Hypotézy

M: Tituly vydavatelství Economia zpochybňují nezaujatost české justice. Jejich zpravodajství se zaměřuje na korupční kauzy a nedostatky byrokracie.

N: Tituly vydavatelství Economia jsou vůči vládě, hnutí ANO a Andreji Babišovi a Miloši Zemanovi výhradně kritické.

O: Tituly vydavatelství Economia interpretují události pravicovým pohledem.

Kapitola 10

Operacionalizace hypotéz

V této části přeměním hypotézy na očekávané hodnoty u definovaných proměnných, podle kterých jsou kódovány hodnotící zmínky. V případě Czech News Center a Vltava Labe Media hypotézy předpokládají tendenci k bulvarizaci zpravodajství. Bulvarizace může být definována jako větší podíl témat v kategorii *Bulvární*, *Společnost*, *Krimi* a *Uprchlíci*. Dále také velmi časté rámcování, především s pomocí rámce *Chudáček/Oběť*, *Gauner*, *Česko je kocourkov* a *Vítězové/Poražení*. Bulvárně – tedy *skandálně* laděné zprávy jsou doprovázeny emotivními nebo karikujícími obrázky. Vydavatelství Vltava Labe Media má podle hypotéz navíc *konzervativní* politickou orientaci.

Jedna z hypotéz předpokládá, že tituly vydavatelství Mafra líčí Andreje Babiše a postavy spojené s hnutím ANO v pozitivním světle. Očekávané politické stanovisko tedy bude: *pro Babiše* a *pro vládu*.

Borgis jsem v medailonku definovala jako *levicově* zaměřené vydavatelství, převažující hodnota pro politickou orientaci tedy bude *levice*. Dále očekávám rámcování hodnotících zmínek s pomocí rámců *Gauner* a *Chudáček/Oběť*, neboť tyto rámce odpovídají kriticky levicovému pojetí společnosti jako třídního boje (viz část 7.4).

Vydavatelství Economia má (oproti Borgisu) opačnou – pravicovou politickou orientaci. Tituly vydavatelství Economia používají nejčastěji rámec *Česko je kocourkov* a *Gauner*. Dá se očekávat, že vůči vládě a Babišovi budou výhradně kritické, politické stanovisko tedy bude *anti Babiš*, *proti vládě* a *anti Zeman*.

Očekávané hodnoty proměnných jsou shrnuty v tabulce 10.1.

	CNC	MAFRA	VLM	Borgis a Seznam.cz	Economia
Politické stanovisko	anti Babiš, vláda, Zeman anti ekologie, pro Rusko	pro Babiš, vláda, Zeman, Rusko, Čína neutrální: demokracie proti: opozice	Babiš, vláda neutrální pro Čína	pro vláda, Babiš neutrální, pro eko	anti Babiš, vláda, Zeman, proti Rusku, Číně, pro eko, pro demokracie
Politická orientace	pravice, liberální	konzervativní	konzervativní	levicová, konzervativní	pravice, liberální
Ladění	skandalizace	méně negativity	skandalizace	pesimistické	pesimistické
Rámec	všechny (hlavně Vítězové/ Por.)		všechny (hlavně Česko je kocourkov)	Gauner, Chudáček/Oběť	Česko je kocourkov
Obrázek	emotivní, karikující		emotivní, karikující		neutrální
Téma	Bulvární, Zajímavost, Politika, Společnost	Bulvární, Zajímavost	Bulvární, Zajímavost, Politika, Společnost	Ekonomie, Politika, Ekologie, Společnost	Politika, Ekonomie, Společnost, Ekologie
Domácí/Zahraniční		zahraniční	domácí		

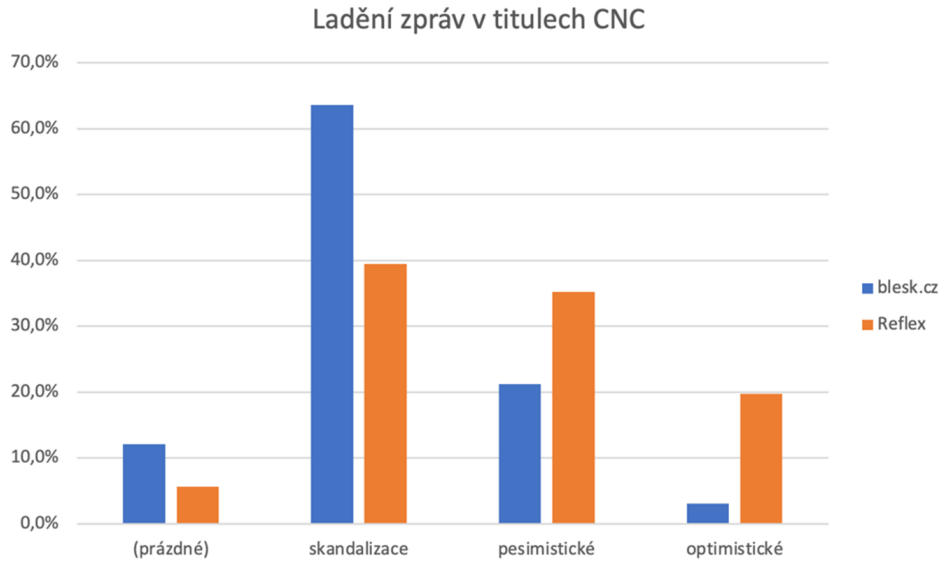
Obrázek 10.1: Tabulka očekávaných hodnot proměnných

Kapitola 11

Vyhodnocení hypotéz

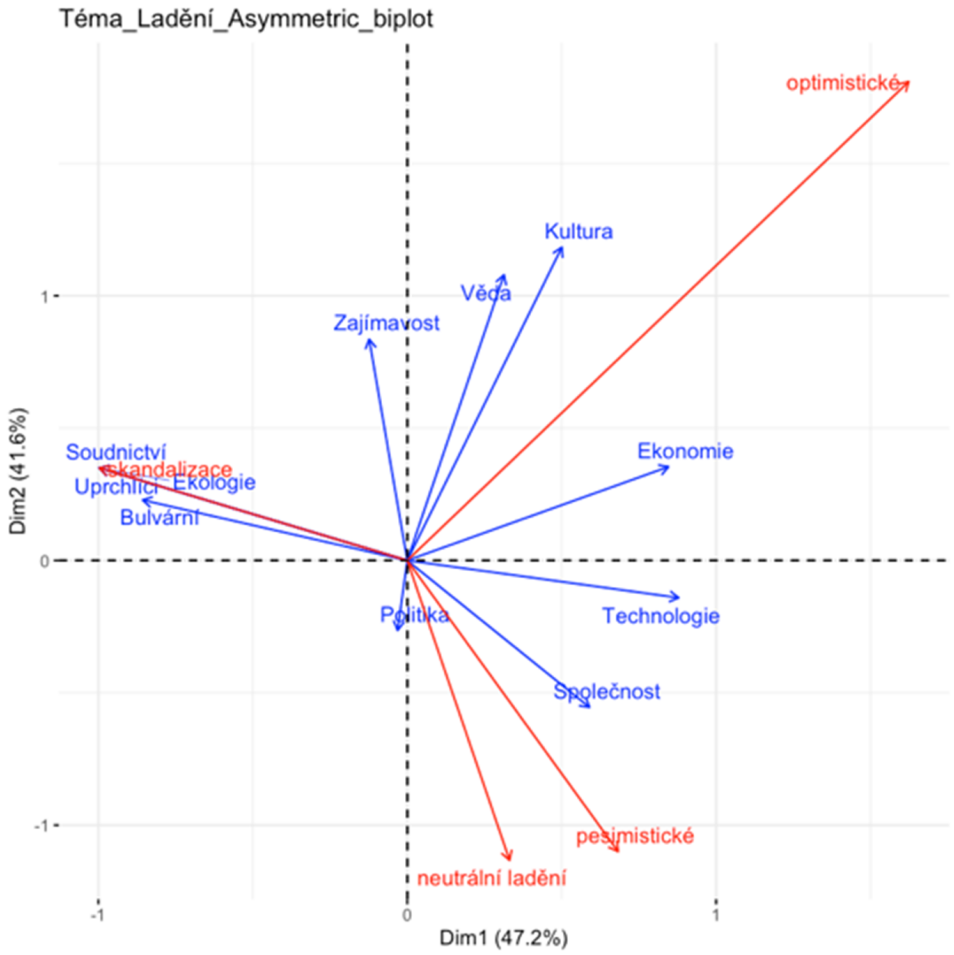
11.1 Vliv Daniela Křetínského na zpravodajství pod Czech News Center

Hypotéza A očekává na základě proměnných této kvantitativní analýzy bulvární směřování titulů Czech News Center. Výsledky analýzy tuto hypotézu potvrdily. Přes polovinu (51 %) z celkového počtu hodnotících zmínek u CNC je laděno *skandálně*. Obsah takových zpráv je *skandalizován*, ačkoli by se dal podat pouze věcně, bez přidané dramatičnosti. V případě internetové verze *Blesku blesk.cz skandalizace* výrazně převyšuje ostatní styly ladění (63,6 % oproti 21,2 % *pesimistickým* a pouhým 3 % *optimisticky* laděným zprávám). Ani většina případů u *Reflexu* není *neutrální* (neutrálních bylo pouze 5,6 %). Nejvíce hodnotících zmínek bylo taktéž *skandálně* laděných (39,4 %), *pesimistických* pak 35,2 % a oproti *Blesku* byla téměř pětina zpráv pozitivních (19,7 %). Tento rozdíl mezi tituly přisuzuji publicistickému stylu *Reflexu*.



Obrázek 11.1: Podíl hodnot u proměnné ladění u titulů vydavatelství CNC

I přes vysoké zastoupení ladění *skandalizace* ve frekvenční analýze nemá toto ladění kladnou asociaci vůči většině témat (viz. Graf 2). Na základě korespon-



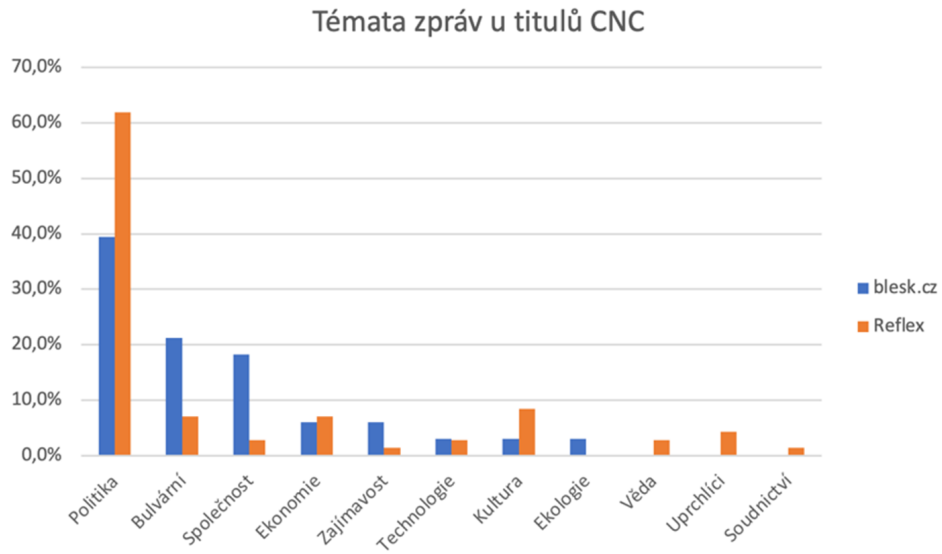
Obrázek 11.2: Biplot vztahů mezi proměnnými Téma a Ladění u vydavatelství CNC

denční analýzy s vysokou úrovní signifikance ($p = 0{,}0035$) byla prokázána kladná asociace k tématu *Bulvární*, což je přirozené, dále pak k tématům *Soudnictví*, *Uprchlíci* a *Ekologie*. Mezi *Politikou* a *skandalizací* však není žádný výrazný vztah (90^o), vektory ostatních témat jako *Ekonomie* a *Společnost* svírají se *skandalizací* dokonce tupé úhly. V celkovém srovnání však CNC vyniká signifikantní asociací k tématu *Bulvární* a skandálnosti obecně (viz část 11.6.5 a 11.6.3).

Celkově 72,1 % ze všech hodnotících zmínek CNC vykazuje rámec. Především *Reflex*, a to v 84,5 % procentech všech případů. Dodal zprávám tedy narativ, který je ve zprávě tak trochu navíc a chybí v ní dostatečný kontext pro takové hodnocení. Výrazně nejčastějším rámcem *Reflexu* jsou *Vítězové/Poražení* (33,8 %) a v těsně za nimi *Gauner* (31 %). Toto zjištění koresponduje s vysokou mírou *skandalizace* a *pesimistického* ladění. *Politika* je pojata jako oblast souboje nebo podvodu.

Nejčastějšími rámci u *Blesku* jsou *Gauner* (18,2 %) a *Česko je kocourkov* (15,2 %), oblíbený narativ zpravodajství tedy spočívá v tom, že politici kradou, že nějaká autorita obchází pravidla a státní aparát selhává v dohledu nad dodržováním zákonů a na zajištění služeb pro své občany. Toto zjištění je v souladu s tradiční rolí bulvárních deníků jako jakýchsi lidových soudců (Klimkiewicz, 2009: s. 50).

Téma *Politika* je v CNC ústřední, v *Reflexu* dosahuje celých 62 % (viz Graf 11.3). Ostatní témata mají mnohem menší zastoupení, např. *Kultura* 5,8 % a *Ekonomie* a *Bulvární* 4,8 % (obě). *Blesk* vykazuje mnohem větší tematické rozvrstvení. *Politika* je sice také na prvním místě (39,4 %), vysoký podíl zaujímají i témata *Bulvární* (21,1 %) a *Společnost* (18,2 %). Do tématu *Politika* se promítá *pesimistické* ladění a rámcování, které zde našlo úrodnou půdu a vysvětluje tak časté zastoupení tohoto tématu. Celkem 24 % všech hodnotících zmínek na téma *Politika* má *skandální* ladění, 20,2 % zmínek je *pesimistických*.



Obrázek 11.3: Podíl různých témat u titulů vydavatelství CNC

Překvapením je, že u vydavatelství CNC nebyly zjištěny žádné *karikující* obrázky. Právě zesměšnění s pomocí karikatury nebo vhodné „momentky“ by se u bulvárně orientovaných médií dalo očekávat. Očekávané výsledky byly potvrzeny

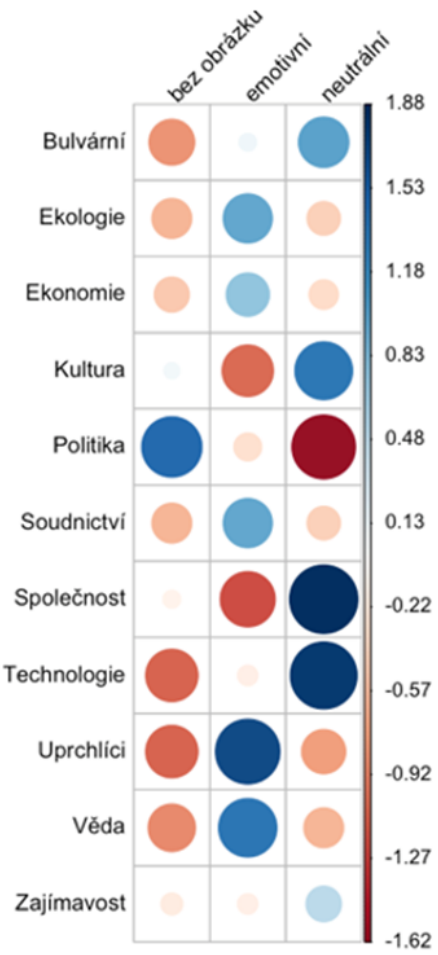
u časopisu *Reflex*: více než polovina (60,6 %) obrázků má výraznou emoci. *Blesk* však tuto část hypotézy přímo vyvrací, dokonce má více neutrálních obrázků (30,3 %) než *emotivních* (27,3 %). I poměr nerámcovaných zpráv byl u *Blesku* překvapivý: více než polovina (54,5 %). Možným vysvětlením je, že *Blesk* pojal shrnutí roku 2020 mimořádně věcně (jako fotogalerii a doplňující podcast). Fotografie *Blesku* se zaměřují na lidské příběhy na pozadí nejdůležitějších událostí. Nebyly kódovány jako *emocionální*, protože často chyběl detailní záběr na výraz obličeje. Nicméně i takový výběr fotografií je možné interpretovat jako podpůrný aspekt, který nestojí v rozporu s bulvarizací médií CNC. Bohužel tato analýza nedisponuje daty k roku 2019, jelikož v *Blesku* k tomuto roku nevyšel bilanční článek.

Korespondenční analýza (viz Graf 11.4) potvrdila závislost použití obrázku na druhu tématu se signifikancí lehce nad 5 % ($p = 0{,}0556$). Nejsilnější kladný vztah je mezi neutrálními obrázky a tématy Společnost a Technologie. Signifikantně kladná asociace ($p = 0{,}1 < \alpha = 10$ %) existuje mezi tématem *Politika* a bez obrázku, a negativní vůči neutrálnímu obrázku. Čím spíše je téma *Politika*, tím spíše nebude mít obrázek, a když už, tak nebude neutrální. Negativní vztah je zřetelný u témat *Bulvární*, *Technologie*, *Uprchlíci*, *Věda* vůči absenci obrázku, tedy čím spíše je téma jedním z vyjmenovaných, tím spíše bude mít obrázek. Silný vztah byl zjištěn u tématu *Uprchlíci* a emotivní obrázek, není však statisticky signifikantní, což ale může být způsobeno malým množstvím dat. Výsledky statistické analýzy nejsou v rozporu s hypotézou A. Většina hodnot v této části **potvrzuje hypotézu A**, tedy bulvarizaci u vydavatelství CNC.

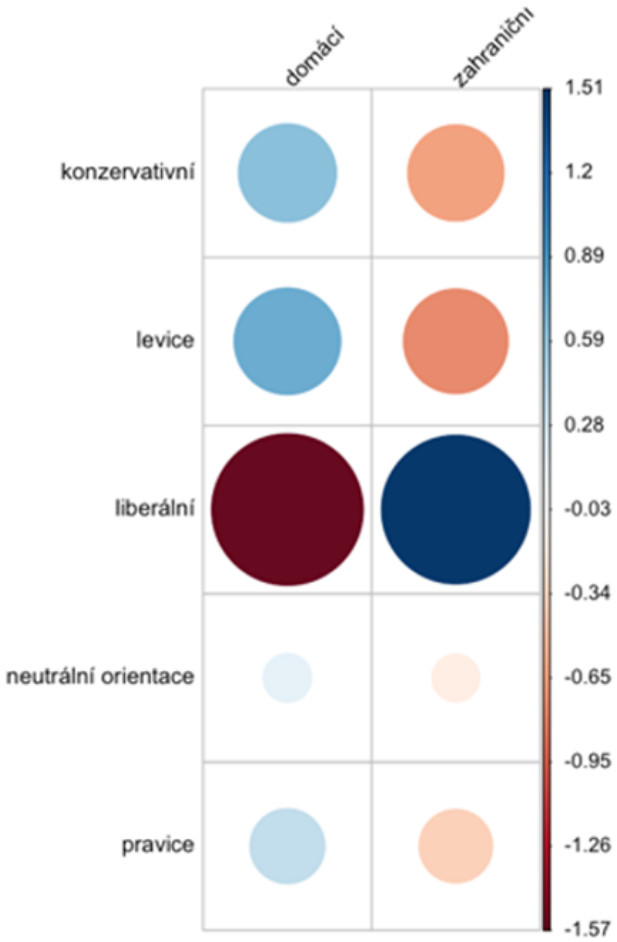
Hypotéza B byla **potvrzena**. Nejčastější politické stanovisko je *pro demokracii* (22,2 %), poté *anti Babiš* (9,1 %), *proti vládě* (8,1 %), *anti Čína* (7,1 %), *anti Rusko* (4 %), *pro EU* (3 %) a *anti Zeman* (3 %). Politické stanovisko *pro Babiše* se objevilo jen v jediném případě, kdy *Blesk* hodnotil skandál ministra zdravotnictví Prymuly ve vyšehradské restauraci Rio's a Babiš trval na jeho odvolání. Jinak se jasně potvrdila negativní názorová pozice vůči vládě, Babišovi a Zemanovi. Evropská unie je taktéž líčena výrazně pozitivně (opět jedná zmínka byla proti). Překvapením při testování druhé hypotézy byla pouze pozice vůči Rusku. Ta není neutrální, nýbrž výhradně negativní.

Názorové pozice proti Babišovi a vládě vnesl do vzorku především *Blesk*, jehož hodnotící zmínky se věnovaly nejčastěji domácím událostem (v 97 %). Na obhajobu demokracie se stavěl především *Reflex*, jelikož se 74,6 % případů zabývalo zahraničními událostmi a popisovalo autoritářské režimy a praktiky (např. napjatá situace v Bělorusku).

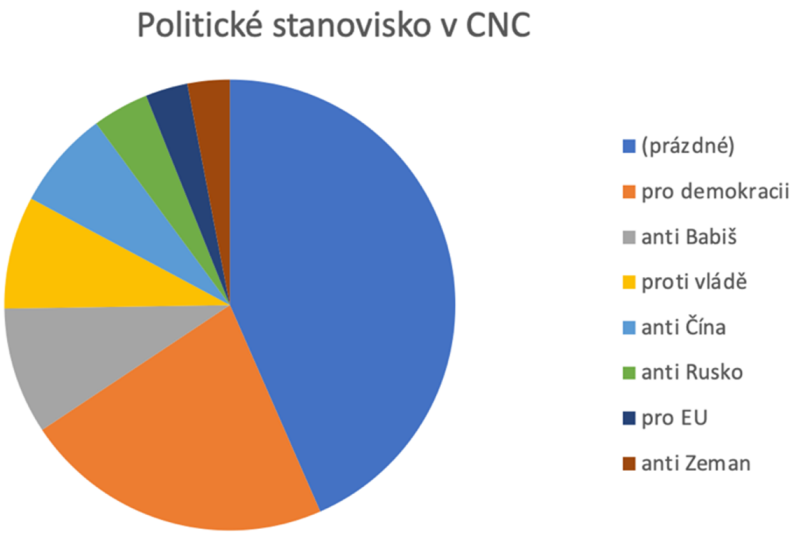
Hypotéza C1 byla touto analýzou **potvrzena**. Tituly vydavatelství Czech News Center opomíjejí téma ekologie a životního prostředí. Ze všech hodnotících zmínek se tématu *Ekologie* věnoval pouze jeden případ v *Blesku*. A to zpráva týkající se jedu v Bečvě, což poskytlo příležitost ke *skandalizaci* a ke kritice vlády. Hypotéza C2 je doplňující hypotézou, která předpokládá *liberální* nebo *pravicovou* politickou orientaci CNC. Výzkumný vzorek však ukázal, že nejvíce převažuje *konzervativní* směřování (12,1 % ze všech hodnotících zmínek). To je navíc asociováno se *skandálním* laděním hodnotící zmínky (viz. Graf 11.7). Další v pořadí je *liberální* (6,1 %) orientace. *Pravice* a *levice* mají zhruba stejně, a to 3 %. Mezi *liberální* orientací a proměnnou domácí/zahraniční korespondenční analýza zjistila silný vztah. Čím častěji je hodnotící zmínka *liberálně* politicky



Obrázek 11.4: Korelační graf asociací mezi tématy a druhem obrázku u vydavatelství CNC. Modré hodnoty symbolizují kladný vztah, červené záporný.

