

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Jakub Lerch

Hospodářská politika v kontextu parlamentních voleb 2017

– komparativní obsahová analýza

Diplomová práce

Praha 2018

Autor: **Jakub Lerch**

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

Rok obhajoby: **LS 2019**

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil 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

Jakub Lerch

Bibliografický záznam

LERCH, Jakub. *Hospodářská politika v kontextu parlamentních voleb 2017 – komparativní obsahová analýza*. Praha, 2019. 88 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: 114 455

Abstrakt

Ústředním motivem této diplomové práce s názvem “Hospodářská politika v kontextu parlamentních voleb 2017” je mediální obraz zástupců jednotlivých politických stran úspěšných v parlamentních volbách, které proběhly na podzim roku 2017. Masová média figurují jako zprostředkovatel kontaktu veřejnosti s politickými elitami dané země a jejich profilace v rámci médií často utváří výsledný dojem veřejnosti na své volené zástupce.

Zejména v předvolebním období se tak zástupci politických subjektů dostávají do popředí mediálního zájmu a tato práce analyzuje mediální prostor, který jim byl v médiích vyčleněn. Pro srovnání byly zvoleny dva celostátní deníky Hospodářské noviny a Lidové noviny.

Výstupem je analýza, jež zhodnotí, jaký mediální prostor byl poskytnut jednotlivým stranám v předvolebním období, jaký formát a typ výstupu o jednotlivých stranách média publikovala, s jakou frekvencí a kdo byl v centru mediální pozornosti. Vedle toho zhodnotí také tuzemskou politickou komunikaci vzhledem k teorii politických cyklů školy veřejné volby. Pro výzkum je použita metoda kvantitativní obsahové analýzy, která umožňuje takto velké množství vstupů zpracovat a poskytnout relevantní závěry z nich vyplývající.

Klíčová slova

Parlamentní volby, politická strana, mediální obsah, politický program, obsahová analýza

Abstract

The presented thesis ‘Economic Policy in Parliament election context in 2017’ is describing the media image of successful political parties prior to the elections to the Chamber of Deputies in Czech Republic in October 2017. Mass media act as an intermediary of contact between the political parties or politicians themselves and voters and they have a crucial impact on the party’s public appearance and image that is being presented.

Especially during the pre-election period are media concerned about the political actions, decisions and election programs. The analysis is focused on the media attention and media space dedicated to the electoral and political topics. Chosen newspapers are Hospodářské noviny and Lidové noviny that represent serious approach in reporting the news. The method of quantitative content analysis allows to show the media space given, describe the type, format and main focus of the texts published. The diploma thesis describes also the political communication according to the theory of the political business cycles. The method of quantitative content analysis benefits from using a large scale of data and showing relevant conclusions at the same time.

Keywords

Parliamentary elections, political party, media content, political agenda, content analysis

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval vedoucímu práce PhDr. Janu Křečkovi Ph.D. za připomínky a odborné vedení práce. Rád bych poděkoval i svým rodičům za podporu při studiu a zejména za dodání motivace při jeho dokončení.

Obsah

Úvod.....	2
1. Teoretická část.....	4
1.1 Charakteristika volebních programů úspěšných politických subjektů.....	4
1.1.1 ANO.....	4
1.1.2 ODS.....	6
1.1.3 Pirátská strana.....	7
1.1.4 SPD.....	8
1.1.5 KSČM.....	10
1.1.6 ČSSD.....	12
1.1.7 KDU-ČSL.....	14
1.1.8 TOP 09.....	16
1.1.9 STAN.....	17
1.2 Parlamentní volby 2017.....	20
1.3 Předvolební průzkumy.....	22
1.4 Výsledky.....	26
2. Metodologická část.....	27
2.1 Kvantitativní obsahová analýza.....	27
2.2 Popis výzkumu.....	28
2.3 Profil zkoumaných médií.....	28
2.3.1 Lidové noviny.....	29
2.3.2 Hospodářské noviny.....	29
2.4 Mediální systém.....	30
2.4.1 Politický paralelismus.....	32
2.5 Hospodářská politika ve vztahu k médiím.....	34
2.5.1. Hospodářská politika.....	34
2.5.2. Politicko-ekonomický cyklus.....	34
2.5.3. Hospodářská politika a média.....	36
2.6 Stanovení výzkumné otázky.....	39
2.7 Výzkumný vzorek.....	40
2.8 Kódovací jednotka, proměnné a jejich hodnoty.....	42
3. Analytická část.....	45
3.1 Četnost výskytu.....	46
3.2 Důležitost a mediální prostor.....	49
3.3 Názory.....	55
3.4 Volební program strany.....	56
3.5 Význam předsedy strany vzhledem k mediální publicitě.....	59
3.6 Politická kompetentnost.....	61
3.7 Politicko-ekonomický cyklus.....	62
3.7 Shrnutí a vyhodnocení analýzy.....	65
Závěr.....	67
Summary.....	70
Elektronické zdroje.....	72
Knižní zdroje.....	74
Seznam grafů a tabulek.....	77
Teze DP.....	78
Seznam příloh.....	81
Přílohy.....	82

Úvod

Diplomová práce si klade za cíl analyzovat mediální obsah ve vztahu k politickým stranám úspěšným v parlamentních volbách v roce 2017. Média jako zprostředkovatel kontaktu veřejnosti s jejími politickými zástupci hrají nezastupitelnou roli. Právě skrze mediální prostor se mohou političtí představitelé vyjadřovat k širokým masám a jejich veřejné výstupy jsou vždy důkladně připraveny po obsahové i formální stránce. Každá politická strana může prostřednictvím svých sdělení získat velké množství příznivců i odpůrců a zejména potom v předvolebním období tento způsob politické komunikace hraje významnou roli. Média s těmito informacemi dále nakládají a tím doplňují vzniklý mediální obraz strany či politika.

Hlavní důraz bude kladen na mediální obraz jednotlivých stran, které se probíjaly do dolní komory Parlamentu České republiky. V případě politických subjektů je velice obtížné sledovat obsah médií týkající se strany samotné, jelikož její straníci svým jednáním, aktivitou či její absencí, postoji a výroky ovlivňují mediální obraz celé strany. Jelikož je zásadní vzbuzovat co největší publicitu a sdělovat svoje stanoviska co možná největšímu publiku, média se stávají přímo ideálním cílem jejich snažení. Dokáží velice rychle oslovit široké masy napříč sociálními či společenskými skupinami a na druhou stranu vystupují jako určitá zpětná vazba a kontrola politických elit. Obzvláště pečlivě pak jsou sledováni straníční představitelé a přízeň či nepřízeň je směřována právě zejména těmito reprezentantům. V rámci práce proto bude zásadní sledovat mediální obsahy týkající se příslušníků daných stran a jejich politických aktivit ve vybraných českých periodících. Záměrem je porovnat a zhodnotit, zda jejich mediální pokrytí a způsob interpretace volebního programu médií, se kterým se do voleb jejich strana zapojila, a se kterým o svou veřejnou funkci žádají. Dále se práce zaměří na problematiku politických cyklů, která vyplývá z veřejné funkce a informační asymetrie mezi politikem a voličem. Na základě studií školy veřejné volby se pokusíme ověřit, zda i v případě českých politických subjektů dochází k této nerovnováze, která je obecně považována za nedokonalost tržního hospodářství, jemuž podléhá i česká ekonomika.

Rozbor bude podložen obsahovou kvantitativní analýzou s akcentem na období dvou měsíců předcházejících volbám do Poslanecké sněmovny, jež proběhly v pátek a sobotu 20. – 21. října 2017. Sledovat budeme zejména mediální obsah z hlediska jeho významu a korelace vzhledem k volebnímu programu strany a současně se pokusíme zhodnotit, zda na základě tohoto pouze omezeného časového úseku bude prokazatelné, že problematika politických cyklů se váže i k české politické scéně, jak tomu předpokládá odborná literatura.

Předmětem zkoumání bude obsah dvou periodik, které patří mezi nejčtenější deníky v českém prostředí. Jedná se o Hospodářské noviny a Lidové noviny. Prostřednictvím mediálního archivu bude stěžejní dohledat jednotlivá veřejná prohlášení a pomocí kvantitativní analýzy vyhodnotit jejich korelaci s volebním programem strany či stranickým mediálním obrazem. Zohledňována bude také četnost, charakter a umístění textu o jednotlivých politických stranách. Jistou roli bude hrát pravo-levé rozdělení politického spektra. K němu příslušející subjekty vykazují určité specifické znaky a přispívají tak k politickému pluralismu ve společnosti. Významnou roli budou hrát také témata, která v jednotlivých sděleních budou akcentována a jejich význam pro státní rozpočet, potažmo fiskální politiku, která má na něj bezprostřední vliv.

Teoretická část práce je proto koncipována tak, aby zohlednila odborné ukotvení uvedených témat a zajistila dostatečný, přesto však pouze částečný přehled o problematice. Zásadní bude představení politických stran, jejich významných členů či základních pilířů jejich prosazované politiky.

Nedílnou součástí této kapitoly budou také volební programy pro volby v roce 2017 s akcentem na jejich tuzemskou či mezinárodní hospodářskou politiku. Ta je totiž určující pro prosperitu země a ovlivňuje tak i úroveň a kvalitu života společnosti. Právě ta by měla být předním zájmem každého z občanů a na základě této se voličská obec rozhoduje, komu svůj hlas přidělí.

Další část práce se bude věnovat volbám samotným, jejich průběhu a výsledkům předvolebních průzkumů, které mohou hrát jistou roli při formování rozhodnutí voliče. Neméně důležité bude představit také deníky, které poskytují základní soubor dat pro výzkum tématu.

Stěžejním pilířem celé práce však zůstává teorie politického paralelismu, jejíž koncept vychází z předpokladu, že politická činnost je médii silně ovlivněna a jejich účast na politickém dění je nezbytná. Výstupem by potom měla být analýza, jenž zhodnotí, jaký mediální prostor byl poskytnut jednotlivým stranám v předvolebním období, jaký formát a typ výstupu o jednotlivých stranách média publikovala, s jakou frekvencí a kdo byl v centru mediální pozornosti. Vedle toho zhodnotí také tuzemskou politickou komunikaci vzhledem k teorii politických cyklů školy veřejné volby. Současně je nutno brát v potaz, že stejně jako média ovlivňují politické dění ve společnosti, působí tento kanál i obráceným směrem.

Následující analytická část se dělí na podkapitoly podle jednotlivých výzkumných otázek, jenž shrnují nabyté poznatky. Přehled výsledků a zhodnocení hypotéz představuje poslední závěrečnou podkapitulu.

1. Teoretická část

1.1 Charakteristika volebních programů úspěšných politických subjektů

Aby bylo možné vyhodnotit mediální obraz aktérů ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2017, je potřeba celý proces nejdříve alespoň rámcově představit. Tyto volby byly charakteristické velkým počtem úspěšných stran, úspěšných z titulu zisku více než 5 % z celkového počtu voličských hlasů, které jsou základním předpokladem pro získání mandátů do Poslanecké sněmovny České republiky. Těchto stran bylo nakonec devět, čímž se na jednu stranu situace pro sestavení koaliční vlády komplikuje, vzhledem k roztroušenosti jednotlivých mandátů, na druhou stranu vede k zastoupení širokého spektra názorů a zájmů, který jednotlivé politické subjekty hájí, čímž je umocněn demokratický charakter takové vlády či její opozice. Mezi úspěšnými stranami se objevují vedle tzv. tradičních stran také strany, které jsou poměrně mladé a, co se jejich přístupu týče, poměrně novátorské.

Následující přehled je strukturován podle úspěšnosti jednotlivých stran ve volbách a podle počtu získaných křesel v Parlamentu České republiky od nejvyššího po nejnižší. V krátkosti bude představena historie politické strany a její významní představitelé z pohledu jejich funkce stranické či politické. Práce se pokusí představit jejich základní pilíře, které určují politické zařazení subjektu a dále představí volební program, s nímž se voleb účastnil.

1.1.1 ANO

Za vítěze posledních voleb lze považovat hnutí ANO, v jehož čele stojí jeho zakladatel podnikatel Andrej Babiš. V současnosti disponuje 78 mandáty z celkového počtu 200, které získalo s podporou 29,64 % hlasů.¹ Již v předešlých volbách roku 2013, které proběhly krátce po vzniku ANO, si získalo poměrně významnou voličskou základnu, jež mu pomohla k získání 47 mandátů s 18,65 % voličských hlasů, což byl druhý nejlepší výsledek v daném roce.²

¹ Volby.cz - Český statistický úřad | ČSÚ. *Volby.cz - Český statistický úřad* | ČSÚ [online]. Copyright © Český statistický úřad, 2018 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.volby.cz>

² ibid

Hnutí navazuje na občanské sdružení Akce nespokojených občanů, které vzniklo v roce 2011 - odtud také zkratka ANO. Iniciativa vznikla jako reakce na nespokojenost s funkčností státu a korupčními skandály jeho politických elit. Za cíl si klade zejména podpořit podnikatelské prostředí na všech úrovních státní správy a podporovat tím zaměstnanost a ekonomickou aktivitu obyvatel.

Mezi komunikované přednosti strany patří její apolitičnost a nezkušenost v politickém prostředí, což koresponduje s principem firemního vedení hnutí.

Mezi další výrazné představitele strany patří místopředseda Jaroslav Faltýnek či herec a režisér Martin Stropnický, který v období 2013 až 2017 figuroval jako ministr obrany ČR.

Volební program pro rok 2017 spočíval na čtyřech základních bodech: bezpečnost, efektivní a hospodárny stát, investice do naší země a investice do našich lidí. V bodu bezpečnost je zdůrazněna důležitost probíhající migrační krize a hrozba terorismu na evropském kontinentu a s tím spjatá ochrana občanů a národní identity. Hnutí se vyjadřuje proti přijetí eura za národní měnu, požaduje posílení vojenských sil a uzavření vnějších hranic Evropské unie.

Efektivní a hospodárny stát referuje o zodpovědné hospodářské politice vedoucí k vysokým platům při udržení nízkého daňového zatížení. Nezbytné je posílit transparentnost hospodaření ministerstev a omezit korupci, klientelismus a nehospodárnost veřejných zakázek prostřednictvím externích firem namísto integrovaných státních institucí. Hnutí je otevřené debatě o snížení počtu resortů jednotlivých ministerstev či zdůrazňuje možnosti čerpání z evropských fondů.

V rámci kapitoly o tuzemských investicích prohlašují, že investice jsou dobré vždy, ať už se jedná o rozvoj infrastruktury, kulturních památek, kde zmiňují např. Muchovu Slovanskou Epopej, či cestovní ruch.

V posledním bodě zdůrazňují také investice do vzdělání pomocí zvyšování mezd učitelů či vysokoškolského vzdělání zdarma. Dalším bodem je zvýšení důchodů či bezplatné zdravotnictví. Problematickým vidí také zdlouhavé soudní procesy a vymahatelnost práva prostřednictvím soudu.³

³ Program | ANO, bude líp. [online]. Copyright © 2017 ANO [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.anobudelip.cz/cs/volby/program/>

1.1.2 ODS

Druhou pozici ve volbách do Poslanecké sněmovny 2017 obsadila Občanská demokratická strana. Na rozdíl od relativně mladému hnutí ANO je ODS na politické scéně již od roku 1991. Vzhledem k její dlouholeté historii je možné tuto stranu označit jako tzv. tradiční stranu, která se profiluje jako liberálně konzervativní euroskeptická partaj. U jejího zrodu stál Václav Klaus, který se jako její předseda podílel na rozdělení tehdejšího Československa, po němž převzal funkci premiéra. Do voleb roku 2006 se strana řadila na přední příčky pomyslného volebního žebříčku. Ve volbách roku 2010 však došlo s výraznému snížení volebních preferencí a obdobně tomu bylo i v předčasných volbách roku 2013. Teprve s příchodem úřadujícího předsedy Petra Fialy se straně podařilo získat přízeň voličů a posílit svou pozici s 11,32 % voličských hlasů a s 25 mandáty v Parlamentu České republiky.⁴

Mezi nejvýraznější představitele jednoznačně patří zakladatel a bývalý prezident Václav Klaus, dále bývalý stranický předseda, později premiér a kandidát na prezidenta ve volbách 2018 Mirek Topolánek, za jehož předsednictví zažila ODS nevídaný rozkvět, nebo Petr Nečas, který obdobně zastával funkci stranického předsedy a předsedy vlády. Neméně důležitou roli hraje i stávající předseda strany Petr Fiala či bývalý poslanec a ministr vnitra Ivan Langer.

Hlavními hodnotami komunikovanými veřejnosti jsou nízké daňové zatížení, omezení byrokracie, volnost podnikání nebo bezpečnost a mezinárodní spolupráce. Ve volebním programu pro rok 2017 byly stanoveny čtyři základní pilíře: poctivá práce místo sociálních dávek, svobodné podnikání a nízké daně, více svobody místo neustálých kontrol a sebevědomá země vlastním názorem.

V rámci prvního zmíněného je kladen důraz na svépomoc v rámci rodiny. Pro potřebné bez rodiny či bez možnosti si situaci zlepšit vlastním přičiněním je tu stát jako podpůrná instance, která dotyčného ochrání a podpoří. Podmínkou je však nemožnost si pomoci sám, v případě neochoty pracovat je zřejmé, že situace kompenzace nebude trvat věčně. Zdůrazňují také stabilitu penzijního systému, který má být přehledný a předvídatelný a tím usnadňovat orientaci daňovými poplatníkům v systému.

Přehlednost je atributem i druhého pilíře, který hovoří o vyrovnaném státním rozpočtu, omezení přerozdělování napříč společnostmi a s tím spjaté daňové zatížení. Zvyšování daňových sazeb spíše

⁴ Volby.cz - Český statistický úřad | ČSÚ. *Volby.cz - Český statistický úřad* | ČSÚ [online]. Copyright © Český statistický úřad, 2018 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.volby.cz>

demotivuje podnikatelskou činnost, než aby ji podporovalo a rozvíjelo. Stabilita systému zaručí jeho samofinancování a postupný rozvoj základních složek jako je infrastruktura, školství či bezpečnost.

Úřady, uvedené ve třetím pilíři, by měly fungovat v zájmu občanů. Zásadní je jejich efektivita a nízká ekonomická náročnost.

Závěrečný bod hovoří o důležitosti NATO a EU, tedy nadnárodních institucích, které zajišťují vnější ochranu a vnitřní hospodářský rozvoj. Strana vidí tyto instituce jako prospěšné a apeluje na aktivní diplomatická jednání a “západní” orientaci země.⁵

1.1.3 Pirátská strana

Mezi úspěšné strany patří také Česká pirátská strana, označovaná též jako Piráti, která vznikla po vzoru švédské stejnojmenné iniciativy proti omezování lidských práv a svobody projevu. Důležitou roli hrají informační technologie a jejich prosazování do státní správy, transparentnost veřejných zakázek nebo přímá demokracie. Prosazují ochranu občanských svobod a či e-government, tedy systém umožňující využívat prostředí internetu pro kontrolu politických aktivit a případné odvolání volených zástupců v případě všeobecného nesouhlasu. Mezi jinými prosazují také legalizaci konopí pro léčbu či rekreaci.⁶

Za svoji krátkou historii uspěla strana v řadě voleb jak komunálního, tak celostátního charakteru. Po jejím založení v roce 2009 se do čela postavil stávající předseda strany Ivan Bartoš. V senátních volbách 2012 byl zvolen Libor Michálek senátorem, čímž se stali Piráti parlamentní stranou. Další úspěch přišel v komunálních volbách 2014, kdy strana uspěla v zastupitelstvu řady obcí, městských částí Prahy nebo na brněnské kandidátce Žít Brno. V Mariánských lázních dokonce vyhráli volby a obsadili post starosty města.

Doposud největší úspěch zažila strana právě ve volbách 2017, kdy obsadila pomyslnou třetí příčku s 10,79 % hlasů a získala tak 22 mandátů v Poslanecké sněmovně Parlamentu České republiky.⁷ Je to vůbec poprvé, kdy se strana prosadila do Parlamentu, ačkoliv se účastnila i předchozích voleb v roce 2009 a 2013, nicméně tehdy se jí nepodařilo pokořit pětiprocentní hranici voličských hlasů.

⁵ 4 pilíře – Program – ODS – Občanská demokratická strana. *ODS – Občanská demokratická strana* [online]. [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.ods.cz/programy>

⁶ Pirátská strana. *Pirátská strana* [online]. Copyright ©x [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: https://www.pirati.cz/assets/pdf/program_cerne_na_bilem.pdf

⁷ Volby.cz - Český statistický úřad | ČSÚ. *Volby.cz - Český statistický úřad* | ČSÚ [online]. Copyright © Český statistický úřad, 2018 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.volby.cz>

Nejvýraznější osobností strany je její předsedající člen Ivan Bartoš, který často vystupuje v médiích a stojí v čele strany od jejího založení s výjimkou mezi roky 2014 a 2016, kdy v čele strany stál Lukáš Černožský.⁸

V rámci volebního programu obdobně jako předcházející strany stanovují Piráti čtyři základní body: kontrola moci a mocných, zjednodušení státu pomocí technologií, ochrana občanů před šikanou a obrana svobody. V bodě číslo jedna podporují transparentnost politiky a nakládání s veřejnými prostředky. Vedle registru smluv je explicitně zmíněna osobní odpovědnost politických představitelů a jejich případná odvolatelnost.

Pro veřejnou správu požadují modernizaci a online systém, který umožní lidem svoje potřeby řešit z domova. Toto je spjato se omezením byrokratického aparátu a transparentností provedených operací. “Obíhat mají data, ne lidé po úřadech.”⁹

Pod pojmem šikana v třetí bodě se skrývá složitost systému, který komplikuje podnikání v tuzemsku, zatímco nadnárodní korporace vyvádějí svoje zisky mimo Českou republiku, čímž zemi ochuzují o daňový příjem z těchto příjmů.

Poslední bod vyzdvihuje svobodu projevu a přístup k informacím spojený s cenzurou v médiích. Na druhou stranu požadují právo na soukromí, chtějí hájit lidská práva a demokracii.

1.1.4 SPD

Stejně jako Česká pirátská strana se s podobným výsledkem umístilo i hnutí pod vedením Tomia Okamury Svoboda a přímá demokracie Tomia Okamury. Mezi ve volbách úspěšnými stranami patří toto hnutí mezi nejmladší partaje, jelikož se vyčlenilo z hnutí Úsvit přímé demokracie a svoji podobu SPD získalo až v roce 2015. Hnutí vychází ze svého předchůdce a, jak název napovídá, usiluje o prosazení přímé demokracie a politické odpovědnosti. Vedle toho se silně vymezuje proti členství v Evropské unii a žádá o vyvázání z tohoto členství prostřednictvím referenda, které považuje jako základní nástroj pro prosazení vůle lidu. Mezi další politické cíle patří zamezit zvyšování daní a hájit práva lidu a národní zájmy. S tím se pojí odpor proti ilegální imigraci, ztížení imigrační politiky a zamezení šíření islámu a forem jeho propagace.

⁸ Pirátská strana. *Pirátská strana* [online]. 2019 [cit. 14.02.2019]. Dostupné z: <https://www.pirati.cz/lide/>

⁹ Nové myšlenky pro novou dobu. *Pirátská strana* [online]. Copyright © [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.pirati.cz/program/>

Pro krajské volby 2016 se spojilo hnutí s programově blízkou Stranou práv občanů, kde celkem získali 34 mandátů v deseti krajských zastupitelstvech. V rámci voleb do senátu téhož roku postavili tři kandidáty, nicméně žádný z nich ve volbách neuspěl.¹⁰

Nejvýraznějším reprezentantem této strany je její předseda Tomio Okamura nebo Radim Fiala působící v zastupitelstvu olomouckého kraje.

Hned prvním bodem volebního programu SPD je změna legislativního systému na formu přímé demokracie, kdy bude každý politik volen i odvolán přímo občany a bude trestně i hmotně odpovědný. Následně zdůrazňují význam referenda místního i obecného, na základě kterého se mohou občané rozhodnout, zda setrvat v institucích jako je EU nebo NATO. Navrhují také rozšíření kontroly činnosti České televize nebo rozhlasu a požadují zrušení koncesionářských poplatků pro fyzické osoby.

V druhém bodě se strana významně ohrazuje proti kvótám pro přijímání uprchlíků. Islámské náboženství a právo šaría explicitně označují jako hrozbu demokracie a bezpečnosti Evropy. V rámci tohoto bodu je zmíněno také právo držby zbraně či povinná osmi týdenní vojenská služba, chtějí posílit integrované státní složky či rozšířit vojenskou spolupráci států V4.

Třetí část programu se vyjadřuje proti Evropské unii, kterou považuje za diktátora, který je politicky nadřazený a omezuje suverenitu jednotlivých států. Pro SPD je nepřijatelný diktát plynoucí z evropských institucí. Navrhují konkrétní postup změny podmínek České republiky ve vztahu k Evropské unii, v případě zamítnutí navrhuje vystoupení z tohoto společenství na základě referenda. Součástí je obnova státní suverenity, možnost odmítnat navrhované směrnice či měnová a daňová autonomie. Následuje připojení k Evropské zóně volného obchodu pro udržení hospodářských výhod.

Podporují také transparentnost veřejných transferů a smluv, snížení dávek sociální podpory či kontrolu České televize. Dále se vyjadřují k podpoře rodin s dětmi a navrhuje konkrétní opatření pro jejich finanční zajištění. Požadují jednodušší a efektivnější výběr daní a negativně se vyjadřují ke zvyšování daňového zatížení. Navrhují omezení korporací, monopolů i vyvádění zisků za hranice země a naopak podporu zaměstnanosti a podnikání.

S tímto programem se hnutí podařilo získat 10,64 % hlasů voličů ve volbách 2017, čímž získali celkem 22 mandátů do Poslanecké sněmovny, tedy stejný počet jako Piráti.¹¹

¹⁰ Volby.cz - Český statistický úřad | ČSÚ. *Volby.cz - Český statistický úřad* | ČSÚ [online]. Copyright © Český statistický úřad, 2018 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.volby.cz>

¹¹ ibid

1.1.5 KSČM

Pátý největší počet voličských hlasů získala Komunistická strana Čech a Moravy se 7,76 %.¹² Na základě tohoto volebního výsledku, který zaznamenal od posledních voleb výrazný pokles, získala strana 15 mandátů v Poslanecké sněmovně ČR.

Vznik KSČM se datuje k roku 1990 po rozdělení Komunistické strany Československa na dvě dílčí jednotky, a tedy Komunistická strana Slovenska a Komunistická strana Čech a Moravy. Jejich předchůdce KSČ vznikla již v roce 1921 a významným způsobem se podílela na společenském a politickém životě v zemi až do listopadu roku 1989. Strana prošla v této době zásadní reformou, ve které utvrdila svůj demokratický charakter moderní strany podporující právní stát s prvky pluralitní demokracie. Naopak se významně ohrazuje vůči praktikám ve vazbě na Kominternu a režim předcházející roku 1989. V programovém prohlášení strany stojí: “Programovým cílem KSČM je socialismus, demokratická společnost svobodných, rovnoprávných občanů, společnost politicky a hospodářsky pluralitní, postavená na maximální občanské samosprávě, prosperující a sociálně spravedlivá, pečující o zachování a zlepšování životního prostředí, zabezpečující lidem důstojnou životní úroveň a prosazující bezpečnost a mír. Program KSČM vychází z marxistické teorie otevřeného dialogu s mezinárodním komunistickým a levicovým hnutím, novým myšlenkám a poznatkům. KSČM usiluje o to, aby byla stranou masovou, která pracuje na základě kolektivnosti jednání a rozhodování, samosprávných principů a široké vnitrostranické demokracie.”¹³

V dlouhodobém horizontu je možné konstatovat, že vliv strany postupně klesá, stejně jako stranická voličská báze. V politickém spektru se řadí do levého křídla s akcentem sociální politiky a přerozdělování napříč sociálními skupinami. Mezi domény KSČM patří zejména zastupitelstva nižších samosprávních jednotek na úrovni krajů či obcí, například v krajských volbách v roce 2016 získala strana 10,55 % hlasů.

