

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Bakalářská práce

2014

Bc. Tomáš Baierl

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Bc. Tomáš Baierl

Analýza fotografií českých prezidentských kandidátů v médiích

Bakalářská práce

Praha 2014

Autor práce: **Bc. Tomáš Baierl**

Vedoucí práce: **Mgr. Jana Teplá**

Rok obhajoby: **2014**

Bibliografický záznam:

BAIERL, Tomáš. *Analýza fotografií českých prezidentských kandidátů v médiích*. Praha, 2014. Str. 89. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Jana Teplá.

Anotace

Tato práce zkoumá prostřednictvím obsahové analýzy fotografií vybraná česká periodika (Mladá fronta DNES, Hospodářské noviny, Blesk, Právo) v období před přímou volbou prezidenta v roce 2013. První přímá volba prezidenta v dějinách země je téma, které doposud nebylo zpracováno z podobného hlediska, proto je tato práce svým způsobem unikátní. Výzkumné otázky v praktické části práce se zaměřují na velikost fotografie, na frekvenci zobrazování, umístění fotografie na titulní stranu, na souvislost s politickou orientací periodika a souvislost s výzkumy veřejného mínění. Samotná obsahová analýza disponuje více jak jedním tisícem řádků dat a jejím výstupem je několik proměnných, například velikost fotografie, číslo strany, souvislost fotografie s povoláním kandidáta, téma fotografie nebo prostředí fotografie. Samotný důraz na vysoké množství vstupních dat zaručuje dostatečný vzorek ke zkoumání, který ve svém důsledku zvyšuje relevanci práce. Za jeden z nejvýznamnějších závěrů práce můžeme označit odpověď na výzkumnou otázku, zda některá z periodik preferovala jednoho nebo více prezidentských kandidátů. Závěrem anotace je třeba uvést, že teoretické ukotvení práce vychází z pojmu agenda-setting a významu fotografie v médiích, přičemž větší část práce je věnována samotnému výzkumu.

Abstract

This thesis examines by using content analysis the selection of photos in some Czech newspaper (Mladá fronta DNES, Hospodářské noviny, Blesk, Právo) before the first direct presidential election in 2013. First direct presidential election in the country's history is a topic that has not been treated in a similar method, therefore this work is in its focus. Research questions in the empirical part are focused on photograph size, the frequency of posting the photographs, positioning photographs on the front page, the connection to political orientation and the connection to polls. Content analysis has more than one thousand rows of data. The output is several variables, such as photograph size, page number, connection to candidate's profession, theme of the picture or photo environment. The focus is placed on the high amount of input data, and this ensures a sufficient sample to study, which in effect increases the relevance of the work. Finally, the theoretical basis for the work is based on the concept of agenda-setting and the importance of photographs in the media.

Klíčová slova

Obsahová analýza, obsahová analýza fotografií, fotografie, fotografie prezidentských kandidátů prezidentská volba, agenda-setting, Mladá fronta, Hospodářské noviny, Blesk, Právo

Keywords

Content analysis, content analysis of photographs, photographs, photographs of the presidential candidates, presidential election, agenda-setting, Mladá fronta, Hospodářské noviny, Blesk, Právo

Rozsah práce

132 998 znaků

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu. Dále prohlašuji, že tato práce nebyla použita k získání jiného titulu, a souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 20. července 2014

.....

Bc. Tomáš Baierl

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval Mgr. Janě Teplé za přínosné podněty, trpělivost a obětavost, se kterou se této práci věnovala. Bez jejího odborného vedení by tato práce v žádném případě nedosahovala patřičné kvality.

1	Obsah	
2	Úvod.....	2
3	Teoretická část	3
3.1	Kontext tématu	5
4	Praktická část	7
4.1	Metodologie	7
4.1.1	Použitá metoda.....	7
4.1.2	Výběr vzorku	9
4.1.3	Kódovací kniha	12
4.2	Výzkumné otázky a hypotézy	15
4.3	Vypracování	16
4.3.1	Ověření I. hypotézy:	18
4.3.2	Ověření II. hypotézy:	20
4.3.3	Ověření III. hypotézy.....	29
4.3.4	Ověření IV. hypotézy:.....	35
4.3.5	Ověření V. hypotézy:.....	36
4.3.6	Ověření VI. hypotézy:.....	38
5	Závěr	39
5.1	Summary	40
6	Zdroje.....	42
6.1	Publikace	42
6.2	Internetové zdroje.....	43
6.3	Zkoumaná periodika.....	45
7	Seznam grafů a tabulek v textu	46

2 Úvod

Tato práce hodnotí přístup a potenciální vliv českých tištěných médií na průběh důležité porevoluční kapitoly politického života, kapitoly, jež rozdělila přibližně na rok společnost a de facto vede k politickému štěpení ve společnosti i v dnešních dnech. Touto kapitolou je myšlena první přímá volba prezidenta v České republice, která může mít v krajním případě přesah do vnímání České republiky jako země s převahou parlamentu. Prezidentská volba jako taková nabídla velké množství mediálních výstupů, ať už se jedná o kampaně samotné nebo například televizní debaty, které se se železnou pravidelností objevovaly na obrazovkách našich přijímačů. Tato bakalářská práce se však nevěnuje skutečnostem, které přímo ovlivňovaly týmy poradců a mediálních odborníků, ale zabývá se rozбором významných českých denních periodik¹ a jejich případné snaze preferovat jednotlivé kandidáty v rámci volby prezidenta České republiky. Zveřejňování fotografií prezidentských kandidátů je analyzováno v několika rovinách například v souvislosti s výzkumy veřejného mínění nebo s politickou orientací vybraných deníků, výzkumné otázky tedy také zkoumají, jaké důvody vedly k umístění fotografií prezidentských kandidátů na stránkách vybraných periodik.

Samotná analýza jednotlivých periodik nevychází z titulků, úvodníků nebo textu novinových článků, ale především z periodicity a velikosti fotografií jednotlivých prezidentských kandidátů. Vzhledem k tomu, že tato práce zkoumá problematiku prostřednictvím kvantitativního hlediska, nelze přistoupit k sémiotické analýze, která by výsledek zúžila na analýzu několika fotografií a nebyla by schopna komplexně zodpovědět výzkumné otázky. Z důvodu analýzy velkého množství dat je v této práci použita obsahová analýza fotografií, která je svojí charakteristikou pro podobný rozbor denního tisku vhodná. Tato práce umožňuje jedinečný náhled na jednotlivá periodika z neobvyklé perspektivy, která mimo jiné podhaluje preference redakcí v tehdy nadcházejících prezidentských volbách.

¹ Periodika byla vybrána jako zástupce médií především z důvodů tradičního spojení fotografie a denního tisku a jejich dostupnosti v Národní knihovně.

3 Teoretická část

Vzhledem ke specifickým cílům této práce se mi v rámci studia odborné literatury nepodařilo najít žádný relevantní zdroj pro podobný druh výzkumu fotografií kandidátů. Proto nelze vycházet z minulých výzkumů v rámci teoretického ukotvení práce, z tohoto důvodu byla provedena rešerše odborné literatury týkající se teorie fotografie a jejího významu spolu s teorií agenda-setting.

Samotná fotografie je klíčová pro vznik nové vizuální epochy. V této epoše, která částečně nahrazuje tolik známou „Gutenbergovu galaxii“², získává v mezilidské komunikaci velký význam obraz.³ Lidé si velmi často pročítají magazíny s velkým počtem vizuálních doplňků, a naopak reklamní agentury využívají fotografie k propagaci výrobků. Obrazy mohou mít dominantní vliv na vnímání okolí a sama sebe, Jaroslav Vančát jako příklad tohoto vlivu uvádí nasměrování k sebevraždě v případě reklamních zobrazení krásy a jejich dopadu na dívky s anorexií.⁴ Fotografie dále mohou mít dominantní vliv na vnímání problematiky, která je pro příjemce příliš vzdálená, například fotografie z válečných konfliktů nebo využití fotografií v propagandě⁵, jako příklad uvedu notoricky známou fotografii popálené holčičky napalmem od fotografa Huálnha Cõng "Nicka" Uta z Vietnamské války.⁶ Tato fotografie byla schopná přenést poznání vzniklé z hrůz války snad do každé americké domácnosti a přispět k významnému rozvoji protiválečného úsilí.

Posláním fotografie v médiích je zprostředkovávat pocit, že je čtenář očitým svědkem. Čtenáři fotografie dokonce naznačuje, že se jedná o přesnější a důvěryhodnější informaci než psané slovo.⁷ Právě důvěryhodnost fotografie je ale

² MCLUHAN, Herbert Marshall. *Člověk, média a elektronická kultura: výběr z díla..* Vyd. 1. Brno: Jota, 2000, strana 105. ISBN 80-721-7128-3.

³ SZTOMPKA, Piotr. *Vizuální sociologie: fotografie jako výzkumná metoda.* Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství, 2000, strana 12., [32] s. barev. obr. příl. ISBN 978-80-86429-77-9.

⁴ VANČÁT, Jaroslav. *Vývoj obrazivosti od objektu k interaktivitě: gnozeologické předpoklady analýzy obrazové stránky nových médií.* Vyd.1. Praha: Karolinum, 2007, strana 8, [32] s. barev. obr. příl. ISBN 978-802-4616-254.

⁵ VANČÁT, Jaroslav. *Vývoj obrazivosti od objektu k interaktivitě: gnozeologické předpoklady analýzy obrazové stránky nových médií.* Vyd.1. Praha: Karolinum, 2007, strana 8, [32] s. barev. obr. příl. ISBN 978-802-4616-254.

⁶ ČT24, ČTK. Fotografie, která urychlila konec vietnamské války. *Česká televize: Zpravodajství* [online]. s. 2, 1.6.2012 20:00 [cit. 2014-07-14]. Dostupné z: <http://www.ceskatelivize.cz/ct24/svet/179531-fotografie-ktera-urychlila-konec-vietnamske-valky/>

⁷ OSVALDOVÁ, Barbora a Filip LÁB. *Zpravodajství v médiích: manipulace fotografií v digitální éře.* 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011, strana 88. ISBN 978-802-4618-999.

v posledních několika letech snadno napadnutelná díky možnostem moderní digitální fotografie,⁸ přesto čtenář dál prahne po dalších „kopiích reality“ a tím dává prostor novinářským domům plnit stránky svých deníků dalšími a dalšími fotografiemi. Mezi nejvýznamnější výhody fotografie, respektive fotožurnalismu, patří schopnost zastavit čas, rychlost zprostředkování, názornost a snadné zapamatování objektu nebo situace.⁹ Jak bylo uvedeno v úvodu práce, přímá volba prezidenta se stala milníkem českého politického systému a v médiích jí i kandidátům byl věnován dostatečný prostor. Z výše uvedeného je zřejmé, že pokud fotografie pomáhá k zapamatovatelnosti kandidáta nebo dokonce k důvěře v kandidáta, samotné zobrazování fotografií je přínosem pro vedení volební kampaně.

Po zhodnocení významu fotografie v médiích je nezbytné vysvětlit pojem agenda-setting. Agenda-setting, česky nastolování témat, je termín, který byl poprvé použit Maxwellem E. McCombsem a Donaldem L. Shawem ve studii *The Agenda-Setting Function of Mass Media* v roce 1972.¹⁰ Teorie agenda-setting spočívá v soustředění profesionálního zájmu médií na témata, kterým je věnován určitý prostor, naopak některá témata jsou zhodnocena jako okrajová, popřípadě nedůležitá a mohou být zcela opominuta.¹¹ Pokud změním vyznění termínu „téma“, které v původní myšlence představuje celou prezidentskou volbu, na jednotlivé prezidentské kandidáty dostává agenda-setting nový rozměr v podobě upřednostňování jednoho kandidáta před druhým ať již formou textu nebo fotografie. V případě textu jistě svoji roli hraje pozitivní nebo negativní vyznění článku, na druhou stranu u fotografie takový argument nemusí být v případě prezidentské volby relevantní (viz. níže).

Agenda-setting mimo jiné používá jako nástroj kvantitu zpráv (počet fotografií v jednotlivých denících) a redakční členění (např. upřednostňování na titulní straně)¹²,

⁸ LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu: manipulace fotografií v digitální éře*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2009, strana 102. ISBN 978-802-4616-476.

⁹ OSVALDOVÁ, Barbora a Filip LÁB. *Zpravodajství v médiích: manipulace fotografií v digitální éře*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011, strana 89. ISBN 978-802-4618-999.

¹⁰ URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění: manipulace fotografií v digitální éře*. Vyd. 1. Ilustrace Zdeněk Prošek. Praha: Grada, 2011, strana 95. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-802-4735-634.

¹¹ MCCOMBS, Maxwell E, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Agenda setting: nastolování agendy - masová média a veřejné mínění*. Vyd. 1. Ilustrace Zdeněk Prošek. Praha: Portál, 2009, strana 26. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-807-3675-912.

¹² URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění: manipulace fotografií v digitální éře*. Vyd. 1. Ilustrace Zdeněk Prošek. Praha: Grada, 2011, strana 95. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-802-4735-634.

právě na tyto dva aspekty se práce zaměřuje. Z tohoto důvodu je pro zodpovězení výzkumných otázek potřeba analyzovat velké množství vstupních dat.

3.1 Kontext tématu

Samotná prezidentská volba není předmětem této práce, ale pro pochopení souvislostí nastíním její základní parametry. Skutečná politická debata na toto téma začala v roce 2010, kdy legislativní rada vlády začala na základě programového prohlášení vlády ODS, TOP 09 a VV¹³ připravovat ústavní zákon uzákoňující změnu ve volebním systému. Tento ústavní zákon byl schválen 14. prosince 2011 Poslaneckou sněmovnou Parlamentu ČR, 8. února 2012 Senátem Parlamentu ČR, podepsán byl 17. února 2012 tehdejším prezidentem ČR Václavem Klausem a 1. října 2012 vstoupil v platnost. Svoji roli ve schvalovacím procesu nesl i prováděcí zákon č. 275/2012 Sb. (tento zákon mimo jiné upravoval podrobnosti navrhování kandidátů, vyhlásování a provádění voleb, vyhlásování výsledků voleb a případný soudní přezkum¹⁴), který byl nakonec bez problémů schválen a vešel v platnost ve stejný den jako výše zmíněný ústavní zákon. Podstatné podmínky pro kandidaturu jsou stanoveny pasivním volebním právem pro kandidáty na prezidenta ČR totožným s pasivním volebním právem pro senátory s výjimkou, která neumožňuje kandidaturu prezidenta, pokud již byl dvakrát zvolen, a možnost navrhnout kandidáta na prezidenta občanem ČR starším 18 let na základě petice s 50 000 podpisy občanů nebo skupiny 20 poslanců, respektive 10 senátorů¹⁵.

Dne 1. října 2012 bylo předsedou senátu vyhlášeno datum prvního kola voleb, které bylo stanoveno na 11. - 12. ledna 2013. Šedesát šest dní před termínem voleb bylo stanoveno jako datum pro kandidáty, aby předložili petiční archy a návrhy poslanců respektive senátorů. K 6. listopadu 2012 bylo na Ministerstvo vnitra ČR podáno 20 kandidátních listin¹⁶, přičemž pouze 8 kandidátů splňovalo zákonem dané podmínky.

¹³ Přímá volba prezidenta. *Vláda České republiky: Aktuálně* [online]. 2010, 29. 11. 2010 16:19 [cit. 2014-07-14]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/prima-volba-prezidenta--78534>

¹⁴ Zákon o volbě prezidenta republiky a o změně některých zákonů (zákon o volbě prezidenta republiky). In: *Sbírka zákonů č. 275 / 2012*. Praha, 2012, částka 95 (22.8.2012).

¹⁵ Ústavní zákon, kterým se mění ústavní zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky, ve znění pozdějších ústavních zákonů. In: *Sbírka zákonů č. 71/2012*. Praha, 2012, 28 (12. 3. 2012).

¹⁶ Podrobné informace k přímé volbě prezidenta. *Ministerstvo vnitra ČR: Informační servis* [online]. 2012, s. 3 [cit. 2014-07-14]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/podrobne-informace-k-prime-volbe-prezidenta.aspx>

Kvůli nesrovnalostem v jednoduchých aritmetických výpočtech na Ministerstvu vnitra¹⁷ podali 3 kandidáti (Jana Bobošíková, Tomio Okamura a Vladimír Dlouhý) stížnost k Nejvyššímu správnímu soudu ČR, který vyhověl pouze Janě Bobošíkové a dodatečně povolil přidat její kandidátní listinu do prezidentské volby¹⁸. Díky tomuto rozhodnutí počet kandidátů na post prezidenta republiky stoupl na devět.