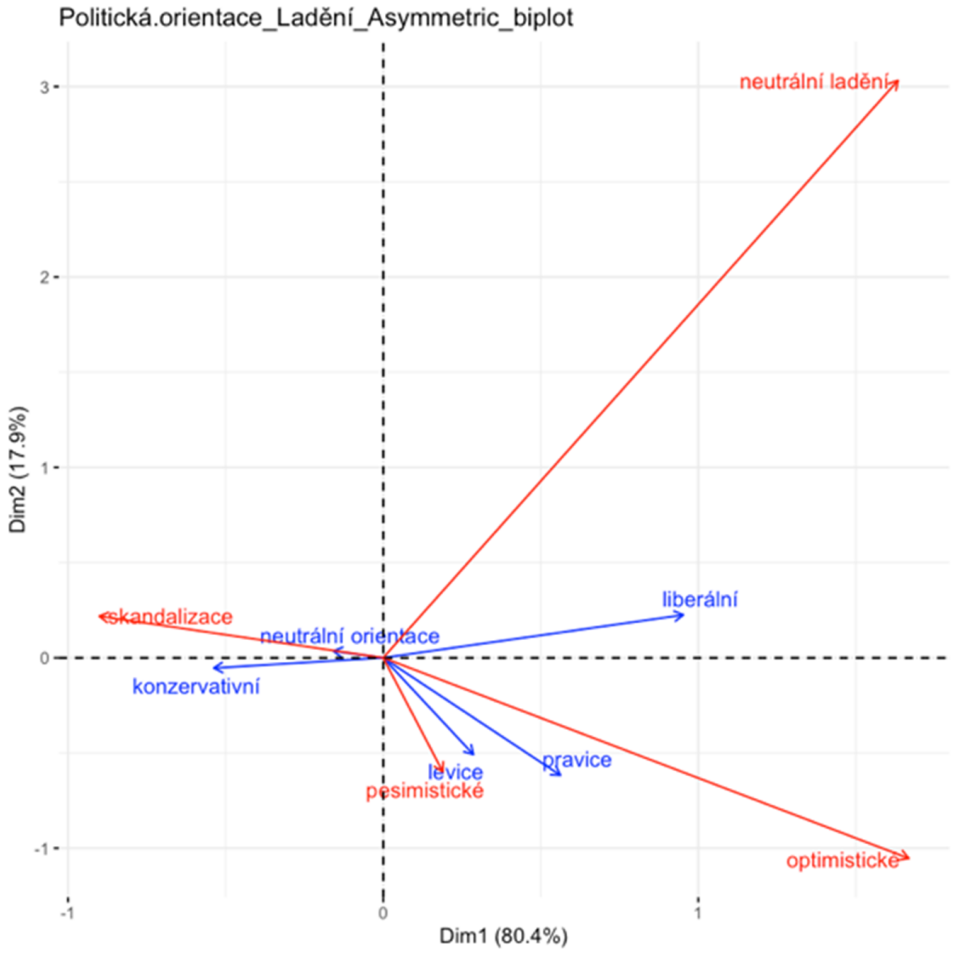


Obrázek 11.5: Korelační graf asociací mezi politickou orientací a proměnnou domácí/zahraniční u vydavatelství CNC. Modré hodnoty symbolizují kladný vztah, červené záporný.



Obrázek 11.6: Podíly u proměnné politické stanovisko u vydavatelství CNC

orientovaná, tím pravděpodobněji bude o události globální nebo ze zahraniční a navíc bude neutrálně nebo *optimistisky* laděna (viz Graf 11.5). Podobně silný, ale negativní vztah byl zjištěn vůči domácím případům. Naopak *konzervativní* směřování je pravděpodobnější, když je hodnotící zmínka o dění na domácí scéně. **Hypotéza C2** byla **vyvrácena**.



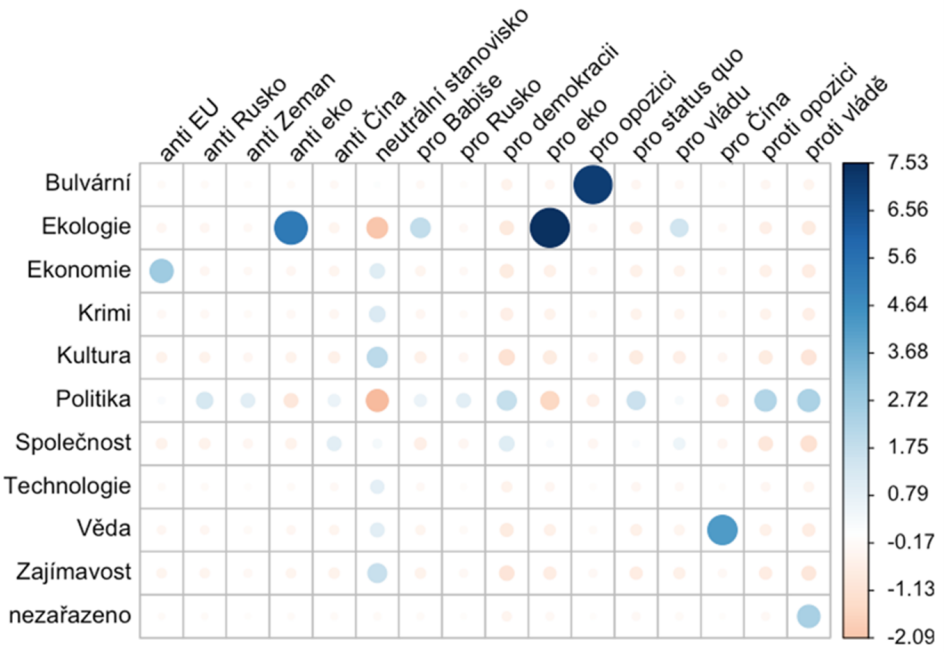
Obrázek 11.7: Biplot vztahů mezi proměnnými Politická orientace a Ladění u vydavatelství CNC

Testování hypotéz o možném vlivu Daniela Křetínského na zpravodajství titulů pod CNC potvrdilo některé předpokládané souvislosti. Testovaný vzorek dat potvrdil bulvarizaci zpravodajství CNC. Byl také nepřímo potvrzen konkurenční vztah mezi Danielem Křetínským a Andrejem Babišem. Hodnotící zmínky se v naprosté většině případů obracely proti Babišovi a proti vládě. Média CNC z roku 2020 zcela vynechala téma *Ekologie*, což je další indicií pro možný vliv vlastníka CNC na zpravodajský obsah. Proti možnému vlivu pak svědčí data ve vztahu k Rusku. Hodnotící zmínky jsou převážně proti Rusku a nikoli neutrální, jak předpokládala hypotéza. Politická orientace byla zjištěna spíše *konzervativní*, nikoli převážně *pravicová* a *liberální*.

11.2 Vliv Andreje Babiše na zpravodajství pod vydavatelstvím MAFRA

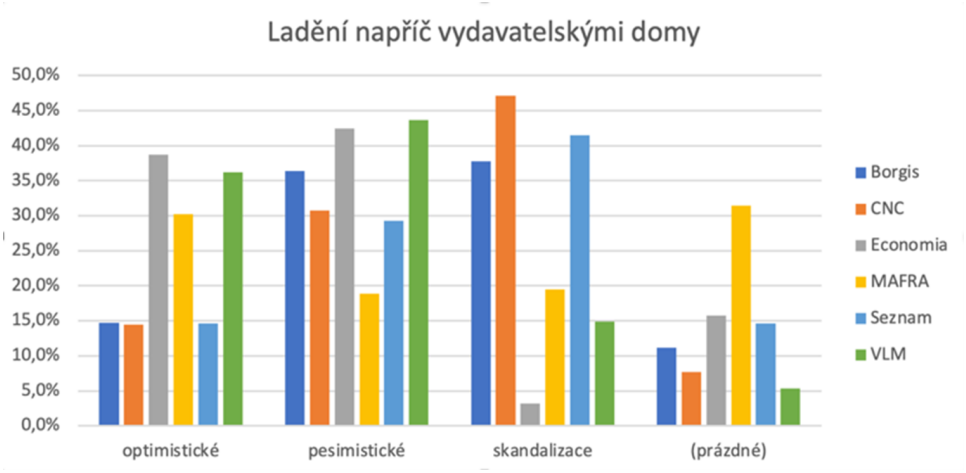
Hypotéza D o předpokládaném politickém stanovisku vydavatelství MAFRA byla **částečně potvrzena**. Na základě prosté frekvenční analýzy zjištěna velká rozprostřenost názorů, která se nepřiklání ani k vládě, ani k opozici. Nejčastějším stanoviskem je *pro demokracii* (7,5 %), druhým nejčastějším je sice *proti vládě* (6,3 %), dalším je však *proti opozici* (3,8 %), dále *pro eko* (3,8 %) a *pro zachování statu quo* (3,8 %). Rozdíl mezi stanoviskem *pro vládu* (2,5 %) a *proti vládě* (6,3 %) navíc není tak velký, aby se z něj dalo usuzovat, že média Mafry jdou názorově dokonce proti svému majiteli. Pozice *proti vládě* navíc může obsahovat i stanoviska proti ČSSD, nikoli pouze proti ANO. Z celkového srovnání na základě korespondenční analýzy však Mafra vychází jako nejméně „protibabišovská“ (viz. 11.6.1). Hodnotící zmínky u tohoto vydavatelství neobsahují ani jednu pozici *anti Babiš*. Z výsledků korespondenční analýzy pouze v rámci dat Mafře je dále patrný pouze příklon (pozitivní asociace) ke stanovisku *pro opozici* u tématu *Bulvární* a *pro eko* u tématu *Ekologie* (viz Graf 11.8). V tématu *Politika* je slabší kladná asociace s *proti opozici* a *proti vládě*.

Většina hodnotících zmínek (62,3 %) neměla žádné politické stanovisko. Pozice vůči Rusku a Číně se ve vzorku sice objevily, ale jsou příliš nevýrazné na to, aby se z nich daly vyvodit závěry pro hypotézu. Výsledkem je tedy spíše neutrální vztah k Číně a Rusku. *Anti Čína* zaujímá 1,9 %, *anti Rusko* 1,3 %, *pro Čína* a *pro Rusko* 0,6 %. Výsledky korespondenční analýzy potvrdily u Mafry ve srovnání s ostatními vydavatelstvími spíše zápornou asociaci vůči stanoviskům *anti Rusko* a *anti Čína* a lehce kladnou vůči *pro Rusko* (viz část 11.6.1).



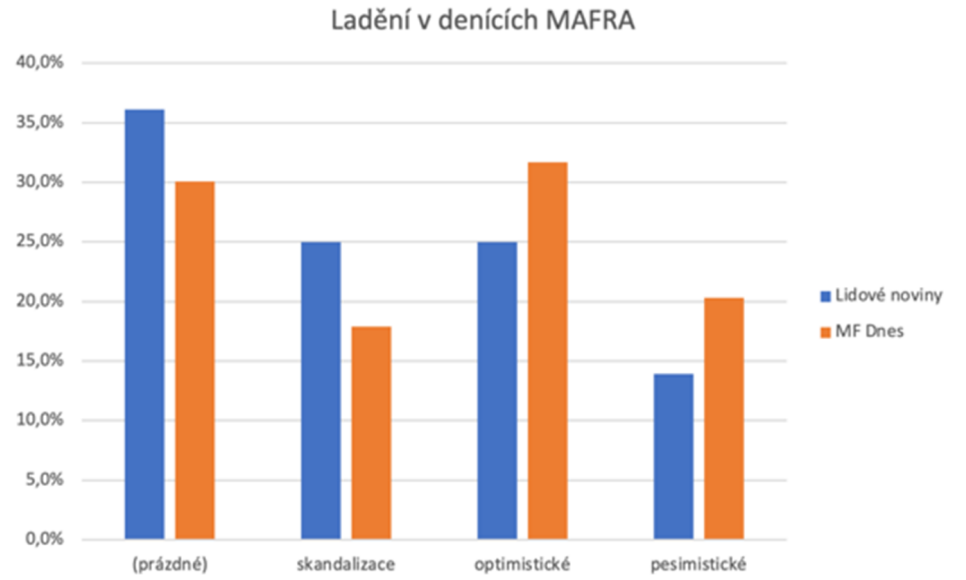
Obrázek 11.8: Korelační graf vztahů mezi proměnnými Téma a Politické stanovisko u vydavatelství Mafra

Data dále ukázala, že tituly vydavatelství Mafra skutečně vystavují své čtenáře



Obrázek 11.9: Frekvence druhů ladění u napříč vydavatelstvími

mnohem menšímu množství negativity než ostatní vydavatelství (viz Graf 11.9). *Pesimistických* hodnotících zmínek je v testovaném vzorku celkem 18,9 %, *optimistických* je oproti tomu mnohem více: téměř třetina (30 %). *Skandálně* laděných zmínek bylo zjištěno 19,5 %. Přibližně jedna třetina byla neutrální a neměla tedy vůbec žádné ladění (viz. Graf 11.10). **Hypotéza E** byla **potvrzena**.

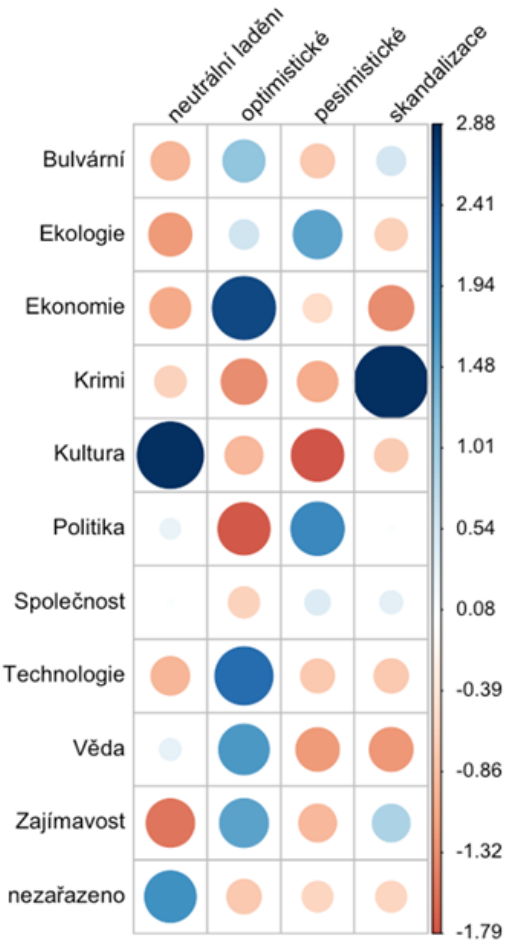


Obrázek 11.10: Frekvence druhů ladění u titulů vydavatelství Mafra

Tematická skladba Mafry je podle testovaných dat v souladu s hypotézou F. Vynikají zde témata a události zábavného nebo bulvárního charakteru. Na prvním místě je sice téma *Politika* (41,5 %), ale není tak silně zastoupeno jako např. u CNC (54,8 %) nebo u Economie (56 %). *Politika* dále není tak silně zastoupena *pesimistickými* a *skandálními* zprávami (z 18,2 % *optimistické*, z 28,8 % *pesimistické*, z 19,7 % *skandalizované* a z 33 % neutrální), ani není tak často rámcovaná, jak předpokládá hypotéza. Nejčastějším rámcem u politických událostí jsou *Vítězové/Poražení* (31,8 %) s výrazným odstupem od ostatních rámců. Jedná se o nejneutrálnější rámec ze všech. Téměř polovina zpráv o poli-

tice žádný rámec nemá.

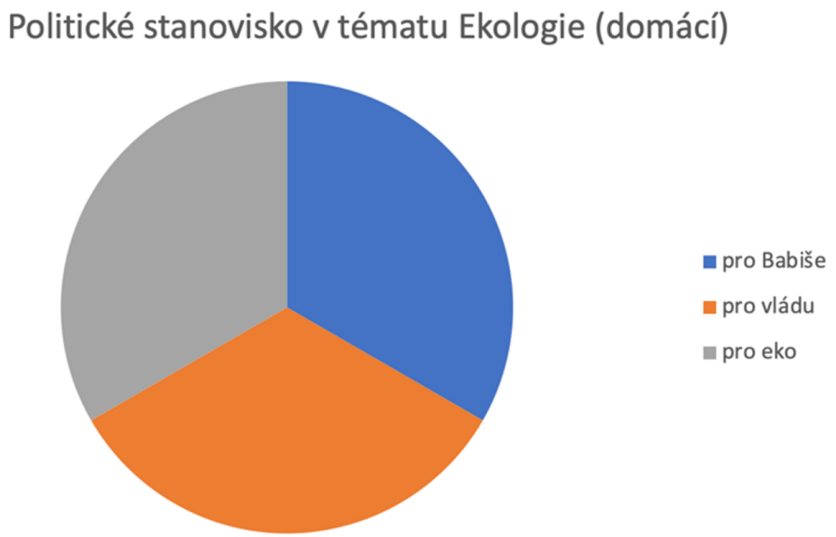
U Mafry je na druhém místě téma *Společnost* (celkově 13,8 %), *Kultura* (10,7 %) a *Zajímavost* (8,2 %). Ladění u tématu *Společnost* je stejně jako u *Politiky* rovnoměrně rozděleno mezi *optimistické*, *pesimistické* a *skandální*. Nejčastějším rámcem je *Chudáček/Oběť* (18,2 %), což souvisí s příběhy obyčejných lidí na pozadí koronavirové pandemie a jejich těžkostmi v každodenním životě. *Kultura* je signifikantně neutrální a *Zajímavost* je buď *optimistická* nebo *skandální*. Korelační analýza (viz. Graf 11.11) dospěla ke stejným výsledkům a doplnila, že *Ekonomie* je signifikantně *optimistická* ($p = 0{,}06$). *Skandalizované* téma je pouze *Krimi* ($p = 0{,}0002$). Tato zjištění jsou v souladu s nižší mírou negativity. V testovaném vzorku skutečně vynikají zprávy věnující se zábavným faktům a odlehčeným nebo neutrálním zprávám.



Obrázek 11.11: Korelační graf asociací mezi proměnnými Téma a Ladění u vydavatelství Mafra

Těsná většina vybraných událostí je z domácí scény, celkově u MAFRY tvoří 54,7 %. U *Lidových novin* je to dokonce 80,6 % (u *MF Dnes* je lehce vyšší počet zahraničních: 52,8 %). Pozornost se u Mafry neodvádí k zahraničním tématům, je to tedy přesně opačně, než tvrdí hypotéza. Celkem 62,3 % hodnotících zmínek je bez politického stanoviska. U zahraničních je to 70,8 % a u domácích 55,2 %. Téměř polovina (44,8 %) domácích zpráv tedy má politické stanovisko, z 11,5 % dokonce *proti vládě*, což je nejvíce zastoupené politické stanovisko u domácích

případů. Protože v hodnotě *proti vládě* mohou být zastoupeny nejen zmínky proti ANO, ale i ČSSD, byly všechny tyto zmínky zkontrolovány. Data ukázala, že není rozdíl mezi lety 2019 a 2020, a zmínek proti ANO nebo proti ministrům dosazeným Babišem je drtivá většina. Zahraniční stanoviska jsou hlavně *pro demokracii* (8 %) a *pro eko* (5,6 %), dále to bylo *anti Čína* (4,2 %). Ani zde testovaný vzorek neidentifikoval pozici blízkou Rusku a Číně. Tematicky je Mafra tedy odlehčena, nebylo však zjištěno odvádění pozornosti ani názorová absence u domácích případů. **Hypotéza F** byla tedy **potvrzena** jen **částečně**.



Obrázek 11.12: Podíly u proměnné politické stanovisko v rámci tématu Ekologie u vydavatelství Mafra

U Mafry ještě nad rámec testování hypotéz přinesly zajímavý poznatek hodnoty z tématu *Ekologie* (6,3 % ze všech událostí) (viz. Graf 11.12). Hodnotící zmínky o ekologii jsou ze 70 % zahraniční a z 30 % domácí. U domácích jsou politická stanoviska pouze *pro Babiše* a *pro vládu* (kromě *pro eko*), u zahraničních jsou pak neutrálně *pro eko* nebo bez stanoviska. Data v tomto případě napovídají, jakým způsobem je interpretována problematika životního prostředí na území České republiky. Podnikání Babišových firem se tématu ekologie často dotýká, protože Agrofert je nejvýznamnějším zemědělským a potravinovým koncernem na území ČR (Agrofert).

Mezi bilancemi let 2019 a 2020 bylo u Mafry zjištěno několik zajímavých rozdílů. Zatímco v roce 2019 bylo pouze 22,5 % všech hodnotících zmínek bez politického stanoviska, pro rok 2020 to bylo 75,6 %. Výrazně tím pádem v roce 2020 ve znamení koronavirové krize klesla četnost všech stanovisek. Nejvýrazněji ubylo *proti vládě* (z 15 % na 3,4 %), dále *proti opozici* a *pro status quo* (z 12,5 % na 0,8). Stanovisko *pro Babiše* také kleslo (z 7,5 % na 0 %), oproti němu však vzrostlo stanovisko *pro vládu* na 3,4 % z úplné nuly. Téma *Ekologie* v roce 2020 kleslo z 12,5 % na 4,2 %. Vzrostl počet *pravicových* hodnotících zmínek z 2,5 % na 9,2 % a také se objevily hodnotící zmínky k tématu *Ekonomie*, které v roce 2019 zcela chybělo. *Konzervativní* naopak z 20 % na 3,4 %.

