

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut politologických studií

**Pavla Kovářová**

**Mediální obraz Miloše Zemana**

*Diplomová práce*

Praha 2016

Autor práce: **Bc. Pavla Kovářová**

Vedoucí práce: **PhDr. Miloš Brunclík, Ph.D.**

Rok obhajoby: 2016

## **Bibliografický záznam**

KOVÁŘOVÁ, Pavla. *Mediální obraz Miloše Zemana*. Praha, 2016. 103 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut politologických studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Miloš Brunclík, PhD.

### **Abstrakt**

Tato diplomová práce se zabývá vývojem mediálního obrazu Miloše Zemana ve dvou obdobích, v nichž zastával vrcholné politické funkce, konkrétně funkci předsedy vlády a prezidenta. Cílem je zjistit, zda se mediální obraz Miloše Zemana v době, kdy vykonával funkci předsedy vlády, liší od současného mediálního obrazu, který má jako prezident. V teoretické části je vymezena role médií ve společnosti a v politice. Dále jsou přiblíženy přístupy, podle nichž je nahlíženo na objektivitu médií. A v neposlední řadě jsou představeny základní teorie, jež jsou aplikovány při konstrukci mediálního obrazu. V metodologické části je pro výzkum zvolena metoda kvantitativní obsahové analýzy a následně je popsán postup, podle něhož se provádělo zkoumání. K získání potřebných dat práce využívá mediální databázi Anopress, prostřednictvím které jsou vybrány relevantní příspěvky dvou celostátních novin (Mladá fronta DNES, Právo) a dvou nejsledovanějších celostátních televizí (Nova, Česká televize). Výstupem práce je analytická část s prezentací získaných výsledků.

### **Abstract**

This thesis deals with the development of the media image of Miloš Zeman in the two terms in which he held the most significant political functions, namely the prime minister and the president. The aim is to find out whether the media image of Miloš Zeman at a time when he served as prime minister differs from the current media image that he now has as president. The theoretical part is defined by the role of the media in society and politics. Furthermore, the approaches of objectivity in media are described and finally the basic theories that are applied in the construction of the media image are presented. The methodological part of the research covers the method of quantitative content analysis and how this research was conducted. The necessary data was obtained through the Anopress

database, selecting relevant articles of the two national newspapers (Mlada fronta Dnes, Právo) and the two most-watched national television networks (Nova, Czech Television). The conclusion of this thesis is analytical and presents the results.

## **Klíčová slova**

Mediální obraz, Miloš Zeman, prezident, premiér, kvantitativní obsahová analýza, tištěná média, televizní média

## **Keywords**

Media image, Miloš Zeman, president, prime minister, quantitative content analysis, print media, television media

**Rozsah práce: 167 577 znaků**

## **Prohlášení**

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

V Praze dne 12. května 2016

Pavla Kovářová

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala vedoucímu práce PhDr. Miloši Brunclíkovi, Ph.D. za pomoc a trpělivost při vedení mé diplomové práce, čas věnovaný konzultacím, cenné rady a připomínky. Děkuji také rodičům, kteří mi byli oporou nejen při psaní této práce, ale i po celou dobu studií.

**Institut politologických studií**  
**Teze diplomové práce**

<b>PROJEKT DIPLOMOVÉ PRÁCE</b>	
<b>Jméno:</b>	Pavla Kovářová
<b>E-mail:</b>	pa.kovarova@email.cz
<b>Semestr:</b>	Letní
<b>Akademický rok:</b>	2014/2015
<b>Název práce:</b>	Mediální obraz Miloše Zemana
<b>Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok):</b>	Letní, 2015/2016
<b>Vedoucí diplomového semináře:</b>	prof. PhDr. Blanka Říhová, CSc.
<b>Vedoucí práce (není povinné):</b>	PhDr. Miloš Brunclík, Ph.D.
<b>Zdůvodnění výběru tématu práce (5 řádek):</b>	Miloš Zeman je významnou osobností, která se podílela na utváření politického prostředí již v době Sametové revoluce. Úspěšně stoupal po žebříčku politických funkcí, nejříve se stal předsedou strany sociální demokracie, poté předsedou Poslanecké sněmovny a v roce 1998 předsedou vlády. Zlom nastal v roce 2003, kdy se mu nepodařilo dosáhnout pomyslné vrcholné příčky a neuspěl v prezidentské volbě. V tom okamžiku na politiku zanevřel a až do roku 2009 se jí aktivně nevěnoval. Jeho návrat je spojován s první přímou volbou prezidenta, v níž se pokusil dosáhnout, co se mu dříve nepodařilo. V lednu 2013 se jeho úsilí naplnilo a stal se prvním prezidentem zvoleným přímo občany. Média každodenně informují o jeho počinech, které jsou často vnímány kontroverzním způsobem. Z tohoto důvodu jsem se rozhodla blíže věnovat mediálnímu obrazu Miloše Zemana.
<b>Předpokládaný cíl (5 řádek):</b>	Práce má za cíl zjistit, jaký je mediální obraz Miloše Zemana ve dvou obdobích, v nichž zastával vrcholné politické funkce, konkrétně funkci předsedy vlády v letech 1998-2002 a prezidenta republiky v období let 2013-2016. Cílem práce je odpovědět na následující otázky: 1) Jak se vyvíjel mediální obraz Miloše Zemana v době, kdy zastával funkci předsedy vlády? 2) Jak se vyvíjel mediální obraz Miloše Zemana v době, kdy zastával funkci prezidenta? 3) Jak se proměnil mediální obraz Miloše Zemana, provedeme-li komparaci výše zmíněných vývoju mediálních obrazů?
<b>Základní charakteristika tématu (10 řádek):</b>	Práce je zaměřená na vývoj mediálního obrazu Miloše Zemana ve dvou obdobích, ve kterých vykonával nejvyšší politické funkce. První období se datuje od 17. července 1998 do 15. července 2002, kdy byl předsedou vlády a druhým obdobím jsou tři roky ve funkci hlavy státu od 8. března 2013 do 8. března 2016. Vzhledem k rozsahu a očekávanému velkému množství zpracovávaných informací bude využita metoda obsahové analýzy. Kvantitativní analýza je zvolena i z důvodu vyšší míry objektivity. Hlavním zdrojem informací pro obsahovou analýzu bude databáze Anopress, prostřednictvím které budou vybrány relevantní články dvou celostátních novin (Mladá fronta DNES a Právo) a dvou nejsledovanějších celostátních televizí (Nova, Česká televize).
<b>Předpokládaná struktura práce (10 řádek):</b>	Práce se bude skládat ze tří částí - teoretická, metodologická a analytická.

- 1) Teoretická část se bude věnovat problematice médií a jejich vlivu, dále tématu nastolování agendy a v neposlední řadě i politické komunikaci.
- 2) V metodologické části bude charakterizována obsahová analýza a dále bude vymezen zkoumaný vzorek.
- 3) V analytické části bude provedena samotná analýza a čtenář bude seznámen s jejími výsledky.

**Základní literatura (10 nejdůležitějších titulů):**

**Monografie:**

ČERVENKA, Jan. Agenda-setting: teoretické přístupy. 1. vyd. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008, 87 s. ISBN 978-807-3301-514.

HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Vyd. 1. Praha: Portál, 2005, 407 s. ISBN 80-736-7040-2.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Masová média. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009, 413 s. ISBN 978-807-3674-663.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Média a společnost. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003, 207 p. ISBN 80-717-8697-7.

JIRÁK, Jan a Blanka ŘÍCHOVÁ. Politická komunikace a média. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2000, 163 s. ISBN 80-246-0182-6.

MCNAIR, Brian. An introduction to political communication. 5th ed. New York: Routledge, 2011, xix, 226 p. ISBN 02-038-2869-0.

MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Vyd. 1. Praha: Portál, 1999, 447 s. ISBN 80-717-8200-9.

SCHULZ, Winfried. Analýza obsahu mediálních sdělení. 3. nezměněné vyd. Praha: Karolinum, 2011, 149 s. ISBN 978-802-4619-804.

**Periodikum:**

Mladá fronta dnes. Praha: MAFRA, a.s. ISBN 1210-1168. ISSN 1210-1168.

Právo: Nezávislé noviny. Praha: Borgis, a.s. ISBN 1211-2119. ISSN 1211-2119.

**Internetové zdroje:**

Anopress IT [online]. [cit. 2015-06-03]. Dostupné z: <http://www.anopress.cz>

Podpis studenta a datum

Schváleno	Datum	Podpis
Vedoucí diplomového semináře		
Garant oboru		



## OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	2
<b>TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	4
1. Média a jejich role ve společnosti .....	4
2. Média a jejich role v politice .....	5
3. Obraz politiky v médiích .....	6
4. Objektivita médií .....	8
5. Mediální produkt a jeho obsah .....	10
6. Mediální obraz .....	11
7. Reprezentace .....	15
8. Teorie volebních cyklů .....	17
9. Výzkumné otázky a hypotézy .....	17
<b>METODOLOGICKÁ ČÁST</b> .....	20
10. Analýza mediálních obsahů .....	20
11. Operacionalizace .....	20
11.1 Vymezení médií .....	20
11.2 Vymezení mediálního obsahu .....	22
11.3 Vymezení časového období .....	23
11.4 Vymezení kódovací jednotky .....	24
12. Kódování .....	24
<b>ANALYTICKÁ ČÁST</b> .....	28
13. Miloš Zeman ve funkci předsedy vlády .....	28
13.1 Začátek mandátu .....	28
13.2 Prostředek mandátu .....	36
13.3 Konec mandátu .....	44
13.4 Vývoj mediálního obrazu Miloše Zemana jako předsedy vlády .....	52
14. Miloš Zeman ve funkci prezidenta .....	59
14.1 Začátek mandátu .....	59
14.2 Prostředek mandátu .....	68
14.3 Vývoj mediálního obrazu Miloše Zemana jako prezidenta .....	76
15. Komparace mediálního obrazu předsedy vlády a prezidenta .....	83
<b>ZÁVĚR</b> .....	92
<b>SUMMARY</b> .....	96
<b>POUŽITÁ LITERATURA</b> .....	98
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ</b> .....	102

# Úvod

*„Jeden klasický bonmot říká, že kdo není v médiích, jako by nebyl. Jistě, že jsou oblasti, které se bez publicity obejdou. Ale určitě to není politika.“<sup>1</sup>*

Miloš Zeman je jedním z nejvýraznějších českých politiků a média mu věnují značný prostor. Podílel se na utváření politického prostředí již v době Sametové revoluce a po vzniku samostatného Československa zaznamenával jeden politický úspěch za druhým. V únoru 1993 byl zvolen předsedou ČSSD a o tři roky později předsedou Poslanecké sněmovny. V této době se mu podařilo pozvednout sociální demokracii ze 7 % na 27 %<sup>2</sup> a v roce 1998 se stal předsedou vlády. Zlom nastal v roce 2003, kdy se mu nepovedlo dosáhnout pomyslného vrcholu a neuspěl v prezidentské volbě. V tom okamžiku na politiku zanevřel a odešel do politického důchodu, jež trávil na Vysočině. V roce 2009 se politice začal opět aktivně věnovat, když se stal hlavním představitelem nové politické strany - Strany práv občanů Zemanovci. Jeho návrat je spojován s první přímou volbou prezidenta, v níž toužil dokázat, co se mu před deseti lety nepodařilo. V lednu 2013 se jeho úsilí konečně naplnilo a stal se prvním českým prezidentem zvoleným přímo občany. Média věnují Miloši Zemanovi velkou pozornost a každodenně informují o jeho počinech. Společnost Newton media porovnála publicitu tří českých prezidentů během prvních 100 dní po jejich inauguraci. Výsledky analýzy ukázaly, že Miloš Zeman své předchůdce jednoznačně předčil. Zatímco o Václavu Havlovi média zveřejnila 8 409 příspěvků a o Václavu Klausovi 8 749 příspěvků, o Miloši Zemanovi to bylo přibližně o deset tisíc příspěvků více, konkrétně 18 504 příspěvků.<sup>3</sup> O tom, že média projevují o Miloši Zemanovi značný zájem svědčí i přehled nejsledovanějších politických osobností roku 2015, v němž se umístil na první příčce v kategorii tištěných a online médií. Dále se objevoval nejčastěji v politické publicistice reprezentované webem Parlamentní listy a v bulvárních médiích.<sup>4</sup> Přes Zemanův obecně známý negativní vztah k médiím přitahuje svým kontroverzním chováním a provokativními výroky obrovskou mediální pozornost. Práce se zaměřuje na vývoj mediálního obrazu Miloše Zemana ve dvou obdobích, v nichž zastával vrcholné politické funkce, a sice funkci předsedy vlády a prezidenta. Cílem je zjistit, zda se mediální

---

<sup>1</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. *Vytrženo z kontextu*. Brno: Tribun EU, 2009, s. 41. Knihovnicka.cz. ISBN 978-80-7399-836-3.

<sup>2</sup> V parlamentních volbách 1992 získala ČSSD 7 % hlasů a ve volbách 1996 strana obdržela 27 % hlasů.

<sup>3</sup> 100 dnů v prezidentském úřadu. *Newton media* [online]. 2013 [cit. 2016-05-07]. Dostupné z: <http://www.newtonmedia.cz/cs/mediainfo-cz/analyzy/100-dnu-v-prezidentskem-uradu/detail>.

<sup>4</sup> Mediální politické osobnosti roku 2015. *Newton media* [online]. 2015 [cit. 2016-05-07]. Dostupné z: <http://www.newtonmedia.cz/cs/mediainfo-cz/analyzy/medialni-politicke-osobnosti-roku-2015/detail>.

obraz Miloše Zemana v době, kdy vykonával funkci premiéra liší od současného mediálního obrazu, který má jako prezident. Způsobilo 6 let strávených na Vysočině mimo politické dění, že média prezentují osobu Miloše Zemana po návratu do politického života odlišně nebo je Miloš Zeman osobností, jejíž mediální obraz je neměnný?

Práce hledá odpovědi na následující tři výzkumné otázky:

**VO1:** Jak se vyvíjel mediální obraz Miloše Zemana ve vybraných médiích v době, kdy zastával funkci předsedy vlády?

**VO2:** Jak se vyvíjel mediální obraz Miloše Zemana ve vybraných médiích v době, kdy zastával funkci prezidenta?

**VO3:** Jak se proměnil mediální obraz Miloše Zemana, provedeme-li komparaci výše zmíněných vývoje mediálních obrazů?

Práce je rozdělena do tří hlavních částí. První část je věnována teorii a zakotvuje problematiku mediálního obrazu do širšího kontextu. Je zde zdůrazněna vzájemná provázanost médií s politikou a představeny základní teorie, jež jsou aplikovány v rámci procesu konstrukce mediálního obrazu. V metodologické části je detailně popsán postup, podle něhož se prováděl výzkum a konečně v poslední části jsou zveřejněny výsledky analýzy.

Vzhledem k rozsahu období a očekávanému velkému množství příspěvků práce využívá metodu kvantitativní obsahové analýzy. Hlavním zdrojem příspěvků byla zvolena databáze Anopress, prostřednictvím které byly vybrány relevantní příspěvky dvou celostátních novin (Mladá fronta DNES a Právo) a dvou nejsledovanějších celostátních televizí (Nova, Česká televize).

# TEORETICKÁ ČÁST

## 1. Média a jejich role ve společnosti

V moderních vyspělých společnostech hrají média významnou roli, neboť poskytují důležitý zdroj poznatků, zkušeností a prožitků. Jak se postupem času vyvíjela, stala se nepostradatelnou součástí života společnosti. Informují jedince o hodnotách, postojích a názorech, které ve společnosti převažují, a proto se jim přisuzuje značný vliv na formování jedince a zároveň na utváření veřejného života.<sup>5</sup> Mezi média řadíme již tradičně tisk, rozhlas a televizi, nejmladší formou jsou tzv. nová média, která jsou založená na digitálním zpracování a přenosu dat. Jedná se o formální organizace s vnitřní hierarchií, pravomocí a odpovědností. Vzhledem k jejich masovému působení je lze také označit za masová média či masmédia.

Média plní ve společnosti několik důležitých funkcí. Jednou z hlavních funkcí je funkce *informační*, prostřednictvím které média poskytují nezbytné informace o světě, s nímž příjemci nemají či nemusejí mít vlastní zkušenost. Každý jedinec žije v určitém kulturním prostředí, které je omezeno fyzickými možnostmi. Díky existenci médií mají lidé příležitost získat zkušenosti s událostmi probíhajícími za hranicemi jejich bezprostředního obzoru. Dále média plní *sociální* funkci, v rámci níž přesvědčují společnost o správnosti určitého chování a o platnosti hodnot a norem. Nabízené představy příjemci chápou jako přirozené a pomáhají jim tak úspěšně jednat jako členům společnosti. Skrze *kulturní* funkci média podporují nejen převládající kulturní vzorce, ale také objevování nových směrů v kulturním vývoji. Kromě toho média plní i *zábavnou* funkci, prostřednictvím které nabízejí publiku pobavení a rozptýlení. Poskytují tak prostředek uvolnění a zdroj oslabování sociálního napětí. Poslední funkcí je funkce *získávání* či agitování, s pomocí které jsou média schopná mobilizovat veřejné mínění. Média mají schopnost přilákat pozornost k tématům o kterých společnost doposud neuvažovala a dokážou naznačit, jak na dané téma nahlížet. Tím získávají vliv na formování názorů. V některé literatuře je tato funkce rozšířena na *politickou* funkci, kdy média kromě schopnosti mobilizovat veřejné mínění také informují o politických událostech, tématech a

---

<sup>5</sup> JIRÁK, Jan a Barbora KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, s. 11. ISBN 978-80-7367-287-4.

aktivitách.<sup>6 7</sup> Na politické dění v České republice upírají média velkou pozornost. Značnou měrou se na tom podílí i Miloš Zeman, který byl častým objektem zájmů jako premiér a je jím i nyní jako prezident.

## 2. Média a jejich role v politice

Vztah mezi médií a politikou je vzájemně provázaný, média se historicky vyvíjela jako partner politické sféry. Do politiky média vstupují především tím, že na sebe berou roli zprostředkovatele mezi politickými institucemi a občany. Členové vlády, parlamentu, ale i představitelé politických stran šíří prostřednictvím médií svoje názory a postoje. Veřejnost se tak dozvídá více o dění ze světa svých zastupitelů, s nimiž obvykle nepřichází do přímého kontaktu. Politici potřebují vystupovat v médiích, aby se veřejnosti vtiskli do paměti a přidali si na důvěryhodnosti u svých voličů i stranických kolegů. Na druhé straně média potřebují politiky především jako zdroje informací. Známé politické osobnosti jsou pro média cenné i proto, že pomáhají zvýšit věrohodnost mediálnímu sdělení a jsou lákadlem pro větší okruh publika.<sup>8</sup>

Kromě toho, že média umožňují politickým institucím šířit jejich postoje a názory mezi širokou veřejnost, plní i funkci jejich kontrolora. Média jsou občas přezdívaná jako „hlídací pes demokracie“ či „čtvrtý stav“,<sup>9</sup> čímž se myslí rozšíření klasického principu dělby moci zákonodárné, výkonné a soudní. Média se totiž mohou aktivně účastnit politických sporů a zaujímat k nim různá postavení nebo mohou upozornit na případné ohrožení demokratického systému. Ze způsobu nakládání s médii se často usuzuje kvalita politického života společnosti.

Zásadním dopadem médií na politický život je pak jejich předpokládaný vliv na formování veřejného mínění. Tím, že média zařazují některá témata do svých sdělení a jiná nikoli, ovlivňují, o čem lidé přemýšlejí a do jisté míry i jak o daném tématu uvažují.<sup>10</sup>

V demokraticky uspořádaných typech společností jsou masová média důležitým spojovacím článkem, který je nezbytný pro existenci společností. Komunikace

---

<sup>6</sup> BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister, 2001, s. 142-143. Studium. ISBN 80-85947-67-6.

<sup>7</sup> JIRÁK, Jan a Barbora KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, s. 44. ISBN 978-80-7367-287-4.

<sup>8</sup> BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister, 2001, s. 135-136. Studium. ISBN 80-85947-67-6.

<sup>9</sup> JIRÁK, Jan a Blanka ŘÍCHOVÁ. *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, 2000, s. 15. ISBN 80-246-0182-6.

<sup>10</sup> JIRÁK, Jan a Barbora KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 352-353. ISBN 978-80-7367-466-3.

uskutečněná v rámci politického systému je spojena s posilováním politických symbolů, díky nimž získávají lidé pocit sounáležitosti a přispívají k rozvoji jejich identity.<sup>11</sup>

Moderní formy politického uspořádání jsou pevně spjaty s rozvojem médií a pod jejich vlivem se mění. Na konci 90. let Schulz a Mazzoleni přišli s představou, že i přes sílící moc médií si politické instituce ponechávají řadu svých funkcí. Tehdejší stav označili jako medializaci. „*Charakteristickým rysem konceptu medializace politiky je skutečnost, že politika ztrácí svou autonomii a ve svých hlavních funkcích se stává na médiích vsutku závislou. Není však určována médii, nýbrž se formuje v interakci s médii.*“<sup>12</sup> z tohoto názoru vyplývá, že se média značně podílejí na formování politiky. To znamená, že realitu nejenom reflektují, ale i utvářejí tím, jakým způsobem ji interpretují. Podle Stuarta Halla existují tři teorie reprezentace reality, a sice konstrukcionistická, intencionální a reflexivní teorie. Práce vychází z konstrukcionistické teorie, která je založena na předpokladu, že se setkáváme pouze s kódem vytvořenou realitou, neboť skutečná realita není bezprostředně přístupná. Z teorie dále vyplývá, že odklon masových médií od reality je neoddelitelnou vlastností médií, nikoli profesním selháním mediálních pracovníků. Podle konstrukcionistické teorie nelze tuto skutečnost překonat vyšší profesionalitou mediálních pracovníků, a to ani v případě, kdyby se mediální pracovníci chovali podle všech etických norem.<sup>13</sup> Lze proto předpokládat, že i mediální obraz Miloše Zemana bude v různých médiích odlišný. Zde se nabízí porovnání výsledků analýzy mezi jednotlivými médii.

### 3. Obraz politiky v médiích

Vztah médií a reality je často diskutovaným tématem. Kromě vědců, kteří v minulosti mnohokrát zkoumali poměr médií k realitě, se touto otázkou zabývají i politici, jejichž činnost je častým obsahem mediálních sdělení. Politici jsou ale mnohdy nespokojeni se způsobem, jakým o nich média informují.<sup>14</sup> V demokratických typech společností převládá představa, že média dodávají svým čtenářům, posluchačům a divákům sdělení o politických událostech v nezkreslené podobě. Tato myšlenka se opírá o názor, že díky svobodě slova nejsou média nucena překrucovat realitu. Jedná se však o utopistickou představu, vzdálenou skutečnosti, neboť činnost médií je podmíněna

---

<sup>11</sup> JIRÁK, Jan a Blanka ŘÍCHOVÁ. *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, 2000, s. 6-8. ISBN 80-246-0182-6.

<sup>12</sup> Tamtéž s. 17.

<sup>13</sup> REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 212-213. ISBN 80-7178-926-7.

<sup>14</sup> JIRÁK, Jan a Blanka ŘÍCHOVÁ. *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, 2000, s. 24. ISBN 80-246-0182-6.

finančními zdroji. Přestože stát legislativně garantuje svobodu projevu, soukromá média zůstávají ekonomicky závislá na inzerentech a veřejnoprávní média na zákonodárných orgánech, které utvářejí podmínky jejich působení.

Média zároveň dodržují mediální logiku, podle které se řídí proces tvorby mediálních sdělení a jejich konečná podoba. Mediální logika se zásadně podílela na přeměně novinářské kultury. Viditelné to je například ve způsobu, jakým novináři vedou rozhovory. Zatímco dříve bylo cílem rozhovorů především získání informací, v současné době se mnoho novinářů zaměřuje spíše na zábavný charakter obsahu. Nejviditelnějším důsledkem tohoto vývoje je *personalizace* politiky a také její *dramatizace*.<sup>15</sup>

Personalizace politiky klade důraz na osoby, nikoli na témata. Média obvykle disponují seznamem politiků, jenž jsou zběhlí ve veřejném vystupování a dokáží pohotově zareagovat na zavolání, aby poutavě vyjádřili svůj názor na různá témata. Pro média nejsou podstatné problémy a jejich řešení, nýbrž prezentace známé tváře a formulační obratnost. V případě oslovování pouze politických osobností, které jsou obratné v mediálním vystupování pak vyvstává otázka dodržování vyváženosti médií.<sup>16</sup> V rámci personalizace politiky se pozornost upírá také na neoficiální stránku života politika a na jeho grimasy či chybné výroky. Zveřejňované fotografie nejsou vždy lichotivé, zachycují politiky s pohledem obráceným v sloup či s úšklebkem na tváři. Konceptem personalizace politiky se blíže zabývají autoři Thomas Poguntke a Paul Webb v jejich publikaci *The presidentialization of politics*.<sup>17</sup>

Dramatizace politiky znázorňuje politické prostředí hodně emocionálně. Snaží se zachytit osobní konflikty mezi politiky, často doprovázené slovními přestřelkami a dále okamžiky vyjadřování nekontrolovatelné radosti, zklamání, překvapení apod. Relevantní politické diskuze jsou postupně vytěšňovány a nahrazovány politickým sdělením soustředěným na zábavný charakter. V důsledku výše zmíněných skutečností pak dochází k depolitizaci zobrazování politiky a k celkové trivializaci politických témat. Především v politickém zpravodajství je nejčastěji kritizován novinářský postup, který v důsledku komercializace médií upřednostňuje zábavnost před informační kvalitou.<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup> JIRÁK, Jan a Barbora KÖPPOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 347-348. ISBN 978-80-7367-466-3.

<sup>16</sup> BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister, 2001, s. 136. Studium. ISBN 80-85947-67-6.

<sup>17</sup> POGUNTKE, Thomas. a Paul WEBB. *The presidentialization of politics: a comparative study of modern democracies*. New York: Oxford University Press, 2005. Comparative politics (Oxford University Press). ISBN 01-992-5201-7.

<sup>18</sup> JIRÁK, Jan a Barbora KÖPPOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 348-349. ISBN 978-80-7367-466-3.

## 4. Objektivita médií

Pro moderní demokratické společnosti je nezbytné, aby její občané měli přístup ke spolehlivým zdrojům informací. Příslušníci společnosti čerpají informace ze zpravodajství zprostředkovaného médii, na které kladou velké nároky. Jedním z nejčastějších normativních požadavků na zpravodajství je objektivita společně s vyvážeností a nestranností. V demokratických společnostech je důraz na objektivitu tak silný, že se stala jedním z hlavních kritérií, podle kterého se posuzuje kvalita zpravodajství.<sup>19</sup> Podle McNaira měl na požadavek objektivit ve zpravodajství vliv jak filosofický a technologický vývoj, tak i vývoj ekonomický. Z filosofického hlediska objektivitu v žurnalistice nejvíce ovlivnil směr známý jako pozitivismus, založený na představě, že existuje absolutní pravda, kterou lze objevit pozorováním. Pozitivismus kladl značný důraz na oddělení roviny pozorovatele od roviny pozorovaného. Od poloviny 19. století žurnalisté věřili, že dokážou nezaujatě pozorovat svět a pravdivě o něm informovat. V rámci technologického vývoje měl na objektivitu největší podíl vynález fotografie a později využití filmové techniky v žurnalistice. Obě zmíněná média jsou charakteristická velkou vypovídací přesností. Přestože se zdálo, že fotografie naplňují základní předpoklad pozitivistického filosofického směru, existenci absolutní pravdy, byly od počátku stejně subjektivní jako psaní. Jejich konečná podoba může být ovlivněna velikostí výřezu, osvětlením či úhlem pohledu. Z ekonomického pohledu byla objektivita způsobem, jak reagovat na komerční trh a rozšířit okruh příjemců zpravodajských sdělení. V případě, že by informace upřednostňovaly jeden subjekt před druhým, uspokojovaly by pouze přívržence určitých názorových proudů a pro ostatní spotřebitele by nemusely být akceptovatelné.<sup>20</sup>

Obecně existují dva přístupy k objektivitě. První přístup vychází z představ samotných žurnalistů a předpokládá, že objektivitu lze dosáhnout prostřednictvím dodržování profesních postupů. Druhý přístup, mající oporu v mediálních studiích, tvrdí, že objektivita je pouze utopistickou představou, která není dosažitelná.<sup>21</sup> Denis McQuail uvedl několik argumentů, proč nelze dosáhnout objektivit zpravodajství. V první řadě vychází z představy, že proces výběru zpráv je ovlivněn subjektivním rozhodováním. Svůj postoj zdůvodnil také tím, že všechny události musí být vysvětleny v širším kontextu. Objektivita je podle něj narušena i vynecháním některých informací, což je při zpracování

---

<sup>19</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 143-144. ISBN 80-7367-096-8.

<sup>20</sup> MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004, s. 68-70. ISBN 80-7178-840-6.

<sup>21</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 143-144. ISBN 80-7367-096-8.



zpráv nezbytné. Dále také zmiňuje silné působení externích a interních tlaků a v neposlední řadě odůvodňuje nedosažitelnost objektivitu zpochybněním existence objektivní reality.<sup>22</sup>

I přes dodržování základních žurnalistických postupů zůstane objektivita zpravodajství vždy relativní. Přestože novináři oddělí fakta od názorů, musí se potýkat nejen s tím, která fakta do zprávy zahrnou a která vyřadí, ale i s tím jak daná fakta seřadí. Ani rovný přístup k odlišným názorům na určitou problematiku není úplně možný, jelikož vždy musí být některý názor umístěn na začátku zprávy a některý na jejím konci. Navíc je potřeba mít na paměti, že zveřejněním protikladných názorů, nemusí dojít k uvedení všech pohledů na dané téma. Dojem objektivitu může navodit užívání citací, jež jsou vnímány jako forma podpůrného důkazu. Přidáním citací do zprávy, však novinář může nechat jiné osoby sdělit, co si sám myslí.<sup>23</sup>

Problematika dodržování objektivitu ve zpravodajství bývá často podrobena různým mediálním výzkumům, jejichž výsledkem je celá řada definic objektivitu, z nichž nejznámější se stalo Westerstahlovo zpracování. Podle něj je objektivita tvořena dvěma hlavními složkami, konkrétně faktičností a nestranností. *Faktičnost* se skládá z kritéria pravdivosti a kritéria relevance. Zatímco kritérium *pravdivosti* představuje věcnou správnost sdělení a jeho přesnost, kritérium *relevance* se zabývá tím, zda jsou ve zprávě obsaženy veškeré důležité informace a všichni významní aktéři. Aby se zpravodajská informace považovala za relevantní, musí být zároveň užitečná pro publikum. *Nestrannost*, druhá základní složka objektivitu, se skládá z kritéria *vyváženosti*, zajišťující aktérům rovný či proporční přístup do zpravodajství a z kritéria *neutrální prezentace*, které se stará o nehodnotící zpracování výstupů jednotlivých aktérů.<sup>24</sup>

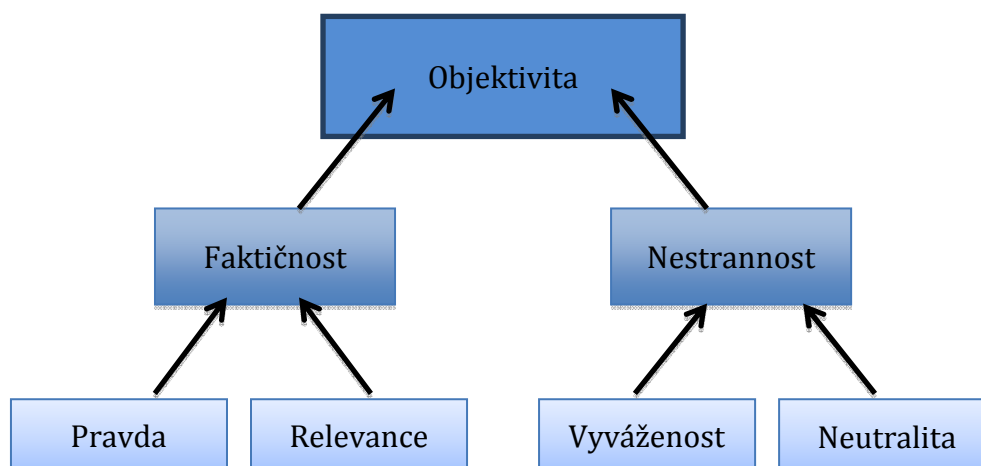
---

<sup>22</sup> MCQUAIL, Denis. *Media performance: mass communication and the public interest*. Newbury Park, Calif.: Sage Publications, 1992, s. 187-188. ISBN 0-8039-8295-X.

<sup>23</sup> REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 167-168. ISBN 80-7178-926-7.

<sup>24</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 145-147. ISBN 80-7367-096-8.

**Obrázek č. 1: Westerstáhlovo schéma objektivita**



Zdroj: vlastní zpracování.

## 5. Mediální produkt a jeho obsah

Výzkumy mediálních produktů představují důležitou součást poznání společnosti a kultury, v níž média působí. Mediální produkt je komplexní celek s hierarchickou strukturou a může nabývat mnoha podob, může jím být například novinová zpráva, časopis, hudební nahrávka, film a další. Každý mediální produkt je složený z prvků, které jsou určitým způsobem vybrány a uspořádány a tyto prvky tvoří obsah mediálního produktu.<sup>25</sup> Pamela Shoemakerová společně se Stephenem Reesem v knize *Mediating the Message* rozumí pod pojmem mediální obsah „úplnou kvantitativní a kvalitativní škálu verbálních i vizuálních informací distribuovaných masovými médii - jinými slovy, prostě vše, co se v nich objevuje“<sup>26</sup> Kvantitativní škála informací jsou prvky mediálního obsahu, které lze změřit. Konkrétním příkladem může být rozsah novinové zprávy nebo četnost novinových zpráv o konkrétním tématu. Přínosem měření mohou být zjištění, jaké jsou hlavní priority ve společnosti a míra jejich pokrytí. Měření, ale neposkytuje poznatky o kvalitativních prvcích obsahu. Noviny mohou zveřejnit stejně velkou plochu věnující se určitému tématu, na něž budou nahlížet odlišným způsobem.<sup>27</sup> Podle zaměření výzkumu bývají mediální produkty zkoumány kvantitativní nebo kvalitativní obsahovou analýzou.

<sup>25</sup> JIRÁK, Jan a Barbora KÖPPLOVÁ. *Masová média. 2.*, přepracované vydání. Praha: Portál, 2015, s. 261. ISBN 978-80-262-0743-6.

<sup>26</sup> SHOEMAKER, Pamela a Stephen REESE. *Mediating the message: theories of influences on mass media content.* 2nd ed. White Plains, N.Y.: Longman, c1996, s. 4. ISBN 0801312515.

<sup>27</sup> tamtéž.

V některých případech se výzkumníci rozhodnou využít výhody obou metod a zvolí kombinovaný přístup. Analýza mediálních obsahů je vysvětlena v samostatné kapitole.

Výzkum obsahu mediálních produktů naráží na hlavní problém, který představuje vztah mezi obsahem a realitou. První přístup věnující se tomuto vztahu vychází z myšlenky, že realita je stěžejní a mediální obsah poskytuje její obraz. Otázkou zůstává, do jaké míry mediální obraz zkresluje realitu, a do jaké míry ovlivňuje vnímání lidí o světě. Druhý přístup předpokládá, že realita je konstruována v sociální praxi, působením mocenských vztahů. Tím, že média poskytují obraz sociální konstrukce reality a částečně se na něm i podílejí, vyvstává otázka, zda mediální konstrukce reality není pro lidi nejdůležitější.<sup>28</sup>

## 6. Mediální obraz

Přestože je pojem mediální obraz hojně používán, neexistuje v teorii masové komunikace jeho jednoznačná definice. Mediální obraz představuje těžko uchopitelný termín, jehož použití je spíše intuitivní, někdy zahrnuje cílené budování image a jindy nezáměrně vznikající obrazy, které odrážejí vystupování subjektu. Obecně řečeno, mediální obraz zprostředkovává realitu, pomocí znakové sestavy reprezentuje určitý objekt, v našem případě politickou osobnost. Do mediálního obrazu se promítají názory, postoje a zkušenosti jak jeho tvůrců, tak i příjemců. V současné době je pojem někdy vnímán negativně kvůli představě, že obraz je vytvořen účelně, aby plnil záměry jeho zadavatele, který ho financuje.<sup>29</sup>

„Konstrukce mediálního obrazu je komplexním a kontinuálním procesem, který nelze zcela snadno ovládnout ani zafixovat.“<sup>30</sup> V rámci procesu vytváření mediálního obrazu je aplikováno několik teorií, z nichž nejznámější je *teorie nastolování agendy* (agenda setting). S myšlenkou nastolování agendy přišel jako první Walter Lippmann v roce 1922 ve své knize *Public Opinion*, ačkoli ještě nepoužil samotný pojem. Lippmann vycházel z představy, že zpravodajská média informují o událostech odehrávajících se mimo bezprostřední zkušenost a určují kognitivní mapu světa. Veřejné mínění podle

---

<sup>28</sup> JIRÁK, Jan a Barbora KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015, s. 265. ISBN 978-80-262-0743-6.