V prvním kole voleb zvítězil s 24,21 % Miloš Zeman (SPOZ) a na rozdíl od očekávání mnohých předvolebních průzkumů Karel Schwarzenberg (TOP 09) s 23,40 %, naopak poměrně velký odstup si od obou vítězů udržoval průzkumy preferovaný Jan Fischer (nezávislý) s 16,35 %. Překvapením voleb bylo konečné umístění kandidáta tehdy vládní strany Přemysla Sobotky (ODS) s pouhými 2,46 % na předposledním místě. Ve druhém kole voleb, které se konalo ve dnech 25. - 26. ledna 2013 zvítězil Miloš Zeman s 54,80 % nad Karlem Schwarzenbergem s 45,19 %¹⁹ a dne 8. března 2013 byl Miloš Zeman inaugurován do funkce prezidenta České republiky.

¹⁷ Z celkového počtu odevzdaných podpisů MV ČR vybralo dva vzorky podpisů. Pokud vzorky vykazovaly nějakou procentuální chybovost, například 14% a 21%, měli úředníci MV ČR zprůměrovat oba vzorky a odečíst daný podíl od celkového počtu podpisů. Úředníci však pochybili a místo toho obě čísla sečetly, díky tomu byl celkový objem neuznaných podpisů neúměrně vysoký.

¹⁸ Nejvyšší správní soud rozhodl o návrzích týkajících se registrací kandidátních listin pro volbu prezidenta republiky. *Nejvyšší správní soud ČR: Rozhodnutí správních soudů* [online]. 2012, s. 2, 13.12.2012 [cit. 2014-07-14]. Dostupné z: http://www.nssoud.cz/Nejvyssi-spravni-soud-rozhodl-o-navrzych-tykajicich-se-registraci-kandidatnich-listin-pro-volbu-prezidenta-republiky/art/914?tre_id=135

¹⁹ Volba prezidenta republiky konaná ve dnech 11.01. – 12.01.2013: Výsledek volby. Český statistický úřad: volby.cz [online]. 2012, s. 1, 14/07/2014 20:10:34 [cit. 2014-07-14]. Dostupné z: <http://volby.cz/pls/prez2013/pe2?xjazyk=CZ>

4 Praktická část

4.1 Metodologie

4.1.1 Použitá metoda

Stěžejní metodou pro tuto práci je obsahová analýza, kterou můžeme označit za kvantitativní objektivní analýzu sdělení.²⁰ Tato metoda umožňuje analyzovat velké množství dat na základě jasně daného vzorce kódování, přičemž v ideálním případě by dva výzkumy zaměřené na stejnou problematiku měly dojít k totožným závěrům.²¹ Samotná metodologie obsahové analýzy fotografií postupuje podle metodologie zmíněné v odborné literatuře, tedy přesněji ve *Visual methodologies* od G. Rose. Nejdříve byl určen zkoumaný vzorek, po té rozpracována charakteristika hodnocených znaků a jejich zapisování do kódovacího archu.²² Výběr období a zkoumaných periodik je zdůvodněn níže, ale je důležité zmínit, že oproti jiným obsahovým analýzám, tato práce nezkoumá jen stratifikovaný vzorek, cluster nebo náhodný výběr fotografií, ale všechny otištěné fotografie ve vybraných médiích čtyři měsíce před prezidentskou volbou. Není proto překvapením, že je v této práci kladen důraz na počet otištěných fotografií jednotlivých prezidentských kandidátů, přičemž mezi další důležitá kritéria patří velikost fotografie, stránka, na které je prezidentský kandidát vyobrazen, zda kandidát je ústředním motivem fotografie, případná souvislost s výkonem povolání, prostředí fotografie a téma fotografie.

4.1.1.1 Operacionalizace proměnných

- Velikost fotografie je hodnocena prostřednictvím stupnice tradičních formátů tisku A1 – A9 na základě nejbližší velikosti totožné s fotografií.
- Zda byl kandidát ústředním motivem snímku, je rozklíčováno díky hypotetické otázce: byla by fotografie otištěna, kdyby místo kandidáta stál někdo jiný? V případě, že kandidát neplní funkci ústředního motivu fotografie, většinou je v pozadí, otočen zády nebo je na fotografii

²⁰ DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: Příručka pro uživatele*. 3.vyd. Praha: Karolinum, 2000, strana 169. ISBN 80-246-0139-7.

²¹ ROSE, Gillian. *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*. 2nd ed. London: Sage, 2007, xvi, strana 62. ISBN 978-1-4129-2191-6.

²² ROSE, Gillian. *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*. 2nd ed. London: Sage, 2007, xvi, strana 54-67. ISBN 978-1-4129-2191-6.

s významnější osobností (např. s ministryní zahraničních věcí USA Hillary Clintonovou).

- Souvislost s povoláním vyrovnává případnou výhodu kandidátů, kteří se objevují v médiích nezávisle na svoji kandidatuře, za všechny jmenujme například toho času ministra zahraničních věcí Karla Schwarzenberga.
- Prostředí fotografie bylo určováno na základě patrných znaků, velmi často ale bylo přistoupeno k označení „portrét“, které zahrnuje všechny výřezy prezidentských kandidátů, u kterých nelze jednoznačně určit, o jaké prostředí se jedná. Ateliérové snímky pak charakterizují skupinu fotografií, které evidentně vznikaly focením v ateliéru před tzv. klíčovacím plátnem. Obě tyto kategorie je možno spojit dohromady, protože ani v jednom případě nelze prostředí jednoznačně určit.
- Téma fotografie je odvozeno od situace na fotografii. Pokud nešlo téma určit, byla tomuto indikátoru přiřazena kategorie politika (například v případě zmíněných portrétů) a to z důvodů přímé souvislosti umístění fotografie kandidáta díky politické participaci.

Dalšími hodnocenými znaky je umístění fotografie kandidáta v placené inzerci a to buď v rámci politické kampaně anebo v rámci reklamy na produkt třetí strany (např. knihu), dále pak jestli je fotografie součást informační grafiky (např. graf volebních preferencí spojený s fotografií prezidentských kandidátů), nebo jestli je fotografie součástí článku. Často hodnoceným indikátorem v podobných analýzách bývá pozitivní nebo negativní vyznění fotografie. V této práci je však od podobně subjektivního hodnocení ustoupeno. Analýza věnující se vyznění fotografie by musela být provedena na menším vzorku prostřednictvím hlubší sémiotické analýzy. Tato skutečnost je dána tím, že prakticky žádné otištěné fotografie nevykazovaly příklon ani k pozitivnímu ani k negativnímu vyznění a v celkovém součtu by byly z naprosté většiny neutrální.

Pro samotné vypracování je důležité zmínit, že, pokud není uvedeno jinak, do grafů jsou začleněny i fotografie prezidentských kandidátů, které přímo nesouvisí s prezidentskou volbou, ale spíše s výkonem povolání těchto kandidátů. Tento závěr vychází ze skutečnosti, že práce zpracovává fotografie prezidentských kandidátů a nikoliv fotografie prezidentských kandidátů souvisejících s prezidentskou volbou, dalším důvodem pak je, že fotografie nesouvisející s prezidentskou volbou i tak kandidáta zobrazí čtenářům denního tisku, a proto v rámci agenda-setting má fotografie

stejný význam. V následujících podkapitolách jsou vysvětlena kritéria a přístupy ke kódování jednotlivých jevů, výběr vzorku a kódovací kniha samotné obsahové analýzy.

4.1.2 Výběr vzorku

4.1.2.1 Období

Výzkum byl prováděn v období od 1. října 2012 do 26. ledna 2013, které zahrnuje 118 dní před prezidentskou volbou. Důraz na období před prezidentskou volbou a nikoliv i po ní, je v případě této práce daný skutečností, že samotné studium kandidátů nemá po proběhnutí voleb žádnou relevanci.

4.1.2.2 Periodika

Periodika, která jsou v této bakalářské práci podrobena obsahové analýze, jsou vybrána jako reprezentativní vzorek denního tisku v České republice na základě četnosti čtení, celostátního vydávání, orientaci čtenáře na levo-pravé ose politického spektra a dlouhodobého působení na českém trhu. Do výzkumu byla zařazena všechna vydání vydaná v daném období v lokaci Praha, popřípadě Praha a Střední Čechy. Mezi vybraná periodika patří:

Blesk

Celostátní deník Blesk patří pod mediální skupinu Ringier Axel Springer CZ a.s., která ho založila v roce 1992. Svým designem a mediálním obsahem značně připomíná švýcarský deník Blick. Náklad tohoto periodika tvořil v průměru 357 753 kusů²³ denně (v listopadu 2013). Obecně se dá deník Blesk označit za bulvární periodikum s důrazem na vizuální stránku a senzacechtivost. Redakce nedoporučila před prezidentskou volbou žádného kandidáta na prezidenta.

Mladá fronta DNES (mediální skupina MAFRA a.s.)

MF DNES začal vycházet 1. září 1990 jako celostátní periodikum navazující svým názvem na deník Ústředního výboru Socialistického svazu mládeže s názvem

²³ABC ČR - Kancelář ověřování nákladu tisku: Periodický tisk. [online]. [cit. 2014-07-14]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?notVerified=1&filterMonth=11&filterYear=2013&filterNamePublisher=&filterType=&filterNameTitle=&filterGenre=>

Mladá fronta. Postupem času se toto periodikum stalo druhým nejčtenějším v ČR s denním průměrným nákladem 233 668 kusů²⁴ (v listopadu 2013). Redakce MF DNES před volbami otevřeně nedoporučila žádného kandidáta na prezidenta. Obecně se dá Mladá fronta DNES považovat za politicky neutrální periodikum s příklonem k pravicovým stranám.²⁵ Tento deník spolu s celou mediální skupinou MAFRA a.s. koupil v červnu 2013 Andrej Babiš.

Právo

Deník Právo patřící mediální skupině Borgis a.s. je názvem de facto nástupnickým periodikem tehdejší KSČ s názvem Rudé právo. K samotnému přejmenování došlo až v roce 1995, ale po celou dobu devadesátých let je patrný odklon od komunistické ideologie. V dnešní době se dá deník Právo považovat za periodikum stojící spíše na levé straně politického spektra²⁶. Tento deník vychází v denním průměrném nákladu 152 013 kusů²⁷ (v listopadu 2013). Deník Právo otevřeně nedoporučil svým čtenářům žádného prezidentského kandidáta.

Hospodářské noviny

Periodikum Hospodářské noviny je ve vlastnictví nakladatelství Economia a se svým průměrným nákladem 42 626 kusů²⁸ (listopad 2013) je vydáván v nejmenším nákladu z uvedených deníků. Založeny byly v roce 1990 jako periodikum kladoucí důraz na ekonomii a finance s příklonem k pravé straně politického spektra. Šéfredaktor

²⁴ ABC ČR - Kancelář ověřování nákladu tisku: Periodický tisk. [online]. [cit. 2014-07-14]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?notVerified=1&filterMonth=11&filterYear=2013&filterNamePublisher=&filterType=&filterNameTitle=&filterGenre=>

²⁵ *Politické kampaně, volby a politický marketing*. Vyd. 1. V Olomouci: Periplum, 2007, strana 114. Studie a analýzy (Periplum), sv. 6. ISBN 978-808-6624-365.

²⁶ *Politické kampaně, volby a politický marketing*. Vyd. 1. V Olomouci: Periplum, 2007, strana 114. Studie a analýzy (Periplum), sv. 6. ISBN 978-808-6624-365.

²⁷ ABC ČR - Kancelář ověřování nákladu tisku: Periodický tisk. [online]. [cit. 2014-07-14]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?notVerified=1&filterMonth=11&filterYear=2013&filterNamePublisher=&filterType=&filterNameTitle=&filterGenre=>

²⁸ ABC ČR - Kancelář ověřování nákladu tisku: Periodický tisk. [online]. [cit. 2014-07-14]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?notVerified=1&filterMonth=11&filterYear=2013&filterNamePublisher=&filterType=&filterNameTitle=&filterGenre=>

Petr Šabata v den prvního kola voleb jménem celé redakce podpořil Karla Schwarzenberga.²⁹

Odhad čtenosti na vydání byl podle Media projektu společnosti MEDIAN v období říjen 2012 až březen 2013.³⁰

Tabulka č. 1: Odhad čtenosti na vydání	
Název periodika	Odhad čtenosti na vydání (v tisících)
Blesk (bez Nedělního Blesku)	1156
MF DNES	824
Právo	369
Hospodářské noviny	187

4.1.2.3 Prezidentští kandidáti

Pro úplnost uvedu prezidentské kandidáty, kterými se tato obsahová analýza věnuje. Jedná se o všech devět kandidátů, kteří se prezidentské volby zúčastnili, jmenovitě: Miloš Zeman, Karel Schwarzenberg, Jan Fischer, Jiří Dienstbier, Vladimír Franz, Zuzana Roithová, Táňa Fischerová, Přemysl Sobotka, Jana Bobošíková a dva kandidáti, kterým účast nebyla povolena, jmenovitě: Vladimír Dlouhý a Tomio Okamura. Dva poslední kandidáti jsou do obsahové analýzy zařazeni z důvodů dlouhodobě deklarované účasti a začlenění jejich kandidatur do výzkumů veřejného mínění.

²⁹ SOUDNÝ, Vojtěch. České redakce podpořily po anglicku prezidentské kandidáty. *EJO: European Journalism Observatory* [online]. s. 2, Leden 21, 2013 [cit. 2014-07-14]. Dostupné z: <http://cz.ejo-online.eu/1807/etika-a-kvalita-zurnalistiky/ceske-redakce-podporily-po-anglicku-prezidentske-kandidaty-novinari-by-nejradeji-videli-na-hrade-karla-schwarzenberga>

³⁰Realizátoři: MEDIAN a STEM MARK. Media projekt: 4. čtvrtletí 2012 - 1. čtvrtletí 2013. *Media projekt* [online]. 2013, s. 41 [cit. 2014-07-15]. Dostupné z: http://www.median.cz/docs/MP_2012_4+1Q_prezentace.pdf

4.1.3 Kódovací kniha

Obsahová analýza fotografií prezidentských kandidátů je provedena na základě následujících indikátorů:

1. Číslo fotografie
Hodnota 1 až 1124 - pořadí fotografie
2. Periodikum
Hodnota 1 – Mladá fronta DNES
Hodnota 2 – Hospodářské noviny
Hodnota 3 – Blesk
Hodnota 4 – Právo
3. Datum
Kardinální hodnota odpovídající datu vydání
4. Strana
Kardinální hodnota odpovídající straně, na které je fotografie otištěna. Hodnoty v řádu stovek odpovídají přílohám, například 101 označuje první stranu první přílohy.
5. Velikost Fotografie
Velikost fotografie je přiřazena podle nejbližší kategorie tradičního rozměru tisku.
Hodnota 1 – A1 (594 × 841 mm)
Hodnota 2 – A2 (420 × 594 mm)
Hodnota 3 – A3 (297 × 420 mm)
Hodnota 4 – A4 (210 × 297 mm)
Hodnota 5 – A5 (148 × 210 mm)
Hodnota 6 – A6 (105 × 148 mm)
Hodnota 7 – A7 (74 × 105 mm)
Hodnota 8 – A8 (52 × 74 mm)
Hodnota 9 – A9 (37 × 52 mm)
6. Článek k textu
Hodnota 0 – K fotografii není uveden článek
Hodnota 1 – K fotografii je článek uveden
7. Kandidát
Hodnota 0 – Více kandidátů

Hodnota 1 – Miloš Zeman

Hodnota 2 – Karel Schwarzenberg

Hodnota 3 – Jan Fischer

Hodnota 4 – Jiří Dienstbier

Hodnota 5 – Vladimír Franz

Hodnota 6 – Zuzana Roithová

Hodnota 7 – Táňa Fischerová

Hodnota 8 – Přemek Sobotka

Hodnota 9 – Jana Bobošíková

Hodnota 10 – Vladimír Dlouhý

Hodnota 11 – Tomio Okamura

8. Ústřední motiv fotografie

Hodnota 0 – Ústředním motivem fotografie není prezidentský kandidát

Hodnota 1 – Kandidát je ústředním motivem fotografie

9. až 16. Více kandidátů

Pokud je na fotografii více kandidátů, je u těchto osmi kategorií uvedena hodnota odpovídající daným kandidátům nezávisle na tom, kdo je ústředním postavou na fotografii.