V roce 2020 razantně vzrostl počet oddechovějších témat *Společnost*, *Kultura* a *Zajímavost*. Ve srovnání s rokem 2019, ve kterém převládaly domácí události,

byly v roce 2020 zahraniční a domácí události vyrovnané. Ve spojení s celkovou názorovou umírněností v roce 2020 je toto možná indicie pro odklonění pozornosti od problémů vlády v době, kdy voličské preference vládnoucích stran klesaly (idnes.cz, 21. 12. 2020).

Hypotéza o propagaci Andreje Babiše a vlády prostřednictvím Mafry byla sice vyvrácena, ale byla prokázána neutrální pozice vůči Číně a Rusku. Interpretace zpráv o životním prostředí a o ekologii také napovídá o možném vlivu vlastníka Andreje Babiše na Mafru. Tematicky je bilance zpravodajství Mafra odlehčena, nebylo však zjištěno odvádění pozornosti od dění na domácí scéně a od politických kauz spojených s Babišem. Zjištěna nebyla ani názorová absence u domácích případů.

11.3 Vliv Marka Dospivy na zpravodajství pod vydavatelstvím Vltava Labe Media

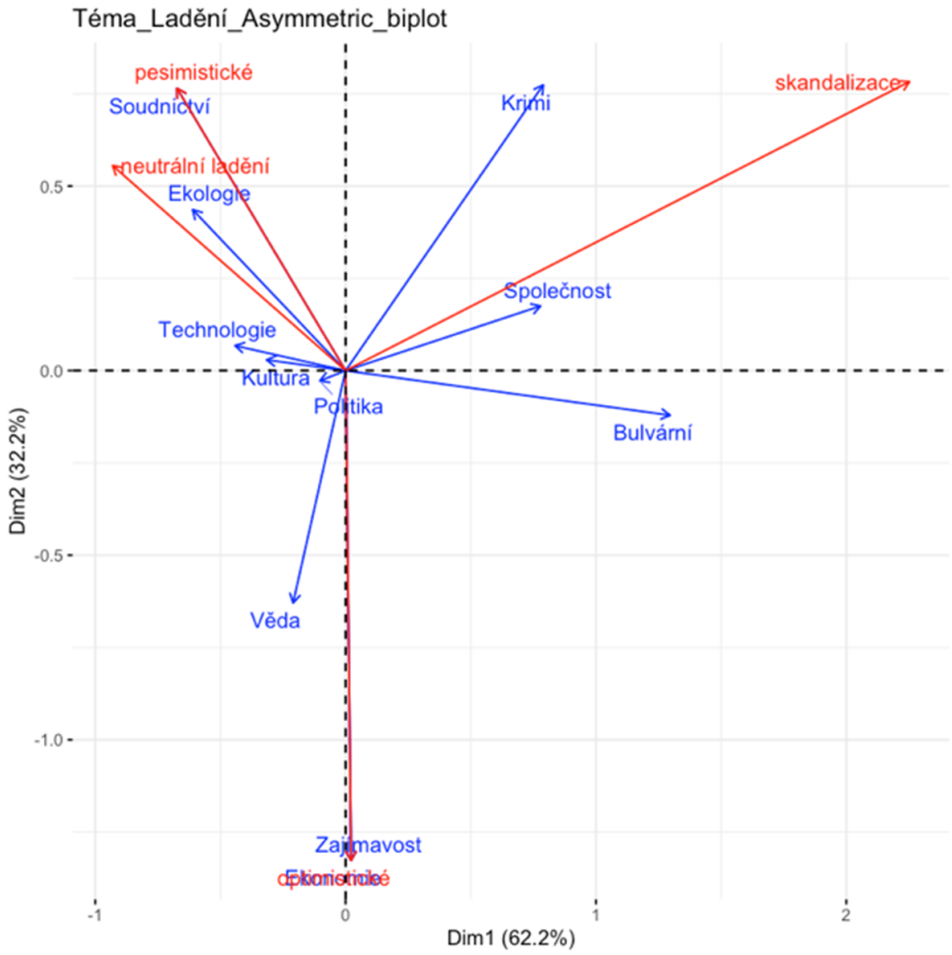
První hypotéza je postavená tak, aby (podobně jako u CNC) vystihovala bulvární charakter médií tohoto vydavatelství. Tematická skladba Vltava Labe Media nevykazuje vyšší poměr bulvárních nebo krimi témat. Jako první se umístila již tradičně, jako i u ostatních vydavatelství, *Politika* s 37,2 %, která není ani výrazně *optimisticky* ani výrazně *pesimisticky* laděna (37,1 % a 42,9 %). Rámce *Politiky* jsou nejčastěji (20 %) *Česko je kocourkov*, *Spasitel/Hrdina* (17,1 %), a *Vítězové/ Poražení* (31,4 %). V pětině případů je u *Politiky* použit *emotivní* obrázek, u 17,1 % případů obrázek *karikující*. Ve většině případů nebyl použit obrázek žádný (60 %).

Druhým nejčastějším tématem u Vltava Labe Media je *Kultura* ve čtvrtině všech případů (24,5 %). *Kultura* je převážně *pesimistická*, což způsobují zprávy o odchodu velikánů českého filmu a kultury. Ostatní tři témata v řadě jsou zastoupena ze 7,4 %. Jsou to *Ekologie*, *Společnost* a konečně i *Bulvární*. Nedá se tedy říct, že by vydavatelství Vltava Labe Media bylo z hlediska tematické skladby *bulvární*.

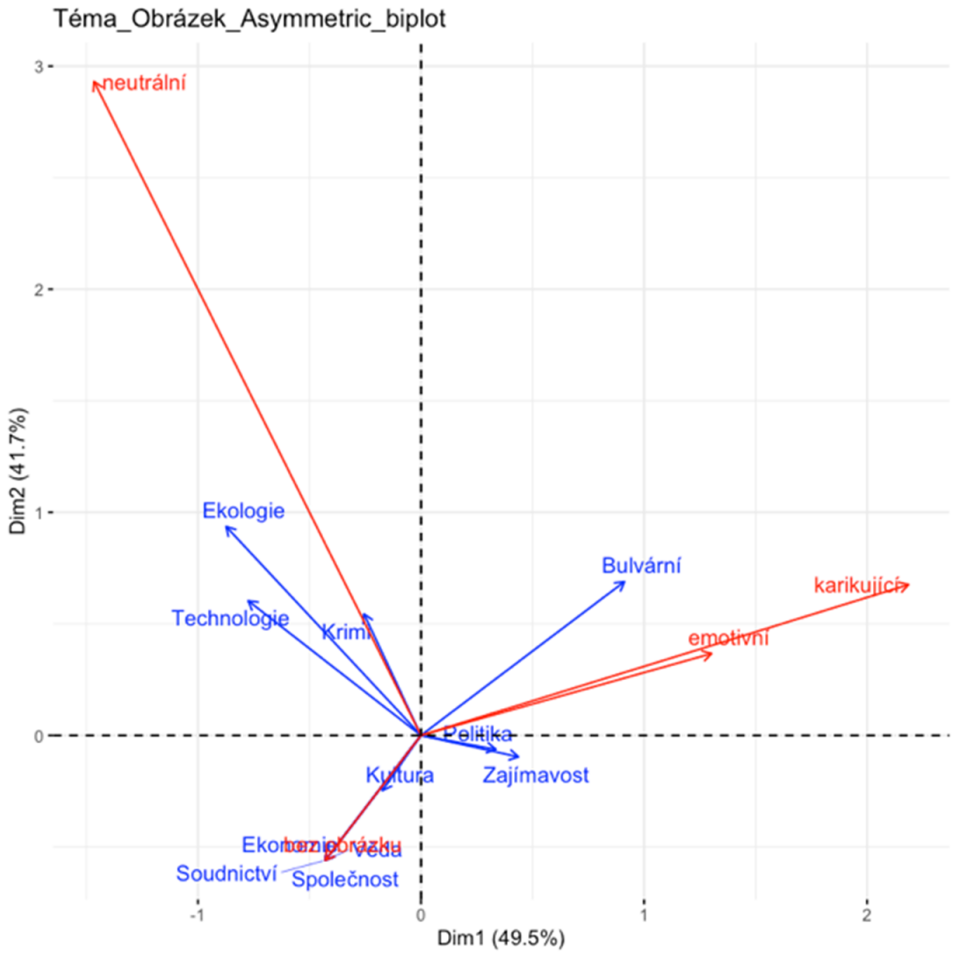
Ani korespondenční analýza nepotvrdila bulvarizaci na základě vztahu k tématu ($p = 0{,}1$) a výběru obrázků (viz. Graf 11.13 a 11.14). Témata *Krimi* a *Ekologie* jsou signifikantně ($p = 0{,}031$) asociované s neutrálními obrázky. Témata *Bulvární*, *Krimi* a *Společnost* jsou asociovány se *skandalizací*, ovšem ne signifikantně. *Politika* a většina dalších témat není asociována s laděním *skandalizace*. Sice má kladnou asociaci s *karikujícím* obrázkem, avšak ne signifikantní.

Většina hodnotících zmínek (66 %) nemá žádný obrázek. Dále je 17 % obrázků *emotivních* a 8,5 % je neutrálních nebo *karikujících*. *Emotivní* obrázky se navíc vyskytují u neutrálních hodnotících zmínek bez politického stanoviska (v 62,5 % případech všech emotivních obrázků). *Emotivní* obrázky nejsou spojené s žádnou konkrétní názorovou pozicí. I *karikující* obrázky jsou nejčastěji bez stanoviska (37,5 %).

Další část hypotézy se zabývá rámcováním. Zkoumaný vzorek vykazuje zhruba polovinu neutrálních hodnotících zmínek (52,1 %). Nejčastějším rámcem jsou *Vítězové/Poražení* (16 %), hned poté *Spasitel/Hrdina* (13,8 %) a *Česko je kocourkov* (12,8 %). Neplatí tedy, že by toto vydavatelství používalo signifikantně častěji rámec než ostatní vydavatelství, což potvrzuje i celková korespondenční

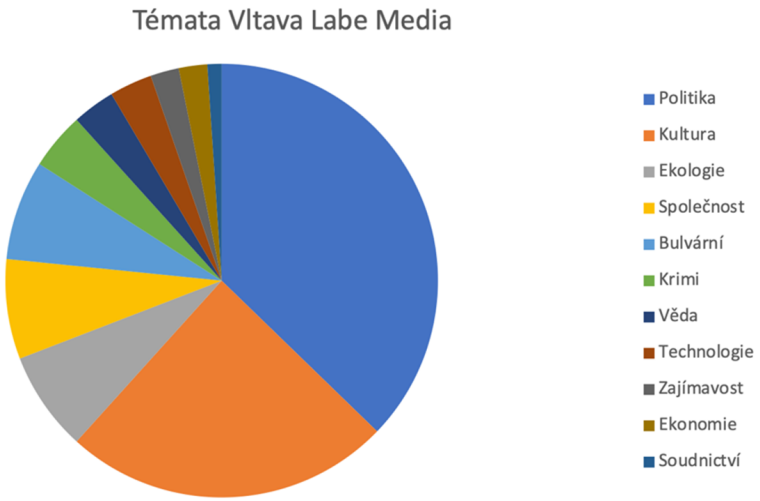


Obrázek 11.13: Biplot asociací mezi proměnnými Téma a Ladění u vydavatelství Vltava Labe Media



Obrázek 11.14: Biplot asociací mezi proměnnými Téma a Obrázek u vydavatelství Vltava Labe Media

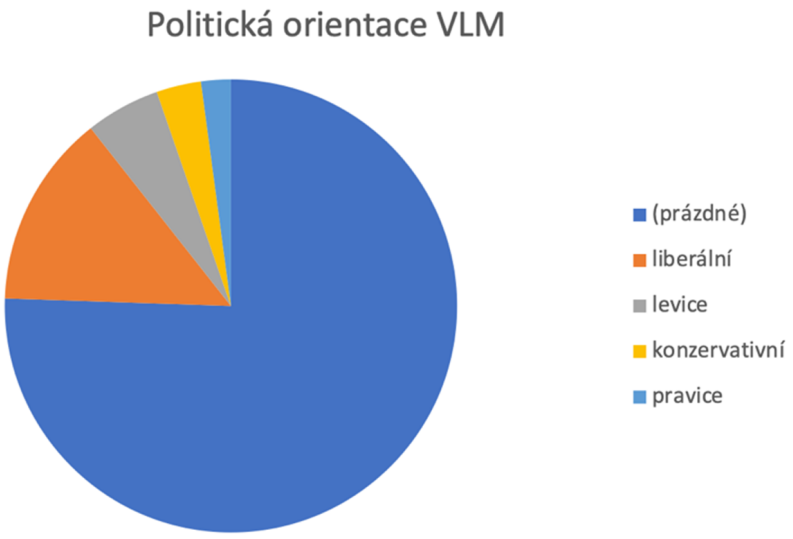
analýza (viz část 11.6.4).



Obrázek 11.15: Frekvence jednotlivých témat u vydavatelství Vltava Labe Media

Závěrečná část hypotézy G1 se týká politické orientace. Jelikož majitel VLM Marek Dospiva finančně podporoval *Realisty*, konzervativní politickou stranu, předpokládá hypotéza G *konzervativní* politickou orientaci v testovaném vzorku. To však data nepotvrdila (viz. Graf 11.16). Nejčastější názorová pozice (13,8 %) je *liberální*, poté *levicová* (5,3 %) a pak teprve *konzervativní* (3,2 %). **Hypotéza G1** byla ve všech směrech **vyvrácena**.

Hypotéza G2 předpokládá v tématech *Politika*, *Ekonomie* a *Společnost* vysokou míru *skandalizace*. Jak již bylo zjištěno, není to tak (viz. Graf 11.13). **Hypotéza G2** byla také **vyvrácena**.



Obrázek 11.16: Frekvence jednotlivých hodnot u proměnné politická orientace u vydavatelství Vltava Labe Media

Hypotézy H a CH se zaměřují na politické stanovisko vydavatelství Vltava Labe Media. Celých 60,6 % všech hodnotících zmínek VLM je bez politického

stanoviska. Nejčastější názorovou pozicí je *pro demokracii* (9,6 %), *anti Babiš* (6,4 %), *proti vládě* (5,3 %). Vůči Babišovi bylo zjištěno signifikantně větší kritické stanovisko proti němu než pro něj. Vltava Labe Media tedy podle testovacího vzorku není vůči Babišovi neutrální. Nebylo zjištěno ani žádné názorové stanovisko spojené s Čínou, což však může znamenat neutrální pozici. **Hypotéza H** byla **vyvrácena**, **hypotéza CH** byla **vyvrácena** částečně.

Hodnotící zmínky u VLM vykazují rozdíl mezi roky 2019 a 2020, stejně jako u předchozího vydavatelství. Stanovisko *pro demokracii* v roce 2020 zcela vymizelo z původních 11 % (pro rok 2019). Pozice *anti Babiš* a *proti vládě* mírně narostly a výrazně stoupl i počet *liberálních* zmínek z 12,3 % na 23,1 %. V roce 2020 nebyly zjištěny jiné než *liberální* hodnotící zmínky.

Závěr testování hypotéz tedy je, že se možný vliv Marka Dospivy na zpravodajství Vltava Labe media nepotvrdil. Všechny hypotézy byly vyvráceny. Bilance zpravodajství VLM je kritická vůči Babišovi a vládě, není bulvární, ani neskandalizuje klíčová témata. Jedinou indicií může být, že VLM je pravděpodobně neutrální vůči Číně.

11.4 Vliv Zdeňka Porybného a Iva Lukačoviče na zpravodajství pod vydavatelstvím Borgis a Seznam.cz

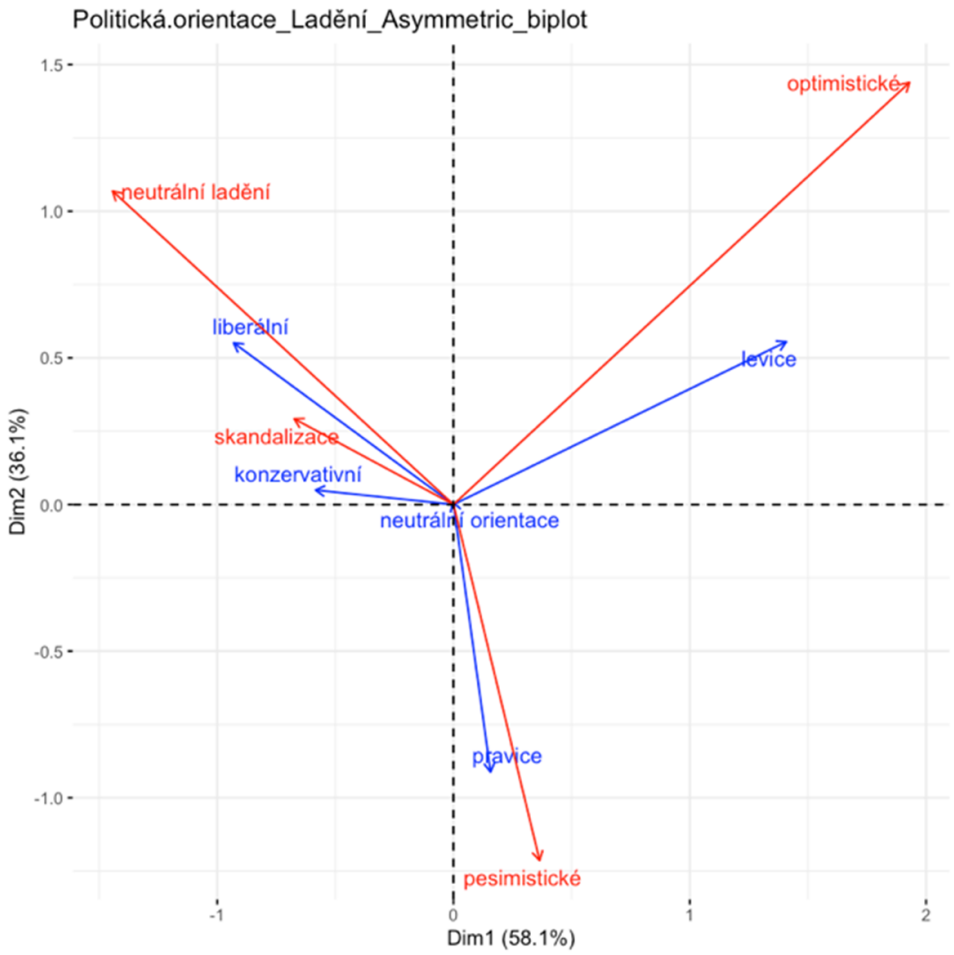
U vydavatelství Borgis bude zajímavá otázka rozdílu mezi zprávami na *seznamzpravy.cz* a *novinky.cz*, popř. *Právo*. Redakce sice jsou dvě, nicméně mohou být propojené, jelikož Borgis a Seznam dlouhodobě spolupracují (viz část 9.4).

První hypotéza předpokládá *levicovou* orientaci vydavatelství Borgis. Ta v testovacím vzorku zjištěna nebyla. V korespondenční analýze napříč vydavatelstvími je Borgis signifikantně neliberální (viz část 11.6.2). U *Práva* byly případy *liberální*, a to pouze v 3,7 %. Zbytek byl bez politické orientace. Ve zpravodajství *novinky.cz* byla většina (88,8 %) hodnotících zmínek rovněž bez orientace, poté *pravice* (4,3 %) a *konzervativní* a *levice* (2,6 %). *Levicových* pozic bylo u Borgisu celkově pouze 2,1 %.

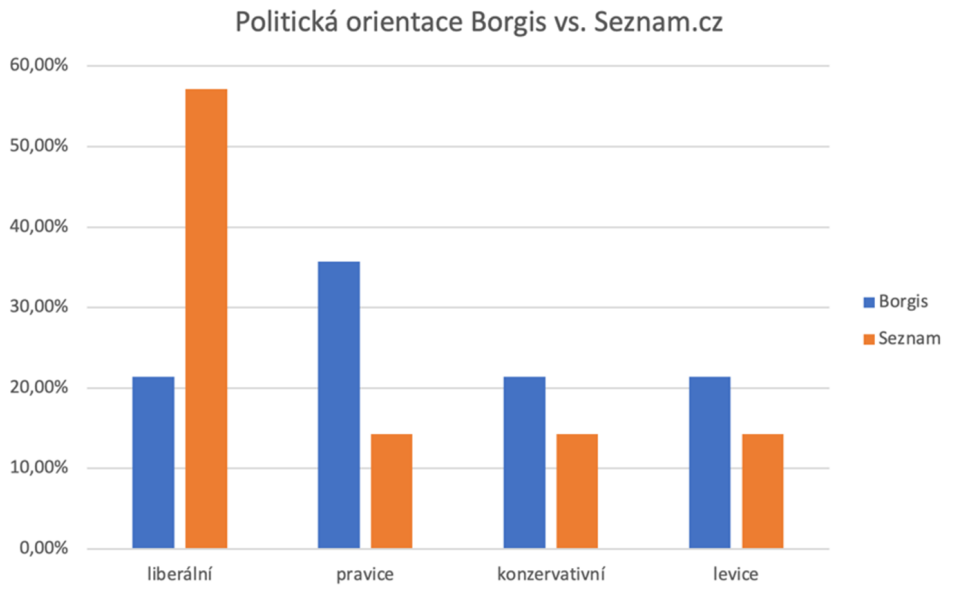
Zajímavé však jsou výsledky korespondenční analýzy (viz. Graf 11.17). *Levicové* hodnotící zmínky jsou asociovány s *optimistickým* (s nejvyšší signifikancí $p = 0{,}2$), *pravicové* s *pesimistickým* a *liberální* s neutrálním laděním. *Levicová* interpretace tedy není vyloženě kritická, jak předpokládá hypotéza I. V celkovém srovnání s ostatními mediálními domy Borgis vyniká signifikantně kladnou asociací s neutrální orientací (viz. část 11.6.2).