<sup>29</sup> VOLEK, Jaromír. Mediální obraz ve volební kampani In: 22. konference *Člověk a média: Mediální obraz politiky(a)* [online]. Praha: 18. 4. 2013 [cit. 2016-05-08]. Dostupné z: [http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm\\_2013\\_jaro.pdf](http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2013_jaro.pdf).

<sup>30</sup> JEŘÁBEK, Hynek, Jan ROSSLER, Pavel SKLENAŘÍK. 2013. „Mediální obraz Karla Schwarzenberga v tištěných denících před prezidentskými volbami 2013.“ *Naše společnost* 11 (2): 3-15, <http://dx.doi.org/10.13060/1214-438X.2013.11.2.1>.

Lippmanna nereaguje na okolní prostředí, ale na pseudoprostředí, které vytvářejí zpravodajská média.<sup>31</sup> Na tuto myšlenku později navázal Maxwell McCombs a Don Shaw, kteří poprvé použili označení nastolování agendy. V roce 1968 provedli během prezidentské kampaně malý výzkum, jehož výsledkem bylo potvrzení teorie nastolování agendy, podle které témata na něž je kladen důraz ve zprávách vnímá veřejnost po určitém čase jako důležitá, jinak řečeno mediální agenda nastoluje veřejnou agendu.<sup>32</sup>

Téma, které má být zařazeno do mediální agendy musí splňovat určité vlastnosti známé pod souhrnným označením *koncept zpravodajských hodnot*. „Zpravodajskými hodnotami se rozumí všechny faktory, jež v daném období a daném sociálním a kulturním prostředí rozhodují o zařazení zprávy do zpravodajství.“<sup>33</sup> O tom, zda zpráva bude začleněna do mediální agendy může rozhodnout jak intenzita jednoho faktoru, tak i kombinace více faktorů. Prvním autorem, který použil pojem zpravodajské hodnoty je opět Walter Lippmann v knize *Public Opinion*. Podle Lippmanna jsou zpravodajské hodnoty: jednoznačnost události, překvapivost, prostorová blízkost, osobní zaujetí a konflikt. První metodologicky podložená analýza byla provedena až v roce 1965 Johanem Galtungem a Marií Rugeovou. Z empirického výzkumu vzešlo dvanáct zpravodajských hodnot: frekvence, práh pozornosti, jednoznačnost, význam, souznění, překvapení, kontinuita, variace, vztah k elitním národům, vztah k elitním osobám, personalizace a negativita.<sup>34</sup> Především v posledních letech se stal tento seznam předmětem kritiky a byl upravován. Harcup a O'Neill přizpůsobili seznam aktuální podobě žurnalistiky, zprávy podle nich musí splňovat jedno nebo více z následujících kritérií: mocná elita, celebrity, zábava, překvapení, špatné zprávy, dobré zprávy, význam, relevance, kontinuita, vhodnost pro agendu zpráv.<sup>35</sup> Výběr jednotlivých zpráv je ovlivněn nejen jejich vlastnostmi, ale i typem média. Pro tištěné zpravodajství platí jiná výběrová kritéria než pro televizní zpravodajství. Televize upřednostňuje události k nimž disponuje obrazovým materiálem. Tento faktor je zásadní především u zahraničních událostí, kdy televize je omezena výběrem záběrů, které ji poskytují agentury. Často se také snaží zařadit do mediální agendy zprávy, v nichž využije přítomnost reportéra na místě události. Někdy se proto stává, že spíše než

---

<sup>31</sup> ČERVENKA, Jan. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008, s. 12. ISBN 978-80-7330-151-4.

<sup>32</sup> MCCOMBS, Maxwell. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009, s. 27-32. ISBN 978-80-7367-591-2.

<sup>33</sup> JIRÁK, Jan a Barbora KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, s. 77. ISBN 978-80-7367-287-4.

<sup>34</sup> Tamtéž s.77-78.

<sup>35</sup> HARCUP, Tony a Deidre O'NEILL. *What Is News? Galtung and Ruge revisited. Journalism studies*. 2001, Volume 2, Issue 2, 261-280.

důležitost zprávy je hlavní snahou zúročit dlouhodobou přítomnost redaktora v oblasti. Posledním výrazným rozdílem televizního zpravodajství od tištěného je menší množství událostí obsažených v jedné relaci spolu s menším množstvím zprostředkovaných faktů o každé z nich.<sup>36</sup> Znalost zpravodajských hodnot může sloužit jako prostředek k ovlivnění mediální agendy ze strany osobností, jenž mají zájem na přítomnosti v médiích a zviditelnění vlastní osobnosti. V analytické části bude práce mimo jiné zkoumat, která témata se nejčastěji objevovala v souvislosti s Milošem Zemanem.

Druhou důležitou teorií podílející se na vzniku mediálního obrazu je *teorie zvýraznění* (priming), která se zabývá důležitostí tématu a jeho postavením v mediální agendě. V případě, že událost splňuje určité charakteristiky, může se stát hlavní událostí v agendě všech masových médií.<sup>37</sup> Iyengar a Kinder tvrdí, že v důsledku zdůrazňování určitých témat dochází k prosazování hodnotících kritérií. Podle nich se hodnocení politických stran či politických aktérů odvíjí od toho, jak jsou vnímány jejich výkony v nejvýznamnějších politických záležitostech, tedy v těch, které byly nejvíce zdůrazňovány.<sup>38</sup> Při aplikaci mediální analýzy bude práce mimo jiné sledovat i postavení příspěvků o Miloši Zemanovi v mediální agendě.

Poslední významnou teorií je teorie *rámčování* (framing), která naznačuje jak daná témata interpretovat. Zatímco teorie nastolování agendy, výběrem určitých témat, udává společnosti o čem má přemýšlet, teorie rámčování ovlivňuje, jak o daném tématu přemýšlet.<sup>39</sup> Výraz „rámec“ byl dříve zaměňován např. s „úhlem pohledu“ či „kontextem“. *„Rámčovat znamená vybírat určité aspekty vnímané reality a zvýšit jejich významnost ve sdělovacím textu tak, že se prosazuje určitá definice problému, kauzální vysvětlení, morální hodnocení či také doporučení řešení popisované záležitosti.“*<sup>40</sup>

Problematice mediálního obrazu se věnuje i Jaromír Volek, jenž vychází z Kershawovy teorie performativní společnosti. Přestože počátky teorie sahají již do období po druhé světové válce, na významu začala nabírat až počátkem sedmdesátých let minulého století, tedy v době, kdy se potřeba jedinců sledovat druhé a zároveň

---

<sup>36</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 27-28. ISBN 80-7367-096-8.

<sup>37</sup> JEŘÁBEK, Hynek, Jan ROSSLER, Pavel SKLENAŘÍK. 2013. „Mediální obraz Karla Schwarzenberga v tištěných denících před prezidentskými volbami 2013.“ *Naše společnost* 11 (2): 3-15, <http://dx.doi.org/10.13060/1214-438X.2013.11.2.1>.

<sup>38</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009, s. 529-530. ISBN 978-80-7367-574-5.

<sup>39</sup> JEŘÁBEK, Hynek, Jan ROSSLER, Pavel SKLENAŘÍK. 2013. „Mediální obraz Karla Schwarzenberga v tištěných denících před prezidentskými volbami 2013.“ *Naše společnost* 11 (2): 3-15, <http://dx.doi.org/10.13060/1214-438X.2013.11.2.1>.

<sup>40</sup> MCCOMBS, Maxwell. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009, s. 133. ISBN 978-80-7367-591-2.

reprezentovat svoji osobu stala součástí každodenního života. Tento jev je známý pod pojmem *performance*, která „*má povahu veřejné aktivity, v rámci níž se lidé současně chovají jako členové publika i jako performeré.*“<sup>41</sup> Posledních padesát let se s tímto jevem setkáváme i v politice. Každodenní život politiků je performací, v níž se politici reprezentují a zároveň sledují ostatní politiky, děje se tak prostřednictvím mediálních obrazů. Roli mediálního obrazu posilují dva sociokulturní procesy. Prvním je *spektacularizace* každodenních životů, která se projevuje tím, že vše je koncipováno jako něco, co by mělo být sledováno. Politika a chování politiků je toho zdárnou ukázkou. Zásadní roli při vzniku spektakulární společnosti, kdy došlo k transformaci politiky do mediálních obrazů, sehrál mechanismus komodifikace, který přetvořil obrazy politiků na zboží. Druhým procesem je *narcizace*, jež posiluje sebestřednost osobností, jelikož na ně zvyšuje tlak, aby se chovaly, jakoby byly neustále sledovány. s narcizací souvisí proces estetizace každodennosti, jejímž nejdůležitějším faktorem je znázornění obrazů jako znaků nezávislých na objektech. Příkladem může být stranické logo, které dobře identifikuje politika. Spektacularizace a narcizace, dva sociokulturní procesy, jejichž vzájemným působením je dána role mediálního obrazu. Dohromady spektakularizace, narcizace a mediální obraz tvoří uzavřený cyklus.<sup>42</sup>

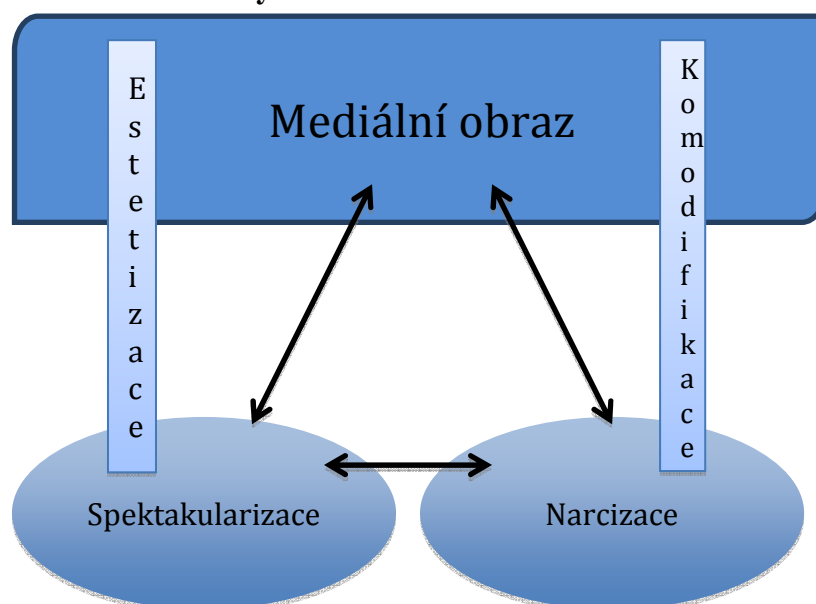
Přestože práce nebude v mediální analýze zkoumat procesy spektakularizace a narcizace, bylo považováno za žádoucí tyto atributy představit, jelikož se značnou měrou podílejí na vytváření mediálního obrazu. Pro současnou společnost jsou procesy narcizace, lidé se chovají jako by byli neustále sledováni, a spektakularizace, zároveň vše sledují, velmi charakteristické. Příkladem mohou být sociální sítě na nichž „obyčejní“ lidé tráví hodiny sledováním ostatních a současně prezentováním vlastní osoby. V případě vysoce postavených politických představitelů, kteří jsou veřejně známými osobnostmi a pod neustálým dohledem médií je význam těchto jevů ještě silnější.

---

<sup>41</sup> VOLEK, Jaromír. Mediální obraz ve volební kampani In: 22. konference *Člověk a média: Mediální obraz politiky(a)* [online]. Praha: 18. 4. 2013 [cit. 2016-05-08]. Dostupné z: [http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm\\_2013\\_jaro.pdf](http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2013_jaro.pdf).

<sup>42</sup> Tamtéž.

**Obrázek č. 2: Hlavní atributy konstrukce mediálního obrazu**



Zpracování: VOLEK, Jaromír. Mediální obraz ve volební kampani In: 22. konference *Člověk a média: Mediální obraz politiky(a)* [online]. Praha: 18. 4. 2013 [cit. 2016-05-08]. Dostupné z: [http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm\\_2013\\_jaro.pdf](http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2013_jaro.pdf).

## 7. Reprezentace

Na výslednou podobu mediálního obrazu má nepopiratelný vliv mediální reprezentace. Pojem označuje tendenci médií znázorňovat určité aktéry ustáleným způsobem. „*Jednotlivé typy aktérů jsou ve zpravodajství opakovaně prezentovány v určitých situacích, ve vztahu k určitým tématům a událostem, které rámuji vyznění jejich mediální reprezentace.*“<sup>43</sup> Hlavním principem reprezentace je opakování, které má za následek její posilování. Příkladem reprezentace může být politik zobrazovaný jako člověk, jenž rozhoduje o řešení problémů společnosti. Mediální reprezentace aktéra se může lišit od jeho skutečné charakteristiky, a proto bývá častým předmětem zkoumání. Důvodem je názor, že média namísto toho, aby odrážela realitu, tak ji ztvárňují v závislosti na svých cílech a zájmech. Pro konečnou podobu reprezentace je zásadní proces rekontextualizace, při němž dochází k vyjmutí vybraných aspektů z přirozeného kontextu a jejich následné včlenění do kontextu nového. Konkrétně si pod rekontextualizací lze představit například výběr a způsob seřazení promluv jednotlivých aktérů do zprávy, seřazení záběrů v reportáži anebo rozhodnutí, zda bude aktérovo vyjádření přímo citováno či převyprávěno médii. Reprezentace se vztahuje nejen k médiím, ale i k publiku.

<sup>43</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 91. ISBN 80-7367-096-8.

Užívání ustálených způsobů reprezentace umožňuje médiím stručnější popis událostí a publiku usnadňuje jejich pochopení. Koncept reprezentace tak naplňuje potřebu vyjádřit se na malém prostoru.<sup>44</sup>

V odborné literatuře se rozlišují tři úrovně reprezentace: typ, stereotyp a archetyp. Obecně platí, že každá následující úroveň reprezentace je obecnější a zjednodušenější. První úroveň tvoří *typy*, pod kterými si lze představit postavy, jež jsou prezentovány jako jedinečné lidské bytosti, ale důležité jsou především tím, co reprezentují. Typy představují subjekty, jež jsou zobrazovány podle typické a opakující se vlastnosti. Důraz je kladen na zvýraznění konkrétní charakteristiky, která se opakuje i u dalších subjektů. Takové subjekty jsou pak rozeznatelné jako určitá pravidelnost v žánru. Příkladem může být politik, zloděj, učitel atd.<sup>45</sup> Druhou úrovní reprezentace je *stereotyp*. Jedná se o zjednodušenou a zkrácenou reprezentaci, která se vyskytuje delší dobu. „*Stereotyp svým způsobem deformuje původní předlohu, neboť je nejen zjednodušením, ale současně zjednodušené rysy přehání.*“<sup>46</sup> U stereotypů, na rozdíl od typů, lze pozorovat zvýrazněné zobecňující rysy. Ve zpravodajství je stereotypní zobrazování postav vyvoláno potřebou stručně charakterizovat aktéry příběhu, z důvodu omezeného prostoru. Stereotypní reprezentaci politika mohou znázorňovat záběry, na kterých se dohaduje s jiným politikem. Některá stereotypní zobrazování mohou vycházet z předsudků o reprezentované sociální skupině či etniku a tyto předsudky dále posilovat až do té míry, kdy aktéři začnou být negativně vnímáni společností. Poslední úrovní reprezentace je *archetyp*, jež znázorňuje opakující se reprezentaci, která je v jednotlivých kulturách hluboce zakořeněna. Nejčastěji je spjatá se základními hodnotami společnosti. Ve zpravodajství může být archetypem soubor dobra a zla, dosažení úspěchu pomocí píle atd.<sup>47</sup>

Média mají bezesporu velký vliv na šíření stereotypů, proto bude v analytické části práce zkoumat, zda se vyskytují při mediálním zobrazování Miloše Zemana nějaké stereotypy.

---

<sup>44</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 91-92. ISBN 80-7367-096-8.

<sup>45</sup> Tamtéž s.93.

<sup>46</sup> Tamtéž.

<sup>47</sup> Tamtéž s.92 - 94.



## 8. Teorie volebních cyklů

Teorie volebních cyklů zkoumá proměny podpory jednotlivých stran v průběhu volebního období. Tyto změny jsou zkoumány prostřednictvím podpory stran v lokálních volbách. Teorie předpokládá, že po vyhlášení výsledků voleb převládá ve společnosti povolební euforie a spokojenost se zvoleným představitelem. Postupem času ale začíná jeho popularita klesat a přibližně v polovině funkčního období nastává největší propad. V druhé polovině úřadování se voličská podpora začíná opět zvyšovat. Vládnoucí politický představitel se snaží získat přízeň voličů s tím, jak se blíží konec jeho úřadování a zároveň nadcházející volby.<sup>48</sup> Tato teorie bude v práci použita pro zdůvodnění výběru časových úseků analýzy.

## 9. Výzkumné otázky a hypotézy

Jak již bylo řečeno v úvodu, v závislosti na cíli práce byly stanoveny tři hlavní výzkumné otázky (VO) a osm hypotéz (H).

**VO1:** Jak se vyvíjel mediální obraz Miloše Zemana ve vybraných médiích v době, kdy zastával funkci předsedy vlády?

**VO2:** Jak se vyvíjel mediální obraz Miloše Zemana ve vybraných médiích v době, kdy zastával funkci prezidenta?

**VO3:** Jak se proměnil mediální obraz Miloše Zemana, provedeme-li komparaci výše zmíněných vývojů mediálních obrazů?

**H1: V tištěných médiích bude vyšší počet příspěvků o Miloši Zemanovi než v televizních médiích.**

První hypotéza byla stanovena na základě předpokladu, že tištěná média disponují větším prostorem pro svá sdělení, zatímco televizní média jsou nucena vtěsnat televizní reportáže do krátkého časového úseku.

**H2: V obou obdobích budou příspěvky o Miloši Zemanovi zveřejňovány na začátku mediální agendy. V případě tištěných médií je za začátek mediální agendy považována titulní strana a následně druhá a třetí strana a v případě televizních médií se začátkem mediální agendy rozumí první tři televizní reportáže.**

---

<sup>48</sup> ŠARADÍN, Pavel. *Teorie voleb druhého řádu a možnosti jejich aplikace v České republice*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008, s. 33. ISBN 978-80-244-1876-6.

Hypotéza vychází z teorie priming a předpokládá, že příspěvkům, v nichž bude Miloš Zeman zastávat vrcholnou funkci premiéra či prezidenta bude přikládána značná důležitost, a proto budou zveřejňovány mezi prvními.

**H3: Většina příspěvků v obou funkčních obdobích bude mít neutrální vyznění. U příspěvků s určitou konotací bude deník Právo publikovat více pozitivně vyznívajících články, kdežto Mladá fronta DNES spíše negativní příspěvky. Televize Nova odvysílá více zabarvených reportáží (ať již pozitivně či negativně) než ČT1.**

Tato hypotéza se opírá o předpoklad, že se média snaží být objektivní. Jak ale bylo uvedeno v teoretické části, úplná objektivita médií není možná. Z tohoto důvodu se domnívám, že deník Právo, který je spíše levicově orientovaný, bude o Miloši Zemanovi informovat více pozitivně než pravicová Mladá fronta DNES. Zároveň si myslím, že v televizi Nova bude více zabarvených reportáží, jelikož se jedná o komerční televizi na rozdíl od veřejnoprávní ČT1.

**H4: V obou sledovaných obdobích budou převažovat příspěvky, v nichž Miloš Zeman dostal prostor se vyjádřit.**

Čtvrtá hypotéza je založená na myšlence, že média budou chtít zprostředkovat přímé vyjádření Miloše Zemana v době, kdy zastával vrcholné politické funkce. Zařazení přímé řeči do novinového příspěvku působí na čtenáře více důvěryhodně a v případě televize je navíc posílena autenticita sdělení. Taková média jsou pro lidi více atraktivní.

**H5: V prezidentském období bude Miloš Zeman častěji objektem hodnocení ze strany politických osobností, uskupení, známých osobností či veřejně uznávaných osobností než v období, kdy vykonával funkci předsedy vlády.**

Hypotéza se opírá o domněnku, že s první přímou prezidentskou volbou jsou spojena velká očekávání, a proto je Miloš Zeman častěji objektem hodnocení. Myšlenka je dále upevněna faktem, že se snaží plně využívat prezidentské pravomoci a v některých případech se pohybuje „na hraně“.

**H6: V obou sledovaných obdobích bude Miloš Zeman častěji kritizovat než chválit ostatní politické osobnosti, uskupení, známé osobnosti a veřejně uznávané osobnosti.**

Tato hypotéza vychází ze dvou předpokladů. Tím prvním je skutečnost, že Miloš Zeman dokáže kriticky uvažovat o jednání jiných aktérů. Druhý předpoklad vychází z povahy médií, pro která je více přitažlivé informovat o názorovém nesouhlasu představující určitý střet či konflikt.

**H7: Předpokládám, že v příspěvcích o Miloši Zemanovi se objeví stereotypy charakteristické pro jeho osobu.**

Vzhledem k obecné známosti stereotypů spojených s osobou Miloše Zemana se očekává, že v příspěvcích bude zmiňován jeho negativní vztah k novinářům a pozitivní vztah k alkoholu a kouření, případně bonmoty.

**H8: Předpokládám, že mediální obraz premiéra Miloše Zemana bude na začátku funkčního období pozitivní, uprostřed období bude negativní a ke konci jeho úřadování se opět vylepší.**

Tato hypotéza se opírá o teorii volebních cyklů, kterou v tomto případě nevztahuje k vládoucí politické straně ale k jejímu hlavnímu politickému představiteli. Teorie předpokládá, že krátce po volbách převládá spokojenost se zvoleným představitelem, která však po čase začne klesat a největší propad nastává přibližně v polovině vládnoucího období. V druhé polovině funkčního období se voličská podpora politického představitele začíná opět zvyšovat, politik se snaží získat přízeň voličů s tím, jak se blíží konec jeho mandátu a nadcházející volby.

# METODOLOGICKÁ ČÁST

## 10. Analýza mediálních obsahů

K získání přehledného rozboru mediálního obrazu je hojně využívána metoda mediální analýzy, která je založená na detailním zpracování obsahů mediálních sdělení o sledovaném subjektu, jež zveřejnila vybraná média za zvolené časové období. Mediální analýza může mít buď *kvantitativní* či *kvalitativní* charakter, v některých případech se výzkumníci rozhodnou využít výhody obou metod a zvolí kombinovaný přístup. K analýze mediálního obrazu Miloše Zemana bude práce vycházet z kvantitativní mediální analýzy, z důvodu její vhodnosti pro zpracování velkého počtu mediálních sdělení. Metoda je charakteristická vysokou mírou strukturovanosti a s tím je spojen i vysoký stupeň ověřitelnosti. Další její předností je, že není subjektivní a poskytuje objektivní výsledky nezávislé na zpracovateli. Metoda je vhodná i proto, že umožňuje přehledné znázornění výsledků analýzy v číselných hodnotách, tabulkách a grafech.<sup>49</sup>

## 11. Operacionalizace

Aby bylo možné provést kvantitativní obsahovou analýzu, je za potřebí si stanovit výběrový soubor, který bude předmětem zkoumání. Vymezení takového souboru probíhá zpravidla ve čtyřech rovinách. Nejdříve je nutné zvolit, jaká média budou analyzována. Druhou rovinu představuje vymezení obsahu, který bude v jednotlivých médiích sledován. Dále je nezbytné určit časové období, jež bude analýza pokrývat. Poslední etapou je definování mediální obsahové jednotky. Souhrn mediálních jednotek pak bude tvořit výběrový soubor.<sup>50</sup>

### 11.1 Vymezení médií

Pro realizaci výzkumu jsou vybrána dvě celostátní periodika a dvě televizní stanice. Mezi zkoumaná periodika je zařazen deník Mladá fronta DNES a deník Právo. Mladá fronta DNES byla zvolena z důvodu zástupce spíše pravicového spektra, naopak Právo bylo zvoleno jako levicově zaměřený deník. Oba vybrané deníky byly vydávány po celou

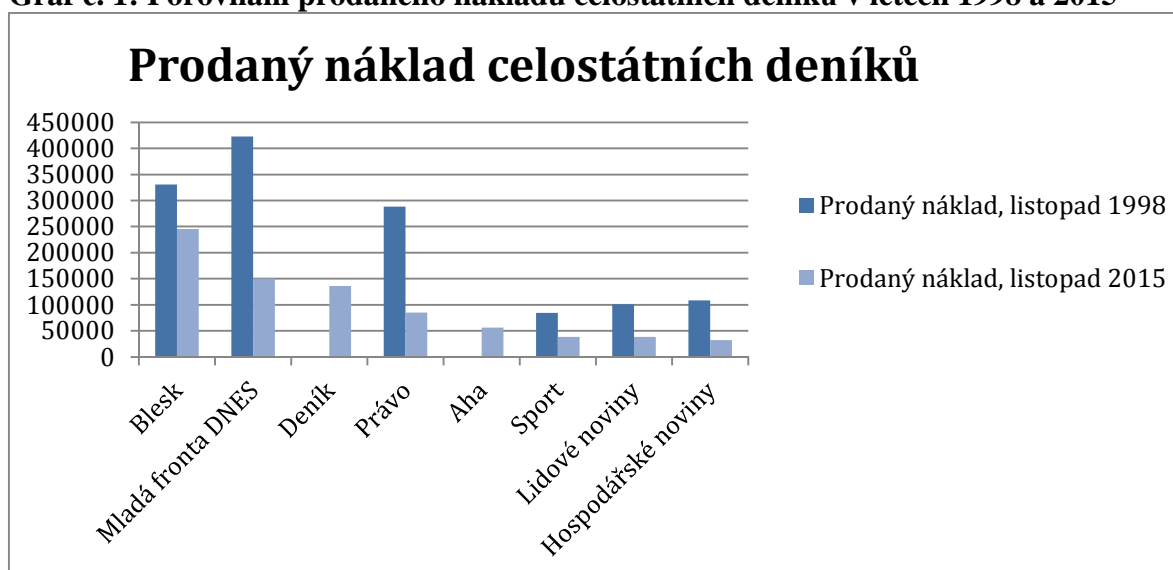
---

<sup>49</sup> SCHULZ, Winfried. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3., nezměn. vyd. Praha: Karolinum, 2011, s. 29-30. ISBN 978-80-246-1980-4.

<sup>50</sup> SCHULZ, Winfried. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 1998, s. 36. ISBN 80-7184-548-5.

dobu zkoumaného období a zároveň patří mezi nejprodávanější seriózní periodika na území České republiky. Nejnovější průzkum o prodaném nákladu obou sledovaných deníků informuje, jaký byl denní průměr prodaných výtisků za listopad roku 2015. Mladá fronta DNES prodala průměrně za den 150 201 výtisků a po Blesku se stala druhým nejprodávanějším deníkem, Právo prodalo průměrně 85 088 výtisků za den a skončilo na čtvrtém místě. Na třetí příčce umístěný Deník práce neuvažuje, protože nepatřil mezi nejprodávanější periodika v prvním sledovaném období v letech 1998 - 2002. V průběhu prvního sledovaného období byla Metodika pro ověřování nákladů periodického tisku odlišná, přesto Mladá fronta DNES i Právo patřilo k nejprodávanějším seriózním deníkům. Pro srovnání v listopadu roku 1998 byla Mladá fronta DNES nejprodávanějším deníkem vůbec, denně prodala přibližně 422 800 výtisků a po Blesku se na třetí příčce umístilo Právo s 288 603 výtisky. Porovnání těchto prodaných nákladů nabízí Graf č.1.

**Graf č. 1: Porovnání prodaného nákladu celostátních deníků v letech 1998 a 2015**



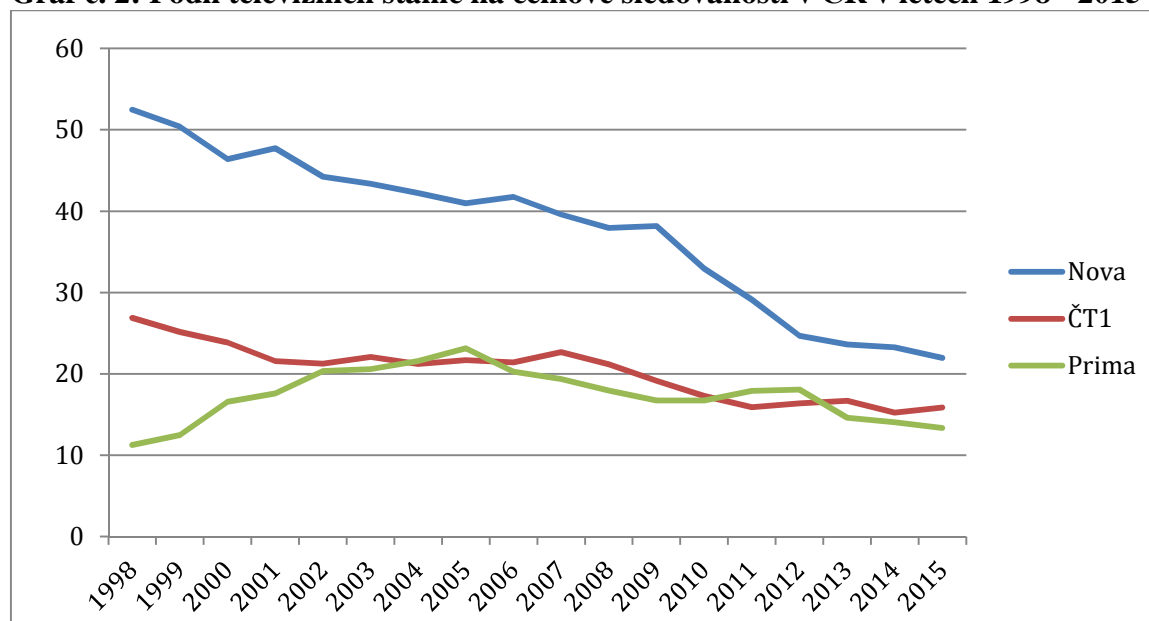
Zdroj: Periodický tisk. ABC ČR [online]. [cit. 2016-05-12]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk>, vlastní zpracování.

Největší vliv na vytváření mediálního obrazu má televize, jelikož její audiovizuální charakter dokáže působit na více smyslů současně. Navíc má ze všech médií nejširší dosah. Pro tuto práci jsou vybrány dvě nejsledovanější televizní stanice Nova a Česká televize<sup>51</sup>, konkrétně její kanál ČT1. Ačkoli podíl sledovanosti televizní stanice Nova dlouhodobě klesá, stále si udržuje první příčku nejsledovanější stanice. Televizní kanál ČT1 je

<sup>51</sup> Nejsledovanější byla loni opět Nova před ČT a Primou. *Lidovky.cz* [online]. [cit. 2016-02-04]. Dostupné z: [http://byznys.lidovky.cz/nejsledovanejsi-byla-loni-opet-nova-pred-ct-a-primou-f9d-/media.aspx?c=A150101\\_174847\\_In-media\\_rof](http://byznys.lidovky.cz/nejsledovanejsi-byla-loni-opet-nova-pred-ct-a-primou-f9d-/media.aspx?c=A150101_174847_In-media_rof).

dlouhodobě druhým nejsledovanějším, přestože ho Prima v některých letech předstihla, konkrétně v roce 2004, 2005, 2011 a 2012, tato období ale nejsou pro práci důležitá, protože nejsou předmětem analýzy. Kromě faktoru sledovanosti je pro výběr právě těchto televizních stanic rozhodující i jejich charakter. Zatímco Nova je reprezentantem soukromé televizní stanice, ČT1 zastupuje veřejnoprávní televizi.

**Graf č. 2: Podíl televizních stanic na celkové sledovanosti v ČR v letech 1998 - 2015**



Zdroj: Nova loni mírně zvýšila prvenství ve sledovanosti. *Médiář* [online]. [cit. 2016-05-12]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/nova-loni-mirne-zvysila-prvenstvi-ve-sledovanosti/>, vlastní zpracování.

## 11.2 Vymezení mediálního obsahu

Po určení médií je nutné vymežit obsah mediálních sdělení, který bude v jednotlivých médiích sledován. Ve vybraných tištěných médiích je zkoumán obsah zpravodajství deníků *Mladé fronty DNES* a *Práva*. Z analýzy jsou vyloučeny příspěvky publicistické povahy, názory a ankety. Tímto omezením jsou vyloučeny články, které obsahují subjektivní názory novinářů. U televizních médií se práce zabývá hlavními zpravodajskými pořady dvou nejsledovanějších televizních stanic. Na Nově sleduje *Televizní noviny*, které jsou obecně nejúspěšnějším dlouhodobě vysílaným pořadem na českém televizním trhu. Průměrný podíl sledovanosti *Televizních novin* tvoří 64 %.<sup>52</sup> Z České televize jsou vybrány *Události* vysílané na kanálu ČT1. Pořad se věnuje nejdůležitějším událostem, které se v daný den odehrály jak na domácí půdě, tak v zahraničí. V obou případech hlavního zpravodajství televizních stanic jsou sledovány celé pořady.

<sup>52</sup> TV Nova slaví 20 let od svého vzniku. *Pressweb* [online]. [cit. 2016-05-08]. Dostupné z: <http://pressweb.nova.cz/clanek/tiskovezpravy/tv-nova-slavi-20-let-od-sveho-vzniku.html>.

### 11.3 Vymezení časového období

V předešlých podkapitolách byla definována zkoumaná média a jejich mediální obsah. V této podkapitole je vymezeno časové období a zdůvodněn jeho výběr. V úvodu již bylo řečeno, že se výzkum zaměřuje na dvě časová období, v nichž Miloš Zeman vykonával vrcholné politické funkce. Prvním je jeho působení ve funkci předsedy vlády, kterým byl od 17. července 1998 do 15. července 2002. Druhé období tvoří jeho působení v prezidentském úřadu, do něhož nastoupil 8. března 2013 a vykonává jej dodnes. Vzhledem k rozsáhlosti časového období (celkem 7 let) a na základě počtu příspěvků o Miloši Zemanovi zjištěných předvýzkumem (330 článků za jeden měsíc) je nutné sledované období dále upřesnit. K dosažení stanoveného cíle práce se jako nejvhodnější jeví sledovat dva dny v týdnu (zvolen první a prostřední den v týdnu – pondělí a středa), a to v rámci tříměsíčního období na začátku, uprostřed a na konci působení v politických funkcích. Takto vymezené období zajišťuje co možná nejrovnoměrnější pokrytí časového úseku, jež odpovídá funkčnímu období premiéra a prezidenta. Začátek prostředek a konec úřadování je v rámci výkonu funkce předsedy vlády zároveň zvoleno s ohledem na teorii volebních cyklů. V případě této práce se teorie volebních cyklů nevztahuje k vládnoucí politické straně, ale k jejímu hlavnímu představiteli. Přihlédnutím k teorii volebních cyklů zachycující změny ve vývoji voličské podpory jako reakci na chování politického představitele práce předpokládá, že se toto chování odrazí i v podobě mediálního obrazu předsedy vlády. V případě výkonu prezidentské funkce je zachován postup vymezení sledovaného období, avšak z důvodu zatím nedokončeného mandátu je analyzován pouze začátek a prostředek funkčního období. Touto selekcí je sníženo velké množství příspěvků na takový počet, aby bylo v silách jednoho výzkumníka analýzu realizovat a zároveň je zajištěn dostatečný počet příspěvků potřebných pro vypracování této práce.

První období, Miloše Zemana ve funkci premiéra, je rozděleno do tří částí. Ve všech částech tohoto období jsou mediální obsahy vybraných médií sledovány každé pondělí a středu.

17. července 1998 – 17. října 1998

17. září 2000 – 17. prosinec 2000

15. duben 2002 – 15. červenec 2002

Ve druhé části je záměrně vynecháno období parlamentních prázdnin.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Parlamentní prázdniny probíhaly od 14. 7. 2000 do 14. 9. 2000.

Druhé období, Miloše Zemana v úřadu prezidenta, je z důvodu jeho stálého trvání rozděleno do dvou částí, v nichž jsou sledovány obsahy vybraných médií každé pondělí a středu.