Hodnota 1 – Miloš Zeman

Hodnota 2 – Karel Schwarzenberg

Hodnota 3 – Jan Fischer

Hodnota 4 – Jiří Dienstbier

Hodnota 5 – Vladimír Franz

Hodnota 6 – Zuzana Roithová

Hodnota 7 – Táňa Fischerová

Hodnota 8 – Přemysl Sobotka

Hodnota 9 – Jana Bobošíková

Hodnota 10 – Vladimír Dlouhý

Hodnota 11 – Tomio Okamura

17. Karikatura

Hodnota 0 – Nejedná se o karikaturu

Hodnota 1 – Jedná se o karikaturu

18. Výkon povolání

Fotografie zřetelně nesouvisí s prezidentskou kandidaturou, ale s výkonem kandidátovi profese.

Hodnota 0 – nesouvisí s výkonem povolání

Hodnota 1 – fotografie souvisí s výkonem povolání

19. Inzerce

Hodnota 0 – Fotografie není součástí placené inzerce

Hodnota 1 – Fotografie je součástí volební kampaně

Hodnota 2 – Fotografie je součástí reklamy na produkt, který nesouvisí s kampaní.

20. Informační grafika

Hodnota 0 – Fotografie není součástí informační grafiky

Hodnota 1 – Fotografie je součástí informační grafiky

21. Téma

Hodnota 1 – Politika

Hodnota 2 – Povolání

Hodnota 3 – Rodina

Hodnota 4 - Rozhovor

Hodnota 5 – Každodenní život

Hodnota 6 – Přátelé

22. Prostředí

Hodnota 1 – Politika

Hodnota 2 – Kancelář

Hodnota 3 – Ateliér (ateliérový snímek)

Hodnota 4 – Kampaň, předvolební meetingy, tisková konference s logem kandidáta/strany

Hodnota 5 – Veřejný prostor

Hodnota 6 – Televizní diskuze, tisková konference

Hodnota 7 – Portrét (nelze určit prostředí vzhledem k absenci pozadí)

Hodnota 8 – Restaurační zařízení

Hodnota 9 – Příroda

4.2 Výzkumné otázky a hypotézy

- I. Jaká byla četnost fotografií jednotlivých prezidentských kandidátů, které byly otištěny ve vybraných periodikách?

Hypotéza: Je pravděpodobné, že do konce prvního kola prezidentské volby není možné určit kandidáta, jehož fotografie budou v denním tisku zobrazovány častěji. Mezi prvním a druhým kolem prezidentské volby je ovšem možné, že bude na stránkách denního tisku častěji zobrazován současný prezident Miloš Zeman. Tento předpoklad vychází ze skutečnosti, že se stal vítězem kola prvního a že více poražených kandidátů (např. Vladimír Franz nebo Jan Fischer) podpořilo jeho kandidaturu v druhém kole, což dozajista mělo za následek posílení jeho členské voličské základny.

- II. Jaký vliv na frekvenci zobrazování kandidátů měly průzkumy volebních preferencí?

Hypotéza: Lze předpokládat, že průzkumy veřejného mínění ovlivnily frekvenci fotografií prezidentských kandidátů ve vybraném denním tisku. Před samotnou volbou jsou výzkumy veřejného mínění jediným relevantním odhadem zisku hlasů kandidátů, tudíž i odhadem favoritů voleb. Vzhledem k povaze médií je pravděpodobné, že se ve vybraném denním tisku bude čtenář setkávat častěji s favorizovanými kandidáty.

- III. Upřednostňovala vybraná periodika některého z kandidátů?

- a. Prostřednictvím frekvence zobrazování fotografií.
- b. Prostřednictvím umístování fotografií na titulní stranu.
- c. Prostřednictvím velikostí fotografií.

Hypotéza: Upřednostňování lze chápat jako častější zobrazování kandidáta, poskytnutí větší plochy deníku pro fotografii nebo její umístění na titulní stranu, proto lze předpokládat, že preferovaní kandidáti jednotlivých periodik byli vyobrazeni na větších fotografiích, nebo jejich fotografie byly ve zvýšené míře umístovány na titulní stranu. Lze předpokládat, že spíše pravicový denní tisk (Mladá fronta DNES a Hospodářské noviny) upřednostňoval fotografie pravicových kandidátů, dále pak, že spíše levicový tisk (deník Právo) preferoval spíše levicové

kandidáty a neseriózní periodikum (Blesk) dávalo přednost kontroverzním kandidátům nebo favoritům.

IV. Jaké téma fotografie převažovalo u jednotlivých kandidátů?

Hypotéza: Lze předpokládat, že kandidáti, byli nejčastěji vyobrazováni formou portrétu (prostřednictvím informačních grafik nebo ilustračních fotografií). U fotografií, kde lze vydedukovat prostředí, se dá předpokládat, že se bude jednat o prostředí blízké kandidátovi (např. Miloš Zeman je známý svým vřelým vztahem k chalupaření a alkoholu, je tedy velmi pravděpodobné, že bude fotografován na chalupě, v přírodě anebo v restauračním zařízení, naopak Karel Schwarzenberg byl v době volby ministr zahraničních věcí a proto pravděpodobně bude většina fotografií z prostředí politiky).

V. Jaké prostředí fotografie převažovalo u jednotlivých kandidátů?

Hypotéza: Téma fotografie bylo pravděpodobně převážně politické, vzhledem k tomu, že většina fotografií souvisela s kandidaturou. Neočekávám, že se v novinách objevilo mnoho fotografií zobrazující kandidáty s přáteli nebo rodinou.

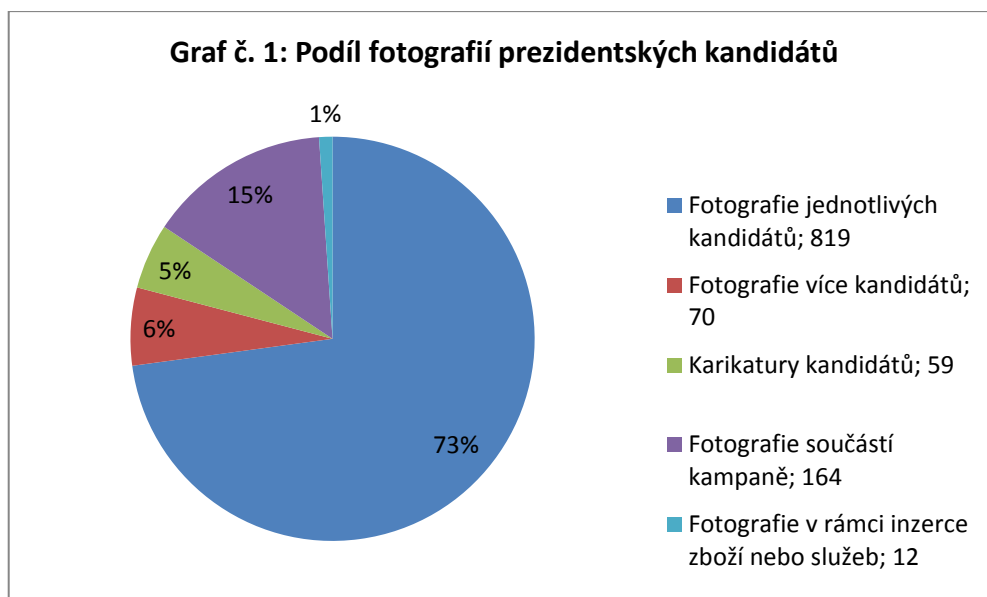
VI. Kolik fotografií souviselo s výkonem povolání u jednotlivých prezidentských kandidátů?

Hypotéza: Je pravděpodobné, že častěji byli na fotografiích souvisejících s výkonem povolání vyobrazeni kandidáti zastávající veřejnou funkci, tedy Tomio Okamura (senátor Parlamentu ČR) a Karel Schwarzenberg (ministr zahraničních věcí a poslanec Parlamentu ČR).

4.3 Vypracování

Samotné vypracování vychází z tabulky sestávající z 1124 řádků, která je součástí práce jako příloha č. 14. První poznatek z obsahové analýzy je níže vyobrazen v grafu číslo 1, na kterém je patrný poměr fotografií prezidentských kandidátů vůči karikaturám a placené inzerci. Vzhledem k tomu, že karikatury ve své podstatě nejsou fotografie, je jejich zařazení do dalších fází výzkumu zbytečné, přesto se jedná o znázornění prezidentských kandidátů a alespoň v počátku práce je dle mého názoru zajímavé tuto problematiku zmínit. Pokud se zaměříme na výstup z grafu, zjistíme, že z celkového počtu 1124 zápisů v obsahové analýze je pouze 917 věnováno fotografiím

prezidentských kandidátů, respektive 70 fotografiím více kandidátů, právě tato data jsou stěžejní pro samotný výzkum.³¹



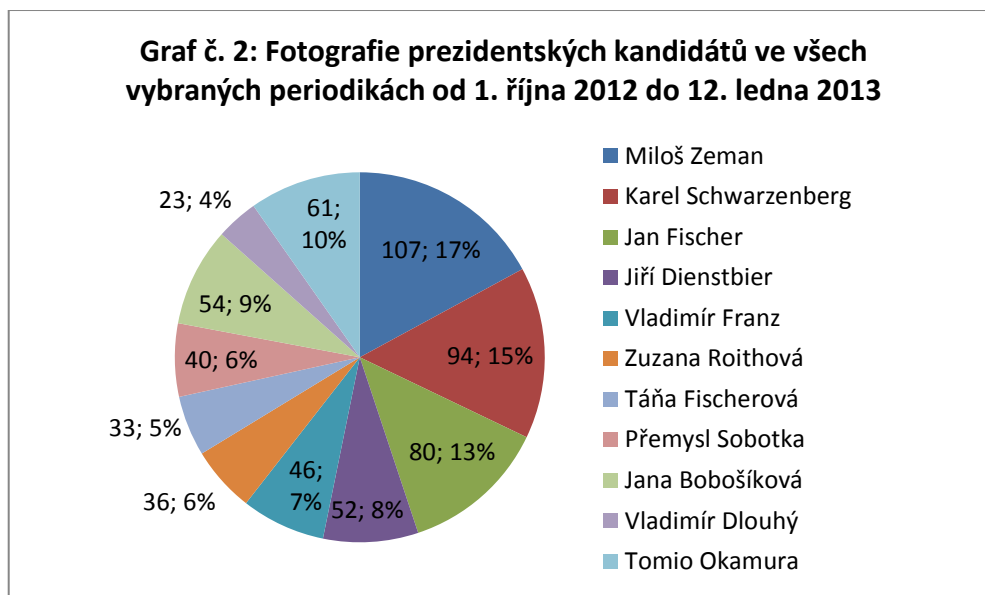
Podíl fotografií prezidentských kandidátů mezi vybranými periodiky je vyobrazen v grafu č. 13 (příloha č. 1), který ukazuje, že nejvíce fotografií otiskla Mladá fronta DNES (353), dále Blesk (279) a na posledních dvou příčkách figuruje deník Právo (160) a Hospodářské noviny (107). Vysoký počet fotografií u prvních dvou deníků ukazuje, že obě dvě média často zobrazovala prezidentské kandidáty i přesto, že sami kandidáti byli po celé zemi považováni za známé osobnosti, což může naznačovat jistou bulvárnost obou deníků. Toto vysvětlení, že tzv. bulvární tisk lpí na vysoké koncentraci doprovodných fotografií a na vizuálním doplňování článků, lze považovat za obecně platný jev. Na druhou stranu je potřeba uvést, že koncepce Mladé fronty DNES je poněkud odlišná od Hospodářských novin a deníku Právo, v zásadě má více stránek než oba dva zmíněné deníky a neposkytuje tolik prostoru komentářům, které nevyžadují doprovodné fotografie.

³¹ Ze 70 společných fotografií bylo pouze na 6 fotografiích vyobrazeno všech 11 kandidátů, na těchto šest fotografií není brán v následujících částech práce zřetel.

4.3.1 Ověření I. hypotézy:

Frekvence zobrazování fotografií prezidentských kandidátů

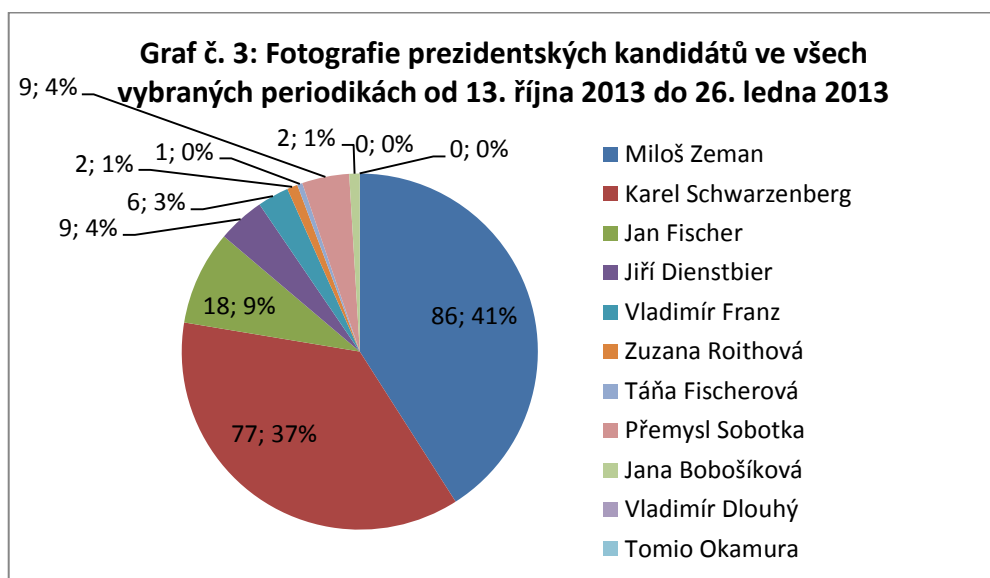
V této části výzkumu je zodpovězena první výzkumná otázka tedy, jak často byly otištěny fotografie prezidentských kandidátů ve vybraném denním tisku. Pro tuto část práce je stěžejní rozdělit zkoumané období prvním kolem prezidentské volby, tedy na období od 1. října 2012 do 12. ledna 2013 a od 13. října 2013 do 26. října 2013. Pokud se zaměříme na první období předcházející prvnímu kolu voleb, bude nám nápomocen graf č. 2, na němž je patrné, že nejvíce byly na stránkách vybraného denního tisku zobrazovány fotografie Miloše Zemana (107; 17%), Karla Schwarzenberga (94; 15%) a Jana Fischera (80; 13%), hned za nimi s 10% se umístil Tomio Okamura, dále s 9 % Jana Bobošíková a Jiří Dienstbier s 8%, přičemž Jana Bobošíková skončila ve volbách poslední a Tomio Okamurovi nebyla účast ve volbách povolena. Z těchto dat lze vyvodit, že velký podíl na zobrazení fotografie kandidáta neměla jen šance na vítězství deklarovaná průzkumy volebních preferencí, ale i jistá kontroverze, kterou jednotliví kandidáti vzbuzovali, tato problematika je rozvedena v dalších podkapitolách.



Graf č. 14 (v příloze č. 2), který popisuje počet vyobrazení jednotlivých kandidátů na fotografiích, kde těchto kandidátů bylo více, je v rozporu s předchozím grafem. Miloš Zeman (25; 27%), Jan Fischer (16; 18%), Jiří Dienstbier (10; 11%), Vladimír Franz (9; 10%), Přemysl Sobotka (9; 10%) a Karel Schwarzenberg (9; 10%), kteří byli nejčastěji zobrazováni na společných fotografiích, se účastnili televizních a

jiných předvolebních debat, ze kterých vzešlo nejvíce těchto společných snímků. Na druhou stranu výše zmínění Jana Bobošíková (3; 3%) a Tomio Okamura (0; 0%) se během debat nedostali do středu pozornosti, popřípadě nebyli vůbec pozváni. Z těchto údajů můžeme dojít k závěru, že oproti fotografiím jednotlivců byli značně zvýhodněni účastníci debat, kteří měli potenciál uspět v prvním kole.

Po prvním kole je zřetelně patrný rozdíl mezi úspěšnými a neúspěšnými kandidáty (v grafu č. 3). Miloš Zeman (86; 41%) a Karel Schwarzenberg (77; 37%) se v tomto období objevily na 78% otištěných fotografií ve vybraných periodikách. Jediný z neúspěšných kandidátů, který vybočuje mezi ostatními je kandidát Jan Fischer s 18 snímky (9%), přičemž tento výkyv lze vysvětlit jeho favorizováním v období před prvním kolem. Jeho nečekaná porážka se stala předmětem mnoha novinových zpráv doplněných fotografií, ale oproti vítězům byl Jan Fischer jen okrajovým tématem. Zajímavým je patrný náskok devíti fotografií Miloše Zemana nad Karlem Schwarzenbergem, který naznačuje větší podporu tomuto kandidátovi. Následující graf (č. 15 v příloze č. 3) potvrzuje dominanci dvou vítězných kandidátů, protože na všech 31 společných fotografiích prezidentských kandidátů byli v tomto období vyobrazeni jen oba postupující kandidáti. Tento fakt lze jednoduše vysvětlit skutečností, že poražení kandidáti nebyli přizváni k dalšímu kolu předvolebních debat a to z evidentních důvodů.