Mezi výrazné zástupce vedení strany patří bývalý stranický předseda Miroslav Grebeníček, stávající předseda Vojtěch Filip nebo 1. místopředseda Petr Šimůnek.

Ve svém volebním programu pro volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017 strana shrnula své sdělení v celkem pěti bodech: právo na práci a spravedlivou odměnu; garance všeobecně

¹² Volby.cz - Český statistický úřad | ČSÚ. *Volby.cz - Český statistický úřad* | ČSÚ [online]. Copyright © Český statistický úřad, 2018 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.volby.cz>

¹³ Naše strana | Komunistická strana Čech a Moravy [online]. [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.kscm.cz/cs/nase-strana>

dostupných a kvalitních veřejných služeb; právo, volebnímu programu předchází Stručný volební manifest zestručňující obsah celého programu do základních bodů.

V rámci prvního bodu strana vyjadřuje nesouhlas se stanovením kvót pro přijetí uprchlíků do České republiky a namísto členství v NATO podporují vlastní obranyschopnost země prostřednictvím akceschopných bezpečnostních sborů nebo branné a vlastenecké výchovy.

Bod Sociální spravedlnost a úcta k práci poukazuje na důležitost práva na práci a z něj vyplývající nárok na odměnu. Navrhují 50 % průměrné mzdy jako hranici pro minimální mzdu a dále posílení odborových svazů. Seniorům slibují pravidelnou valorizaci důchodů a zvýšené výdaje na sociální služby. Součástí bude mimo jiné také síť neziskových nemocničních subjektů a lékáren. V rámci systému navrhují vyšší centralizaci i v pojišťovnictví a proplácení nemocenské od jejího samého počátku. Pro studenty nabízejí systém sociálních a prospěchových stipendií pro zvýšení dostupnosti vzdělání i pro nízkopříjmové společenské skupiny.

Kapitola Ekonomika pro lidi zdůrazňuje centralizaci jako hlavní způsob pro efektivní nakládání se statky v oblasti síťové infrastruktury. Vedle daňových úlev pro sociálně slabé skupiny požadují progresivní daň pro nadnárodní korporace a rozvoj družstevních a komunálních podniků s vyšší spoluúčástí zaměstnanců. Navrhují také rozšíření jaderné elektrárny Dukovany pro zajištění cenově dostupné energie či zlepšování životních podmínek ve venkovských či odlehlých oblastech.

Ve čtvrtém bodě se věnují přírodním podmínkám, kde uvádějí právo na čistý vzduch a požadují tak vyšší regulaci pro znečišťovatele ovzduší. Vedle toho se vyjadřují k recyklaci či uskladňování odpadu na českém území, které zavrhnou a požadují rozvoj zpracování odpadu a recyklace.

Závěrečná část kritizuje přebujelou byrokracii ve státní správě, kterou by nahradilo všeobecné referendum. Kritizují zde také koncentraci moci politické a mediální, korupční jednání a klientelismus a prosazují majetková přiznání a transparentnost.¹⁴

¹⁴ Náš program | Komunistická strana Čech a Moravy. [online]. Copyright © KSČM [cit. 09.05.2019]. Dostupné z: <https://www.kscm.cz/cs/nase-strana/program>

1.1.6 ČSSD

Obdobný počet mandátů jako KSČM získala i Česká strana sociálně demokratická. Se získanými 7,27 % voličských hlasů obdržela 15 mandátů do Poslanecké sněmovny.¹⁵ Oproti vítězství ve volbách roku 2013, kdy strana zvítězila s 20,45 % hlasů, byl tento výsledek překvapením.

V případě ČSSD hovoříme o straně, která je na politické scéně řadu let a od svého obnovení v roce 1990 hrála důležitou úlohu v českém hospodářském vývoji. Strana byla nuceně sloučena s KSČ v roce 1948 a od té doby působila pouze v exilu. Svou současnou podobu nabyla až po revoluci v roce 1989, kdy se do jejího čela postavil Jiří Horák působící v exilu. Jejich významně protikomunistický program jim však nezískal potřebný počet hlasů pro vstup do Parlamentu Československa. Významnějšího posunu se strana dočkala až po roce 1993, kdy v jejím čele zasedl Miloš Zeman, který stál v jejím čele až do roku 2001, kdy byl nahrazen Vladimírem Špidlou. V následujících letech se do jejího čela postavil také Stanislav Gross, který po roce odstoupil z funkce, nebo Jiří Paroubek, jenž přivedl stranu k úspěchu v krajských i senátních volbách roku 2008.¹⁶

Důležitým momentem v historii strany bylo vítězství ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2013. V čele s Bohuslavem Sobotkou, bývalým ministrem financí a místopředsedou vlády, získala celkem 50 mandátů v Poslanecké sněmovně. V těchto volbách se umístilo hnutí ANO na druhém místě s 18,65 % hlasů.¹⁷

Pro rok 2017 strana postavila volební program na deseti bodech podle různých témat, kterým se věnují. Pro všechny však platí společný jmenovatel jako je spravedlnost, bezpečnost a podpora. V rámci programu se zasazují o podporu zaměstnanců navýšením minimální mzdy, plošným prodloužením dovolené na 5 týdnů za rok nebo zrušení karenční doby v případě nemoci zaměstnance. Dále kladou důraz na kolektivní smlouvy a práci tripartity, tedy vlády, odborů a zaměstnavatelů.

V rámci mezinárodního prostředí chtějí využívat evropských fondů pro rozvoj v tuzemsku a obdobnou instituci zřídit i u nás v podobě České investiční banky, která by pozitivně zasahovala do rozvoje malých a středních podniků na českém území. V rámci daňové soustavy navrhují

¹⁵ Volby.cz - Český statistický úřad | ČSÚ. *Volby.cz - Český statistický úřad | ČSÚ* [online]. Copyright © Český statistický úřad, 2018 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.volby.cz>

¹⁶ ENCYKLOPEDIE ČSSD: Historie ČSSD [online]. Copyright © 2013 ENCYKLOPEDIE ČSSD. [cit. 14.02.2019]. Dostupné z: <http://historiecssd.cz>

¹⁷ Volby.cz - Český statistický úřad | ČSÚ. *Volby.cz - Český statistický úřad | ČSÚ* [online]. Copyright © Český statistický úřad, 2018 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.volby.cz>

zjednodušení administrativní obsluhy daňové povinnosti a podporují také digitalizaci. Potenciál v automobilovém, elektrotechnickém a strojírenském by rádi rozšířili další modernizací v daných oblastech. Vyjadřují mimo jiné také podporu obnovitelným zdrojům a jaderné energetice v podobě rozšíření provozu JE Temelín a JE Dukovany.

Třetí bod se týká spravedlivé daňové soustavy, která zabezpečí kvalitu a dostupnost veřejných služeb. Hlavním objektem podpory jsou potom malí a střední podnikatelé, kterým navrhuje snížit daňové zatížení, a naopak progresivně zdanit nadnárodní korporátní společnosti s vysokými zisky. Vedle tohoto také chtějí zdanění prodeje podílů firem, který by do státní poklady přinesl další příjmy. Progresivní zdanění aktiv by se také týkalo velkých bankovních domů české bankovní soustavy. Tentýž systém požadují i pro osoby fyzické, což se údajně bude týkat pouze 2 % nejbohatších lidí, a naopak zvedne reálné příjmy zaměstnanců. Mezi další návrhy patří úpravy daní z majetku zavedením dědické a darovací daně podle hodnoty odkazované částky a společného zdanění manželů a zrušení superhrubé mzdy.

V jejich volebním programu je stěžejní také podpora rodinám a seniorům. Právě tyto dvě skupiny jsou objektem čtvrtého bodu jejich programu. Vedle podpory rozšiřování rodin prostřednictvím porodného chtějí i navýšení dětských přídatků a současně zvýšení jejich dostupnosti pro vyšší množství rodin. V programu uvádějí vznik nového práva na péči o vážně nemocné a garanci pracovního místa podobně jako v případě mateřské dovolené. Seniorům nabízejí zlepšování životních podmínek pomocí pravidelného navýšování penzí vzhledem k celkové cenové hladině podobně jako mzdy. Sociální služby by měli být dostupné i v malých obcích a současně navrhuje dlouhodobé programy financování, aby nebyla ohrožena existence těchto institucí. Nabízejí seniorům, které opustil životní partner, jednorázový příspěvek na uhrazení nákladů spojených s pohřbem.

Následuje téma zdravotnictví a zajišťování jeho vysoké kvality bez zavádění poplatků u lékařů. Součástí je dostupnost zdravotních služeb i v regionech, veřejně garantované zdravotnické služby a nárůst platů lékařů a zdravotních sester. Navrhuje fond financovaný částí příjmů ze spotřebních daní na tabákové výrobky a alkohol na podporu modernizace nemocnic a jejich vybavení. Prosazují zvýšení efektivity zdravotních služeb pomocí vyšší míry digitalizace např. objednávání k lékaři, elektronické recepty nebo zdravotní karty. Dále navrhuje systém benefitů pro zaměstnance se zdravým životním stylem a zájmem o sportovní aktivity.

Ve školství požadují především stabilitu a lepší platové podmínky pro učitele spojené s navýšováním rozpočtu ve školství. V rámci studia podpoří takové programy, které ve společnosti naleznou vyšší uplatnění na úrovni vysokých, odborných i středních škol. Vzdělání považují za

veřejný statek, a tedy by mělo být jeho poskytování plně financováno státem s důrazem na modernizaci jednotlivých institucí.

V oblasti bydlení podporují výstavbu sociálního bydlení a obecních bytů dostupných pro seniory, zdravotně postižené či samoživitele s dětmi. Prostřednictvím Státního fondu rozvoje bydlení chtějí nabízet dlouhodobé bezúročné půjčky pro mladé rodiny.

Ve svém volebním programu ČSSD zohledňuje i kulturu, kdy požadují zvýšení výdajů státu na kulturu, více volných vstupů do muzeí a galerií či digitalizaci kulturního obsahu. Součástí kulturního dění jsou i veřejnoprávní média, kdy zdůrazňují význam jejich nezávislosti a oponují zestátnění České televize nebo Českého rozhlasu.

V rámci mezinárodní politiky se kladně vyjadřují ke spolupráci s Evropskou unií, NATO či významnými hospodářskými partnery země – USA, Čínou a Ruskem. Evropskou unii chápou jako prostor pro diskuzi a prosazování vlastních zájmů v mezinárodním měřítku, zatímco díky evropským fondům a efektivnímu čerpání z nich dochází ke sjednocování životní úrovně napříč zeměmi a kladně se staví i k přijetí evropské měny eura v rámci pilíře ERM II. Bezpečnost by potom měla zajišťovat samostatná evropská armáda ve spolupráci s NATO. Negativně se však staví k přerozdělovacím kvótám vzniklým na základě migrační krize. V tuzemsku by rádi navýšili výdaje na obranu a modernizaci vlastní armády a integrovaných složek. Neméně důležitou roli hrají také insolvence a sociální vyloučení některých obyvatel, což navrhuje zlepšit prostřednictvím preventivních opatření, cílené pomoci a zjednodušení možnosti oddlužení.

Ve státní správě vidí zbytečnou administrativní zátěž, kterou je možné prostřednictvím digitalizace odbourat. Jejich program se pozitivně staví také k rozvoji domácího zemědělství a zaměstnanosti venkova. V rámci poslední kapitoly vidí příležitost v obnovitelných zdrojích energie, domácí výrobě elektřiny či nízkoe emisní dopravě (např. cyklistika), které chtějí podporovat řadou subvencí a úlev.¹⁸

1.1.7 KDU-ČSL

Křesťanská a demokratická unie – Československá strana lidová je stranou působící v českém politickém prostředí již od roku 1919. Současný název nese od roku 1992. Do té doby byla známa pod názvem Československá strana lidová a od roku 1990 to byla první strana, která ztratila ve

¹⁸ Česká strana sociálně demokratická. *Česká strana sociálně demokratická – Svoboda, spravedlnost, solidarita* [online]. [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.cssd.cz/data/files/program-210x210-seda.pdf>

volbách 2010 účast v dolní komoře Parlamentu České republiky. Svou účast ve vládě obnovila již v následujících předčasných volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2013.¹⁹ V posledních volbách 2017 získala 5,8 % hlasů voličů a s tím 10 mandátů v Poslanecké sněmovně.

Strana původně vznikla sloučením katolických stran v bývalém Československu. Díky svému středovému charakteru a s tím spjaté široké voličské základně patřila k poměrně stabilnímu členovi vlády. Během své mnohaleté historie se negativně potýkala hlavně s komunistickým režimem. KSČ v té době povolila existenci strany za předpokladu, že by působila na nekomunistické obyvatelstvo, v případě ČSL na to nábožensky založené. Mimo jiné to byl také ukazatel jistého zachování občanských svobod i v zemích Sovětského bloku. Perzekuce v 50. letech znamenala obměnu vedení strany, které bylo na rozdíl od její členské základny prokomunisticky orientováno. Do čela strany se v té době postavil ideologicky vhodný Josef Plojhar. Naděje na demokratizaci vzniknuvší v roce 1968 při vzniku “Pražského jara” však s příchodem vojsk Varšavské smlouvy opět zanikla. Od té doby strana vystupovala pouze jako součást Národní fronty. Opět dochází k obměně vedení za podpůrce “normalizace strany”. Strana si získala důvěru voličů již v druhé polovině 80. let, s příchodem Josefa Bartončíka do jejího čela. Ten byl nicméně obviněn ze spolupráce s StB a na jeho místo nastoupil Josef Lux, který stranu sjednotil a dále stabilizoval její pozici. Mezi další předsedy patří bývalý ministr pro místní rozvoj a senátor Jiří Čunek nebo bývalý ministr financí a zakladatel TOP 09 Miroslav Kalousek.²⁰

Obecně lze říci, že strana je zastáncem hodnot jako jsou rodina, vzdělání či podpora bydlení. Jejich podpora je orientovaná spíše na venkov či na menší a střední podniky.²¹ Tyto hodnoty se odrážejí i v jejím volebním programu z roku 2017, pro které zvolili atribut zodpovědnosti jako základní prvek. Navrhují vyšší daňové slevy na děti, zrušení daňového stropu a konkrétní kroky usnadňující sloučení rodinného a pracovního života. Souhlasně se vyjadřují k přijetí eura a kritizují přebujelost byrokratického aparátu znemožňující efektivní čerpání evropských fondů, vyvádění zisků za hranice země, nestabilitu a nepřehlednost daňového systému. Pro drobné podnikatele a neplátce DPH požadují zrušení povinnosti EET.

Drobní a střední podnikatelé by měli mít zvýhodněné podmínky pro čerpání tuzemských investičních fondů a taktéž podporují reinvestici zisků domácích firem. Zmiňují taktéž nárůst platů v oblasti vzdělání a kladou důraz na tradici a národní kulturu. Podporují také alternativní způsoby

¹⁹ Volby.cz - Český statistický úřad | ČSÚ. *Volby.cz - Český statistický úřad* | ČSÚ [online]. Copyright © Český statistický úřad, 2018 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.volby.cz>

²⁰ KDU-ČSL - Historie. [online]. Copyright © 1997 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://kdu.cz/o-nas/historie>

²¹ KDU-ČSL - Kdo jsme. [online]. Copyright © 1997 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://kdu.cz/o-nas/kdo-jsme>

předškolního vzdělávání jako jsou lesní mateřské školky či domácí vzdělávání a také menší školní instituce na venkově.

V rámci sociální politiky chtějí zvýhodněné hypoteční úvěry v závislosti na velikosti rodiny, důslednější kontrolu při vyplácení sociálních dávek a vyšší motivaci pro nezaměstnané při hledání práce. V regionech chtějí navýšit nabídku sociálních služeb a plošně navýšit minimální mzdu relativně k průměrné. V rámci pracovní motivace požadují vyšší vstřícnost pro začleňování handicapovaných osob do pracovního procesu.

Vystupují proti dezinformačním kampaním, islamistické propagandě nebo pravicovým či levicovým extremismům. Podporují také doplnění počtu jednotek v profesionální Armádě ČR a reformu mobilizačního systému ve spojení s vyššími vládními výdaji a aktivní účastí ve vojenských sborech NATO. Evropskou unii vidí jako obchodního partnera podobně jako USA nebo země Visegrádské čtyřky.

Navrhují zrušení Ministerstva pro místní rozvoj a nahrazením Ministerstva vědy a informatiky. V evropském prostoru navrhuje společný postup při kybernetické ochraně, digitalizaci školství, vědy a průmyslu.

V rámci dopravy uvádějí urychlení odklonu dopravy z měst a obcí pomocí systému obchvatů a obecný rozvoj infrastruktury mimo obce např. síť parkovišť P+R či podpora železniční dopravy.

Zásadní je také rozvoj zdravotních zařízení na venkově a v menších obcích.²²

1.1.8 TOP 09

Tato poměrně mladá strana své hodnoty skryla ve svém názvu spolu s rokem svého založení. Jedná se o liberálně konzervativní stranu středopravicové orientace s důrazem na tradici, odpovědnost a prosperitu. Jedná se o velice proevropsky orientovaný subjekt, který si získal popularitu již od svého založení Miroslavem Kalouskem, Petrem Gazdíkem a Karlem Schwarzenbergem.²³

V posledních volbách však splnila potřebnou hranici jen velice těšně a získala 5,31 % hlasů a 7 mandátů do Poslanecké sněmovny.²⁴

²² KDU-ČSL - Program. [online]. 1997 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://kdu.cz/volby-do-ep-2019/program>

²³ Programová východiska a principy | TOP 09. *TOP 09* [online]. Copyright © 2009 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.top09.cz/proc-nas-volit/programova-vychodiska-a-principy/>

²⁴ Volby.cz - Český statistický úřad | ČSÚ. *Volby.cz - Český statistický úřad* | ČSÚ [online]. Copyright © Český statistický úřad, 2018 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.volby.cz>

Obdobně jako ostatní kandidující strany se vyjadřují k celému spektru společenských témat. V rámci vzdělání chtějí zvýšit rodičovskou zodpovědnost za vzdělání dětí, souhlasí se školným na vysokých školách, nicméně současně prosazují systém půjček na hrazení takového studia. Podporu vyjadřují také zvýšení výdajů na vědu a výzkum či na podporu sportovních aktivit. V rámci zdravotnictví se ohrazují proti privatizaci zdravotnických zařízení a navrhují také zlepšení platových podmínek pro personál takových institucí.

V rámci sociální politiky vidí potenciál v reformě důchodového systému, částečnou pracovní aktivitou rodičů na mateřské dovolené nebo v důslednější kontrole čerpání sociálních dávek, které poškozují zejména většinové obyvatelstvo. Naopak negativně se staví ke snižování životní úrovně seniorů a handicapovaných či k povinnosti ponechat dítě v mateřské škole po dobu jednoho roku.

Oblast mezinárodních vztahů považují za stěžejní vazby na mimo jiné okolní státy nebo navýšení výdajů na rozvojovou a humanitární pomoc. Za významnou považují účast v NATO a naopak nesouhlasí s tolerancí nedemokratických režimů či se servilitou vůči ukrajinské krizi na Krymu. Zdůrazňují význam Evropské unie pro naši zemi a chtějí co možná nejrychlejší integraci do Eurozóny. Odchod z EU je pro Českou republikou hrozba, kterou je třeba řešit a nedopustit, aby se vlivem populismu stal skutečností.

Státní aparát považují za přebujelý a výdaje na něj za nepřiměřené. Nárůst by se měl týkat příjmů občanů a nikoliv daňové povinnosti. Zohledňují také význam zdanění nadnárodních korporací.

V prostředí justice považují za důležité omezení počtu regulací a zjednodušení systému pro podnikatele. Za nepřijatelné považují také délky občansko-právních soudních sporů, což by řešilo stanovení závazných lhůt. Podporu vyjadřují e-governmentu a digitalizaci zákonných administrativních úkonů včetně voleb.

V oblasti zemědělství nesouhlasí s nadužíváním chemických látek či s neefektivním nakládáním se zemědělskou půdou. Požadují modernizaci zemědělství a podporu regionálních výrobců a kvalitních potravin.

1.1.9 STAN

Posledním členem Poslanecké sněmovny se stalo hnutí Starostové a nezávislí, které navazuje na aktivity hnutí Nezávislí starostové pro kraj. Od svého vzniku v roce 2009 jsou aktivity STAN

provázány s aktivitami TOP 09 na úrovni komunální, regionální i parlamentní.²⁵ Přestože spolupráce skončila k 19. 1. 2017, obě strany si zachovávají úspěšné kandidáty v obou komorách Parlamentu České republiky jako členy společného poslaneckého klubu.²⁶

Ve volbách strana získala 5,18 % hlasů, což jí vyneslo celkem 6 mandátů v Poslanecké sněmovně Parlamentu České republiky.

Mezi významné osobnosti patří předseda a zakladatel Petr Gazdík, 1. místopředseda strany Vít Rakušan nebo celostátní lídr ve volbách 2017 Jan Farský.

Pro volby si připravili program zaměřený zejména na rodinu a nejbližší okolí - obec. Hnutí prosazuje princip subsidiarity, který podporuje rozhodování na co možná nejnížší úrovni státní správy za podmínky efektivity takového řešení.

Téma modernizace státního aparátu a jeho postupná redukce je jedním ze základních stanovisek celého hnutí. Právě digitalizace veřejné správy umožní snížit výdaje plynoucí do veřejného sektoru hospodářství, a naopak umožní realokaci takto získaných zdrojů na skutečně palčivé problémy. Státní správa má zajišťovat pouze základní práva demokratické země a její fungování musí být podmíněno transparentností a otevřeností občanům.

V rámci jurisdikce požadují zpomalení procesu přijímání nových zákonů a zpřesnění těch stávajících, které upravují například termíny týkající se vrcholných politických představitelů. Pro soudce a státní zástupce požadují majetkovou odpovědnost a zrychlení soudního procesu.

Vzdělávací instituce by měly spolupracovat se zaměstnavateli, aby k provázání mezi pracovním trhem a vzděláním docházelo na co možná nejnížší úrovni. Současně považují za nezbytné zvýšit platové ohodnocení pedagogů.

Ohledně ekonomických otázek jsou zastánci elektronizace úřední agendy a její zjednodušení jejího výkonu včetně zdravotní a důchodové reformy. Minimální mzda má být relativně provázána se mzdou průměrnou na rozdíl od její stávající absolutní hodnoty.

V rámci dopravy vidí příležitost v rozvoji infrastruktury a napojení na evropské struktury, které umožní rozvoj jednotlivých krajů a přinesou nová pracovní místa.

²⁵ Strana TOP 09 a hnutí Starostové a nezávislí podepsaly smlouvu o spolupráci | TOP 09. TOP 09 [online]. Copyright © 2009 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.top09.cz/co-delame/tiskove-zpravy/strana-top-09-a-hnuti-starostove-a-nezavisli-podepsaly-smlouvu-o-spolupraci-69.html>

²⁶ Spolupráce mezi TOP 09 a STAN byla úspěšná | TOP 09. TOP 09 [online]. Copyright © 2009 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.top09.cz/proc-nas-volit/spoluprace-se-stan/spoluprace-mez-top-09-a-stan-by-la-uspesna-21659.html>

V kybernetickém prostoru vidí stejnou hrozbu jako příležitost, proto kladou důraz na posílení vojenských složek nejen v oblasti profesionální armády, nicméně i v technické vybavenosti odpovídající současným hrozbám.

V rámci sociální politiky chtějí podpořit mladé rodiny, seniory nebo handicapované osoby, a naopak zvýšit adresnost vyplacených dávek prostřednictvím obecních zastupitelstev, která jsou schopna situaci lépe posoudit. Navrhují síť poraden, které pomohou lidem v tíživých situacích, přestože připouštějí, že to není řešení takové situace, vede to ke zlepšení znalosti a zmírnění takových následků. Za hlavní problém považují neznalost dané problematiky a tím tendenci k recidivě.

V zemědělství podporují zejména drobné podnikatele, chtějí omezený prodej státní půdy a více projektů na zachování přírodní krajiny a lesů. Voda je statek, který vyžaduje patřičnou pozornost a péči. V mezinárodním prostředí požadují účinnou diplomacii a jasné vymezení orientace České republiky na západ, tj. aktivní účast v EU a NATO.

1.2 Parlamentní volby 2017

Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky v roce 2017 získaly v polistopadové historii českého politického systému celou řadu prvenství. Právě díky svému unikátnímu charakteru je uvedení do kontextu této problematiky nezbytnou součástí výzkumu pro lepší pochopení období před volbami, které je objektem zkoumání z hlediska mediálního prostředí.

Celkem se do sněmovních voleb přihlásilo 31 politických stran nebo hnutí, přičemž všechny byly k volbám připuštěny. Jedná se o významný nárůst oproti volbám předchozím, kdy subjektů bylo 23, a tento počet je nejvyšší od vzniku samostatného státu České republiky. Vítěz voleb hnutí ANO zvítězilo ve všech 77 regionech České republiky.²⁷

Termín voleb byl stanoven prezidentem Milošem Zemanem 19. dubna 2017 a již od 2. května mohly strany spustit své volební kampaně.²⁸ Celkové výdaje za kampaně byly poprvé limitovány omezeným rozpočtem 90 milionů korun pro každou kandidující skupinu.²⁹ Samotné volby se uskutečnily v pátek a sobotu 20. a 21. října 2017.

V předvolebním soupeření se konalo celkem 14 oficiálních debat a jedna tzv. „Superdebata“ pro stranické lídry, které uspořádala Česká televize, přičemž každá z nich byla tematicky odlišně zaměřená, aby měli voliči možnost se s jednotlivými kandidujícími stranami blíže seznámit.³⁰

Součástí utváření mediálního obrazu stran jsou také předvolební průzkumy, které mohou hrát významnou úlohu při formování veřejného mínění o kandidujících subjektech a ovlivnit tím výsledek voleb. Mezi agentury, které pravidelně přinášejí průběžné výsledky veřejného mínění na základě dotazování výběrového vzorku respondentů, patří SANEP, STEM, CVVM či MEDIAN a Kantar TNS. Jejich předběžné odhady se v práci pokusím představit a porovnat jejich validitu vzhledem k výsledkům, které jsou již v dnešní době známy.