Jelikož dělení na *levici* a *pravici* vychází z přístupu k tématu *Ekonomie*, je zajímavé se podívat na rámcování tohoto tématu. Testovací vzorek ukázal, že tématu *Ekonomie* je pouhých 2,6 % na *novinky.cz* a že ani jeden případ nemá rámec. U tématu *Politika* je rámcem nejčastěji *Vítězové/Poražení* (34,4 %) a *Gauner* (18,8 %), což mírně signalizuje narativ o třídním boji. Třetím nejčastějším rámcem je pak *Česko je kocourkov* (15,6 %). Nicméně **hypotéza I** byla jasně **vyvrácena**.

Hypotéza J předpokládá neutrální postoj Borgisu vůči vládě České republiky a Andreji Babišovi. Nejčastějším stanoviskem je *pro demokracii* (10,3 %), poté *proti vládě* (6 %) a hned vzápětí *anti Babiš* (6 %), *pro opozici* (4,3 %) a *pro eko*



Obrázek 11.17: Biplot asociací mezi proměnnými Politická orientace a Ladění u vydavatelství Borgis

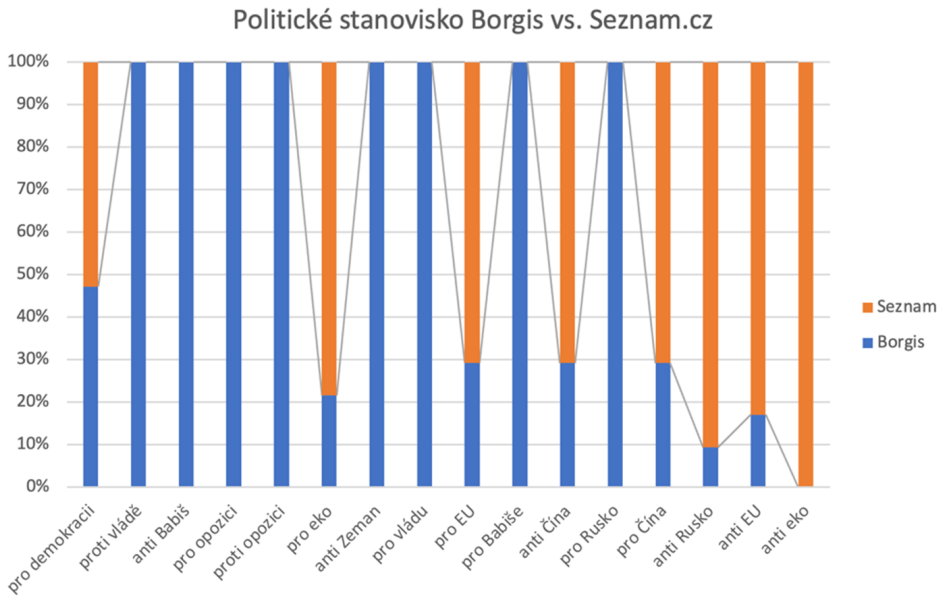


Obrázek 11.18: Podíly hodnot proměnné Politická orientace u vydavatelství Borgis

(3,4 %). První tři pozice jsou stejné jak u *novinky.cz*, tak i u *Práva*. Bez stanoviska je celkem 56 % hodnotících zmínek. Z těchto výsledků vyplývá jasná pozice proti Babišovi, nikoli neutrální. Většina hodnotících zmínek *proti vládě* byla namířena proti politikům nebo ministrům a ministerstvům pod ANO. Jediný případ v deníku *Právo* kritizoval Jiřího Zbořila z ČSSD, což tato analýza zařadila jako hodnotu *proti vládě*, jelikož je ČSSD ve vládní koalici.

V rámci celkového porovnání vydavatelství má Borgis relativní (nikoli signifikantní) sklon ke stanovisku *pro opozici* a *anti Babiš*, dále *pro Rusko* a *pro Čínu* (viz část 11.6.1). **Hypotéza J** byla **vyvrácena**.

Nejvýraznější názorové pozice u *seznamzpravy.cz* jsou *pro demokracii* (7,3 %), *pro eko* (7,3 %), *anti Rusko* (4,9 %), zcela zde chybí stanovisko k dění na domácí scéně, což je způsobeno výčtem výhradně zahraničních událostí v obou letech 2019 i 2020. Korespondenční analýza ukázala (viz část 11.6.5), že Borgis má vůči tématu *Ekologie* zápornou asociaci. Téma *Ekologie*, ani stanovisko *pro eko* v testovacím vzorku Borgisu není zastoupeno nijak významně. V tematické skladbě se problematika životního prostředí nachází na jedné z posledních pozic (2,1 %) a stanovisko *pro eko* taktéž (3,4 %). Přesně tři čtvrtiny jsou zahraniční. Polovina případů *pro eko* je *pesimisticky* laděna. Rámcem pro domácí ekologickou problematiku je Vítězové/Poražení, pro zahraniční nebyl zjištěn žádný převládající rámec. **Hypotéza K** byla **vyvrácena**.



Obrázek 11.19: Podíly jednotlivých politických stanovisek u vydavatelství Borgis a Seznam.cz

U *seznamzpravy.cz* je stanovisko *pro eko* (kromě *pro demokracii*) nejčastější názorovou pozicí. *Ekologie* je čtvrtým nejčastějším tématem (9,76 %). Nejčastějším rámcem je *Spasitel/Hrdina* (25 %). Platí tedy, že *Seznam.cz* zdůrazňuje ekologická témata. Také v politické orientaci Seznamu se hypotéza nemýlila: nejčastěji jsou hodnotící zmínky *liberální* (9,8 %) s výrazným odstupem od všech ostatních názorových proudů (pod 2,4 %). Všechny zjištěné *liberální* případy jsou v tématu *Politika*. Téma *Technologie* nijak nevyniká (2 %), je však možné, že se afinita k technologiím a digitalizaci promítla do samotné *liberální* pozice u ostatních

témat jako např. *Společnost* (12,2 %) nebo *Zajímavost* (9 %). V korespondenční analýze však tyto vztahy nejsou relativně výrazné v porovnání s ostatními vydavatelstvími (viz část 11.6.1, 11.6.2 a 11.6.5). **Hypotéza L** byla **částečně potvrzena**.

Mezi *seznamzpravami.cz* a *novinkami.cz* byl zjištěn zajímavý rozdíl u vztahu k Putinovi a Rusku. Zatímco *seznamzpravy.cz* mají z 4,9 % pozici *anti Rusko* a ani jednu hodnotící zmínku *pro Rusko*, u *Novinek* převládá *pro Rusko* (1,7 %) nad *anti Rusko* (0,9 %). Zjištěné množství je však příliš malé pro jasné závěry (viz. Graf 11.19).

Rozdíl mezi lety 2019 a 2020 byl zjištěn i u vydavatelství Borgis. Sice kleslo množství hodnotících zmínek proti Babišovi *anti Babiš* (z 7,8 % na 2,4 %), ale na druhou stranu stouply pozice *proti vládě* (z 5,9 % na 12,2 %). Razantně pak narostl i počet stanovisek *pro demokracii* z 4,9 % na 19,5 % a *pro opozici* z 1 % na 9,8 %. V roce 2020 se u Borgisu objevila stanoviska, která se v bilancích k roku 2019 vůbec nevyskytla: *anti Rusko*, *anti Čína*, *anti EU*, *pro Rusko*, *pro EU*. Vzrostl počet hodnotících zmínek rámcovaných jako *Česko je kocourkov* (19,5 % z 9,8 %) a *Vítězové/Poražení* (24,4 % z 14,7 %), což je možné přisoudit neuspokojivé situaci v České republice ohledně boje vlády s pandemií koronaviru.

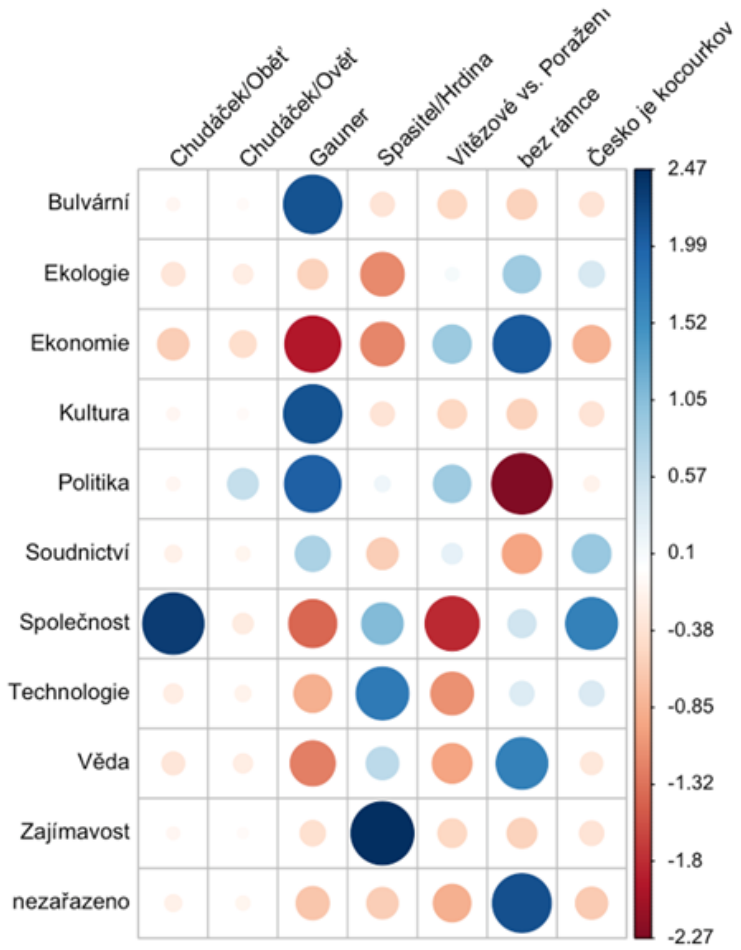
Výsledkem pro Borgis jsou tři vyvrácené hypotézy. Vliv Porybného na zpravodajství Borgisu nebyl testovaných z dat čitelný, snad jen u tendence k názorovým pozicím *pro Rusko* a *pro Čína*. Stejně jako u vydavatelství Vltava Labe Media je zde patrný konkurenční vztah mezi mediálními magnáty Porybným a Babišem. Určité indicie o možném vlivu vlastníka na médiální obsah svého vydavatelství byly nalezeny o vlivu Iva Lukačoviče na Seznam.cz. I když už opustil představenstvo společnosti Seznam.cz, může stále mít nepřímý vliv.

11.5 Vliv Zdeňka Bakaly na zpravodajství pod vydavatelstvím Economia

Téměř 70 % všech hodnotících zmínek vydavatelství Economia má rámec. Nejčastěji je používán rámec *Vítězové/Poražení* (25,65 %), poté *Gauner* (15,71 %) a *Česko je kocourkov* (13,61 %). *Vítězové/Poražení* jsou nejčastěji u tématu *Politika*, ve čtvrtině případů pak u *Ekonomie* a *Ekologie*. *Gauner* je převážně u *Politiky*. Rámec *Česko je kocourkov* je ze všech rámců nejvíce rozprostřen mezi témata *Politika*, *Ekonomie*, *Ekologie*, *Věda* a *Soudnictví*. Celková korespondenční analýza ukázala, že rámec *Česko je kocourkov* asociuje nejvíce s vydavatelstvím Economia (viz část 11.6.4).

Korespondenční analýza vztahu u hodnotících zmínek Economie mezi tématem a rámcem ukazuje, že rámec *Gauner* se signifikantně ($p = 0{,}079$) vyskytuje v tématu *Politika*. Téma *Politika* má zároveň signifikantně ($p = 0{,}003$) záporný vztah k absenci rámce (viz. Graf 11.20). Témata *Soudnictví* a *Společnost* mají také relativně výrazný rámec *Gauner* a *Česko je kocourkov*, avšak nikoli signifikantní. V této analýze z této proměnné vyplývá pesimistický pohled na fungování státu. **Hypotéza M** byla **potvrzena**.

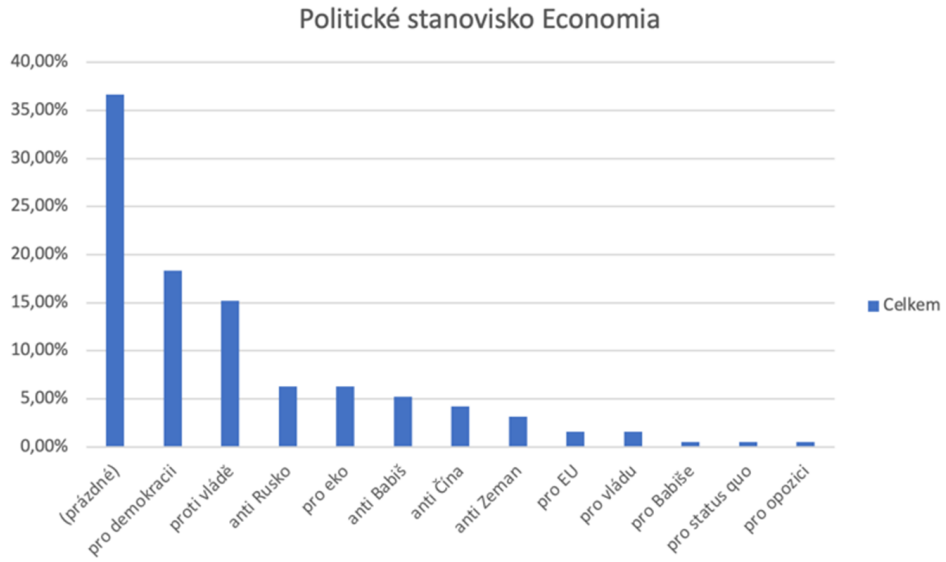
Nejvýraznější je názorová pozice *pro demokracii* (18,32 %) a hned poté *proti vládě* (15,18 %). Stanovisko *proti vládě* je navíc ve statisticky signifikantní pozitivní asociaci s vydavatelstvím Economia, ze všech vydavatelství nejsilnější (viz



Obrázek 11.20: Korelační graf asociací mezi proměnnými Téma a Rámec u vydavatelství Economia

část 11.6.1). Toto výrazné stanovisko vůči dění na domácí scéně má výrazný náskok před ostatními stanovisky: *anti Rusko* a *pro eko* (6,28 %), *anti Babiš* (5,24 %), *anti Čína* (4,19 %) a *anti Zeman* (3,14 %).

Data sice obsahovala i stanovisko *pro vládu* (1 %), to ale odpovídá pouhé jedné zmínce. Ta se týkala digitalizace školní výuky a poskytnutí prostředků školám ministerstvem školství. **Hypotéza N** byla **potvrzena** (viz. Graf 11.21). Tituly vydavatelství Economia jsou vůči vládě, hnutí ANO a Andreji Babišovi a Miloši Zemanovi (téměř) výhradně kritické.

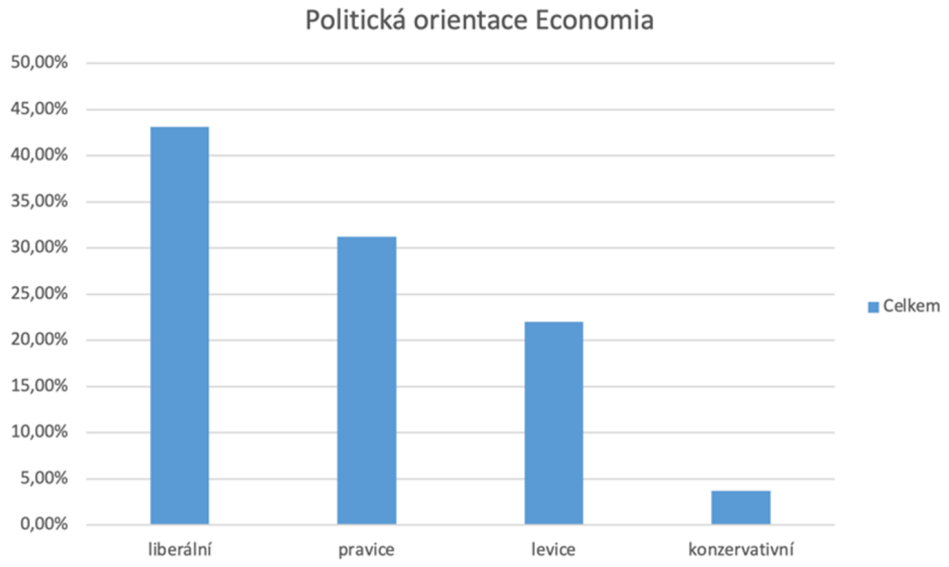


Obrázek 11.21: Podíl hodnot proměnné politické stanovisko u vydavatelství Economia

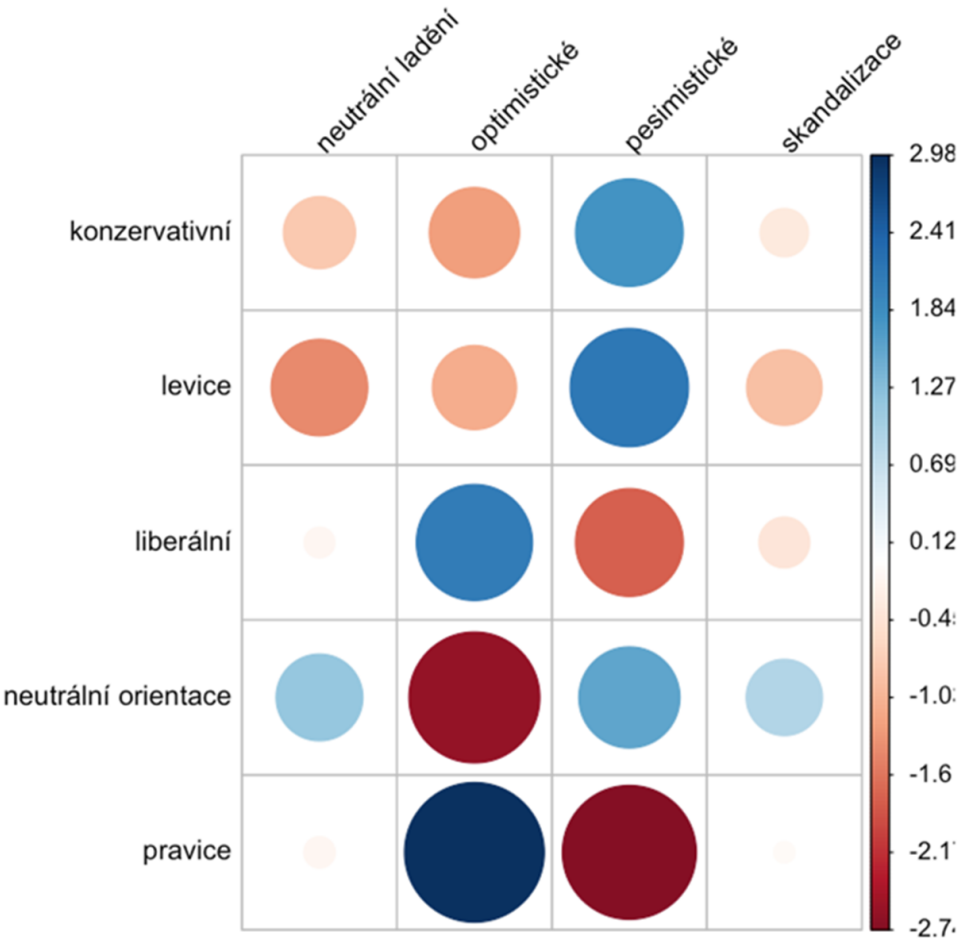
Hypotéza O týkající se politické orientace vydavatelství Economia byla **částečně potvrzena** (viz. Graf 11.22). Média Economie interpretují události většinou *liberálním* pohledem (24,6 %), *pravicový* je na druhém místě (17,8 %). *Levicových* hodnotících zmínek je pak výrazně méně: 12,6 % a *konzervativních* 2,1 %. *Levicová* stanoviska byla identifikována především u časopisu *Respekt*. V *Hospodářských novinách* bylo na druhou stranu mnohem více *pravicových* zmínek než v *Respektu*. V celkové korespondenční analýze je Economia nejvíce asociovaná s *levicí* ze všech vydavatelství ($p = 0{,}0005$) (viz část 11.6.1).

V korespondenční analýze v rámci dat k Economii má nejsilnější kladnou asociaci *pravice* s *optimistickým* laděním ($p = 0{,}0005$) a naopak zápornou asociaci s *pesimistickým* laděním ($p = 0{,}0013$). *Liberální* hodnotící zmínky jsou navíc i signifikantně kladně spojeny s *optimistickým* laděním ($p = 0{,}048$). Oba hlavní proudy politické orientace jsou tedy asociovány s optimismem. *Levice* oproti tomu je signifikantně spojená s pesimismem ($p = 0{,}05$) (viz. Graf 11.23).