První část hypotézy, že před prvním kolem byli kandidáti vyobrazováni vyrovnaně, lze vyvrátit vzhledem k tomu, že Miloš Zeman byl na fotografiích

zobrazován častěji než ostatní kandidáti, na druhou stranu je třeba uvést, že se nejedná o signifikantní rozdíl (pouhých 13 fotografií oproti druhému Karlu Schwarzenbergovi ve zkoumaném období). Druhá část hypotézy byla potvrzena, protože na více fotografiích mezi prvním a druhým kolem voleb byl skutečně vyobrazen Miloš Zeman.

4.3.2 Ověření II. hypotézy:

Výzkumy volebních preferencí a jejich vliv na frekvenci zobrazování fotografií prezidentských kandidátů

Vzhledem k výzkumným otázkám je potřeba zmínit relevantní volební průzkumy pro tuto práci. Relevance průzkumů volebních preferencí je dána datem zveřejnění průzkumu (od 1. října 2012 do 26. ledna 2013) a počtem respondentů (více jak 900 občanů ČR). Díky těmto kritériím nakonec byly do této práce zahrnuty tyto průzkumy, které jsou pro úplnost práce shrnuty níže:

- Volební model Factum zveřejněný 15. října 2012, sběr dat proběhl ve dnech 4. až 11. října 2012, na vzorku kvótně vybraných 971 respondentů starších 18-ti let s volebním právem.³²
- Volební model Factum zveřejněný 12. listopadu 2012, sběr dat proběhl ve dnech 1. až 9. listopadu 2012, na vzorku kvótně vybraných 948 respondentů starších 18-ti let s volebním právem.³³
- Volební model Factum zveřejněný 13. prosince 2012, sběr dat proběhl ve dnech 29. listopadu až 9. prosince 2012, na vzorku kvótně vybraných 939 respondentů starších 18-ti let s volebním právem.³⁴
- Volební model Factum zveřejněný 18. ledna 2012, sběr dat proběhl ve dnech 16. až 18. ledna 2013, na vzorku kvótně vybraných 1 061 respondentů starších 18-ti let s volebním právem.³⁵

³² Prezidentský volební model k 15.10.2012: Fischer překročil 30 procent. *PPM FACTUM: Research* [online]. 2012, 15.10.2012 [cit. 2014-07-15]. Dostupné z: http://www.factum.cz/506_fischer-prekrocil-30-procent

³³ Prezidentský volební model k 12.11.2012: Fischer a Zeman drží prezidentský duel. *PPM FACTUM: Tiskové zprávy* [online]. 2012, 12.11.2012 [cit. 2014-07-15]. Dostupné z: http://www.factum.cz/509_fischer-a-zeman-drzi-prezidentsky-duel

³⁴ Prezidentský volební model k 13.12.2012: Zeman vede. *PPM FACTUM: Tiskové zprávy* [online]. 2012, 13.12.2012 [cit. 2014-07-15]. Dostupné z: http://www.factum.cz/517_zeman-vede

- Volební model CVVM zveřejněný 19. listopadu 2012, sběr dat proběhl ve dnech 12. až 19. listopadu 2012, na vzorku kvótně vybraných 1 006 respondentů starších 18-ti let s volebním právem.³⁶
- Volební model CVVM zveřejněný 10. prosince 2012, sběr dat proběhl ve dnech 3. až 10. prosince 2012, na vzorku kvótně vybraných 1 047 respondentů starších 18-ti let s volebním právem.³⁷
- Volební model MEDIAN zveřejněný 8. listopadu 2012, sběr dat proběhl ve dnech 2. října až 1. listopadu 2012, na vzorku kvótně vybraných 1 034 respondentů starších 18-ti let.³⁸
- Volební model MEDIAN zveřejněný 22. prosince 2012, sběr dat proběhl ve dnech 17. listopadu až 16. prosince 2012, na vzorku náhodného stratifikovaného vzorku výběru 1 165 respondentů starších 18-ti let.³⁹
- Volební model SANEP zveřejněný 15. listopadu 2012, sběr dat proběhl ve dnech 7. až 14. listopadu 2012 na vzorku 11 533 kvótně vybraných respondentů ve věku 18 až 69 let.⁴⁰
- Volební model SANEP zveřejněný 20. prosince 2012, sběr dat proběhl ve dnech 13. až 17. prosince 2012 na vzorku 8 593 kvótně vybraných respondentů ve věku 18 až 69 let.⁴¹
- Volební model SANEP zveřejněný 7. ledna 2012, sběr dat proběhl ve dnech 2. až 6. ledna 2013 na vzorku 6 720 kvótně vybraných respondentů ve věku 18 až 69 let.⁴²

³⁵ Prezidentský model k 18.1.2013: Týden před 2. kolem šance téměř vyrovnané, Zeman těsně vede. *PPM FACTUM: Tiskové zprávy* [online]. 2013, 18.01.2013 [cit. 2014-07-15]. Dostupné z: http://www.factum.cz/522_tyden-pred-druhym-kolem-sance-temer-vyrovnane

³⁶ Podpora prezidentských kandidátů v listopadu 2012. *CVVM: Tiskové zprávy* [online]. 2012, 29 Listopad 2012 [cit. 2014-07-15]. Dostupné z: <http://cvvm.soc.cas.cz/volby-a-strany/podpora-prezidentskych-kandidatu-v-listopadu-2012>

³⁷ Podpora prezidentských kandidátů v prosinci 2012. *CVVM: Tiskové zprávy* [online]. 2012, 20 Prosinec 2012 [cit. 2014-07-15]. Dostupné z: <http://cvvm.soc.cas.cz/volby-a-strany/podpora-prezidentskych-kandidatu-v-prosinci-2012>

³⁸ Tisková zpráva PREZIDENTSKÝ VOLEBNÍ MODEL za říjen 2012. *Median, s.r.o.: Volební preference - ARCHIV* [online]. 2012 [cit. 2014-07-15]. Dostupné z: <http://www.median.cz/index.php?lang=cs&page=4&sub=7>

³⁹ Tisková zpráva PREZIDENTSKÝ VOLEBNÍ MODEL za listopad-prosinec 2012. *Median, s.r.o.: Volební preference - ARCHIV* [online]. 2012 [cit. 2014-07-15]. Dostupné z: <http://www.median.cz/index.php?lang=cs&page=4&sub=7>

⁴⁰ V listopadu by v prvním kole zvítězil Zeman nad Fischerem. *Sanep: Tisková zpráva* 2012, s. 2 [cit. 2014-07-15]. (tato tisková zpráva byla zveřejněna na základě žádosti).

⁴¹ Zeman je nadále před Fischerem, volby mohou rozhodnout až voliči, kteří si zvolí svého kandidáta až na poslední chvíli. *Sanep: Tisková zpráva* [online]. 2012, s. 3 [cit. 2014-07-15]. (tato tisková zpráva byla zveřejněna na základě žádosti).

Všechny tyto průzkumy veřejného mínění jsou pro přehlednost zaneseny do grafu č. 16 (v příloze č. 4). Z těchto průzkumů lze zmapovat postupný vývoj volebních preferencí voličů, který lze zjednodušit na čtyři etapy:

1. Od počátku října 2012 do 17. listopadu 2012, do tohoto období byl zveřejněno pět průzkumů, které přisuzovaly řádově 30% hlasů Janu Fischerovi, 20% Miloši Zemanovi, v průměru 8,5% Jiřímu Dienstbierovi spolu s Tomio Okamurou a přibližně 6,5% Karlu Schwarzenbergovi. Ostatní kandidáti v průměru získali 0 až 5% hlasů respondentů.
2. Od 18. listopadu 2012 do 17. prosince 2012, v tomto období bylo zveřejněno čtyři průzkumy. V těchto průzkumech došlo ke srovnání volebních preferencí mezi Milošem Zemanem a Janem Fischerem, které se ustálily řádově mezi 20 a 30% a které kolísaly v závislosti na společnosti, která průzkum prováděla. Volební preference Jiřího Dienstbiera se v tomto období pohybovaly od 9 do 13%, Karla Schwarzenberga od 6 do 9% a Tomio Okamury preference prudce klesly z 9 na 5% (0% v některých průzkumech veřejného mínění je nezohledněna, v těchto průzkumech nebyl Tomio Okamura uveden jako kandidát). Ostatní kandidáti nezískali ani v jednom průzkumu více než 7% s výjimkou Vladimíra Franze ve výzkumu z 13. prosince 2012.
3. Od 18. prosince 2012 do 12. ledna 2013, v této etapě jsou opět šance obou favoritů Miloše Zemana a Jana Fischera vyrovnané (výjimku tvoří pouze výzkumy z 18. prosince 2012 a 6. ledna 2013), na druhou stranu v průběhu tohoto období dochází ke srovnání počtu potenciálních voličů mezi Karlem Schwarzenbergem a Jiřím Dienstbierem na hodnotě okolo 15%. Tím došlo i k relativnímu vyrovnání dosavadního lídra Jana Fischera, který v posledním průzkumu získal pouze 16%. Ostatní kandidáti v průměru získávali řádově 5% volebních preferencí.
4. Poslední období od 13. ledna 2013 zahrnuje výsledek samotného prvního kola prezidentské volby, které vyhrál Miloš Zeman s náskokem 0,8% nad Karlem Schwarzenbergem, a poslední relevantní výzkum veřejného mínění, který byl

⁴² Pět dní před prezidentskými volbami nadále vede Miloš Zeman, o vítězích prvního kola rozhodnou dosud nerozhodnutí voliči. *Sanep: Tisková zpráva* [online]. 2013, s. 3 [cit. 2014-07-15]. (tato tisková zpráva byla zveřejněna na základě žádosti).

zveřejněn 18. ledna 2012, Miloš Zeman měl podle tohoto průzkumu získat 54% hlasů.

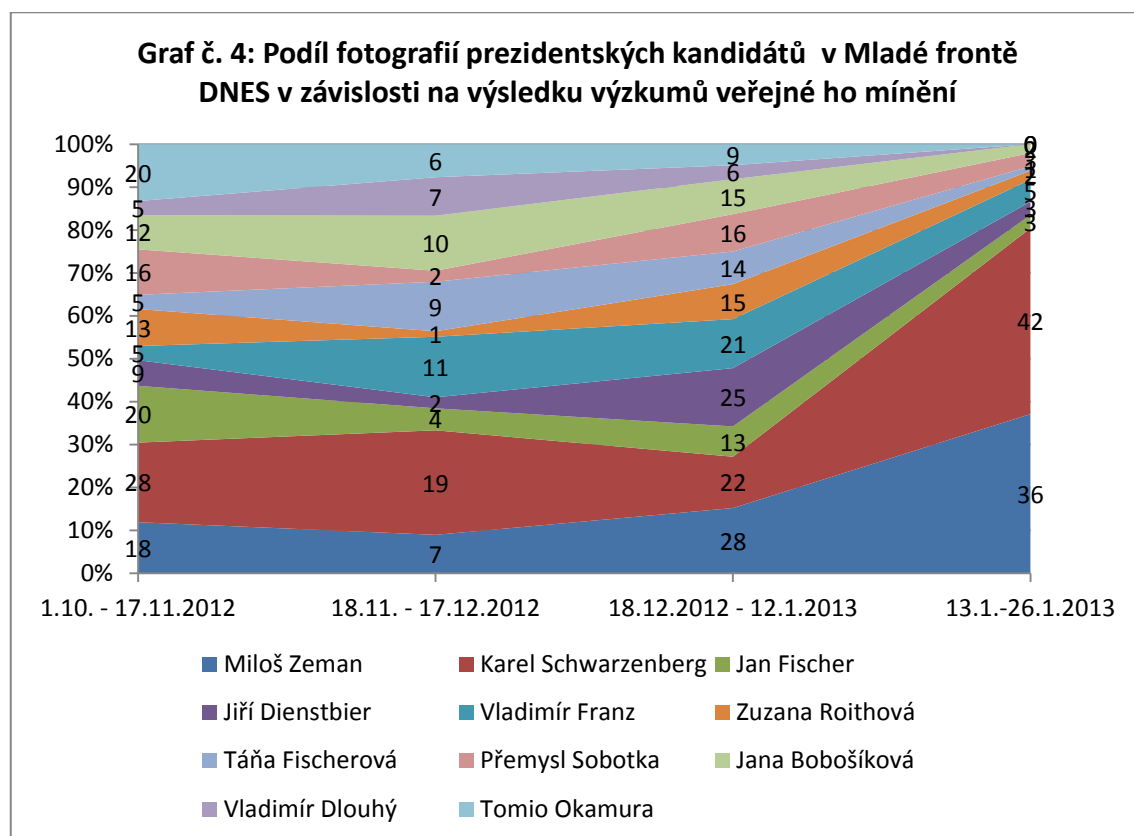
Vzhledem k výše uvedenému dělení na čtyři období, byla i samotná analýza⁴³ denního tisku rozdělena, výslednicí pak jsou čtyři grafy zohledňující datum vydání a periodikum. V následující části jsou popsány jednotlivá periodika ve spojitosti s frekvencí umístování fotografií prezidentských kandidátů ve vztahu k tehdy vydávaným volebním modelům.

Mladá fronta DNES (graf č. 4)

V prvním období od počátku října do 17. listopadu 2012 není patrný vzorec, který by se dal předpokládat vzhledem k volebním průzkumům. Na nejvíce fotografiích (28) byl vyobrazen Karel Schwarzenberg. Poměrně velký počet fotografií (prakticky stejný s Janem Fischerem a Milošem Zemanem) mají Zuzana Roithová a Tomio Okamura, kteří oproti favorizované dvojici několik procent hlasů ve výzkumech veřejného mínění ztráceli. Tato vyrovnanost je dána tím, že Mladá fronta DNES vydávala v období před prezidentskou volbou na svých stránkách rozhovory s kandidáty, které byly doprovázeny nadprůměrným množstvím fotografií (v průměru sedmi fotografiemi). Ve druhém období od 18. listopadu do 17. prosince můžeme zaznamenat proměnu ve frekvenci zobrazování kandidátů, ale ne v souladu s výsledky průzkumů volebních preferencí. Na nejvíce fotografiích byl opět nejčastěji vyobrazován Karel Schwarzenberg (19 fotografií), dále byli nejčastěji zobrazováni kandidáti Vladimír Franz a Jana Bobošíková, což nekoresponduje s výsledky volebních průzkumů. Naopak na velmi málo fotografiích byl vyobrazen Jan Fischer, kterého v tomto období bylo stále možno považovat za favorita, stejně jako Jiřího Dienstbiera. Ve třetím období od 18. prosince 2012 do 12. ledna 2013 byli nejčastěji zobrazováni na fotografiích kandidáti Jiří Dienstbier, Miloš Zeman, Vladimír Franz a Karel Schwarzenberg, naopak Jan Fischer byl vyobrazen pouze na dvanácti fotografiích, což je nejméně ze všech kandidátů, kteří byli připuštěni k prvnímu kolu voleb. Tato skutečnost je v ostrém kontrastu proti výzkumům veřejného mínění. Poměrně velkého prostoru na fotografiích se v tomto období dostalo i dříve opomíjeným kandidátům Přemyslu Sobotkovi, Táně

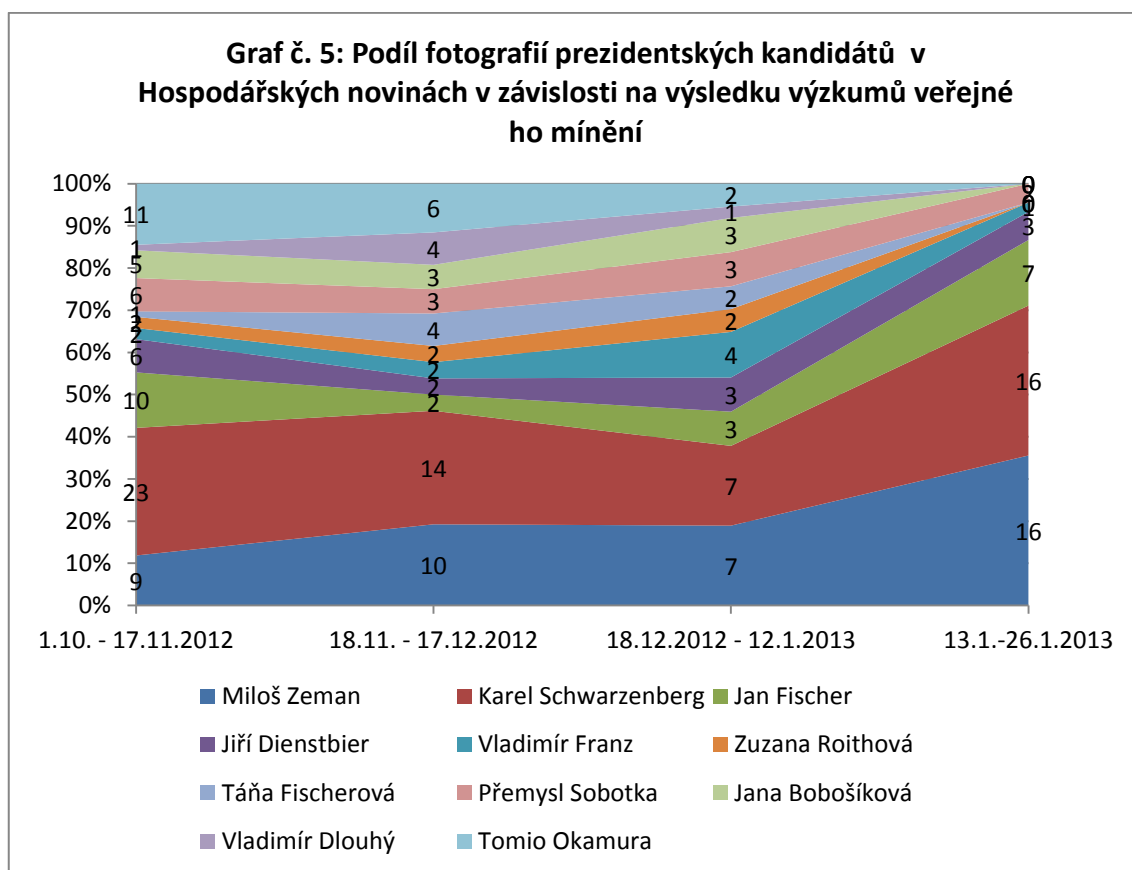
⁴³ Do analýzy byly začleněny i fotografie více kandidátů.