8. březen 2013 – 8. červen 2013

8. září 2015 – 8. prosinec 2015

## 11.4 Vymezení kódovací jednotky

Po vymezení vybraných médií i jejich mediálního obsahu a dále období, které bude analýza pokrývat, zbývá pro získání uceleného výběrového souboru definovat mediální jednotku, jež bude pro analýzu relevantní. Každá mediální jednotka bude analyzována, neboli kódována, podle předem zvolených proměnných a výsledky tohoto zkoumání budou zanášeny do kódovací knihy, proto se těmto jednotkám obvykle přezdívá kódovací jednotky. Kódovací jednotkou je každý redakční příspěvek a televizní reportáž obsahující klíčový výraz „Miloš Zeman“ mimo příspěvky, v nichž Miloš Zeman představuje pouze zmínku. Příspěvky ve kterých je Miloš Zeman zmíněn pouze v jedné větě jsou vyloučeny.

K získání všech relevantních příspěvků za celé časové období práce využívá databázi Anopress, zabývající se monitoringem českých médií. Databáze poskytuje pro práci potřebné plné texty novinových článků i doslovné přepisy televizních relací, které jsou archivovány od roku 1996.<sup>54</sup> Rozšířené vyhledávání přehledně filtruje příspěvky vybraných médií za zvolené časové období.

## 12. Kódování

Na předchozích řádcích byl popsán postup k získání výběrového souboru, který bude předmětem kvantitativní obsahové analýzy. Nyní je potřeba vysvětlit proces kódování prostřednictvím kterého se taková analýza provádí. Jedná se o dvoustupňový proces, při němž dochází k identifikaci mediálních obsahů a k jejich následnému označení číselnou hodnotou – kódem. První stupeň představuje rozdělení mediálních obsahů na kódovací jednotky, které zamýšlíme zkoumat. V případě této práce jsou to redakční a televizní příspěvky obsahující klíčový výraz „Miloš Zeman“. Ve druhém stupni dochází k popisu těchto jednotek pomocí různých kategorií, které jsou chápány jako důležité vlastnosti jednotek pro analýzu. Obvykle jsou kategorie v odborné terminologii

---

<sup>54</sup> O nás. *Anopress IT* [online]. [cit. 2016-05-08]. Dostupné z: <http://www.anopress.cz/anopress>.



označovány jako proměnné, protože se proměňují a mohou nabývat různých hodnot. Při kódování se ke každé kódovací jednotce přiřazují proměnné a veškeré pracovní postupy se zanášejí do kódovací knihy.<sup>55</sup>

Práce rozlišuje dva typy proměnných. Prvním typem jsou identifikační proměnné sloužící k identifikaci jednotlivých příspěvků. Tento typ proměnných umožňuje znovu vyhledat již analyzované příspěvky, které tak mohou být zkontrolovány a případně opraveny. Druhým typem jsou analytické proměnné poskytující důležitá zjištění o zkoumaném tématu. Pro každou proměnnou je nezbytné uvést, jak se v mediálním obsahu rozpozná a měří.<sup>56</sup> Níže jsou uvedeny všechny proměnné, podle nichž jsou posuzovány veškeré kódovací jednotky a které jsou stěžejní pro výsledky analýzy. Prvních pět proměnných (médiu, rok, měsíc, den, pořadí) představují identifikační proměnné, zbylé proměnné (vyznění, řeč, přítomnost hodnocení Miloše Zemana, vztah Miloše Zemana k ostatním, stereotyp) jsou proměnné analytické. Analytické proměnné poskytují relevantní zjištění o zkoumaném tématu, a proto je jejich výběru přisuzována značná důležitost. Analýzou a následným srovnáním těchto proměnných dospějeme k odpovědím na hlavní výzkumné otázky.

### **Kódovací kniha**

Médiu: 01 Mladá fronta DNES

02 Právo

03 Nova

04 Česká televize

Rok: Značeno podle metrické škály

Měsíc: Značeno podle metrické škály

Den: Značeno podle metrické škály

Pořadí příspěvku: Značeno podle metrické škály

---

<sup>55</sup> SCHULZ, Winfried. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 1998, s. 40-41. ISBN 80-7184-548-5.

<sup>56</sup> Tamtéž s.46.

- Vyznění: 01 Pozitivní  
02 Spíše pozitivní  
03 Neutrální  
04 Spíše negativní  
05 Negativní

- Řeč: 01 Je přímá řeč  
02 Není přímá řeč

- Přítomnost hodnocení Miloše Zemana: 01 Favorizace  
02 Defavorizace  
03 Není

- Vztah Miloše Zemana k ostatním: 01 Favorizace  
02 Defavorizace  
03 Není

- Stereotyp: 01 Bonmot  
02 Kouření  
03 Alkohol  
04 Negativní vztah k novinářům  
05 Není

První proměnná *médium* značí, v kterém z vybraných médií se nachází příspěvek, jež analyzujeme. Jednotlivá média jsou označena podle nominální škály, která slouží pouze k pojmenování a nemá žádný hlubší význam. Proměnné *rok*, *měsíc* a *den* se vztahují k datu, kdy byl příspěvek zveřejněn, tyto proměnné jsou značeny podle metrické škály nabývajících reálných hodnot. Proměnná *pořadí příspěvku* je v období, kdy Miloš Zeman vykonával funkci předsedy vlády analyzována pouze u tištěných médií. U televizních médií není v databázi Anopress zveřejněna. V prezidentském období jsou analyzovány příspěvky všech médií. Pořadí příspěvku vychází z teorie priming, která byla představena v teoretické části. Pořadí příspěvku je měřeno podle metrické škály, čili nabývá skutečné hodnoty značící u tištěných médií na kolikáté straně se příspěvek objevil a u televizních médií kolikátý v pořadí byl příspěvek odvysílán. *Vyznění* značí jaké konotace příspěvek

vyvolává v souvislosti s Milošem Zemanem. Pro analýzu není podstatné vyznění příspěvku jako takového, ale jak je v něm znázorněn Miloš Zeman. Při hodnocení této proměnné je zohledňován i nadpis příspěvku. Příspěvky s pozitivním a negativním vyzněním vyvolávají silné konotace a ve zpravodajských příspěvcích se příliš neočekávají. Proto je přidána i možnost vyhodnotit příspěvek jako spíše pozitivní či spíše negativní, která pomáhá určit vyznění příspěvku víc citlivě. Další proměnná *řeč* určuje, zda média poskytla Miloši Zemanovi prostor se přímo vyjádřit, anebo jeho výroky sama interpretovala. *Přítomnost hodnocení Miloše Zemana* segmentuje příspěvky, v nichž byl Miloš Zeman chválen či kritizován ze strany ostatních politických osobností, politických uskupení, známých osobností či veřejností uznávaných osobností (např. profesori, rektori). Naproti tomu proměnná *vztah Miloše Zemana k ostatním* rozlišuje příspěvky podle toho, zda Miloš Zeman vyjádřil pochvalu či favorizoval politické představitele, politická uskupení, známé osobnosti či veřejností uznávané osobnosti anebo tyto subjekty kritizoval či jinak defavorizoval. Poslední proměnná *stereotyp* značí, zda se v příspěvcích vyskytují stereotypy charakteristické pro osobu Miloše Zemana.

Kromě toho že se práce opírá o teorii priming, vychází i z teorie agenda setting a zkoumá nejčastější témata, s nimiž byl Miloš Zeman spojován. Obě teorie byly představeny v teoretické části práce. Vzhledem k zúžení zkoumaného období práce nepočítá s pokrytím všech hlavních kauz, ale snaží se připomenout alespoň některé z nich, z důvodu jejich nepochybného vlivu na podobu mediálního obrazu Miloše Zemana. S ohledem na délku zkoumaného období by bylo obtížné předem stanovit nejčastější témata, proto práce využívá tzv. emergent kódování, prováděné skrze dva stupně kategorizace. V prvním stupni kategorizace je prozkoumán vzorek a následně je rozdělen do různých kategorií. V rámci druhého stupně kategorizace jsou analyzované kategorie rozděleny na podkategorie.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, s. 106. ISBN 978-80-7367-683-4.

## ANALYTICKÁ ČÁST

Analytická část práce je věnována interpretaci dat získaných metodou kvantitativní obsahové analýzy. Nejprve je analyzováno období, ve kterém Miloš Zeman působil ve funkci předsedy vlády a následně období, v němž zastával funkci prezidenta. Na závěr jsou obě analyzovaná období komparována.

Premiérské období Miloše Zemana je rozděleno do tří částí (začátek, prostředek a konec mandátu), z nichž každá je analyzována zvláště prostřednictvím proměnných stanovených v metodologické části. Cílem je odpovědět na první výzkumnou otázku: „*Jak se vyvíjel mediální obraz Miloše Zemana ve vybraných médiích v době, kdy zastával funkci předsedy vlády?*“

Prezidentské období Miloše Zemana je z důvodu zatím neukončeného mandátu rozděleno do dvou částí (začátek a prostředek mandátu), které jsou také samostatně analyzovány podle stanovených proměnných. Cílem je odpovědět na druhou otázku: „*Jak se vyvíjel mediální obraz Miloše Zemana ve vybraných médiích v době, kdy zastával funkci prezidenta?*“

V závěrečné podkapitole výzkumné části jsou komparovány výsledky analýzy obou zkoumaných období a je hledána odpověď na třetí výzkumnou otázku: „*Jak se proměnil mediální obraz Miloše Zemana, provedeme-li komparaci výše zmíněných vývoju mediálních obrazů?*“

### **13. Miloš Zeman ve funkci předsedy vlády**

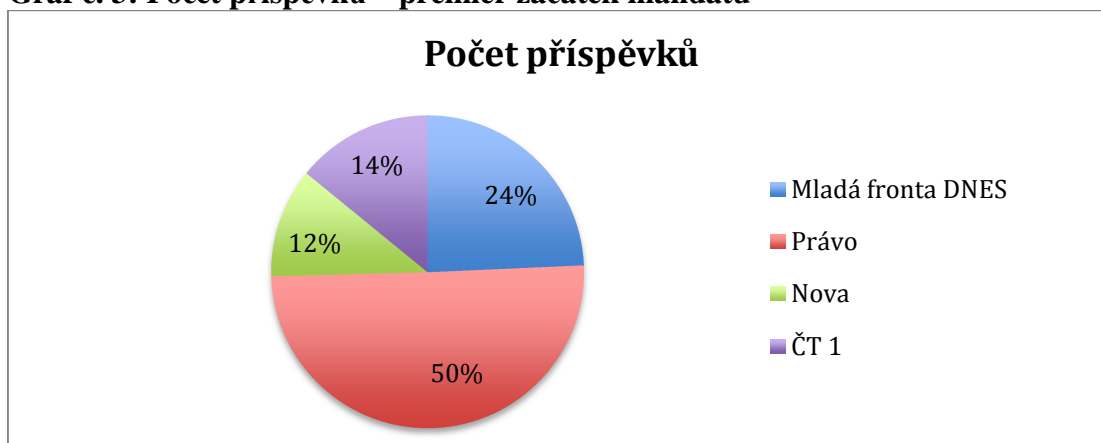
#### **13.1 Začátek mandátu**

##### **Počet příspěvků**

Ve zvoleném období se ve vybraných médiích objevilo celkem 292 příspěvků obsahujících klíčový výraz „Miloš Zeman“. Po vyřazení příspěvků, v nichž byla zmínka o Miloši Zemanovi pouze v jedné větě, zůstalo 177 relevantních příspěvků. Z grafu níže je zřejmé, že v tištěných médiích se informovalo o Miloši Zemanovi častěji než v televizních médiích. Zatímco v tištěných médiích bylo o novém předsedovi vlády dohromady 132 článků, v televizních médiích jich bylo téměř třikrát méně, televize Nova a ČT1 odvysílaly 45 příspěvků. Absolutně nejvíce o novém premiérovi informoval deník Právo, který v souvislosti s Milošem Zemanem zveřejnil 89 článků, tvořících 50 % všech zveřejněných příspěvků. Přibližně o polovinu méně informoval o novém předsedovi vlády deník Mladá

fronta DNES, jež otiskl 43 článků představujících 24% podíl všech zveřejněných příspěvků. Třetím médiem nejčastěji zveřejňujícím příspěvky o Miloši Zemanovi byla ČT1, která odvysílala 25 reportáží, tedy 14 % z celkového počtu. Nejméně z vybraných médií informovala o novém premiérovi televize Nova, v jejíž reportážích se Miloš Zeman objevil pouze 20krát. Tyto reportáže tvořily 11 % všech příspěvků.

**Graf č. 3: Počet příspěvků – premiér začátek mandátu**

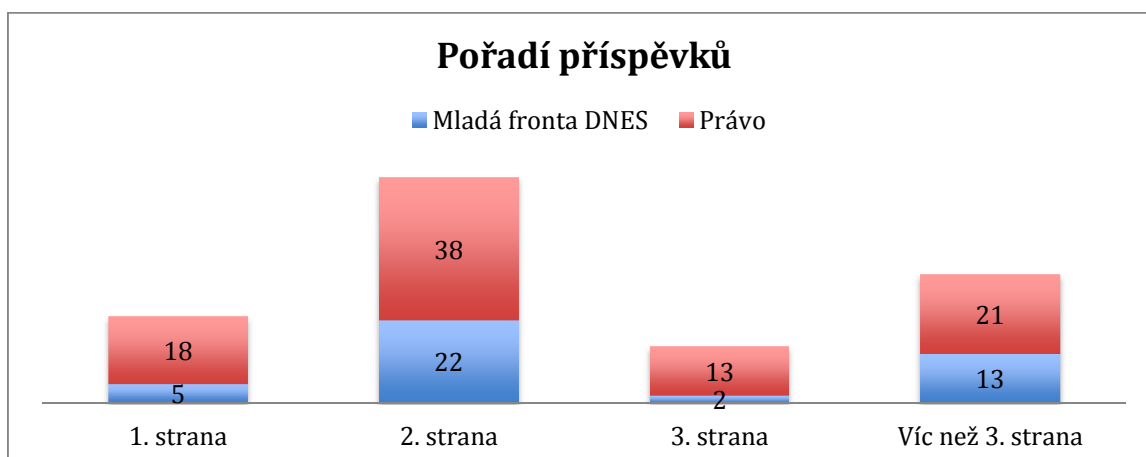


Zdroj: vlastní zpracování.

### Pořadí příspěvků

Umístění příspěvků se měří pouze u tištěných médií, jelikož u televizních médií nejsou dostupná data z prvního období, kdy Miloš Zeman vykonával funkci předsedy vlády. Informace týkající se nového premiéra se nejčastěji objevovaly na druhé straně novin, celkem se jednalo o 45 % všech článků. Na druhé straně deníků se o Miloši Zemanovi zveřejnilo 60 článků, z nichž 38 jich publikoval deník Právo a 22 Mladá fronta DNES. Druhým nejčastějším umístěním článků o novém předsedovi vlády byla titulní strana, na níž bylo zveřejněno 17 % příspěvků. Miloš Zeman se objevil na titulní straně ve 23 člancích, z toho jich 18 otiskl deník Právo a 5 Mladá fronta DNES. Články týkající se Miloše Zemana umístěné na třetí straně vybraných deníků tvořily 11 % všech příspěvků. Z celkem 15 článků jich deník Právo zveřejnil 13 a Mladá fronta DNES 2. Zbýlých 34 článků bylo v denících umístěno dále než na třetí straně, příspěvky se objevovaly od čtvrté strany do strany osmnáct.

**Graf č. 4: Pořadí příspěvků – premiér začátek mandátu**

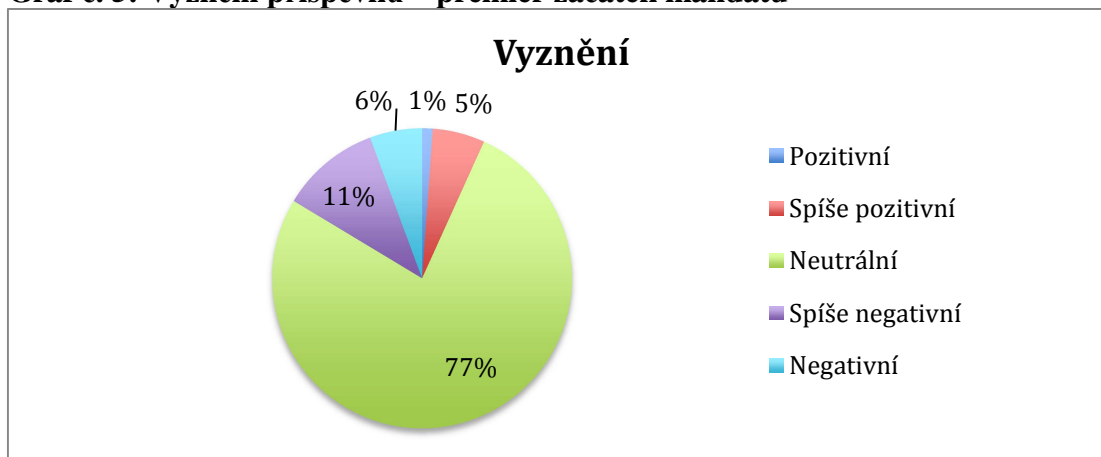


Zdroj: vlastní zpracování.

### Vyznění

Vybraná média informovala nejčastěji o Miloši Zemanovi neutrálně. Počet 136 neutrálně vyznívajících příspěvků představoval 77% podíl všech zveřejněných příspěvků. Nejvíce článků s neutrální konotací publikoval deník Právo, který zveřejnil 70 článků. Mladá fronta DNES otiskla 24 článků a o jeden příspěvek více uveřejnila ČT1. Nejméně neutrálně vyznívajících reportáží odvysílala s 15 reportážemi televize Nova. Mezi příspěvky s určitou konotací, převažovaly spíše negativní příspěvky tvořící 11 % celkového počtu. Média zveřejnila 19 spíše negativních příspěvků, z nichž nejvíce článků publikovala Mladá fronta DNES, která jich otiskla 11. Deník Právo publikoval 5 spíše negativních článků. Nejméně příspěvků se spíše negativním vyzněním zveřejnila televizní média, televize Nova odvysílala 3 reportáže. V 10 případech média zveřejnila i příspěvky s negativním vyzněním, opět nejvíce negativních příspěvků publikovala Mladá fronta DNES, která otiskla 5 negativních článků a o jeden negativní článek méně zveřejnil deník Právo. Televize Nova uveřejnila 1 negativní reportáž. Kromě příspěvků s neutrálním, spíše negativním a negativním vyzněním informovala média o Miloši Zemanovi i příspěvky, jež vyvolávaly spíše pozitivní konotaci, takových se ve vybraném období objevilo dohromady 10. Nejvíce se na tomto počtu podílel deník Právo, který zveřejnil 9 spíše pozitivních článků. Mladá fronta DNES publikovala 1 článek se spíše pozitivním vyzněním a jako jediné médium i 2 články s vyzněním pozitivním.

**Graf č. 5: Vyznění příspěvků – premiér začátek mandátu**

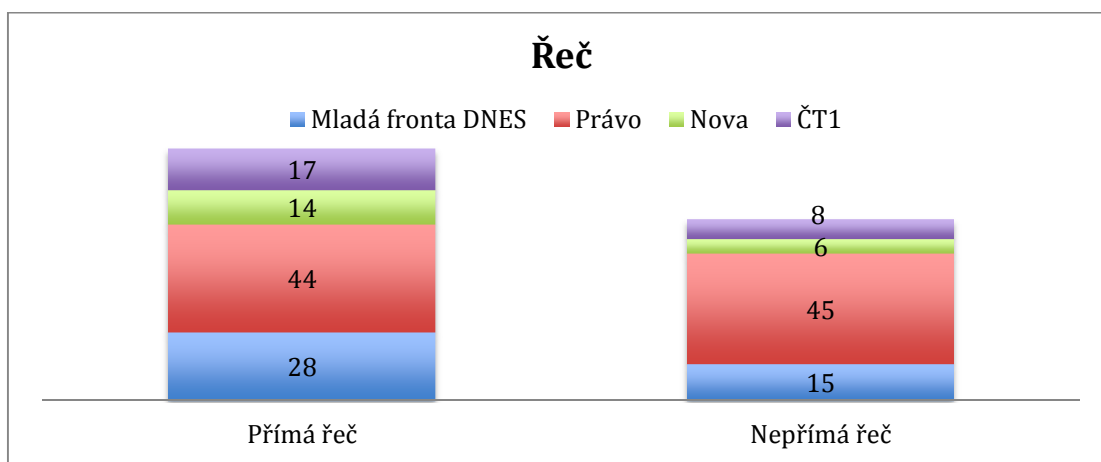


Zdroj: vlastní zpracování.

### Řeč

Ve většině příspěvků zveřejněných o novém předsedovi vlády, dostal Miloš Zeman prostor se vyjádřit. Ve 103 příspěvcích představujících 58 % celkového počtu je uvedena přímá řeč nového premiéra. Výroky Miloše Zemana byly nejčastěji citované v deníku Právo, které o nich informovalo ve 44 článcích. Druhé sledované periodikum, Mladá fronta DNES, uvedl Zemanovu přímou řeč v 28 článcích. Z televizních médií dala novému předsedovi vlády největší prostor se vyjádřit ČT1, která odvysílala 17 reportáží, v nichž Miloš Zeman přímo promluvil. Televize Nova nechala nového premiéra vystoupit ve 14 reportážích. Ve zbylých 42 % příspěvků vybraných médií nebyla uvedena přímá řeč Miloše Zemana, jeho výroky média sama převyprávěla nebo o něm informovala jiným způsobem. Nejvíce příspěvků, v nichž nebyla zastoupena přímá řeč nového premiéra publikoval deník Právo, který zveřejnil 45 článků. Mladá fronta DNES informovala o Miloši Zemanovi tímto způsobem v 15 článcích. Z televizních médií odvysílala o novém premiérovi ČT1 8 reportáží a Nova 6 reportáží, v nichž předseda vlády nedostal prostor se přímo vyjádřit.

**Graf č. 6: Přímá řeč v příspěvcích – premiér začátek mandátu**



Zdroj: vlastní zpracování.

### Hodnocení Miloše Zemana a vztah Miloše Zemana k ostatním

Pro lepší přehlednost jsou následující dvě proměnné zařazeny do jednoho grafu. Z grafu níže je zřejmé, že se Miloš Zeman stal častěji objektem hodnocení jiných politiků než sám vyjadřoval své názory o ostatních. Současně je z grafu patrné, že byl nový předseda vlády více kritizován než chválen a sám také více kritizoval než chválil. Z prvního sloupce grafu vyplývá, že byl Miloš Zeman v daném období ve vybraných médiích 36krát kritizován, z toho celkem 30krát ze strany německých politiků kvůli jeho výroku o Sudetoněmeckém landsmanšaftu. Miloš Zeman nesouhlasil s přítomností sudetských Němců v Diskusním fóru: „*Landsmanšaft rozhodně nepatřil k organizacím, které podpořily česko-německou deklaraci. A podobně jako z naší strany tam nejsou komunisté nebo republikáni, nevidím důvod, proč by tam z německé strany měl být landsmanšaft*“.<sup>58</sup> Tento výrok byl v médiích zveřejněn 12krát a tvoří tak převážně modrou část i druhého sloupce. Z německých politiků se ve sporu zastal Miloše Zemana pouze sociálnědemokratický politik Günter Verheugen a z řad českých politiků Vladimír Špidla a Petra Buzková. Velmi kriticky byl Miloš Zeman hodnocen v článku *Ministrům chybí šarm a přesvědčivé vystupování* zveřejněným Mladou frontou DNES. Vizážista Karel Červený v něm hodnotil soulad oblečení Miloše Zemana: „*Většinou mívá příliš světlé barvy obleku, příliš výraznou kravatu. Velké břicho zvyrazňuje zapínáním saka na břicho. Obleky mívá pokrčené, střih mu nikdy nesedí*“.<sup>59</sup> Červený hodnotil i Zemanovo vystupování: „*Jeho ospalá mimika, nakloněná tvář, přivřené nebo obrácené oči, pomalá mluva a kývání*

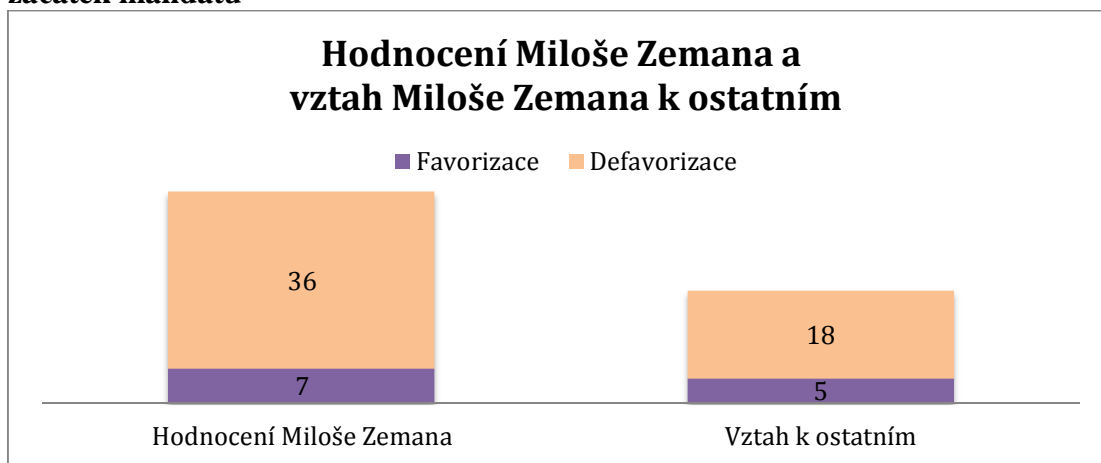
<sup>58</sup> *Do česko-německé bitvy slov se zapojil i kancléř Kohl*, Mladá fronta DNES, 5. 8. 1998.

<sup>59</sup> *Ministrům chybí šarm a přesvědčivé vystupování*, Mladá fronta DNES, 9. 9. 1998.



hlavou jsou směšné, stejně jako chůze. Postava je nachýlená kupředu, svěšená ramena, ruce se klátí a nohy našlapují na špičky. Celkově připomíná tlustou baletku nebo zbohatlého sedláka katapultovaného do čela společnosti."<sup>60</sup> V kritickém článku se o předsedovi vlády vyjádřila pozitivně pouze majitelka Ateliéru osobního stylu Ivana Axmanová, podle které má Miloš Zeman charisma a „umí říct to, co chtějí posluchači slyšet.“<sup>61</sup> Zbylá hodnocení se týkala jednotlivostí, které pro výzkum nejsou relevantní.

**Graf č. 7: Hodnocení Miloše Zemana a vztah Miloše Zemana k ostatním – premiér začátek mandátu**



Zdroj: vlastní zpracování.

## Stereotypy

Nejčastěji byl Miloš Zeman zobrazován jako kuřák. Ve vybraných médiích bylo jeho kuřáctví zmíněno celkem 6x, přičemž jednou se objevilo i v nadpisu článku *Klaus se štítí sedět v kanceláři, jež je cítit kouřem po Zemanovi* zveřejněným deníkem *Právo*. Nový předseda vlády byl v článku označen za „notorického kuřáka, který sotva jednu cigaretu uhasí, druhou zapaluje.“<sup>62</sup> Miloš Zeman byl vybranými médii zobrazován i jako bonmotista. Pověstné zemanovské bonmoty byly zveřejněny v 5 příspěvcích. Příkladem může být článek *Mladé fronty DNES*, kdy předseda vlády prohlásil: „*Jsem si vědom toho, že v základech české společnosti tika časovaná bomba a naším úkolem je zabránit tomu, aby vybuchla. A uvidíme, zda se nám to podaří.*“<sup>63</sup> Média informovala i o Zemanově známém negativním vztahu k novinářům, který byl zmíněn 2krát. V Událostech na ČT1 vysílaných 28. září 1998 tehdy řekl: „*Já Respekt pokládám za žurnalistickou žumpu a*

<sup>60</sup> *Ministrům chybí šarm a přesvědčivé vystupování*, *Mladá fronta DNES*, 9. 9. 1998.

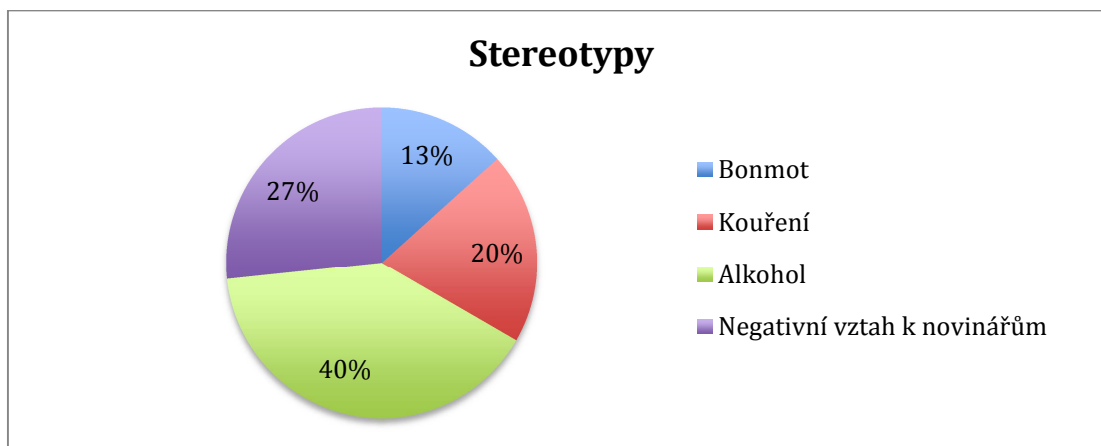
<sup>61</sup> Tamtéž.

<sup>62</sup> *Klaus se štítí sedět v kanceláři, jež je cítit kouřem po Zemanovi*, *Právo*, 29. 7. 1998.

<sup>63</sup> *Naším úkolem je zabránit výbuchu časované bomby, říká nový premiér*, *Mladá fronta DNES*, 20. 7. 1998.

žumpám se vyhýbám.“<sup>64</sup> V souvislosti s alkoholem byl Miloš Zeman zmíněn také 2krát. Například článek Práva s názvem *Premiér v říši vína a burčáku* popisoval jeho návštěvu znojemského vinobraní.

**Graf č. 8: Stereotypy v příspěvcích – premiér začátek mandátu**



Zdroj: vlastní zpracování.

### **Téma**

Pro zjištění, s jakými tématy byl Miloš Zeman nejčastěji spojován bylo využito emergent kódování, které se provádí po prostudování příspěvků prostřednictvím dvou stupňů kategorizace. Nejprve byly vymezeny kategorie a následně jejich podkategorie. Mezi základní kategorie byla zařazena domácí politika, zahraniční politika, ekonomika a soukromý život Miloše Zemana. Z každé kategorie jsou uvedeny 3 podkategorie, jež se objevovaly v příspěvcích nejčastěji.

#### **Domácí politika**

- Nová vláda (21)
- Dění uvnitř ČSSD (10)
- Změna volebního systému (5)

#### **Zahraniční politika**

- Vztahy s Německem (21)
- Vstup do EU (6)
- Vysílání rádia Svobodná Evropa do Iráku a Íránu (6)

<sup>64</sup> *Kompromitující dokumenty proti ODS*. Události. TV, ČT1, 28. 9. 1998.

## Ekonomika

- Rozpočet (13)
- Akce Čisté ruce (10)
- Ekonomická opatření (9)

V kategorii domácí politika informovala média o Miloši Zemanovi nejčastěji v souvislosti se vznikem nové vlády. Příspěvky se týkaly složení vlády, programového prohlášení vlády, vyslovení důvěry vládě apod. Zemanově vládě bylo nejčastěji vytýkáno jmenování Václava Grulichy ministrem vnitra a Jana Kavana ministrem zahraničních věcí, vysoký věkový průměr členů kabinetu a absence žen ve vládě. Druhým nejčastějším tématem domácí politiky, s nímž byl Miloš Zeman nejčastěji spojován, bylo dění uvnitř sociálně demokratické strany. Jedním z hlavních problémů byl odchod většiny funkcionářů do vlády či Parlamentu kvůli čemuž Lidový dům zůstal prázdný. Z tohoto důvodu se mluvilo o volbě nových místopředsedů, kteří by se věnovali stranické práci a nahradili by Iva Svobodu a Vladislava Schroma. Posledním důležitým tématem v oblasti domácí politiky byl Zemanův podnět ke změně volebního systému. Předseda vlády navrhl, že by volební systém do Poslanecké sněmovny mohl být kombinací poměrného a většinového systému. Jednou z možností by podle něho bylo rozdělit republiku do sto okrsků, přičemž z každého okrsku by postoupili dva nejúspěšnější kandidáti.

V oblasti zahraniční politiky se média nejčastěji věnovala zahraničním vztahům s Německem. Jak již bylo zmíněno výše, předseda vlády nesouhlasil s účastí Sudetoněmeckého landsmanšaftu v Diskusním fóru, kvůli čemuž si vysloužil kritiku ze strany německých politických představitelů. V probíhající předvolební kampani němečtí politici dezinterpretovali Zemanův výrok a situaci vyostřili. V kategorii zahraniční politiky média dále informovala o jednáních souvisejících se vstupem České republiky do Evropské unie. V daném období se uskutečnilo několik setkání, na kterých byla Česká republika upozorněna na nedostatky, jež byla povinna napravit. Jednalo se například o nedokončenou privatizaci bankovního sektoru, novelizaci loterijního zákona či o otázku romské menšiny. Média také zveřejnila zprávy, v nichž Spojené státy americké žádaly o vyslovení souhlasu, aby Rádio Svobodná Evropa vysílalo do Iráku a Íránu. Zatímco prezident Václav Havel vysílání několikrát bezvýhradně podpořil, předseda vlády varoval před bezpečnostními riziky.

V kategorii ekonomiky se média nejčastěji zabývala schvalováním rozpočtu, který byl doprovázen značnými rozpory. Podle premiéra byl rozpočet úsporný, opozice však

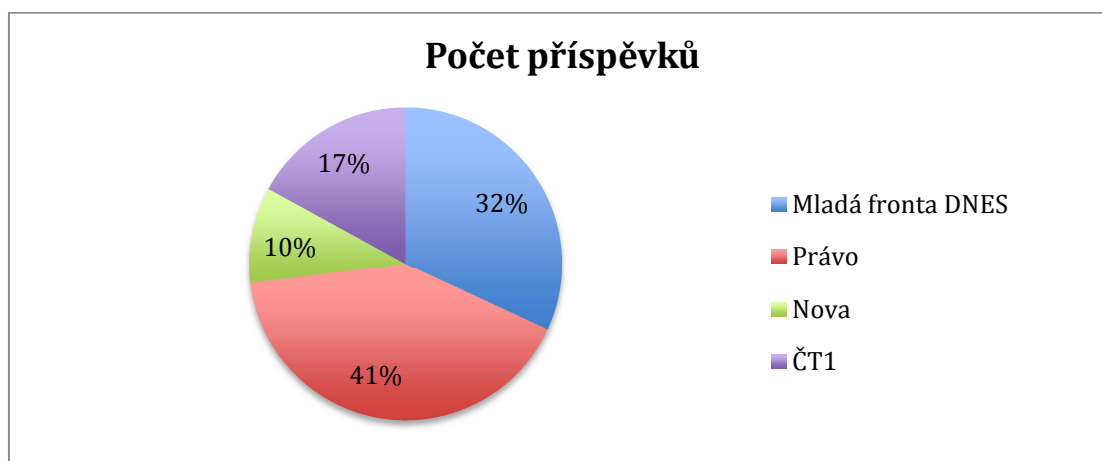
považovala deficit za příliš vysoký. Dalším častým tématem byla protikorupční akce Čisté ruce, určená k vyšetřování sporných privatizací. K realizaci akce byl zřízen Výbor na ochranu ekonomických zájmů, jehož šéfem byl původně Jan Šula, ten ale kvůli výhrůžkám jeho rodině odstoupil a Miloš Zeman na jeho místo jmenoval Jaroslava Baštu. Zbylé příspěvky se týkaly jednotlivých ekonomických opatření, jež měly pomoci státu vymanit se z hospodářské krize.

## 13.2 Prostředek mandátu

### Počet příspěvků

V tomto období zveřejnila vybraná média celkem 209 příspěvků, které obsahovaly klíčový výraz „Miloš Zeman“. Po vyřazení příspěvků zmiňujících Miloše Zemana pouze v jedné větě bylo analyzováno 141 příspěvků. Stejně jako v předešlém období zveřejnila tištěná média větší počet příspěvků než televizní média. Přestože Právo publikovalo méně článků než v předchozím období, opět o Miloši Zemanovi zveřejnilo nejvíce příspěvků. Deník Právo otiskl 58 článků tvořících 41 % celkového počtu. Druhým médiem, které zveřejnilo nejvíce příspěvků o předsedovi vlády byla Mladá fronta DNES, jež publikovala 45 článků, tedy přibližně stejný počet jako v předchozím období. Její podíl na celkovém množství však, v důsledku menšího počtu článků v Právu, vzrostl na 32 %. Ze sledovaných televizních médií se Miloš Zeman nejčastěji objevoval na ČT1, jež odvysílala 24 reportáží, čili o jednu reportáž méně než v minulém období. Tyto reportáže představovaly 17 % všech zveřejněných příspěvků. Nejméně o Miloši Zemanovi informovala televize Nova, v jejíž reportážích se objevil 14krát a tvořily tak 10 % všech příspěvků.