²⁷ Volby.cz - Český statistický úřad | ČSÚ. *Volby.cz - Český statistický úřad | ČSÚ* [online]. Copyright © Český statistický úřad, 2018 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.volby.cz>

²⁸ Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR - Ministerstvo vnitra České republiky. *Úvodní strana - Ministerstvo vnitra České republiky* [online]. Copyright © 2019 Ministerstvo vnitra České republiky. [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/volby-do-poslanecke-snemovny-parlamentu-cr-246069.aspx>

²⁹ Poslanci schválili limity na volební kampaně, strany nebudou moci utratit více než 90 milionů – Novinky.cz. *Novinky.cz – nejčtenější zprávy na českém internetu* [online]. 2003 [cit. 15.02.2018]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/domaci/413911-poslanci-schvalili-limity-na-volebni-kampane-strany-nebudou-moci-utratit-vice-nez-90-milionu.html>

³⁰ Volby se blíží. ČT znovu připravuje 14 debat a jednu Superdebatu — ČT24 — Česká televize. *Česká televize* [online]. Copyright © [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/2200750-volby-se-blizi-ct-znovu-pripravuje-14-debat-a-jednu-superdebatu>

Kandidující strany byly na kandidátce seřazeny následovně:

TABULKA 1 KANDIDUJÍCÍ STRANY

Strana		Platné hlasy	
číslo	název	celkem	v %
1	Občanská demokratická strana	572 948	11,32
2	Řád národa - Vlastenecká unie	8 735	0,17
3	CESTA ODPOVĚDNÉ SPOLEČNOSTI	3 758	0,07
4	Česká str.sociálně demokrat.	368 347	7,27
5	Volte Pr.Blok www.cibulka.net	491	0
6	Radostné Česko	3 852	0,07
7	STAROSTOVÉ A NEZÁVISLÍ	262 157	5,18
8	Komunistická str.Čech a Moravy	393 100	7,76
9	Strana zelených	74 335	1,46
10	ROZUMNÍ-stop migraci,diktát.EU	36 528	0,72
11	Společ.proti výst.v Prok.údolí	438	0
12	Strana svobodných občanů	79 229	1,56
13	Blok proti islam.-Obran.domova	5 077	0,1
14	Občanská demokratická aliance	8 030	0,15
15	Česká pirátská strana	546 393	10,79
16	OBČANÉ 2011-SPRAVEDL. PRO LIDI	359	0
17	Unie H.A.V.E.L.	436	0
18	Česká národní fronta	117	0
19	Referendum o Evropské unii	4 276	0,08
20	TOP 09	268 811	5,31
21	ANO 2011	1 500 113	29,64
22	Dobrá volba 2016	3 722	0,07
23	SPR-Republ.str.Čsl. M.Sládka	9 857	0,19
24	Křesť.demokr.unie-Čs.str.lid.	293 643	5,8
25	Česká strana národně sociální	1 573	0,03
26	REALISTÉ	35 995	0,71
27	SPORTOVCI	10 593	0,2
28	Dělnic.str.sociální spravedl.	10 402	0,2
29	Svob.a př.dem.-T.Okamura (SPD)	538 574	10,64
30	Strana Práv Občanů	18 556	0,36
31	Národ Sobě	300	0

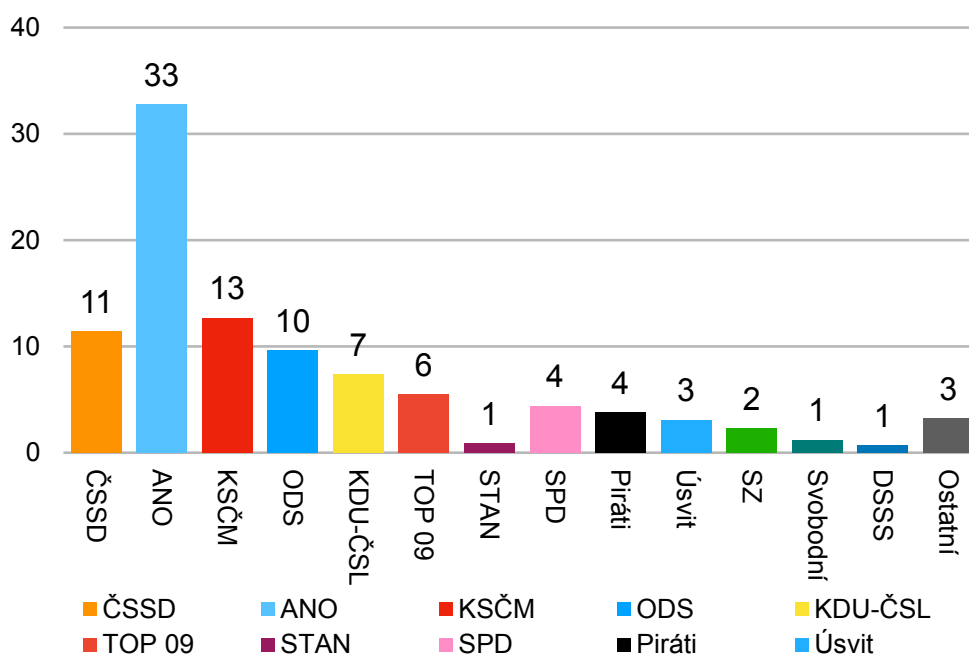
Zdroj: www.volby.cz

1.3 Předvolební průzkumy

Prvním prezentovaným průzkumem je simulovaný výsledek agentury STEM k červnu 2017. Základním předpokladem modelu je volební účast ve výši 56 %. Osobního dotazování se zúčastnilo celkem 950 respondentů nad 18 let ve dnech mezi 5. – 15. června 2017. Podle výsledků by se do Poslanecké sněmovny dostalo celkem 6 politických subjektů. Na prvním místě hnutí ANO, které podle průzkumu dosáhlo svého historicky nejvyššího výsledku. KSČM na druhém místě předstihla stávajícího lídra středo-levicového proudu ČSSD a do popředí zájmu se dostává také ODS před TOP 09.³¹

Oproti skutečným výsledkům jsou výsledky úspěšných stran nadhodnoceny, a naopak dochází k podhodnocení významu stran neúspěšných. Především pak v průzkumu první tři strany získaly významně méně hlasů, než tomu bylo stanoveno na základě tohoto modelu. Jedním z faktorů může být načasování dotazování, které probíhalo s velkým předstihem před volbami a respondenti mohli být ovlivněni ještě doznívající vládní krizí.

GRAF 1 AGENTURA STEM



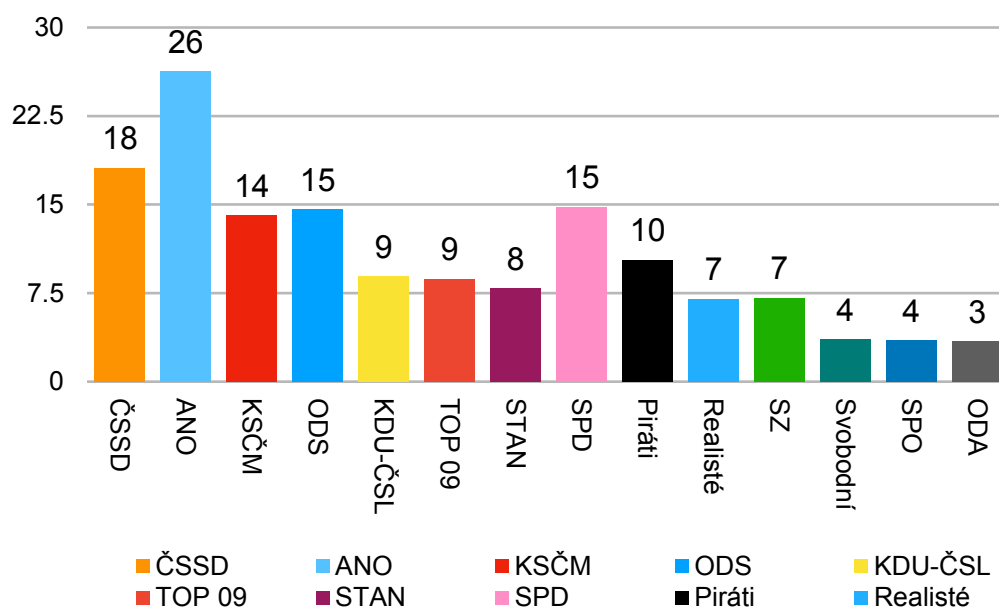
Zdroj: www.stem.cz

³¹ STEM – volební preference – červen 2017 | Stem.cz. Stem.cz | nezisková organizace [online]. Copyright © Copyright Stem [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/stem-volebni-preference-cerven-2017/>

Agentura SANEP publikovala průzkum 10. 10. 2017 při odhadované účasti 61,8 %. Dotazování probíhalo mezi dny 28. září – 4. října 2017 na 2106 respondentech. Hlavní úlohu podle agentury budou hrát především váhající voliči, kteří v odpovědích vykazují značnou nejistotu a nejasné preference vůči kandidujícím subjektům. Dle výsledků se řada voličů rozhoduje mezi šesti stranami současně, což naznačuje velkou názorovou roztržičnost, neschopnost se ztotožnit s některou ze stran nebo jejich volebním programem. Mezi další faktory ovlivňující výsledný stav může být také absence politické osobnosti, která by voliče přiměla k vyšší rozhodnosti.³²

Vyhrocenost domácí situace naznačuje úspěch stran SPD nebo Piráti, kteří ve svém programu požadují velice radikální zásahy do politického prostředí, ať už je to obecní referendum nebo agresivní digitalizace státní správy a omezení byrokracie.

GRAF 2 AGENTURA SANEP



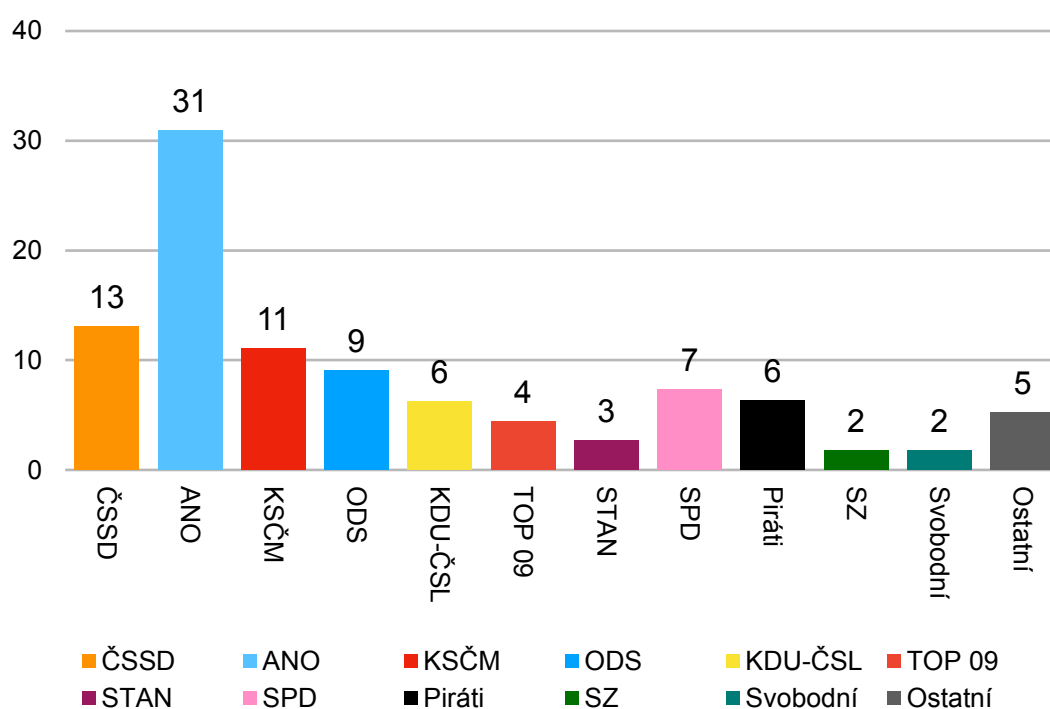
Zdroj: www.sanep.cz

³² SANEP - Průzkum veřejného mínění - Veřejné výstupy. *SANEP - Průzkum veřejného mínění* [online]. Copyright © 2008 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <http://www.sanep.cz/pruzkumy/volebni-potencial-rijen-2017-publikovano-10-10-2017/>

Centrum pro výzkum veřejného mínění provedlo průzkum na základě kvótního výběru respondentů prostřednictvím osobních rozhovorů s celkem 970 dotázanými. Tyto rozhovory probíhaly v termínu 4. – 14. 9. 2017. Součástí byla i otázka ohledně účasti ve volbách s výsledkem ve výši 61 %. Model je potom sestaven z respondentů, kteří v rámci předcházejícího průzkumu volební účasti explicitně nevyjádřili svoji neúčast, tedy odpověděli “rozhodně ano” nebo “spíše ano”.³³

Ačkoliv dotazování probíhalo v podobném termínu jako v případě agentury SANEP, výsledky CVVM dosahují významných rozdílů. Důvodem může být především počet dotázaných a jistou roli může hrát i způsob výběru respondentů. Závěry nadcházející tabulky se podobají těm červnovým publikovaným agenturou STEM s tím rozdílem, že posílily strany SPD a Piráti, nicméně podle průzkumu jejich výsledek odpovídá více než polovině toho skutečně dosaženého množství voličských preferencí.

GRAF 3 CVVM



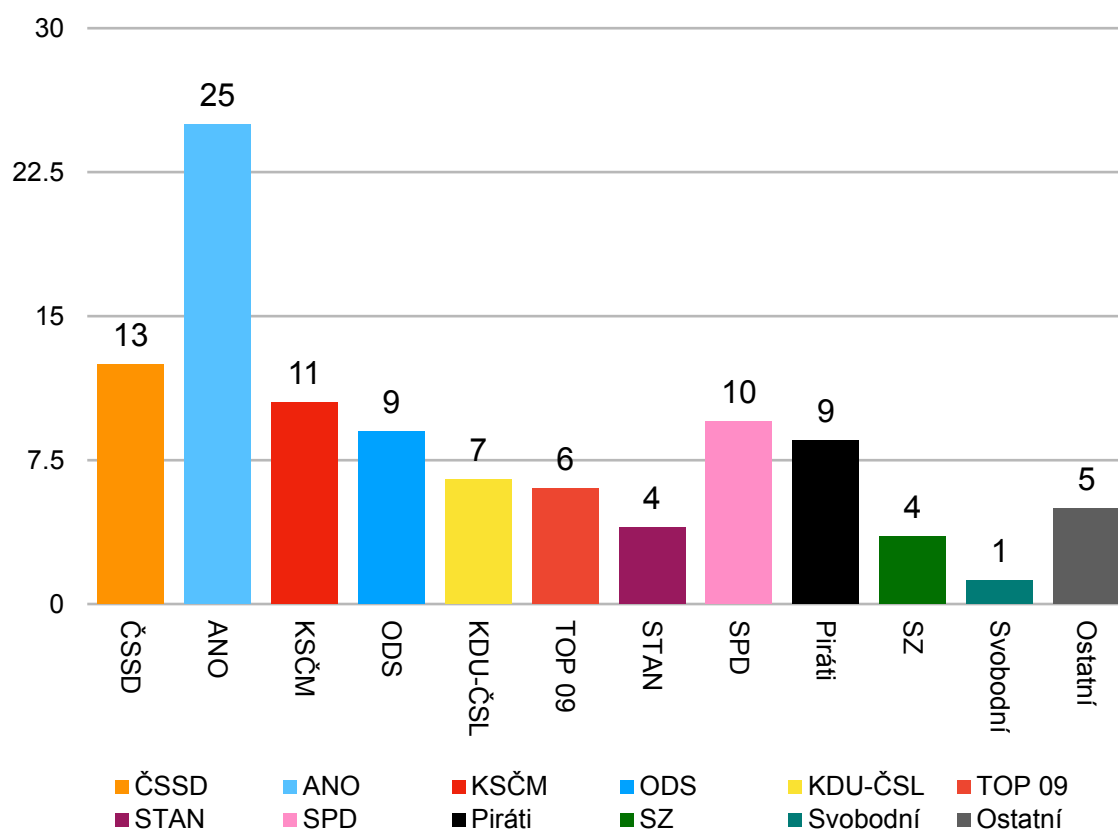
Zdroj: www.cvvm.soc.cas.cz

³³ Stranické preference a volební model v září 2017 - Centrum pro výzkum veřejného mínění. [online]. Copyright © 2017 CVVM [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/tiskove-zpravy/politicke/volby-a-strany/4418-stranicke-preference-a-volebni-model-v-zari-2017>

Sněmovní volební model MEDIAN do průzkumu zapojilo celkem 1081 respondentů ve věku 18 a více let. S jednotlivými dotazovanými byly vedeny osobní rozhovory na základě kvótního výběru z jednotlivých oblastí v průběhu mezi 26. září – 14. října 2017. Model počítá s avizovanou účastí ve volbách ve výši 64 %.

Ve srovnání s předchozími průzkumy jsou výsledky agentury MEDIAN a Kantar TNS nejbližší skutečnému výsledku voleb. Jedním z faktorů mohl být termín dotazování stanovený těsně před samotnými volbami. Mezi další patří hloubka pozorování prostřednictvím rozhovorů, která zohledňuje vedle volební účasti také vývoj volebního modelu od posledních voleb v roce 2013 nebo pevnost rozhodnutí voličů. Výsledek však není zcela uspokojivý, protože svým rozhodnutím si je jisto pouze 61 % pravděpodobných voličů, což znamená, že velká část si ani týden před volbami nebyla schopná nalézt svého favorita mezi kandidujícími stranami.³⁴

GRAF 4 AGENTURA MEDIAN A KANTAR TNS



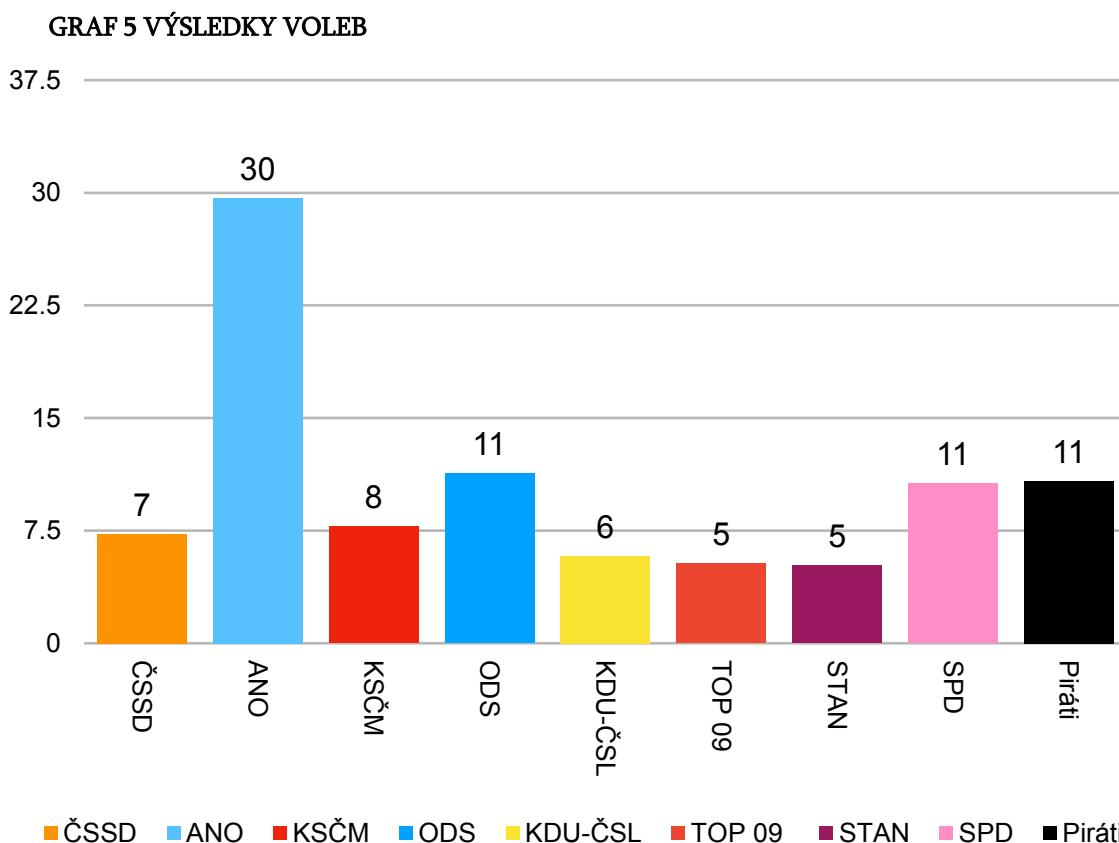
Zdroj: www.median.eu

³⁴ Sněmovní volební model MEDIAN. MEDIAN [online]. Copyright © 2017 MEDIAN [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/2017/10/MEDIAN_Snemovni_volebni_model_2017_10.pdf

1.4 Výsledky

Níže uvedený graf prezentuje skutečné výsledky voleb do Poslanecké sněmovny PČR 2017. Výsledná volební účast byla 60,84 %, tedy obdobná jako predikce na základě výzkumu CVVM. Zohledněny jsou v následujícím grafu pouze strany skutečně úspěšné ve volbách, a to zejména proto, že právě ony jsou předmětem tohoto výzkumu.

Na základě volebních modelů je možné konstatovat, že nejpřesnější predikci poskytla agentura MEDIAN a Kantar TNS a CVVM. V obou případech došlo k podhodnocení SPD a České pirátské strany, které očekávání přesáhly. Naopak neočekávaný propad postihl ČSSD a KSČM, jejichž voličská základna se lépe ztotožnila s některou ze zmíněných stran, nebo se rozhodla podpořit vítězné hnutí ANO, které vyhrálo volby shodně ve všech průzkumech. Dalším překvapením mohl být i výsledek Starostů a nezávislých, kterým nebyla účast ve vládě přisuzována vyjma průzkumu agentury SANEP, která však zohledňovala veškeré preferenční hlasy voličů a zcela zřejmě celkový součet přesahuje 100 % pravděpodobných voličů. Nicméně se STAN přes hranici 5 % nakonec dostali a tím dali tomuto průzkumu za pravdu.



Zdroj: www.volby.cz

2. Metodologická část

Předcházející část práce představuje jednotlivé aktéry českých voleb v listopadu 2017 a vývoj jejich předvolebních výsledků s blížícími se volbami. Ačkoliv postavení ANO v rámci volebních průzkumů bylo poměrně stabilní, situace pro ostatní účastníky voleb tak jasná nebyla a bylo zcela rozhodující, jakým způsobem budou prezentováni v médiích a nakolik přesvědčí potenciální voliče, aby jim vhodili svůj hlas. Záměrem práce je ukázat, do jaké míry působili jednotliví politici na své voliče prosazováním svého vlastního programu a do jaké míry přispěla zprostředkovaná interpretace volebního programu či mediální prostor, který strany získaly. Současně se práce pokusí vyčíslit do jaké míry se od svého hospodářsko-politického volebního programu odchýlili. K dosažení co možná nejrelevantnějších výsledků je potřeba tyto mediální výstupy kvantifikovat a analyzovat na základě zvolené metody – kvantitativní obsahové analýzy.

2.1 Kvantitativní obsahová analýza

Při analýze mediálních výstupů lze použít dvou metod a sice kvalitativní a kvantitativní. Vzhledem k mediálnímu pokrytí voleb a velkému množství analyzovaných obsahů je pro účely výzkumu nejvhodnější metoda kvantitativní obsahové analýzy. Ta umožňuje změřit velké množství obsahů a výstupy posléze kvantifikovat do srozumitelných výsledků. Současně je vhodná i ke komparaci žurnalistických výstupů jako v případě sledovaných deníků Hospodářských novin a Lidových novin.³⁵

Počátek zkoumání mediálního obsahu se datuje do padesátých let minulého století a je spojen s Bernardem Berelsonem a jeho dílem *Content Analysis In Communication Research* (1952), kde částečně popsal metodu kvantitativní obsahové analýzy. Mezi další průkopníky této metody bezesporu patří také Helmut Scherer, který již metodu konkrétněji formuloval ve svém díle *Analýza obsahů mediálních sdělení*. Metodu popsal jako strukturovanou analýzu založenou na kvantifikaci obsažených dat. Právě strukturalizace je hlavním přínosem této metody, jelikož umožňuje zkoumat velké množství dat a členit je do předem zvolených kategorií. Zpětně nám tento proces umožňuje kontrolu našich výsledků.³⁶

³⁵ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚ CHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4. s.100.

³⁶ SCHULZ, Winfried, Helmut SCHERER, Lutz M. HAGEN, Jakub KONČELÍK a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3. nezměněné vydání. Praha: Karolinum, 2011. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze. 149 s. ISBN 978-80-246-1980-4.

Metoda je předem jasně vymezená a systematická, což umožňuje její relativně snadnou reprodukovatelnost a současně s tím také ověření prezentovaných výsledků.

2.2 Popis výzkumu

Základní obecný postup kvantitativní obsahové analýzy tvoří několik základních kroků, které ve stručnosti popisuje například Denis McQuail (2007):

- Stanovení vzorku obsahu;
- vytvoření relevantního rámce kategorií vnějších referentů vztahujících se k účelu zkoumání;
- zvolit „jednotku analýzy“ obsahu;
- umístění výsledků sčítání frekvence výskytu sledovaných jednotek týkajících se relevantních témat do předem připraveného rámce;
- vyjádření výsledků jako celkové skladby vybraného vzorku obsahu podle frekvence výskytu jednotlivých referencí.

Uvedený postup záleží na dvou premisách a sice, že bude zřejmé spojení vnitřní a vnější reference v textu a že význam textu lze objektivně vyložit pomocí frekvence výskytu sledované reference.³⁷

2.3 Profil zkoumaných médií

Následující kapitola rámcově představí zkoumaná média, která budou z pohledu obsahu analyzována v praktické části této práce. Pro výzkum byly zvoleny deníky Lidové noviny a Hospodářské noviny. V rámci jednotlivých podkapitol se pokusíme charakterizovat média, představit jejich historii a jejich čtenost a náklad pro ucelení představy o dosahu takových deníků na veřejnost. Údaje se budou vztahovat k časovému období před volbami stanoveném v úvodu této práce.

³⁷ McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. S českou předmluvou Jana Jiráka. Vyd. 3. Praha: Portál, 2007. 448 s. ISBN 978-80-7367-338-3.

2.3.1 Lidové noviny

Lidové noviny patří k nejstarším deníkům a vycházejí od prosince roku 1893. Historie tohoto deníku se začala psát v Brně spojením Moravských listů a olomouckého časopisu Pozor. První redakce v čele s Emilem Čermákem započala činnost s nákladem 6000 výtisků. Zakladatelem a od roku 1898 také výhradním vlastníkem byl Adolf Stránský. V počátcích se v redakci vyskytovali významní spisovatelé své doby jako např. Viktor Dyk, S. K. Neumann nebo Rudolf Těsnohlídek. Po dobu své existence se LN potýkaly s celou řadou problémů mimo jiné byla přerušena jeho distribuce mezi lety 1952 – 1987 na popud komunistické strany, která roku 1948 převzala politickou moc v zemi. K obnově deníku významně přispěli dva chartisté Václav Havel a Ladislav Lis. Zásadní problém byl především v tisku a distribuci samizdatových novin. Přes snahu StB o likvidaci redakce zatčením šéfredaktora Jiřího Rumla a jeho zástupce Rudolfa Zemana v říjnu 1989 vyšla obě čísla a v prosinci dokonce v nákladu 500.000 výtisků. Od ledna následujícího roku vycházely již 2x týdně a v dubnu 1990 začaly vycházet jako obnovený deník Lidové noviny.