Fischerové a Zuzaně Roithové. Malé rozdíly mezi devíti řádnými kandidáty a velký odstup od kandidátů, kteří se nakonec nemohli účastnit voleb, přikládám skutečnosti, že v tomto období docházelo k častým meetingům, tiskovým konferencím a televizním debatám, kterých se většinou účastnili všichni řádní kandidáti a ze kterých v mnohých případech vznikaly ilustrační fotografie ke článkům týkajících se prezidentské volby. V posledním období od 13. do 26. ledna, byl častěji než favorizovaný Miloš Zeman zobrazován Karel Schwarzenberg, což je v rozporu s výzkumy veřejného mínění. Za hlavní důvod tohoto upřednostňování podceňovaného kandidáta přikládám skutečnost, že jeho postup do druhého kola nebyl příliš očekáván a porážení Jana Fischera mohlo působit jako stimul pro zvýšení jeho šancí na vítězství. Po analýze jednotlivých etap vývoje volebních preferencí a frekvence umístování fotografií je patrné, že redakce Mladé fronty DNES příliš nedbala na průběžné výzkumy veřejného mínění.



Hospodářské noviny (graf č. 5)

V období od počátku října do 17. listopadu 2012 byli prezidentští kandidáti zobrazováni na fotografiích velmi vyrovnaně, což je dáno velmi malým počtem otištěných fotografií. Na nejvíce fotografiích je možné najít Karla Schwarzenberga (23) následovaným Milošem Zemanem, Janem Fischerem a Vladimírem Franzem. Přičemž toto pořadí nezohledňuje prvotní průzkumy veřejného mínění. Ve druhém období od 18. listopadu do 17. prosince 2012 došlo k nárůstu fotografií Miloše Zemana na 10 (20% všech otištěných fotografií prezidentských kandidátů) a k poklesu fotografií Karla Schwarzenberga (na 14) naopak fotografie všech ostatních kandidátů byly opět velmi vyrovnané a v zásadě nikdo významně nevybočoval, pouze na jedné fotografii se objevil Jan Fischer, což vzhledem k výsledkům průzkumů je velmi překvapivé zjištění. Ve předposledním období od 18. prosince 2012 do 12. ledna 2013 byli opět nejčastěji na fotografiích zobrazováni Miloš Zeman spolu s Karlem Schwarzenbergem, přesněji na 7 fotografiích. Fotografie ostatních kandidátů naopak nevykazovaly nijak zajímavou tendenci, opět byly jejich fotografie velmi vyvážené a jen Tomio Okamura s Vladimírem Dlouhým byli zobrazeni na jedné fotografii.

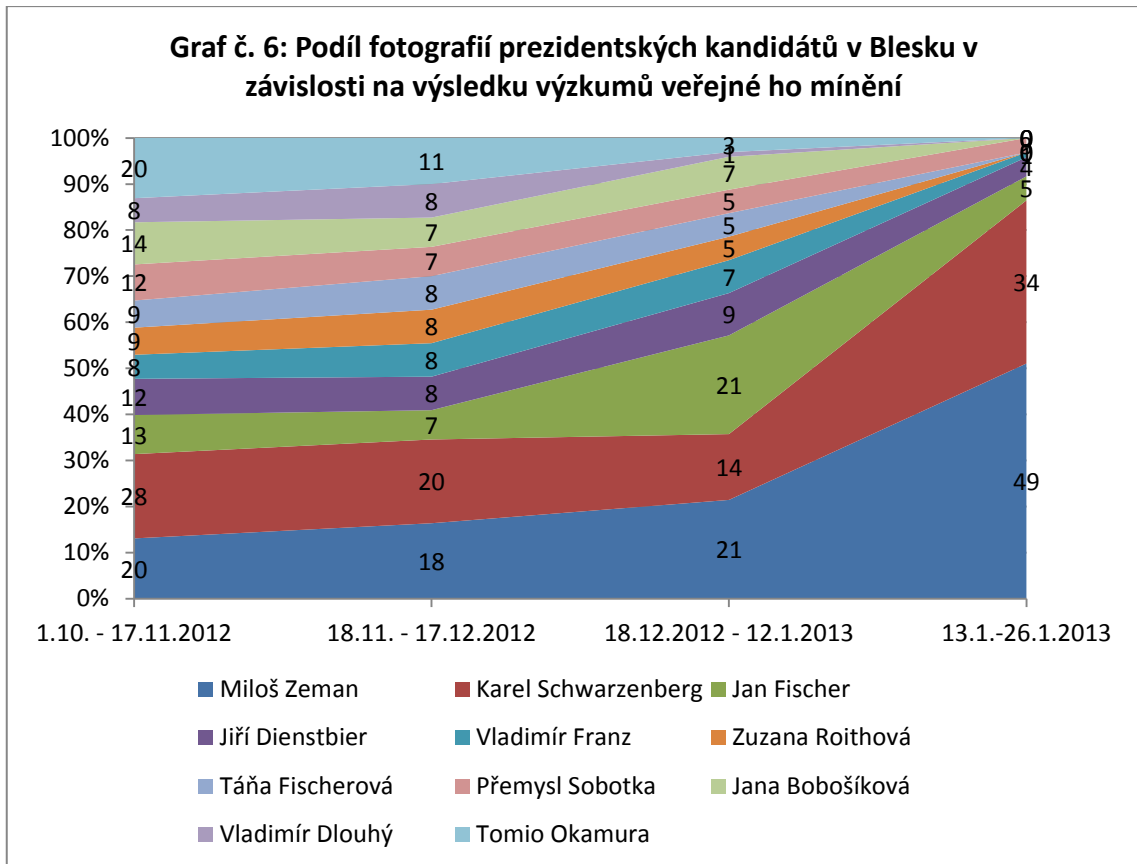


V posledním období od 13. do 26. ledna 2013 byly na stránkách hospodářských novin shodně zobrazovány fotografie Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga (oba po 16 fotografiích), přičemž na pomyslném třetím místě se umístily fotografie Jana Fischera (7 fotografií), ostatní kandidáti byli v Hospodářských novinách zastoupeni jen marginálně. Na analýze fotografií v těchto novinách je zajímavý jistý způsob vyváženosti, kdy jediným více zobrazovaným kandidátem byl Karel Schwarzenberg a později Miloš Zeman, na druhou stranu Hospodářské noviny spíše nepřihlížely k průzkumům veřejného mínění, což se nejvíce projevilo v opomíjení Jana Fischera nebo v zásadě vyrovnaném počtu fotografií ostatních kandidátů do konce prvního kola.

Blesk (graf č. 6)

V prvním období od 1. října do 17. listopadu 2012 je v Blesku stejně jako v Hospodářských novinách patrná vyváženost fotografií všech prezidentských kandidátů, jejichž počet se pohybuje řádově od 8 do 14 fotografií. Výjimku tvoří Karel Schwarzenberg s 28 fotografiemi, Miloš Zeman a Tomio Okamura oba po 20 fotografiích. Tento výsledek opět nekoresponduje s výsledky volebních průzkumů. Následující období od 18. listopadu do 17. prosince 2012 vykazuje de facto totožné výsledky jako období předchozí, tedy nejvíce fotografií, na nichž je vyobrazen Karel Schwarzenberg následovaný Milošem Zemanem, vyrovnané umístění fotografií ostatních kandidátů a pouze 7 fotografií Jana Fischera. Tomio Okamura v tomto období byl vyobrazen na 11 fotografiích, což z něj činilo třetího nejčastěji zobrazovaného kandidáta. Předposlední období od 18. prosince 2012 do 12. ledna 2013 je spojeno s markantním nárůstem fotografií Jana Fischera (ze 7 na 21), ale fotografie ostatních prezidentských kandidátů vykazují stále konstantní tendenci. Stejně jako u předchozích periodik dochází v tomto období k upozadování fotografií dvou prezidentských kandidátů, kterým nebylo umožněno zúčastnit se prvního kola prezidentské volby. V posledním období od prvního do druhého kola prezidentských voleb byl častěji na stránkách Blesku vyobrazen na fotografii Miloš Zeman (49 fotografií) oproti Karlu Schwarzenbergovi (34 fotografií). Na nejvíce snímcích (5 fotografií) mimo postupující kandidáty se objevil Jan Fischer. Toto posledním období jako jediné kopíruje vývoj voličských preferencí, naopak v předchozích třech etapách vývoje volebních modelů.

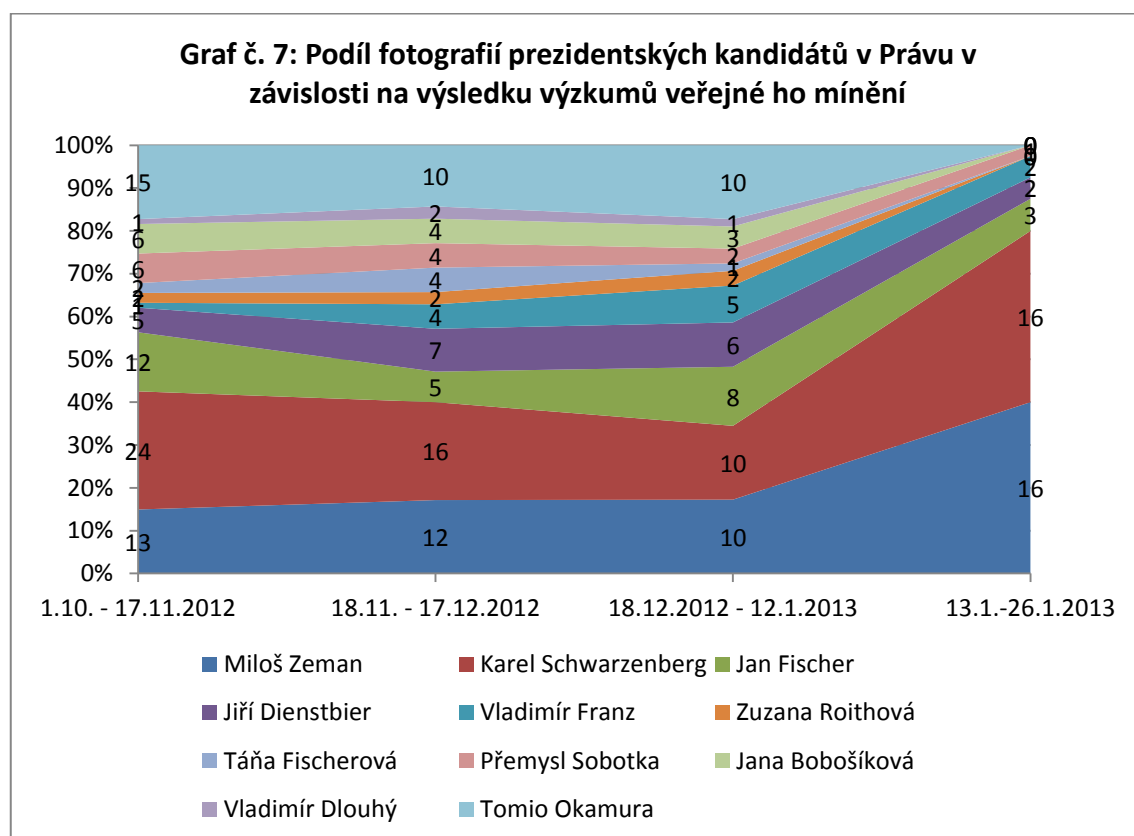
Blesk evidentně nepřihlížel k odhadovaným ziskům jednotlivých prezidentských kandidátů.



Právo (graf č. 7)

V období od počátku října do 17. listopadu 2012 se v deníku Právo nejčastěji na fotografiích objevoval Karel Schwarzenberg (24 fotografií), s výrazným odstupem ve frekvenci umístování se na stránkách Práva objevovaly fotografie Miloše Zemana (13), Jana Fischera (12) a Tomia Okamury (15), z ostatních kandidátů byli nejčastěji na fotografii zobrazení Přemysl Sobotka a Jana Bobošíková. Zbylí kandidáti byli vyobrazení na fotografiích maximálně dvakrát, přičemž vysoký počet fotografií Tomio Okamury i Karla Schwarzenberga oproti jiným kandidátům je v přímém rozporu s výzkumy veřejného mínění, na druhou stranu společnost Factum na počátku listopadu přisuzovala deseti procentní zisk hlasů Tomio Okamurovi, což by ho posunulo na třetí místo ve volbách. I ve druhém období od 18. listopadu do 17. prosince 2012 byl opět nejčastěji zobrazován Karel Schwarzenberg (na 16 fotografiích) dále pak Miloš Zeman (na 12 fotografiích) a Tomio Okamura (na 10 fotografiích). Tehdy největší favorit voleb Jan Fischer se objevil pouze na pěti fotografiích. Fotografie ostatních

kandidátů stagnovaly v počtech mezi 2 a 7 fotografiemi, přičemž nevykazovaly žádnou větší odchylku. V předposledním období předcházející prvnímu kolu voleb Tomio Okamura značně ztrácel v zisku voličských preferencí a přesto se objevil na nejvíce fotografiích, přesněji na desíti, na stejném množství fotografií se objevili i oba postupující kandidáti Miloš Zeman a Karel Schwarzenberg. Naopak favorizovaný Jan Fischer byl vyobrazen jen na osmi. V posledním období od 13. do 26. ledna 2013 byli na 80 % fotografiích prezidentských kandidátů vyobrazeni Miloš Zeman a Karel Schwarzenberg se shodným počtem 16 fotografií, na kterých se objevili. Na nejvíce fotografiích z ostatních kandidátů se objevil jako u ostatních periodik Jan Fischer. Deník Právo stejně jako předchozí deníky nezveřejňoval fotografie prezidentských kandidátů podle volebních modelů, přičemž nejpatrnějším příkladem rozporu mezi počtem fotografií a předpokládaným ziskem volebních preferencí je počet fotografií Karla Schwarzenberga a Tomia Okamury.