**Graf č. 9: Počet příspěvků – premiér prostředek mandátu**

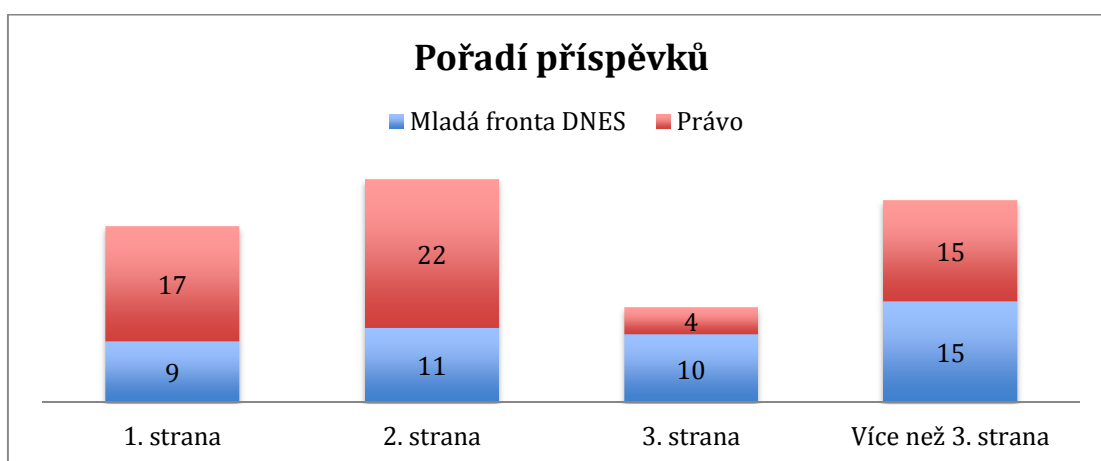


Zdroj: vlastní zpracování.

## Pořadí příspěvků

Články informující o předsedovi vlády se nejčastěji objevovaly na druhé straně periodik, na níž bylo zveřejněno 33 příspěvků, které tvořily 32 % celkového počtu. V deníku Právo vyšlo na druhé straně 22 článků, Mladá fronta DNES jich otiskla o polovinu méně. Oproti předchozímu období vzrostl podíl článků věnujících se Miloši Zemanovi zveřejněných na titulní straně. Dohromady se na titulní straně objevil ve 26 člancích představujících 25 % všech příspěvků. Právo o Miloši Zemanovi informovalo na první straně v 17 člancích a Mladá fronta DNES v 9 člancích. Na třetí straně novin se o předsedovi vlády psalo ve 14 člancích, ty tvořily přibližně 14 % zveřejněných příspěvků. Nejvíce článků umístěných na třetí straně vyšlo v Mladé frontě DNES, která jich zveřejnila 10. Deník Právo věnoval třetí stranu příspěvkům o premiérovi ve 4 případech. Zbylých 30 článků bylo v denících publikováno dál než na třetí straně. Příspěvky se objevovaly od strany 4 do strany 21.

**Graf č. 10: Pořadí příspěvků – premiér prostředek mandátu**



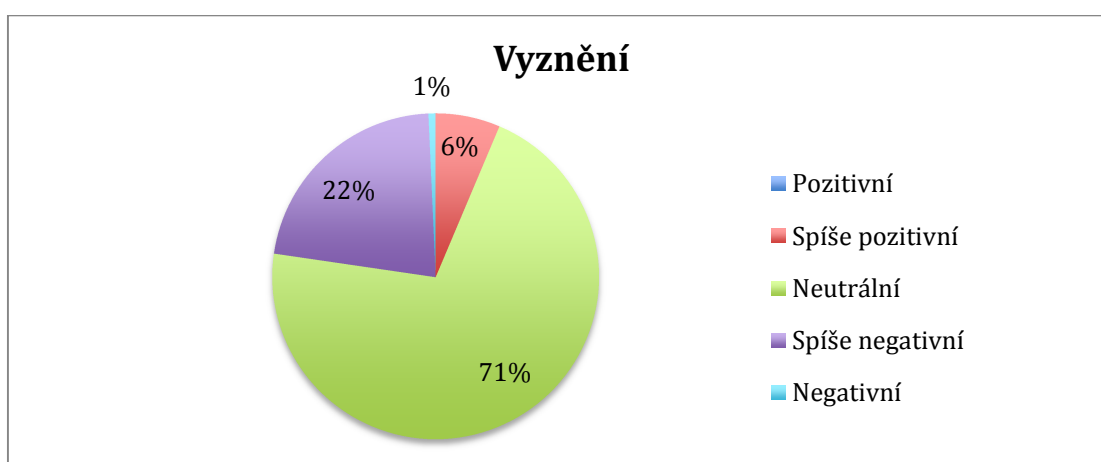
Zdroj: vlastní zpracování.

## Vyznění

Podobně jako v minulém období převažovaly i v tomto období neutrálně vyznívající příspěvky. Vybraná média zveřejnila 100 příspěvků týkajících se Miloše Zemana s neutrální konotací, které představovaly 71 % celkového počtu. Z tištěných médií publikoval deník Právo 42 neutrálních článků a Mladá fronta DNES 30 článků. Z televizních médií informovala neutrálně o Miloši Zemanovi ČT1 v 17 reportážích a Nova v 11 reportážích. Mezi příspěvky vyvolávající určitou konotaci převažovaly příspěvky se spíše negativním vyzněním tvořící 22% podíl všech příspěvků. Z 31 spíše

negativních příspěvků jich nejvíce publikovala Mladá fronta DNES, která zveřejnila 13 článků. Deník Právo publikoval 10 spíše negativních článků. Z televizních médií se Miloš Zeman objevil v 5 spíše negativních reportážích ČT1 a ve 3 reportážích televize Nova. Deník Právo byl jediným médiem, jež o předsedovi vlády zveřejnil článek s negativním vyzněním. Naopak příspěvek s pozitivním vyzněním nebyl v daném období zveřejněn žádný, média uveřejnila pouze 9 příspěvků se spíše pozitivním vyzněním, které zahrnovaly 6 % všech příspěvků. Nejvíce jich publikoval deník Právo, jež byl autorem 5 článků. Po 2 příspěvcích zveřejnila shodně Mladá fronta DNES a ČT1.

**Graf č. 11: Vyznění příspěvků – premiér prostředek mandátu**

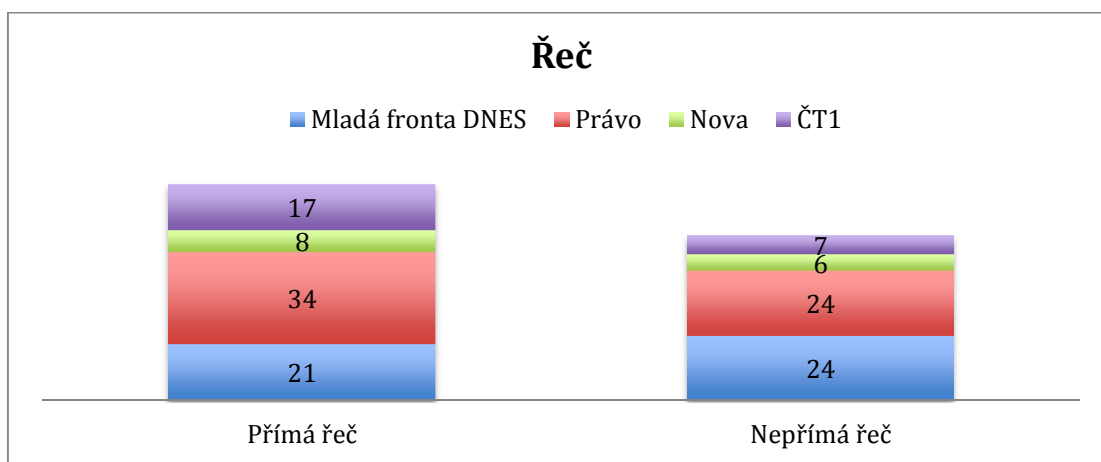


Zdroj: vlastní zpracování.

## Řeč

V tomto období, stejně jako v období předchozím, média ve většině příspěvků poskytla Miloši Zemanovi prostor vyjádřit jeho názor. Premiérova přímá řeč byla zveřejněna v 80 příspěvcích představujících 57 % celkového počtu. Nejčastěji byl předseda vlády citován v deníku Právo, které uvedlo jeho výroky v 34 člancích. Mladá fronta DNES uveřejnila Zemanovu přímou řeč v 21 člancích. Z televizních médií zprostředkovala premiérovy výroky nejčastěji ČT1, která je odvysílala v 17 reportážích. Televize Nova je zveřejnila v 8 reportážích. Ve zbývajících 43 % příspěvků média nezveřejnila Zemanovu přímou řeč. Oba tištěné deníky, Právo a Mladá fronta DNES, informovaly o Miloši Zemanovi ve 24 člancích, aniž by citovaly jeho výroky. ČT1 odvysílala 7 reportáží, v nichž Miloš Zeman nedostal prostor se vyjádřit. V případě televize Nova se jednalo o 1 reportáž méně.

**Graf č. 12: Přímá řeč v příspěvcích – premiér prostředek mandátu**



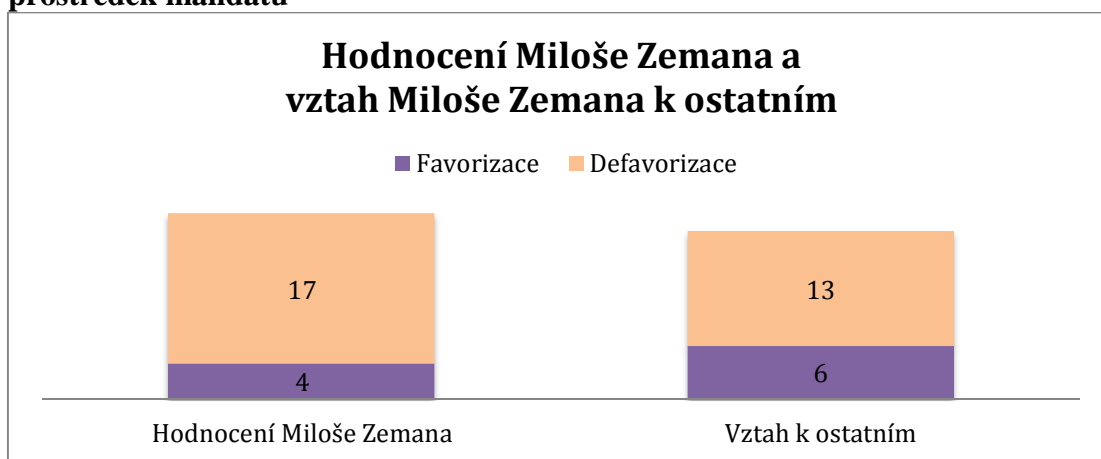
Zdroj: vlastní zpracování.

### **Hodnocení Miloše Zemana a vztah Miloše Zemana k ostatním**

Poměr mezi jednotlivými sloupci, označujícími Miloše Zemana jako objekt hodnocení nebo naopak vyjádření Zemanových názorů směrem k ostatním, je v tomto období více vyrovnaný. Přesto opět převažuje spíše první sloupec, tedy že byl častěji hodnocen. Stejně jako v minulém období i nyní byl Miloš Zeman ostatními častěji kritizován než chválen a i on sám častěji kritizoval. Terčem kritiky se předseda vlády a hlavní představitel sociálně demokratické strany stal v sedmnácti případech, z nichž se přibližně polovina odehrála v období krajských a senátních voleb. Miloš Zeman byl kritizován z důvodu jednání s tehdejšími předsedou komunistické strany Miroslavem Grebeníčkem o vzájemné podpoře komunistických a sociálně demokratických kandidátů v druhém kole senátních voleb a koaliční spolupráci v krajských zastupitelstvech. Někteří členové ČSSD např. Vlasta Bohdalová či Petra Buzková dokonce požadovali jeho odstoupení z vedení strany. Následně byl Miloš Zeman kritizován kvůli neúspěchu sociální demokracie ve volbách a někteří sociální demokraté požadovali jeho odstoupení nejen z funkce předsedy strany ale i z funkce předsedy vlády, Zemanovým nejtvrdějším oponentem byl Lubomír Zaorálek. Naopak na Zemanovu stranu se přiklonil tehdejší ministr průmyslu a obchodu Miroslav Grégr i vicepremiér a ministr zahraničí Jan Kavan, stejně tak Zemana podpořilo předsednictvo strany. Miloš Zeman se rozhodl, že se na plánovaném dubnovém sjezdu konaném v následujícím roce vzdá funkce předsedy strany. Na výsledných grafech se výrazně podílí i střet, který vedl premiér Miloš Zeman s prezidentem Václavem Havlem kvůli guvernérovi ČNB. Václav Havel se rozhodl jmenovat do čela centrální banky Zdeňka Tůmu, a to i přes silný nesouhlas Miloše Zemana

a odstupujícího guvernéra Josefa Tošovského. Modrá část druhého sloupce je tedy převážně tvořena kritikou Václava Havla a Zdeňka Tůmy. Spor se vyostřil natolik, že se do něj vložila i bývalá první dáma Dagmar Havlová, jež prohlásila: „*Vůbec jsem se nechtěla vkládat do politiky ani do právnických aspektů, ale pouze jsem hájila právo na základní lidskou slušnost a na lidské jednání. Pan premiér použil proti mému manželovi pár vulgárních výrazů a mně se to jako manželce nelíbilo.*“<sup>65</sup> Vzápětí Miloši Zemanovi vzkázala, že si s ním již nikdy nepodá ruku. Červenou část druhého sloupce tvoří Zemanova kladná vyjádření o bývalém guvernérovi Josefu Tošovském a jeho spolupráci s vládou, dále podporoval Vladimíra Špidlu jako kandidáta na předsedu strany a v neposlední řadě chválil Otakara Motejla v době, kdy byl ministrem spravedlnosti i poté, co byl zvolen ombudsmanem.

**Graf č. 13: Hodnocení Miloše Zemana a vztah Miloše Zemana k ostatním – premiér prostředek mandátu**



Zdroj: vlastní zpracování.

## Stereotypy

V daném období média téměř neinformovala o stereotypech spojených s osobou Miloše Zemana. Zemanovy stereotypy byly zmíněny pouze třikrát. Deník Právo dvakrát zveřejnil Zemanův negativní vztah k novinářům a jednou Mladá fronta DNES jeho kuřáctví. Nejvýrazněji je Zemanův negativní vztah k novinářům popsán v článku Práva s názvem *Soc. demokraté se distancují od vztahu Zemana k novinářům* ze dne 9. října 2000, který byl reakcí na článek *Konec mé války s komentátory*. Premiér uvedl, že ač se: „*Novináři vydávají za hlídací psy demokracie, nejsou v české společnosti pitbuli, ale spíše degenerovanými podvraťáky, prahnoucími po senzacích a aférách již neschopnými*

<sup>65</sup> Zeman vulgární výroky vůči Havlovi popírá, Právo, 4. 12. 2000.



vzhledem ke své intelektuální nedostatečnosti proniknout do podstaty jevů.“<sup>66</sup> Svůj vztah ke komentátorům shrnul: „Až dosud jsem se domníval, že tito lidé jsou škodliví hlupáci, nyní se začínám domnívat, že to jsou neškodní hlupáci.“<sup>67</sup> V televizních médiích nebyly v daném období zmíněny stereotypy spojené s osobou Miloše Zemana.

## Téma

Základní kategorie vymezené v předchozí části zůstaly nezměněné, opět jsou složeny z domácí politiky, zahraniční politiky, ekonomiky a soukromého života Miloše Zemana. Z každé kategorie jsou následně uvedeny dvě podkategorie, které byly nejčastěji zveřejňovány, ostatní příspěvky se zabývaly dílčími tématy.

### Domácí politika

- Senátní a krajské volby (19)
- Ministerstvo spravedlnosti (8)

### Zahraniční politika

- Vztahy s Rakouskem (30)
- Vstup do EU (5)

### Ekonomika

- Česká národní banka (13)
- H-System (4)

V kategorii domácí politika se média nejčastěji zabývala tématem senátních a krajských voleb 2000, které již bylo zmíněno výše. Volby pro sociálně demokratickou stranu skončily velkým neúspěchem a předseda strany Miloš Zeman se přihlásil k odpovědnosti za volební porážku: „Přejímám plnou odpovědnost za to, že se nám nejenom v senátních volbách, kde to bohužel bývá zvykem, ale i v krajských volbách, které byly novým experimentem, nepodařilo zdvihnout naše voliče...“<sup>68</sup> Z důvodu neúspěchu se Miloš Zeman rozhodl, že na sjezdu složí funkci předsedy strany. Zeman také uvedl, že pokud se ve straně objeví názor, aby se vzdal i funkce předsedy vlády, učiní tak. Za jednu

---

<sup>66</sup> Soc. Demokraté se distancují od vztahu Zemana k novinářům, Právo, 9. 10. 2000.

<sup>67</sup> Tamtéž.

<sup>68</sup> Miloš Zeman chce na jaře odstoupit z funkce. Události. TV, ČT1, 13. 11. 2000.

z příčin volební porážky sociální demokracie označil působení funkcionářů ČSSD, kteří v médiích vyjadřují své názory, aniž by je předtím projednali ve straně: „*Některé náměty nebo názory, na které má samozřejmě každý plné právo, se nejdříve ventilují v tisku jako subjektivní názory jednotlivce, aniž by si tento jednatel dal práci projednat je uvnitř své vlastní politické strany.*“<sup>69</sup> Druhým nejčastějším tématem domácí politiky, v jehož souvislosti byl předseda vlády zmiňován, byla demise Otakara Motejla, jediného nestraníka ve vládě, na post ministra spravedlnosti. V článku Mladé fronty DNES Miloš Zeman prohlásil: „*Pan ministr Motejl zvažuje svoji rezignaci ze dvou důvodů. Za první, díky pravicové opozici mu byly nedávno zamítnuty v parlamentu tři velmi důležité zákony. Za druhé, byl vystaven politickému tlaku kvůli nedávnému odvolání dvou státních zástupců.*“<sup>70</sup> Předsednictvo ČSSD současně schválilo Motejlovu kandidaturu na úřad ombudsmana, kterým se stal v prosinci téhož roku. Otázkou však zůstalo, koho předseda vlády navrhne novým ministrem spravedlnosti. Do úřadu byl nakonec jmenován předseda Legislativní rady vlády Pavel Rychetský. Jeho jmenování však bylo od počátku chápáno pouze jako dočasné řešení.

V oblasti zahraniční politiky média nejčastěji informovala o zahraničních vztazích s Rakouskem, které byly ovlivněny spuštěním jaderné elektrárny Temelín. Téma Temelínu bylo zároveň nejčastějším tématem, o němž média v souvislosti s předsedou vlády v daném období informovala. Spuštění Temelína vyvolalo odpor na rakouské straně a rakouští aktivisté začali blokádu česko-rakouských hraničních přechodů v jižních Čechách. Premiér Miloš Zeman žádal o ukončení blokády, než přistoupí na jednání o Temelínu. V článku Práva *Rakouští aktivisté na týden přeruší blokády hranic* ze dne 16. října byl citován jeho výrok: „*Jsem pln dobré vůle se s kancléřem Schüsselem sejít, ale nikoliv pod nátlakem. V životě jsem se nikdy a ničím nenechal vydírat a nenechám se vydírat ani blokádami.*“<sup>71</sup> Rakouští aktivisté přerušili blokádu, ale předeslali, že pokud nebudou spokojeni s výsledky rozhovorů, blokádu obnoví a případně i zesílí. Očekávaná schůzka Zemana a Schüsella se uskutečnila 31. října 2000 v Židlichovicích u Brna, ale nepřinesla průlom v jednáních a aktivisté opět zablokovaly některé úseky hraničních přechodů. Miloš Zeman se ocitl ve složité situaci, přesto setrval na svém požadavku a kvůli pokračujícím blokádam se rozhodl nejednat se Schüsselem na úrovni předsedů vlád. Kompromis byl dosažen 12. prosince 2000 na jednání, k němuž byl přizván i komisař EU pro rozšíření

---

<sup>69</sup> Zeman viní své kritiky z volební porážky, Právo, 27. 11. 2000.

<sup>70</sup> Motejl hodlá oznámit rezignaci, Mladá fronta DNES, 2. 10. 2000.

<sup>71</sup> Rakouští aktivisté na týden přeruší blokády hranic, Právo 16. 10. 2000.

Günter Verheugen. V oblasti zahraniční politiky média informovala i o různých zahraničních jednáních, na nichž se mimo jiné projednávala i otázka rozšíření EU. Český předseda vlády se sešel například se svým italským protějškem. Oba premiéři se shodli, že Česká republika by se měla stát členem EU v co nejkratší době a také, že by měla být oživena středoevropská iniciativa. Sama Evropská unie vydala dokument strategie rozšíření shrnující hodnocení všech 13 kandidátských zemí z ekonomického hlediska, v němž se posuzovala schopnost zemí odolat konkurenčním tlakům uvnitř EU. Česká republika společně se Slovinskem byla zařazena do skupiny zemí, které budou schopny odolat konkurenčním tlakům v krátkodobém horizontu pod podmínkou, že dokončí zbývající reformy.

V kategorii ekonomiky se média nejčastěji věnovala tématu České národní banky. Tehdejší guvernér Josef Tošovský předal k 30. listopadu 2000 prezidentovi Havlovi demisi. Prezident tak mohl jmenovat jeho nástupce podle v té době ještě platného zákona umožňujícího jmenování guvernéra na základě vlastní úvahy. Od nového roku totiž měla platit novela, která prezidentovi nařizovala vybírat vedení ČNB na návrh vlády. Prezident Havel se přes nesouhlas předsedy vlády Miloše Zemana a odcházejícího guvernéra Josefa Tošovského rozhodl jmenovat Zdeňka Tůmu. Ten byl kvůli výrokům o zvýšení úrokové sazby Zemanem často kritizován: „*Pokud by byl jmenován guvernérem ČNB Zdeněk Tůma, bylo by to neštěstí pro ekonomiku*“.<sup>72</sup> Zemanova vláda využila nejednoznačného znění ústavy a zpochybnila Tůmovo jmenování s tím, že je zapotřebí kontrasygnace premiéra. Vláda požadovala, aby se celou záležitostí zabýval Ústavní soud. Druhým nejdiskutovanějším tématem v oblasti ekonomiky byl H-System, vytunelovaná společnost v níž byli dříve zaměstnání někteří členové a zaměstnanci ČSSD. Jedním z nich byl i Václav Erben, bývalý mluvčí Miloše Zemana, který přiznal, že pobíral měsíčně částku 5 tisíc korun. Miloš Zeman na to reagoval: „*Při pěti tisících korunách měsíčně, i kdyby to bylo více lidí, částka 2,1 miliardy, která byla zcizena H-Systemu tím bohužel není vysvětlena*“.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> *Guvernérem ČNB bude Zdeněk Tůma*, Právo, 22. 11. 2000.

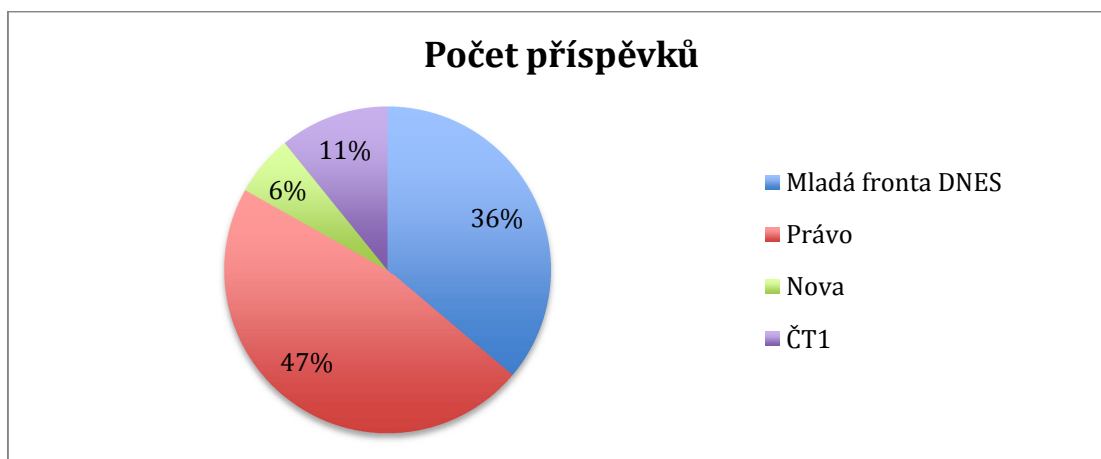
<sup>73</sup> *Sociální demokracie vs H-System*. Události. TV, ČT1, 4. 12. 2000.

### 13.3 Konec mandátu

#### Počet příspěvků

V závěrečné části premiérského období Miloše Zemana média zveřejnila 172 příspěvků obsahujících klíčový výraz „Miloš Zeman“. Po vyloučení příspěvků zmiňujících se o Miloši Zemanovi pouze v jedné větě zůstalo 83 relevantních příspěvků určených k analýze. Stejně jako v předchozích obdobích i nyní zveřejnil nejvíce příspěvků zabývajících se Milošem Zemanem deník Právo, jež publikoval 39 článků tvořících 47 % všech příspěvků. Druhým médiem nejčastěji zveřejňujícím příspěvky o předsedovi vlády byla Mladá fronta DNES, která byla autorem 30 článků, jež představovaly podíl 36 %. Z televizních médií o Miloši Zemanovi informovala častěji ČT1, která zveřejnila 9 reportáží tvořících 11 % celkového počtu. Televize Nova odvysílala pouze 5 reportáží zahrnující 6 % všech příspěvků.

**Graf č. 14: Počet příspěvků – premiér konec mandátu**



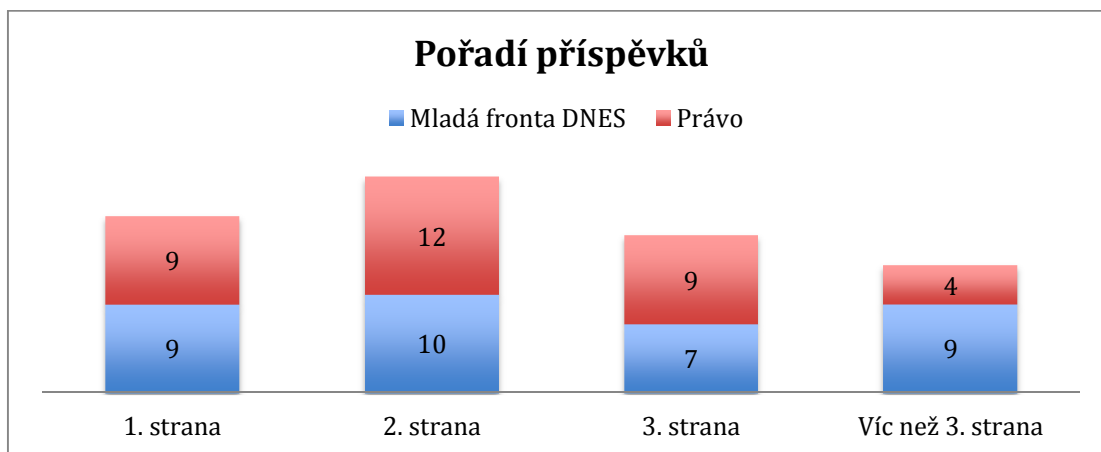
Zdroj: vlastní zpracování.

#### Pořadí příspěvků

V tomto období, na rozdíl od minulých, byly příspěvky věnované Miloši Zemanovi rozloženy v první části periodik více rovnoměrně. Nejvíce článků informujících o předsedovi vlády bylo opět zveřejněno na druhé straně vybraných deníků, celkem se zde nacházelo 33 % všech článků. Deníky na druhé straně zveřejnily 22 příspěvků, z nichž 12 článků publikovalo Právo a 10 Mladá fronta DNES. Druhým nejčastějším umístěním článků zabývajících se Milošem Zemanem byla titulní strana, na které bylo publikováno 26 % příspěvků. Obě tištěná média zveřejnila na titulní straně shodně 9 článků. Příspěvky

týkající se Miloše Zemana umístěné na třetí straně vybraných deníků tvořily podíl 23 % celkového počtu. Z 16 článků Právo zveřejnilo 9 příspěvků a Mladá fronta DNES 7 příspěvků. Zbylých 13 článků se nacházelo dál než na třetí straně, příspěvky se objevovaly od čtvrté strany do strany devatenáct.

**Graf č. 15: Pořadí příspěvků – premiér konec mandátu**

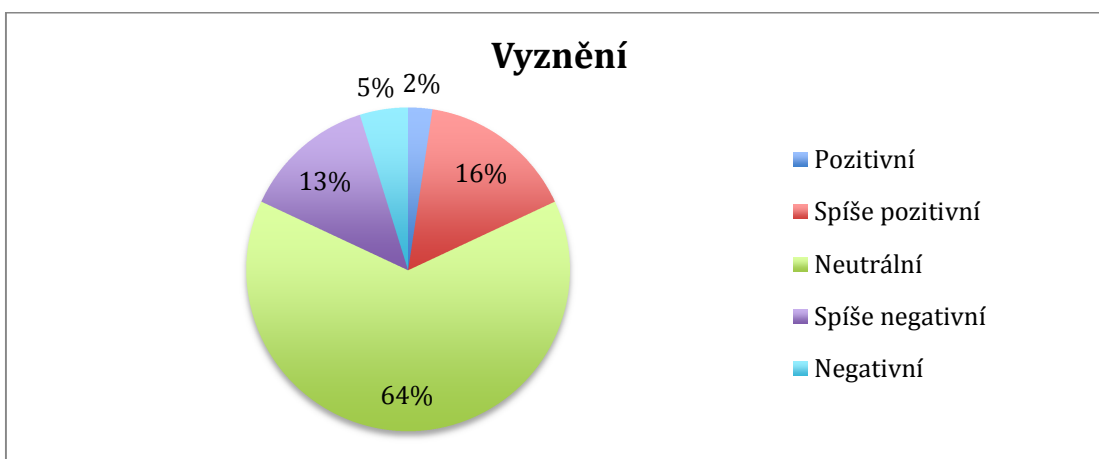


Zdroj: vlastní zpracování.

### Vyznění

Stejně jako v minulých obdobích i v tomto období informovala média o Miloši Zemanovi nejčastěji neutrálně. Média zveřejnila 53 neutrálně vyznívajících příspěvků, jež představovaly podíl 64 % celkového počtu. Největší počet neutrálních článků publikoval deník Právo, který jich otisknul 26 a druhé sledované periodikum Mladá fronta DNES jich zveřejnila 16. Z televizních médií o premiérovi informovala neutrálně častěji ČT1, která odvysílala 8 reportáží, televize Nova zveřejnila 3 reportáže. Mezi příspěvky mající určitou konotaci převažovaly příspěvky se spíše pozitivním vyzněním tvořící podíl 16 %. Tyto příspěvky publikovaly pouze tištěná média, Mladá fronta DNES zveřejnila 8 článků a deník Právo 5. Podíl 13 % byl zastoupen spíše negativními příspěvky, kterých se v médiích objevilo 11. Z tištěných médií publikoval deník Právo 7 článků a Mladá fronta DNES 3 články. Z televizních médií odvysílala pouze ČT1 jednu spíše negativní reportáž. Mezi příspěvky vyvolávající silné konotace převažovaly negativní příspěvky, které se objevily pouze v periodikách. Ze 4 negativních příspěvků byla Mladá fronta DNES autorem 3 článků a deník Právo 1. Naopak pozitivní příspěvky byly zveřejněny jen televizí Nova, která odvysílala 2 reportáže.

**Graf č. 16: Vyznění příspěvků – premiér konec mandátu**

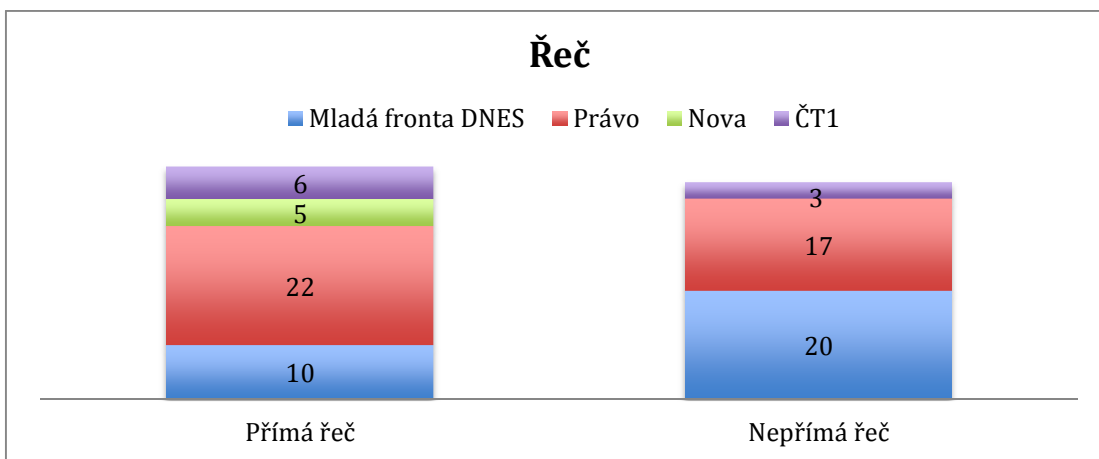


Zdroj: vlastní zpracování.

## Řeč

V tomto období byl poměr mezi přímou a nepřímou řečí velmi těsný, přesto mírně převažovaly příspěvky, v nichž Miloš Zeman dostal prostor vyjádřit svůj názor. Ve 43 příspěvcích představujících podíl 52 % celkového počtu byla uvedena přímá řeč předsedy vlády. Nejčastěji byl Miloš Zeman citován deníkem Právo, který uvedl jeho výroky v 22 článcích, Mladá fronta DNES zveřejnila premiérové výroky v 10 článcích. Z televizních médií zprostředkovala Zemanovu přímou řeč ČT1 v 6 reportážích a o 1 reportáž méně odvysílala televize Nova. Ve zbylých 48 % příspěvků nebyla uvedena přímá řeč Miloše Zemana, jeho výroky média sama interpretovala. Nejvíce příspěvků, v nichž Miloš Zeman nedostal prostor se vyjádřit publikovala s počtem 20 článků Mladá fronta DNES, druhé sledované periodikum zveřejnilo 17 článků. Z televizních médií informovala o Miloši Zemanovi tímto způsobem pouze ČT1, která odvysílala 3 reportáže.

**Graf č. 17: Přímá řeč v příspěvcích – premiér konec mandátu**



Zdroj: vlastní zpracování.