V současnosti jsou LN součástí mediálního domu Mafra spolu s MF Dnes a nabízí denní rubriky jako Domov, Svět, Kultura, Názory, Ekonomika nebo Sport a vycházejí ve čtyřech regionálních mutacích. Šéfredaktorem Lidových novin je od roku 2013 István Léko. Presentují se jako noviny s významnou tradicí cílící na vzdělanou část populace: „*Lidové noviny jsou vyhledávány pro své komplexní politické zpravodajství, erudované komentáře a názory předních osobností z domova i ze světa.*”³⁸

Dle studií Media Projekt z prosince 2017 průměrná čtenost dosahuje 195.000 čtenářů. Prodaný náklad potom představuje téměř 32.000 výtisků.³⁹

2.3.2 Hospodářské noviny

Přestože Hospodářské noviny vycházely jako týdeník již od roku 1854, s dnešní podobou deníku měly pramálo společného. Zpočátku se jednalo pouze o osmistranný formát bez reklam cílící na

³⁸ Data iDNES.cz – Presentace LN [online]. Copyright © 2013 [cit. 10.05.2018]. Dostupné z: http://data.idnes.cz/soubory/mafra_all/A090918_VAV_PRESENTACE_LN.PDF

³⁹ Unie vydavatelů ČR - VÝZKUM ČTENOSTI TISKU - MEDIA PROJEKT. [online]. Copyright © 2013 Unie vydavatelů ČR [cit. 15.05.2018]. Dostupné z: http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie_vydavatelu/medialni_data/vyzkum_ctenosti

venkovany jazykově a obsahově.⁴⁰ Hospodářské noviny jsou v dnešní době zaměřeny zejména na ekonomickou a politickou situaci a vycházejí ve všední dny. Vydavatelem je *Economia a.s.*, jejímž výhradním akcionářem je Zdeněk Bakala. Šéfredaktorem je od roku 2013 Martin Jašminský.⁴¹

Deník se prezentuje jako titul s vysokou kvalitou nabízeného obsahu i fotografického materiálu: *“Tituly mediálního domu Economia se vyznačují vysokou kvalitou žurnalistiky, profesionálním zpracováním, exkluzivními zprávami a fundovanými analýzami. Naši novináři a fotografové patří k těm nejlepším v České republice, což dokládají výsledky odborných soutěží, ankety čtenářů i četná ocenění, která každoročně získávají (Economia, 2018).”* V novinách lze nalézt publicistické i zpravodajské články a mezi denní rubriky patří tituly, které věnují všem zásadním společenským tématům.

Dle ročenky vydavatelů v roce 2017 představuje prodaný náklad 31844 kusů, přičemž čtenost dosahuje 156 000 pravidelných čtenářů, což je v rámci celostátních deníků nejslabší výsledek.⁴²

2.4 Mediální systém

Tato kapitola se bude zabývat nestranností médií, která je nutně spjata s charakterem mediálního systému. Vedle edukační, zábavní funkce poskytují média také funkci agitační, případně politickou. Fungování médií je vždy podmíněno politickým prostředím, v němž se nacházejí. Proměnnými jsou vedle médií a politických představitelů také institucionální zázemí, legislativní ukotvení, tzv. žurnalistická praxe potažmo žurnalistické zvyklosti a charakter celého mediálního trhu. Trampota a Vojtěchovská (2010) toto označují jako výzkum mediálního systému, který považují za nejkomplexnější formu analýzy mediální komunikace. Právě kontext a interakce jednotlivých aktérů významně determinují mediální systém a jeho fungování. Z toho důvodu je na systém nahlíženo jako na komplexní entitu a uvažujeme tak nejen samotný předmět mediálního trhu. Významnou roli hraje také regulace, s tím souvisí politické prostředí v zemi a současně vztah mezi politikou a médii samotnými. Kulturní rámec problematiky zahrnuje profesní zvyklosti novinářů, normativnost komunikačních sdělení či všeobecně sdílený hodnotový rámec.⁴³

⁴⁰ Hospodářské noviny - Národní technická knihovna. [online]. Copyright © 2006 [cit. 09.05.2018]. Dostupné z: <https://www.techlib.cz/cs/83449-hospodarske-noviny>

⁴¹ *Economia. Economia* [online]. Copyright © 2019 [cit. 10.05.2018]. Dostupné z: <https://www.economia.cz/o-nas/>

⁴² Unie vydavatelů ČR - VÝZKUM ČTENOSTI TISKU - MEDIA PROJEKT. [online]. Copyright © 2013 Unie vydavatelů ČR [cit. 15.05.2018]. Dostupné

z: http://www.unievychdavatelu.cz/cs/unie_vychdavatelu/medialni_data/vyzkum_ctenosti

⁴³ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚ CHOVSÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4. s. 31-32.

Vzhledem k prostředí, v němž se média nalézají, je nutné podotknout, že vždy budou náležet k jisté politické příslušnosti bez ohledu na to, zda se to v jejich mediálním sdělení bude projevovat či nikoliv. Podle Hallina a Manciniho (2004) však tato determinace nevzniká jako systémový prvek, nýbrž vlivem historického vývoje se tyto dvě entity vyvíjejí a působí na sebe navzájem. Na základě tohoto vyčleňují tři typy mediálních systémů, které dále specifikují podle základních kategorií, které odlišují systémy navzájem. Podle celkem čtyř základních charakteristik (vývoj mediálních trhů, míra politického paralelismu, vývoj novinářského profesionalismu, intervence státu do vývoje mediálního systému) dělí systémy na 1) model polarizovaného pluralismu, 2) model demokraticko-korporativistický a 3) liberální model. Ke každému modelu přiřazují také země, které k němu přísluší, nicméně současně upozorňují, že vývoj je nepřetržitý a s postupem času se může jednotlivé rozřazení zemí měnit.⁴⁴ Pro účely této práce však taková příslušnost není relevantní.

První model středomořského typu neboli model polarizovaného pluralismu se vyznačuje důrazem na elektronickou podobu médií oproti tradičním tištěným formátům, které vycházejí pouze v omezeném nákladu. Právě prostřednictvím mediálního sdělení je možné posoudit politickou orientaci média, což v případě tohoto modelu ústí v politický paralelismus. Provázanost struktur může mít řadu podob a projevuje se přímo i nepřímo v jejich organizaci či formátu sdělení skrze aktéry jedné či druhé strany. Typicky lze můžeme nalézt také nižší míru profesionality žurnalistiky a zaběhnutých postupů s důrazem spíše na komentářový formát sdělení. Opožděné prosazení demokratických ideologií vede k významnému účasti státu a politických stran a současně velkému ideovému rozpětí v politickém spektru.⁴⁵

Druhou skupinou zemí jsou země severoevropského modelu demokratického korporativismu. Naopak pro tyto je charakteristický brzký rozvoj svobodného tisku, který si tak zachoval tradiční a důležité postavení mezi ostatními mediálními formáty. Vysoká míra politického paralelismu přichází až s rozvojem komerčních novin. V takovýchto systémech nalézáme vysoce profesionalizovaný žurnalismus, což je způsobeno jednak vlivem silného státu, a tedy i významné regulace mediálního prostředí, a druhá také významnou podporou ze strany státu. Stát je v takových zemích spíše garant sociálních jistot, poskytuje jistou sociální síť pro své obyvatele, nicméně s tímto roste také jeho vliv na chod celé společnosti a jejích základních pilířů.⁴⁶

Třetí severoatlantický liberální model se obdobně jako předchozí model vyznačuje brzkým rozvojem svobodného tisku rozšířeným o masová média. Stupeň liberalizace trhu však dosáhl takového stupně, že poptávka a nabídka jsou hlavními determinanty i pro mediální trh. Stát zde

⁴⁴ HALLIN, Daniel C.; MANCINI, Paolo. *Systémy médií v postmoderním světě*. Praha: Portál, 2008. 342 s. ISBN 978-80-7367-377-2.

⁴⁵ ibid

⁴⁶ ibid

zastává pouze roli garanta základních právních regulací a pravidel. Tento způsob vývoje však podporuje zejména konkurenci a vlivem toho na trhu převládají komerční subjekty. Absence účasti státu na chodu médií tak omezuje i míru politického paralelismu, který se projevuje pouze omezeně. Kontrola státu je vzhledem k žurnalistické profesi nežádoucí a převažuje zejména informační charakter žurnalistických výstupů. Tento model se v prostředí liberální demokracie vyvíjí nejdéle a postupně k němu tendují i ostatní systémy s jiným historickým vývojem.⁴⁷

2.4.1 Politický paralelismus

Politický paralelismus odráží míru a způsob provázání mediálních a politických struktur v dané zemi. Již od jejich vzniku mezi funkce médií vedle vzdělávací a zábavní patří také funkce politická nebo agitační. Nelze tedy hovořit o absolutní nestrannosti médií a definujeme pouze stupeň a formu vazby na politické subjekty či míru, do jaké média odráží politickou polarizaci společnosti.⁴⁸

Hallin a Mancini (2008, s. 56) tvrdí, že je možné politický paralelismus zkoumat na základě několika proměnných. Jednou z nich jsou mediální obsahy, které přímo či nepřímo korelují s politickou orientací daného média a více či méně tak ovlivňují mediální publikum. Jelikož mediální obsah si vybírá právě každé médium zvláště, může tak stimulovat příjemce mediálního sdělení a určovat tím mimo jiné třeba důležitost, kterou danému sdělení publikum přisuzuje. Zcela zřejmě bude frekventovaněji uváděné téma považováno příjemci daného média za důležitější než témata jiná a bude tak těmto informacím věnovat více času či přisuzovat vyšší váhu v porovnání s ostatními. Dochází tak k ovlivňování veřejného mínění, což může být ve vztahu k politice významným faktorem např. při přípravě předvolebních mediálních kampaní.

Důležitou roli hraje nejen relativní důležitost daného tématu, ale i umístění článku v rámci tištěného média (titulní strana oproti dalším stranám), rozsah článku ba dokonce i velikost nadpisu. Veřejnost potom tuto hierarchizaci postupně přejímá do své agendy a přiřazuje tak konkrétním sdělením podobnou důležitost, jako je tomu v případě médií. Tímto bezprostředně zpravodajská média formují veřejnou agendu mediálních publik. Zkoumání tematické agendy (agenda setting) či analýza přístupnosti jednotlivých médií politickým představitelům jsou jednou ze základních metod zkoumání politického paralelismu.⁴⁹

⁴⁷ ibid

⁴⁸ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚ CHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

⁴⁹ McCOMBS, Maxwell. *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*. 1st ed. Cambridge: Polity, 2004. 184 s. ISBN 0-7456-2313-1.

Mezi další možnosti výzkumu patří analýza kritické lingvistiky, která se věnuje jazykovým prostředkům, výrazům a slovním obrátům užívaným ve spojení s konkrétní politickou stranou či jejím zástupcem. Základním ukazatelem je vedle hodnotících přídavných jmen a sloves také vyznění sdělení, které nabírá pozitivní nebo negativní konotace.⁵⁰

Na základě historického vývoje vzniku médií bylo zcela běžné, že média patřila do vlastnictví politických nebo církevních institucí, spolků, sdružení atd. Právě organizační a vlastnické propojení struktur je další úrovní výzkumu politického paralelismu. Podle Hallina a Manciniho (2008, s. 56) mediální publikum inklinuje ke konkrétním titulům nebo televizním pořadům na základě vlastního politického přesvědčení, což se projevuje ochotou takové tituly nakupovat či za programy platit.

Dalším faktorem ovlivňujícím politický paralelismus médií je postava novináře samotného, jelikož i on, jako nezávislý jedinec, má určitý názor a přísluší mu jistá politická orientace či je dokonce členem některé politické organizace.⁵¹

Je patrné, že média hrají nezastupitelnou roli při formování veřejného mínění, zejména v případě masových médií, a mají vliv na rozhodování voliče prostřednictvím vybíraných a publikovaných témat. V předvolebním období je tedy možné pozorovat agendu daných médií a na základě hlubší analýzy poté rozpoznat prvky politického paralelismu jednotlivých médií vůči konkrétním politickým stranám. Masová média obecně vzato působí jako nezbytná součást demokratické společnosti. V rámci své veřejné funkce informují o aktuálním dění a v případě volebního boje by měly poskytovat informace o akcích, cílech a volebních programech všech zúčastněných stran přesně, obsáhle a zejména neutrálně. Současně poskytují také prostor pro jednotlivé kandidáty, kteří se jejich prostřednictvím prezentují svým potenciálním voličům a snaží se tak získat co nejvyšší počet volebních hlasů.⁵²

⁵⁰ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚ CHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

⁵¹ *ibid*

⁵² SCHULZ, Winfried, Helmut SCHERER, Lutz M. HAGEN, Jakub KONČELÍK a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3. nezměněné vydání. Praha: Karolinum, 2011. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze. 149 s. ISBN 978-80-246-1980-4.

2.5 Hospodářská politika ve vztahu k médiím

2.5.1. Hospodářská politika

Hospodářskou politiku státu lze rozdělit na dva základní pilíře – fiskální a monetární. V poslední době lze pozorovat spíše prohlubování nezávislosti jedné politiky na druhé (tj. posílení nezávislosti centrální banky na vládě), přesto musí nezbytně tvůrci jedné politiky zohlednit interakci s politikou druhou. V případě nevhodné koordinace těchto politik mohou mít rozhodnutí negativní dopad na vývoj ekonomiky země.

Hlavní cíl rozhodujících hospodářských autorit je odlišný. Monetární politika se snaží zajistit cenovou stabilitu v zemi (popř. ekonomický růst jako vedlejší cíl). Fiskální politika si zpravidla klade za cíl dosahovat nízké míry nezaměstnanosti a podporovat ekonomický růst.

Vedle možného konfliktu při dosahování stanovených cílů musejí obě politiky zohledňovat reálný stav ekonomiky (prostřednictvím sledovaných ekonomických veličin) a jejich vlastní vliv na změnu těchto ukazatelů. Rozhodování v prostředí tržní ekonomiky a právního státu si takto vyžaduje promyšlené strategické rozhodování na základě herně-teoretického přístupu s více hráči.⁵³

2.5.2. Politicko-ekonomický cyklus

Politicko-ekonomický cyklus je v ekonomické literatuře považován za formu vládního selhání. Jedná se o skutečnost, kdy v neadekvátní hospodářské politice vládní rozhodnutí vytvářejí defekty v přirozeném vývoji tržního mechanismu – tj. tržní alokace zdrojů.

Termíny hospodářského cyklu a vládních selhání přicházejí až spolu se školou veřejné volby, která se zabývá zejména vztahem mezi politikou a ekonomii. Stejně jako jiné ekonomické školy se i tato zabývá vztahy s ohledem na základní ekonomické principy, a sice každý z účastníků trhu (tj. včetně politiků) se snaží maximalizovat svůj individuální prospěch. V případě politických představitelů se jedná o znovuzvolení, tedy zisk a udržení vlastní moci. Jako racionální účastníci trhu jsou si vědomi i možnosti ovlivnit ekonomický vývoj ve svůj prospěch a podporují tak opatření, která vedou k dosažení vlastních cílů.⁵⁴

⁵³ ŽÁK, Milan. *Hospodářská politika*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2006. 210 s. ISBN 80-86730-04-2.

⁵⁴ HOLMAN, Robert. *Ekonomie*. 4. aktualiz. vyd. Praha: C. H. Beck, 2005. 696 s. ISBN 978-80-7179-891-0.

Délka politického cyklu je předem známa a je určena délkou volebního období. Vláda proto nepopulární opatření týkající se fiskální politiky zavádí již zpočátku získaného mandátu, což vede k tomu, že se pozitivní účinky této politiky projeví právě v době před volbami. Je to dáno délkou krátkodobého hospodářského cyklu, která je odhadována na 18-40 měsíců.⁵⁵ Restriktivní fiskální politika zavedená po volbách vede ke snížení výkonnosti ekonomiky a zvýšení nezaměstnanosti, což však vyústí ke snížení inflace, což se projeví opět až před dalšími volbami. V druhé polovině volebního období přistupuje vláda k expanzivní fiskální politice – tj. politika poptávkové expanze. Vzroste produkce a zaměstnanost za následného nárůstu inflace. Ten se však projeví až v době po volbách následující.⁵⁶

Dle Holmana je politický cyklus nezávislý na ideologickém ukotvení stran. Politici levé strany politického spektra směřují komunikaci na voliče z nízkopříjmových skupin obyvatelstva, pro které je zásadní mimo jiné také vývoj zaměstnanosti. Pro politiky z pravé strany politického spektra hraje významnou roli inflace, která je pro jejich voliče důležitým makroekonomickým ukazatelem vývoje ekonomiky. Ačkoliv tento model napovídá, že jednání takových politiků bude podmíněno jejich vlastní voličskou základnou, empirická data ukazují, že jejich jednání je v rámci politického cyklu podobné – před volbami fiskální expanze, po volbách restrikce.⁵⁷

Žák (1998) rozděluje politické strany do dvou typů – ideologické a oportunistické. Ideologické strany se zaměřují svojí komunikací na specifický segment voličů na základě jejich politické orientace. Volební program takové strany sestavují tak, aby se věnoval problémům, které jsou pro cílovou skupinu voličů zásadní a aktuální. V případě rozdělení na pravolevé spektrum voličů lze říci, že levicově orientované voliče zajímá spíše míra zaměstnanosti, pravicově orientované naopak spíše míra inflace.

Oportunistické strany naopak nesegmentují voličské spektrum a cílí na něj jako na celek. V jejich případě se snaží sledovat zejména svůj vlastní profit. Persson a Tabellini (2000) v této souvislosti dále dělí politiky na „office-seeking”, kteří se snaží obhájit politický mandát a zvítězit ve volbách, a „rent-seeking”, pro které je zásadní výše reálné renty plynoucí z politického titulu. Realizace samotné politiky je ně již vedlejší a druhotná.

⁵⁵ ŽÁK, Milan, a kol. *Vnitřní a vnější podmínky restrukturalizace a hospodářská politika v ČR*. 1.vyd., Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2001, 244 s. ISBN 80-245-0257-7.

⁵⁶ ŽÁK, Milan. *Politicko-ekonomický cyklus*. Politická ekonomie, 1998, č. 4, s. 471–480. ISSN 0032-3233.

⁵⁷ HOLMAN, Robert. *Ekonomie*. 4. aktualiz. vyd. Praha: C. H. Beck, 2005. 696 s. ISBN 978-80-7179-891-0.

2.5.3. Hospodářská politika a média

Vztah hospodářské politiky a médií je v současném světě neoddiskutovatelnou součástí politického cyklu, který prostřednictvím volebních období utváří pravidelné politické struktury a trendy ve směřování hospodářské politiky, jenž můžeme pro naše účely analyzovat právě prostřednictvím mediálních výstupů. Problematice vztahu médií a politických struktur se v minulosti věnovala celá řada autorů a již předcházející kapitola nastiňuje, ke kterým závěrům současná akademická obec dospěla. Základním předpokladem jsou zcela racionálně uvažující účastníci (voliči, výrobci, politici) celého hospodářského modelu.

„Často se uvažuje o tom, nakolik a jak média ovlivňují podobu dění ve „veřejném prostoru“, zvláště procesy politického rozhodování. Médiím je přisuzován značný vliv na podobu současných politických procesů ve stávajících demokraciích, protože reprezentují veřejný, a tedy i politický život, a to zvláštním způsobem, který odpovídá povaze mediální produkce. Média jsou hlavním (a někdy jediným) zdrojem poznatků o politice a politikách, kteří se ucházejí o přízeň či toleranci veřejnosti (ve volbách i v obdobích mezi volbami). Média se přitom politických témat zmocňují a zpracovávají je způsobem pro sebe obvyklým – navíc (nejsou-li to média, jimž je zákonem určeno sloužit veřejnosti a jež jsou financována převážně či výlučně z veřejných zdrojů, např. z tzv. koncesionářských poplatků) musí dbát také na to, aby byla ekonomicky úspěšná. To vše vede k tomu, že médiu nabízená interpretace politických procesů nabývají vrcholu a politikům nezbyvá než přizpůsobit se „mediální logice“ tj. tomu, jak média svoje produkty zpracovávají.“⁵⁸

Problematiku hospodářských politických cyklů podrobněji rozpracoval Kenneth Rogoff v článku *Equilibrium Political Budget Cycles*, kde svůj model vysvětluje pomocí fiskální politiky v průběhu volebních období.⁵⁹ V předvolebních letech (tj. přibližně 2 roky před volbami v případě ČR) lze pozorovat, že vlády přistupují k nákladnějším řešením, výdajově orientovanému způsobu hospodaření s důrazem na redukcí daňového zatížení, zvýšení transferových plateb a tlakem na zvýšení vládních výdajů zejména v projektech s okamžitou prokazatelností. Nehledě na pravolevou orientaci či politickou příslušnost se každý politik snaží přesvědčivě prokázat voličům, že právě on vykonává svou funkci vládního představitele efektivně a účelně. Důležitější je však vliv těchto předvolebních slibů na očekávání voliče vzhledem k povolebnímu období. Hospodářský politický

⁵⁸ JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Vyd. 2. Praha : Portál, 2007. 185-186 s. ISBN 978-80-7367-287-4.

⁵⁹ **Fiskální politika** je součástí hospodářské politiky státu, která se snaží ovlivnit vývoj ekonomiky změnami výše a struktury veřejných výdajů a daní.

cyklus tak vzniká jako následek asymetrické informovanosti voliče o kompetentnosti politického představitele ovlivnit produkci veřejných statků.⁶⁰

Reifová a kol. (2011) popisují předvolební mediální komunikaci jako zásadní období stran pro sdělení svých stanovisek voličům. Strany se snaží upevnit stávající a přesvědčit nerozhodné voliče o kvalitě svého programu a vlastní kompetenci chápat společenské zájmy voličů. Masová média potom stojí v nezastupitelné pozici informačního zdroje v rámci demokratického systému, který poskytuje informace o všech událostech a tématech. V předvolebním boji mají informovat o programech, cílech a akcích všech politických stran, a to co nejobsáhleji, co nejpřesněji a pokud možno neutrálně. Současně se očekává, že poskytnou stranám a jejich kandidátům fórum, kde se politický souboj o voliče odehraje. Politických sporů se mají účastnit aktivně a v rámci svých příspěvků obsahujících názory zaujímat otevřené stanovisko.⁶¹

Paulo Cox ve svém článku *The Media and the Political Business Cycle* představuje model, kde provázanost soukromého a veřejného sektoru představují vstupy nezbytné pro poskytování veřejných statků, které jsou produkovány a nabízeny soukromým sektorem. Produkování veřejných statků tedy technologicky kombinuje dva faktory, a sice vládní kompetenci rozhodovat o produkci takových statků a soukromě produkováné výrobní vstupy. Média potom v modelu figurují jako nezúčastněný informovaný pozorovatel, který zprostředkovává informace soukromému sektoru (voličům a producentům) a umožňuje tím dohlížet na politické představitele, kteří ze zdrojů soukromého sektoru čerpají pro produkci veřejných statků, a v případě nízké kompetentnosti politika ho nahradit jiným. Kompetence politika je poměřována vzhledem k životní úrovni v zemi, která odráží efektivitu uplatňování jednotlivých sociálních politik i produkci veřejných statků. Média však nejsou zcela apolitická a mohou mít tendenci svá zjištění interpretovat svým čtenářům tak, aby ovlivnila volební výsledek a tím i ekonomický vývoj ve svůj prospěch. V případě, že jejich výstupy nejsou zcela objektivní, se však vystavují riziku diskreditace a znedůvěryhodnění svého publikovaného obsahu. Jelikož jejich blahobyt je, obdobně jako v případě běžných obyvatel, spjatý s ekonomickým růstem v zemi a závislý na tradičním modelu tržních sil, mají média silnou motivaci informovat o budoucích ekonomických výhledech pozitivně, čímž dávají najevo, že vládní kompetence k vykonávání jejich úřadu je vysoká. Jako důsledek i v případě mezivolebního období budou nečestná média informovat optimisticky, jelikož jejich sdělení nemá vliv na výsledek voleb. Pouze média, která jsou vládě silně nakloněna, budou riskovat svoji pověst věrohodného zdroje za účelem znovuzvolení v případě, že kompetence vlády je nízká. Obdobně pouze média silně proti

⁶⁰ ROGOFF, Kenneth. *Equilibrium Political Budget Cycles*. Vol. 80, No. 1. The American Economic Review, 1990.

⁶¹ SCHULZ, Winfried, Helmut SCHERER, Lutz M. HAGEN, Jakub KONČELÍK a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3. nezměněné vydání. Praha: Karolinum, 2011. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze. ISBN 978-80-246-1980-4.

vládě budou riskovat svou reputaci, aby ovlivnila volby a dosáhla tím výměny nežádoucích politiků v případě, že jsou ve svém mandátu kompetentní. V důsledku toho dochází Cox k závěru, že je zcela přirozené a logické, že se fiskální politika mění v dobách voleb a v mezivolebním období. V dobách voleb se obecně vzato zvyšují veřejné výdaje a snižuje daňová zátěž obyvatelům.⁶² To v důsledku vede k rozkolísávání cyklů hospodářských a k tzv. hospodářské expanzi a recesi.

⁶² COX, Paulo. *The Media And The Political Business Cycle. MBA & Educación Ejecutiva* [online]. Copyright © Toulouse School of Economics, 2012. [cit. 20.11.2018]
Dostupné z: https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/jmp1_cox.pdf?fbclid=IwAR3tvPuBPFEomBK_TRXOp06OuYqUorjimDzaK1pnt5ExDqUXJw3wBJ_JmIc

2.6 Stanovení výzkumné otázky

Výzkum si klade za cíl odpovědět na následující otázky a potvrdit či vyvrátit uvedené hypotézy.

HLAVNÍ VÝZKUMNÁ OTÁZKA

Jak se liší mediální obraz politických stran v období před volbami do Poslanecké sněmovny České republiky, které proběhly v listopadu roku 2017?

Výzkumná otázka 1

Jakým způsobem se mění četnost výskytu zpráv týkajících se daných politických stran?

Hypotéza 1

S blížícím se termínem voleb bude článků zaměřených na tuto problematiku přibývat.

Hypotéza 1.1

Největší množství článků se bude věnovat volebním programům stran poslední týden před volbami.

Výzkumná otázka 2

Jaký mediální prostor získaly politické strany v rámci sledovaných deníků?

Hypotéza 2

Nejvyšší mediální pozornost ze stran úspěšných ve volbách v roce 2017 získala strana ANO.

Výzkumná otázka 3

Jaký byl poměr zpravodajských a publicistických textů publikovaných ve sledovaném období?

Hypotéza 3

Většina publikovaných textů je zpravodajského charakteru.

Výzkumná otázka 4

Jak často se v textu objevuje odkaz na politický volební program, který strana pro volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017 svým voličům představila?

Hypotéza 4

S blížícím se termínem voleb bude počet článků odkazujících na volební programy jednotlivých stran narůstat.

Výzkumná otázka 5

Je osoba předsedy strany hlavní nebo vedlejší postavou textu publikovaného ve sledovaných médiích?

Hypotéza 5

Osoba předsedy dané strany bude hlavní postavou většiny publikovaných článků.

Výzkumná otázka 6

Jak často se obsahově liší mediální výstup představitele politické strany od volebního programu strany představeného ve volbách v listopadu roku 2017?

Hypotéza 6

Ve většině případů se bude tvrzení představitelů dané strany s jejich volebním programem shodovat.

Výzkumná otázka 7

Vzniká informační asymetrie, dle teorie školy veřejné volby, mezi politickými představiteli a jejich voliči?

Hypotéza 7

Česká politické strany budou ve většině případů prosazovat opatření vedoucí k vyšším výdajům ze státní pokladny – tzv. expanzivní fiskální politika.

2.7 Výzkumný vzorek

Výzkumný vzorek je definován zvolenými médii a časovým rozpětím v rozsahu dvou měsíců před volbami, které proběhly v pátek a sobotu 20. – 21. října 2017. Výběrový soubor je tvořený všemi mediálními obsahy prezentovanými v Hospodářských novinách a Lidových novinách od 19. srpna do 19. října 2017. Základním indikátorem zařazení textu do výzkumného vzorku je shoda se základní kódovací jednotkou. Hospodářské noviny a Lidové noviny byly vybrány z toho důvodu, že ekonomicko-politický rámec patří mezi domény jejich publikovaného obsahu a mediální pokrytí jednotlivých výstupů bude co možná nejvyšší. Současně se jedná o celostátní deníky, které v rámci tištěných médií řadíme mezi seriózní tisk. Prezentovaná sdělení by měla být prezentována

objektivním a nezaujatým způsobem, zohledňovat odbornou terminologii a přinášet zpravodajství co možná nejvyšší kvality po formální i obsahové stránce.