Hypotéza, že vybraná periodika přihlížela k výzkumům volebních preferencí v souvislosti s umístěním fotografií prezidentských kandidátů, se ukázala jako chybná. V zásadě jediné periodikum, které významně zohlednilo výzkumy veřejného mínění, byl deník Blesk v období od prvního do druhého kola voleb. Ostatní média

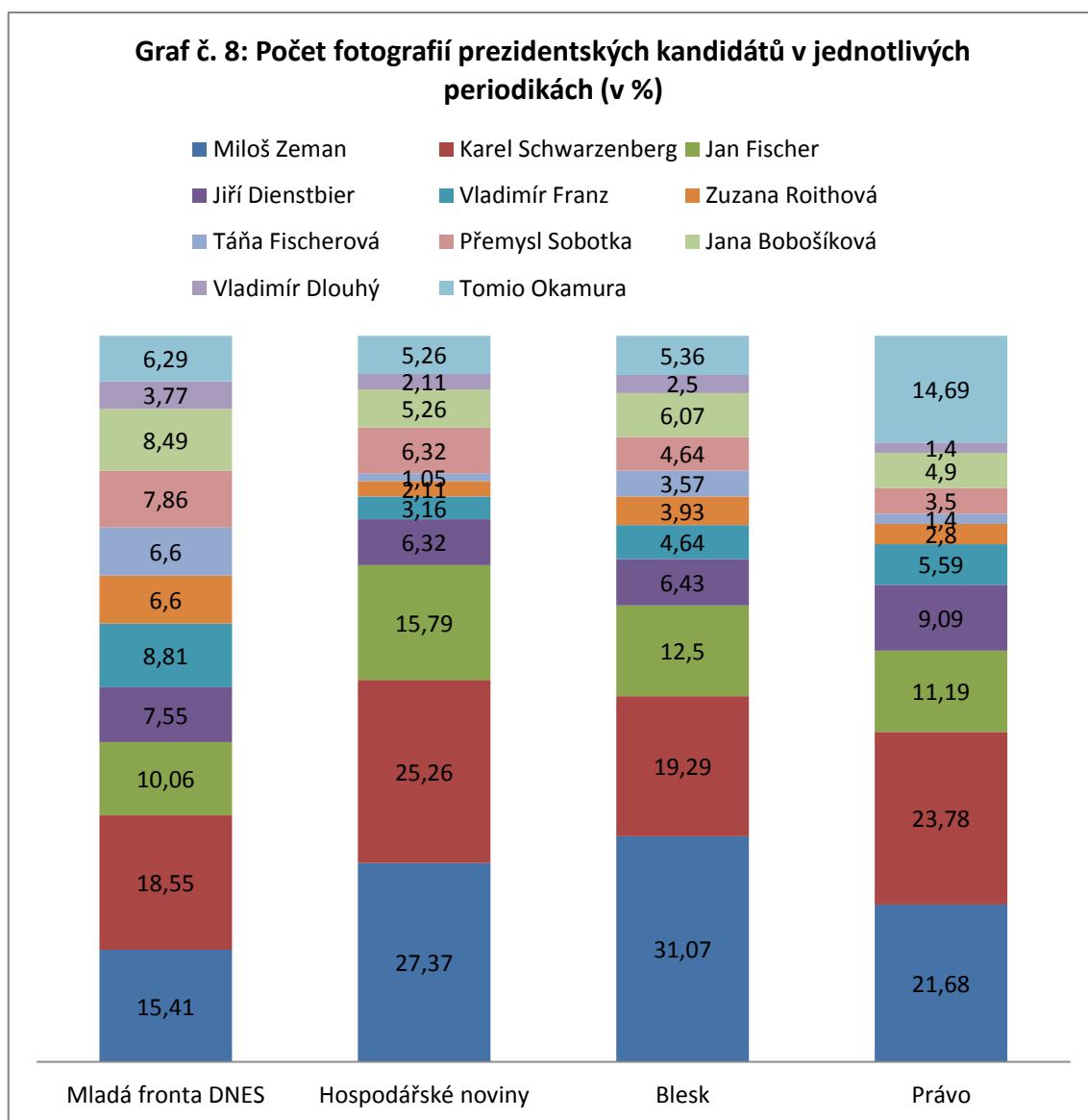
zohledňovala výzkumy veřejného mínění jen minimálně nebo s velkými rozdíly mezi počty fotografií kandidátů.

4.3.3 Ověření III. hypotézy.

V úvodu tohoto ověření hypotézy je třeba zmínit, že v celé hypotéze III byly z důvodu lepší přehlednosti zkoumány pouze fotografie s jedním kandidátem.

4.3.3.1 Ověření hypotézy IIIa: Upřednostňování kandidátů frekvencí zobrazování fotografií

Jak je patrné z grafu č. 8, jednotlivá periodika zobrazovala s různou intenzitou prezidentské kandidáty. Mladá fronta DNES otiskla ve zkoumaném období oproti ostatním periodikům více fotografií neúspěšných kandidátů, ale nelze v jejich zobrazování nalézt vzorec, který by byl signifikantní. Spolu s deníkem Právo otiskla Mladá Fronta více fotografií Karla Schwarzenberga než Miloše Zemana, což koresponduje s jejím spíše pravicovým zaměřením. Na druhou stranu nebyl v Mladé frontě DNES nijak významně častěji zobrazován Přemysl Sobotka, jako zástupce ODS, oproti například Jiřímu Dienstbierovi z ČSSD. Hospodářské noviny, přesto že deklarovali podporu Karlu Schwarzenbergovi, častěji zobrazovaly Miloše Zemana, přičemž oba tito kandidáti se objevili na více jak polovině fotografií prezidentských kandidátů, což zohledňuje vývoj po prvním kole prezidentské volby. V Blesku můžeme zaznamenat zvýšené množství fotografií Miloše Zemana, které je ze všech zkoumaných periodik nejvýznamnější, stejně jako v Hospodářských novinách zde nelze nalézt žádnou významnější odchylku, tedy dva postupující kandidáti byli zobrazeni na fotografiích nejčastěji a s patrným odstupem je doprovází fotografie neúspěšného Jana Fischera. Deník Právo kromě zmíněné frekvence zobrazování Karla Schwarzenberga vybočuje oproti ostatním periodikům počtem fotografií Tomia Okamury, což se dalo očekávat spíše u Blesku. Další zajímavým výstupem této analýzy je skutečnost, že deník Právo, jako levicové médium na svých stránkách nijak častěji nezobrazovalo levicové kandidáty.



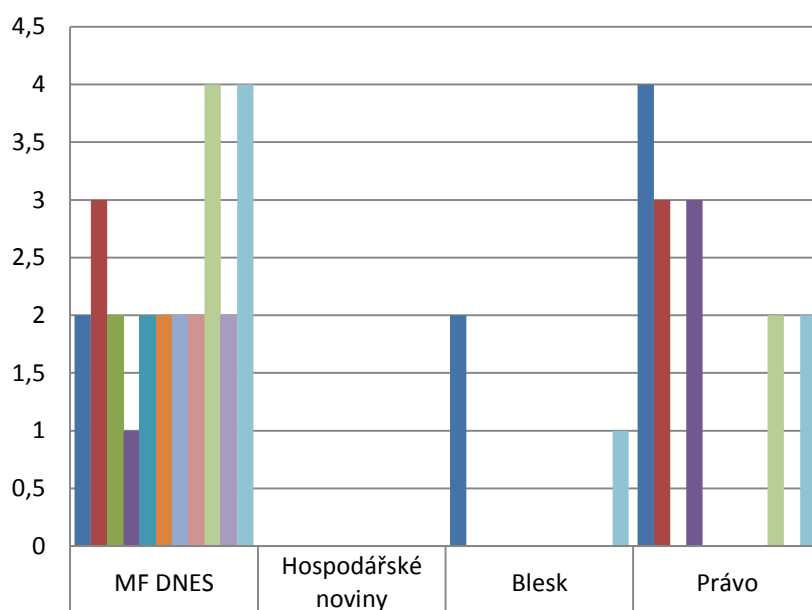
4.3.3.2 Ověření hypotézy IIIb: Upřednostňování umístěním fotografie

Ve zkoumání upřednostňování kandidátů prostřednictvím umístění jejich fotografií na titulní stranu jsou nápomocny grafy č. 9 a 10. Na nich je patrné, že Mladá fronta DNES otiskla na své titulní straně fotografie všech prezidentských kandidátů, přičemž fotografii Jiřího Dienstbiera pouze jednou, fotografie ostatních kandidátů dvakrát, Karla Schwarzenberga třikrát a fotografie Jany Bobošíkové a Tomia Okamury dokonce čtyřikrát. Na tomto rysu je patrné, že pravděpodobně větší roli při umístění fotografie prezidentského kandidáta určovala spíše kontroverze kandidátů než volební preference nebo politické spektrum čtenářů. Jak Jana Bobošíková, tak Tomio Okamura se snažili napadnout jejich odstranění z přímé volby prezidenta na základě zamítnuté registrace, přičemž Janě Bobošíkové nakonec bylo vyhověno. Je velmi pravděpodobné, že právě tento medializovaný konflikt kandidátů s ministerstvem vnitra pomohl oběma

neúspěšným kandidátům zviditelnit se na titulních stranách Mladé fronty. Je možné, že Vladimír Dlouhý, který byl také vyřazen Ministerstvem vnitra, nebyl na titulní straně zobrazen vícekrát z důvodu toho, že jeho kandidatura nebyla tak sledována médii, což je patrné i z předchozích analýz. V období mezi prvním a druhým kolem voleb otiskla Mladá fronta DNES na titulní straně pouze fotografii Karla Schwarzenberga, což může evokovat preferování tohoto kandidáta. Hospodářské noviny na rozdíl od Mladé fronty DNES nezobrazily na svých titulních stránkách všechny prezidentské kandidáty, ale pouze dva postupující, ve shodném zastoupení čtyř snímků v období od 13. do 26. ledna 2013. Redakce Hospodářských novin obecně na svých stránkách nezobrazovala tolik fotografií jako předchozí deník, proto se dalo očekávat, že se na titulní straně ve zkoumaných obdobích objevilo jen 8 fotografií prezidentských kandidátů. Všechny těchto 8 fotografií bylo otištěno až po prvním kole prezidentské volby. Deník Blesk na své titulní straně v období před prvním kolem také nezobrazil všechny prezidentské kandidáty, ale jen dvakrát Miloše Zemana a jednou Tomia Okamuru. V období po první prezidentské volbě byli na titulní straně Blesku třikrát vyobrazeni oba postupující kandidáti. Zobrazování Miloše Zemana před prvním kolem indikuje upřednostňování tohoto kandidáta před ostatními a naopak titulní fotografie Tomia Okamury vzbuzuje pocit, že byl v porovnání s ostatními kandidáty pro toto periodikum atraktivním tématem. Poslední deník Právo také více zobrazoval na titulní straně fotografie Miloše Zemana (5 fotografií) před Karlem Schwarzenbergem (4 fotografie), na rozdíl od předchozích dvou periodik ovšem na titulní straně otisklo i fotografie ostatních kandidátů, přesněji čtyři fotografii Jiřího Dienstbiera a po dvou fotografiích Jany Bobošíkové a Tomia Okamury. Fotografie dvou posledně jmenovaných byly vysvětleny výše, ale umístění fotografie Jiřího Dienstbiera jako zástupce levicové ČSSD lze považovat za upřednostnění před ostatními kandidáty, které je postaveno na základě levicově smýšlejícího čtenářstva.

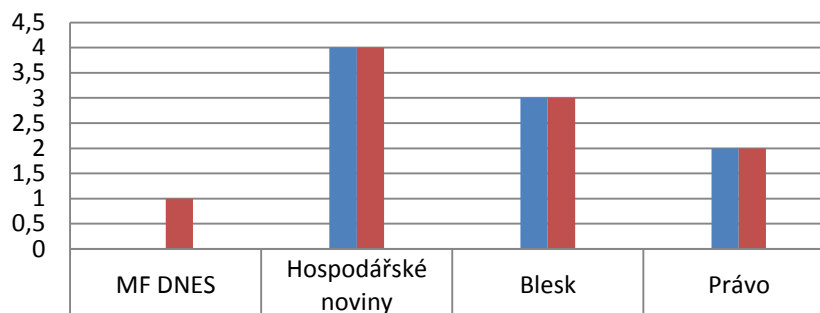
Obecně v období mezi prvním a druhým kolem (viz. graf č. 10) periodika zobrazovala fotografie postupujících kandidátů rovnoměrně až na Mladou Frontu DNES, která v tomto období na titulní straně otiskla pouze fotografii Karla Schwarzenberga.

Graf č. 9: Počet fotografií prezidentských kandidátů na titulních stranách vybraných periodik od 1. října 2012 do 12. ledna 2013



■ Miloš Zeman	2	0	2	4
■ Karel Schwarzenberg	3	0	0	3
■ Jan Fischer	2	0	0	0
■ Jiří Dienstbier	1	0	0	3
■ Vladimír Franz	2	0	0	0
■ Zuzana Roithová	2	0	0	0
■ Táňa Fischerová	2	0	0	0
■ Přemysl Sobotka	2	0	0	0
■ Jana Bobošíková	4	0	0	2
■ Vladimír Dlouhý	2	0	0	0
■ Tomio Okamura	4	0	1	2

Graf č. 10: Počet fotografií prezidentských kandidátů na titulních stranách vybraných periodik od 13. ledna do 26. ledna 2013



■ Miloš Zeman	0	4	3	2
■ Karel Schwarzenberg	1	4	3	2

4.3.3.3 Ověření hypotézy IIIc: Upřednostňování velikostí fotografie

Velikost fotografie je v této analýze rozdělena na tři kategorie, které jsou zpracovány v grafech č. 18 až 25 (v příloze č. 5 až 12).

1. Velká (148 × 210 mm - 210 × 297 mm)
2. Střední (74 × 105 mm - 105 × 148 mm)
3. Malá (37 × 52 mm - 52 × 74 mm)

Jak je z grafu č. 18 patrné (příloha č. 5), nejčastěji byly v Mladé frontě DNES otištěny fotografie kandidátů malé velikosti. Na grafu je zajímavé, že poměr velikostí fotografií jednotlivých kandidátů je velmi vyrovnaný a až na postupující kandidáty není patrná žádná výraznější odchylka. Za jediný významnější jev lze označit minimální počet fotografií všech kategorií, na nichž je vyobrazen Vladimír Dlouhý a nejvyšší počet větších fotografií s Karlem Schwarzenbergem (o 4 fotografie více než Miloš Zeman). Tato skutečnost by mohla představovat mírné preferování tohoto kandidáta před konečným vítězem voleb. Na grafu č. 19 (příloha č. 6), který hodnotí velikost fotografií po prezidentské volbě, je již poměr velikostí fotografií Karla Schwarzenberga v porovnání s fotografiemi s Milošem Zemanem velmi výrazný ve všech hodnocených kategoriích. Míra větších fotografií Karla Schwarzenberga skutečně vykazuje jeho upřednostnění před Milošem Zemanem v tomto periodiku.

Na grafu č. 20 (příloha č. 7) je patrný zmiňovaný nižší počet otištěných fotografií v Hospodářských novinách, který se projevuje především tím, že u většiny kandidátů se nelze setkat s velkou fotografií. Pouze Jana Bobošíková, Tomio Okamura a Jan Fischer, spolu s postupujícími kandidáty byli vyobrazeni na velké fotografii v tomto deníku. Oproti Mladé frontě DNES byl v tomto deníku v prvním období upřednostňován velikostí fotografie Miloš Zeman, především pak v kategorii střední fotografie. Ve druhém období byly fotografie prezidentských kandidátů plně vyrovnané. Za zmínku však stojí poměrně vysoké množství malých fotografií, na nichž je vyobrazen Jan Fischer.

Blesk je zpracován v grafech č. 22 a 23 (příloha č. 9 a 10). Na prvním grafu je patrné největší množství středních a velkých fotografií, na nichž je vyobrazen Miloš Zeman, následovaný Janem Fischerem a Karlem Schwarzenbergem. Na významném počtu středních fotografií se objevila Jana Bobošíková a Tomio Okamura, přičemž je velmi pravděpodobné, že oba dva se dostali do popředí díky probíhajícímu šetření

Ministerstva vnitra a následnému rozsudku Nejvyššího správního soudu. Vladimír Dlouhý byl i přes probíhající soud vyobrazen na nejméně středních a malých fotografiích, což vykazuje nezáměr médií o jeho osobu. Velikosti fotografií ostatních kandidátů vykazují spíše konstantní hodnoty bez větších výkyvů. Graf č. 23 popisující období po prvním kole voleb přisuzuje nejvíce středních a velkých fotografií Miloši Zemanovi, což vykazuje jeho upřednostňování redakcí Blesku.

Poslední periodikum, deník Právo, je zpracováno v grafech č. 24 a 25 (příloha č. 11 a 12). Na grafu č. 24 je patrně větší množství velkých i středních fotografií Miloše Zemana, jehož 8 velkých fotografií se rovná součtu velkých fotografií všech zbylých kandidátů. Jako druhý kandidát s největším poměrem velkých a středních fotografií z tohoto grafu vyšel Jan Fischer následovaný Karlem Schwarzenbergem. Nejzajímavějším rysem deníku Právo je opět velký důraz na střední fotografie Jany Bobošíkové a Tomio Okamury, jejichž počet byl vysvětlen výše. Data fotografií ostatních kandidátů vykazují sestupující tendenci od vítěze voleb k poslednímu kandidátovi, přičemž toto pořadí nekoresponduje s tehdy aktuálními volebními průzkumy. V období od 13. ledna 2013 byl na více velkých fotografiích vyobrazen Miloše Zeman, což je v souladu s levicovým zaměřením tohoto deníku, na druhou stranu na více středních fotografiích byl vyobrazen Karel Schwarzenberg. Z tohoto důvodu nelze z druhého zkoumaného období vyvodit žádný závěr.