## Hodnocení Miloše Zemana a vztah Miloše Zemana k ostatním

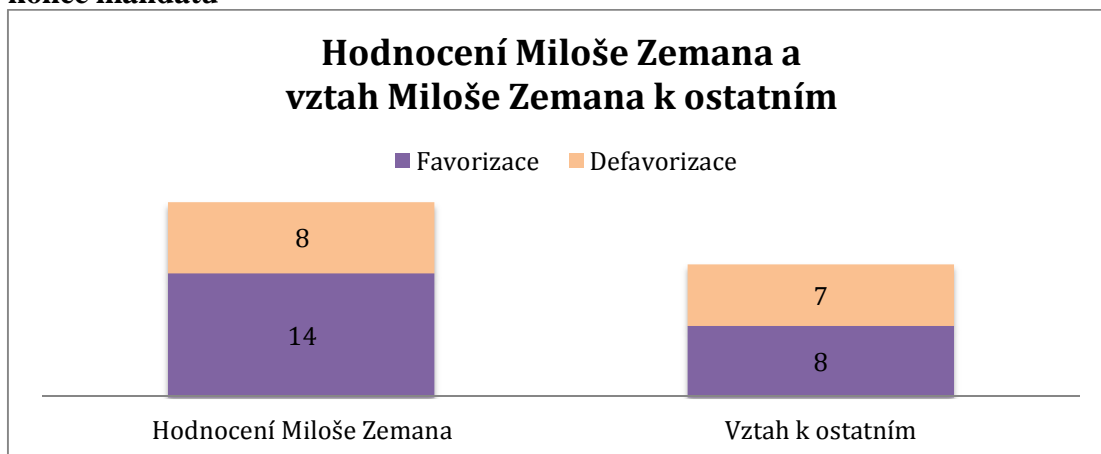
Na rozdíl od předchozích období, v nichž média častěji informovala o kritice Miloše Zemana, s blížícím se koncem premiérova mandátu byl Miloš Zeman ostatními spíše chválen. V článku Mladé fronty DNES *Poslanec, jemuž leží sociálnědemokratická ves u nohou* zveřejněném 24. dubna 2002 Robert Kopecký, poslanec a starosta Podsedic, sdělil, že s radostí vzpomíná na časy sociální demokracie, kdy ji předsedal Miloš Zeman: „Už jsem slyšel i v sociální demokracii stesky nad tím, že Miloš Zeman straně některými vystoupeními škodí. Všichni členové strany by si měli uvědomit, že čtyřiasedmdesát z nás dostal do parlamentu, a měli by jít a děkovat mu.“<sup>74</sup> Jeho nástupce do funkce předsedy strany Vladimír Špidla ocenil Zemanův odchod z politiky, který podle něj svědčí o Zemanově velikosti. Pochvalných slov se Miloš Zeman dočkal i z úst svých politických soupeřů. Předseda KSČM Miroslav Grebeníček o Zemanovi řekl: „Je to inteligentní pán a má hodně zkušeností z politiky“<sup>75</sup> Podle něj bývalý předseda strany udělal pro stranu velký kus práce a je přesvědčen, že v ní má stále určitou váhu. Naopak kritiku si Miloš Zeman musel vyslechnout od prezidenta Václava Havla, kterému se nelíbily Zemanovy výroky o odsunutých Němcích, jež označil za pátou kolonu Adolfa Hitlera. Zeman následně Havlovi vzkázal, že zahraniční politika je v kompetencích vlády se souhlasem parlamentu a prezident je pouze komentátorem. Zeman si vysloužil kritiku i od předsedy KDU-ČSL Cyrila Svobody a předsedkyně US-DEU Hany Marvanové, podle nichž svými výroky a chováním přispěl k poklesu zájmu občanů o vstup do EU. Druhý sloupec grafu, vztah Miloše Zemana k ostatním, ukazuje, že předseda vlády chválil a kritizoval přibližně stejnou měrou. Ve sporu s místopředsedou vlády Egonem Lánským kvůli jeho jménu v registru Státní bezpečnosti se Miloš Zeman Lánského zastal, s tím že pro něj je naprosto důvěryhodný. Dne 10. června 2002 Mladá fronta DNES zveřejnila článek v němž si Zeman vyjádřil vzájemnou úctu se svým největším politickým soupeřem Václavem Klausem: „Já žádného druhého pravicového politika takového formátu neznám.“ a dodal: „Já s jeho názory hluboce nesouhlasím, ale alespoň nějaké má.“<sup>76</sup> Naopak kritiku si od Zemana musel vyslechnout například Jan Graubner, který se jako první český biskup rozhodl celebrovat na Sudetoněmeckých dnech nebo předseda palestinské samosprávy Jásir Arafat, jehož Zeman přirovnal k Hitlerovi.

<sup>74</sup> *Poslanec, jemuž leží sociálnědemokratická ves u nohou*, Mladá fronta DNES, 24. 4. 2002.

<sup>75</sup> *Komunisté zajedno se Zemanem proti vládě 101*, Právo, 19. 6. 2002.

<sup>76</sup> *Naostro: Zeman přál ODS stříbro*, Mladá fronta DNES, 10. 6. 2002.

**Graf č. 18: Hodnocení Miloše Zemana a vztah Miloše Zemana k ostatním – premiér konec mandátu**



Zdroj: vlastní zpracování.

### Stereotypy

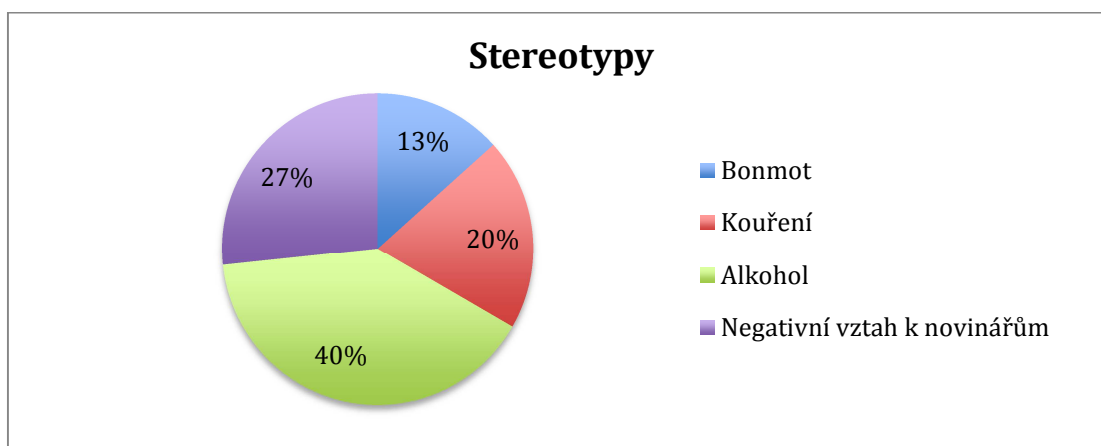
Vybraná média informovala o Miloši Zemanovi v souvislosti s jeho stereotypy v 15 případech. Nejčastěji byl předseda vlády spojován s alkoholem. Konzumaci alkoholických nápojů média zmiňovala v 6 příspěvcích. Například v rozhovoru pro Mladou frontu DNES, Zeman vědom si své známé pověsti k oblíbené becherovce, vyzval Jindřicha Šídla, aby si s ním připil: „*Jo, mimochodem, pojdte si dát becherovku, to je výborný nápad. Jak vidíte, právě piju campari, ale dám si becherovku, aby mediální obraz zůstal zachován.*“<sup>77</sup> V tom samém rozhovoru Zeman znova vyjádřil svůj negativní vztah k novinářům, který byl druhým nejčastěji zveřejňovaným stereotypem. Celkem se objevil ve 4 příspěvcích: „*Novináře dělím do dvou skupin. Tou první skupinou jsou normalizační komunistická práčata. Tento typ pokládám za novinářské prostitutky a hluboce jimi pohrdám. A pak je druhý typ novinářů. A to nejsou jen hlupáci, to jsou sebevědomí hlupáci, kteří píšou o všem a nerozumí ničemu. A tito hlupáci spolu s novinářskými kurvičkami vytvářejí mediální prostředí v této zemi.*“<sup>78</sup> Třetím stereotypem, s nímž byl Miloš Zeman spojován, bylo kuřáctví, o kterém se média zmínila ve 3 příspěvcích. Například článek Mladé fronty DNES *ČSSD lákala voliče na valčík se Zemanem, Koalice vyjela na venkov* zveřejněný 5. června 2002 informoval o akci Poslední valčík s premiérem, na které si Miloš Zeman zapálil cigaretu v kulturním domě, ve kterém byl zákaz kouření, a proto byl pořadatelkou vyveden ze sálu. Nejméně často média upozorňovala na Zemanovy bonmoty, které se objevily pouze ve 2 příspěvcích.

<sup>77</sup> *Šťastný Zeman: Naplnil jsem svůj život*, Mladá fronta DNES, 12. 6. 2002.

<sup>78</sup> Tamtéž.



**Graf č. 19: Stereotypy v příspěvcích – premiér konec mandátu**



Zdroj: vlastní zpracování.

### **Téma**

I v tomto období zůstaly zachovány základní kategorie, které byly vymezeny na začátku zkoumání, opět se skládají z domácí politiky, zahraniční politiky, ekonomiky a soukromého života Miloše Zemana. V konečné fázi úřadování premiéra Miloše Zemana média nejčastěji informovala o dění v domácí politice, zatímco ekonomika byla téměř opomíjena. Tomu je přizpůsobeno i rozdělení jednotlivých podkategorií.

#### **Domácí politika**

- Konec Zemanovy vlády a odchod Miloše Zemana z politiky (14)
- Úvahy o nové vládě (10)
- Úvahy o volbě prezidenta (4)

#### **Zahraniční politika**

- Vztahy s Ruskem (7)
- Vstup do EU (3)
- Vztahy s Blízkým východem (3)

#### **Ekonomika**

- Dálnice D47 (4)

V kategorii domácí politika média nejčastěji informovala o konci Zemanovy vlády a s ním i spojeným odchodem Miloše Zemana z politiky. Miloš Zeman se s poslanci rozloučil poněkud netradičním způsobem, i když s přihlédnutím k jeho osobě neobvyklým, v projevu tvrdě zkritizoval novináře: „*Nikomu nevnucuji své subjektivní mínění, byť podložené*

*dlouholetými zkušenostmi, že nejpitomějším tvorem na zeměkouli je současný český novinář. Skutečný politik, ať muž či žena, nepotřebuje politické novinářské prostitutky.*<sup>79</sup> Poslední zasedání vlády proběhlo již v klidnějším duchu, přesto se o největší rozruch postaral opět předseda vlády, jenž na sebe poutal pozornost konzumací, namísto oblíbené becherovky či piva, jedné sklenice mléka za druhou s odůvodněním, že startuje sportovní sezónu, jelikož má v plánu jezdit na Vysočině na kole a pro případ že by spadl, potřebuje silné kosti. Končící předseda vlády se nezapomněl rozloučit ani s voliči. K této příležitosti se konala akce Poslední valčík s premiérem, na níž Miloš Zeman vyzýval pražské voliče sociální demokracie, aby byli aktivní. Miloš Zeman se před koncem mandátu předsedy vlády objevil několikrát v pořadu Sedmička. V jednom z vysílání mu moderátorka Jana Bobošíková předala na rozloučenou karikaturu Štěpána Mareše, autora komiksu Zelený Raoul, který prosil Zemana, aby z politiky nedocházel: *„Pane premiére, prosím, zůstaňte! Vy jste ten nejvděčnější terč, největší dobytek, debil, hnůj, fekálie a žumpa české politiky. Nafoukaný, namyšlený, arogantní a samolibý Klaus to sám nezvládne!*“<sup>80</sup> Druhým nejčastějším tématem, o němž média informovala, byly s ohledem na blížící se volby, úvahy o podobě budoucí vlády. Odborníci původně předpokládali buď vznik velké koalice ČSSD a ODS nebo spojení ČSSD, KDU- ČSL a US-DEU. Zatímco Miloš Zeman se společně s Václavem Klausem přiklonili k možnosti vzniku velké koalice, předseda sociální demokracie Vladimír Špidla odmítal být s Klausem ve stejné vládě. Miloš Zeman několikrát varoval před spojenectvím s Koalicí (KDU-ČSL, US-DEU) a *„Špidlovi vzkázal, že když se dá do party s Koalicí, obrazně řečeno neví, jakou veš do kožichu si nasazuje.*“<sup>81</sup> Po výhře sociální demokracie ve volbách média informovala o změnách uvnitř strany, která se pod Špidlovým vedením snažila odlišit od „zemanovských časů“. Po konání parlamentních voleb a blížícím se konci mandátu předsedy vlády Miloše Zemana, média začala informovat o možných kandidátech na prezidenta. V létě roku 2002 přicházel v úvahu kromě Miloše Zemana i Václav Klaus a Otakar Motejl. Miloš Zeman trval na svém odchodu do politického důchodu, o čemž svědčil i jeho mnohokrát citovaný výrok z pořadu Sedmička: *„Přijed'te na moji chalupu na Vysočině za rok, za dva, za tři, za pět let, za deset let, položte mi vždy tutéž otázku a až přijedete naposled, tak už můžete tu otázku položit mé rakvi. Té rakve se můžete, paní Bobošíková, zeptat, zda ta rakev si přeje něco jiného, než být uložena v klidu na hřbitově.*“<sup>82</sup> Zeman připustil, že by se o funkci prezidenta ucházel pouze v případě, kdyby nebyl průchozí jiný kandidát.

<sup>79</sup> *Zeman se loučil s poslanci kritikou novinářů*, Mladá fronta DNES, 24. 4. 2002.

<sup>80</sup> *Foto - kreslený komiks*, Právo, 29. 4. 2002.

<sup>81</sup> *Jsou slabí, ale ponižovat je nebudeme*, Mladá fronta DNES, 26. 6. 2002.

<sup>82</sup> *Zemanův odchod má stvrdit rakev*, Právo, 29. 4. 2002.

V oblasti zahraniční politiky média nejčastěji informovala o Zemanově oficiální návštěvě Ruska. Návštěva se konala s cílem projednat nejen politická témata, ale i témata ekonomická. Kromě česko-ruských vztahů a mezinárodní politiky byla diskutována i otázka rozšíření obchodní a hospodářské spolupráce mezi Českou republikou a Ruskem. Největším přínosem návštěvy byla vyjádřená podpora ze strany Ruska v otázce Benešových dekretů a podepsání souboru dokumentů, v nichž se se Rusko zavázalo splatit zbývající dluh ve zboží do 5 let. Následující dvě témata v kategorii zahraniční politiky, vstup do EU a vztahy s Blízkým východem, byla v médiích zveřejňována stejně často. Stejně jako v předchozích obdobích i nyní média informovala o plánovaném vstupu České republiky do Evropské unie. Podle průzkumu agentury GfK poklesl počet příznivců a naopak vzrostl počet odpůrců vstupu do EU. Někteří politici to dávali za vinu protievropské kampani ODS a částečně i Miloši Zemanovi. Po summitu EU konaném v Seville unie ubezpečila Českou republikou a další kandidátské země, že koncem roku s nimi uzavře přístupová jednání a následně dokončí smlouvu o přistoupení. Unie zkrátila čas pro vyjednávání s kandidátskými zeměmi, Miloš Zeman tomu ale nepřikládal příliš velkou váhu. Posledním tématem zahraniční politiky, o němž média informovala jsou vztahy s Blízkým východem. Ministr zahraničí Jan Kavan byl na návštěvě v Izraeli a na poslední chvíli byl nucen zrušit domluvené setkání s palestinským předákem Jásirem Arafatem. Podle médií ho ke zrušení schůzky donutil Miloš Zeman, ten to však popřel. Plánovaná schůzka se měla uskutečnit především proto, aby ministr zahraničí odstranil následky Zemanovy poslední cesty do Izraele, na které přirovnal Arafata k Hitlerovi. Jan Kavan uvedl, že oficiálním důvodem zrušení schůzky bylo zaneprázdnění Jásira Arafata. Jelikož si Kavan potrpí na vyváženost, chtěl zrušit i schůzku s izraelským premiérem Arielem Šaronem a sejít se pouze s ministrem zahraničí Šimonem Peresem, to se mu ale nepodařilo, protože izraelská strana odmítla změnu programu a na schůzce trvala.

V kategorii ekonomika bylo výrazněji diskutováno pouze jediné téma, a sice výstavba dálnice D47, kterou měl stavět a následně spravovat až do roku 2032 izraelský holding Housing & Construction. V článku Práva Miloš Zeman prohlásil: *„Byl tak splněn slib této vlády, byť až po volbách. Výstavbou dálnice D47, která poskytne pracovní příležitosti především našim stavebním firmám, dojde ke snížení nezaměstnanosti v Moravskoslezském kraji. Bude splněna i podmínka pro příliv zahraničních investorů, pro něž je kvalitní dopravní infrastruktura velmi důležitá.“*<sup>83</sup>

---

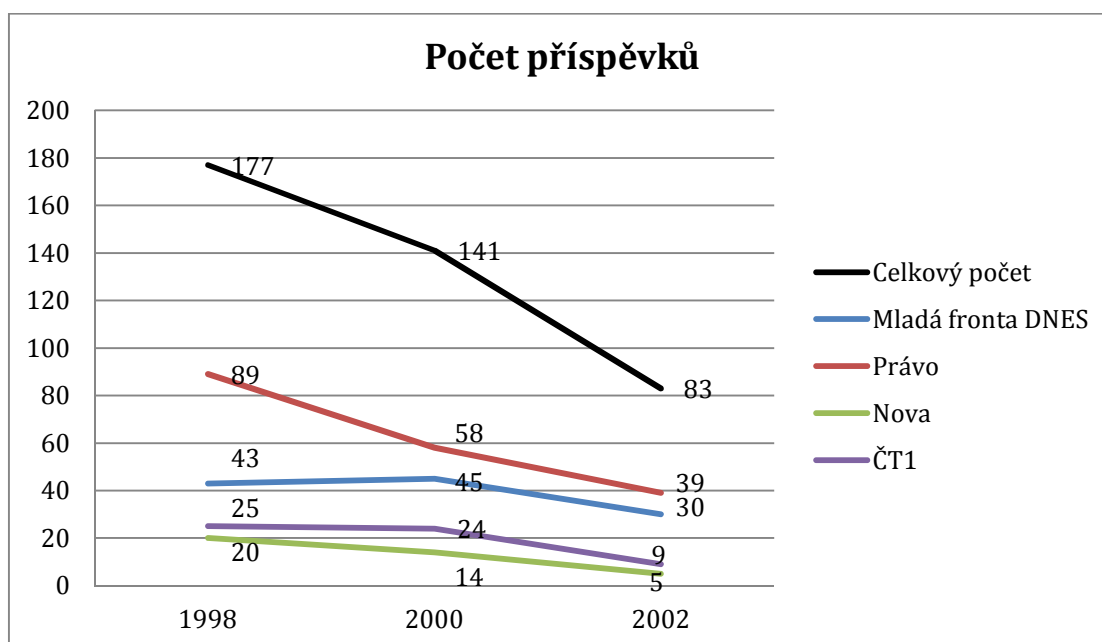
<sup>83</sup> Schling podepsal smlouvu s Izraelci o výstavbě dálnice D47, Právo, 26. 6. 2002.

## 13.4 Vývoj mediálního obrazu Miloše Zemana jako předsedy vlády

### Počet příspěvků

Ve sledovaném období média zveřejnila celkem 673 příspěvků obsahujících klíčový výraz „Miloš Zeman“. Po vyřazení příspěvků zmiňujících Miloše Zemana pouze v jedné větě bylo analyzováno 401 příspěvků. Počet příspěvků zveřejněných o Miloši Zemanovi měl klesající tendenci. Zatímco na počátku premiérského období média zveřejnila 177 příspěvků, v polovině funkčního období se počet příspěvků snížil na 141 a na konci období tento počet ještě klesl na 83 zveřejněných příspěvků. Rozdíl mezi počtem příspěvků na začátku a na konci premiérského mandátu Miloše Zemana byl vyšší než 50 %. Tento rozdíl byl pravděpodobně způsoben rozhodnutím Miloše Zemana odejít do politického důchodu. Skutečnost, že nevedl stranu do voleb způsobila přesun pozornosti médií na nového předsedu strany Vladimíra Špidlu. Obecně lze tvrdit, že tištěná média informovala o Miloši Zemanovi častěji než televizní média. Z tištěných médií jednoznačně dominoval deník Právo, který na počátku premiérského období zveřejnil dvakrát více článků než Mladá fronta DNES. V polovině funkčního období se rozdíl v počtu publikovaných článků mezi periodiky snížil a tento poměr byl zachován až do konce úřadování Miloše Zemana ve funkci premiéra. V porovnání s tištěnými médii informovala televizní média o Miloši Zemanovi výrazně méně, přičemž nejméně reportáží odvíšovala televize Nova.

Graf č. 20: Vývoj počtu příspěvků v premiérském období

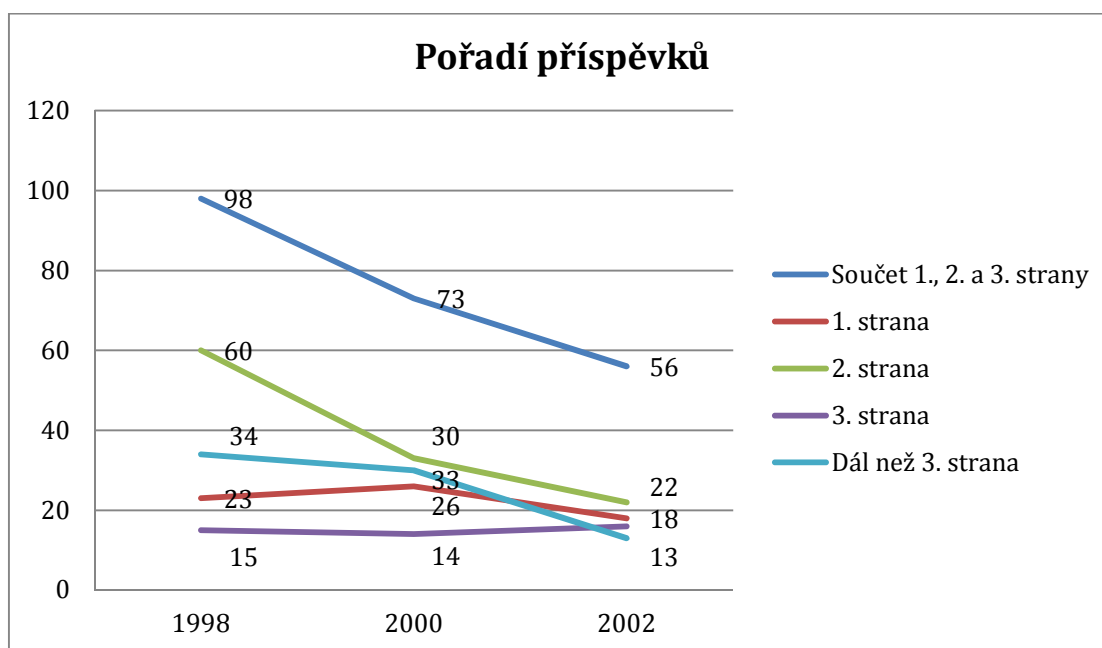


Zdroj: vlastní zpracování.

## Pořadí příspěvků

Po vyhodnocení analýzy bylo zjištěno, že po celé zkoumané období byly články o Miloši Zemanovi nejčastěji zveřejňovány na začátku vybraných periodik, za který je považována titulní strana a následně druhá a třetí strana. Po celé sledované období bylo největší množství článků publikováno na druhé straně deníků, na níž bylo zveřejněno 115 tištěných příspěvků. Na titulní straně bylo umístěno 67 článků informujících o předsedovi vlády a na třetí straně 35 článků. Příspěvků umístěných dál než na třetí straně bylo celkem 77, a jak je z grafu zřejmé byly zveřejňovány především na začátku a uprostřed funkčního období. V závěrečné fázi premiérského období bylo těchto příspěvků nejméně a poměr mezi články zveřejněnými na prvních třech stranách se nejvíce vyrovnal.

Graf č. 21: Vývoj pořadí příspěvků v premiérském období



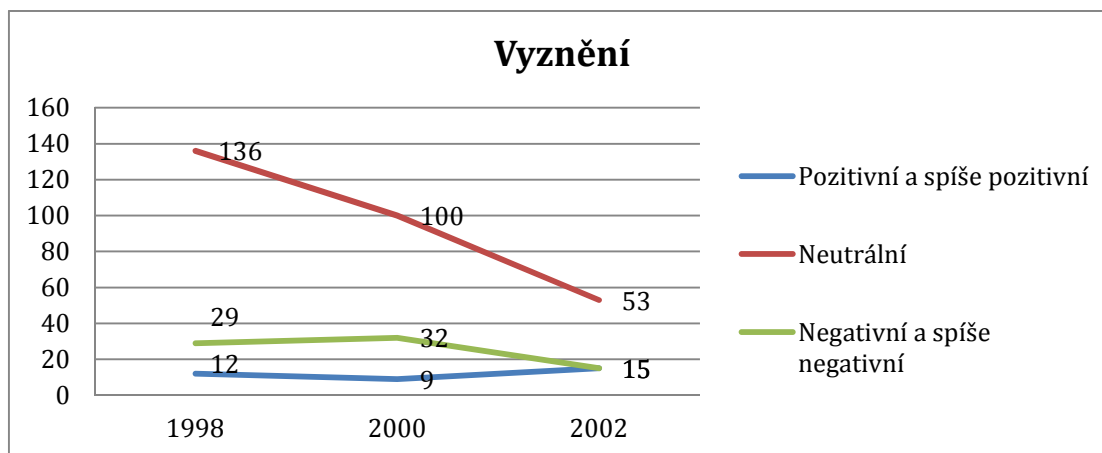
Zdroj: vlastní zpracování.

## Vyznění

Po celé sledované období se v médiích objevovaly nejčastěji příspěvky s neutrálním vyzněním, kterých média zveřejnila celkem 289. Souhrnný počet pozitivních a spíše pozitivních příspěvků byl roven 36. Nejvíce se na nich podílel deník Právo, který jich publikoval 19. Obě televizní média odvysílala shodný počet 2 pozitivních či spíše pozitivních reportáží. Počet spíše negativních a negativních příspěvků byl přibližně dvakrát vyšší, dosáhl 76 příspěvků. Největší podíl tvořily články Mladé fronty DNES, kterých

zveřejnila 35. V případě televizních médií odvysílala více negativních či spíše negativních reportáží televize Nova, která jich zveřejnila 7 a ČT1 odvysílala 6. Mezi příspěvky mající určitou konotaci jednoznačně převažovaly články a reportáže se spíše negativním vyzněním. Jejich vrchol nastal uprostřed období, kdy Miloš Zeman zastával funkci předsedy vlády. Naopak příspěvky se spíše pozitivním a pozitivním vyzněním zaznamenaly v tomto období mírný propad. Toto zjištění se shoduje s teorií volebních cyklů. Sečteme-li příspěvky se spíše pozitivním a pozitivním vyzněním do jedné skupiny a naopak příspěvky se spíše negativním a negativním vyzněním do druhé skupiny zjistíme, že při nástupu Miloše Zemana do funkce premiéra média zveřejnila 12 pozitivních příspěvků a 29 negativních příspěvků. Uprostřed výkonu funkce předsedy vlády se počet pozitivních příspěvků snížil na 9 a počet negativních příspěvků zvýšil na 32. Na konci funkčního období byl opět zaznamenán nárůst pozitivních příspěvků na 15 a pokles negativních příspěvků také na 15. Kromě vyznění příspěvků zveřejněnými médii v průběhu celého období, potvrzuje teorii volebních cyklů i zmíněný fakt, že sociální demokracie propadla v komunálních a senátních volbách.

**Graf č. 22: Vývoj vyznění příspěvků v premiérském období**



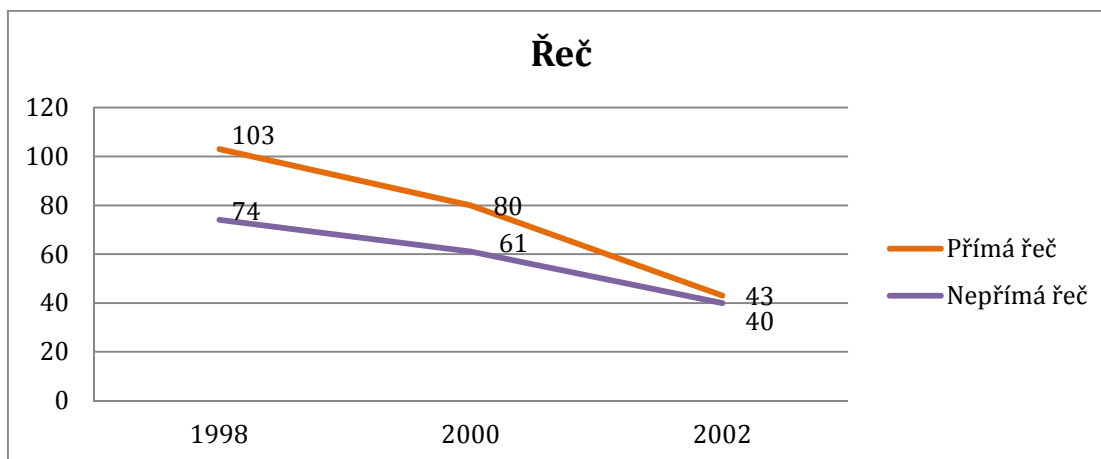
Zdroj: vlastní zpracování.

## Řeč

Následující graf ukazuje, jaký byl poměr mezi příspěvky, v nichž Miloš Zeman dostal prostor vyjádřit svůj názor a příspěvky, ve kterých byly jeho názory a postoje interpretovány médii. Po celé sledované období převažovaly příspěvky, které citovaly premiérovu přímou řeč. Nejvíce příspěvků zprostředkávajících přímou řeč Miloše Zemana bylo na začátku funkčního období, v době kdy nastoupil do úřadu předsedy vlády.

Od této doby se počet příspěvků snižoval po celé zkoumané období. Počet příspěvků, v nichž média neposkytla Miloši Zemanovi prostor vyjádřit názory a sama je převyprávěla sice také klesal, ale mírněji. Z tohoto důvodu se rozdíl mezi příspěvky s přímou řečí a příspěvky, které přímou řeč neobsahovaly, stále snižoval, až se v samotném závěru premiérského období téměř vyrovnal.

**Graf č. 23: Vývoj přímé řeči v příspěvcích v premiérském období**



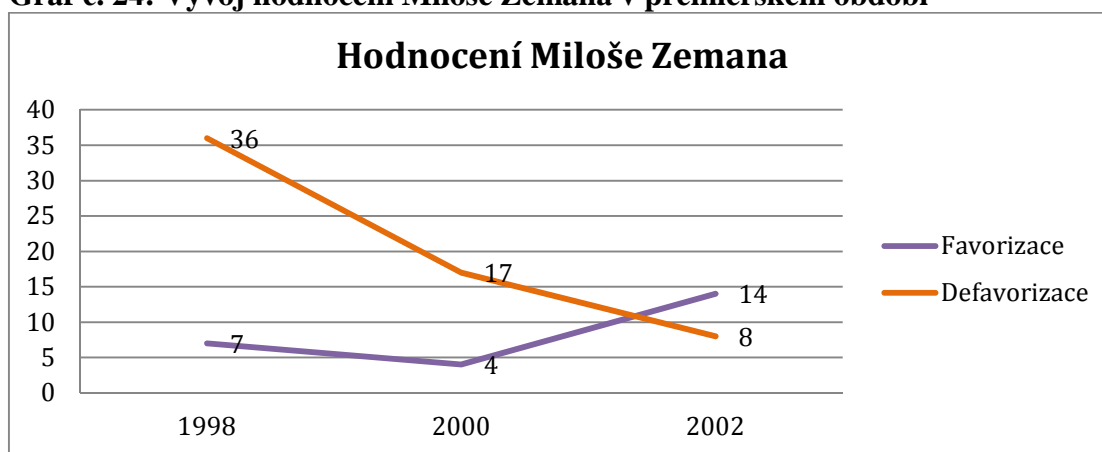
Zdroj: vlastní zpracování.

### Hodnocení Miloše Zemana

Po vyhodnocení analýzy bylo zjištěno, že média častěji zveřejňovala příspěvky, ve kterých byl Miloš Zeman kritizován než chválen. Premiér byl objektem kritiky celkem v 61 případech, zatímco hodnocen kladně byl 25krát. Nejvíce byl kritizován po nastoupení do úřadu předsedy vlády poté, co pronesl výrok, v němž vyjádřil nesouhlas s účastí Sudetoněmeckého landsmanšaftu v Diskusním fóru. V Německu v té době probíhala předvolební kampaň, v důsledku čehož řada německých politiků využila kritiku Zemana, aby se před volbami zviditelnila. Z německých politiků se premiéra veřejně zastal pouze Günter Verheugen a z českých řad Vladimír Špidla a Petra Buzková. V porovnání se začátkem funkčního období byl uprostřed období kritizován méně. Jeho kritika pramenila ze dvou důvodů. Tím prvním byl neúspěch sociální demokracie v senátních a komunálních volbách 2000, částečně si kritiku vysloužil i kvůli schůzce s předsedou komunistické strany Miroslavem Grebeníčkem. Někteří představitelé sociální demokracie požadovali Zemanovo odstoupení z vedení strany. Miloš Zeman si vyslechl kritiku především z úst Lubomíra Zaoralka, Petry Buzkové a Vlasty Bohdalové, naopak oporu našel například u Miroslava Grégra či Jana Kavana. Druhým důvodem Zemanovy kritiky byl spor, který vedl s prezidentem Václavem Havlem kvůli jmenování guvernéra ČNB. Prezident se

rozhodl jmenovat Zdeňka Tůmu, a to i přes nesouhlas předsedy vlády. V závěru Zemanova premiérského období se situace výrazně změnila. Média častěji zveřejňovala příspěvky, v nichž byl odcházející předseda vlády hodnocen kladně. Zeman se těšil slov uznání jak od svých stranických kolegů, tak i od politických oponentů například Václava Klause či Miroslava Grebeníčka. Zeman musel čelit kritice prezidenta Havla, který nesouhlasil s jeho výroky o odsunutých Němcích a podle Cyrila Svobody s Hanou Marvanovou částečně přispěl k poklesu zájmu občanů o vstup do EU.

**Graf č. 24: Vývoj hodnocení Miloše Zemana v premiérském období**



Zdroj: vlastní zpracování.

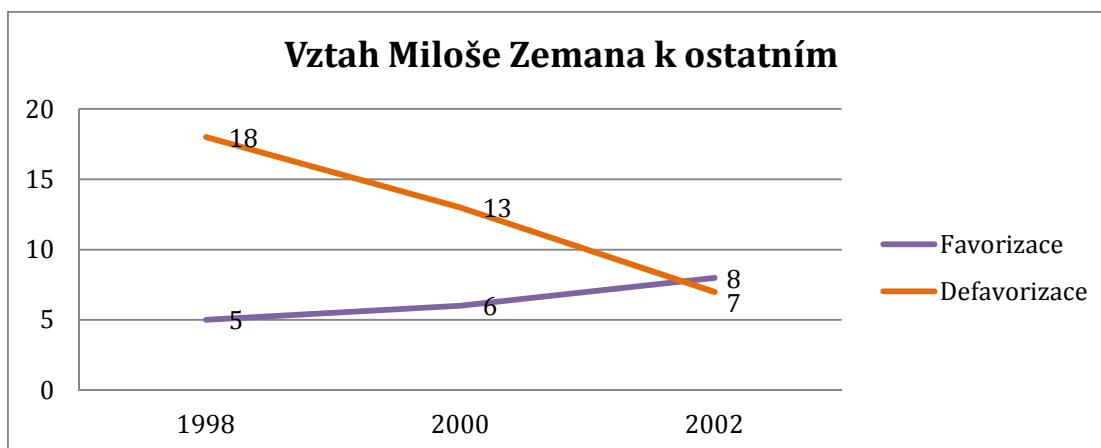
### Vztah Miloše Zemana k ostatním

Zatímco z předchozího grafu vyplývá, že Miloš Zeman byl poměrně často objektem hodnocení, pohledem na následující graf je zřejmé, že on sám byl ve vyjadřování vztahu k ostatním zdrženlivější. Jeho vztah k ostatním byl v médiích znázorněn převážně záporně. Kritický názor sdělil celkem v 38 případech, naopak kladně se vyjádřil 19krát. Nejvíce kritický byl Miloš Zeman po nástupu do funkce předsedy vlády, kdy média ustavičně zveřejňovala jeho výrok o účasti Sudetoněmeckého landsmanšaftu v Diskusním fóru. Uprostřed premiérského období se poměr mezi příspěvky, v nichž někoho chválil či kritizoval více vyrovnal. Kritiku si od premiéra vyslechl Václav Havel a Zdeněk Tůma, kterého prezident jmenoval přes Zemanův nesouhlas guvernérem ČNB. Naopak slova chvály si za dobrou spolupráci vysloužil bývalý guvernér Josef Tošovský. Miloš Zeman chválil i Otakara Motejla, a to nejen v době, kdy byl ve funkci ministra spravedlnosti, ale i po jeho zvolení ombudsmanem. Premiér Zeman také veřejně podporoval Vladimíra Špidlu jako kandidáta na předsedu strany. Změna Zemanova vztahu k ostatním nastala v závěru



sledovaného období, kdy odcházející předseda vlády vyjadřoval svůj vztah k ostatním nejméně často, a nejvíce kladně. Miloš Zeman se například zastal místopředsedy vlády Egona Lánského, kterému bylo vytýkáno, že je uveden v registru Státní bezpečnosti. Pochvalných slov a respektu se dočkal i jeho největší politický protivník Václav Klaus. Naopak Zemanově kritice musel čelit Jan Graubner, který se rozhodl celebrovat na Sudetoněmeckých dnech a z mezinárodní scény například Jásir Arafat.