2.8 Kódovací jednotka, proměnné a jejich hodnoty

Základní kódovací jednotka výzkumu splňuje následující parametry a na základě toho je zahrnuta do kvantitativní obsahové analýzy:

- A. Článek byl vydán v **období dvou měsíců** před volbami do Poslanecké sněmovny České republiky, které proběhly **20. – 21. října 2017**.
- B. Text vyšel v tištěné verzi deníků **Hospodářské noviny** nebo **Lidové noviny**.
- C. Článek byl nalezen v mediálním archivu Newton Media na základě zadání dotazu „**Volby 2017 OR Poslanecká sněmovna**”.
- D. Článek obsahuje relevantní informace týkající se politických stran, jejich představitelů či hospodářské politiky státu.

Proměnné byly určeny tak, aby měly výpovědní hodnotu vzhledem ke stanoveným výzkumným otázkám a hypotézám. Na základě jejich analýzy bude možné nalézt uspokojivé odpovědi na kladené otázky a potvrdit či vyvrátit zvolené hypotézy. Některé proměnné slouží ke zlepšení přehlednosti, k snazší klasifikaci a jednodušší orientaci v obsahovém souboru. Pro relevantnost představovaných výsledků je nezbytně nutné, aby každá proměnná nabývala právě jedné hodnoty pro každé pozorování. Jednotlivé možnosti, kterých mohou proměnné nabýt, jsou uvedené v přílohách na konci práce v rámci kódovací knihy. Tyto proměnné nelze vždy definovat předem v rámci návrhu výzkumu, a je proto nutné provést nejprve rámcový výzkum vybraných textů před samotným sestavením hodnot proměnných a kódovací knihy a na základě tohoto pozorování hodnoty proměnných určit. Jedná se zejména o proměnné zaměřené na tematický obsah textu.

Kvantitativní obsahová analýza bude obsahovat následující proměnné:

1. Pořadí analyzovaného textu

Proměnná nabývající číselné hodnoty 1 až X a sloužící ke snadnější orientaci mezi analyzovanými texty.

2. Politická strana / osobnost

Proměnná popisující, o kterou ze sledovaných politických stran či jejich zástupců se jedná. Může nabývat až deseti hodnot („ANO”, „ODS”, „Pirátská strana”, „SPD”, „KSČM”, „ČSSD”, „KDU-ČSL”, „TOP 09”, „STAN”, „JINÉ”) právě podle počtu úspěšných politických stran.

3. Datum vydání

Proměnná zachycující informaci o datu vydání článku. Formát proměnné je stanovený v tradičním formátu DD.MM.YYYY.

4. Médium

Proměnná odlišující médium, ve kterém byl analyzovaný text publikován. Jak naznačují sledovaná média, hodnoty jsou dvě - „Hospodářské noviny“ a „Lidové noviny“.

5. Rozsah

Tato proměnná rozděluje analyzované články na tři kategorie podle jejich rozsahu – texty do 250 slov, do 500 slov a nad 500 slov. Jednotlivé kategorie přibližně odpovídají formátu sloupku a čtvrt strany.

6. Umístění v tisku

Informace popisující, na které straně byl článek publikován. Na základě umístění textu v rámci tištěného média lze přisoudit textu váhu, která byla textu přisouzena redaktory. Číslo stránky bude v rámci analýzy znázorněno právě prostřednictvím číselných hodnot.

7. Přítomnost fotografie

Proměnná založená na základních hodnotách „ano“ a „ne“ určující, zda součástí zkoumaného textu byl i doplňující fotografický materiál.

8. Volební program

Proměnná poskytující informaci o tom, zda se v textu vyskytuje relevantní vazba na volební program strany pro volby do Poslanecké sněmovny ČR v roce 2017 – nabývá hodnot „ano“ nebo „ne“.

9. Styl textu

Tato kategorie uvádí, zda je analyzovaný text publicistického nebo zpravodajského charakteru.

10. Hlavní téma

Proměnná nabývající hodnot „ano“ nebo „ne“ na základě toho, zda je politická strana či její představitelé hlavním tématem publikovaného článku.

11. Hlavní téma textu

Určuje primární téma, kterému se text věnuje. Tato proměnná nabývá hodnot zvolených na základě provedeného předvýzkumu a výzkumu. Definuje téma dominantní v případě, že by text obsahoval vazby i na jiná témata zohledněná v možných hodnotách proměnné.

Rozšiřující proměnné:

V této skupině proměnných se jedná o ty, které umožnily detailnější dělení článků týkajících se volebních program v případě, že kategorie *Volební program* nabyla hodnoty „ano”.

12. Sentiment

Vypovídá o citovém zabarvení textu. Proměnná, která vyjadřuje, zda článek obsahuje relevantní zmínku se sentimentem a v jakém vyznění. Nabývá hodnot negativní („-“), neutrální („N”) a pozitivní („+”).

13. Věrohodnost

Proměnná nabývající hodnot „ano” nebo „ne” podle toho, zda byla v článku vyjádřena nedůvěra ke sledovaným stranám nebo jejich programům.

14. Fiskální politika

Tato proměnná nabývá hodnot „ano” nebo „ne” v závislosti na tom, zda se v textu objevuje zmínka o expanzivní fiskální politice.

Další pomocné proměnné:

Kategorie proměnných, které mají ryze funkční charakter. Slouží k snazší orientaci v rámci analyzovaného souboru.

15. Název článku

Proměnná, která nebyla zohledněna v rámci výzkumu a slouží pouze ke snazší orientaci v analyzovaném souboru.

16. Den v týdnu / týden v roce

Ryze funkční proměnné, které usnadňují orientaci v člancích a umožňují jejich další dělení pro časové řady.

3. Analytická část

V rámci analytické části práce budou vyhodnocena data získaná na základě kvantitativní obsahové analýzy. Výzkumné otázky se na základě těchto získaných dat pokusí zodpovědět a vysvětlit. K výzkumným otázkám byly stanoveny také dílčí hypotézy, které budou verifikovány na základě výsledků analýzy. Součástí je taktéž představení kódovacích jednotek, které vzešly z analyzovaného vzorku. K dosažení co nejvyšší přehlednosti byly využity zejména grafy ve spojení se slovním komentářem. Ty nabývají hodnot podle počtu výskytu sledovaného jevu, případně vyjadřují procentuální zastoupení vzhledem k celému analyzovanému vzorku.

Analyzované texty byly vyhledány na základě dotazu v mediálním archivu Newton Media, který archivuje veškerou mediální produkci hlavních médií v České republice v tištěné i elektronické podobě. Jako klíčové slovo bylo použito heslo „*Volby 2017 OR Poslanecká sněmovna*“. Použitý operátor stanovuje, že se uvedená sousloví v publikovaném textu vyskytují alespoň jednou. Sledované období bylo původně stanoveno na 3 měsíce před volbami v říjnu roku 2017. Vzhledem k rozsahu zkoumaného výzkumného vzorku s ohledem na relevanci výsledků, byla doba výzkumu upravena na 2 měsíce, jelikož počet kódovaných textů činil 298 článků v obou médiích v případě dvouměsíčního období, což saturevalo výzkumný soubor. Období měsíce předcházejícího sledovanému období navíc vykazovalo při ověření obdobné znaky jako zkoumaný vzorek a na výsledek výzkumu by tedy nemělo zásadní vliv. Toto dokládá zejména četnost článků z počátku sledovaného období, kdy frekvence výskytu článků, které se týkají sledovaného tématu je relativně stabilní a narůstá zejména v době bezprostředně před volbami. V rámci výzkumného vzorku byl počet článků zredukován o články, které vzhledem k obsahu nebyly považovány za relevantní, jelikož se ani okrajově nevěnovaly sledovanému tématu. Vyloučeny z výzkumu byly články týkající se parlamentních voleb v Německu či aktivit poslanců v jiných zemích nebo články, které se v médiích duplikovaly. Vazbu na konkrétní politickou stranu či výraznou osobnost zohledňuje proměnná „hlavní téma“, která vypovídá o tom, zda byla politická strana či její představitelé ústředním tématem publikovaného článku či se jí týkal článek pouze okrajově.

Celý analyzovaný vzorek čítal dohromady 272 článků, kdy většina z nich byla publikována v Lidových novinách, a sice 165 článků oproti počtu 107 článků publikovaných v Hospodářských novinách. Už tento základní rozdíl poukazuje na rozdílný přístup k informování čtenářů o nadcházejících parlamentních volbách, kdy bychom očekávali vzhledem k formátu a odbornosti periodik spíše srovnatelný přístup v množství představovaných textů.

3.1 Četnost výskytu

Při porovnání mediálního obrazu stran úspěšných ve volbách do Poslanecké sněmovny je zcela zásadní počet a frekvence publikovaných textů, které ve spojitosti s nimi vyšly v průběhu sledovaného období. Pro porovnání nám vedle samotné četnosti textů zaměřených na politické subjekty či jejich představitele bude sloužit proměnná datum a médium, ve kterém byl text uveřejněn.

VÝZKUMNÁ OTÁZKA 1

Jakým způsobem se mění četnost výskytu zpráv týkajících se daných politických stran a jejich volebních programů?

HYPOTÉZA 1

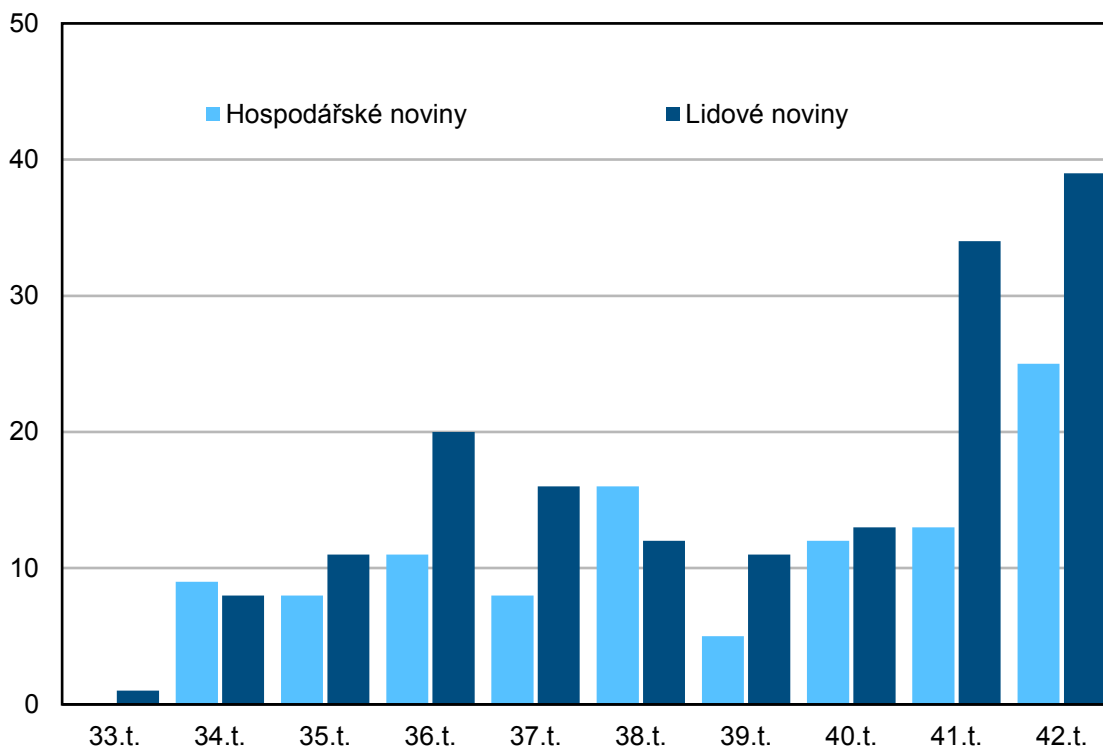
S blížícím se termínem voleb bude článků zaměřených na tuto problematiku přibývat.

HYPOTÉZA 1.1

Největší množství článků se bude věnovat volebním programům stran poslední týden před volbami.

Z celkového počtu 272 analyzovaných článků se jich 107 objevilo v deníku Hospodářské noviny a 165 v deníku Lidové noviny. Vývoj medializace zvoleného tématu nám znázorňuje graf č. 6. Jedná se o všechny články splňující kritéria výzkumu a vývoj jejich počtu naznačuje trend postupného nárůstu mediálního pokrytí. V porovnání s počátečním týdnem sledovaného období je rozdíl přímo markantní. První týden se věnoval problematice voleb a jejich účastníkům pouze jeden článek. Tato výrazná anomálie je však způsobena pouze faktem, že sledované období nezačíná prvním dnem v týdnu, nýbrž jeho koncem, což v případě článku z 19.8. 2017 připadá na sobotu. Následující týden se již problematice politických stran a voleb věnovalo 17 článků a tento počet v týdnech následujících nadále narůstal. Tento rostoucí trend můžeme pozorovat až do 39. týdne v roce, kdy dochází k poklesu v rámci obou sledovaných médií. Mnohem výraznější pokles vykazují především Hospodářské noviny, které naopak v předcházejícím týdnu informují o politických kampaních aktivněji než jejich konkurent Lidové noviny. Celkově však více mediálního prostoru pro politická témata vyhražují Lidové noviny, které v počtu publikovaných textů převyšují Hospodářské noviny ve všech kromě dvou týdnů, jak lze vidět na následujícím grafu.

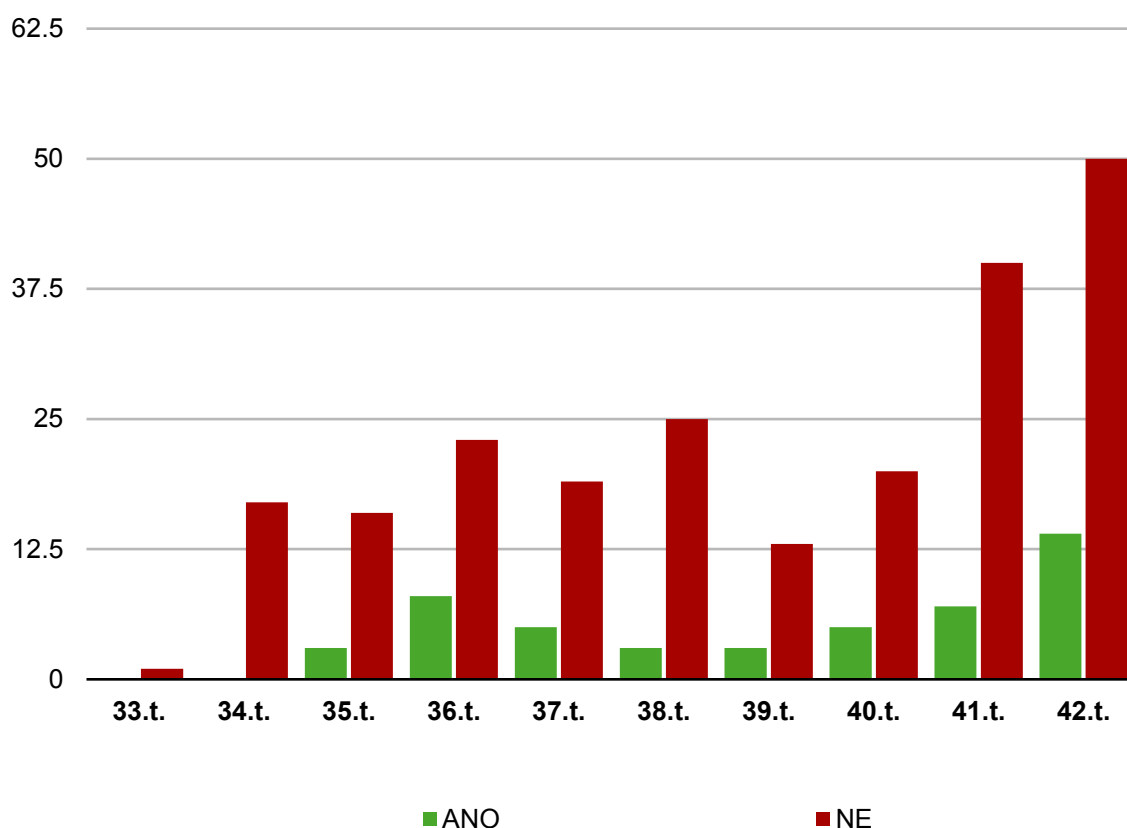
GRAF 6 POČET ČLÁNKŮ O POLITICKÝCH STRANÁCH V JEDNOTLIVÝCH TÝDNECH DLE DENÍKU



Je zřejmé, že v případě nadcházejících voleb se pozornost k jejich účastníkům obracela postupně, přestože politické celky jsou pod hledáčky redaktorů dlouhodobě a patřičné mediální pozornosti se jim dostává v průběhu celého roku. S blížícím se termínem a spolu s rozsáhlými mediálními kampaněmi, které strany na přilákání voličů připravují včetně různých propagačních aktivit, happeningů, veřejných prohlášení a shromáždění, bude mediální prostor, věnovaný nejen těm úspěšným z nich, hojně dopřáván.

Graf č. 7 zobrazuje mediální pozornost věnovanou v průběhu sledovaného období tematice volebních programů. Jak naznačuje vývoj, politickým volebním programům stran se s blížícím termínem voleb věnovalo čím dál větší množství článků. Lze očekávat, že se média vzhledem k jednotlivým stranám a jejich představitelům budou věnovat širokému spektru témat a případných afér, nicméně představení programů stran, jejich dílčích aspektů nebo jednotlivých zástupců stran je pro voliče-čtenáře zcela zásadní s ohledem na blížící se termín voleb.

GRAF 7 POČET ČLÁNKŮ S ODKAZEM NA VOLEBNÍ PROGRAM VE VYBRANÝCH TÝDNECH ROKU



Hypotéza 1 byla postavena na předpokladu, že s blížícím se termínem voleb se stává tato tematika více aktuální a ve společnosti silněji rezonující téma. Zejména napříč voličskou obcí dochází k vyhodnocování vlastního úsudku, zhodnocování aktivit preferovaných kandidátů, jejich stran či dosavadně udělených mandátů ve vládě a dalších dílčích orgánech. Právě prostřednictvím tohoto společenského tématu se obdobný zájem projevuje i v případě publikovaného mediálního obsahu, který by společenskou situaci měl reflektovat a do jisté míry na ni reagovat. **Tento předpoklad se ukázal jako správný a bylo možné první uvedenou hypotézu na základě empirického výzkumu verifikovat.**

Obdobně v případě druhé hypotézy dochází k obdobné rezonanci společenských témat prostřednictvím mediálních sdělení. Zájem voličů o nadcházející období, jejich vlastní budoucí blahobyt a politické zastoupení, které ho má zajišťovat a hájit, se projevily i v případě prezentace volebních programů stran. Ty ve svých programech zdůrazňují dílčí přístupy k jednotlivým sektorům hospodářské politiky, ať se jedná o ekonomiku, zahraniční či tuzemskou politiku, sociální otázky či vládní rozhodnutí a investice. Slibují svým voličům světlejší zítřky a v zájmu každého voliče je důkladně zvážit, který z programů je důvěryhodný vzhledem ke straně, která ho prezentuje či politikům, kteří stranu formují a, v případě získání mandátu, realizaci programu nebo jeho částí zajišťují. **Hypotézu 2 bylo na základě výzkumu taktéž možné verifikovat.**

3.2 Důležitost a mediální prostor

Mediální prostor v rámci tištěných titulů je velice systematizovaná veličina, která napovídá o důležitosti tématu, kterou mu přiřadila redakce sledovaného média. Současně rozsah článku nebo jeho téma částečně předurčuje, kde v rámci tištěného média bude článek umístěn. V případě, že se jedná o témata velice aktuální a důležitá, jsou zpravidla umisťována na předních stranách. Některé články týkající se např. zahraniční politiky mají vyhrazeny stránky určené pro zahraniční zpravodajství. Podle umístění v tisku lze do jisté míry odvodit významnost dané zprávy v rámci konkrétního nákladu.

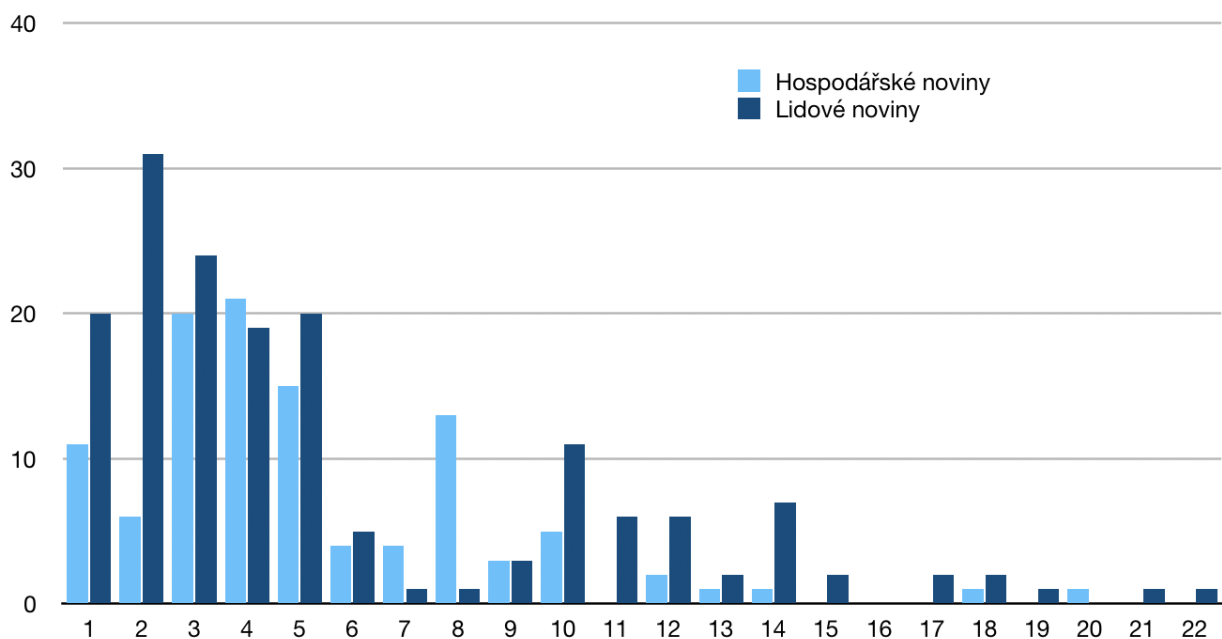
VÝZKUMNÁ OTÁZKA 2

Jaký mediální prostor získaly politické strany v rámci sledovaných deníků?

HYPOTÉZA 2

Nejvyšší mediální pozornost ze stran úspěšných ve volbách v roce 2017 získala strana ANO.

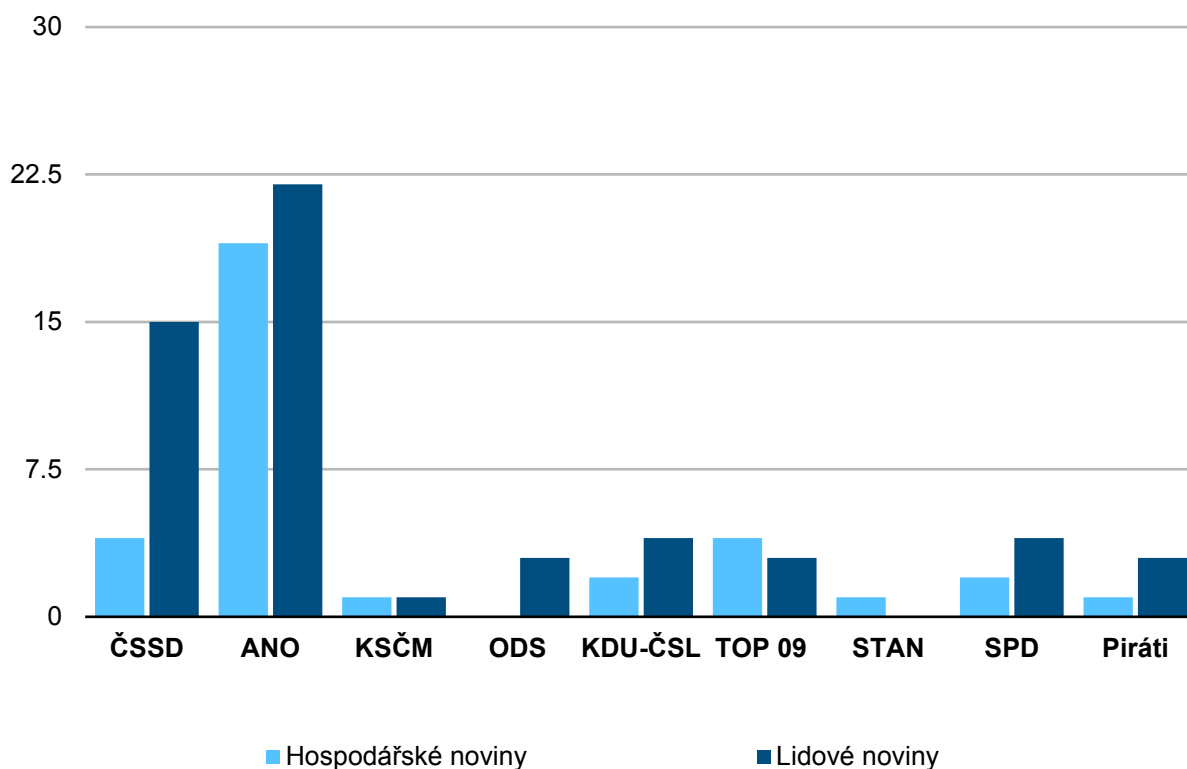
GRAF 8 UMÍSTĚNÍ ČLÁNKŮ DLE DENÍKU



Jak ukazuje graf č. 8, politická témata v obou sledovaných denících zabírají přední strany, tedy obecně lze říci, že si získávají velkou mediální pozornost médií a současně zájem čtenářů-voličů. Z 272 analyzovaných článků jich bylo 187 publikováno na poměrně atraktivních prvních pěti stranách a z nich 68 na titulní nebo druhé straně. V případě Hospodářských novin však vidíme, že politická témata bývají často umisťována na třetí a čtvrté straně vydání. Výrazně se projevuje ještě strana osmá, která je určena pro zprávy z ekonomiky a politiky. Naopak je tomu v případě Lidových

novin, které články s politickou tematikou umísťují na předních stranách, v případě sledovaného období nejčastěji na straně druhé, kde výrazně převyšují konkurenční deník.