Ladění měla u Economie většina případů (84,29 %). Většinou bylo *pesimistické* (42,4 %) a *optimistické* (39 %). Nejvýraznější vztahy z korespondenční analýzy jsou mezi *optimistickým* laděním a *Kulturou* a *Zajímavostí*, *Politika* je spíše *pesimistická* než *optimistická*, *Bulvární* a *Soudnictví* jsou relativně *pesimistické* (viz. Graf 11.24). *Skandalizace* u Economie dosáhla pouhých 3 %, což svědčí o vysokém standardu novinařiny, kdy je poskytován i kontext k popisovaným událostem. Tak, jak je to popsáno medailonku vydavatelství Economia (viz část 9.5). Data

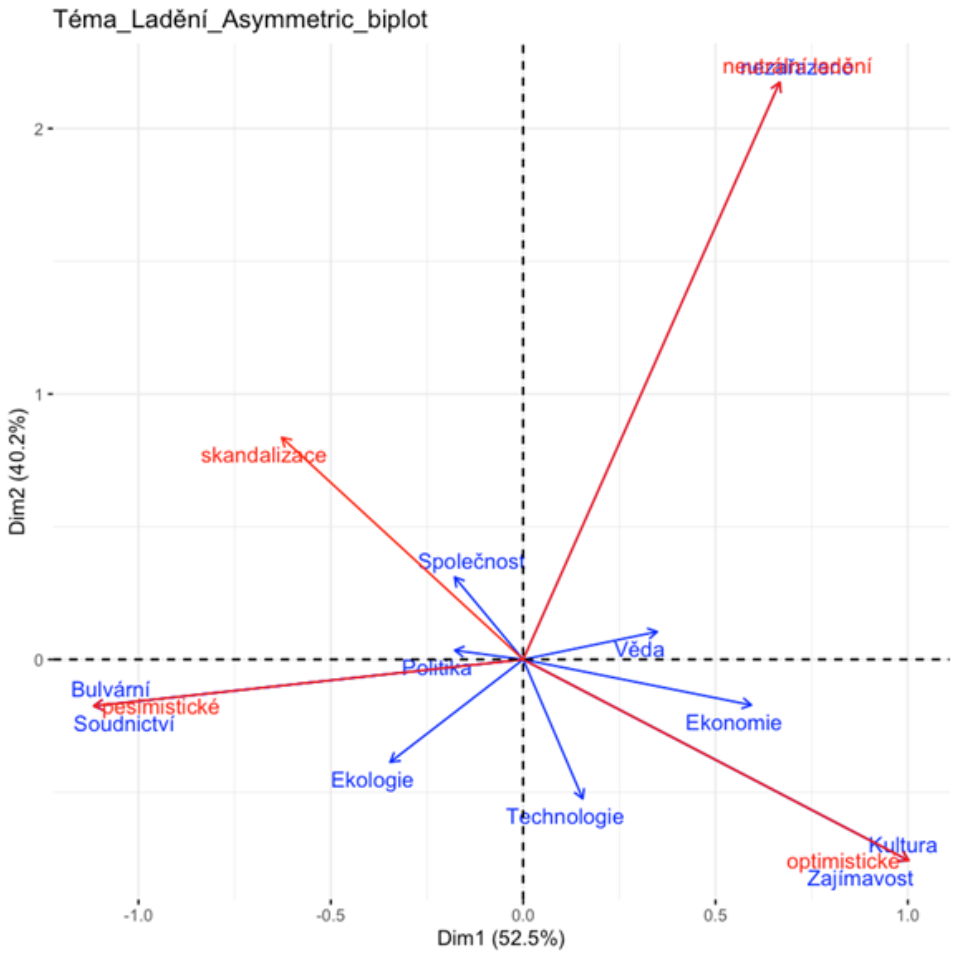


Obrázek 11.22: Podíly hodnot u proměnné politická orientace u vydavatelství Economia po vyřazení hodnotících zmínek bez politické orientace (42,9 %)



Obrázek 11.23: Korelační graf vztahů mezi proměnnými Politická orientace a Ladění u vydavatelství Economia

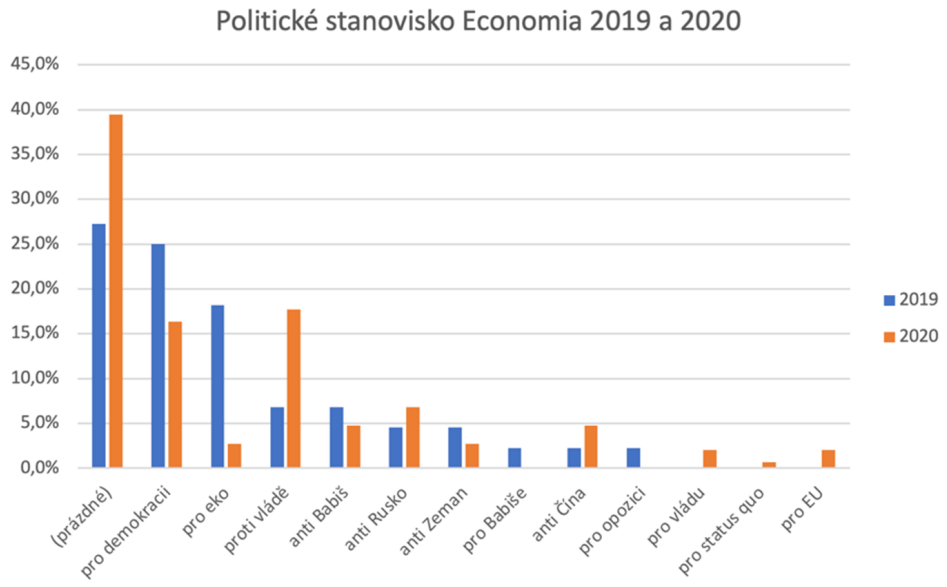
však přinesla i jedno negativní zjištění. Jedna z hodnotících zmínek v článku *Hospodářských novin* o obchodech roku 2020 v České republice se věnuje prodeji bytů OKD. O Zdeňku Bakalovi zde nebylo ani slovo.



Obrázek 11.24: Biplot asociací mezi proměnnými Téma a Ladění u vydavatelství Economia

Ve zkoumaných datech k vydavatelství Economia je patrný rozdíl mezi rokem 2019 a 2020. V bilančních článcích roku 2019 bylo mnohem více názorových pozic *pro eko* (18,2 %), v roce 2020 to bylo pouze 2,7 %. V roce 2020 se také Economia věnovala tématu *Ekologie* mnohem méně, stejně tak tomu bylo u Mafry. Zatímco v roce 2019 to bylo 13,6 % (druhé nejčastější téma po *Politice*), v roce 2020 se *Ekologie* propadla až na šesté místo na 3,4 %. Naopak *Ekonomii* se vydavatelství Economia věnovala v roce 2020 signifikantně více: *Ekonomie* bylo v bilanci roku 2020 druhé nejčastější téma (21,8 %). V roce 2019 to bylo pouze 9,1 %. *Pravicové* směřování Economie je patrné na přiklonění k *pravici* a *liberálnímu* pojetí společenských témat k ekonomické problematice v reakci na krizi, tedy na pandemii koronaviru. Mezi lety 2019 a 2020 nejvíce narostly počty hodnotících zmínek s *liberální* (z 6,8 % na 17,8 %) a *pravicovou* (z 2,1 % na 15,7 %) politickou orientací.

Výrazný rozdíl mezi lety 2019 a 2020 (viz. Graf 11.25) je i ve stanovisku *proti vládě*: 6,8 % v roce 2019 a 17,7 % v roce 2020. V roce 2019 bylo u Economie možné najít i hodnotící zmínky *pro Babiše*, v roce 2020 vůbec žádné. To koresponduje



Obrázek 11.25: Rozdíl mezi lety 2019 a 2020 v podílech hodnot proměnné politické stanovisko u vydavatelství Economia

s těžkou situací české vlády během pandemie koronaviru.

V roce 2020 data vykazují mnohem více rámců – *Česko je kocourkov*, *Gauner* a *Spasitel/Hrdina*. V 2019 to byl s převahou rámec *Vítězové/Poražení*. V roce 2020 se Economia tedy dopouštěla větší interpretace událostí ve zpravodajství a byla tím pádem méně nezávislá ve smyslu *Etického kodexu a Kodexu mediálního domu Economia*, viz část 9.5.

Bylo ověřeno, že vydavatelství Economia má silně kritické zpravodajství vůči vládě a Babišovi, stejně jako vůči fungování státu a soudnictví. Zprávy jsou ve většině případů rámcovány. Souvisí to s publicistickým stylem a větším rozsahem článků v *Hospodářských novinách* a *Respektu*. *Pravicové* politické směřování bylo sice potvrzeno, nicméně *liberální* hodnotící zmínky byly ještě častější. Obě tyto politické orientace jsou asociovány s optimismem, *levice* naopak s pesimismem. Data nepřinesla žádnou přesnější indicii o možném vlivu Zdeňka Bakaly na zpravodajství Economia. Snad jen, že byl vynechán kontext prodeje bytů OKD, což je velmi výrazná kauza spojovaná s kontroverzní minulostí majitele Economie.

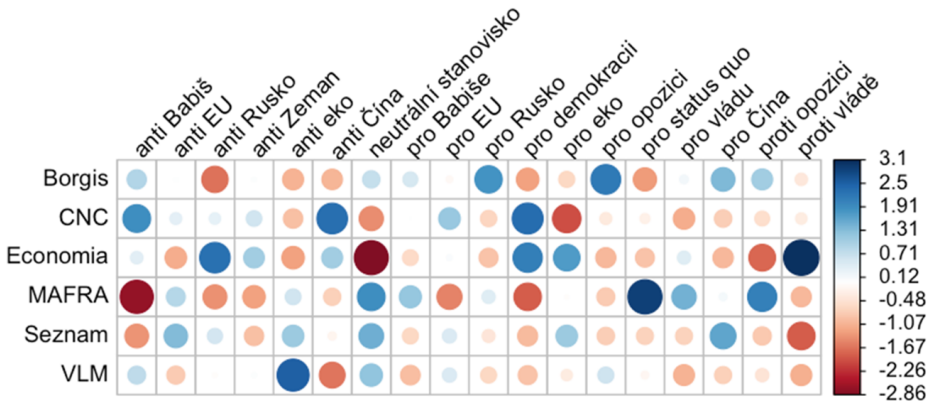
11.6 Srovnání vydavatelství

Součástí analytické části výzkumu byla i korespondenční analýza všech vydavatelství napříč a testování nulové hypotézy H0. Relativní asociace mezi vlastnostmi hodnotících zmínek a vydavatelstvími přinášejí dodatečné informace nad rámec kontingenčních tabulek a předchozí frekvenční analýzy. Korespondenční analýza ukazuje, čím v kontrastu s ostatními mediálními domy dané vydavatelství vyniká.

Všechny celkové χ^2 testy prokázaly vysoce signifikantní vztah mezi proměnnou *vydavatelství* a *politickým stanoviskem*, *politickou orientací*, *laděním*, *rámcem* a *tématem*. Hodnota p byla vždy velmi malé číslo vyjádřené násobky 10^{-x}. Např. u testu v části 11.6.1 je hodnota p $1.48512474186411e-07$, což je 1.485×10^{-7}.

Jelikož je hodnota p v tomto případě mnohem menší než hladina α, je hypotéza H0 zamítnuta. To znamená, že uvedené vlastnosti v testovacím vzorku jsou z globálního hlediska statisticky závislé na vydavatelství. Toto zjištění platí i u vztahu mezi vydavatelstvím a proměnnou *domácí/zahraniční* a *obrázek* (viz příloha Korespondenční analýza v elektronické verzi diplomové práce). V následující části představím výsledky jednotlivých testů. Zde bylo možné s pomocí tzv. *Post hoc analýzy* otestovat signifikanci jednotlivých testovaných vztahů a spočítat korekci hodnoty p (Statistics Libretexts). Hodnoty p jsou v příloze Korespondenční analýza uvedeny k nahlédnutí.

11.6.1 Vztah vydavatelství – politické stanovisko



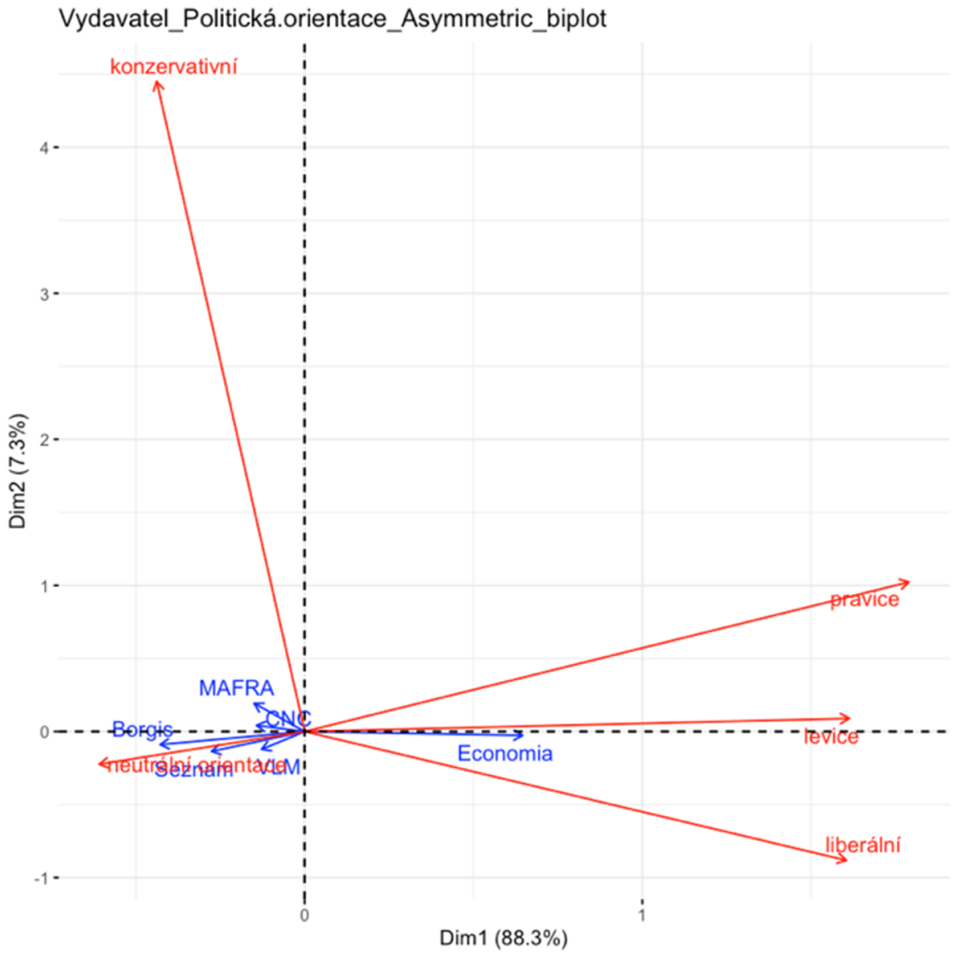
Obrázek 11.26: Korelační graf asociací mezi vydavatelstvími a hodnotami proměnné Politické stanovisko

Ve vztahu mezi politickým stanoviskem a vydavatelstvím nejvíce vyniká Mafra a Economia. Vydavatelství Economia má signifikantně záporný vztah vůči neutrálnímu politickému stanovisku ($p = 0{,}0001$). To znamená, že Economia v testovacím vzorku s největší pravděpodobností bude mít nějaké politické stanovisko v hodnotící zmínce. Stanovisko *proti vládě* je nejsilnější pozitivní asociací, která zároveň dosáhla signifikance $p = 0{,}017$, což dodatečně potvrzuje hypotézu N, že hodnotící zmínky Economie jsou vůči vládě kritické.

V souladu s těmito zjištěními jsou závěry korespondenční analýzy k Mafře. Na korelačním grafu je nejvýraznější negativní asociace s politickým stanoviskem *anti Babiš*. Ze všech vydavatelství je tedy Mafra signifikantně nejméně proti Babišovi. Mafra dále mezi ostatními vydavatelstvími vyniká pozitivní asociací ke stanovisku *pro status quo*, což je v souladu s hypotetickým politickým zájmem Andreje Babiše zůstat u moci i za cenu střetu zájmů a porušování zákonů (viz část 7.4 a část 9.2). Tato asociace je také signifikantní ($p = 0{,}108$).

11.6.2 Vztah vydavatelství – politická orientace

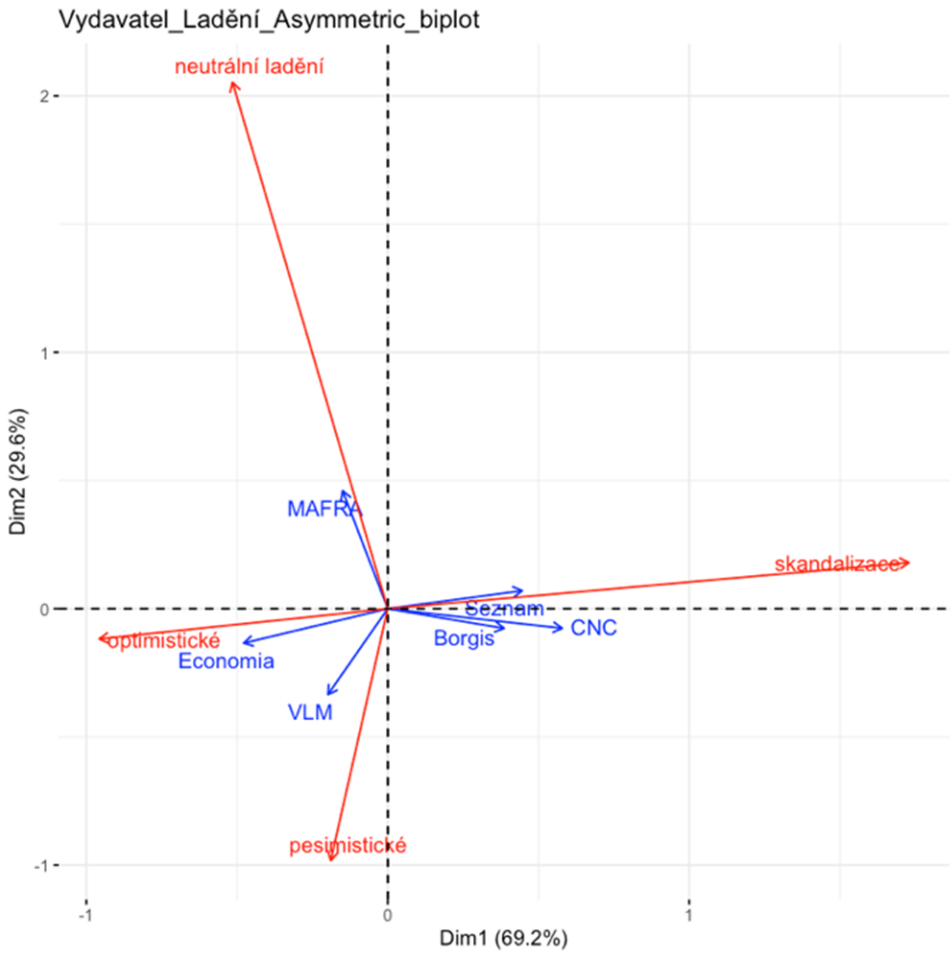
I když byla hypotéza O o *pravicovém* a *liberálním* směřování Economie potvrzena, v korespondenční analýze je Economia nejvíce asociovaná s *levicí* ze všech vydavatelství ($p = 0{,}0005$). Zároveň má ale i silnou signifikantní asociaci (ostrý



Obrázek 11.27: Biplot asociací mezi vydavatelstvími a hodnotami proměnné Politická orientace

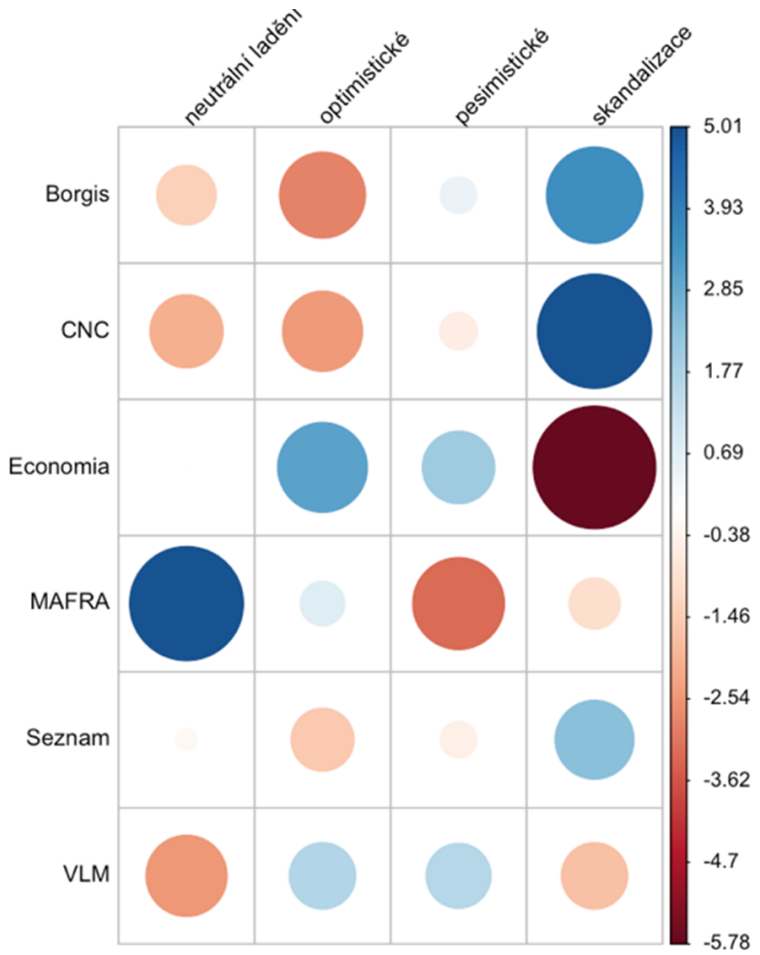
úhel) s *pravicí* a *liberální* orientací. Borgis má signifikantně kladnou asociaci s neutrální orientací ($p = 0{,}0000001$) a signifikantně zápornou asociaci (tupý úhel) s *liberální* politickou orientací ($p = 0{,}001$). Je tedy výrazně neliberální. Ostatní vydavatelství v globálním srovnání nevynikají v žádném výrazném směru.