**Graf č. 25: Vývoj vztahu Miloše Zemana k ostatním v premiérském období**

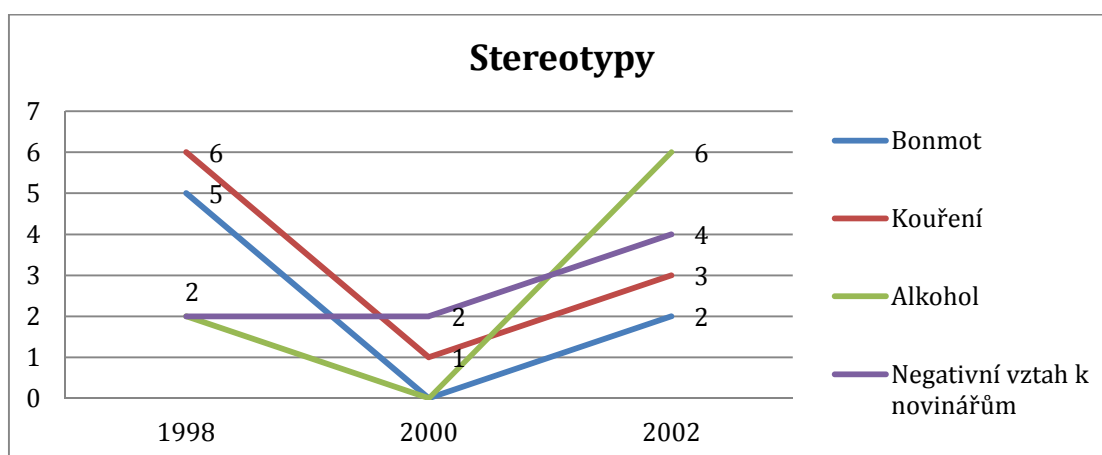


Zdroj: vlastní zpracování.

## Stereotypy

Ve sledovaném období média zveřejnila několik příspěvků, v nichž byly zmíněny stereotypy charakteristické pro osobu Miloše Zemana. O Zemanových stereotypech média nejčastěji informovala v době, kdy nastoupil do úřadu předsedy vlády a také v době, kdy z úřadu odcházel. V obou případech se stereotypy objevily v příspěvcích celkem patnáctkrát. Uprostřed funkčního období média o stereotypech téměř neinformovala, vyskytly se pouze ve třech příspěvcích. Zatímco na začátku funkčního období se stereotypy nacházely nejčastěji v článcích deníku Právo, na konci funkčního období o nich nejvíce informovala Mladá fronta DNES. V průběhu zkoumaného období uvedla obě televizní média stereotypy shodně ve třech reportážích. Po nástupu Miloše Zemana do premiérské funkce média nejčastěji zmiňovala Zemanovo kuřáctví a pověstné bonmoty, naopak při odchodu z postu předsedy vlády byla nejčastěji zdůrazňována premiérova konzumace alkoholických nápojů a negativní vztah k novinářům.

**Graf č. 26: Vývoj stereotypů v příspěvcích v premiérském období**



Zdroj: vlastní zpracování.

Nyní lze odpovědět na VO1: **Jak se vyvíjel mediální obraz Miloše Zemana ve vybraných médiích v době, kdy zastával funkci předsedy vlády?**

V daném období bylo analyzováno celkem 401 příspěvků. V průběhu období se počet příspěvků zveřejněných o Miloši Zemanovi snižoval. Rozdíl mezi počtem příspěvků na začátku a na konci premiérského období byl větší než 50 %. Lze konstatovat, že tištěná média informovala o Miloši Zemanovi častěji než televizní média. Z periodik publikoval nejvíce článků deník Právo a z televizních médií odvysílala nejvíce reportáží ČT1. Se snižujícím se počtem příspěvků informujících o Miloši Zemanovi se snižoval i počet příspěvků, v jejichž nadpisu byl premiér označen. Celkově vychází, že byl Miloš Zeman uveden v nadpisu přibližně každého třetího příspěvku zabývající se jeho osobou. Nejvíce se objevoval v nadpisech článků publikovaných deníkem Právo. Články informující o premiérovi byly nejčastěji umístěné na začátku periodik, za který považujeme první tři strany deníků. Zatímco po nástupu do úřadu předsedy vlády média nejčastěji informovala o novém premiérovi prostřednictvím krátkých článků, v polovině funkčního období převládaly nejčastěji středně dlouhé články. V závěru období se poměr mezi krátkými a středně dlouhými články vyrovnal. Dlouhých článků bylo během celého období nejméně. V průběhu období média zveřejňovala především neutrální příspěvky. Příspěvků s negativním vyzněním bylo přibližně dvakrát více než pozitivních příspěvků. Deník Právo publikoval nejvíce pozitivně vyznívajících článků, kdežto Mladá fronta DNES negativních článků. Televize Nova odvysílala více pozitivních a negativních reportáží než ČT1, která byla autorem především neutrálních příspěvků. Podle toho, jak se měnilo vyznění příspěvků o Miloši Zemanovi v průběhu funkčního období byla potvrzena teorie volebních cyklů. V médiích převažovaly příspěvky, v nichž byl Miloši Zemanovi poskytnut prostor,

aby vyjádřil svůj názor. Tento prostor se během období zmenšoval, neboť poměr mezi příspěvky obsahující přímou řeč Miloše Zemana a příspěvky, jež přímou řeč neobsahovaly, se vyrovnával. V médiích se častěji objevovaly příspěvky, ve kterých byl Miloš Zeman kritizován. Výjimkou byl konec premiérského období, kdy převažovaly příspěvky, v nichž byl předseda vlády hodnocen kladně. Miloš Zeman svůj vztah k ostatním vyjadřoval méně často a v médiích byl znázorněn převážně záporně. Nejvíce kladný byl v konečné fázi premiérského období. O Zemanových stereotypech média nejčastěji informovala v době, kdy nastoupil do úřadu a také v době, kdy z úřadu odcházel. Po zahájení úřadování bylo nejčastěji zmiňováno Zemanovo kuřáctví a bonmoty, naopak v závěru období bylo nejčastěji zdůrazňován alkohol a negativní vztah k novinářům.

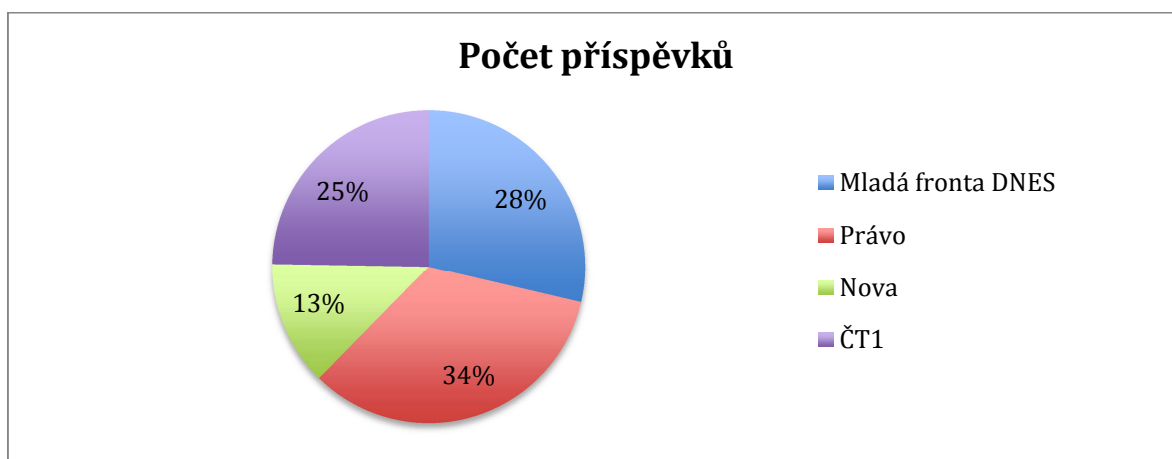
## **14. Miloš Zeman ve funkci prezidenta**

### **14.1 Začátek mandátu**

#### **Počet příspěvků**

Ve zkoumaném období média zveřejnila celkem 227 příspěvků obsahujících klíčový výraz „Miloš Zeman“. Po vyloučení příspěvků, ve kterých byl nový prezident zmíněn pouze v jedné větě, zůstalo 178 příspěvků, jež byly obsahem analýzy. Z grafu níže je patrné, že tištěná média informovala o Miloši Zemanovi častěji než televizní média. Dohromady bylo v periodikách publikováno 62 % všech příspěvků, které zahrnovaly 111 článků. Televizní média zveřejnila 67 reportáží tvořících zbylých 38 % příspěvků. Nejvíce o novém prezidentovi informoval deník Právo, jež publikoval 60 článků představujících 34 % celkového počtu. Druhé sledované periodikum zveřejnilo 51 tištěných příspěvků, které představovaly 28 % všech příspěvků. Z televizních médií se Miloš Zeman objevil častěji na ČT1, jež odvysílala 44 reportáží tvořících 25 % příspěvků. Nejméně o novém prezidentovi informovala televize Nova, jež zveřejnila 23 reportáží podílejících se 13 % na celkovém počtu.

**Graf č. 27: Počet příspěvků – prezident začátek mandátu**

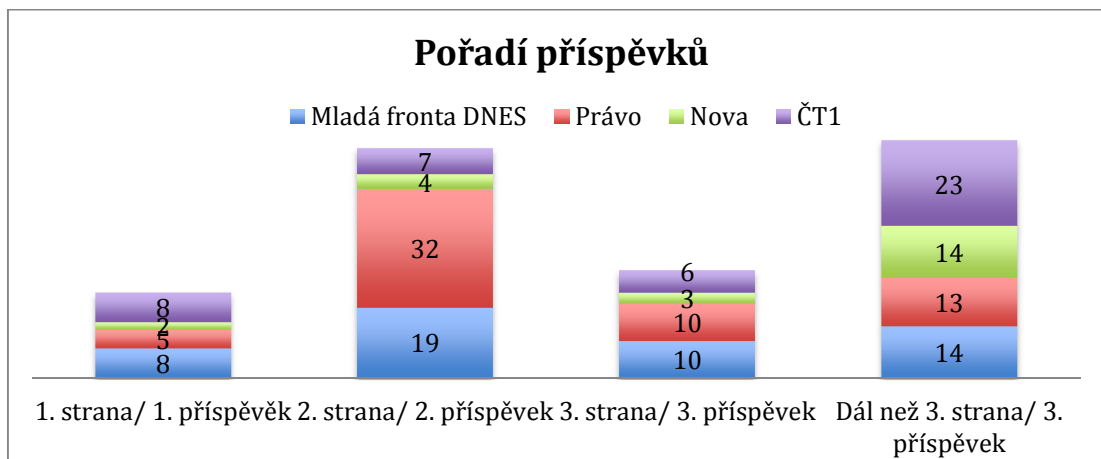


Zdroj: vlastní zpracování.

### Pořadí příspěvků

Na rozdíl od období kdy byl Miloš Zeman premiérem, lze v prezidentském období analyzovat pořadí příspěvků nejen v případě tištěných médií, ale i u televizních médií. Obě sledovaná periodika publikovala většinu článků o Miloši Zemanovi na jedné z prvních tří stran, na nichž uveřejnila 76 % příspěvků. Příspěvky o novém prezidentovi byly nejčastěji umístěné na druhé straně periodik, na které deník Právo publikoval 32 článků a Mladá fronta DNES 19 článků. Druhým nejčastějším umístěním příspěvků byla třetí strana, na níž bylo otisknuto v každém periodiku 10 článků. Na titulní straně se o Miloši Zemanovi psalo nejčastěji v Mladé frontě DNES, jež zveřejnila 8 příspěvků, deník Právo jich publikoval 5. Televizní reportáže informující o Miloši Zemanovi, které byly odvysílány mezi prvními třemi tvořily 45 %. Televizní média informovala o prezidentovi v 10 úvodních reportážích, ze kterých ČT1 odvysílala 8 reportáží a televize Nova 2. V pořadí druhé reportáží se Miloš Zeman objevil v 11 televizních příspěvcích, konkrétně 7krát na ČT1 a 4krát na Nově. Do třetí reportáže zařadila média Miloše Zemana v 9 případech, z nichž 6 zveřejnila ČT1 a 3 Nova. Většina reportáží informujících o Miloši Zemanovi byla odvysílána v pozdějším než třetím televizním příspěvku.

**Graf č. 28: Pořadí příspěvků – prezident začátek mandátu**

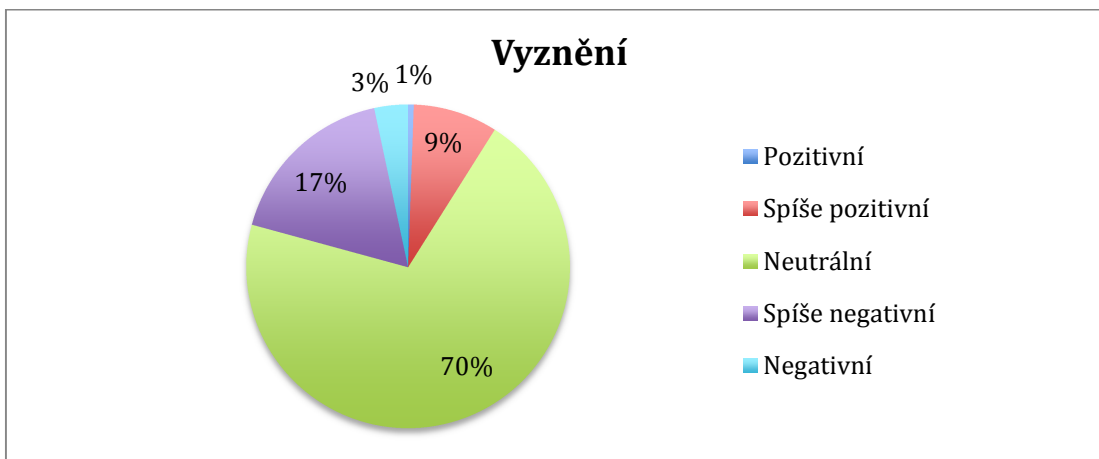


Zdroj: vlastní zpracování.

### Vyznění

Vybraná média informovala o Miloši Zemanovi nejčastěji neutrálně. Počet 125 neutrálně vyznívajících příspěvků představoval 70 % celkového počtu. Nejvíce neutrálních příspěvků zveřejnil deník Právo a ČT1, obě média uveřejnila 39 příspěvků. Mladá fronta DNES publikovala 32 neutrálních článků a televize Nova odvysílala 15 reportáží. Mezi příspěvky s určitou konotací převažovaly spíše negativní příspěvky tvořící 17 % celkového počtu. Média informovala o Miloši Zemanovi ve 31 spíše negativních příspěvcích, z nichž nejvíce jich bylo zveřejněno Mladou frontou DNES, která publikovala 12 článků, deník Právo otisknul 9 článků. Obě televizní média odvysílala shodně 5 spíše negativních reportáží. Naproti tomu média zveřejnila 15 příspěvků vyvolávajících spíše pozitivní vyznění zahrnující 9 % všech příspěvků. Autorem největšího počtu spíše pozitivních příspěvků byl deník Právo, který publikoval 11 článků. Druhé tištěné médium společně s televizí Nova zveřejnily shodně 2 spíše pozitivní příspěvky. Nejméně média zveřejňovala příspěvky se silným vyzněním, tedy s pozitivní a negativní konotací. Příspěvky s negativním vyzněním představovaly 3 % celkového počtu. V médiích se objevilo 6 negativních příspěvků, z nichž nejvíce jich publikovala Mladá fronta DNES, jež otiskla 4 negativní články. Jeden negativní příspěvek uveřejnil i deník Právo a televize Nova. V daném období se v médiích objevil pouze jeden pozitivní příspěvek, jehož autorem byla Mladá fronta DNES.

**Graf č. 29: Vyznění příspěvků – prezident začátek mandátu**

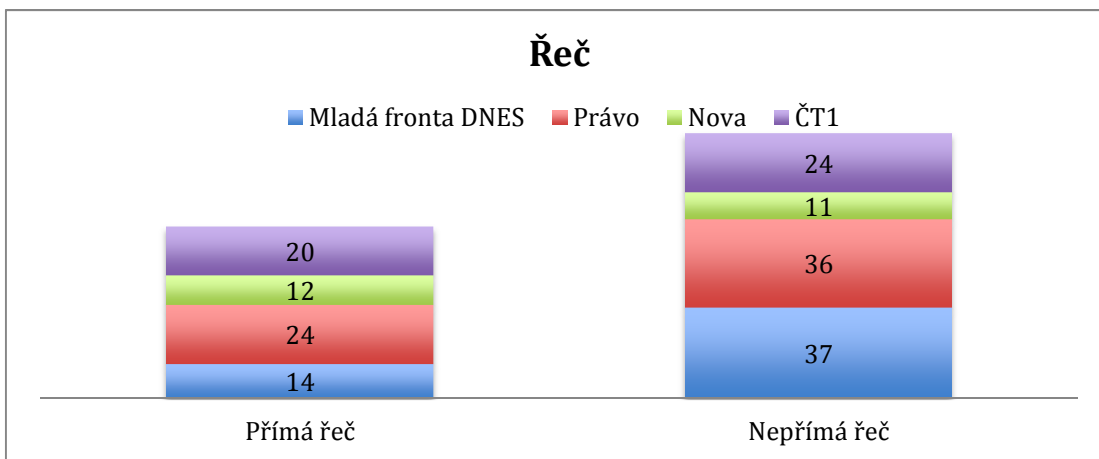


Zdroj: vlastní zpracování.

## Řeč

Ve většině příspěvků informujících o novém prezidentovi nedostal Miloš Zeman prostor vyjádřit svůj názor. Ve 108 příspěvcích představujících 61 % celkového počtu nebyla uvedena jeho přímá řeč. Nejvíc příspěvků bez citace Zemanových výroků zveřejnila Mladá fronta DNES, která publikovala 37 článků a deník Právo, jež publikoval o jeden článek méně. Z televizních médií nezprostředkovala přímé vyjádření Miloše Zemana ČT1 v 24 reportážích a televize Nova v 11 reportážích. Ve zbylých 39 % příspěvků, zastoupených 70 příspěvků, byla uvedena přímá řeč Miloše Zemana. Největší prostor poskytl novému prezidentovi deník Právo, který citoval Zemanovy výroky v 24 článcích. Druhé periodikum zveřejnilo Zemanovu přímou řeč ve 14 článcích. Z televizních médií zprostředkovala nejčastěji Zemanovo vyjádření ČT1, která jej odvysílala v 20 reportážích. Nejméně prostoru dostal Miloš Zeman v televizi Nova, která jeho přímé vystoupení zveřejnila ve 12 televizních příspěvcích.

**Graf č. 30: Přímá řeč v příspěvcích – prezident začátek mandátu**



Zdroj: vlastní zpracování.

## Hodnocení Miloše Zemana a vztah Miloše Zemana k ostatním

Z následujícího grafu je zřejmé, že Miloš Zeman po nástupu do prezidentského úřadu byl přibližně stejně často objektem hodnocení jako sám sděloval názory o ostatních. Zatímco nový prezident častěji vyjadřoval kladný vztah k ostatním, sám musel čelit spíše kritice. Hodnocen kladně byl ve 20 případech a kritizován v 24 případech. První kritika nastala vzápětí po inauguračním projevu, kvůli kterému přibližně 90 známých osobností sepsalo petici. Vadilo jim, že prezident nepřímo zaútočil na svobodu projevu, když oznámil, že bude bojovat proti mafiím, neonacistům a části médií. Po nástupu do funkce prezidenta se Miloš Zeman rozhodl vyvěsit vlajku EU na Pražském hradě a podepsat dodatek Lisabonské smlouvy, čímž vyvolal rozporuplné reakce. Největší kritiku sklidil od Klausova bývalého vicekancléře Petra Hájka, který ho přirovnal k Emilu Háchovi: „*Hácha byl jistě složitá postava, v každém případě však také kolaborant. Ani jeho následovník, Staatspräsident Miloš Zeman, není jednoduchá osobnost. V každém případě se však navždy zapíše do českých dějin mezi dlouhou řadu kolaborantů.*“<sup>84</sup> Naopak z pohledu EU byl tento krok vnímám pozitivně, mluvčí Evropské komise Olivier Bailly prohlásil: „*Rozhodnutí prezidenta Zemana vyvěsit vlajku nad Pražským hradem je vysoce důležité a velmi symbolické. Evropa potřebuje takové symboly. Je to vítaná změna pozice českého prezidenta k evropskému projektu.*“<sup>85</sup> Největší kritice musel nový prezident čelit poté, co odmítl jmenovat Martina Putnu profesorem. Tímto rozhodnutím proti sobě obrátil politiky, akademiky i studenty. Spoluautor vysokoškolského zákona Daniel Kroupa uvedl: „*Tenkrát by mě ani ve snu nenapadlo, že si z toho někdo udělá příležitost k mentorování. V okamžiku, kdy prezident takto zneužil svou moc, je potřeba mu tuto pravomoc odejmout.*“<sup>86</sup> Naopak kladně byl hodnocen Zemanův návrh na ústavní soudce: „*Skvělá volba. Prezident měl rozhodně šťastnou ruku, jak erudované lidi navrhl.*“ řekl Jan Kudrna, odborník na ústavní právo z Univerzity Karlovy v Praze.<sup>87</sup> Dále Miloš Zeman obdržel pozitivní ohlasy na sjezdu SPOZ. Nově zvolený předseda Zdeněk Štengl přirovnal Zemana k Ježíši a zemanovce k apoštolům, kteří nesou dál prezidentovy myšlenky: „*Nesmí být pochyb o tom, že základem programu SPOZ jsou myšlenky Miloše Zemana. Také jsme pouhými apoštolý, kteří myšlenky našeho prezidenta ponесou dál.*“<sup>88</sup> Druhý sloupec grafu značí Zemanův vztah k ostatním. Z grafu je zřejmé, že se prezident vyjádřil kladně ve

<sup>84</sup> Hájek: Zeman kolaboruje jako Hácha, Mladá fronta DNES, 3. 4. 2013.

<sup>85</sup> Dvanáct hvězd nad Prahou, dál odolává britská královna, Mladá fronta DNES, 3. 4. 2013.

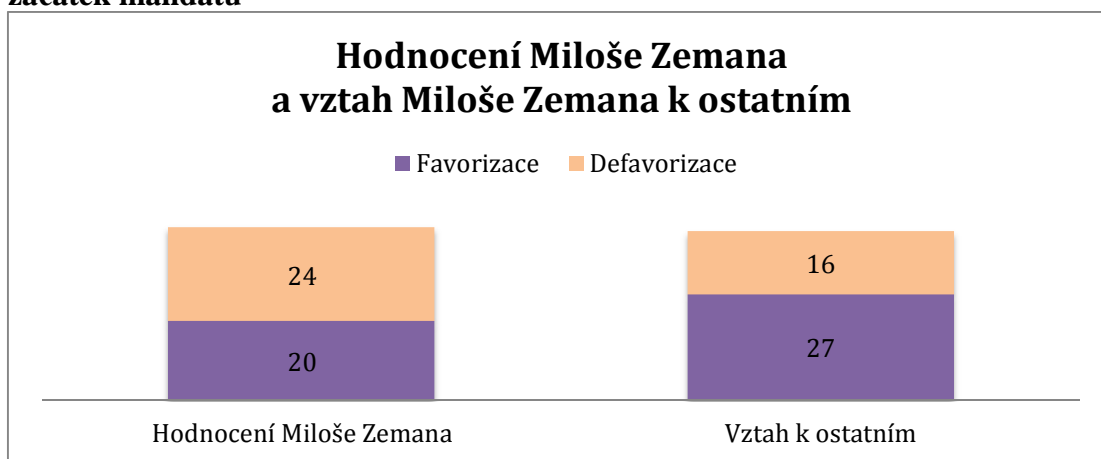
<sup>86</sup> Putna se bránil sprostotě, Mladá fronta DNES, 22. 5. 2013.

<sup>87</sup> Právníci a soudci se shodli: Je to pestrý skvělý výběr, Právo, 27. 3. 2013.

<sup>88</sup> Zemanovým „apoštolům“ šéfuje Štengl, Právo, 25. 3. 2013.

27 případech, zatímco v 16 případech sdělil kritiku. Pozitivně se Miloš Zeman vyjádřil o Vlastimilovi Pickovi, kterého jmenoval do úřadu ministra obrany: „Vážím si ho jako odborníka, který dobře zná problémy svého resortu. My všichni víme, že ministry v minulých vládách, ať byly pravicové nebo levicové, nebylo vždy možné označit za profesionály.“<sup>89</sup> Kromě již zmíněných návrhů ústavních soudců, Zeman velmi usiloval, aby velvyslankyní na Slovensku byla Livia Klausová a Vladimír Remek velvyslancem v Rusku. Jak již bylo zmíněno, nejčastěji se Miloš Zeman negativně vyjádřil o Martinu Putnovi, jehož nechtěl jmenovat profesorem: „Znovu zdůrazním, že si této osoby, na základě důkazů, které jsem panu ministrovi předložil, absolutně nevážím.“<sup>90</sup>

**Graf č. 31: Hodnocení Miloše Zemana a vztah Miloše Zemana k ostatním – prezident začátek mandátu**



Zdroj: vlastní zpracování.

## Stereotypy

Po nastoupení do úřadu prezidenta byl Miloš Zeman nejčastěji zobrazován v souvislosti s konzumací alkoholických nápojů, o čemž média informovala v 10 příspěvcích. Sám prezident v reportáži televize Nova uvedl, že: „No, a potom se říká, že je dobré si ty ledviny prolévat. Na becherovku jsem nezanevřel, ale přešel jsem na slivovici. No, a tak piju slivovici, protože ta tak sladká není.“<sup>91</sup> Na počtu příspěvků informujících o konzumaci alkoholu se významně podílelo i slavnostní vyzvednutí korunovačních klenotů, na kterém měl prezident údajně virózu. Druhým nejčastějším stereotypem byl Zemanův negativní vztah k novinářům, který byl zmíněn 4krát. Miloš Zeman řekl, že bude využívat nabídek veřejných sdělovacích prostředků, jejichž

<sup>89</sup> Zeman: s Pickem přišel na obranu odborník, Právo, 20. 3. 2013.

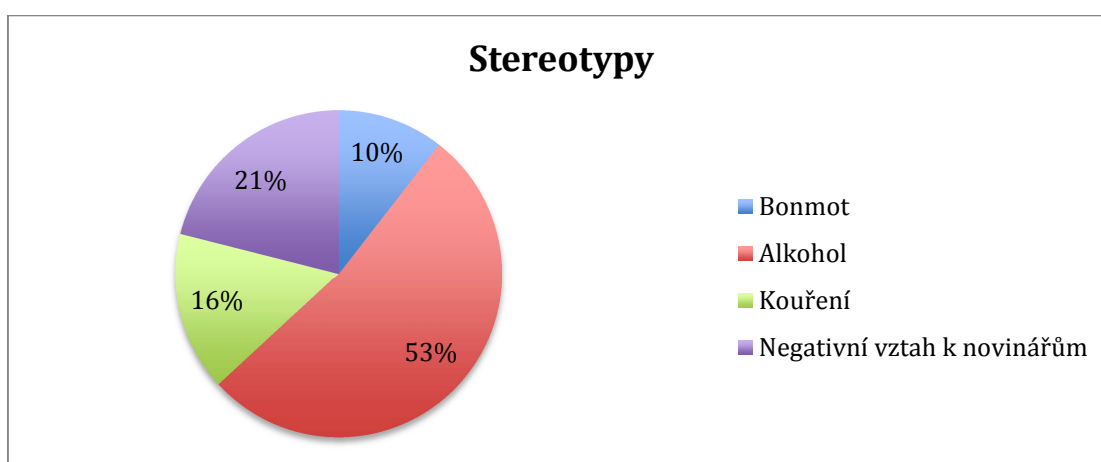
<sup>90</sup> Případ Putna mění pravomoci. Události. TV, ČT1, 22. 5. 2013.

<sup>91</sup> Miloš Zeman má nového ochránce. Televizní noviny. TV, Nova 22. 4. 2013.



prostřednictvím bude skládat občanům účty, ale Mladé frontě DNES ani Lidovým novinám tyto rozhovory neposkytne. Jako kuřák byl Miloš Zeman zobrazen ve 3 příspěvcích, na zasedání vlády mu však kouření povoleno nebylo, jelikož premiér Petr Nečas mu sdělil, že: „popelníček k dispozici nebude.“ Miloši Zemanovi to ale příliš nevadilo: „Ano, že tato místnost je jediná kuřárna ve Strakově akademii. Ale odpověděl jsem panu premiérovi, že moje vlastní vláda mě po celé 4 roky rovněž zakázala kouřit na zasedání vlády, takže v tomto rozdíl mezi levicí a pravicí neexistuje.“<sup>92</sup> Nejméně často byl prezident zobrazován jako bonmotista, v médiích se tak objevil pouze 2krát.

**Graf č. 32: Stereotypy v příspěvcích – prezident začátek mandátu**



Zdroj: vlastní zpracování.

### Téma

Základní kategorie vymezené v období, v němž Miloš Zeman vykonával funkci předsedy vlády, zůstaly zachovány i v období, ve kterém Miloš Zeman zastává funkci prezidenta, skládají se z domácí politiky, zahraniční politiky, ekonomiky a soukromého života Miloše Zemana. Po přečtení příspěvků byly jednotlivé kategorie následně rozděleny na dvě podkategorie, jež se v médiích objevovaly nejčastěji.

#### Domácí politika

- Jmenování profesorů (13)
- Viróza (7)

#### Zahraniční politika

- Jmenování velvyslanců (17)

<sup>92</sup> Miloš Zeman poprvé hostem ve Strakově akademii. Televizní noviny. TV, Nova. 20. 3. 2013.

- Vyvěšení vlajky EU a podpis eurovalu (12)

#### Ekonomika

- Mostecká uhelná (8)
- Transparentní účet (3)

V kategorii domácí politika informovala média o Miloši Zemanovi nejčastěji kvůli jeho odmítavému postoji jmenovat Martina Putnu profesorem. Přestože své rozhodnutí veřejně nezdůvodnil, v médiích se diskutovalo o tom, že prezidentovi vadil Putnův transparent na pochodu Prgaue Pride v roce 2011, na němž stálo „Katolické buzny zdraví Bátoru“. Druhým důvodem, který média často uváděla byla Putnova podpora Karla Schwarzenberga v prezidentských volbách. Prezidentovo rozhodnutí zvedlo vlnu odporu jak z řad politiků, tak i akademiků a studentů, například Jiří Pospíšil uvedl, že: *„O jmenování profesorem rozhodují akademici, tento proces proběhl řádně a prezident ho měl jen stvrdit a dodat tomuto rozhodnutí ceremoniální důstojnosti. Tuto důstojnost ale Zeman pošlapal a celému školství jasně vzkázal, že nebude trpět, aby někdo nahlas říkal názory, které jsou mu nepohodlné.“*<sup>93</sup> Někteří akademici pak uvažovali, že se nezúčastní ceremoniálu. Po několika dnech tlaku, prezident nakonec navrhl kompromis. Podepsal profesuru Martina Putny, ale předání jmenovacího titulu přenechal na ministru školství Petru Fialovi. Zároveň se Miloš Zeman rozhodl vzdát pravomoci jmenovat profesory a požádal ministra školství o předložení novely vysokoškolského zákona. Druhým nejčastějším tématem domácí politiky byl slavnostní ceremoniál otevírání pokladnice s korunovačními klenoty, při kterém prezident vyvolal pochybnosti, zda nebyl pod vlivem alkoholu po předchozí oslavě Dne vítězství na ruské ambasádě. Miloš Zeman měl při ceremoniálu nejistou chůzi, několikrát zavrával a musel se opřít o stěnu. Hrad jeho vystoupení zdůvodnil silnou virózou. Sám prezident okomentoval událost slovy: *„Pokud jde o moje zdraví, děkuji za optání. Ještě v pátek jsem měl 39,2 ale bohužel nikoli promile, ale Celsia. Ale od té doby se to podstatně zlepšilo.“*<sup>94</sup> Nejen v České republice, ale i v zahraničí vzbudil svým výstupem pozornost médií. Slovenský deník Sme napsal: *„Pokud někdo vypadá jako opilec, potácí se jako opilec a je prezidentem, tak je to s největší pravděpodobností Miloš Zeman.“*<sup>95</sup> Miroslav Kalousek si neodpustil bonmot, který bývá spíše prezidentovou

---

<sup>93</sup> Kalousek: Zeman opovrhne svobodami, Právo, 22. 5. 2013.

<sup>94</sup> Prezident už je zdrav jako rybička. Televizní noviny. TV, Nova 13. 5. 2013.

<sup>95</sup> Korunovační klenoty už jsou zpět v trezoru. Televizní noviny. TV, Nova 20. 5. 2013.

doménou a poznamenal: „*Chybělo málo a ke korunovačním klenotům, koruně, žezlu a jablku, přibyla ještě šavle.*“<sup>96</sup>

V oblasti zahraniční politiky informovala média nejčastěji o sporu mezi prezidentem Milošem Zemanem a ministrem zahraničí Karlem Schwarzenbergem ohledně jmenování nových velvyslanců. Miloš Zeman chtěl, aby velvyslankyní na Slovensku byla bývalá první dáma Livia Klausová, problémem ale bylo, že na post velvyslance byl již schválený Jaromír Plíšek. Ani jeden z politických představitelů nechtěl ustoupit. Miloš Zeman prohlásil: „*Věřím, že tyto spory budou brzy ukončeny. Ústava říká, že velvyslance jmenuje prezident s kontrasignací premiéra. Bud' se dohodnu s ministrem zahraničí, anebo se dohodnu s panem premiérem.*“<sup>97</sup> Schwarzenberg premiérovi vzkázal, že jestli schválí Livii Klausovou ambasadorkou, TOP09 opustí vládu. Premiér Petr Nečas se tak ocitl ve složité pozici a trval na zaběhnutých ústavních postupech, podle kterých velvyslance navrhuje ministr zahraničí, schvaluje vláda a jmenuje prezident s kontrasignací premiéra. Druhým nejčastějším tématem v oblasti zahraniční politiky byla návštěva předsedy Evropské komise Josého Manuela Barrosoy, která měla dva důvody. Tím prvním bylo vyvěšení vlajky EU na Pražském hradě, druhým důvodem bylo podepsání dodatku Lisabonské smlouvy zvaného euroval, umožňující vznik Evropského záchranného fondu. Jeho předchůdce Václav Klaus vyvěšení unijní vlajky i podpis eurovalu odmítl. Zemanovy kroky proto byly vnímány jako symbol konce euroskepticismu na Pražském hradě. Vzhledem k tomu, že je role prezidenta formální a rozhodující pravomoc je v rukou vlády, šlo pouze o symbolické gesto, které ale bylo zásadní a měnilo pohled zahraničí na Českou republiku.

V kategorii ekonomika média nejčastěji informovala o divoké privatizaci Mostecké uhelné. Bývalí manažeři Mostecké uhelné byli vyšetřováni v České republice a současně stanuli před soudem ve Švýcarsku. Kvůli kauze z konce 90. let byl vyslýchán i prezident Zeman, který byl v době privatizace premiérem. Česká policie může případ vyšetřovat pouze za předpokladu, že se jednalo o privatizaci. Miloš Zeman ale tvrdil, že doprodej státního balíku nebyla privatizace, nýbrž odprodej menšinového podílu. Dodal, že prodejem státního balíku v dolech nevznikla státu škoda. Škoda podle něj vznikla už dříve, v době vlády Josefa Tošovského. Druhým tématem z oblasti ekonomiky, o němž média nejčastěji informovala, byl transparentní účet Miloše Zemana zřízený pro prezidentské volby. Miloš Zeman byl kritizován z důvodu používání účtu i v době, kdy už měl být uzavřen. Podle zákona musí Senát dostat uzavřené účetnictví do 60 dnů od voleb a

---

<sup>96</sup> *Korunovační klenoty už jsou zpět v trezoru.* Televizní noviny. TV, Nova 20. 5. 2013.

<sup>97</sup> *Zeman přitlačil Schwarzenberga. Nečas ministra podpořil i potupil,* Právo, 24. 4. 2013.

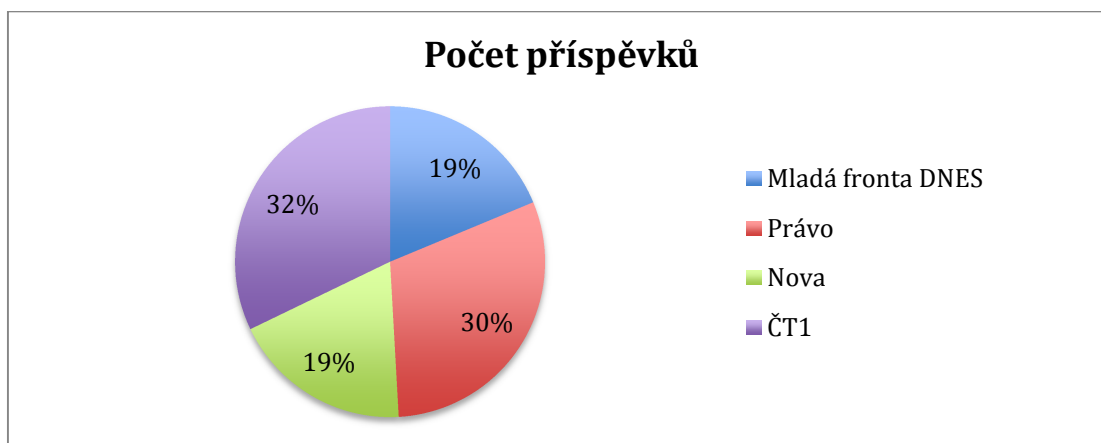
přebytek peněz má být věnován na charitu. Navíc v Zemanově účetnictví byli nedostatečně identifikováni někteří sponzoři, čímž vzbudil podezření, že jeho kampaň financovala i Strana práv občanů. Prezident si ale nemusel dělat těžkou hlavu, jelikož zákon neuděluje žádný trest.