Za souhrnné závěry třetí výzkumné otázky můžeme označit tyto skutečnosti:

- Mladá fronta DNES jako spíše pravicové médium v počtu fotografií upřednostňovala Karla Schwarzenberga z TOP09, ale nikoliv Přemysla Sobotku z ODS. Na titulní straně nebyly nejčastěji zobrazovány fotografie pravicových kandidátů s výjimkou Karla Schwarzenberga v období mezi prvním a druhým kolem voleb. Preferování Karla Schwarzenberga se plně projevilo v analýze velikostí fotografií, kde byl oproti jiným kandidátům zobrazován na větších fotografiích, především pak v období po prvním kole prezidentských voleb.
- Hospodářské noviny nijak nezvýhodňovaly pravicové prezidentské kandidáty ani Karla Schwarzenberga, kterému deklarovaly podporu, naopak nejvíce zvýhodněný velikostí a frekvencí fotografií se po analýze jeví Miloš Zeman, což je v přímém rozporu s vyslovenou hypotézou.

- Analýza fotografií otištěných v Blesku ukázala, že tento deník častěji zveřejňoval fotografie Miloše Zemana, přičemž častěji tak činil na titulních stranách a i velikost fotografií vypovídá o preferování tohoto kandidáta. Tato skutečnost je spolu s marginálním zobrazováním (ať velikostí nebo frekvencí) kontroverzních kandidátů v přímém rozporu s vyřčenou hypotézou.
- Deník Právo přesto, že se dá obecně považovat za levicově orientované médium, nijak výrazně neupřednostňoval levicové kandidáty. Frekvence fotografií, jejich velikost a umístění naopak vypovídají o upřednostňování Tomia Okamury, což je v přímém rozporu s politickou orientací deníku.

Toto shrnutí spolu s výše uvedenou podrobnější analýzou vypovídá o tom, že přes obecně platnou politickou orientaci zkoumaných periodik bylo zobrazování fotografií prezidentských kandidátů v rozporu s očekávanými závěry, že redakce novin budou preferovat politickou orientací blízké kandidáty.

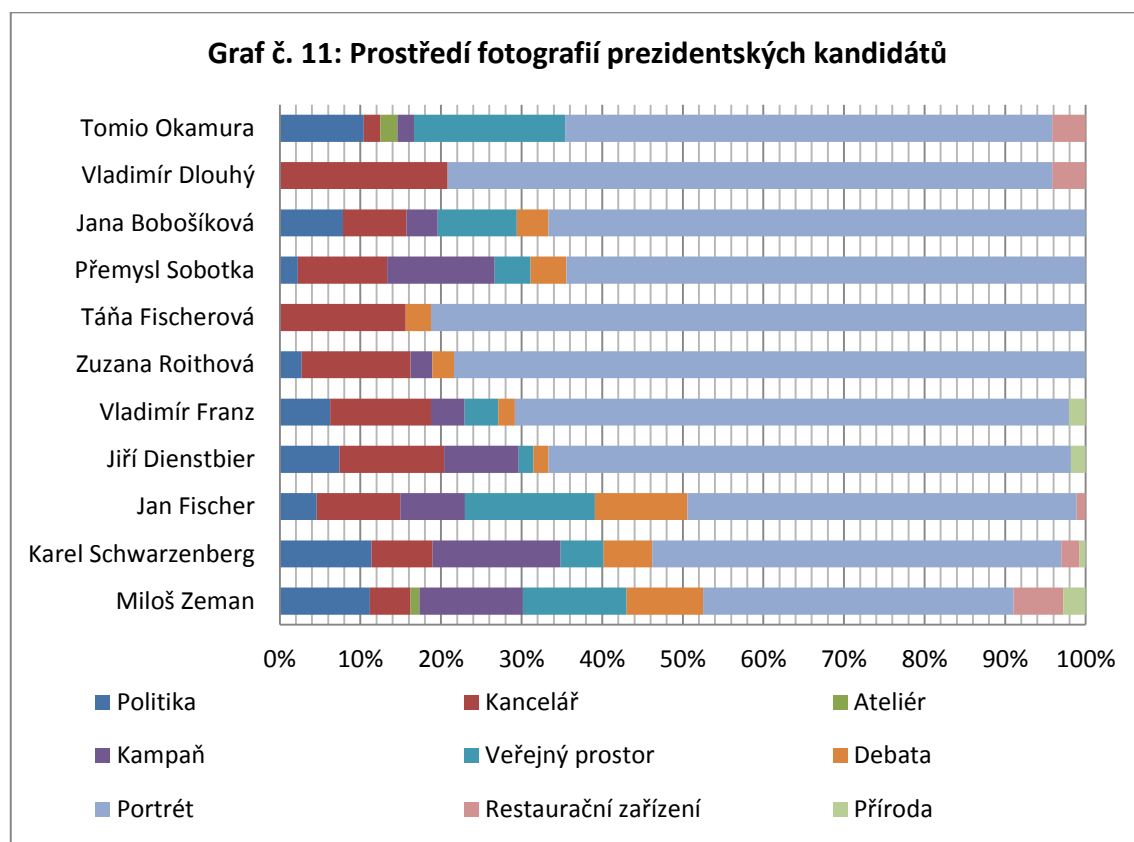
4.3.4 Ověření IV. hypotézy:

Prostředí fotografie⁴⁴

Tato část analyzuje prostředí fotografie zanesené v grafu č. 11. Jako nejčastější prostředí otištěných fotografií lze označit portrét, které zahrnuje všechny fotografie, na kterých nebylo možné pozadí určit, nebo se jednalo o výřez fotografie bez pozadí. Fotografie kandidátů Miloše Zemana, Karla Schwarzenberga a Jana Fischera vykazují v otázce prostředí velmi podobné hodnoty, přičemž nejvýznamnější rozdíl zde tvoří více fotografií Karla Schwarzenberga z volební kampaně a meetingů, a naopak více fotografií Miloše Zemana v prostředí restauračního zařízení. Fotografie těchto tří kandidátů byly často pořizovány při debatách, což je odlišuje od zbylých kandidátů. Fotografie kandidátů Jiřího Dienstbiera, Vladimíra Franze, Zuzany Roithové, Tani Fischerové, Přemysla Sobotky a Jany Bobošíkové také vykazují velmi podobné hodnoty, přičemž nejvýznamnější rozdíl můžeme nalézt u fotografií prezidentských kandidátů zastupující velké parlamentní strany (ODS a ČSSD), tedy Přemysla Sobotku a Jiřího Dienstbiera, u jejichž fotografie častěji zobrazovaly předvolební kampaň. Nejvýrazněji se liší prostředí fotografií Tomia Okamury, který byl nejčastěji ze všech

⁴⁴ Stejně jako u předešlé části nejsou ani u tohoto ověření hypotézy začleněny fotografie více prezidentských kandidátů.

kandidátů vyfotografován ve veřejném prostoru (tato skutečnost opět odráží medializovaný proces ohledně zamítnutí kandidatury, ke kterému se Tomio Okamura často vyjadřoval před budovami soudu či jinými státními budovami).



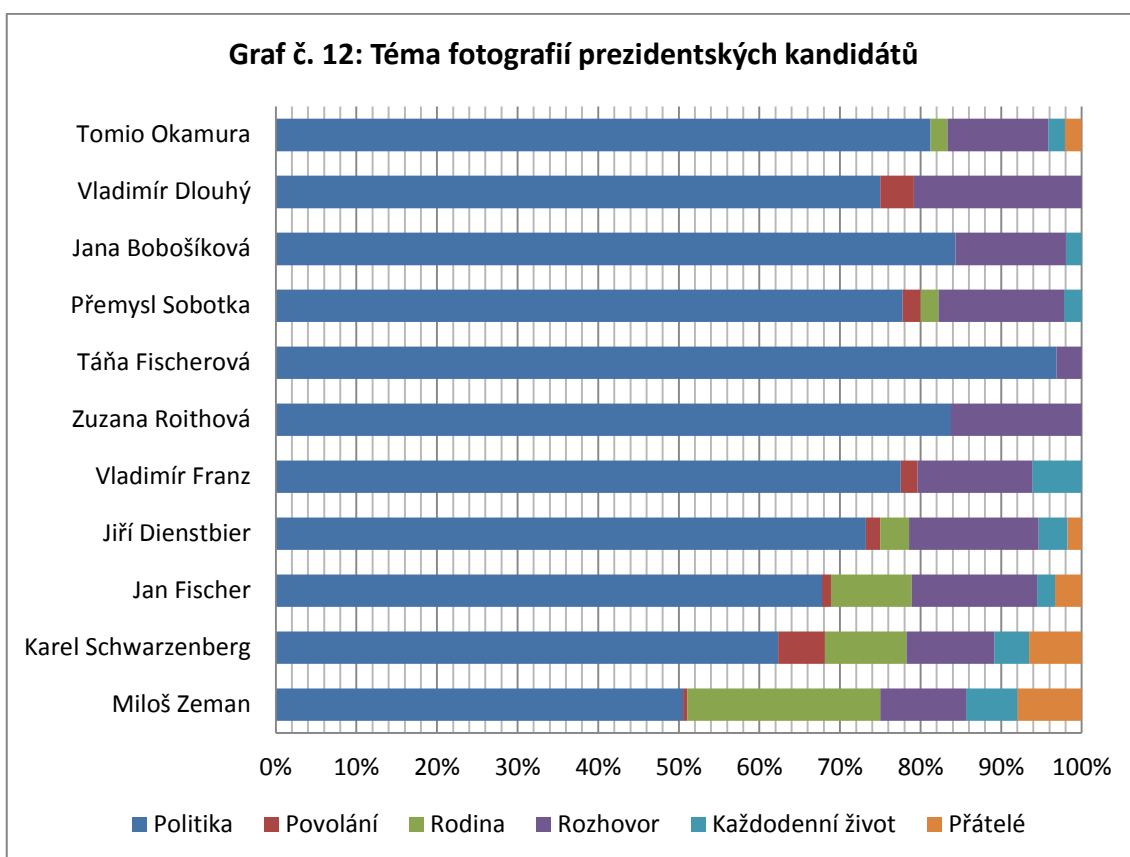
Hypotéza, že prezidentští kandidáti budou častěji zobrazováni v prostředí, které lze označit za jim blízké, se nepotvrdila. Prostředí fotografií Miloše Zemana, Karla Schwarzenberga a Jana Fischera bylo sice odlišné od ostatních kandidátů, ale nevykazovalo žádnou významnější tendenci, která by jednoho od druhého odlišovala. S ohledem na uvedené je třeba dojít k závěru, že vliv na prostředí fotografie měla spíše frekvence zobrazování fotografií prvních tří kandidátů.

4.3.5 Ověření V. hypotézy:

Téma fotografie

Téma fotografií prezidentských kandidátů je zpracováno níže v grafu č. 12, v rámci přehlednosti nebyly do této analýzy začleněny fotografie více kandidátů. Je zřejmé, že zveřejňování fotografií kandidátů s osobami, které mu byli blízké, jednotlivá periodika dělala jen v případech, kdy u kandidáta bylo možné předpokládat úspěch, jednalo se tedy o první tři kandidáty podle volebního výsledku. Jediní tři kandidáti

objevující se na fotografiích ve zkoumaných denících s přáteli nebo rodinou byli jmenovitě Jan Fischer, Karel Schwarzenberg a Miloš Zeman. Nejvíce pak byla zobrazována rodina Miloše Zemana, přesněji jeho dcera Kateřina, která po inauguraci začala plnit částečně funkci první dámy. Na nejméně tematicky výrazných fotografiích se objevovala Táňa Fischerová, která byla z 96% zobrazována jen v souvislosti s politikou a prezidentskou volbou. Ostatní kandidáti vykazují velmi podobný vzorec témat fotografií, přičemž nejvýznamnější kategorii po samotném tématu politika u každého z nich zabírá kategorie rozhovor. Tato skutečnost je dána tím, že většina zkoumaných deníků prováděla s kandidáty rozhovory a k jejich ilustraci používala fotografie z těchto rozhovorů.



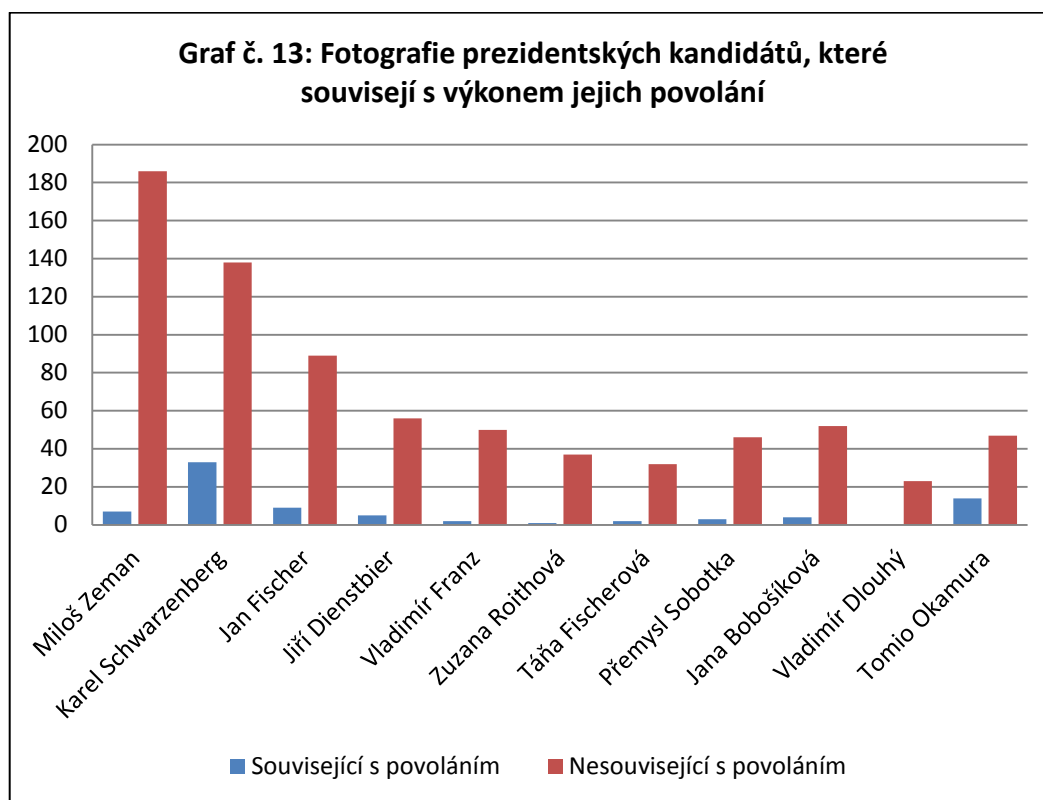
Předpokládaným výsledkem této analýzy byla převaha fotografií související tematicky s politikou, přičemž tato hypotéza se potvrdila. Významněji byli na fotografiích vyobrazováni jen přátelé a rodinní příslušníci a to pouze favorizovaných kandidátů (Miloše Zemana, Karla Schwarzenberga a Jana Fischera). Větší různorodost témat u favorizovaných kandidátů může být dána tím, že jejich fotografie byly na stránkách deníků umisťovány pravidelněji než ostatních kandidátů. Tuto skutečnost lze vyvodit například i z témat fotografií Vladimíra Dlouhého nebo Táni Fischerové, tito

dva kandidáti byli zobrazováni na fotografiích nejméně a téma jejich fotografií je značně homogenní.

4.3.6 Ověření VI. hypotézy:

Souvislost fotografie s výkonem povolání

Jak je patrné z grafu č. 13, většina kandidátů byla zobrazována v periodikách výhradně kvůli jejich kandidatuře v prezidentských volbách, jediné dvě výjimky, Karel Schwarzenberg a Tomio Okamura, mají oproti jiným kandidátům vyšší podíl fotografií souvisejících s výkonem povolání. Oba dva zastávali v době prezidentské volby veřejné funkce a tím pádem zvláště v počátku zkoumaného období byli často vyobrazováni v periodikách v souvislosti s výkonem své profese, nebo s volbami do senátu (kterých se tou dobou Tomio Okamura účastnil). Původní hypotéza byla tedy potvrzena.