11.6.3 Vztah vydavatelství – ladění



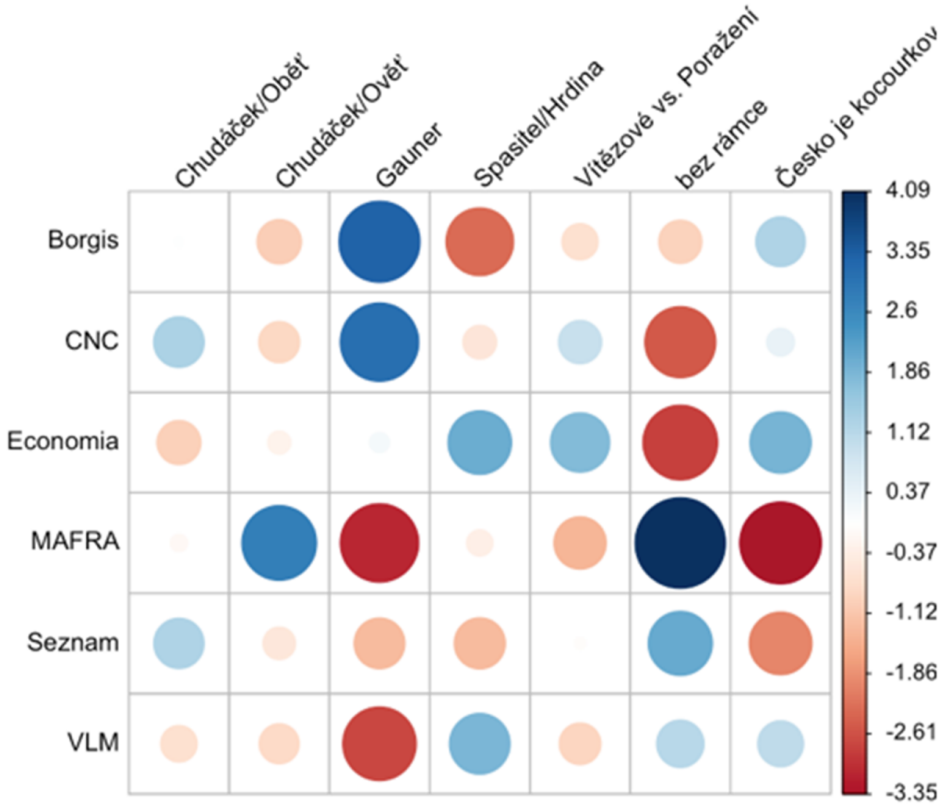
Obrázek 11.28: Biplot asociací mezi vydavatelstvími a hodnotami proměnné Ladění

Vydavatelství CNC má vysoce signifikantní ($p = 0{,}00001$) vztah k ladění *skandalizace*. To koresponduje s potvrzenou hypotézou o bulvarizaci CNC. Zároveň je CNC signifikantně neoptimistické ($p = 0{,}042$) ve srovnání s ostatními. Economia má naopak výraznou zápornou asociaci se *skandalizací* ($p = 0{,}00001$). Ostatní styly ladění Economie mají také signifikantní vztah: *pesimistické* hodnotící zmínky ($p = 0{,}09$) a *optimistické* ($p = 0{,}0005$) jsou v kladné asociaci k Ekonomii. Mafra je v porovnání výrazně neutrální v oblasti ladění ($p = 0{,}0001$). Hodnotící zmínky vydavatelství Borgis se signifikantní pravděpodobností nejsou *optimisticky* laděné ($p = 0{,}004$), zato však *skandální* ($p = 0{,}0001$). *Skandalizace* je společným rysem Seznamu a Borgisu. Seznam má na úrovni signifikance v porovnání s ostatními také sklon ke *skandalizaci*.



Obrázek 11.29: Korelační graf asociací mezi vydavatelstvími a hodnotami proměnné Ladění

11.6.4 Vztah vydavatelství – rámec



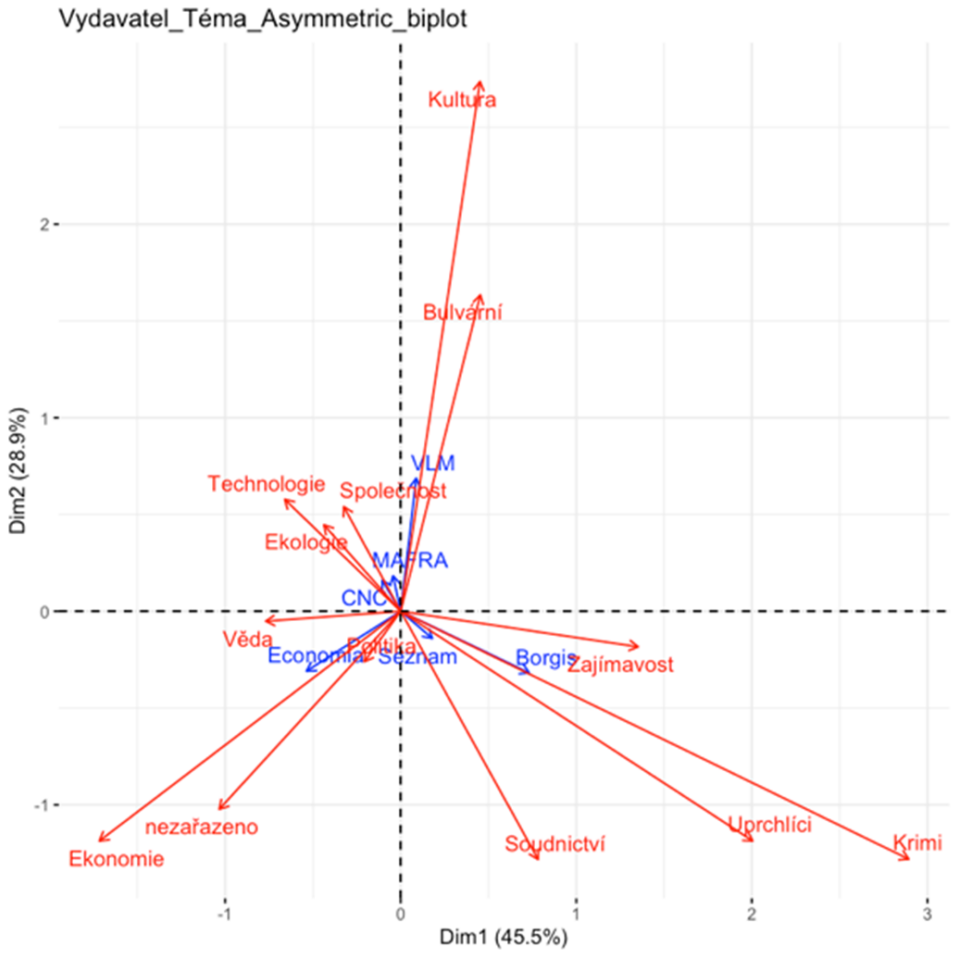
Obrázek 11.30: Korelační graf asociací mezi vydavatelstvími a hodnotami proměnné Rámec

Mafra vyniká počtem hodnotících zmínek bez rámcování ($p = 0{,}000001$). Méně než ostatní používá rámec *Gauner* ($p = 0{,}006$) a ještě méně *Česko je kocourkov* ($p = 0{,}003$). Naopak Borgis rámcem *Gauner* vyniká. Pozitivní asociace je signifikantní na úrovni $p = 0{,}003$. Signifikantní je pak i vztah CNC k rámci *Gauner* ($p = 0{,}012$) a k hodnotě bez rámce ($p = 0{,}01$). VLM naopak rámec *Gauner* relativně nepoužívá ($p = 0{,}06$). Economia obecně často rámcuje, protože má negativní asociace k hodnotě bez rámce ($p = 0{,}0005$).

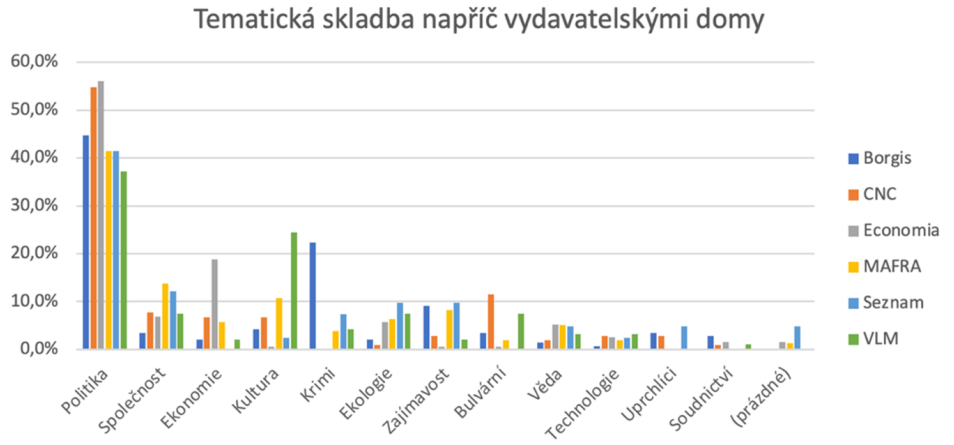
11.6.5 Vztah vydavatelství – téma

Nejmenší asociaci vůči všem vydavatelstvím obecně má téma *Politika*. Na základě biplotu (viz 11.31) je toto zřetelné, protože vektor *Politika* je nejblíže ke středu grafu ze všech témat. Všechna vydavatelství toto téma ve svých bilancích používají nejčastěji. Poté se zastoupení různí (viz graf 11.32).

Signifikantní kladná asociace je mezi CNC a *Bulvární* ($p = 0{,}0007$). Economia vyniká signifikantně tématem *Ekonomie* ($p = 0{,}000001$) naopak má relativně málo tématu *Krimi* ($p = 0{,}003$), *Kultura* ($p = 0{,}001$) a *Zajímavost* ($p = 0{,}08$). VLM signifikantně vyniká tématem *Kultura* ($p = 0{,}00001$) a Borgis má ze všech mediálních domů nejvýraznější *Krimi* ($0{,}000001$).



Obrázek 11.31: Biplot asociací mezi vydavatelstvími a hodnotami proměnné Téma



Obrázek 11.32: Podíly jednotlivých témat napříč vydavatelstvími

11.7 Výsledek testování hypotéz

Celkem bylo potvrzeno šest hypotéz, pět hypotéz bylo potvrzeno pouze částečně a sedm bylo vyvráceno. Nedá se tedy říct, že by vliv vlastníků byl jednoznačně potvrzen. Analýza však odkryla dílčí indicie k vlivu vlastníka na jednotlivé mediální domy.

Výsledky analýzy naznačují kritickou pozici vydavatelství Daniela Křetínského, Zdeňka Bakaly, Marka Dospivy a Zdeňka Porybného vůči Andreji Babišovi. Konkurenční vztah mezi jednotlivými oligarchy na české mediální scéně není překvapivý a je v souladu s medailonky jednotlivých vlastníků (viz části 9). Největší podporu získaly předpokládané hypotézy u vztahu Daniela Křetínského a CNC a Zdeňka Bakaly a jeho Economie. Indicií u Křetínského je absence ekologické problematiky. Je možné však namítnout, že by CNC nebylo názorově tak kritické k Rusku, když jeho majitel s Ruskem obchoduje. CNC navíc není liberální a pravicové, ale převážně konzervativní. Hypotézy k možnému vlivu Zdeňka Bakaly byly sice potvrzeny všechny (jedna hypotéza částečně), jejich závěry jsou však poměrně vágní. Vliv Marka Dospivy na vydavatelství Vltava Labe Media se nepotvrdil. Dílčí indicií však může být neutrální pozice k Číně. U mediálního domu Borgis je to podobné: všechny hypotézy byly vyvráceny, kladný vztah k Rusku a Číně však může korespondovat s konzervativní levicovou pozicí majitele Zdeňka Porybného. Určité indicie o možném vlivu vlastníka na mediální obsah vydavatelství byly nalezeny o vlivu Iva Lukačoviče na Seznam.cz: afinita k technologiím a digitalizaci, liberální orientace a pozornost věnovaná ekologické problematice.

Výsledky testování hypotéz u Mafry svědčí převážně o vlivu Babiše na vydavatelství. Jasně potvrzena byla hypotéza o menší negativitě v médiích Mafry, která je v této analýze interpretována jako nepřímá podpora Babišovy vlády, když vzniká pozitivnější obraz politického dění, než tomu ve skutečnosti (nebo spíše v ostatních vydavatelstvích) je. Analýza potvrdila vliv hypotetický vliv Babiše na zpravodajství jeho médií – ani jedna hodnotící zmínka nebyla interpretována proti jeho osobě. Dalo by se namítnout, že jde o chybu kódování nebo o náhodnou vlastnost analyzovaných bilančních článků. Přesto je frekvence této názorové pozice signifikantně menší než u ostatních vydavatelských domů. V celkovém srovnání Mafra inklinuje i k vynechávání pozice *proti vládě* (viz část 11.6.1). Dílčími indiciemi o možném vlivu Babiše na Mafru může být i způsob interpretace problematiky životního prostředí, který je nápadně „probabišovský“, stejně jako neutrální pozice Mafry vůči Číně a Rusku.

Výsledné indicie o ovlivňování médií vlastníkem mohou být výsledkem nejen politických zájmů, jak bylo popsáno v profilech mediálních domů, ale i ekonomických a dalších zájmů. Není jisté, zda zjištěný vliv majitelů na jejich vydavatelství je přímý, nebo zda se děje díky autocenzuře zaměstnaných novinářů. Touto otázkou se analýza ani nezabývala, protože média a vydavatelství jsou pojata jako černá skříňka (viz část 5).

Během testování vyšlo najevo, že testuji nejen hypotézy založené na profilech jednotlivých vlastníků, ale i rozšířená přesvědčení o jednotlivých vydavatelstvích (např. bulvarizace CNC, levicová orientace Borgisu, kritický postoj Economie). Výsledky analýzy jsou i přesto přínosné pro porovnání jednotlivých vydavatelství a pro bližší seznámení se zpravodajstvím jednotlivých médií.

Kapitola 12

Omezenost výzkumu

V části 7.6 zmiňuji omezenost této analýzy stran reliability výsledků.

I když výsledky přinesly řadu signifikantních výsledků, nebyla zajištěna reliabilita kodéra (tedy mě), což snižuje reliabilitu výsledků tohoto výzkumu.

Otázkou je, jaké výsledky by přinesla jiná data k provedení kvantitativní obsahové analýzy. Například články napříč vydavatelstvími věnující se jednomu společném tématu nebo pokrytí jedné události (Oznámení o vinících výbuchu ve Vrběticích, výsledky voleb atd.). Takový přístup by však měl i nevýhody, jako omezenost pouze na politickou problematiku. Já jsem se rozhodla pro články bilanční, protože mi přišly zajímavé jako žánr (viz část 6).

Výsledky analýzy přinesly indicie o možném vlivu vlastníků na vydavatelství Czech News Center, Mafra a Economia. Dílčí náznaky pak také u vydavatelství Borgis (potažmo i Seznam.cz) a Vltava Labe Media. Zda se však jedná o přímý, či nepřímý vliv jednotlivých vlastníků, tím se tato analýza nezabývala. Výsledky této analýzy mají z tohoto důvodu omezenou platnost a je nutné na ně takto nazírat.

Dalším limitem pro platnost výsledků této analýzy je omezení na roky 2019 a 2020. Při rozšíření na více bilancovaných let by data možná přinesla jiné výsledky. Ve fázi testování hypotéz jsem proto u každého vydavatelství srovnala data z roku 2019 a 2020 a zkontrolovala jsem, zda nedošlo k podstatnému rozdílu pro platnost hypotéz.

Kritickým momentem je i kvantitativní provedení obsahové analýzy. Kvantitativní metody mohou opomíjet rozmanitost zkoumaných dat a možný výskyt dalších sociálních a kulturních konstruktů. Tyto konstrukty pak nemohou být pokryty v kódovací knize, protože kódování bylo ustanoveno *a priori*. Vlastnost hodnotící zmínky v bilančním článku buď souhlasila s jednou *a priori* definovaných hodnot, nebo v kódovacím archu v MS Excel dostala hodnotu prázdné. Stejně jako pravidla kódování, byly definovány i hypotézy *a priori* a zároveň *ad hoc* (Neuendorf, 2002: 40) podle medailonů jednotlivých vydavatelství. To zákonitě vedlo ke snížení komplexity dat. Kvantitativní metody neposkytují hlubší vysvětlení pro zjištěné výsledky, tedy rozdíl mezi přímým a nepřímým vlivem vlastníka (Neuendorf, 2002: 40).

Kapitola 13

Závěr a vyhodnocení výzkumných otázek

Fenomén *oligarchizace* ovládl mediální krajiny v zemích střední a východní Evropy. Česká republika není výjimkou. Dříve převážně zahraniční vlastníky médií nahradili tuzemští podnikatelé, kteří mají nemalý ekonomický a politický vliv. Václav Štětka označuje tyto podnikatele jako oligarchy, jejichž miliardový majetek vznikl díky mezerám v transformačních a privatizačních procesech po pádu komunismu. Provoz tištěných médií, jež hrají zásadní roli pro utváření občanské společnosti a kontrolu politiků, není rentabilní a z ekonomického hlediska nedává smysl. Nabízí se tedy vysvětlení, že si oligarchové tato média pořizují jako vlivová média, která následně instrumentalizují k podpoře svého podnikání a potažmo i k ovládání politiky. Většina českých oligarchů vystupuje na veřejnosti jen zřídka. Není na první pohled zřejmé, jaké plány se svými médii mají.

Cílem této diplomové práce bylo prozkoumat možný vliv českých oligarchů na zpravodajství v jimi vlastněných médiích a potažmo i mediálních domech. Zkoumaný materiál představovaly bilanční články k uplynulým rokům 2019 a 2020, protože poskytují průřez nejdůležitějšími událostmi z pohledu daného média a reprezentují tak styl jeho zpravodajství. Výzkumnou metodou byla kvantitativní obsahová analýza a kódovací jednotkou hodnotící zmínka vybraná z uplynulého roku a zaměřená na jednu událost, osobnost nebo trend.

Na základě rešerše investigativních článků konkurenčních médií byly vytyčeny hypotézy o možných politických preferencích vlastníků pěti největších českých vydavatelství tištěných médií. Konkrétně byly vytvořeny profily pěti českých oligarchů Daniela Křetínského, Andreje Babiše, Zdeňka Porybného (a Iva Lukačoviče), Marka Dospivy a Zdeňka Bakaly.

Hypotézy byly testovány nejen na základě relativních četností (frekvenční analýzou), ale i statistickou analýzou založenou na Pearsonově χ^2 testu kategoriálních proměnných. Vztahy mezi jednotlivými proměnnými byly podrobeny korespondenční analýze zaměřené na kladné a záporné korelační asociace.

Korespondenční analýza potvrdila, že vlastnosti hodnotících zmínek jsou závislé na vydavatelství. První výzkumná otázka, zda se vydavatelství v pohledu na uplynulé události roku 2019 a 2020 od sebe liší, je tím pádem zodpovězena. Celkové vyhodnocení hypotéz potvrdilo vliv vlastníka na obsah zpravodajství u Daniela Křetínského a jeho Czech News Center, u Andreje Babiše a jeho Mafry a u Zdeňka Bakaly a jeho Economie. Hypotézy u těchto vlastníků byly většinou potvrzeny a

tím pádem bilance let 2019 a 2020 odpovídají jejich předpokládaným zájmům. Jedná se o tři vydavatelství z celkových z pěti, potažmo šesti se Seznamem.cz. Z výsledků této obsahové analýzy tedy jednoznačně nevyplývá, že obecně všichni vlastníci tištěných médií v České republice ovlivňují mediální obsah. Výsledky analýzy spíše odkryly jednotlivé indicie pro tento vliv. Reliabilita výsledků této analýzy je omezena vzhledem k absenci testu reliability kódování.

Bilanční články se osvědčily jako nosný materiál pro kvantitativní obsahovou analýzu, poskytující dostatečnou varianci dat pro testování hypotéz. Podobnou obsahovou analýzu zpravodajství by mohl pravidelně provádět například Český statistický úřad nebo Unie vydavatelů ve spolupráci s agenturami Median a STEM/MARK v rámci *Mediaprojektu*. Daly by se tak monitorovat změny v jednotlivých vydavatelstvích a jejich médiích. Vzhledem k postupující *oligarchizaci* českých médií a s ní spojené ohroženosti demokracie nejen v České republice, ale i v celém regionu střední a východní Evropy, jsou takové změny zásadní a je žádoucí je průběžně kontrolovat. s výslednými daty by pak mohla nakládat Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Vydavatelstvím, která by kontinuálně porušovala zásady nestrannosti a vyváženosti by RRTV mohla rychleji a efektivněji ukládat sankce. Český statistický úřad by měl kapacitu otestovat reliabilitu konstruktů používaných jako proměnné v této analýze, případně sestavit přesnější kódovací knihu a provést tak výzkum s dostatečnou úrovní reliability.

Kapitola 14

Odchýlení od teze diplomové práce

Oproti schválené tezi došlo během vypracování diplomové práce k několika změnám. V první řadě jsem upravila název, jak mi již doporučeno vedoucím práce při schvalování teze. Dále jsem z výběru zkoumaných obsahů vyřadila vydavatelství Empresa Media, N Media a Echo Media, jelikož je nevlastní tzv. oligarchové (viz část 3) a na celkovém trhu tištěných médií mají jen malý podíl. Omezení na konečných pět mediálních domů vysvětluji v části 7.2. Došlo i ke změně struktury práce. Do teoretické části byla zařazena část o fenoménu oligarchizace (viz část 3). Tento fenomén ve vývoji vlastnictví médií se ukázal být klíčový pro uchopení současné mediální krajiny v České republice.

Kapitola 15

Summary

The results of this study show that three of in total five main Czech publishing houses show signs of ownership influence on media content. Statistically significant results could be found for Daniel Křetínský and his Czech News Center, for Andrej Babiš and his Mafra as well as for Zdeněk Bakala and his publishing house Economia. The year in review articles on 2019 and 2020 correspond to the presumed interests of these oligarchs.

Furthermore, the quantitative content analysis revealed individual indications for ownership influence. In case of Marek Dospiva and Vltava Labe Media the tested data have proven a neutral position towards China, in case of the traditionally leftist publishing house Borgis even a positive one as well as a positive interpretation of news connected Russia. Tested parts of newspaper articles also provided empirical support on the influence of Ivo Lukačovič on Seznam.cz: affinity for technologies and digitization, liberal political orientation and attention paid to ecological issues.

Year in review articles have proven to be a fruitful material for quantitative content analysis, providing sufficient variance of data to test hypotheses. Correspondence analysis and statistical chi square tests confirmed that the properties of year in review articles depend on the publishing house.

/.

30.9.20

SCHVÁLENO MJ.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Bláhová Kateřina	**Razítko podatelny:** Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd Došlo dne: 14-09-2020 -1- Čj: 297 Příloh: Přiděleno:
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 1.	
E-mail diplomantky/diplomanta: 40838668@fsv.cuni.cz	
Studijní obor/forma studia: Mediální studia/magisterské studium distanční	

Název práce v češtině:
Vliv vlastnických struktur mediálních domů na zpravodajský obsah na základě kvantitativní obsahové analýzy.

Název práce v angličtině:
The influence of media ownership on news content on the basis of quantitative content analysis.