## 14.2 Prostředek mandátu

### Počet příspěvků

Ve zvoleném období se ve vybraných médiích objevilo celkem 154 příspěvků obsahujících klíčový výraz „Miloš Zeman“. Po vyřazení příspěvků obsahujících zmínku o Miloši Zemanovi pouze v jedné větě, zůstalo 112 relevantních příspěvků. Na rozdíl od předchozích období, v nichž více příspěvků zveřejňovala tištěná média, v tomto období převažovala média televizní. Nejvíce příspěvků o Miloši Zemanovi zveřejnila ČT1, která odvysílala 36 reportáží tvořících 32 % všech příspěvků. Druhým médiem nejčastěji informujícím o Miloši Zemanovi byl deník Právo, jež publikoval 34 článků zahrnujících podíl 30 %. Mladá fronta DNES a televize Nova zveřejnily shodně 21 příspěvků, které představovaly 19 % celkového počtu.

**Graf č. 33: Počet příspěvků – prezident prostředek mandátu**



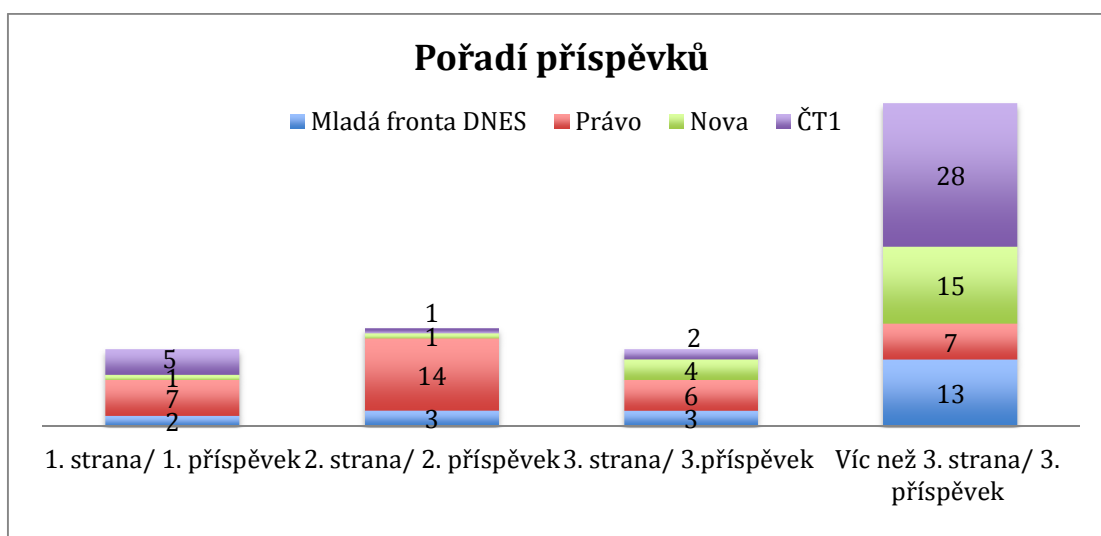
Zdroj: vlastní zpracování.

### Pořadí příspěvků

Po vyhodnocení analýzy byl zjištěn zásadní rozdíl v umístění příspěvků mezi jednotlivými tištěnými médii. Zatímco deník Právo publikoval na prvních třech stranách 27 článků, které tvořily 79 % všech článků Práva, Mladá fronta DNES zveřejnila na prvních třech stranách 8 článků představujících podíl 38 % všech jejích článků. Lze tedy

konstatovat, že v daném období publikoval deník Právo většinu článků o Miloši Zemanovi na prvních třech stranách, kdežto Mladá fronta Dnes uveřejnila většinu článků o prezidentovi dál než na třetí straně. Televizní média zveřejnila 14 reportáží, které byly odvysílány mezi prvními třemi v pořadí, ty tvořily 25 % všech televizních příspěvků. Z toho vyplývá, že většina reportáží informujících o Miloši Zemanovi byla odvysílána až v pozdějším než třetím příspěvku.

**Graf č. 34: Pořadí příspěvků – prezident prostředek mandátu**



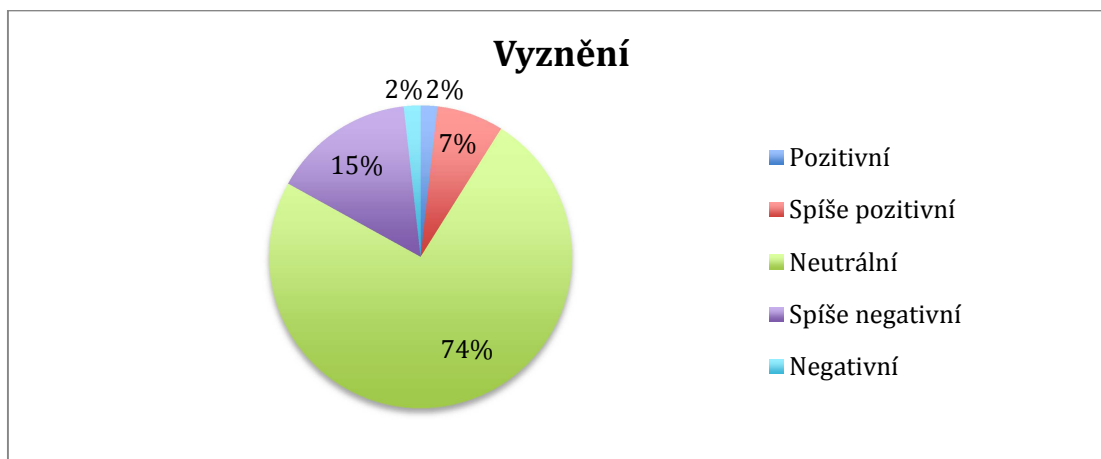
Zdroj: vlastní zpracování.

## Vyznění

Stejně jako v předchozích obdobích i v tomto období informovala vybraná média o Miloši Zemanovi nejčastěji neutrálně. Počet 83 neutrálně vyznívajících příspěvků představoval 74 % celkového počtu. Nejvíce neutrálních příspěvků zveřejnila ČT1, která odvysílala 32 reportáží. Druhým médiem nejčastěji informujícím o prezidentovi neutrálně byl deník Právo, jež publikoval 24 článků. Televize Nova odvysílala 16 neutrálních reportáží a nejméně příspěvků uveřejnila Mladá fronta DNES publikující 11 článků. Mezi příspěvky s určitou konotací převažovaly spíše negativní příspěvky tvořící podíl 15 %. Média zveřejnila 17 spíše negativních příspěvků, na nichž se nejvíce podílel deník Právo publikující 7 článků a o jeden článek méně otiskla Mladá fronta DNES. Televizní média odvysílala o prezidentovi shodně 2 spíše negativní reportáže. Naopak příspěvků se spíše pozitivní konotací se v médiích objevilo 8, zahrnovaly 7 % celkového počtu. Deník Právo a televize Nova zveřejnily shodně 3 spíše pozitivní příspěvky a Mladá fronta DNES s ČT1 uveřejnily po 1 příspěvku. Nejméně média zveřejňovala příspěvky se silným vyzněním,

tedy pozitivní a negativní příspěvky. V daném období se v médiích vyskytly 2 pozitivní a 2 negativní příspěvky. Autorem pozitivních příspěvků byla Mladá fronta DNES a negativní příspěvky uveřejnila Mladá fronta DNES společně s ČT1.

**Graf č. 35: Vyznění příspěvků – prezident prostředek mandátu**

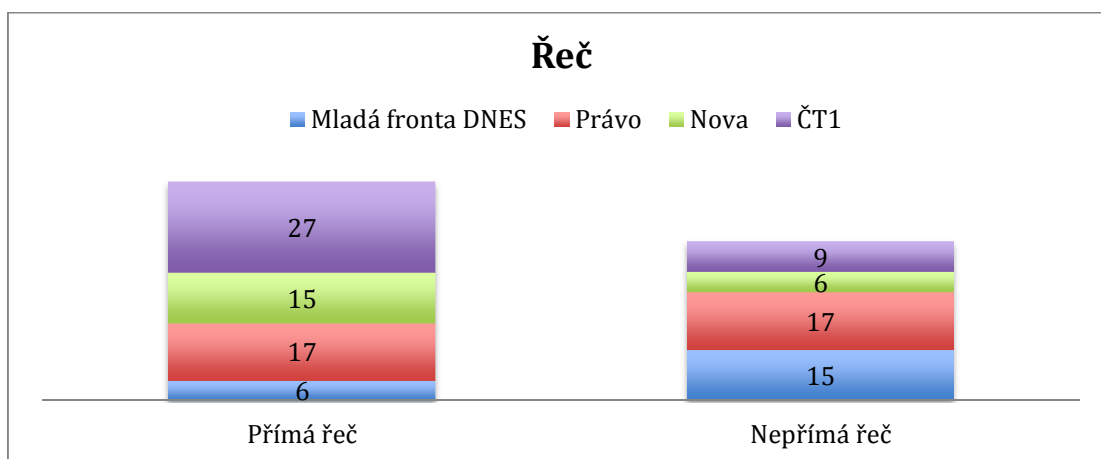


Zdroj: vlastní zpracování.

## Řeč

Na rozdíl od předchozího období v tomto období dostal Miloš Zeman prostor ve většině zveřejněných příspěvků sdělit svůj názor. V 67 příspěvcích zahrnujících 58 % celkového počtu byla uvedena prezidentova přímá řeč. Výroky Miloše Zemana byly nejčastěji zprostředkovány televizními médii. Obě televizní stanice odvysílaly přibližně třikrát více reportáží, v nichž Miloš Zeman přímo vystoupil než reportáží, ve kterých se Miloš Zeman nevyjádřil. Největší prostor věnovala Miloši Zemanovi ČT1, která s prezidentem odvysílala 27 reportáží, televize Nova odvysílala 15 reportáží. Deník Právo citoval prezidenta Zemana přesně v polovině článků, tedy v 17 tištěných příspěvcích. Nejméně prostoru Miloši Zemanovi poskytla Mladá fronta DNES, jež uvedla jeho přímou řeč přibližně ve čtvrtině článků, konkrétně v 6.

**Graf č. 36: Přímá řeč v příspěvcích – prezident prostředek mandátu**



Zdroj: vlastní zpracování.

### **Hodnocení Miloše Zemana a vztah Miloše Zemana k ostatním**

Z následujícího grafu je zřejmé, že se Miloš Zeman stal častěji objektem hodnocení než sám vyjadřoval své názory o ostatních. Současně je z grafu patrné, že byl prezident častěji kritizován než chválen. Ve zkoumaném období byl Miloš Zeman objektem hodnocení nejčastěji ze tří hlavních důvodů. Tím prvním byl prezidentův příklon k Rusku, za který byl kritizován například Miroslavem Kalouskem na sněmu TOP09: „*V našem případě platí jednoznačná úměra – čím méně EU, tím více Moskvy. Čím více Moskvy, tím více Zemanů a Babišů. A čím více Zemanů a Babišů, tím méně opravdové demokracie.*“<sup>98</sup> Na Zemanovu orientaci směrem nejen k Rusku, ale také k Číně se pokusila upozornit i skupina přezdívaná Ztohoven, která na Pražském hradě vyvěsila místo standarty červené trenýrky. Jeden z představitelů skupiny uvedl: „*Miloš Zeman se v případech, kdy zastupuje Českou republiku, kamarádí s diktátory, přibližuje zemi putinovskému Rusku, nemá problém legitimizovat čínskou vládu tím, že se účastní jejich monstrózních vojenských přehlídek.*“<sup>99</sup> Otázka zahraničních vztahů České republiky s Ruskem se znovu otevřela na summitu OSN, který poskytl prostor pro spekulaci, zda se Zeman sejde se svým ruským protějškem Putinem. Řada politiků však případné setkání obhajovala, například Milan Chovanec prohlásil: „*Pokud pan prezident se chce potkat s panem Putinem a budou řešit věci ve prospěch Evropy, jako je například syrský konflikt a další otázky, které nás tíží, tak ta schůzka bude ke prospěchu věci.*“<sup>100</sup> Na zmíněném summitu OSN měl prezident Zeman projev, který byl také mnohými hodnocen. Zatímco Miroslav Kalousek projev kritizoval:

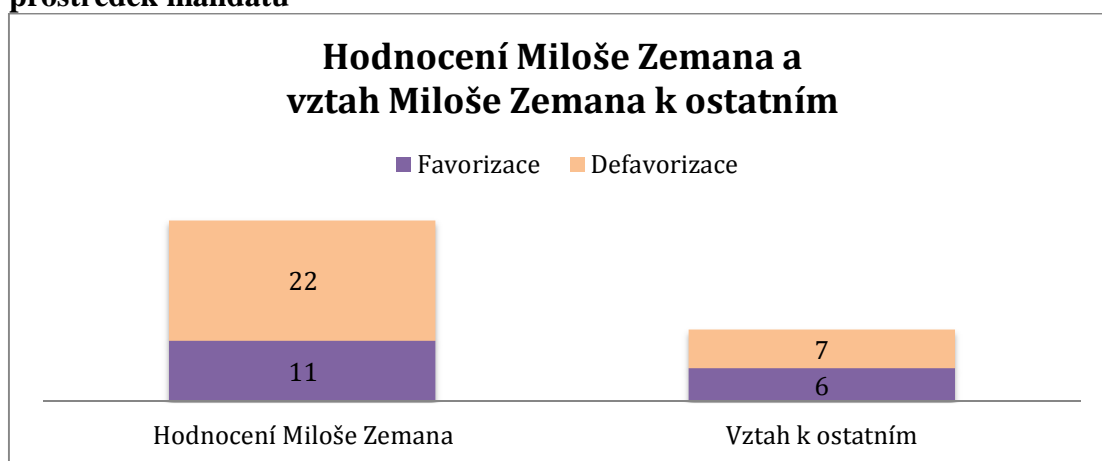
<sup>98</sup> Schwarzenberg předal žezlo Kalouskovi, Právo, 30. 11. 2015.

<sup>99</sup> Trenky? Jen začátek, Mladá fronta DNES, 21. 9. 2015.

<sup>100</sup> Prezident Zeman se v USA opět setká s Putinem? Televizní noviny. TV, Nova, 28. 9. 2015.

„Vystoupení pana prezidenta se velmi blíží ruským zahraničně politickým zájmům. Ono totiž není jenom Islámský stát, byť je to samozřejmě velká hrozba, ale také je Ukrajina a na tu pan prezident úplně zapomíná.“<sup>101</sup> Místopředseda KDU-ČSL Jiří Mihola řekl, že byl věcný a potřebný. Největší kritice však musel prezident čelit po vystoupení společně s šéfem Bloku proti islámu Martinem Konvičkou na Albertově 17. listopadu. Příkladem mohou být slova ministra pro lidská práva, rovné příležitosti a legislativu Jiřího Dienstbiera, jenž uvedl, že: „Pokud hlava státu v úřadu, který má tradičně velmi vysokou autoritu v české společnosti, vystupuje po boku extremistů, tak vlastně z té jejich činnosti dělá něco normálního, něco, co se může.“<sup>102</sup> Na druhé straně Miloš Zeman se směrem k ostatním příliš nevyjadřoval. Kladně hodnotil například herečku Jitku Frantovou–Pelikánovou, vdovu po významném politikovi Jiřím Pelikánovi, které udělil státní vyznamenání. Na slavnostní ceremoniál, na němž předával státní vyznamenání prezident odmítl pozvat dva rektory Mikuláše Beka a Libora Grubhoffera. Na protest proti tomuto rozhodnutí většina rektorů vysokých škol odmítla účast na slavnostním večeru. Miloš Zeman také navrhl Josefa Fialu ústavním soudcem, čímž se mu podařilo kompletně obměnit patnáctičlenný senát Ústavního soudu. Prezident Zeman dále podpořil Klause ohledně petice o referendu týkající se kvót na přerozdělování uprchlíků. Naopak kritice musel čelit například Karel Schwarzenberg poté, co vyjádřil nesouhlas se Zemanovým výstupem na Albertově: „Je to politik, který ve své kariéře byl de facto neúspěšný, ale to neznamená, že bychom mu neměli přát pokojné spočinutí a příjemně prožitý odpočinek.“<sup>103</sup>

**Graf č. 37: Hodnocení Miloše Zemana a vztah Miloše Zemana k ostatním – prezident prostředek mandátu**



Zdroj: vlastní zpracování.

<sup>101</sup> *Boj s teroristy: prezident Zeman kritizoval OSN.* Televizní noviny. TV, Nova, 30. 9. 2015.

<sup>102</sup> *Reakce na 17. listopad.* Události. TV, ČT1, 18. 11. 2015.

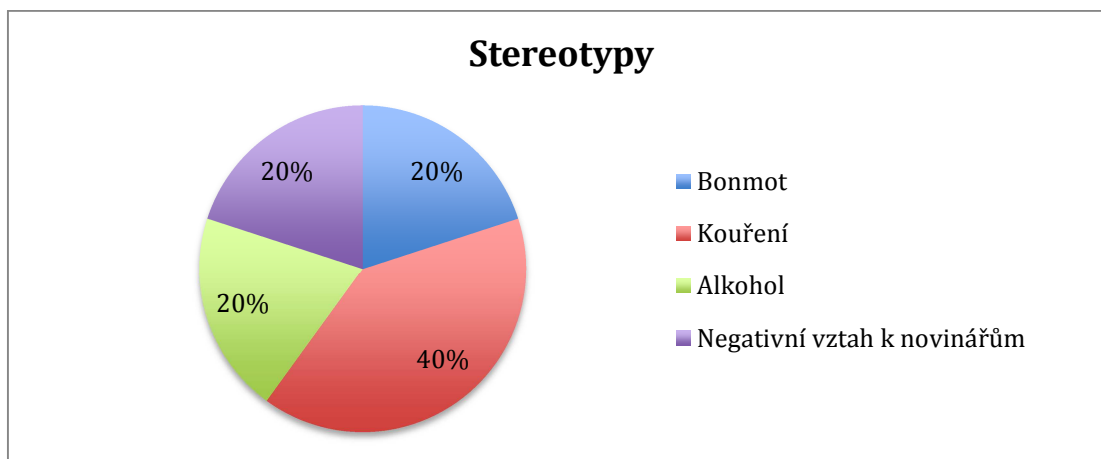
<sup>103</sup> *Česko se nepřipojí k žalobě proti kvótám, řekl Sobotka,* Právo, 30. 11. 2015.



## Stereotypy

V daném období média zveřejnila 10 příspěvků, v nichž byly uvedeny stereotypy spojené s osobou Miloše Zemana. Prezident byl nejčastěji zobrazován jako kuřák, přičemž jeho kouření bylo zmíněno ve 4 příspěvcích. Příkladem může být článek deníku Právo informující o prezidentově návštěvě Pardubického kraje, na které dostal různé dárky, včetně cigaretového robota, jež se mu velmi líbil. V souvislosti s ostatními stereotypy byl Miloš Zeman zobrazen 2krát. Na zmíněné návštěvě Pardubického kraje se prezident setkal se svými příznivci, mezi něž se dostal i jeden muž, který v rukou držel červené trenýrky. Miloš Zeman okomentoval jeho přítomnost bonmotem: „*Přišel naostro, protože sál je dobře vytopen, nehrozí mu poškození reprodukčních orgánů.*“ Příkladem příspěvku spojující prezidenta s alkoholem může být reportáž televize Novy, která sdělovala, že Zemanův kladný vztah k alkoholu je dobře znám, a proto mu jej jeho příznivci často posílají. K prověření těchto darů je na Hradě využíván Ramanův spektrometr, který umí odhalit nebezpečné látky v jídle a pití. Negativní vztah k novinářům Miloš Zeman vyjádřil například ve svém projevu na Albertově, jehož celý text uveřejnil deník Právo: „*Hlas prezidenta republiky má být hlasem národa, nikoli hlasem médií, nikoli jejich mediální troubou. I když přiznávám, že bych měl pohodlnější život, kdybych hlasem médií byl. Novináři, kteří píší každý den o něčem jiném, aniž by čemukoli rozuměli, by mě vychvalovali, jak krásné projevy pronáším. Ale dostal bych se do rozporu se svým názorem.*“<sup>104</sup>

**Graf č. 38: Stereotypy v příspěvcích – prezident prostředek mandátu**



Zdroj: vlastní zpracování.

<sup>104</sup> Opačný názor nesmí být označován nálepkami, Právo, 18. 11. 2015.

## Téma

Stejně jako v předchozích obdobích i v posledním analyzovaném období zůstaly zachovány základní kategorie složené z domácí politiky, zahraniční politiky, ekonomiky a osobního života Miloše Zemana. V tomto období média informovala zejména o dění v domácí politice, kdežto ekonomika byla téměř opomíjena. Tomu bylo přizpůsobeno i rozdělení do jednotlivých podkategorií.

### Domácí politika

- 17. listopad Den boje za svobodu a demokracii (12)
- 28. říjen Den vzniku samostatného československého státu (8)
- Návštěvy krajů (8)

### Zahraniční politika

- Migrace (15)
- Projev v OSN (9)

### Ekonomika

- Rozpočet (3)

V kategorii domácí politika se média nejčastěji zabývala státním svátkem 17. listopadu. Na tento den bylo nahlášeno několik akcí, z nichž podstatná část reagovala na migrační krizi. Na jedné z nich vystoupil i prezident Miloš Zeman. Zatímco v loňském roce musel prezident čelit pískotu, červeným kartám a házeným vejcím, nyní byl obklopen pouze příznivci. Blok proti islámu společně s hnutím Úsvit – Národní koalice zorganizovali na Albertově akci na podporu prezidentových názorů na imigraci a islám. Miloš Zeman vystoupil na pódiu a zastal se odpůrců islámu: „*Opačný názor nesmí být umlčován a označován různými nálepkami, nebo dokonce nadávkami jako extremisté, xenofobové, islamofobové, rasisté nebo fašisté.*“<sup>105</sup> Prezident Zeman si musel vyslechnout silnou kritiku, např. Martin Plíšek řekl, že: „*To že prezident republiky stojí na mítinku, který byl ukraden studentům, vedle obviněného aktivisty, je znevážení úřadu prezidenta. Již svou účastí mu vyjádřil podporu. Měl by se od Konvičky distancovat.*“<sup>106</sup> Dalším nejčastějším tématem, o němž média informovala, byl státní svátek 28. října. Podle

<sup>105</sup> *Listopad ve stínu atentátů*, Mladá fronta DNES, 18. 11. 2015.

<sup>106</sup> *Policie obvinila odpůrce islámu Konvičku*, Právo, 25. 11. 2015.

prezidenta Zemana je tento svátek nejdůležitější připomínkou státnosti: „*Při vší úctě k 1. ednu 1993 považuji tento svátek za základ, protože teprve tehdy vzniklo nezávislé Československo.*“<sup>107</sup> Oslavy Dne vzniku samostatného československého státu začaly již tradičně na Vítkově, kam dorazil prezident Zeman společně s politickými špičkami a válečnými veterány. Dále pokračovaly na pražských Hradčanech, kde 855 nových vojáků složilo vojenskou přísahu. Vrcholem slavnostního dne bylo předávání státních vyznamenání ve Vladislavském sále Pražském hradu. Jak již bylo zmíněno výše, prezident nepozval dva rektory, v důsledku čehož se většina rektorů odmítla večera zúčastnit. Miloš Zeman na odmítnutá pozvání reagoval slovy: „*Umožnilo nám to do přeplněného Vladislavského sálu umístit příbuzné některých vyznamenaných. Takže bych chtěl rektorům poděkovat, že jim uvolnili místo.*“<sup>108</sup> Média také často zveřejňovala příspěvky informující o prezidentových návštěvách krajů, do nichž jezdí častěji než jeho předchůdci. Mezi občany míří prezident pravidelně, v první polovině mandátu stihl navštívit všechny kraje dvakrát. Ve sledovaném období média sdělovala podrobnosti o cestě do Moravskoslezského, Zlínského a Pardubického kraje. Hlava státu navštívila místní firmy, obce a diskutovala s občany.

V oblasti zahraniční politiky média nejčastěji informovala o migrační krizi. Vláda a prezident byli dlouhodobě proti povinným kvótám, místo toho prosazovali dobrovolnou pomoc. Německý ministr vnitra Thomas de Maizier pohrozil České republice, že by kvůli svému postoji mohla přijít o část peněz z evropských fondů. Prezident Zeman ale neviděl souvislost mezi kvótami a dotacemi z EU: „*Nevidím žádnou souvislost mezi dotacemi EU a nesmyslnými kvótami, které jsou nesmyslné proto, že všichni běženci nakonec skončí v Německu. ČR se nikdy nebránila dobrovolnému přijímání všech uprchlíků, kteří u nás chtějí zůstat.*“<sup>109</sup> Na schůzce unijních ministrů vnitra byly kvóty přesto schváleny. Miloš Zeman doufal, že by se téma migrace mohlo přenést na úroveň Evropské rady: „*Premiéři jsou více než ministři vnitra. Domnívám se, že je ještě alespoň slabá naděje, že Evropská rada, která se skládá právě z premiérů, toto rozhodnutí revokuje. Je to slabá naděje, protože ta většina pro kvóty byla silná. Teprve budoucnost ukáže, jaká to byla chyba.*“<sup>110</sup> Podle prezidenta se s migrační krizí zvyšuje nebezpečí terorismu: „*Je naivní se domnívat, že neexistuje souvislost mezi migrační vlnou a terorismem, protože by to znamenalo předpokládat, že do vlny migrantů nebyli zahrnuti i potenciální džihádisté, jejichž počet*

---

<sup>107</sup> Den vzniku samostatného Československa. Události. TV, ČT1, 28. 10. 2015.

<sup>108</sup> Tamtéž.

<sup>109</sup> Právce výjimečně chválila vládu, Právo, 16. 9. 2015.

<sup>110</sup> Porážka politiky semkla, Právo, 23. 9. 2015.

*samozřejmě nedokážeme odhadnout, ale někteří z nich se podíleli na pařížských atentátech.*“<sup>111</sup> Boj proti terorismu byl hlavním tématem Valného shromáždění OSN a také druhým nejčastějším tématem v oblasti zahraniční politiky, o němž média informovala. Miloš Zeman zde vyzval k akci pod hlavičkou Rady bezpečnosti OSN: „*To, co potřebujeme, jsou malé vojenské jednotky vybavené drony, vrtulníky. A spolupracující tajné služby.*“<sup>112</sup> Před projevem se prezident sešel se syrským vicepremiérem, který mu oznámil, že by byl rád, kdyby se příměří mezi syrskou vládou a opozicí podepsalo v Praze. Prezident Zeman s dohodou souhlasil pod podmínkou, že bude uzavřena s představiteli demokratické opozice.

V kategorii ekonomiky se média nejvíce věnovala rozpočtu. Na jednání vlády o rozpočtu přišel i prezident Zeman a rozpočet podpořil: „*V té struktuře, jak byl navržen, bude-li zachován poměr mezi růstem investic, spotřeby domácností a spotřeby vlády a tedy onen deficit 70 miliard korun, tak ho zcela jistě podepíši.*“<sup>113</sup> Poslanci z příslušného výboru pak podpořili zvýšení rozpočtu pro prezidentskou kancelář a obě komory Parlamentu téměř o 200 milionů. Kancelář prezidenta by chtěla investovat do zpevnění břehu Klíčavské přehrady v Lánské oboře a do bezpečnostních rámců, které plánuje u vstupu do Chrámu svatého Víta.

## **14.3 Vývoj mediálního obrazu Miloše Zemana jako prezidenta**

### **Počet příspěvků**

Ve zkoumaném období média zveřejnila celkem 381 příspěvků obsahujících klíčový výraz „Miloš Zeman“. Po vyloučení příspěvků, ve kterých byl prezident Zeman zmíněn pouze v jedné větě zůstalo 290 příspěvků, jež byly obsahem analýzy. Počet příspěvků informujících o Miloši Zemanovi měl klesající tendenci. Po nástupu Miloše Zemana do prezidentské funkce média zveřejnila 178 příspěvků, přičemž v polovině mandátu se tento počet snížil na 112 příspěvků. Na začátku funkčního období informovala o prezidentovi nejčastěji tištěná média, z nichž nejvíce článků publikoval deník Právo. Z televizních médií odvysílala nejvíce reportáží ČT1. Uprostřed mandátu zveřejnila nejvíce příspěvků ČT1 a deník Právo se posunul těsně na druhé místo. U druhého sledovaného periodika Mladé fronty DNES byl zaznamenán největší pokles v počtu publikovaných článků, kterými se rovnal počtu odvysílaných reportáží televize Nova.

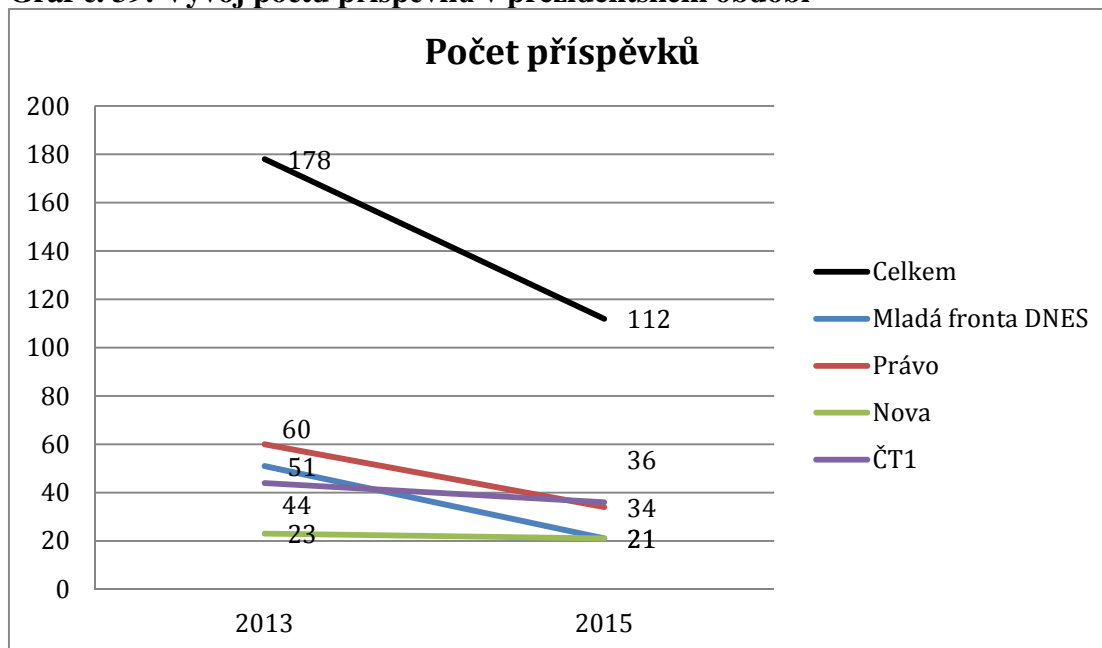
---

<sup>111</sup> *Zeman: s migranty přichází i teroristé*, Právo, 25. 11. 2015.

<sup>112</sup> *První ruské údery v Sýrii*. Události. TV, ČT1, 30. 9. 2015.

<sup>113</sup> *Boj o rozpočet v Poslanecké sněmovně*. Televizní noviny. TV, Nova, 9. 9. 2015.

**Graf č. 39: Vývoj počtu příspěvků v prezidentském období**



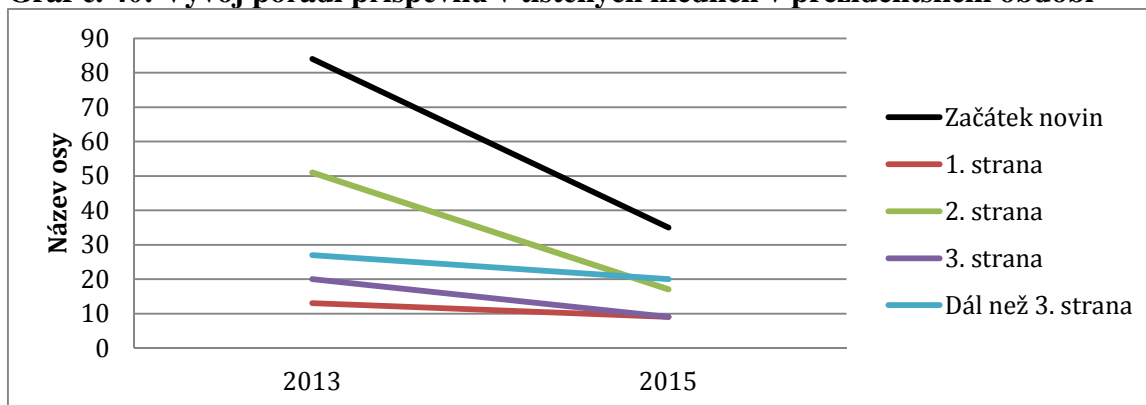
Zdroj: vlastní zpracování.

### Pořadí příspěvků

Pro lepší přehlednost je následující proměnná rozdělená do dvou grafů, podle typu médií. Z prvního grafu je zřejmé, že tištěná média nejčastěji publikovala články o Miloši Zemanovi na začátku periodik, za který je považována titulní strana a následně druhá a třetí strana. Nejvíce článků o prezidentovi bylo publikováno na druhé straně, na níž bylo zveřejněno 63 tištěných příspěvků. Na třetí straně bylo umístěno 29 článků a na titulní straně 22 článků. Příspěvků umístěných dál než na třetí straně bylo 47 a uprostřed mandátu tvořily podstatnou část všech tištěných příspěvků. Články o Miloši Zemanovi umístěné dál než na třetí straně publikovala nejčastěji Mladá fronta DNES.

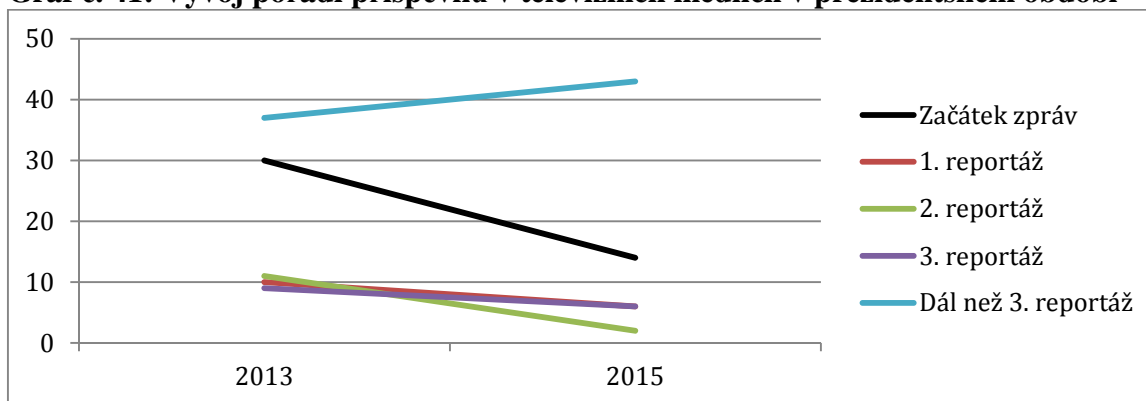
Z druhého grafu je patrné, že televizní příspěvky informující o prezidentovi Zemanovi byly nejčastěji odvysílány v pozdější než třetí reportáži, obě televizní stanice jich odvysílaly dohromady 80. Na začátku zpravodajství, tzn. v prvních třech reportážích, informovala televizní média o Miloši Zemanovi především po nástupu do prezidentského úřadu. Uprostřed mandátu se počet reportáží odvysílaných na začátku televizního zpravodajství snížil na polovinu a současně výrazně vzrostl počet televizních příspěvků, jež byly odvysílány v pozdější než třetí reportáži. V první reportáži se prezident Zeman objevil celkem 16krát, v druhé reportáži 13krát a ve třetí reportáži 15krát.

**Graf č. 40: Vývoj pořadí příspěvků v tištěných médiích v prezidentském období**



Zdroj: vlastní zpracování.