5 Závěr

Tato práce analyzovala čtyři měsíce před prezidentskou volbou s ohledem na umístování fotografií prezidentských kandidátů na stránkách vybraných periodik. Výzkumné otázky si kladly za cíl zodpovědět, jak se projevovaly preference deníků v tehdy nadcházející prezidentské volbě, a jaké faktory mohly ovlivnit zobrazování fotografií kandidátů (výzkumy veřejného mínění nebo podobná politická orientace kandidáta. Výslednicí této analýzy jsou níže uvedené závěry.

Nejvíce fotografií bylo otištěno v denících Mladá fronta DNES a Blesk, naopak nejméně jich bylo otištěno v Právu a Hospodářských novinách, tato skutečnost je pravděpodobně daná větším množstvím stránek a důrazem na vizuální podobu dvou prvně jmenovaných periodik. Nejfrekventovaněji se na stránkách deníků objevovaly fotografie Miloše Zemana následované fotografiemi Karla Schwarzenberga, přičemž tento závěr je platný pro období před i po prvním kole voleb. Jak bylo ověřeno zkoumáním na základě poslední výzkumné otázky, velké množství fotografií s Karlem Schwarzenbergem je dáno skutečností, že v době prezidentské volby byl ministrem zahraničních věcí ČR, proto mnoho jeho fotografií přímo nesouviselo s prezidentskou volbou, ale spíše s výkonem povolání. Mezi fotografiemi ostatních kandidátů před prvním kolem voleb lze zaznamenat výkyv v počtu fotografií pouze u Jana Fischera, jenž byl dlouho favorizovaný předvolebními průzkumy, ale nakonec ve volbě neuspěl. Fotografie zbylých kandidátů se de facto objevovaly více méně stejně často až na Vladimíra Dlouhého, Tánu Fischerovou a Zuzanu Roithovou, kteří patrně nebyli v průběhu volby pro vybraná periodika dostatečně výraznými. V období před prvním kolem voleb dominovaly fotografie postupujících kandidátů, což se vzhledem k teorii agenda-setting jeví jako logické.

V rámci výzkumu vybraných deníků bylo přihlédnuto k průzkumům veřejného mínění v souvislosti s volebními preferencemi jednotlivých kandidátů. Po provedení analýzy byla hypotéza, že deníky umísťovaly fotografie prezidentských kandidátů v souvislosti s tehdy platnými výzkumy veřejného mínění, označena za neplatnou, což v celkovém důsledku znamená, že výzkumy veřejného mínění nezměnily periodicitu zveřejňování fotografií prezidentských kandidátů. Stejně tak blízká politická orientace deníků a kandidátů nevykazovala významnější společné rysy, tedy deníky neupřednostňovaly prostřednictvím umístěním frekvencí a velikostí fotografií

kandidáty, které na levo-pravém spektru vykazovaly podobnou orientaci. Výjimkou je Mladá fronta DNES, která jako spíše pravicové médium preferovala Karla Schwarzenberga z TOP09, ale na druhou stranu nijak neupřednostňovala Přemysla Sobotku z ODS. Silnou podporu v podobě počtu otištěných fotografií získal Miloš Zeman v deníku Blesk, což může zdůvodňovat jisté levicové zaměření tohoto periodika.

Prostředí fotografií prezidentských kandidátů nevykazovalo očekávané hodnoty, respektive nepotvrdila se hypotéza, že prezidentští kandidáti budou zobrazováni především v prostředí, které lze označit za jim blízké. Jediní kandidáti, kteří vykazovali odlišné hodnoty, byli Miloš Zeman, Jan Fischer a Karel Schwarzenberg, přičemž heterogenita jejich fotografií je pravděpodobně určena vyšším počtem otištěných fotografií těchto tří nejlépe umístěných kandidátů. Ze stejného důvodu měly pravděpodobně jejich fotografie i odlišný tematický okruh od ostatních kandidátů, přičemž nejvýznamněji se projevovalo rodinné zázemí Miloše Zemana, respektive na fotografiích se velmi často objevovala po jeho boku i dcera Kateřina. V souladu s vyřčenou hypotézou byl otištěn největší počet fotografií související s výkonem povolání u kandidátů zastávajících veřejnou funkci, jmenovitě pak Karla Schwarzenberga a Tomia Okamury.

Obecně se dá ze závěrů vyvodit, že periodika mohla mít potencionální vliv na přímou volbu prezidenta, protože fotografie obou postupujících kandidátů se na stránkách vybraných deníků objevovaly nejčastěji, a tím pádem byli oba dva kandidáti zvýhodněni.

5.1 Summary

Regarding the number of photos, most photographs have been published in following newspaper: the Mladá fronta DNES and the Blesk. The smallest number of photographs have been published in the Právo and the Hospodářské noviny. This fact is likely due to the larger number of pages and focus on the visual appearance of the first two named journals. Miloš Zeman, followed by Karel Schwarzenberg has been on the most photographs, as well as in the period before and after the first round of elections. Before the first round of elections there is evidently high number of photographs of Jan Fischer, who has been long favored in the pre-election polls, but finally failed in the election. Photographs of the remaining candidates have appeared more or less equally

often, with the exception of Vladimír Dlouhý, Táňa Fischerová and Zuzana Roithová, who were probably not adequately strong for selected journals during first round. In the period before the first round of the elections, there was clear domination of photographs advancing candidates, and this seems to be in accordance with the theory of agenda-setting.

The research studied selected journals in connection with the polls and in the context of electoral preferences. Hypothesis that the newspapers printed a photograph of the presidential candidates in relation to opinion polls has been reported as invalid, which means that the polls did not change the frequency of publication of photos of the presidential candidates. Newspapers did not prefer photographs of candidates who were on the same side of the left-right political spectrum. The only exception was the *Mladá fronta DNES* (rather right-wing newspaper), which preferred the Karel Schwarzenberg of the TOP09, but on the other hand did not preferred Přemysl Sobotka of the ODS. The *Blesk* often published pictures Miloš Zeman, which may indicate that the *Blesk* is a left-wing periodical.

Environment of photographs of the presidential candidates have not shown the expected values, therefore the hypothesis that the presidential candidates were pictured especially in an environment that can be described as close to them, has not been confirmed. The only candidates whose pictures showed distinct values were Miloš Zeman, Jan Fischer and Karel Schwarzenberg. The heterogeneity of the photos is probably determined more by the number of published photographs of these top three candidates. For the same reason, the photographs of these three candidates had probably different topics distinguishing them from the other candidates. The most significant one was the manifested family background of Milos Zeman, respectively his daughter, who had appeared very often in the pictures. In accordance with the hypothesis, candidates holding a public office have used their profession as it appeared in the photos.

What we can generally conclude is that the periodicals could have had a potential impact on the direct election of the president in 2013. This is mainly because photos of both front-running candidates have appeared most frequently.

6 Zdroje

6.1 Publikace

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: Příručka pro uživatele*. 3.vyd. Praha: Karolinum, 2000, 374 s. ISBN 80-246-0139-7.

LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu: manipulace fotografií v digitální éře*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2009, 155 s. ISBN 978-802-4616-476.

MCCOMBS, Maxwell E, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Agenda setting: nastolování agendy - masová média a veřejné mínění*. Vyd. 1. Ilustrace Zdeněk Prošek. Praha: Portál, 2009, 251 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-807-3675-912.

MCLUHAN, Herbert Marshall. *Člověk, média a elektronická kultura: výběr z díla..* Vyd. 1. Brno: Jota, 2000, 415 s.. ISBN 80-721-7128-3.

OSVALDOVÁ, Barbora a Filip LÁB. *Zpravodajství v médiích: manipulace fotografií v digitální éře*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011, 144 s. ISBN 978-802-4618-999.

Politické kampaně, volby a politický marketing. Vyd. 1. V Olomouci: Periplum, 2007, 142 s. Studie a analýzy (Periplum), sv. 6. ISBN 978-808-6624-365.

ROSE, Gillian. *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*. 2nd ed. London: Sage, 2007, xvi, 287 s. ISBN 978-1-4129-2191-6.

SZTOMPKA, Piotr. *Vizuální sociologie: fotografie jako výzkumná metoda*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství, 2000, 168 s., [32] s. barev. obr. příl. ISBN 978-80-86429-77-9.

URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění: manipulace fotografií v digitální éře*. Vyd. 1. Ilustrace Zdeněk Prošek. Praha: Grada, 2011, 230 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-802-4735-634.

Ústavní zákon, kterým se mění ústavní zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky, ve znění pozdějších ústavních zákonů. In: *Sbírka zákonů č. 71/2012*. Praha, 2012, 28 (12. 3. 2012).

VANČÁT, Jaroslav. *Vývoj obrazivosti od objektu k interaktivitě: gnozeologické předpoklady analýzy obrazové stránky nových médií*. Vyd.1. Praha: Karolinum, 2007, 168 s., [32] s. barev. obr. příl. ISBN 978-802-4616-254.

Zákon o volbě prezidenta republiky a o změně některých zákonů (zákon o volbě prezidenta republiky). In: *Sbírka zákonů č. 275 / 2012*. Praha, 2012, částka 95 (22. 8. 2012).

6.2 Internetové zdroje

ABC ČR - Kancelář ověřování nákladu tisku: Deníky. [online]. [cit. 2014-07-14].

Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?notVerified=1&filterMonth=11&filterYear=2013&filterNamePublisher=&filterType=&filterNameTitle=&filterGenre=>

ČT24, ČTK. Fotografie, která urychlila konec vietnamské války. *Česká televize: Zpravodajství* [online]. s. 2, 1.6.2012 20:00 [cit. 2014-07-14]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/179531-fotografie-ktera-urychlila-konec-vietnamske-valky/>

Media projekt: 4. čtvrtletí 2012 - 1. čtvrtletí 2013. Realizátoři: MEDIAN a STEM MARK. *Media projekt* [online]. 2013, s. 41 [cit. 2014-07-15]. Dostupné z: http://www.median.cz/docs/MP_2012_4+1Q_prezentace.pdf

Nejvyšší správní soud rozhodl o návrzích týkajících se registrací kandidátních listin pro volbu prezidenta republiky. *Nejvyšší správní soud ČR: Rozhodnutí správních soudů* [online]. 2012, s. 2, 13.12.2012 [cit. 2014-07-14]. Dostupné z: http://www.nssoud.cz/Nejvyssi-spravni-soud-rozhodl-o-navrzich-tykajicich-se-registraci-kandidatnich-listin-pro-volbu-prezidenta-republiky/art/914?tre_id=135

Pět dní před prezidentskými volbami nadále vede Miloš Zeman, o vítězích prvního kola rozhodnou dosud nerozhodnutí voliči. *Sanep: Tisková zpráva* [online]. 2013, s. 3 [cit. 2014-07-15]. (tato tisková zpráva byla zveřejněna na základě žádosti)

Podpora prezidentských kandidátů v listopadu 2012. *CVVM: Tiskové zprávy* [online]. 2012, 29 Listopad 2012 [cit. 2014-07-15]. Dostupné z: <http://cvvm.soc.cas.cz/volby-a-strany/podpora-prezidentskych-kandidatu-v-listopadu-2012>

Podpora prezidentských kandidátů v prosinci 2012. *CVVM: Tiskové zprávy* [online]. 2012, 20. Prosinec 2012 [cit. 2014-07-15]. Dostupné z: <http://cvvm.soc.cas.cz/volby-a-strany/podpora-prezidentskych-kandidatu-v-prosinci-2012>

Podrobné informace k přímé volbě prezidenta. *Ministerstvo vnitra ČR: Informační servis* [online]. 2012, s. 3 [cit. 2014-07-14]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/podrobne-informace-k-prime-volbe-prezidenta.aspx>

Prezidentský volební model k 15.10.2012: Fischer překročil 30 procent. *PPM FACTUM: Research* [online]. 2012, 15.10.2012 [cit. 2014-07-15]. Dostupné z: http://www.factum.cz/506_fischer-prekrocil-30-procent

Prezidentský volební model k 12.11.2012: Fischer a Zeman drží prezidentský duel. *PPM FACTUM: Tiskové zprávy* [online]. 2012, 12.11.2012 [cit. 2014-07-15]. Dostupné z: http://www.factum.cz/509_fischer-a-zeman-drzi-prezidentsky-duel

Prezidentský volební model k 13.12.2012: Zeman vede. *PPM FACTUM: Tiskové zprávy* [online]. 2012, 13.12.2012 [cit. 2014-07-15]. Dostupné z: http://www.factum.cz/517_zeman-vede

Prezidentský model k 18.1.2013: Týden před 2. kolem šance téměř vyrovnané, Zeman těsně vede. *PPM FACTUM: Tiskové zprávy* [online]. 2013, 18.01.2013 [cit. 2014-07-15]. Dostupné z: http://www.factum.cz/522_tyden-pred-druhym-kolem-sance-temer-vyrovnane

Přímá volba prezidenta. *Vláda České republiky: Aktuálně* [online]. 2010, 29. 11. 2010 16:19 [cit. 2014-07-14]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/prima-volba-prezidenta--78534>

SOUDNÝ, Vojtěch. České redakce podpořily po anglicku prezidentské kandidáty. *EJO: European Journalism Observatory* [online]. s. 2, Leden 21, 2013 [cit. 2014-07-14]. Dostupné z: <http://cz.ejo-online.eu/1807/etika-a-kvalita-zurnalistiky/ceske-redakce-podporily-po-anglicku-prezidentske-kandidaty-novinari-by-nejradeji-videli-na-hrade-karla-schwarzenberga>

Tisková zpráva PREZIDENTSKÝ VOLEBNÍ MODEL za říjen 2012. *Median, s.r.o.: Volební preference - ARCHIV* [online]. 2012 [cit. 2014-07-15]. Dostupné z: <http://www.median.cz/index.php?lang=cs&page=4&sub=7>

Tisková zpráva PREZIDENTSKÝ VOLEBNÍ MODEL za listopad-prosinec 2012.
Median, s.r.o.: Volební preference - ARCHIV [online]. 2012 [cit. 2014-07-15].

Dostupné z: <http://www.median.cz/index.php?lang=cs&page=4&sub=7>

V listopadu by v prvním kole zvítězil Zeman nad Fischerem. *Sanep: Tisková zpráva*. 2012, s. 2 [cit. 2014-07-15]. (tato tisková zpráva byla zveřejněna na základě žádosti)

Volba prezidenta republiky konaná ve dnech 11.01. – 12.01.2013: Výsledek volby.
Český statistický úřad: volby.cz [online]. 2012, s. 1, 14/07/2014 20:10:34 [cit. 2014-07-14]. Dostupné z: <http://volby.cz/pls/prez2013/pe2?xjazyk=CZ>

Zeman je nadále před Fischerem, volby mohou rozhodnout až voliči, kteří si zvolí svého kandidáta až na poslední chvíli. *Sanep: Tisková zpráva* [online]. 2012, s. 3 [cit. 2014-07-15]. (tato tisková zpráva byla zveřejněna na základě žádosti)

6.3 Zkoumaná periodika

Mladá Fronta DNES, v mutaci Praha, od 1. října 2012 do 26. ledna 2013.

Hospodářské noviny od 1. října 2012 do 26. ledna 2013.

Právo, v mutaci Praha a Střední Čechy, od 1. října 2012 do 26. ledna 2013.

Blesk od 1. října 2012 do 26. ledna 2013.

7 Seznam grafů a tabulek v textu

Tabulka č. 1: Odhad čtenosti na vydání

Graf č. 1: Podíl fotografií prezidentských kandidátů

Graf č. 2: Fotografie prezidentských kandidátů ve všech vybraných periodikách od 1. října 2012 do 12. ledna 2013

Graf č. 3: Fotografie prezidentských kandidátů ve všech vybraných periodikách od 13. října 2013 do 26. ledna 2013

Graf č. 4: Podíl fotografií prezidentských kandidátů v Mladé frontě DNES v závislosti na výsledku výzkumů veřejné ho mínění

Graf č. 5: Podíl fotografií prezidentských kandidátů v Hospodářských novinách v závislosti na výsledku výzkumů veřejné ho mínění

Graf č. 6: Podíl fotografií prezidentských kandidátů v Blesku v závislosti na výsledku výzkumů veřejné ho mínění

Graf č. 7: Podíl fotografií prezidentských kandidátů v Právu v závislosti na výsledku výzkumů veřejné ho mínění

Graf č. 8: Počet fotografií prezidentských kandidátů v jednotlivých periodikách (v %)

Graf č. 9: Počet fotografií prezidentských kandidátů na titulních stranách vybraných periodik od 1. října 2012 do 12. ledna 2013

Graf č. 10: Počet fotografií prezidentských kandidátů na titulních stranách vybraných periodik od 13. ledna do 26. ledna 2013

Graf č. 11: Prostředí fotografií prezidentských kandidátů

Graf č. 12: Téma fotografií prezidentských kandidátů

Graf č. 13: Fotografie prezidentských kandidátů, které souvisejí s výkonem jejich povolání