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: *ZS 2012/2013*)
(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)
LS 2020/2021

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků)
Na konci každého roku se tisk pouští do bilance všeho, co se za uplynulých dvanáct měsíců odehrálo. Je to skvělá příležitost ke srovnávací kvantitativní obsahové analýze. Je z toho dobře patrné, čemu dané médium a příslušné vydavatelství přikládají význam. Český mediální trh neustále provázejí majetkové změny a změny vlastnické struktury. Z českého mediálního trhu v posledních letech odešli další zahraniční vlastníci a síla mediálních vlastníků se stále více koncentruje pod několik českých rozhodujících hráčů, kteří mají nemalý ekonomický, ale i politický vliv. Obavy o nezaujatost těchto médií jsou tedy zcela na místě.
Většina kvantitativních obsahových analýz se v minulosti zaměřovala na konkrétní téma ve zpravodajství, konkrétní médium (Český rozhlas a Česká televize) nebo na období charakterizované určitým tématem zpravodajství (např. před volbami). Tato analýza bude výrazně ohraničená co do výzkumného vzorku: pouze bilanční články. To umožní větší záběr ohledně počtu zkoumaných titulů a vydavatelství, stejně jako projevů biasu, který může být způsoben vlivem agendy daného vlastníka na zpravodajství daného titulu.
Co se týče tématu vlivu vlastnictví na mediální obsah, jen málo odborných článků a studií využívá obsahovou analýzu. Většinou se zkoumá zastoupení jednoho konkrétního tématu. Výzkum zaměřený na vlastnické struktury ve Střední a východní Evropě (zvlášť v České republice) se jeví poměrně neprobádané území vzhledem k častým změnám politických a ekonomických podmínek.

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):

Záměrem této diplomové práce bude prozkoumání vlivu vlastnické struktury na obsah v českých tištěných a online denících na základě kvantitativní obsahové analýzy. Tato analýza bude vycházet z bilančních článků českého zpravodajství na konci roku 2019 a 2020. Pokusím se najít indicie, které by mohly svědčit o přímém nebo nepřímém vlivu vlastníků médií na mediální obsah.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

Úvod

Teoretická část
- Ideál objektivity v médiích - Normativní teorie
- České zákonodárství
- Definice biasu a problematika měřitelnosti
Metodologie
- Kvantitativní obsahová analýza
- Bilanční články
- Hypotézy a výzkumné otázky
- Výzkumný vzorek
- Představení kódovací jednotky a proměnných
Empirická část
- Výsledky kvantitativní analýzy
- Vyhodnocení hypotéz
Závěr

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období)**:**
Pro účely analýzy použiji články bilancující roky 2019 a 2020 v českých tištěných a online zpravodajských médiích. Některá média se předešlému roku vůbec nevěnovala a místo toho se dívala do budoucnosti roku 2020. V analýze jsem je proto nezohlednila. Vybrány byly pouze články věnující se 2019 a 2020 jako celku.

MAFRA: Mladá fronta DNES (idnes.cz), Lidové noviny

Economia: Hospodářské noviny (ihned.cz), Respekt

Empresa Média: TÝDEN

Borgis: Právo

Seznam.cz (seznam.cz)

N Media: Deník N

Vltava Labe Media: Deník

Czech News Center: Blesk, Reflex (www.blesk.cz)

Echo Media: ECHO (echo24.cz)

Metody (techniky) zpracování materiálu:
Kvantitativní obsahová analýza zpravodajství českých tištěných a online deníků na základě bilančních článků na konci let 2019 a 2020. Jelikož budu analyzovat pouze bilanční články, umožní mi to větší záběr ohledně počtu zkoumaných titulů a vydavatelství. Kódovací jednotkou bude hodnotící zmínka, proměnné například: rozsah, zdroj, rámec, ladění.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků)**:**

BALCYTIENE, A. ... et al., 2015. Oligarchization, de-westernization and vulnerability: media between democracy and authoritarianism in Central and Eastern Europe (a roundtable discussion). Tidsskrift for Medier, Erkendelse og Formidling [Journal of Media, Cognition and Communication], 3 (1), pp.119-141.

Shrnutí diskuze odborníků ze střední a východní Evropy na téma politické, ekonomické a společenské proměny v postkomunistických zemích, které souvisejí s finanční krizí a postupným návratem

nedokonale rozvinutých demokraticií k semi-autoritativním hybridním režimům. Proměna mediálního systému je jedním z hlavních zkoumaných trendů.

HERRERO, L.C. et al., 2017: Rethinking Hallin and Mancini Beyond the West: An Analysis of Media Systems in Central and Eastern Europe. International Journal of Communication 11 (2017), 4797-4823

Tato studie má za cíl vyhodnotit a rozšířit komparativní rámec od Hallina a Manciniho, který zanedbává střední a východní Evropu. Střední a východní Evropa má specifické rysy. Svoboda tisku a zahraniční vlastnictví určují zásadní rozdíly mediálního prostředí v tomto regionu. Autoři vylučují existenci jednoho specifického typu mediálního systému v tomto regionu.

Salovaara, I.; Juzefovics, J. Who pays for good journalism? Accountability journalism and media ownership in the Central and Eastern European countries. In: Journalism Studies. Oct2012, Vol. 13 Issue 5/6, p763-774.

Vztah mezi investigativní žurnalistikou jako hlídajícího psa demokracie a měnícím se mediálním trhem ve střední a východní evropě. Zahraniční vlastnictví médií se ukazuje být velmi prospěšné pro tuto roli médií, protože novinářům umožňuje odstup od lokálních politických a ekonomických zájmů. Studie je založena na datech o vlastnické struktuře a na rozhovorech s odborníky.

ŠTĚTKA, V. 2012: From Multinationals to Business Tycoons: Media Ownership and Journalistic Autonomy in Central and Eastern Europe. In: International Journal of Press/Politics. Oct2012, Vol. 17 Issue 4, p433-456. 24p.

Komparativní analýza měnících se vlastnických struktur v deseti nových členských státech EU (po roce 2004) uvažuje nad důsledky těchto procesů pro svobodu a autonomii médií. Studie kombinuje sekundární zdroje a rozhovory s mediálními experty. Podíl zahraničních vlastníků v regionu Střední a východní Evropy ubývá. Objevují se nejrůznější praktiky zneužívání médií jejich lokálními vlastníky napojenými na podnikatelskou sféru a politiku často ústící v omezené pole působení pro editory a zvyšující se propojenost mediálního systému se systémy politiky a ekonomiky.

HEDDING, K. J., Miller, K. C, Abdenour, J., Blankenship C. B.. 2019: *The Sinclair Effect - Comparing Ownership Influences on Bias in Local TV News Content.* Journal of Broadcasting & Electronic Media 63(3), 2019, pp. 474-493, vydáno: Broadcast Education Association

Studie se věnuje obsahům zpravodajských relací v amerických regionálních televizích, které patří společnosti Sinclair Broadcasting Group. Kvantitativní obsahová analýza si klade za cíl srovnat obsah a kvalitu zpravodajských sdělení se zaměřením na celonárodní politiku.

HUMPRECHT, E.., ESSER, F. 2018: Diversity in Online News. On the importance of ownership types and media system types. In: Journalism Studies, 19:12, 1825-1847.

Autoři zkoumají rozmanitost online zpravodajství s ohledem na různé typy vlastnických struktur a mediálních systémů. Obsahová analýza celkem 1660 zpráv ze 48 zpravodajských serverů v šesti zemích (USA, Velká Británie, Francie, Itálie, Německo a Švýcarsko). Nejrozmanitejší online zpravodajství bylo zjištěno v zemích, kde veřejnoprávní média mají velmi silnou pozici na trhu.

BAUM, M., ZHUKOV, Y., 2019: Media Ownership and News Coverage of International Conflict. In: Political Communication, 36:1, 36-63.

Jak rozdíly ve vlastnické struktuře ovlivňují mediální pokrytí mezinárodních konfliktů? Studie vychází z datasetu 591,532 článků o amerických vojenských operacích z celkem 2,505 novin v 116 zemích. U

velkých mediálních korporací byl zjištěn homogenizující efekt u zpráv příslušných titulů. Konkurenční tlaky trhu mohou tento homogenizující efekt zmenšovat. Omezování svobody tisku má opačný efekt.

ARCHER, A., CLINTON, J., 2018: Changing Owners, Changing Content: Does Who Owns the News Matter for the News? In: Political Communication, 35:353-370.

Studie zkoumá vliv vlastnictví média na pokrytí politiky, agenda-setting a rámovaní na příkladu akvizice Wall Street Journalu Rupertem Murdochem v srpnu 2007. Data obsahují hlavní zprávy na titulní straně po dobu 27 měsíců a jsou srovnávána s ekvivalentem v podobě New York Times.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

PEJŠOVÁ, Zuzana. Kvalita českého televizního zpravodajství. 2019. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Křeček, Jan.

HANUS, Josef. Mediální obraz osoby Andreje Babiše před volbami do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky v roce 2017. Praha, 2020. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Hanzal, Jaromír.

FRYČKOVÁ, Markéta. Analýza mediálního antibabišismu jako projevu negativity. 2019. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Křeček, Jan.

TROJANOVÁ, Tereza. Babiš vs. Bakala. Komparace mediálního obrazu Zdeňka Bakaly v denících MF Dnes, Hospodářské noviny a Právo. Diplomová práce. 2020. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce: Miessler, Jan.

MALEŇÁKOVÁ, Veronika. Analýza politického zpravodajství českých deníků během parlamentních voleb v roce 2017. 2018. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Nečas, Vlastimil.

VOJTOVÁ, Magdaléna. Změna vlastnických struktur českých médií na počátku 21.století - návrat do rukou domácích vlastníků. 2017. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Köpplová, Barbara.

KREJZAROVÁ, Markéta. Komparativní analýza dvou konkurenčních tištěných suplementů Pátek Lidových novi a Ego!. 2017. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Klabíková Rábová, Tereza.

Datum / Podpis studenta/ky

14. 9. 2020

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Zjednodušit název

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá

mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

KREČEK JAN	14.9.'20
Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga	**Datum / Podpis pedagožky/pedagoga**

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT **VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ** A VE **DVOU** VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI **VYZVEDNOUT** V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A **NECHAT VEVÁZAT** DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.

Kapitola 16

Seznam příloh

- Kódovací arch
- Korespondenční analýza

Kapitola 17

Zdroje

17.1 Literatura

BALCYTIENE, A. .. et al., 2015. Oligarchization, de-westernization and vulnerability: media between democracy and authoritarianism in Central and Eastern Europe (a roundtable discussion). Tidsskrift for Medier, Erkendelse og Formidling [Journal of Media, Cognition ans Communication], 3 (1), s. 119-141

BEDNAŘÍK, P., JIRÁK, J. & KÖPPLOVÁ, B., 2011. Dějiny českých médií: od počátku do současnosti, Praha: Grada Publishing.

DOBEK-OSTROWSKA, B. (2015). 25 years after communism: Four models of media and politics in Central and Eastern Europe. In B. Dobek-Ostrowska & M. Glowacki (Eds.), Democracy and media in Central and Eastern Europe 25 years on (pp. 11–45). Frankfurt am Main, Germany: Peter Lang, doi:10.3726/978-3-653-04452-2

GLANVILLE, R., 2009: Black Boxes, Cybernetics and Human Knowing, 2009, pp. 153-167.

SCHUDSON, M. (1978) „Discovering the News. Basic Books.“ (Introduction: The Ideal of Objectivity, pp. 3-11)

HALLIN, D., MANCINI, P. (2004). Comparing media systems: three models of media and politics. Cambridge University Press.

HALLIN, D., MANCINI, P. (2012). Comparing media systems beyond the Western world. Cambridge University Press.

HANUS, Josef. Mediální obraz osoby Andreje Babiše před volbami do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky v roce 2017. Praha, 2020. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Hanzal, Jaromír.

HEDDING, K. J., MILLER, K. C, ABDENOUR, J., BLANKENSHIP C. B. 2019: The Sinclair Effect - Comparing Ownership Influences on Bias in Local TV News Content. Journal of Broadcasting & Electronic Media 63(3), 2019, pp. 474-493, vydáno: Broadcast Education Association

HENDL, Jan. Přehled statistických metod zpracování dat: analýza a meta-analýza dat. Praha: Portál, 2004, s.48

HERMAN, E., CHOMSKY, N. (1988) „Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media.“ Pantheon Books. (Kapitola 1: The Propaganda Model, s. 1-36)

HERRERO, L.C. et al., 2017: Rethinking Hallin and Mancini Beyond the West: An Analysis of Media Systems in Central and Eastern Europe. International Journal of Communication 11 (2017), 4797-4823

JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B., 2009. Masová média. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3, s. 73

KLIMKIEWICZ, B 2009, 'Structural Media Pluralism and Ownership Revisited: The Case of Central and Eastern Europe', Journal of Media Business Studies, vol. 6, no. 3, pp. 43–62

KRIPPENDORFF, K. (2004) Reliability in content analysis. Human Communication Research, 30 (3), 411–433

LATOUR, Bruno. Pandora's Hope: Essays on the Reality of Science Studies. [s.l.]: Harvard University Press, 1999.

MALEŇÁKOVÁ, Veronika. Analýza politického zpravodajství českých deníků během parlamentních voleb v roce 2017. 2018. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Nečas, Vlastimil.

MCQUAIL, D. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2003, s.93

MOTEJLEK, Ondřej. Zpravodajský servis českých médií při návštěvě čínského prezidenta Si Ťin-pchinga v ČR - případová studie: Empresa Media. Praha, 2017. 115 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jan Křeček, Ph.D.

NEUENDORF, K.: The content analysis guidebook. London: Sage, 2002., s.243

SALOVAARA, I. and JUZEFOVICS, J. (2012) 'Who Pays for Good Journalism?', Journalism Studies, 13(5/6), pp. 763–774. doi: 10.1080/1461670X.2012.664425.

HEYWOOD 1994, Heywood, A.: Politická ideologie. Praha: Victoria Publishing, 1994

SCRUTON, Roger. 1994. Konzervativní myslitelé, Brno, Centrum pro studium demokracie a kultury

TROJANOVÁ, Tereza. Babiš vs. Bakala. Komparace mediálního obrazu Zdeňka Bakaly v denících MF Dnes, Hospodářské noviny a Právo. Diplomová práce. 2020. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce: Miessler, Jan.

VYSLOUŽILOVÁ, Kristýna. Projevy bulvarizace ve zpravodajství České televize v kontextu jeho oficiálních proměn. Praha, 2015. 79 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Vlastimil Nečas, Ph.D.

ZIELONKA, J. (Ed.). (2015). Media and politics in new democracies: Europe in a comparative perspective. New York, NY: Oxford University Press.

ZIELONKA, J., & MANCINI, P. (2011). Executive summary: A media map of Central and Eastern Europe. Report of the Project on Media and Democracy in Central and Eastern Europe.

17.2 Online zdroje

aktuálně.cz, 17. 7. 2013 - Porybný, nenápadný vítěz mediální krize
https://zpravy.aktualne.cz/denik-insider/porybny-nenapadny-vitez-medialni-krize/r~i:insider:article:24082/
[cit. 11. 4. 2021]

aktuálně.cz, 30. 10. 2019 - Česká média si rozebrali magnáti. Podívejte se, kdo vlastní deníky, weby i televize
https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/majitele-medii-v-cesku-noviny-weby-televize-kdo-vlastni/r~67160c86faff11e9ac60ac1f6b220ee8/
[cit. 15. 4. 2021]

aktuálně.cz, 26.2.2020 - Začíná poslední kolo boje o monument Zahy Hadid. Penta požádala o územní rozhodnutí
https://zpravy.aktualne.cz/regiony/praha/zacina-posledni-kolo-boje-o-monument-zahy-hadid-penta/r~1d0f309e569011ea8c1d0cc47ab5f122/
[cit. 17. 4. 2021]

aktuálně.cz, 16. 9. 2020 - Köppl: Na TV Barrandov jsem pyšný. Jaromír Soukup hrál roli, teprve ted' je autentický
https://video.aktualne.cz/dvtv/koppl-na-tv-barrandov-jsem-pysny-jaromir-soukup-hral-roli-te/r~175298ccf81011ea95caac1f6b220ee8/
[cit. 13. 4. 2021]

aktuálně.cz, 25.4.2021
https://video.aktualne.cz/dvtv/ondracka-babisuv-stret-zajmu-je-fatalni-ted-se-jasne-ukazuje/r~00e7f850a5be11ebb98b0cc47ab5f122/
[cit. 13. 4. 2021]

Agrofert
https://www.agrofert.cz/o-agrofertu
[cit. 18. 4. 2021]

blesk.cz, 11. 2. 2017 - Robejšek popsal schůzku s Babišem,
podporu miliardářů i smělý cíl voleb
https://www.blesk.cz/clanek/volby-volby-2017/449125/robejsek
-popsal-schuzku-s-babisem-podporu-miliardaru-i-smely-cil-voleb.html
[cit. 13. 4. 2021]

Borgis a.s. - Oficiální stránky
https://www.borgis.cz/index.html
[cit. 30. 4. 2021]

Ceny Trilobit 2018
https://cenytrilobit.cz/trilobit-2018-udelena-oceneni/
[cit. 10. 4. 2021]

Comparative Agendas Project
https://www.comparativeagendas.net/datasets_codebooks
[cit. 1. 4. 2021]

Czech News Center - Čtenost - 4Q+1Q 2019 - Podíly na trhu
https://www.cncenter.cz/clanek/2078/ctenost-4q-1q-2019-podily-na-trhu
[cit. 22. 4. 2021]

Czech News Center - O nás, citace 13.4.2021
https://www.cncenter.cz/o-nas
[cit. 2. 4. 2021]

Czech News Center - Hlavní stránka
https://www.cncenter.cz
[cit. 12. 4. 2021]

Czech News Center - Blesk
https://www.cncenter.cz/clanek/1270/blesk
[cit. 13. 4. 2021]

ČT24, 29.11.2018
https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2666210-babis-celi-
spravnimu-rizeni-kvuli-podezreni-ze-stale-ovlada-media
[cit. 30. 4. 2021]

ct24.ceskatelevize.cz, 15. 3. 2019 - Kočner psal před
vraždou novináře spolumajiteli Penty, že pracuje na „odstranění\
https://ct24.ceskatelevize.cz/svet/2761139-spolumajitel-
penty-hascak-poprel-komunikaci-s-kocnerem-o-priprave-vrazdy
[cit. 15. 4. 2021]

deník.cz, 7. 11. 2015 - Spoluvlastník Penty Marek Dospiva:
Nemáme a nebudeme mít žádné politické ambice
https://www.denik.cz/z_domova/spoluvlastnik-penty-marek-

dospiva-nemame-a-nebudeme-mit-zadne-politicke-ambice-20151106.html
[cit. 30. 4. 2021]

deník.cz, 23. 4. 2021 - Andrej Babiš exkluzivně:
Nenecháme se Ruskem zastrašit. Zničilo vzájemné vztahy
https://www.denik.cz/z_domova/premier-andrej-babis-
vrbetice-rozhovor-rusko-20210422.html
[cit. 30. 4. 2021]

Deník N, 4. 12. 2019 - Šifra generála Lorence. Na bezpečnost
Penty dohlíží speciální algoritmus posledního šéfa StB
https://denikn.cz/242969/sifra-generala-lorence-na-bezpecnost-
penty-dal-dohlizi-specialni-algoritmus-posledniho-sefa-stb/
[cit. 30. 4. 2021]

Deník N, 7. 7. 2020 - Proměna Jaromíra Soukupa: rozkol s Hradem,
podpora Milionu chvilek a konec „lepšolidí\
https://denikn.cz/391327/promena-jaromira-soukupa-rozkol-s-
hradem-podpora-milionu-chvilek-a-konec-lepsolidi/?ref=tema
[cit. 30. 4. 2021]

DisplayR a.
https://www.displayr.com/how-correspondence-analysis-works/?fbclid=
IwAR0Udo9FAzXqRKu9Vvky4EdknAXNYzMZWJT0mK4IWd9j3QzioPNNO03tYmc
[cit. 13. 4. 2021]

DisplayR b. - How to Interpret Correspondence
Analysis Plots (It Probably Isn't the Way You Think)
https://www.displayr.com/interpret-correspondence-
analysis-plots-probably-isnt-way-think/?fbclid=IwAR06FxHY
gJ9uKJeHp2oYjehl3yfrdSWt9o27rFPm3oOhme7g7PhfWJyKojw
[cit. 13. 4. 2021]

DisplayR c. - Normalization and Scaling in Correspondence Analysis
https://www.displayr.com/normalization-correspondence-analysis/
[cit. 13. 4. 2021]

E15, 22. 1. 2014 - Zdeněk Porybný odstoupil z představenstva
vydavatelství Borgis
https://www.e15.cz/byznys/technologie-a-media/zdenek-porybny
-odstoupil-z-predstavenstva-vydavatelstvi-borgis-1054822
[cit. 30. 4. 2021]

E15, 21. 12. 2016 - Kauza Gorila po pěti letech.
Slovenská policie stále tápe
https://www.e15.cz/zahranicni/kauza-gorila-po-peti-letech-
slovenska-policie-stale-tape-1326947
[cit. 30. 4. 2021]

e15.cz, 15. 1. 2020 - Zeman se rozchází se Soukupem.
Pořad Týden s Prezidentem končí
https://www.e15.cz/byznys/technologie-a-media/zeman-se-
rozchazi-se-soukupem-porad-tyden-s-prezidentem-konci-1365980
[cit. 30. 4. 2021]

Economia web
https://www.economia.cz/o-nas/
[cit. 12. 4. 2021]

Economia - Inzerce
https://www.economia.cz/ceniky-inzerce/
[cit. 12. 4. 2021]

echo24 - 24.4.2021 - Obhajoba Ruska, kritika tajných služeb.
Na Zemanovo vyjádření se stále čeká
https://echo24.cz/a/S6yET/obhajoba-ruska-kritika-
tajnych-sluzeb-na-zemanovo-vyjadreni-se-stale-ceka
[cit. 30. 4. 2021]

Eustream
https://www.eustream.sk/en_company-eustream/
en_supervisory-commission
[cit. 30. 4. 2021]

Forbes, 20. 10. 2019 - Dospiva v čele, Haščák v zákrytu.
Co návrat Gorily znamená pro Pentu?
https://forbes.cz/dospiva-v-cele-hascak-v-zakrytu-
co-navrat-gorily-znamena-pro-pentu/
[cit. 18. 4. 2021]

Forbes, 11. 12. 2020 - Patrik Tkáč se vrací do EPH
Daniela Křetínského. Bude držet 44 procent
https://forbes.cz/patrik-tkac-se-vraci-do-eph-
daniela-kretinskeho-bude-drzet-44-procent/
[cit. 18. 4. 2021]

Forbes 2020a - 100 Nejbohatších Čechů
https://forbes.cz/nejbohatsi-cesi-2020/?gclid=Cj0KCQjwsqmE
BhDiARIsANV8H3Z2picGF4Ak7Jm74xr_uHzR04QBCoKWbSOAyvBVAZSAvO-
cQrGVkIMaAoSsEALw_wcB
[cit. 30. 3. 2021]

Forbes 2020b - 100 nejbohatších Čechů 2020, Daniel Křetínský
https://forbes.cz/nejbohatsi-cesi-2020/detail/daniel-kretinsky/
[cit. 18. 4. 2021]

Forbes 2020c - 100 nejbohatších Čechů 2020, Ivo Lukačevič
Forbes - https://forbes.cz/nejbohatsi-cesi-2020/detail/ivo-lukacovic/
[cit. 18. 4. 2021]

Hlídací pes, 15. 6. 2018 - Aféry J. Soukupa: Vysílací rada
chce vědět, jak TV Barrandov vybírala hosty předvolebních duelů
https://hlidacipes.org/afera-jaromira-soukupa-vysilaci-
rada-zada-vysvetleni-k-vyberu-politiku-do-predvolebnich-duelu-tv-barrandov/
[cit. 30. 4. 2021]

Hlídací pes, 2. 10. 2019 - Daniel Křetínský je pro nás
pan Neznámý z Východu, přiznává francouzský novinář
https://hlidacipes.org/daniel-kretinsky-je-pro-nas-
pan-neznamy-z-vychodu-priznava-francouzsky-novinar/
[cit. 30. 4. 2021]

Hlídací pes, 3. 1. 2020 - Trampoty s oligarchy,
díl druhý: Jak Zdeněk Bakala kupoval vydavatelství Economia
https://hlidacipes.org/trampoty-s-oligarchy-dil-druhy-j
ak-zdenek-bakala-kupoval-vydavatelstvi-economia/
[cit. 30. 4. 2021]

Hlídací pes, 14. 1. 2020 - Tramspoty s oligarchy:
Blesk jako sázka na jistotu a všichni lobbisti Daniela Křetínského
https://hlidacipes.org/trampoty-s-oligarchy-blesk-jako-
sazka-na-jistotu-a-vsichni-lobbisti-daniela-kretinskeho/
[cit. 30. 4. 2021]

idnes.cz, 10.10.2013, Vydavatelský kodex médií
provozovaných společností MAFRA, a.s.
https://redakcni.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=365699
[cit. 10. 4. 2021]

idnes.cz, 26. 4. 2017 - Nákupem médií oligarchové
v Česku upevňují svůj vliv, tvrdí studie
https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/media-
reporteri-bez-hranic.A170426_072022_zahranicni_bur
[cit. 30. 4. 2021]

idnes.cz, 18. 4. 2018 - České lékárny Dr.Max
míří do Číny. Penta chystá nákupy řetězců
https://www.idnes.cz/ekonomika/podniky/penta-
dr-max-cina-lekarny.A180418_105337_ekoakcie_fih
[cit. 30. 4. 2021]

idnes.cz, 5. 11. 2018
https://www.idnes.cz/zpravy/mediahub/le-monde-daniel-
kretinsky-les-echos-google-apple-facebook-amazon.