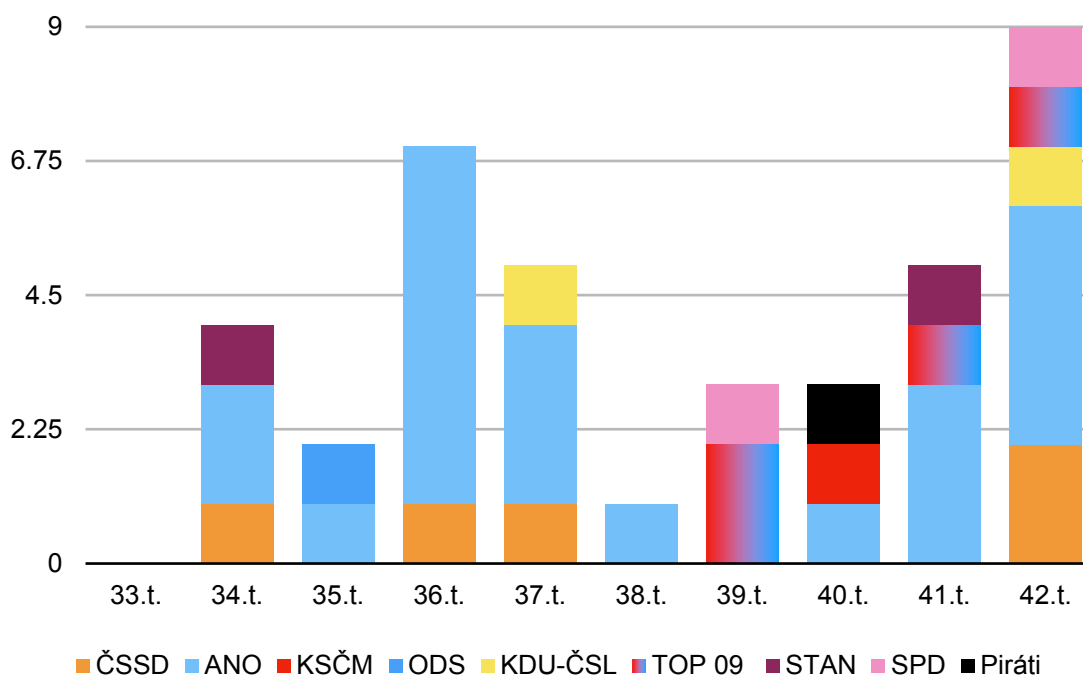
GRAF 9 POČET ČLÁNKŮ O POLITICKÝCH STRANÁCH DLE DENÍKU



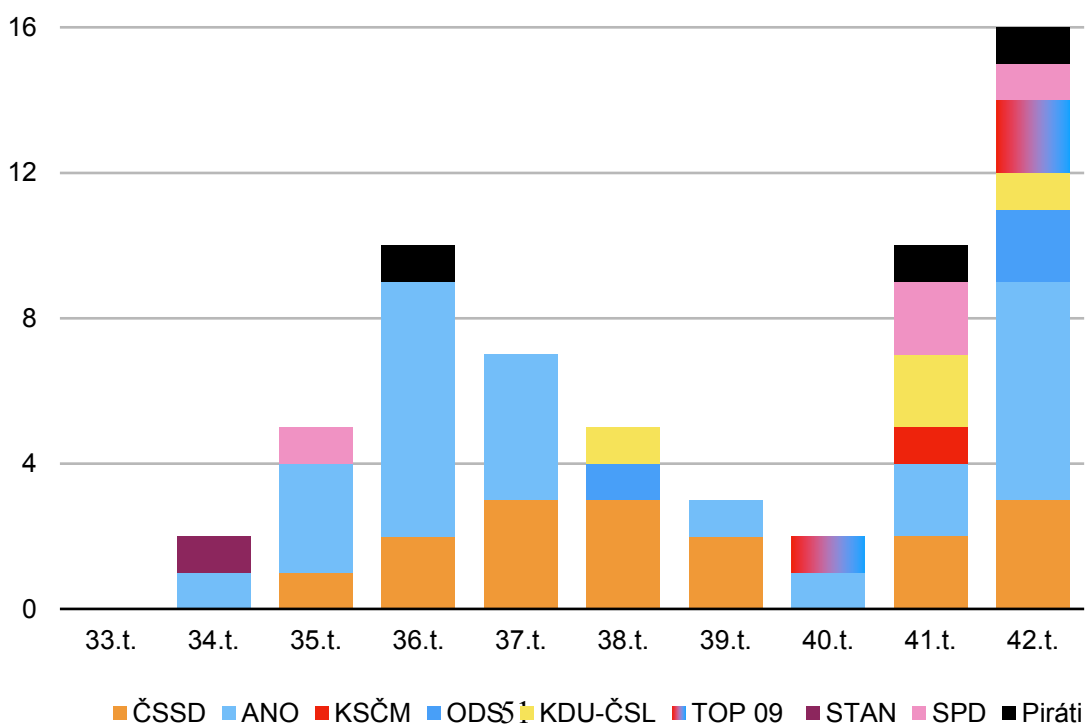
Počet článků, které vyšly ve sledovaných médiích se zaměřením pouze na konkrétní politickou stranu či jejího představitele je celá řada. V porovnání s ostatními však výrazně vyčnívá strana ANO, která v obou sledovaných médiích dostala největší mediální prostor. **Již na základě druhého grafu je možné hypotézu 2 potvrdit.** Je to dáno jednak jejím postavením, kdy se jedná o významné politické hnutí, které je v popředí české politické scény od roku 2013, kdy se v parlamentních volbách umístilo na druhém místě za ČSSD. Poměrná část článků se tak věnuje tehdejší vládnoucí garnituře, jejich aktivitám a zejména nejvýraznější osobě v hnutí Andreji Babišovi, který stranu v roce 2012 založil a který od té doby stojí v jejím čele na pozici předsedy. V průběhu sledovaného období a souběžné předvolební kampaně byl Andrej Babiš doporučen spolu se stranickým kolegou Jaroslavem Faltýnkem k vydání k trestnímu stíhání za spáchání trestného činu dotačního podvodu při čerpání neoprávněné dotace na společnost Farma Čapí hnízdo. V době 36. týdne roku byli oba jmenovaní vydáni Poslaneckou sněmovnou k trestnímu stíhání Policií ČR, což je téma v médiích rezonující ještě několik týdnů po samotném hlasování, nicméně již v omezené míře. Obzvláště v případě, že se jedná o politickou stranu, která dle volebních preferencí a předvolebních průzkumů v nadcházejících volbách stojí v roli favorita.

Počet textů, který k jednotlivým stranám v denících vyšel, zobrazují následující dva grafy č. 10 a 11. Vedle Hnutí ANO je častým tématem článků strana ČSSD, která v roce 2013 volby do Poslanecké sněmovny vyhrála, nicméně dle volebních průzkumů v roce 2017 stojí na druhé pozici.

GRAF 11 POČET ČLÁNKŮ O POLITICKÝCH STRANÁCH V JEDNOTLIVÝCH TÝDNECH ROKU V HOSPODÁŘSKÝCH NOVINÁCH



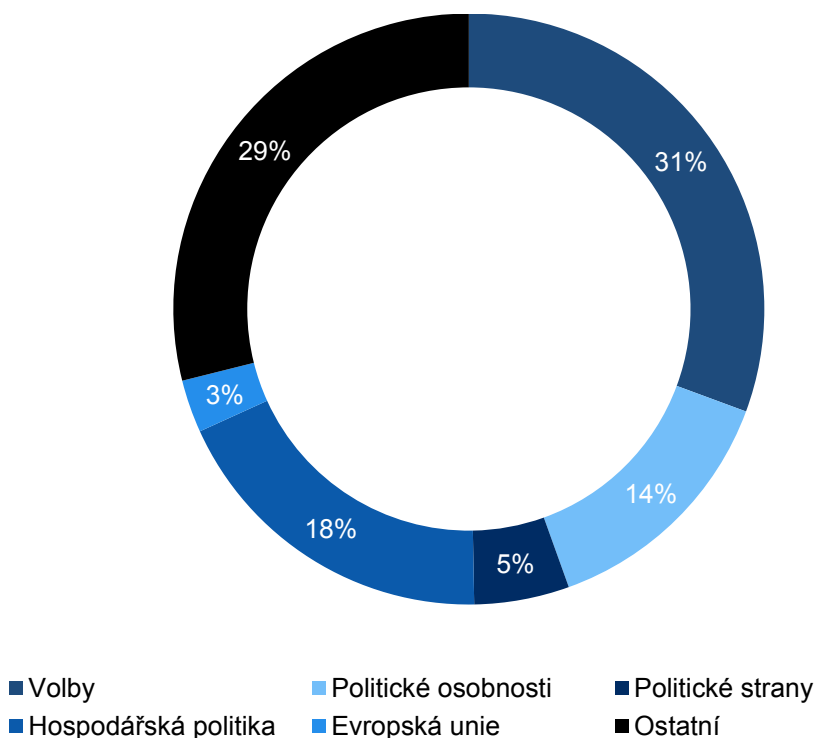
GRAF 10 POČET ČLÁNKŮ O POLITICKÝCH STRANÁCH V JEDNOTLIVÝCH TÝDNECH ROKU V LIDOVÝCH NOVINÁCH



Při jejich porovnání je vidět, že v případě Lidových novin dostala ČSSD více než třikrát větší mediální prostor než v případě Hospodářských novin. Naopak v případě TOP 09 a STAN byl větší prostor věnován v Hospodářských novinách oproti konkurenčnímu deníku. Potvrdilo se, že nejvíce článků k politickým stranám vyšlo v posledním týdnu před volbami.

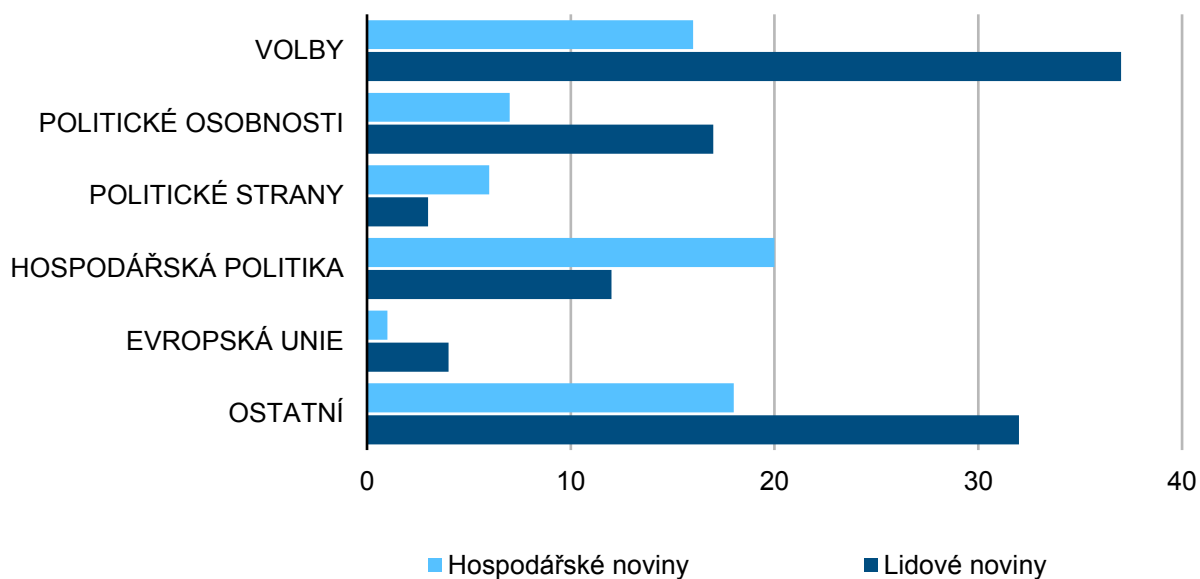
Další graf č. 12 znázorňuje kategorii článků, které v případě druhé sledované proměnné nabyly hodnoty „JINÉ”. Jedná se o skupinu článků, které se nevěnovaly výhradně jedné z politických stran a zmiňovaly současně stran několik či informovaly o tématech, která se volbami nebo politickými stranami bezprostředně nezabývala. Do této skupiny bylo zařazeno celkem 173 článků, z nichž se politickým stranám či osobnostem věnuje 33 z nich. Největší skupinu tvoří články týkající se tématu voleb, voličů, volebních preferencí či jiných aspektů s volbami spojených. Dalších 32 textů se věnuje hospodářské politice, parlamentním shromážděním, novelizaci stávající legislativy apod. Druhý největší podíl v této skupině hraje složka „Ostatní”, do které byly zařazeny články, které svojí četností nedosahovaly na vlastní kategorii.

GRAF 12 PROCENTUÁLNÍ ZASTOUPENÍ TÉMAT V KATEGORII „JINÉ”



Na grafu č. 13 je zřejmé, že více než polovina textů z kategorie „JINÉ” vyšla v Lidových novinách, a sice 103 textů celkem. Nejfrekventovanější témata jsou volby, kde můžeme nalézt články týkající se voličů, volebních kampaní, předvolebních průzkumů či komentářů k volbám. Druhou nejvíce zastoupenou kategorií jsou články, které vzhledem k nedostatečné četnosti výskytu nebylo možné zařadit do vlastní kategorie. Vzhledem k šířce tématu se nelze divit, že skupina označená jako „Ostatní” zaujímá takto významné postavení v průzkumu. Jediné téma, které rezonovalo více v Hospodářských novinách oproti Lidovým novinám, je hospodářská politika. V rámci těchto textů můžeme najít články týkající se státního rozpočtu, plánovaných investic, výše transferových plateb či různých makroekonomických ukazatelů apod. Právě na ekonomiku, politiku jsou Hospodářské noviny zaměřeny a takovýto výsledek není překvapením.

GRAF 13 ČETNOST TÉMAT V KATEGORII „JINÉ” DLE DENÍKU

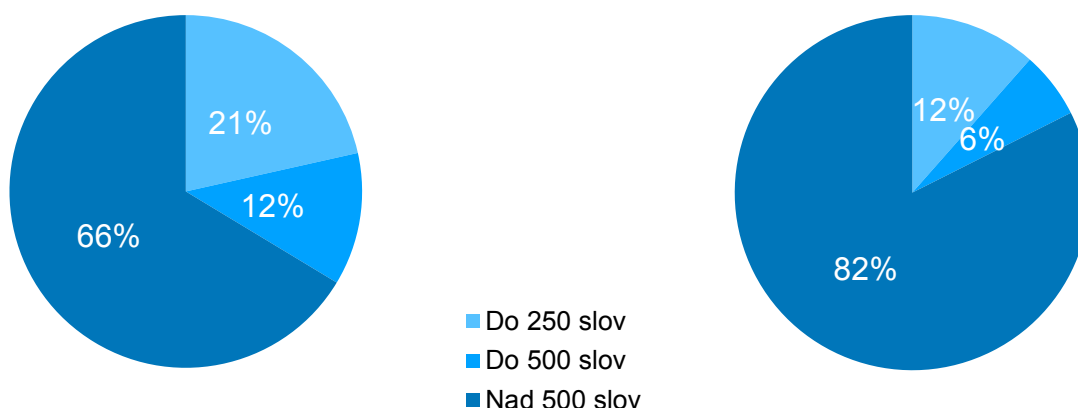


Mezi další důležité kritérium sledované v rámci analýzy patří rozsah článku. Zde byly články rozděleny podle počtu slov do tří skupin. Jak znázorňuje graf č. 14, v obou sledovaných médiích převažují články dlouhého rozsahu nad 500 slov. Druhé nejčastější byly články velmi krátkého rozsahu do 250 slov a nejnižší výskyt vykazují články s rozsahem mezi 250 a 500 slov. Při porovnání obou médií je relativní četnost článků s nižším rozsahem téměř poloviční u Lidových novin. Články s politickou tematikou jsou tedy považovány za vysoce atraktivní vzhledem k jejich umístění v rámci média i vzhledem k rozsahu, který je pro takové články zvolen.

GRAF 14 ROZSAH TEXTŮ DLE DENÍKU

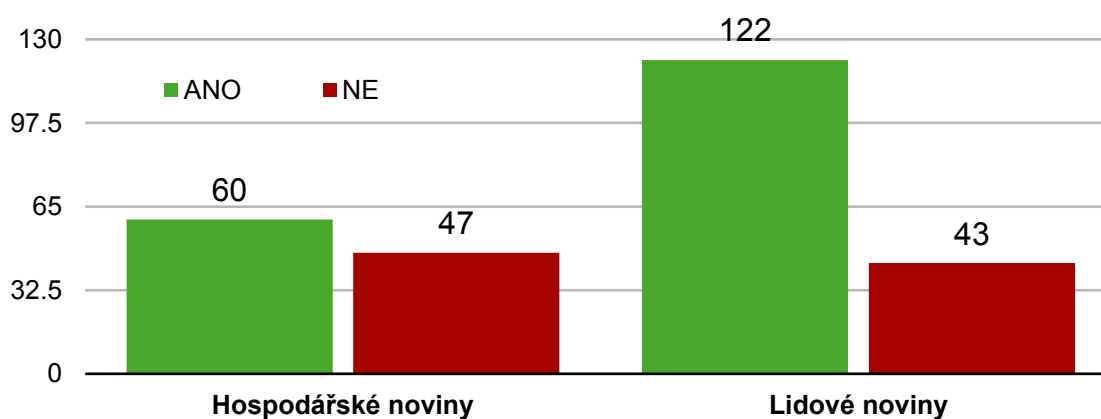
Hospodářské noviny

Lidové noviny



Vedle rozsahu článku vypovídá o jeho mediálním prostoru také přítomnost doprovodného fotografického materiálu. Ten jednak upoutává pozornost čtenáře a pomáhá také k dokreslení rozebírané problematiky. Fotografie významně zvětšuje prostor, který byl tématu věnován. Jak dokumentuje graf č. 15, v Hospodářských novinách se jednalo o téměř polovinu všech článků, které nebyly doplněny o fotografií. Naopak v případě Lidových novin se jedná pouze o třetinu všech článků, které k dané problematice vyšly.

GRAF 15 FOTOGRAFICKÁ DOKUMENTACE



3.3 Názory

V rámci žurnalistických žánrů dělíme texty na dva typy, a sice zpravodajské a publicistické. Publicistický se oproti zpravodajskému vyznačuje stanoviskem autora. Ten v článku vedle racionálních prvků využívá i ty emocionální, komentuje konkrétní události, vyjadřuje svůj názor ke sledované problematice, upouští od objektivního sdělení strohých faktů.⁶³

V případě nadcházejících voleb do Poslanecké sněmovny lze očekávat, že téma bude významně medializované. Navíc, vzhledem ke kauzám vztáženým k minulosti 1. místopředsedy vlády Andreje Babiše a vzhledem k jeho pozici předsedy hnutí ANO, které vede předvolební průzkumy, lze očekávat, že se bude publicistických článků vyskytovat poměrně vysoké procento.

VÝZKUMNÁ OTÁZKA 3

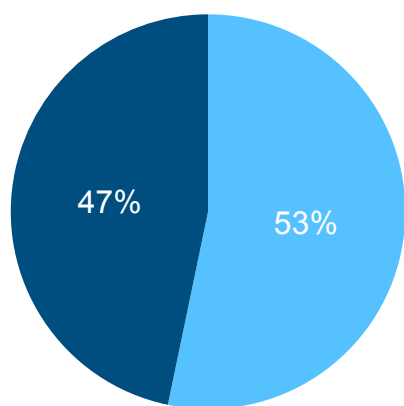
Jaký byl poměr zpravodajských a publicistických textů publikovaných ve sledovaném období?

HYPOTÉZA 3

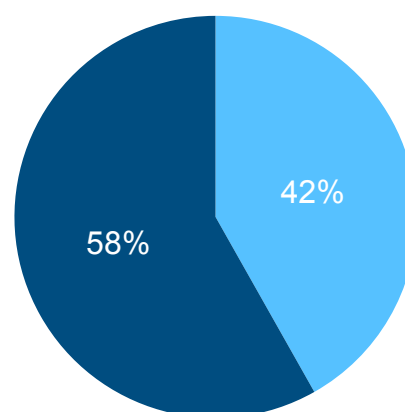
Většina publikovaných textů je zpravodajského charakteru.

GRAF 16 ŽURNALISTICKÝ ŽÁNŘ TEXTŮ DLE DENÍKU

Hospodářské noviny



Lidové noviny



■ ZPRAVODAJSKÝ
■ PUBLICISTICKÝ

Na grafu č. 16 můžeme vidět, že více zpravodajských textů bylo publikováno pouze v případě Lidových novin. Hospodářské noviny informovaly o politických stranách a volbách převážně objektivním zpravodajským způsobem, přesto bylo vysoké procento textů publicistického žánru.

⁶³ OSVALDOVÁ, B., HALADA, J. aj. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri, 2007, s. 244–245

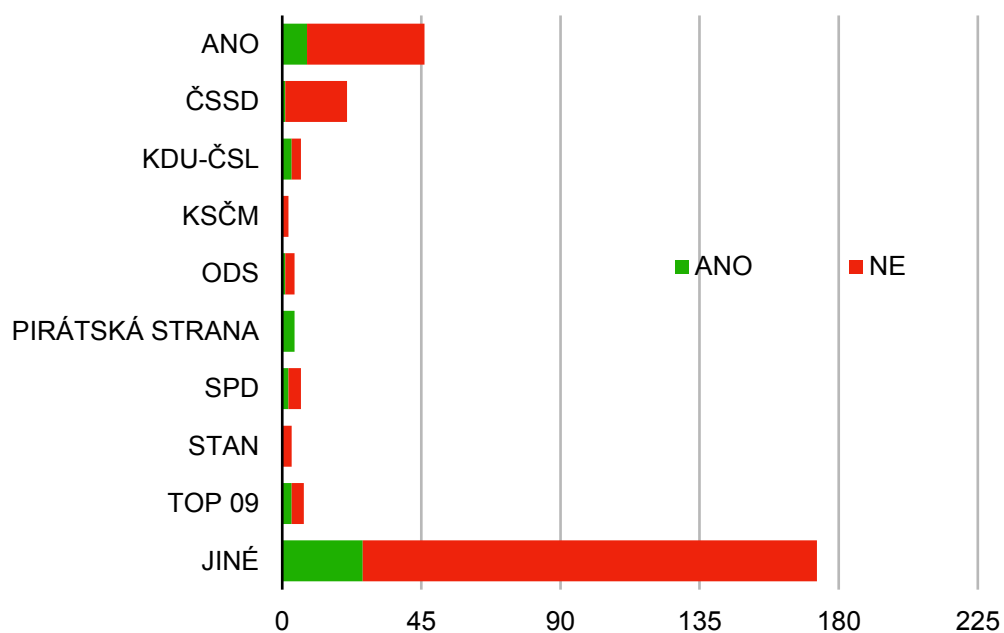
Hypotézu 3 stanovenou k výzkumné otázce se tedy nepodařilo verifikovat. Přestože analýza sleduje seriózní deníky, které se věnují aktuálním událostem a u kterých bychom mohli očekávat převahu zpravodajských textů, téma voleb bylo natolik rezonující a významné, že se k němu cítilo potřebu vyjádřit velké množství redaktorů.

3.4 Volební program strany

Vzhledem k zaměření práce je prezentace hospodářských politických programů a jejich idejí prostřednictvím média stěžejním faktorem politické komunikace. Nicméně, jak ukazuje graf č. 17, odkaz na volební program strany byl přítomen pouze v omezeném počtu případů. V rámci článků týkajících se výhradně jedné ze sledovaných stran tvořil vždy (vyjma Pirátské strany) menšinu.

V kategorii článků „JINÉ” tvořil hospodářský volební program stran vyšší procento – 15 % z publikovaných článků. V rámci těchto textů docházelo k vzájemné komparaci volebních programů jednotlivých stran, upozornění na programové nedostatky či naopak příležitosti. V případě Pirátské strany byl uveden odkaz na volební program ve všech článcích. Předseda strany Ivan Bartoš byl hlavní postavou publikovaných článků. Tyto dva faktory kombinovaně poukazují na způsob komunikace dané politické strany skrze mediální formáty s veřejností. Kritérium předsedy strany však dostane více prostoru až v následující kapitole.

GRAF 17 ODKAZ NA VOLEBNÍ PROGRAM STRANY



VÝZKUMNÁ OTÁZKA 4

Jak často se v textu objevuje odkaz na politický volební program, který strana pro volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017 svým voličům představila?

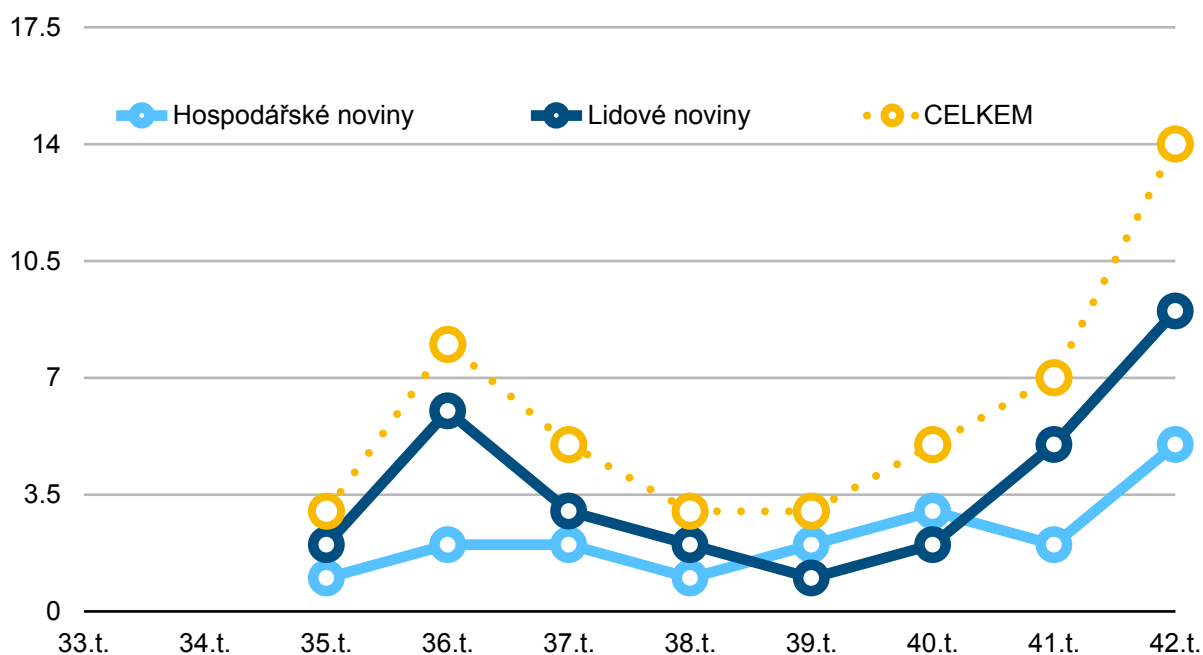
HYPOTÉZA 4

S blížícím se termínem voleb bude počet článků odkazujících na volební programy jednotlivých stran narůstat.

Z kvantitativní analýzy mediálního obsahu vyplynulo, že téma volebních programů začalo být aktuální pro média až od začátku třetího týdne sledovaného období. Výrazný je především nárůst v případě Lidových novin, které s převahou publicistických textů polemizovaly nad volebními programy stran SPD, ANO a Pirátů v porovnání s ostatními. Texty se týkaly názorů na migrační politiku, reformy školství nebo okolností popularizace SPD Tomia Okamury.

Ačkoliv s blížícím se termínem voleb roste počet článků, tento trend je zřejmý přibližně měsíc před samotnými volbami. V průběhu sledovaného období dochází i k výraznému poklesu, a to zejména v 38. týdně roku oproti dvěma týdnům předcházejícím. **Na základě tohoto zjištění nelze čtvrtou hypotézu zcela verifikovat.**

GRAF 18 ODKAZ NA VOLEBNÍ PROGRAM STRANY DLE DENÍKŮ V ČASE



3.5 Význam předsedy strany vzhledem k mediální publicitě

Mezi sledovaná kritéria patří také mediální prostor věnovaný předsedovi dané strany. Jeho postava je zcela zásadní pro veřejnou prezentaci a často navenek je to právě jeho osoba, kdo ztělesňuje hodnoty strany a hájí její zájmy a volební program před veřejností. Přestože stranická rozhodnutí se tvoří na nižší úrovni, je to především předseda, který čelí tlaku médií, rozhodnutí strany médiím komentuje, vysvětluje, prezentuje. Lze tak v omezené míře očekávat, že mediální výstupy týkající se strany, voleb nebo jejich dílčích aktivit budou promítnuty veřejnosti skrze osobu předsedy.