A181105_083714_mediahub_jpl
[cit. 15. 4. 2021]

idnes.cz, 19. 2. 2019 - Ivo Lukačovič odešel
z představenstva Seznamu, majitelem zůstává
https://www.idnes.cz/zpravy/mediahub/seznam-
ivo-lukacovic-predstavenstvo.A190219_102200_mediahub_jpl
[cit. 15. 4. 2021]

idnes.cz, 3. 5. 2019 - TV Barrandov dostala od rady
pokutu za Moje zprávy, zaplatí 200 tisíc
https://www.idnes.cz/zpravy/mediahub/tv-barrandov-
moje-zpravy-jaromir-soukup-rada-pro-rozhlasove-a-televizni-
vysilani.A190503_113212_mediahub_jpl
[cit. 28. 4. 2021]

idnes.cz, 21. 12. 2020 - Analýza: Soudný rok politika
Babiše. Preference klesají, volby se blíží
https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/koronavirus-volby-
andrej-babis-ano-ivan-bartos-pirati.A201220_211152_domaci_cern
[cit. 15. 4. 2021]

ihned.cz, 21. 4. 2015 - Spolumajitel Penty Dospiva:
Chceme mediální štít proti iracionálním útokům.
http://archiv.ihned.cz/c1-63893810- chceme-medialni-stit
[cit. 30. 4. 2021]

ihned.cz, 4. 10. 2017 - Průzkumy je nutné brát s rezervou,
nálady voličů se mění denně, upozorňují agentury.
Výhra ANO je podle nich jediná jistota
https://archiv.ihned.cz/c1-65902120-jedine-jistoty-
predvolebnich-pruzkumu-vitezstvi-babise-a-nerozhodnuti-volici
[cit. 15. 4. 2021]

ihned.cz, 5. 10. 2017 - Ekonomické sankce proti Rusku
jsou k ničemu, tvrdí Andrej Babiš. Nepřinutily ho, aby Krym opustilo
https://archiv.ihned.cz/c1-65903840-ekonomicke-sankce-proti-
rusku-jsou-k-nicemu-a-neucinne-rika-pravdepodobny-
budouci-premier-andrej-babis
[cit. 15. 4. 2021]

irozhlas.cz, 4. 12. 2020 - Pokračování kauzy Gorila:
slovenský soud poslal do vazby spolumajitele Penty Haščáka
https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/jaroslav-hascak-
penta-vazba-soud-korupce_2012042136_kro
[cit. 15. 4. 2021]

irozhlas.cz, 7. 1. 2021 - Spolumajitel Penty Haščák

je na svobodě. Podle soudu nejsou pro vazbu důvody
https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/penta-investments
-jaroslav-hascak-slovensko-vazba-soud_2101071649_ako
[cit. 15. 4. 2021]

ihned.cz, 19.9. 2019: Economia zakládá po vzoru
veřejnosprávních médií Radu pro redakční nezávislost.
https://domaci.ihned.cz/c1-66644470-economia-zaklada-
po-vzoru-verejnopravnich-medii-radu-pro-redakcni-
nezavislost-podnet-muze-podat-kdokoli
[cit. 15. 4. 2021]

ihned.cz, 18.4.2020 - Čínská skupina CITIC získala
většinu v mediální agentuře Médea, má tak větší část
než Jaromír Soukup
https://byznys.ihned.cz/c1-66752200-cinska-skupina-
citic-ziskala-vetsinu-v-medialni-agenture-medea-ma-
tak-vetsi-cast-nez-jaromir-soukup
[cit. 30. 4. 2021]

info.cz, 10.3.2021 - Ustojí Babiš tlak Zemana? Pokud ustoupí,
přizná absolutní manažerské selhání, říká Šmarda
https://www.info.cz/zpravodajstvi/cesko/ustoji-babis-tlak-
zemana-pokud-ustoupi-prizna-absolutni-manazerske-selhani-rika-smarda
[cit. 15. 4. 2021]

Kafkadesk, 16. 6. 2020 - Who is Daniel Kretinsky,
the Czech billionaire advancing his pawns in France and across Europe?
https://kafkadesk.org/2020/06/16/who-is-daniel-kretinsky-
the-czech-billionaire-advancing-his-pawns-in-france-and-across-europe/
[cit. 10. 4. 2021]

lidovky.cz, 8. 3. 2010 - Věci veřejné přiznaly, že
je podporuje reklamní magnát Soukup
https://www.lidovky.cz/domov/veci-verejne-priznaly-ze-
je-podporuje-reklamni-magnat-soukup.A100308_185019_ln_domov_nev
[cit. 15. 4. 2021]

lidovky.cz, 5. 12. 2020 - Gorila dostihla Pentu.
Slovenský korupční skandál straší jednu z největších
investičních skupin u nás
https://www.lidovky.cz/byznys/firmy-a-trhy/gorila-po-
letech-dostihla-pentu-slovensky-korupcni-skandal-strasi
-jednu-z-nejvetsich-investicnich-sk.A201203_211725_firmy-trhy_lihav
[cit. 15. 4. 2021]

LIST Jaromíra Soukupa
https://www.listjs.cz

[cit. 5. 4. 2021]

lupa.cz, 15. 12. 2020 - Soud mezi TV Barrandov a
Českou televizí pokračuje, vrchní soud zrušil rozsudek
https://www.lupa.cz/aktuality/soud-mezi-tv-barrandov
-a-ceskou-televizi-pokracuje-vrchni-soud-zrusil-rozsudek/
[cit. 15. 4. 2021]

Mediaguru, 28. 11. 2013 - Česká média se stále
více vzdalují západním vzorům
https://www.mediaguru.cz/clanky/2013/11/ceska-
media-se-stale-vice-vzdaluji-zapadnim-vzorum/
[cit. 15. 4. 2021]

Mediaguru, 31. 10. 2013 - Soukup: Vlastníci médií
obsah neřeší
https://www.mediaguru.cz/clanky/2013/10/soukup-
vlastnici-medii-obsah-neresi/
[cit. 15. 4. 2021]

Mediaguru, 8. 1. 2019 - TV Barrandov vysílá deset let,
hlavní tváří je Jaromír Soukup
https://www.mediaguru.cz/clanky/2019/01/tv-barrandov-
vysila-deset-let-hlavni-tvari-je-jaromir-soukup/
[cit. 15. 4. 2021]

Mediaguru, 21. 3. 2019 - Mapa vlastníků českých médií 2019
https://www.mediaguru.cz/clanky/2019/03/aktualizovana-
mapa-vlastniku-ceskych-medii/
[cit. 15. 4. 2021]

Mediaguru, 24. 2. 2020 - Nejsilnějšími podle
prodejů tisku jsou CNC, Mafra a VLM
https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/02/nejsilnejsimi
-podle-prodeju-tisku-jsou-cnc-mafra-a-vlm/
[cit. 15. 4. 2021]

Mediaguru, 7. 10. 2020 - Pluralita mediálního
trhu v Česku i v EU se zhoršuje
https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/10/pluralita
-medialniho-trhu-v-cesku-i-v-eu-se-zhorsuje/
[cit. 15. 4. 2021]

Mediaguru, 17. 5. 2020 - K měření vyváženosti
médií chybí jasné definice
https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/04/k-mereni-
vyvazenosti-medii-chybi-jasne-definice/
[cit. 15. 4. 2021]

Mediaguru, 21. 1. 2021 - Zpravodajské weby 2020:
Na čele Novinky, v TOP 10 i nový web CNN Prima
https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/01/zpravodajsk
e-weby-2020-na-cele-novinky-v-top-10-i-novy-web-cnn-prima/
[cit. 15. 4. 2021]

Mediaguru - Media projekt
https://www.mediaguru.cz/slovnik-a-mediatypy/slovnik
/klicova-slova/media-projekt/
[cit. 15. 4. 2021]

Mediaprojekt 2020, Základní výsledky čtenosti
za rok 2020 za 3. a 4. čtvrtletí 2020
http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/
MP_2004_presentace_v14JB.pdf
[cit. 15. 4. 2021]

Mediář, 16.7. 2013 - Seznam.cz koupil 33,6 %
v Porybného firmě Borgis, vydavateli deníku Právo
https://www.mediar.cz/seznam-cz-koupil-33-6-pct-
v-porybneho-firme-borgis-vydavateli-deniku-pravo/
[cit. 15. 4. 2021]

Mediář, 8. 8. 2020 - Soukupovi se nelíbí klíč vládní pomoci médiím
https://www.mediar.cz/soukupovi-se-nelibi-klic-vladni-pomoci-mediim/
[cit. 28. 4. 2021]

Nadační fond nezávislé žurnalistiky - Václav Štětka:
Na semaforu červená { úroveň mediální plurality se zhoršuje
https://www.nfnz.cz/vaclav-stetka-na-semaforu-cim-
dal-vice-cervena-uroven-medialni-plurality-se-zhorsuje-v-
evrope-i-v-cesku/
[cit. 30. 4. 2021]

Nečas, Vodochodský, Křeček, Miessler (2019):
Objektivita a vyváženost; Celek vysílání a jednostranné
zvýhodňování; Společenská relevance a mocenský bonus.
Working papers. Praha, FSV UK
https://vyvazenost.fsv.cuni.cz/VFSV-1.html
[cit. 28. 4. 2021]

novinky.cz, Tiráž
https://www.novinky.cz/tiraz
[cit. 28. 4. 2021]

novinky.cz, 3.5.2018
https://www.novinky.cz/domaci/clanek/babis-na-nahravce-

resi-s-novinarem-clanky-o-politickych-protivnicich-40032549
[cit. 15. 4. 2021]

Oficiální facebook Jaromíra Soukupa
https://www.facebook.com/jaromir.soukup.9
[cit. 30. 4. 2021]

Penta Investments
https://www.pentainvestments.com/cs/default.aspx
[cit. 28. 4. 2021]

PERUŠKO, Zrinjka. Chapter 13. The link That Matters:
Media Concentration and Diversity of Content In: Media
Freedom and Pluralism: Media Policy Challenges in the
Enlarged Europe [online]. Budapest: Central European
University Press, 2010 (generated 01 May 2021).
https://books.openedition.org/ceup/2184?lang=en
[cit. 30. 4. 2021]

PPF.eu, citace ze dne 29.4.2021
https://www.ppf.eu/cs/companies/cme
[cit. 28. 4. 2021]

Realisté
https://realiste.webnode.cz/_files/200000029-93ea794ebc
/program-0.pdf
[cit. 28. 4. 2021]

Reflex, 14. 9. 2020 - Babiš přiznal, že vládne podle marketérů.
Zruší daně? Zavede třídenní pracovní týden? Rezignuje?
[cit. 28. 4. 2021]

https://www.reflex.cz/clanek/komentare/102893/babis-priznal-
ze-vladne-podle-marketeru-zrusi-dane-zavede-tridenni-
pracovni-tyden-rezignuje.html
[cit. 14. 4. 2021]

Reporters Without Borders - 2019 World Press Freedom Index
https://rsf.org/en/ranking/2019
[cit. 28. 4. 2021]

Reportér, 13. 11. 2016
https://reportermagazin.cz/a/w3632/pripad-kretinsky-znuly-
na-sto-miliard
[cit. 14. 4. 2021]

Respekt, 5. 1. 2019 - Zkouška pro liberála

https://www.respekt.cz/tydenik/2019/2/zkouska-pro-liberala
[cit. 14. 4. 2021]

Respekt, 7. 7. 2019 - Kdo se bojí Daniela Křetínského?
https://www.respekt.cz/tydenik/2019/28/kdo-se-boji-
daniela-kretinskeho
[cit. 15. 4. 2021]

Respekt, 23. 12. 2019
https://www.respekt.cz/politika/na-kretinskeho-se-ve-
francii-stoji-fronta
[cit. 25. 4. 2021]

seznamzpravy.cz, 14. 12. 2018 - Absurdní, dělám satiru.
Moderátor jedenácti pořadů Soukup se brání ČT, podala
na něj trestní oznámení
https://www.seznamzpravy.cz/clanek/soukup-ve-svem-poradu-
urazel-zamestnance-ceske-televize-ta-na-nej
-podala-trestni-oznameni-62633
[cit. 30. 4. 2021]

Seznamzpravy.cz, 1. 11. 2019 - Databáze polistopadových
kauz: OKD a Zdeněk Bakala
https://www.seznamzpravy.cz/clanek/kauza-okd-
a-zdenek-bakala-82797
[cit. 28. 4. 2021]

Seznamzpravy.cz, 18.8.2020 - Soud rozhodl.
Bakalův slib prodat byty nájemníkům neměl právní váhu
https://www.seznamzpravy.cz/clanek/soud-rozhodl-bakaluv
-slib-prodat-byty-najemnikum-nemel-pravni-vahu-116350
[cit. 30. 4. 2021]

seznamzpravy.cz - Autoři
https://www.seznamzpravy.cz/sekce/autori
[cit. 10. 4. 2021]

seznamzpravy.cz, 2. 4. 2020 - Svět bude lepší a víc
digitální, předpovídá zakladatel Seznamu Ivo Lukačovič
https://www.seznamzpravy.cz/clanek/svet-bude-lepsi-a-
vic-digitalni-predpovida-zakladatel-seznamu-ivo-lukacovic-97348
[cit. 28. 4. 2021]

seznamzpravy.cz, 24. 4. 2020 - Dospiva: S rekordními
výsledky je konec, ale zisk Penta i v krizi udrží
https://www.seznamzpravy.cz/clanek/dospiva-s-
rekordnimy-vysledky-je-konec-ale-zisk-penta-i-v-krizi-udrzi-102165
[cit. 28. 4. 2021]

Statistics Libretexts
https://stats.libretexts.org/Bookshelves/Applied_
Statistics/Book%3A_Learning_Statistics_with_R_-_
A_tutorial_for_Psychology_Students_and_other_
Beginners_(Navarro)/14%3A_Comparing_Several_Means
_(One-way_ANOVA)/14.06%3A_Multiple_Comparisons_
and_Post_Hoc_Tests
[cit. 13. 4. 2021]

STHDA - Correspondence Analysis in R: Essentials
http://www.sthda.com/english/articles/31-principal-
component-methods-in-r-practical-guide/113-ca-correspondence
-analysis-in-r-essentials/?fbclid=IwAR1W0nAsTjmBRrz4L
fwtQAsbwHUVMRi6Ff9OLoKlc7IGpz5U_a9dUWYnfio#statistical-significance
[cit. 13. 4. 2021]

Syndikát novinářů
https://syndikat-novinaru-cr-z-s.webnode.cz/etika/kodex/
[cit. 10. 4. 2021]

TV Barrandov 1 - Týden s prezidentem
https://www.barrandov.tv/tyden-s-prezidentem#sec-tyden-s-prezidentemvideo)
[cit. 30. 4. 2021]

TV Barrandov 2 - Hovory Kalousek Soukup
https://www.barrandov.tv/hovory-kalousek-soukup/video)
[cit. 30. 4. 2021]

wiki.idnes.cz, 17.1.2019 - Jaromír Soukup (52 let)
https://www.idnes.cz/wiki/lide-v-cesku/jaromir-soukup.K460102
[cit. 30. 4. 2021]

Seznam obrázků

7.1 Příklady kódovací jednotky . . . 19
7.2 Příklady neutrálních obrázků . . . 21
7.3 Příklady emotivních obrázků . . . 21
7.4 Příklady zesměšňujících obrázků . . . 22

9.1 Podíl vydavatelství na prodeji tisku v roce 2019, vlastní zpracování. Zdroj dat: Mediaguru, 24. 2. 2020 . . . 34

10.1 Tabulka očekávaných hodnot proměnných . . . 44

11.1 Podíl hodnot u proměnné ladění u titulů vydavatelství CNC . . . 45
11.2 Biplot vztahů mezi proměnnými Téma a Ladění u vydavatelství CNC . . . 46
11.3 Podíl různých témat u titulů vydavatelství CNC . . . 47
11.4 Korelační graf asociací mezi tématy a druhem obrázku u vydavatelství CNC. Modré hodnoty symbolizují kladný vztah, červené záporný. . . . 49
11.5 Korelační graf asociací mezi politickou orientací a proměnnou domácí/zahraniční u vydavatelství CNC. Modré hodnoty symbolizují kladný vztah, červené záporný. . . . 50
11.6 Podíly u proměnné politické stanovisko u vydavatelství CNC . . . 50
11.7 Biplot vztahů mezi proměnnými Politická orientace a Ladění u vydavatelství CNC . . . 51
11.8 Korelační graf vztahů mezi proměnnými Téma a Politické stanovisko u vydavatelství Mafra . . . 52
11.9 Frekvence druhů ladění u napříč vydavatelstvími . . . 53
11.10 Frekvence druhů ladění u titulů vydavatelství Mafra . . . 53
11.11 Korelační graf asociací mezi proměnnými Téma a Ladění u vydavatelství Mafra . . . 54
11.12 Podíly u proměnné politické stanovisko v rámci tématu Ekologie u vydavatelství Mafra . . . 55
11.13 Biplot asociací mezi proměnnými Téma a Ladění u vydavatelství Vltava Labe Media . . . 57
11.14 Biplot asociací mezi proměnnými Téma a Obrázek u vydavatelství Vltava Labe Media . . . 58
11.15 Frekvence jednotlivých témat u vydavatelství Vltava Labe Media 59
11.16 Frekvence jednotlivých hodnot u proměnné politická orientace u vydavatelství Vltava Labe Media . . . 59

11.17 Biplot asociací mezi proměnnými Politická orientace a Ladění u vydavatelství Borgis . . . 61
11.18 Podíly hodnot proměnné Politická orientace u vydavatelství Borgis 61
11.19 Podíly jednotlivých politických stanovisek u vydavatelství Borgis a Seznam.cz . . . 62
11.20 Korelační graf asociací mezi proměnnými Téma a Rámec u vydavatelství Economia . . . 64
11.21 Podíl hodnot proměnné politické stanovisko u vydavatelství Economia . . . 65
11.22 Podíly hodnot u proměnné politická orientace u vydavatelství Economia po vyřazení hodnotících zmínek bez politické orientace (42,9 %) . . . 66
11.23 Korelační graf vztahů mezi proměnnými Politická orientace a Ladění u vydavatelství Economia . . . 66
11.24 Biplot asociací mezi proměnnými Téma a Ladění u vydavatelství Economia . . . 67
11.25 Rozdíl mezi lety 2019 a 2020 v podílech hodnot proměnné politické stanovisko u vydavatelství Economia . . . 68
11.26 Korelační graf asociací mezi vydavatelstvími a hodnotami proměnné Politické stanovisko . . . 69
11.27 Biplot asociací mezi vydavatelstvími a hodnotami proměnné Politická orientace . . . 70
11.28 Biplot asociací mezi vydavatelstvími a hodnotami proměnné Ladění 71
11.29 Korelační graf asociací mezi vydavatelstvími a hodnotami proměnné Ladění . . . 72
11.30 Korelační graf asociací mezi vydavatelstvími a hodnotami proměnné Rámec . . . 73
11.31 Biplot asociací mezi vydavatelstvími a hodnotami proměnné Téma 74
11.32 Podíly jednotlivých témat napříč vydavatelstvími . . . 74