V rámci sledovaných článků se vyskytla celá řada těch, které se o straně nebo jejich zástupcích vyjadřovala jen velmi okrajově. Volby do Poslanecké sněmovny vedle zájmu o samotný proces přitáhnou pozornost také k samotným politickým aktérům, legislativnímu procesu v České republice a skrze hospodářské volební programy také k ekonomice země a její budoucnosti po volbách. V tomto ohledu lze předpokládat, že nebyvale naroste počet témat týkajících se Poslanecké sněmovny či voleb samotných.

VÝZKUMNÁ OTÁZKA 5

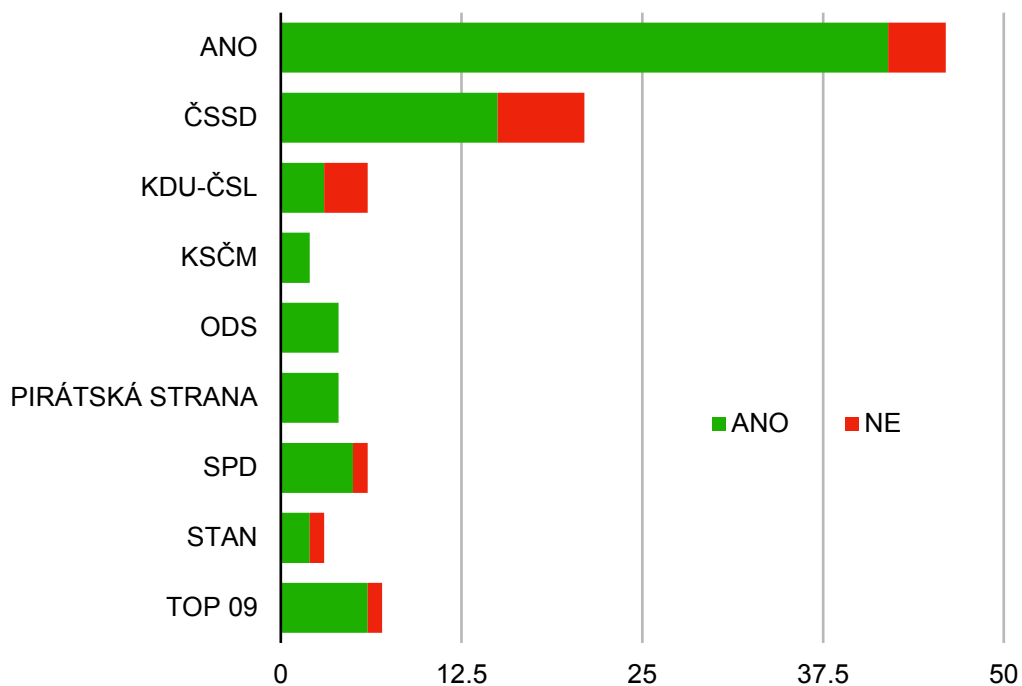
Je osoba předsedy strany hlavní nebo vedlejší postavou textu publikovaného ve sledovaných médiích?

HYPOTÉZA 5

V obou sledovaných médiích bude osoba předsedy dané strany hlavní postavou publikovaných článků.

Na základě empirických dat, které představuje graf č. 19 můžeme vidět, že předseda byl hlavní postavou 84 % článků, které o dané politické straně vyšly. Z celkového počtu 99 textů figuroval jako hlavní osobnost, předmět zkoumání nebo konatel v 83 textech. Zbýlých 16 textů se týkalo předsedy strany pouze v omezené míře nebo v jiném kontextu. Nejvíce textů vyšlo o hnutí ANO, jehož předseda Andrej Babiš byl v centru pozornosti v 91 % případů. Vedle Andreje Babiše se často texty věnovaly také druhému muži Jaroslavu Faltýnkovi, nicméně tato dvojice byla často vyobrazována současně. Velké množství textů se zaměřovalo také na ČSSD, zde byl předseda vedlejší postavou již ve čtvrtině případů. Ostatní strany nedostaly tak velký mediální prostor v rámci sledovaných médií, a proto by procentuální poměr textů vykazoval zavádějící relativní výsledky. Nejmenší počet článků se týkal KSČM, která se profiluje jako strana tradiční a konzervativní a nebývá často v centru mediální pozornosti.

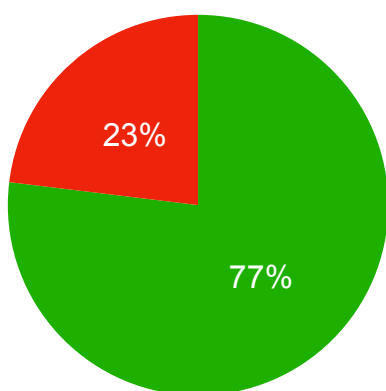
GRAF 19 PŘESEDNA JAKO HLAVNÍ POSTAVA – ABSOLUTNÍ ČETNOST



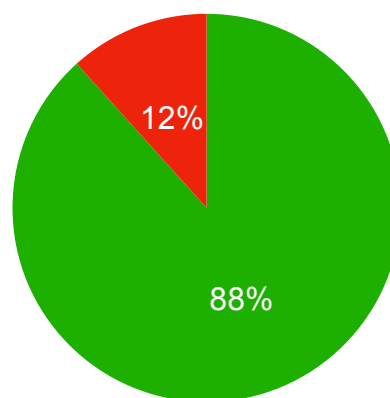
Na tuto problematiku se lze dívat i z pohledu média. Následující graf č. 20 ukazuje, jakou roli hrála postava předsedy strany ve sledovaných denících. Předsedové stran jsou vyobrazováni v širším kontextu zejména v textech v Hospodářských novinách. **Na základě výsledků analýzy je možné šestou hypotézu verifikovat.** V obou sledovaných médiích byl předseda strany hlavní postavou textů publikovaných o dané straně.

GRAF 20 PŘESEDNA JAKO HLAVNÍ POSTAVA – RELATIVNÍ ČETNOST

Hospodářské noviny



Lidové noviny



■ ANO ■ NE

3.6 Politická kompetentnost

Předposlední kritérium výzkumu odkazuje na kompetenci politiků s ohledem na jejich udělený mandát. Kompetencí je myšlena schopnost politika prokázat, že právě on je hodný svého mandátu a kompetentní osobou pro správu svěřené agendy. Vlivem asymetrické distribuce informací ve společnosti zde figuruje prostředník média, který informace voličům-čtenářům kompletuje a zprostředkovává. Informace, které politik vypouští do mediálního prostředí, mohou být v mnoha ohledech nejasné, nepřesné, matoucí a tím prohlubovat informační asymetrii mezi voličem a voleným zástupcem. V rámci tohoto kritéria bude analyzováno, nakolik dochází v mediálním prostředí k pochybnostem o kompetentnosti volených zástupců.

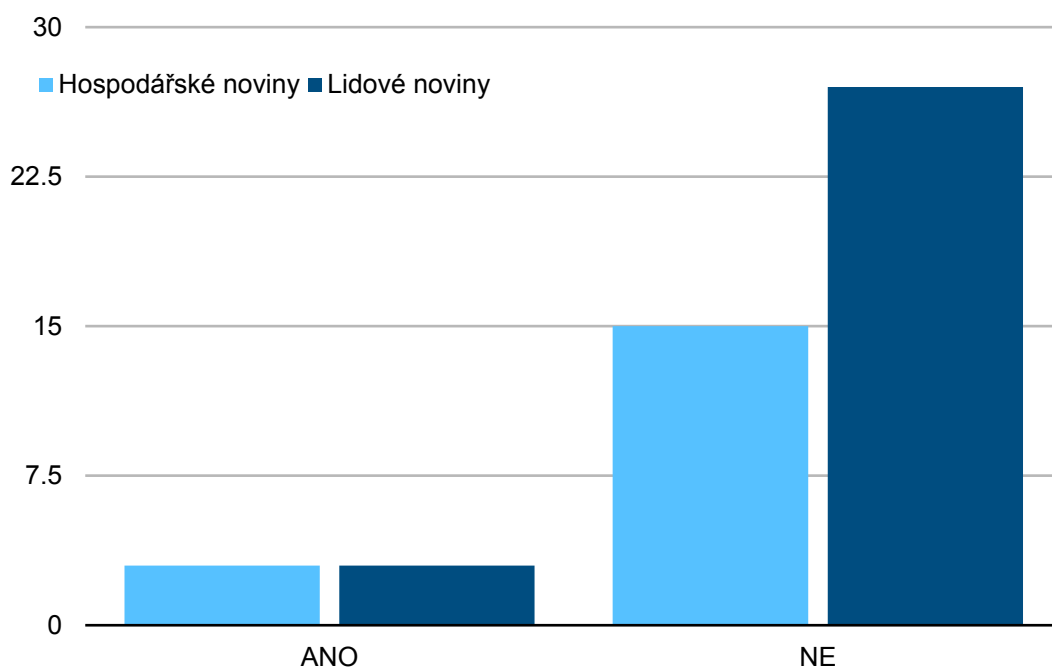
VÝZKUMNÁ OTÁZKA 6

Jak často se vyskytují pochybnosti o věrohodnosti tvrzení politických představitelů v rámci sledovaných medií?

HYPOTÉZA 6

Ve většině případů se bude mediální sdělení s tvrzením představitelů dané strany shodovat.

GRAF 21 PROJEV POCHYBNOSTI O VĚROHODNOSTI POLITICKÉHO TVRZENÍ DLE DENÍKU



Při analýze článků bylo několik z nich, které se přímo věnovaly tématu změny volebních programů stran v závislosti na panující atmosféře ve společnosti. Tyto na příkladu ČSSD, ANO nebo SPD, kteří se dlouhodobě ohrazují proti korupci, ukazují, že protikorupční opatření není součástí jejich volebních programů pro volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017, a nenabízí ani konkrétní řešení zmíněné situace. **Hypotézu 6 však bylo možné na základě dat potvrdit.**

3.7 Politicko-ekonomický cyklus

Podle základní premisy o opakujících se politicko-ekonomických cyklech byla splněna podmínka prosazování restriktivní fiskální politiky v předvolebním období. Všechny strany napříč pravolevým politickým spektrem navrhuji opatření, která vedou ke zvýšení zátěže na státní rozpočet a dochází tak ke zvyšování státního dluhu, který vyústí v opětovné zvýšení příjmové stránky v podobě nárůstu daňových odvodů či naopak snížení investic v době po volbách. V konkrétních případech se jedná o mzdy ve státní správě, ve veřejném sektoru či nižší daňová zátěž – zrušení daní z nemovitosti nebo silniční daně apod.

VÝZKUMNÁ OTÁZKA 7

Vzniká informační asymetrie dle teorie školy veřejné volby i mezi politickými představiteli a jejich voliči v České republice?

HYPOTÉZA 7

Česká politická scéna podléhá trendům politických ekonomických cyklů.

Obdobné jednání totiž vede k výrazné oblibě strany, která takové návrhy přináší, nicméně se jedná o velice krátkodobý efekt, kterému v rámci stabilizace ekonomiky není možné dlouhodobě dostat. V krátkodobém horizontu je možné získat velkou přízeň veřejnosti, která však vlivem racionálních očekávání voličů mizí, jelikož vzápětí po volbách přichází kroky fiskální restrikce.

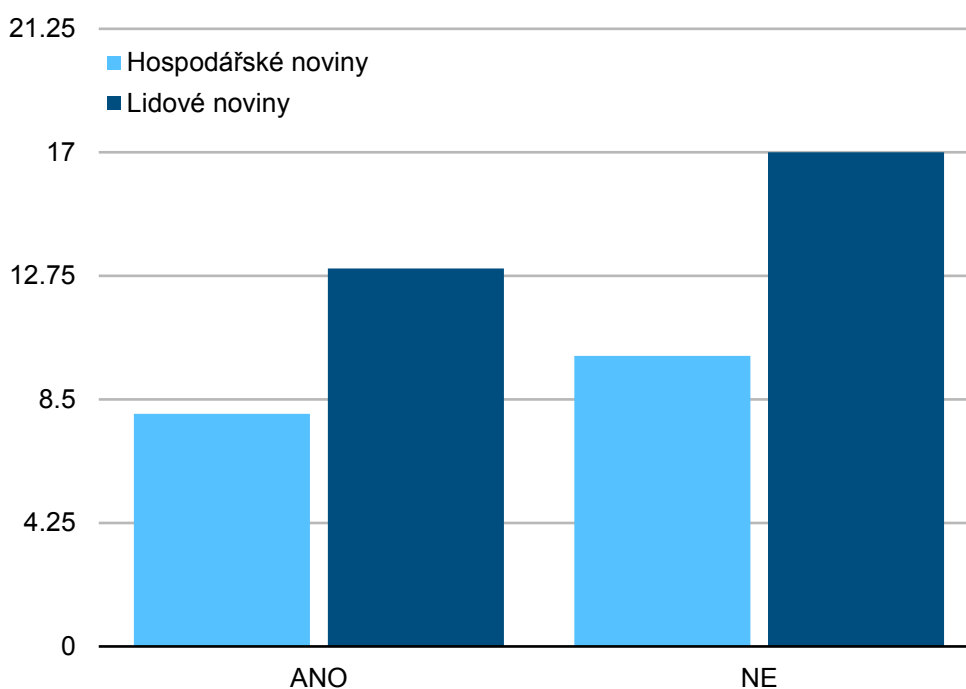
„Jako by mezi ní a levicovou ČSSD nebyl ideologický rozdíl, také pravicová ODS slibuje lidem blahobyt a více peněz v peněženkách. V pátek v Brně zahájila kampaň Modrá vlna. „Je kampaní za nižší daně a tím i za vyšší mzdy pro všechny, kteří poctivě přispívají k rozvoji naší země,“ prohlašuje předseda opoziční partaje Petr Fiala.”⁶⁴

⁶⁴ TOMÁNEK, Tomáš. Strany slibují „malé Německo“ bez migrantů. *Lidové noviny*. Praha: MAFRA, a. s. 4. 9. 2017. ISSN 1213-1385

„Na programové konferenci došlo i na předvolební evergreen – snížení daní a zvýšení platů. Hnutí chce zrušit superhrubou mzdu a snížit sazby daně fyzických osob. Navrhuje také zavedení výdajového paušálu pro zaměstnance, který by znamenal slevu na pojistném 500 korun měsíčně. Učitelům slibuje ANO až o polovinu vyšší platy. Polepšit by si měli i zdravotníci či pracovníci v sociální a kulturní branži. Pomocnou ruku mají dostat také lidé, kteří se ocitnou v dluhové pasti.“⁶⁵

Tyto citace z publikovaných článků ve sledovaném období dávají jasně najevo, že situace informační asymetrie není pro české politické prostředí novým termínem. Politické strany dle teorie politických ekonomických cyklů v předvolební fázi slibují přehřátí ekonomiky na základě snížení příjmů z daní, zvýšení vládních výdajů či vyšších investic. To dokresluje i následující graf č. 22, který znázorňuje četnost zmínek o fiskální expanzi v rámci výzkumného souboru. **Na jeho základě bylo možné sedmou stanovenou hypotézu potvrdit.**

GRAF 22 ČETNOST VÝSKYTU NÁVRHŮ NA ZVÝŠENÍ VLÁDNÍCH VÝDAJŮ

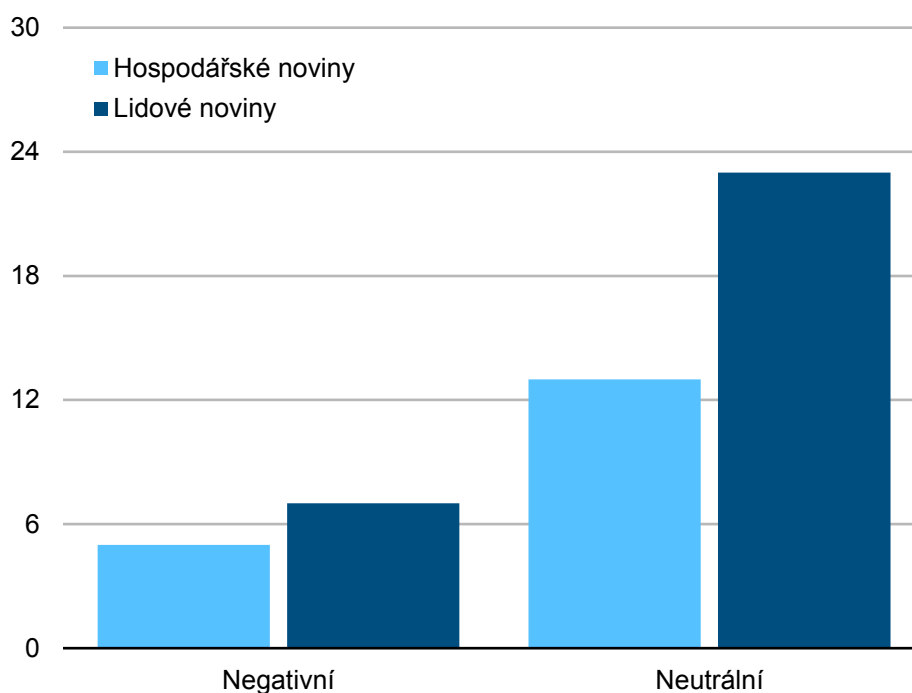


V rámci subjektivních publicistických textů je možné odlišit také intonaci, se kterou o dané události média informují. V rámci textů o volbách, volebních programech nebo politických stranách se vyskytují zejména neutrálně laděné texty, které majoritně informují o problematice. Jedná se ve

⁶⁵ KOLÁŘOVÁ, Kateřina. Babiš: Euro teď rezolutně odmítáme. *Lidové noviny*. Praha: MAFRA, a. s. 4. 9. 2017. ISSN 1213-1385

většině případů o zpravodajské texty, u kterých se nestranný způsob výpovědi předpokládá. V případě publicistických textů se již možnost ukázat jistou míru sentimentu projevuje, a přestože majorita textů je ve své výpovědi neutrální, jisté texty vykazují známky nesouhlasu, zklamání či negace. Tyto texty se nejčastěji týkají samotných volebních programů. Kritika se týká jejich neurčitosti, nesplnitelnosti a nekonkrétnosti. Konkrétně v případě zvyšování vládních výdajů a současného snižování vládních příjmů, které jsou z velké části tvořeny výběrem daní, se jeví jako dlouhodobě neudržitelné a, s ohledem na tzv. péči řádného hospodáře⁶⁶, nezodpovědné.

GRAF 23 ČETNOST VÝSKYTU SENTIMENTU V TEXTU DLE DENÍKU



⁶⁶ V § 159 občanského zákoníku je péče řádného hospodáře definována v části o orgánech právnických osob: „Kdo přijme funkci člena voleného orgánu, zavazuje se, že ji bude vykonávat s nezbytnou loajalitou i s potřebnými znalostmi a pečlivostí. Má se za to, že jedná nedbale, kdo není této péče řádného hospodáře schopen, ač to musel zjistit při přijetí funkce nebo při jejím výkonu, a nevyvodí z toho pro sebe důsledky.“

Nejvyšší soud uvádí ve svém usnesení ze dne 27. 3. 2008, (sp. Zn. 5 Tdo 1412/2007) následující:

„Pojem péče řádného hospodáře lze přitom chápat tak, že řádný hospodář činí právní úkony týkající se obchodní společnosti odpovědně a svědomitě a stejným způsobem rovněž pečuje o její majetek, jako kdyby šlo o jeho vlastní majetek. Taková péče tedy nepochybně zahrnuje péči o majetek akciové společnosti nejen v tom smyslu, aby nevznikla škoda na majetku jeho úbytkem či znehodnocením, ale také, aby byl majetek společnosti zhodnocován a rozmnožován v maximální možné míře, jaká je momentálně dosažitelná.“

3.7 Shrnutí a vyhodnocení analýzy

Výše představená analýza si klade za cíl představit mediální obraz jednotlivých politických uskupení úspěšných ve volbách do Poslanecké sněmovny České republiky v listopadu roku 2017. Za úspěšné byla považována ta strana, která ve volbách získala přízeň více než 5 % voličů a získala tím nárok na účast ve Vládě ČR pro následující volební období. Jejich mediální obraz byl sledovaný na dvou denících, které ekonomiku a politiku aktivně sledují a poskytují jí v rámci zpravodajství velký prostor – Hospodářské noviny a Lidové noviny. Na základě zvolených výzkumných otázek se pokusila představit mediální rámec, ve kterém byly strany voličům-čtenářům představeny prostřednictvím různých mediálních výstupů.

Z analýzy vyplývá, že parlamentní volby v České republice jsou opravdu významné téma, které dostává v rámci mediálního prostředí velký prostor. Ve sledovaných denících je nalezneme na předních stranách, články bývají často rozsáhlejší a poměrně komplexní. Největší mediální pozornost si strany a jejich volební programy získávají až s blížícím se termínem voleb. Mezi nimi je obzvláště medializované hnutí ANO vedené Andrejem Babišem, který v průběhu sledovaného období figuroval jako hlavní objekt mediálního zájmu. Vedle ANO bylo medializované také ČSSD, ODS, TOP 09 nebo SPD, nicméně v mnohem menší míře. Naopak nejmenší mediální prostor získaly KSČM a strana STAN.

Téma voleb vyvolalo v prostředí českých médií velkou pozornost a vedle řady zpravodajských textů je jich celá řada publicistického charakteru. S blížícím se termínem voleb se stále častěji v tištěných médiích můžeme setkávat s prezentací dílčích i komplexnějších úvah o politických programech stran pro nadcházející volby. Redaktoři cítili potřebu vyjádřit se k často plytkým a nic neříkajícím heslům, která strany v rámci svých volebních programů prezentují. Současně je často zmiňován fakt, že navržené zásahy do řízení hospodářské politiky vedou pouze k zvýšení zadlužení ekonomiky, aniž by zohledňovaly dodatečné příjmy, které by expanzivní způsob fiskální politiky mohly finančně zajistit.

Zpravidla to bývá především osoba předsedy strany, kdo veřejnosti sděluje stranické názory na konkrétní problematiku a současně je také obhajuje před veřejností. Pouze ve zlomku článků je znatelná nedůvěra autora v prezentovaná tvrzení, který na základě vlastní a zcela logické úvahy polemizuje nad prezentovanými zásahy do ekonomiky.

V případě teorie školy veřejné volby se prokázala validita těchto zjištění na mezinárodní úrovni. Strany mají tendenci před volbami volit spíše voličsky atraktivní expanzivní fiskální politiku, která snižuje příjmy do státní pokladny prostřednictvím nižších daňových sazeb, vyšších výdajů na transferové platby pro sociálně slabší a nemocné či vyšších vládních investic do infrastruktury, zdravotnictví, školství apod. Právě v těchto bodech vzniká jistá nerovnováha, kterou autoři několika

článků komentují se zřejmou nedůvěrou v udržitelnost a prosperitu takových hospodářských výkyvů.

Následující tabulka shrnuje výsledky, ke kterým se po vyhodnocení výzkumných otázek došlo prostřednictvím zvolených hypotéz.

TABULKA 2 VYHODNOCENÍ ZVOLENÝCH HYPOTÉZ

HYPOTÉZA 1	<i>S blížícím se termínem voleb bude článků zaměřených na tuto problematiku přibývat.</i>	POTVRZENO
HYPOTÉZA 1.1	<i>Největší množství článků se bude věnovat volebním programům stran poslední týden před volbami.</i>	POTVRZENO
HYPOTÉZA 2	<i>Nejvyšší mediální pozornost ze stran úspěšných ve volbách v roce 2017 získala strana ANO.</i>	POTVRZENO
HYPOTÉZA 3	<i>Většina publikovaných textů je zpravodajského charakteru.</i>	VYVRÁCENO
HYPOTÉZA 4	<i>S blížícím se termínem voleb bude počet článků odkazujících na volební programy jednotlivých stran narůstat.</i>	POTVRZENO
HYPOTÉZA 5	<i>V obou sledovaných médiích bude osoba předsedy dané strany hlavní postavou publikovaných článků.</i>	POTVRZENO
HYPOTÉZA 6	<i>Ve většině případů se bude mediální sdělení s tvrzením představitelů dané strany shodovat.</i>	POTVRZENO
HYPOTÉZA 7	<i>Česká politické strany budou ve většině případů prosazovat opatření vedoucí k vyšším výdajům ze státní pokladny – tzv. expanzivní fiskální politika.</i>	POTVRZENO

Závěr

Politická témata se obecně těší velikému zájmu. Ne vždy je však možné tvrdit, že se jedná o zájem v pozitivním kontextu. K veřejné funkci, kterou volení zástupci zastávají, se současně váže i společenská odpovědnost a mediální pozornost, tedy často přichází i kritika ze stran laiků a odborníků. Součástí praxe každého politika je svá tvrzení obhajovat, vysvětlovat, prokazovat, doložit empirickými výzkumy a v zájmu veřejného blahobytu prosazovat. Právě společenský význam této funkce vede k velké pozornosti, která sleduje dílčí rozhodnutí, jednání celku stejně jako jednotlivce, jenž danou stranu zastupuje. Právě a zejména nejvyšší představitelé politických stran bývají v popředí veškerého zájmu a hlavními aktéry na poli médií.

V případě blížících se voleb, ve kterých voliči vyberou své zastupitele do Poslanecké sněmovny České republiky, nelze se divit, že i média přikládají těmto tématům velkou váhu a přidělují jim tak velký mediální prostor ve svých tištěných i online formátech.

V rámci výzkumu bylo analyzováno období 2 měsíců předcházejících volbám do Poslanecké sněmovny v říjnu roku 2017. V rámci analyzovaného vzorku byly vybrány články z mediálního archivu Newton Media, které odpovídaly zadaným parametrům podle data a sledovaných deníků a současně klíčovým slovům. Celkem bylo analyzováno 272 textů, které zůstaly po eliminaci irelevantních či duplicitních článků.

Práce nabyla tradiční strukturu, kdy v první teoretické části představuje teoretický aparát týkající se politických stran úspěšných ve volbách v roce 2017 a předvolebních průzkumů. V metodologické části je představena metoda kvantitativní analýzy a následně teorie mediálních systémů, politického paralelismu a teorie politických ekonomických cyklů. V analytické části jsou již zvolené výzkumné otázky a hypotézy zodpovězeny a vysvětlovány pomocí řady grafů a vizualizací.

Z výsledků je možné vysledovat, že v rámci českého mediálního prostředí jsou politická témata v oblasti voleb významně společensky zdůrazněna vzhledem k rozsahu, umístění i četnosti textů. Obecně lze konstatovat, že hospodářská politika se těší velké mediální pozornosti celoročně. Témata daní, státního rozpočtu, sociálních plateb apod. jsou zcela zásadní témata, která bývají v médiích často komentována, hodnocena, zdůrazněna. V rámci sledovaného období do medializace voleb zasáhlo vydání Andreje Babiše Poslaneckou sněmovnou k trestnímu stíhání kvůli vážným podezřením z trestné činnosti v oblasti čerpání evropských dotací. Tato kauza významně ovlivnila pozornost médií a možná právě i díky tomu se hnutí ANO, jehož je Andrej Babiš předsedou, dostalo do středu pozornosti v průběhu předvolebního období. K celé skutečnosti mohly v jistém ohledu

přispět i předvolební průzkumy, které hnutí ANO řadily na první příčky politického žebříčku, a tím jim zajistily i vyšší mediální pozornost v médiích.

Vedle hnutí ANO se velkému mediálnímu prostoru dostalo také ČSSD a v menším měřítku také TOP 09, ODS a SPD. Za strany byli vyobrazováni zejména jejich předsedové, a to většinou neutrálním způsobem, nicméně v rámci článků bylo možné vysledovat i negativní sentiment. V rámci textů se mezi těmi s negativním sentimentem vyskytovaly vyjma jednoho texty publicistické. Komentovaly především volební programy, jejich nehospodárnost, heslovitost, neurčitost a nízkou míru dlouhodobé udržitelnosti. Autoři článků zmiňují výraznou extrapolaci v případě některých kandidujících stran včetně jejich návrhů na razantní změny do hospodářského systému. Potřeba výrazných změn ve státní správě a nespokojenost občanů se stávající politickou situací vede k posilování extremistických hnutí s alternativními přístupy, které se tak stávají stále populárnějšími, což napovídají předvolební průzkumy i mediální prostor, které tyto strany získávají. Dochází k úpadku stran tradičních a oslabování jejich dlouho budovaných pozic. Potvrzuje to i rozdrobenost mandátů napříč politickým spektrem České republiky, ke kterému po říjnových volbách došlo.

Pokud se na problematiku díváme z pohledu médií, více článků o volbách bylo publikováno v rámci Lidových novin, kde články byly převážně publicistického žurnalistického stylu. V obou médiích lze pozorovat nárůst četnosti výskytu relevantních článků s blížícím se termínem samotných voleb. Více zpravodajských článků publikovaly Hospodářské noviny, které politiku a ekonomiku řadí do popředí svého zájmu. O stranách byla publikována řada textů, které prezentovaly stranu samotnou, rozhovory se stranickými lídry či přehledy politických volebních programů mezi stranami navzájem. Výzkum ukazuje, že četnost výskytu odkazů na politický program se postupem času zvyšovala. Je to dáno pravděpodobně aktuálností tématu, která v čase narůstá. Jelikož spektrum témat publikovaných článků je široké, dochází na časové ose k výkyvům, kdy pozornost vázaná k samotným volbám se vlivem různých událostí měnila a nevykazovala konzistentní růst, jak stanovovala příslušná hypotéza.

Problematika politických ekonomických cyklů, kterou se zabývá škola veřejné volby, byla vztažena i na mediální obsah prezentovaný ve sledovaných denících. Z výsledků je patrné, že i v českém politickém prostředí dochází k distribuční asymetrii informací mezi voličem a politikem a tím i k neefektivní alokaci vzácných zdrojů. Média, která zprostředkují tuto informační výměnu pomáhají tuto neefektivitu zmírnit. Přesto výzkum ukazuje, že politické strany jednají v souladu s teorií politických cyklů. V předvolebním období prosazují opatření expanzivní fiskální politiky s vysokou mírou prokazatelnosti, která vedou ke zvyšování státního a tím i vládního zadlužení, aniž

by zmiňovaly opatření k finančnímu zajištění takových akcí. Snižování daňových sazeb, zvýšení výdajů na vládní investice a sociální platby není v souladu s politikou řádného hospodáře, která každé politické funkci z jejího titulu přísluší. Právě tato problematika bývá v mediálních výstupech často kritizována.

V rámci práce však existuje řada omezení, které z titulu jejího koncipování mohou být více rozpracovány. Může to být poměrně krátké časové období, které se problematice politické komunikace věnuje. Je to z důvodu nasycení výzkumného vzorku s ohledem na relevanci prezentovaných výsledků. Rozšíření výzkumného období na celý čtyřletý politický cyklus by mohlo ukázat zajímavé poznatky o koncipování politické komunikace v prostředí českých médií. Rozsahem však takový výzkum přesahuje možnosti diplomové práce a jedná se o velice rozsáhlou studii politické komunikace.

Výzkum by mohl být případně rozšířen o další proměnné v oblasti sledovaných charakteristik. Hospodářskou politiku lze analyzovat na základě celé řady ekonomických ukazatelů, které se více či méně odvíjí od vývoje tržního prostředí. Lze hovořit o tématech týkajících se nezaměstnanosti, fondového systému sociálního zabezpečení, vládních investičních výdajů apod. Mimo rozšíření samotného výzkumu lze rozšířit i počet sledovaných médií na celý mediální trh, případně lze porovnat tuzemská média s mediálním pokrytím voleb v okolních zemích.

Samotný výzkum zkomplikoval počet úspěšných politických stran, které v rámci analýzy byly zohledněny z titulu zisku více než 5 % ze všech voličských hlasů. Počet celkem devíti stran, které se do dolní komory Parlamentu České republiky probojovaly, však dobře ukazuje na roztržštěnost, nekonzistentnost a tendence k jisté formě extremismu v rámci voličských preferencí, které lze pozorovat nejen v České republice. Strany ve svých programech vycházejí z celospolečenských témat, aktuálních hrozeb a nabízejí celou řadu východisek včetně dosud neuplatňovaných a mírně alternativních metod. Právě takové strany si získaly výraznou přízeň voličské obce a tím i silné postavení v rámci Poslanecké sněmovny České republiky.

Summary

The aim of this study is to outline the media image of Parliamentary elections to the Chamber of Deputies in Czech Republic in October 2017. As media representatives were chosen Czech journals *Hospodářské noviny* and *Lidové noviny*. It could be stated that political topics are widely covered by Czech media system generally. It is also a major public concern about political competence in their mandate that elections distribute. Overall publicity mostly focuses on party leaders who are presenting, evaluating and explaining the suggested politics to the medias and the public who stand also as voters in the case of elections. Politician is supposed to prove his/her own capability and skills to benefit to the public welfare through his decisions, thoughts and actions.

Analysis covers the period of two months before the elections and the media space given to each political party that succeeded in the elections. Texts subjected to the analysis were provided by media archive of Newton Media that collects the published texts amongst the major Czech media structures. Keywords used were set to “volby 2017” (“the elections 2017”) and “Poslanecká sněmovna” (“the Chamber of Deputies”) that should include the media coverage of the subjected topic. In total of 298 texts were analyzed only 272 as the difference was irrelevant to the subject or duplicated the already included texts.

The thesis consisted of three crucial parts of theoretical, methodological and explorative research. The theoretical part shows the idea background of each political party, their election program and brief history including the important characters of the party. The methodological part explains the theory of mass media systems, political parallelism in media theory, theory of political business cycles and the theory of quantitative content analysis. In the explorative part are described the main and the subsidiary research questions, relevant hypotheses and the results of the analysis presented at a number of diagrams and visualizations.

When evaluating the results of the analysis, the biggest media space was given to ANO movement as the party leader, namely Andrej Babiš, figures as a controversial character connected to some affairs of inappropriate applying for European subsidies and is widely discussed amongst media in general. His political movement was also presented as the front-runner in election surveys. There were also many articles about ČSSD and less about TOP 09, ODS and SPD movement. The media offered an objective perspective to the election programs but there appeared also negative attitude in the texts mentioning the nonspecific content of election programs, their brief and short-term visions and proposals. This situation is empowering the alternative parties, excluding the traditional ones and encouraging the extremist movements and is going beyond borders of the Czech Republic.

Speaking of the media perspective, more articles were published in Lidové noviny in comparison with their competitor. The amount of texts published is growing during the time but not coherently with peaks and dips depending on the most important topics at a time. We proved also the trend of increase in informing about electoral programs the closer the elections get. The main person representing the party was its own leader. The analysis has shown that also Czech policy makers are behaving according to the theory of political business cycles. When the elections are drawing closer the politicians are tending to favor the policies with higher expenditure rate focusing on social politics, infrastructure investments or lowering tax rates. The real economic effect of these policies comes after the elections when the policy makers tend to stabilize the economy by opposite process such as decrease in investments, increase in tax rates etc. The study exclude the situation after the elections but the pre-election period has shown the described characteristics.

Elektronické zdroje

COX, Paulo. *The Media And The Political Business Cycle. MBA & Educación Ejecutiva* [online]. Copyright © Toulouse School of Economics, 2012. [cit. 20.11.2018]

Dostupné

z: https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/jmp1_cox.pdf?fbclid=IwAR3tvPuBPFEomBK_TRXOp06OuYqUorjimDzaK1pnt5ExDqUXJw3wBJ_JmIc

Volby.cz - Český statistický úřad | ČSÚ. *Volby.cz - Český statistický úřad | ČSÚ* [online].

Copyright © Český statistický úřad, 2018 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.volby.cz>

Program | ANO, bude líp. [online]. Copyright © 2017 ANO [cit. 14.02.2018]. Dostupné

z: <https://www.anobudelip.cz/cs/volby/program/>

4 pilíře – Program – ODS – Občanská demokratická strana. *ODS – Občanská demokratická strana* [online]. Copyright © [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.ods.cz/programy>

Pirátská strana. *Pirátská strana* [online]. Copyright ©x [cit. 14.02.2018]. Dostupné

z: https://www.pirati.cz/assets/pdf/program_cerne_na_bilem.pdf

Nové myšlenky pro novou dobu. *Pirátská strana* [online]. Copyright © [cit. 14.02.2018].

Dostupné z: <https://www.pirati.cz/program/>

Volby.cz - Český statistický úřad | ČSÚ [online]. Dostupné

z: <https://www.volby.cz/pls/senat/se1111?xjazyk=CZ&xdatum=20161007&xv=1&xt=1>

Naše strana | Komunistická strana Čech a Moravy [online]. [cit. 14.02.2018]. Dostupné

z: <https://www.kscm.cz/cs/nase-strana>

Náš program | Komunistická strana Čech a Moravy. [online]. Copyright © KSČM [cit. 09.05.2019].

Dostupné z: <https://www.kscm.cz/cs/nase-strana/program>

ENCYKLOPEDIIE ČSSD: Historie ČSSD [online]. Copyright © 2013 ENCYKLOPEDIIE ČSSD. [cit. 14.02.2019]. Dostupné z: <http://historiecssd.cz>

Hospodářské noviny - Národní technická knihovna. [online]. Copyright © 2006 [cit. 09.05.2018].

Dostupné z: <https://www.techlib.cz/cs/83449-hospodarske-noviny>

Economia. *Economia* [online]. Copyright © 2019 [cit. 10.05.2018]. Dostupné

z: <https://www.economia.cz/o-nas/>

Unie vydavatelů ČR - VÝZKUM ČTENOSTI TISKU - MEDIA PROJEKT. [online]. Copyright © 2013 Unie vydavatelů ČR [cit. 15.05.2018]. Dostupné

Česká strana sociálně demokratická. *Česká strana sociálně demokratická – Svoboda, spravedlnost, solidarita* [online]. Copyright ©x [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.cssd.cz/data/files/program-210x210-seda.pdf>

KDU-ČSL - Historie. [online]. Copyright © 1997 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://kdu.cz/o-nas/historie>

KDU-ČSL - Kdo jsme. [online]. Copyright © 1997 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://kdu.cz/o-nas/kdo-jsme>

Programová východiska a principy | TOP 09. *TOP 09* [online]. Copyright © 2009 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.top09.cz/proc-nas-volit/programova-vychodiska-a-principy/>

Strana TOP 09 a hnutí Starostové a nezávislí podepsaly smlouvu o spolupráci | TOP 09. *TOP 09* [online]. Copyright © 2009 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.top09.cz/co-delame/tiskove-zpravy/strana-top-09-a-hnuti-starostove-a-nezavisli-podepsaly-smlouvu-o-spolupraci-69.html>

Spolupráce mezi TOP 09 a STAN byla úspěšná | TOP 09. *TOP 09* [online]. Copyright © 2009 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.top09.cz/proc-nas-volit/spoluprace-se-stan/spoluprace-mezi-top-09-a-stan-byla-uspesna-21659.html>

Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR - Ministerstvo vnitra České republiky. *Úvodní strana - Ministerstvo vnitra České republiky* [online]. Copyright © 2018 Ministerstvo vnitra České republiky [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/volby-do-poslanecke-snemovny-parlamentu-cr-246069.aspx>

Volby se blíží. ČT znovu připravuje 14 debat a jednu Superdebatu — ČT24 — Česká televize. *Česká televize* [online]. Copyright © [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/2200750-volby-se-blizi-ct-znovu-pripravuje-14-debat-a-jednu-superdebatu>

STEM – volební preference – červen 2017 | Stem.cz. *Stem.cz | nezisková organizace* [online]. Copyright © Copyright Stem [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/stem-volebni-preference-cerven-2017/>

SANEP - Průzkum veřejného mínění - Veřejné výstupy. *SANEP - Průzkum veřejného mínění* [online]. Copyright © 2008 [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: <http://www.sanep.cz/pruzkumy/volebni-potencial-rijen-2017-publikovano-10-10-2017/>

Stranické preference a volební model v září 2017 - Centrum pro výzkum veřejného mínění. [online]. Copyright © 2017 CVVM [cit. 14.02.2018]. Dostupné

z: <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/tiskove-zpravy/politicke/volby-a-strany/4418-stranicke-preference-a-volebni-model-v-zari-2017>

Sněmovní volební model MEDIAN. *MEDIAN* [online]. Copyright © 2017 MEDIAN [cit. 14.02.2018]. Dostupné z: http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/2017/10/MEDIAN_Snemovni_volebni_model_2017_10.pdf

Hospodářské noviny - Národní technická knihovna. [online]. Copyright © 2006 [cit. 09.05.2019]. Dostupné z: <https://www.techlib.cz/cs/83449-hospodarske-noviny>

JIRÁK, Jan. Pro pár hlasů navíc. *Revue pro média* [online]. 2002. č. 3 [cit. 2018-01-21]. Dostupný z: http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Revue03/glosa_jirak_03.htm

VLADYKA, Milan. Stereotypizace. *Revue pro média* [online]. 2004. č. 9 [cit. 2018-01-21]. Dostupný z: <http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/stereotypizace.htm>

Knižní zdroje

KLÍMA, Michal. *Volby a politické strany v moderních demokraciích*. Praha: Radix, 1998. 273 s. ISBN 80-86031-13-6.

SCHULZ, Winfried, Helmut SCHERER, Lutz M. HAGEN, Jakub KONČELÍK a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3. nezměněné vydání. Praha: Karolinum, 2011. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze. 149 s. ISBN 978-80-246-1980-4.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚ CHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

ŠARADÍN, Pavel. *Politické kampaně, volby a politický marketing*. Vyd. 1. V Olomouci: Periplum, 2007. 142 s. ISBN 978-80-86624-36-5.

PICKERING, Michael. *Stereotyping: the politics of representation*. New York: Palgrave, 2001. 264 s. ISBN 0-333-77210-5.

MEYER, Thomas. *Media Democracy. How the Media Colonize Politics*. Cambridge, UK: Wiley-Blackwell, 2002. 166 s. ISBN 0-7456-2844-3.

McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. S českou předmlouvou Jana Jiráka. Vyd. 3. Praha: Portál, 2007. 448 s. ISBN 978-80-7367-338-3.

McNAIR, Brian. *An Introduction to Political Communication*. 3rd ed. London: Routledge, 2003. 250 s. ISBN 0-415-30708-2.

- McCOMBS, Maxwell. *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*. 1st ed. Cambridge: Polity, 2004. 184 s. ISBN 0-7456-2313-1.
- JIRÁK, Jan; ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Politická komunikace a média*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2000. 163 s. ISBN 80-246-0182-6.
- JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. 208 s. ISBN 978-80-7367-287-4.
- JABLONSKI, Andrzej a kol. *Politický marketing*. Vyd. 1. Brno: Barrister & Principal, 2006. 203 s. ISBN 80-7364-011-2.
- GANS, Herbert. *Deciding What is News*. 1st ed. Evanston: Northwestern University Press, 2004. 393 s. ISBN 0-8101-2237-5.
- BURTON, Graeme; JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Vyd. 1. Brno: Barrister & Principal, 2001. 391 s. ISBN 80-85947-67-6.
- HALLIN, Daniel C.; MANCINI, Paolo. *Systémy médií v postmoderním světě*. Praha: Portál, 2008. 342 s. ISBN 978-80-7367-377-2.
- HOLMAN, Robert. *Ekonomie*. 4. aktualiz. vyd. Praha: C. H. Beck, 2005. 696 s. ISBN 978-80-7179-891-0.
- ROGOFF, Kenneth. *Equilibrium Political Budget Cycles*. Vol. 80, No. 1. The American Economic Review, 1990.
- OSVALDOVÁ, B., HALADA, J. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri, 2007, s. 244–245
- SLANÝ, A., a kol. *Makroekonomická analýza a hospodářská politika*. 1.vyd. Praha: C. H. Beck, 2003, 375 s. ISBN 80-7179-738-3.
- ŽÁK, Milan, a kol. *Vnitřní a vnější podmínky restrukturalizace a hospodářská politika v ČR*. 1.vyd., Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2001, 244 s. ISBN 80–245-0257-7.
- ŽÁK, Milan. *Politicko-ekonomický cyklus*. Politická ekonomie, 1998, č. 4, s. 471–480. ISSN 0032-3233.
- ŽÁK, Milan. *Hospodářská politika*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2006. 210 s. ISBN 80-86730-04-2.
- STIGLITZ, Joseph E. *Ekonomie veřejného sektoru*. 1. vyd. Praha: Grada, 1997. 661 s. ISBN 80-7169-454-1.
- PERSSON, T., TABELLINI, G. *Political Economics – Explaining Economic Policy*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2000. 533 s. ISBN 0262161958.

Seznam grafů a tabulek

Graf 1 Agentura STEM	22
Graf 2 Agentura SANEP	23
Graf 3 CVVM.....	24
Graf 4 Agentura MEDIAN a Kantar TNS.....	25
Graf 5 VÝSLEDKY VOLEB.....	26
Graf 6 Počet článků o politických stranách v jednotlivých týdnech dle deníku.....	47
Graf 7 Počet článků s odkazem na volební program ve vybraných týdnech roku.....	48
Graf 8 Umístění článků dle deníku.....	49
Graf 9 Počet článků o politických stranách dle deníku	50
Graf 10 Počet článků o politických stranách v jednotlivých týdnech roku v Lidových novinách	51
Graf 11 Počet článků o politických stranách v jednotlivých týdnech roku v Hospodářských novinách.....	51
Graf 12 Procentuální zastoupení témat v kategorii „JINÉ”	52
Graf 13 Četnost témat v kategorii „JINÉ” dle deníku	53
Graf 14 Rozsah textů dle deníku	54
Graf 15 Fotografická dokumentace	54
Graf 16 Žurnalistický žánr textů dle deníku	55
Graf 17 Odkaz na volební program strany	56
Graf 18 Odkaz na volební program strany dle deníků v čase.....	57
Graf 19 Předseda jako hlavní postava – absolutní četnost	60
Graf 20 Předseda jako hlavní postava – relativní četnost.....	60
Graf 21 Projev pochybnosti o věrohodnosti politického tvrzení dle deníku	61
Graf 22 Četnost výskytu návrhů na zvýšení vládních výdajů	63
Graf 23 Četnost výskytu sentimentu v textu dle deníku.....	64
Tabulka 1 Kandidující strany	21
Tabulka 2 Vyhodnocení zvolených hypotéz.....	66

Schváleno
M

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Lerch Jakub	Razítko podatelny: <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd Došlo dne: 25-05-2017 -1- Čj. 2390 Příloh. Přidělena: </div>
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2016	
E-mail diplomantky/diplomanta: kuba.lerch@gmail.com	
Studijní obor/forma studia: Mediální a komunikační studia	
Předpokládaný název práce v češtině: Hospodářská politika v kontextu parlamentních voleb 2017 – komparativní obsahová analýza	
Předpokládaný název práce v angličtině: Economic Policy in Parliament election context in 2017- Comparative 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 2017/2018	
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Cílem práce bude komparace stanovisek k hospodářské politice v rámci volebních programů zvolených politických stran v průběhu voleb na podzim roku 2017. Obsahem se pokusí popsat a porovnat mediální obraz zainteresovaných stran vztažený k ekonomickým ukazatelům obsažených ve vybraných českých denících v průběhu předvolebního období v rozsahu 3 měsíců před volbami. Hospodářský program je nedílnou součástí každého politického volebního programu a hraje významnou roli při rozhodování voličů o umístění jejich hlasu. Hospodářská politika je určující pro prosperitu celého státu a zakládá tak blahobyt jejich občanů. Součástí práce tak bude komparace volebního programu stran s mediálním obrazem hospodářské politiky těchto stran. Význam práce spočívá především v úspěšnosti komunikace svého volebního programu hospodářské politiky prostřednictvím médií směrem k veřejnosti.	
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Práce se pokusí představit komplexní porovnání mediálního obrazu politických stran, které se dostaly do poslanecké sněmovny, v českém mediálním prostředí na základě četnosti výskytu textů žánru publicistického a zpravodajského o hospodářském programu stran ve vybraných tištěných denících, jejich rozsahu či umístění v rámci daného média. Součástí bude také míra korelace mezi daným volebním programem a mediální interpretací, explicitní vazba na pravo-levé rozdělení politické scény v závislosti na deklarované orientaci politických stran nebo jaká témata z hospodářského programu politických stran byla médii nejčastěji akcentována.	
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): 1. Úvod 2. Teoretická část práce 2.1. Hospodářská politika 2.2. Politické programy zvolených stran 2.3. Profil Lidových novin 2.4. Profil Hospodářských novin 3. Analytická část 3.1. Kvantitativní obsahová analýza 3.2. Stanovení výzkumné otázky a hypotéz	

3.3. Výsledky výzkumu

3.4. Srovnání

4. Závěr

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):

Jako podkladový materiál pro tuto diplomovou práci budou zvoleny texty publikované v tištěných denících Lidové noviny a Hospodářské noviny. Texty budou jak publicistického, tak zpravodajského žánru. Časový rámec analyzovaného vzorku bude ohraničen třemi měsíci před parlamentními volbami 2017. Podklady budou získány na základě výsledků vyhledávání v rámci mediálního archivu.

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Jako výchozí metoda pro analytickou část práce bude zvolena kvantitativní obsahová analýza. Kódovací jednotka této analýzy pak bude text publikovaný v denících Lidové noviny a Hospodářské noviny.

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

VODIČKA, Karel a Ladislav CABADA. Politický systém České republiky: historie a současnost. 3. vyd. Praha: Portál, 2011. ISBN 978-80-7367-893-7.

Kniha obsahuje analýzu všech základních oblastí významných pro fungování politického života i řadu důležitých faktografických údajů vztahujících se k českému politickému životu. Pozornost je věnována historickému vývoji, vztahu mezi občany a politiky i perspektivám české politické kultury.

JIRÁK, Jan, ŘÍCHOVÁ, Blanka. Politická komunikace a média. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-246-0182-6.

Výbor statí s názvem „Politická komunikace a média“, jehož editoři, Jan Jirák a Blanka Říchová, do něj zařadili a přeložili sedm prací od šesti různých autorů, spojených zájmem o problematiku role komunikace v rozhodovacích procesech celospolečenského rozměru.

KLÍMA, Michal. Volby a politické strany v moderních demokraciích. Praha: Radix, 1998. ISBN 80-86031-13-6.

Autor, na základě rozsáhlého historického i teoretického materiálu, analyzuje v první části knihy funkce a typy politických stran a jejich úlohu při řešení sociálně politických rozporů. Ve druhé části se zabývá problematikou voleb a volebních systémů.

TRAMPOTA, Tomáš, VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.

Cílem knihy je seznámit čtenáře s metodami užívanými při výzkumu médií. Svou koncepcí kniha obsahuje jak zásady komerčního výzkumu médií (výzkum sledovanosti, měření efektivity reklamy), tak i akademického (výzkum mediálních organizací, analýza reprezentace, interpretace textu). Jednotlivé metodické postupy jsou rozebrány na praktických příkladech z českých médií.

SCHULZ, Winfried, Helmut SCHERER, Lutz M. HAGEN, Jakub KONČELÍK a Irena REIFOVÁ. Analýza obsahu mediálních sdělení. 3. nezměněné vydání. Praha: Karolinum, 2011. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze. ISBN 978-80-246-1980-4.

Druhé, přepracované vydání knihy poskytující úvod do problematiky politické komunikace a obsahové analýzy masově mediovaných textů. První část publikace tvoří tři texty sociologů z univerzity v Erlagenu-Norimberku, vypracované v rámci společného projektu s FSV UK.

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)

- BALÍČKOVÁ, Anna. *Mediální zarámování koaličních vyjednávání po*

volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2006 (na příkladech MF dnes a Práva). Praha : FSV UK, IKSŽ, Katedra mediálních studií, 2009.
Diplomová práce (vedoucí práce: PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D.).

- HOTOVÁ, Jana. *Proměny mediálního obrazu parlamentních politických stran v předvolebních kampaních 1998, 2002 a 2006*. Brno : FSS MU, MKS, Katedra mediálních studií, 2009.
Bakalářská práce (vedoucí práce: PhDr. Jaromír Volek, Ph.D.).
- JAVORSKÝ, Marián. *Rámování volebního zpravodajství 2006 na příkladu deníků Právo a Lidové noviny*. Praha : FSV UK, IKSŽ, Katedra mediálních studií, 2008.
Bakalářská práce (vedoucí práce: PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D.).
- JEŘÁBKOVÁ, Pavla. *Mediální reprezentace politiků ve zpravodajství*. Praha : FSV UK, IKSŽ, Katedra mediálních studií, 2009.
Diplomová práce (vedoucí práce: PhDr. Tomáš Trampota, Ph.D.)

Datum / Podpis studenta/ky

25.5.2017

dwj

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Bude třeba vyjasnit, zda v práci půjde primárně o politické strany (jejich vlastní komunikaci ekonomických programů/politik) nebo média (re-prezentující). Není tvrzení o důležitosti hospodářské politiky - prosperitě pro CELÝ stát a blahobyt občanů (všech?) - vysoce ideologické?

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.

Křeček Jan

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

24.5.17

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 PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

Seznam příloh

1. Příloha č. 1: Kódovací kniha (seznam)
2. Příloha č. 2: Kódovací arch (tabulka)

Přílohy

Příloha č. 1: Kódovací kniha:

P1 Pořadí analyzovaného článku

1–x

P2 Politická strana / osobnost

- 1) ANO
- 2) ODS
- 3) Pirátská strana
- 4) SPD
- 5) KSČM
- 6) ČSSD
- 7) KDU-ČSL
- 8) TOP 09
- 9) STAN
- 10) JINÉ

P3 Datum vydání článku

Formát: DD:MM:RRRR

P4 Médium

- 1) Hospodářské noviny
- 2) Lidové noviny

P5 Rozsah článku

- 3) do 250 slov
- 4) 251 – 500 slov
- 5) nad 501 slov

P6 Umístění článku v novinách

Formát: Titulní strana, 2, 3...

P7 Přítomnost fotografie

- 1) ano
- 2) ne

P8 Volební program

- 1) ano
- 2) ne

P9 Styl textu

- 1) zpravodajský
- 2) publicistický

P10 Hlavní téma

- 1) ano
- 2) ne

P11 Hlavní téma textu

- 1) Volby
- 2) Politické osobnosti
- 3) Politické strany
- 4) Hospodářská politika
- 5) Evropská unie
- 6) Ostatní

P12 Sentiment

- 1) –
- 2) N
- 3) +

P13 Věrohodnost

- 1) ano
- 2) ne

P14 Fiskální politika

- 1) ano
- 2) ne

P15 Název článku

P16 Den v týdnu

- 1) 2
- 2) 3
- 3) 4
- 4) 5
- 5) 6
- 6) 7

P17 Týden v roce

- 1) 33
- 2) 34
- 3) 35
- 4) 36
- 5) 37
- 6) 38
- 7) 39
- 8) 40
- 9) 41
- 10) 42