**Graf č. 41: Vývoj pořadí příspěvků v televizních médiích v prezidentském období**

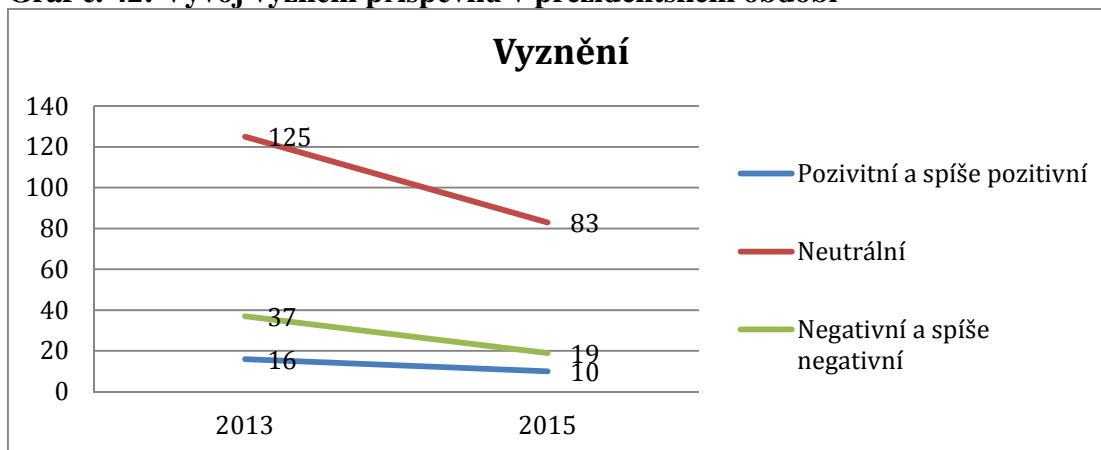


Zdroj: vlastní zpracování.

## Vyznění

Po celé zkoumané období se v médiích objevovaly nejčastěji příspěvky s neutrálním vyzněním, kterých média zveřejnila dohromady 208. Součet pozitivních a spíše pozitivních příspěvků byl roven 26. Z tištěných médií se na nich nejvíce podílel deník Právo, který publikoval 14 článků a z televizních médií zveřejnila nejvíce příspěvků televize Nova, jež odvysílala 5 reportáží. Naproti tomu počet negativních a spíše negativních příspěvků byl přibližně dvakrát vyšší, dosáhl 56 příspěvků. Z periodik tvořily největší podíl články Mladé fronty DNES, která publikovala 23 článků a z televizních médií jich nejvíce zveřejnila opět televize Nova, jež odvysílala 8 reportáží. Z následujícího grafu je patrné, že pro prezidentské období nelze potvrdit teorii volebních cyklů. Jednak z důvodu, že zatím není jasné, jaké vyznění budou mít příspěvky o Miloši Zemanovi na konci funkčního období, ale především proto, že uprostřed mandátu nebyl zaznamenán nárůst příspěvků s negativním vyzněním nebo alespoň neměnný stav negativních příspěvků při současném snížení příspěvků s pozitivní konotací.

**Graf č. 42: Vývoj vyznění příspěvků v prezidentském období**

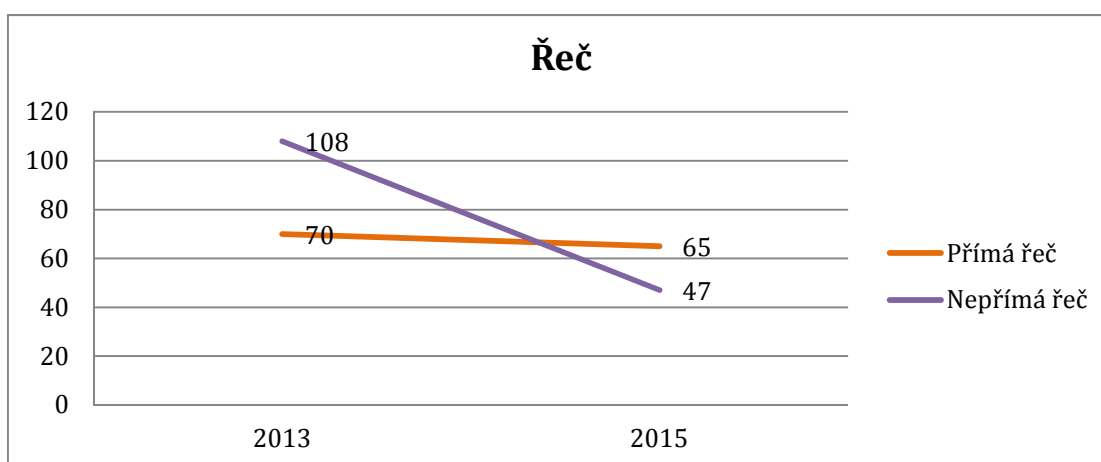


Zdroj: vlastní zpracování.

### Řeč

Následující graf ukazuje, jaký byl vztah mezi příspěvkem, v nichž Miloš Zeman dostal prostor vyjádřit svůj názor a příspěvkem, ve kterých byly jeho názory a postoje interpretovány médii. Po vyhodnocení analýzy bylo zjištěno, že po nástupu Miloše Zemana do prezidentského úřadu převažovaly příspěvky, v nichž média neposkytla novému prezidentovi prostor sdělit názor a nezprostředkovaly jeho přímou řeč. V polovině mandátu se situace změnila a média častěji zveřejňovala příspěvky, ve kterých se prezident přímo vyjádřil.

**Graf č. 43: Vývoj přímé řeči v příspěvcích v prezidentském období**



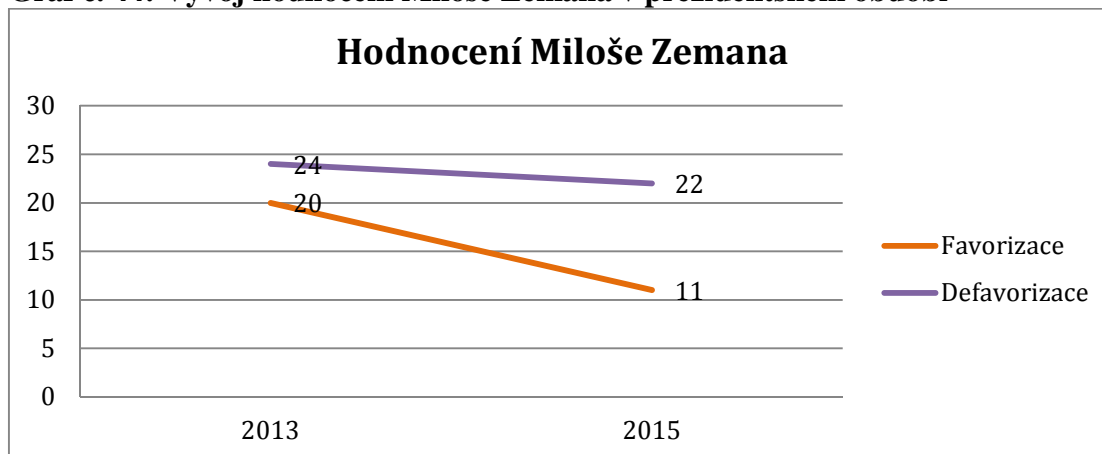
Zdroj: vlastní zpracování.

### Hodnocení Miloše Zemana

V analyzovaném období se v médiích častěji objevovaly příspěvky, v nichž byl prezident Zeman kritizován než příspěvky, ve kterých byl ostatními chválen. Miloš Zeman musel čelit kritice v celkem 46 případech, kdežto hodnocen kladně byl 31krát. První vlna

kritiky se spustila vzápětí po inauguračním projevu, v němž mu bylo vyčítáno, že nepřímo zaútočil na svobodu médií. Přibližně 90 známých osobností sepsalo kvůli jeho projevu petici. Po nástupu do funkce prezidenta se Miloš Zeman rozhodl vyvěsit vlajku EU na Pražském hradě a podepsat dodatek Lisabonské smlouvy, čímž vyvolal rozporuplné reakce. Nejsilnější kritika zazněla od Petra Hájka, jenž ho přirovnal k Emilu Háchovi, naproti tomu podle mluvčího Evropské komise Oliviera Baillyeho byl tento krok z pohledu EU vnímán pozitivně. Největší kritice musel prezident Zeman čelit poté, co odmítl jmenovat Martina Putnu profesorem. s tímto rozhodnutím nesouhlasili politici, akademici ani studenti. Naopak hodnocen kladně byl Miloš Zeman především kvůli jeho návrhu na ústavní soudce. Uprostřed funkčního období byl Miloš Zeman kritizován ze tří důvodů. Prezidentovi byla často vyčítána orientace České republiky k Rusku a Číně. Kromě některých politických představitelů s tímto směřováním země projevila nesouhlas i skupina přezdívaná Ztohoven, která na Pražském hradě vyvěsila místo standarty červené trenýrky. Druhým důvodem byl summit OSN, na němž prezident pronesl řeč zaměřenou na boj proti terorismu. Tento projev byl politickými představiteli vnímán různě. Někteří jej označili za potřebný, jiní s ním nesouhlasili. Nejsilnější kritice však musel Miloš Zeman čelit po 17. listopadu, kdy vystoupil na jednom pódiu společně s šéfem Bloku proti islámu Martinem Konvičkou.

**Graf č. 44: Vývoj hodnocení Miloše Zemana v prezidentském období**



Zdroj: vlastní zpracování.

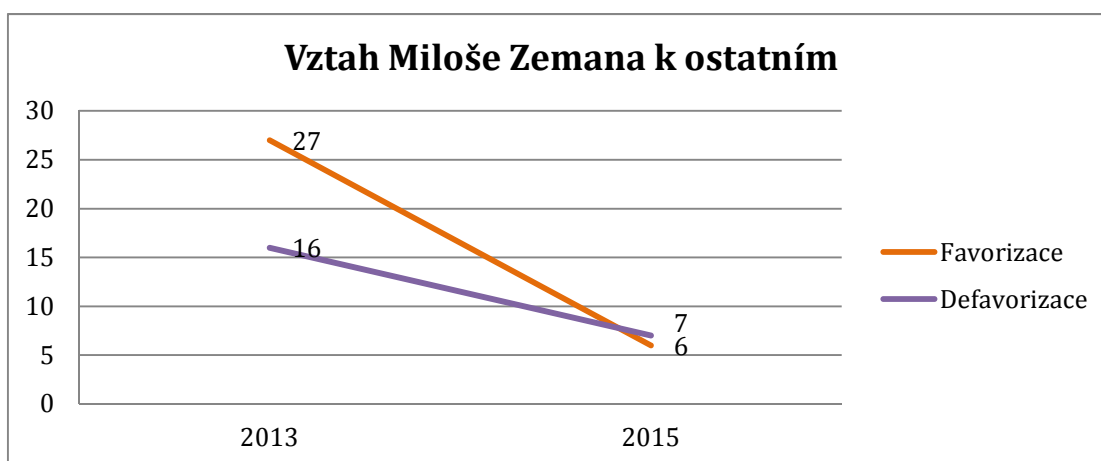
### Vztah Miloše Zemana k ostatním

Z následujícího grafu je patrné, že na začátku prezidentského období vyjadřoval Miloš Zeman vztah k ostatním častěji než uprostřed období. Zároveň z grafu vyplývá, že zpočátku byl jeho vztah k ostatním znázorněn v médiích spíše kladně, zatímco v jeho



polovině těsně převažovala kritika ostatních. Po nástupu do prezidentské funkce prezident Zeman navrhl nové ústavní soudce, které osobně považoval za nejvhodnější. Miloš Zeman také velmi favorizoval Livii Klausovou, aby se stala novou velvyslankyní na Slovensku a Vladimira Remka jako velvyslance v Rusku. Jak již bylo zmíněno nejčastěji Miloš Zeman vyjadřoval negativní vztah k Martinu Putnovi. Uprostřed mandátu prezident Zeman svůj vztah k ostatním téměř nevyjadřoval. Kladně hodnotil například herečku Jitku Frantovou-Pelikánovou anebo Josefa Fialu, kterého navrhl na ústavního soudce, čímž kompletně obměnil patnáctičlenný senát Ústavního soudu. Naproti tomu defavorizaci museli čelit dva rektori Mikuláš Bek a Libor Grubhoffer, které prezident odmítl pozvat na slavnostní předávání státních vyznamenání. Kritiku si musel vyslechnout i Karel Schwarzenberg poté, co sdělil nesouhlas s prezidentovým výstupem na Albertově.

**Graf č. 45: Vývoj vztahu Miloše Zemana k ostatním v prezidentském období**

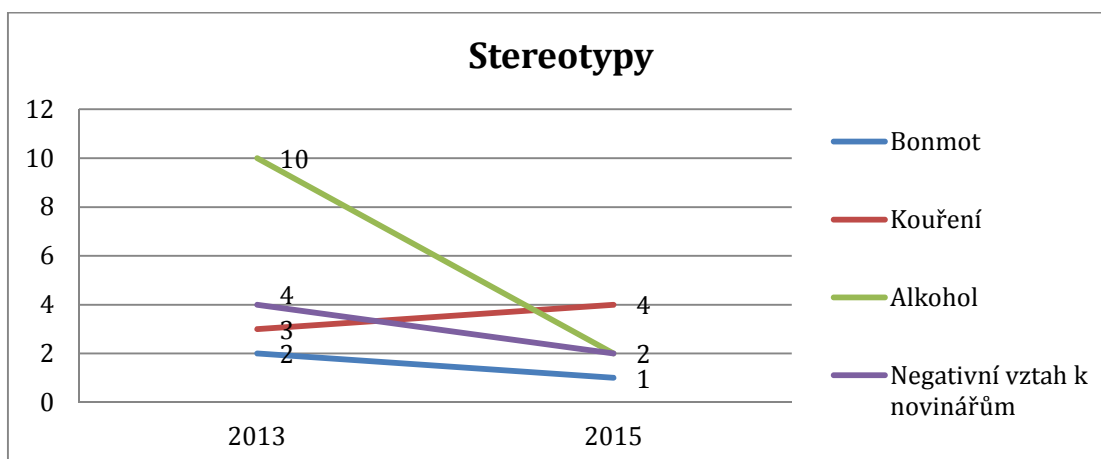


Zdroj: vlastní zpracování.

## Stereotypy

Ve zkoumaném období média zveřejnila několik příspěvků, v nichž byly zmíněny stereotypy typické pro osobu Miloše Zemana. Média nejvíce informovala o Zemanových stereotypech zpočátku prezidentského období, kdy na ně upozornila v 19 příspěvcích. Uprostřed mandátu se počet příspěvků obsahujících stereotypy přibližně o polovinu snížil na 9 příspěvků. Zatímco na začátku funkčního období o stereotypech informovaly téměř stejně často oba tištěné deníky a v televizi Nova, v polovině období se nejčastěji objevovaly v reportážích televizi Nova. Po nástupu do funkce prezidenta média nejčastěji zmiňovala Zemanův vztah k alkoholu, hlavním důvodem byla prezidentova viróza, kterou měl při vyzvedávání korunovačních klenotů. V polovině mandátu média nejčastěji znázorňovala Miloše Zemana jako kuřáka.

**Graf č. 46: Vývoj stereotypů v příspěvcích v prezidentském období**



Zdroj: vlastní zpracování.

Nyní lze odpovědět na V02: **Jak se vyvíjel mediální obraz Miloše Zemana ve vybraných médiích v době, kdy zastával funkci prezidenta?**

V prezidentském období bylo analyzováno 290 příspěvků. Počet zveřejněných příspěvků o Miloši Zemanovi měl klesající tendenci. Na začátku funkčního období informovala o prezidentovi nejčastěji tištěná média, z nichž nejvíce článků publikoval deník Právo. V polovině období zveřejnila nejvíc příspěvků televizní média v čele s ČT1. Deník Právo se posunul těsně na druhé místo a u Mladé fronty DNES byl zaznamenán největší pokles v počtu publikovaných článků, kterými se rovnal počtu odvysílaných reportáží televize Nova. *Jak se snižoval počet příspěvků věnujících se Miloši Zemanovi, snižoval se i počet příspěvků, v jejichž nadpisu byl prezident uveden. Celkově vychází, že byl Miloš Zeman označen v nadpisu přibližně každého druhého příspěvku informujícím o jeho osobě. Nejčastěji se objevoval v nadpisech deníku Právo. Tištěná média častěji publikovala články o Miloši Zemanovi na začátku periodik. Články umístěné dál než na třetí straně se objevovaly především v Mladé frontě DNES. Televizní příspěvky informující o prezidentovi byly většinou odvysílané v pozdější než třetí reportáži. Po celé zkoumané období média zveřejňovala nejčastěji neutrální články. Příspěvků s pozitivním vyzněním bylo přibližně o polovinu méně než negativně vyznívajících příspěvků. Deník Právo publikoval nejvíce článků vyvolávající pozitivní konotaci, kdežto Mladá fronta DNES byla nejčastějším autorem článků s negativním vyzněním. Z televizních médií odvysílala televize Nova více pozitivně a negativně zabarvených reportáží než ČT1, jež zveřejňovala zejména neutrální příspěvky. Na začátku funkčního období převažovaly*

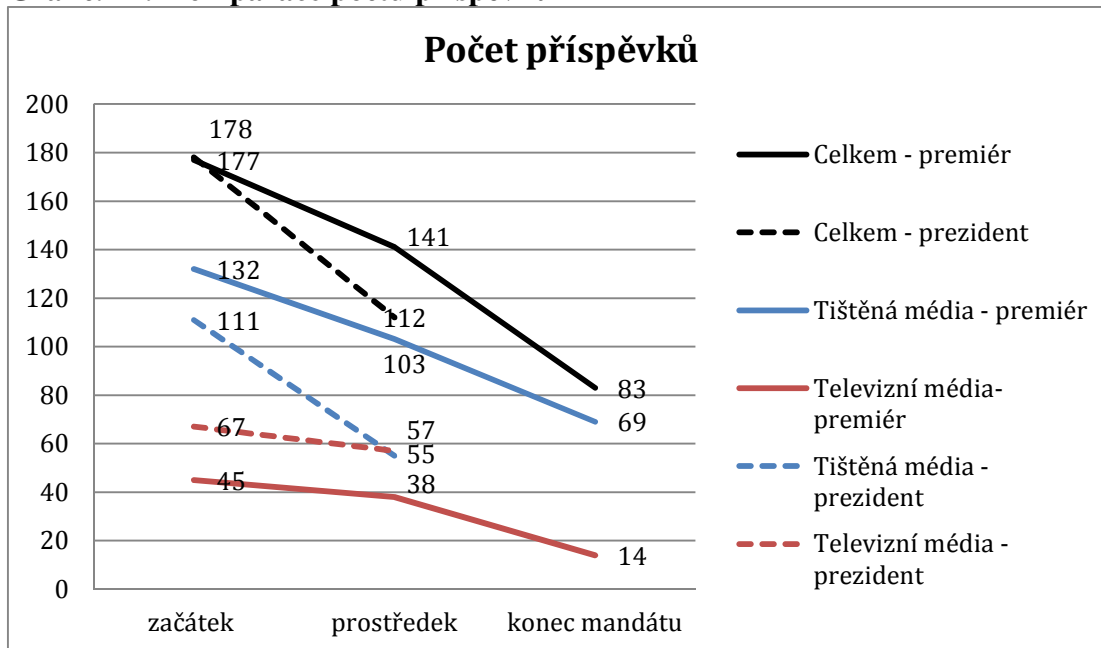
příspěvky, v nichž média neposkytla Miloši Zemanovi prostor vyjádřit názor a nezpřístupkovala jeho přímou řeč. V polovině období se situace změnila a média nejčastěji zveřejňovala příspěvky obsahující jeho přímé vyjádření. Při hodnocení Miloše Zemana, byl prezident v příspěvcích více kritizován než chválen. Naproti tomu Miloš Zeman na začátku období vyjadřoval více kladný vztah k ostatním, v polovině úřadování sděloval svůj vztah méně často, ale byl více kritický. Na Zemanovy stereotypy média nejčastěji upozorňovala zpočátku prezidentského období, uprostřed období se stereotypy vyskytovaly přibližně v polovině příspěvcích. Po nástupu do funkce média zmiňovala především Zemanův vztah k alkoholu, uprostřed mandátu byl prezident nejčastěji zobrazován jako kuřák.

## **15. Komparace mediálního obrazu premiéra a prezidenta**

### **Počet příspěvků**

Porovnáme-li počet příspěvků zveřejněných o Miloši Zemanovi v době, kdy vykonával funkci předsedy vlády s počtem příspěvků v prezidentském období vidíme, že po nástupu do obou funkcí se o něm s rozdílem jednoho příspěvku informovalo stejně často. O novém předsedovi vlády média zveřejnila 178 příspěvků a o novém prezidentovi 177. Z grafu je dále patrné, že počet příspěvků měl v obou obdobích klesající tendenci, avšak v prezidentském období klesal víc. V polovině funkčního období zveřejnila média o Miloši Zemanovi ve funkci premiéra 141 příspěvků a ve funkci prezidenta 112 příspěvků. V závěrečné fázi premiérského období byl počet uveřejněných příspěvků nejnižší. Důvodem pravděpodobně byla skutečnost, že se Miloš Zeman rozhodl neúčastnit nadcházejících voleb a pozornost médií se tak přesměrovala na nového předsedu sociální demokracie, který vedl stranu do voleb. V případě, že se Miloš Zeman rozhodne již neúčastnit prezidentských voleb v roce 2018, lze očekávat podobný vývoj. Pohledem na graf také zjistíme, že po celé premiérské období a na začátku prezidentského období informovala o Miloši Zemanovi více tištěná média než média televizní. V polovině prezidentského mandátu se však situace změnila a poprvé televizní média zveřejnila s převahou 2 reportáží více příspěvků než periodika. Z tištěných médií publikoval nejvíce článků deník Právo a z televizních médií odvysílala nejvíce reportáží ČT1.

**Graf č. 47: Komparace počtu příspěvků**



Zdroj: vlastní zpracování.

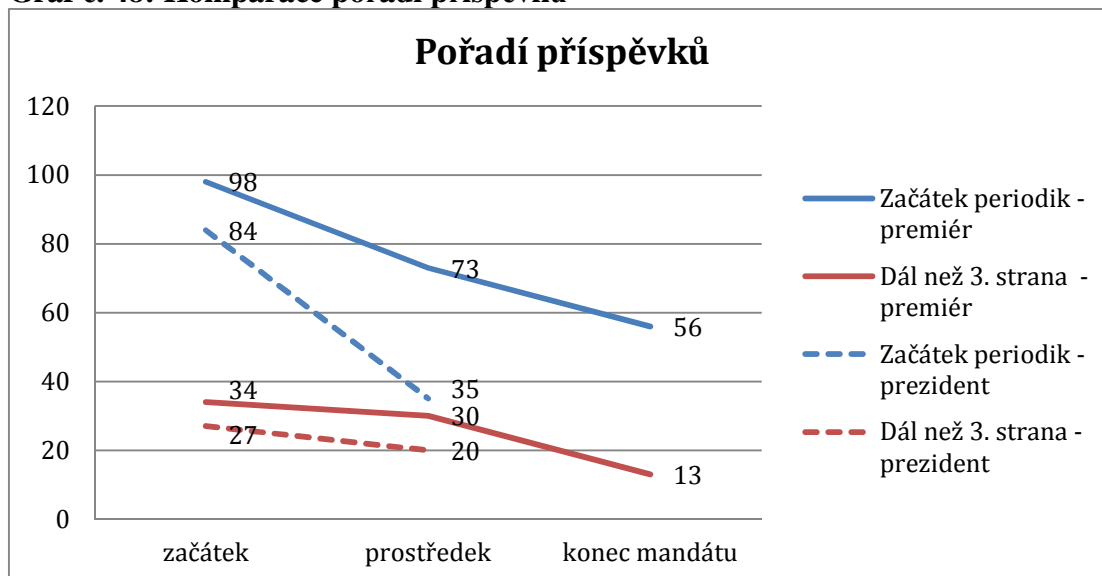
**H1: V tištěných médiích bude vyšší počet příspěvků o Miloši Zemanovi než v televizních médiích.**

Tato hypotéza je platná pouze pro období, v němž Miloš Zeman vykonával funkci předsedy vlády a pro začátek prezidentského období. V polovině prezidentského mandátu informovala o Miloši Zemanovi častěji televizní média, která zveřejnila o 2 příspěvky více než vybraná periodika.

**Pořadí příspěvků**

Z následujícího grafu je evidentní, že v době, kdy Miloš Zeman zastával funkci premiéra a později prezidenta, publikovala tištěná média většinu příspěvků na začátku deníků, tedy na prvních třech stranách. Křivky znázorňující začátek a pozdější část tištěných deníků v premiérském i prezidentském období klesají, což je logické vzhledem k tomu, že se v průběhu období snižoval počet publikovaných článků. V polovině prezidentského úřadování byl velký nárůst televizních příspěvků. Televizní reportáže v grafu nejsou znázorněny, protože údaje v premiérském období nebyly dostupné a nebylo by tak možné provést komparaci. Můžeme ale konstatovat, že reportáže zveřejněné v prezidentském období byly většinou odvysílané v pozdější než třetí reportáži.

**Graf č. 48: Komparace pořadí příspěvků**



Zdroj: vlastní zpracování.

**H2: V obou obdobích budou příspěvky o Miloši Zemanovi zveřejňovány na začátku mediální agendy. V případě tištěných médií je za začátek mediální agendy považována titulní strana a následně druhá a třetí strana a v případě televizních médií se začátkem mediální agendy rozumí první tři televizní reportáže.**

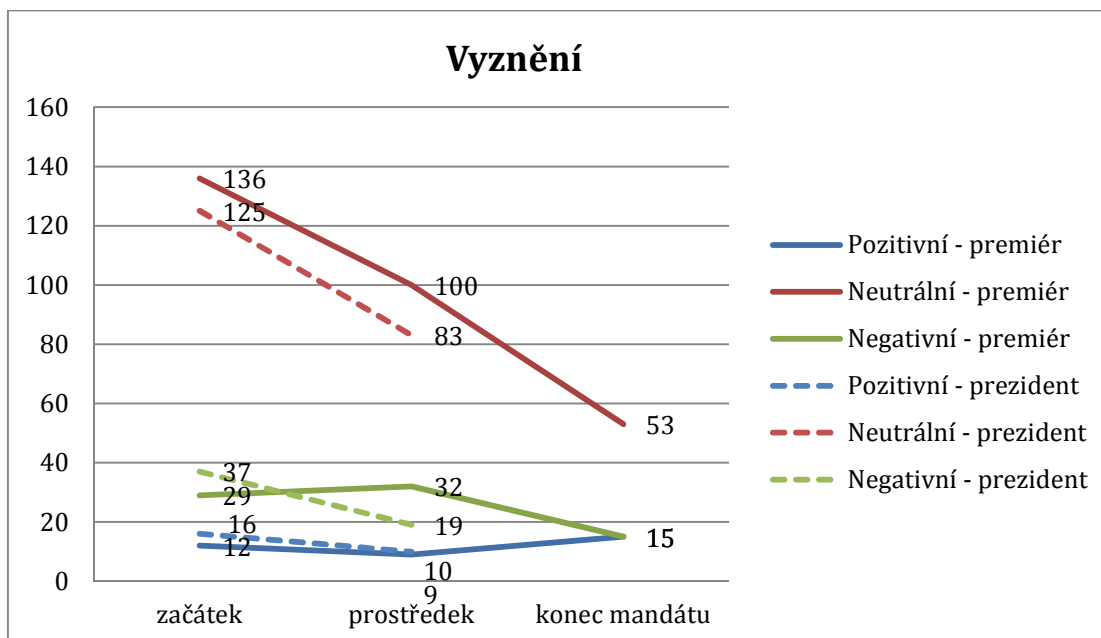
Hypotéza je platná pouze v případě tištěných médií, která v premiérském i prezidentském období publikovala většinu příspěvků o Miloši Zemanovi na prvních třech stranách deníků. Televizní média analyzovaná v prezidentském období tuto hypotézu vyvrací, jelikož většinu příspěvků o prezidentovi odvysílala v pozdější než třetí reportáži.

## Vyznění

Po vyhodnocení analýzy bylo zjištěno, že média nejčastěji informovala o Miloši Zemanovi prostřednictvím neutrálních příspěvků. U příspěvků s určitou konotací převažovaly negativně vyznívající příspěvky. Z grafu je zřejmé, že po nástupu Miloše Zemana do prezidentského úřadu média zveřejňovala pozitivně a negativně zabarvené články častěji než v době, kdy nastoupil do funkce předsedy vlády. Hlavní rozdíl ve vyznění příspěvků nastal v polovině obou funkčních období. V době, kdy Miloš Zeman vykonával funkci předsedy vlády byl v polovině mandátu zaznamenán nárůst negativních příspěvků, což byl jeden z důvodů potvrzení teorie volebních cyklů. V případě výkonu prezidentské funkce byl vývoj opačný, jelikož počet negativních příspěvků se v polovině mandátu snížil. Výsledky analýzy dále prozradily, jaké vyznění měly nejčastěji příspěvky jednotlivých médií. Deník Právo publikoval nejvíce článků s pozitivní konotací, kdežto

Mladá fronta DNES zveřejnila nejvíc negativních příspěvků. Z televizních médií odvysílala televize Nova více zabarvených reportáží než ČT1, jež zveřejňovala především neutrální příspěvky.

**Graf č. 49: Komparace vyznění příspěvků**



Zdroj: vlastní zpracování

**H3: Většina příspěvků v obou funkčních obdobích bude mít neutrální vyznění. U příspěvků s určitou konotací bude deník Právo publikovat více pozitivně vyznívajících články, kdežto Mladá fronta DNES spíše negativní příspěvky. Televize Nova odvysílá více zabarvených reportáží (ať již pozitivně či negativně) než ČT1.**

Třetí hypotéza byla potvrzena v obou funkčních obdobích.

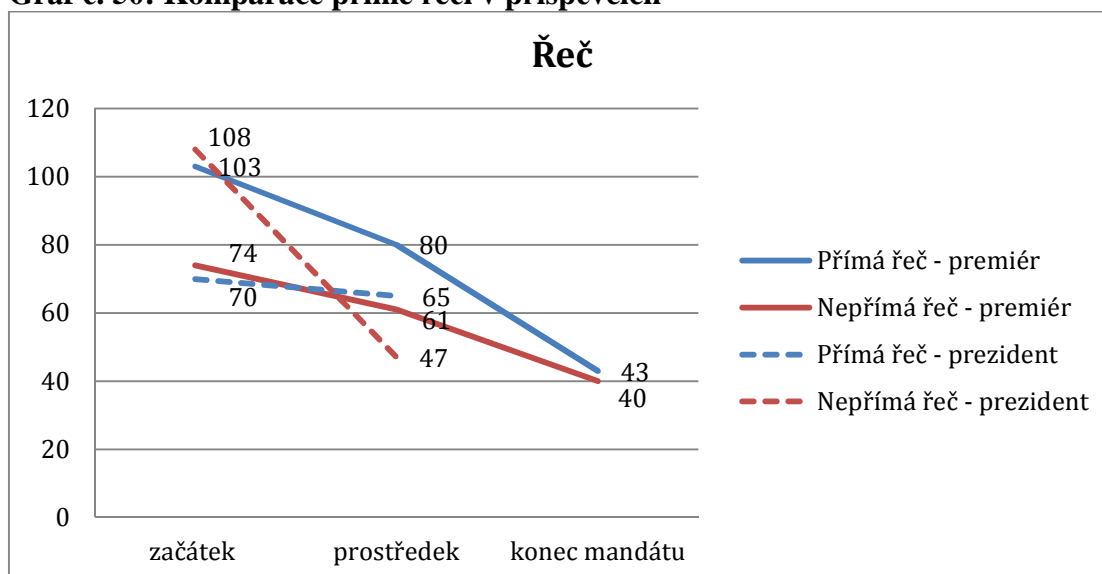
**H8: Předpokládám, že mediální obraz premiéra Miloše Zemana bude na začátku funkčního období pozitivní, uprostřed období bude negativní a ke konci jeho úřadování se opět vylepší.**

Při nástupu Miloše Zemana do funkce premiéra média zveřejnila 12 pozitivních příspěvků a 29 negativních příspěvků. Uprostřed období se počet pozitivních příspěvků snížil na 9 a počet negativních příspěvků zvýšil na 32. V závěru funkčního období byl opět zaznamenán nárůst pozitivních příspěvků na 15 a pokles negativních příspěvků také na 15. Hypotéza byla potvrzena.

## Řeč

Z následujícího grafu je vidět zcela odlišný vývoj příspěvků, v nichž Miloš Zeman dostal prostor vyjádřit svůj názor a příspěvků, jež neobsahovaly Zemanovu přímou řeč. Během celého období, v němž Miloš Zeman zastával funkci předsedy vlády média častěji zveřejňovala příspěvky, v nichž poskytla premiérovi prostor a zprostředkovala jeho přímou řeč. Po jeho nástupu do prezidentského úřadu však média častěji zveřejňovala příspěvky, které neobsahovaly přímé vyjádření nového prezidenta. V polovině prezidentského období již opět převažovaly příspěvky zahrnující prezidentovu přímou řeč.

**Graf č. 50: Komparace přímé řeči v příspěvcích**



Zdroj: vlastní zpracování.

### **H4: V obou sledovaných obdobích budou převažovat příspěvky, v nichž Miloš Zeman dostal prostor se vyjádřit.**

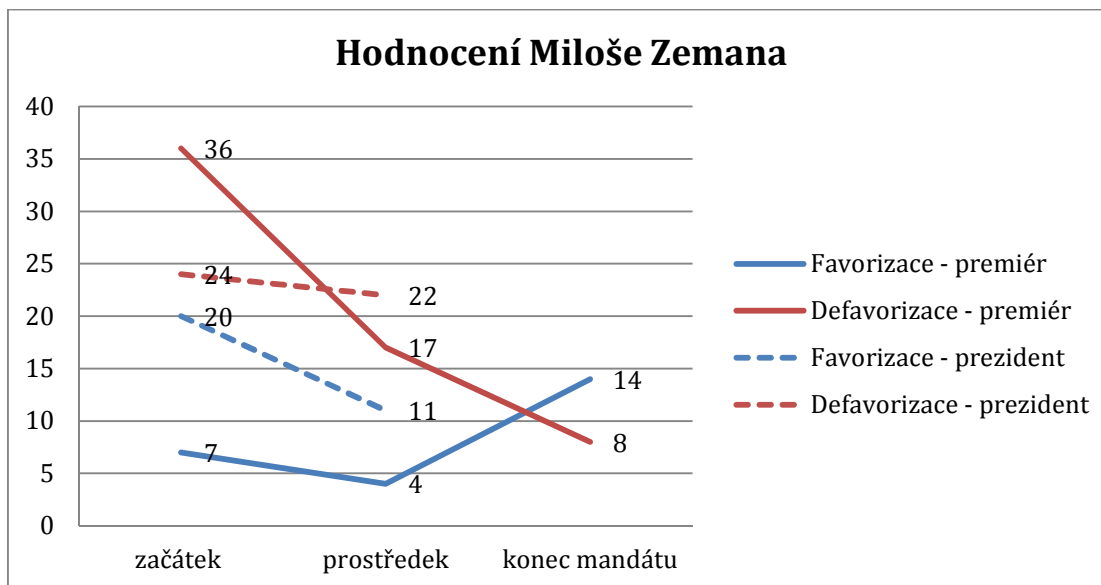
V období, ve kterém Miloš Zeman zastával funkci předsedy vlády je hypotéza platná. V prezidentském období nemůže být potvrzena, jelikož po nástupu Miloše Zemana do úřadu prezidenta média častěji zveřejňovala příspěvky, v nichž nezprostředkovala prezidentovu přímou řeč.

### **Hodnocení Miloše Zemana**

Vývoj hodnocení Miloše Zemana ze strany politických osobností, uskupení, známých osobností či veřejně uznávaných osobností v době, kdy vykonával funkci předsedy vlády a poté prezidenta je velmi podobný. V obou obdobích byl na začátku i uprostřed mandátu častěji kritizován než chválen. Jediným rozdílem je poměr mezi kladným a záporným hodnocením na začátku mandátu v jednotlivých obdobích. Zatímco

v premiérském období byl velmi často kritizován a zřídka chválen, v prezidentském období byl poměr mezi favorizací a defavorizací více vyrovnán. V závěru premiérského mandátu nastal obrat a převažovalo kladné hodnocení odcházejícího premiéra. Bylo by zajímavé sledovat, zda se vývoj v závěru prezidentského období bude opakovat.

**Graf č. 51: Komparace hodnocení Miloše Zemana**



Zdroj: vlastní zpracování.

**H5: V prezidentském období bude Miloš Zeman častěji objektem hodnocení ze strany politických osobností, uskupení, známých osobností či veřejně uznávaných osobností než v období, kdy vykonával funkci předsedy vlády.**

Z grafu výše je patrné, že v premiérském období byl Miloš Zeman objektem hodnocení v 64 případech a v prezidentském období celkem 77krát. Pátá hypotéza byla potvrzena.

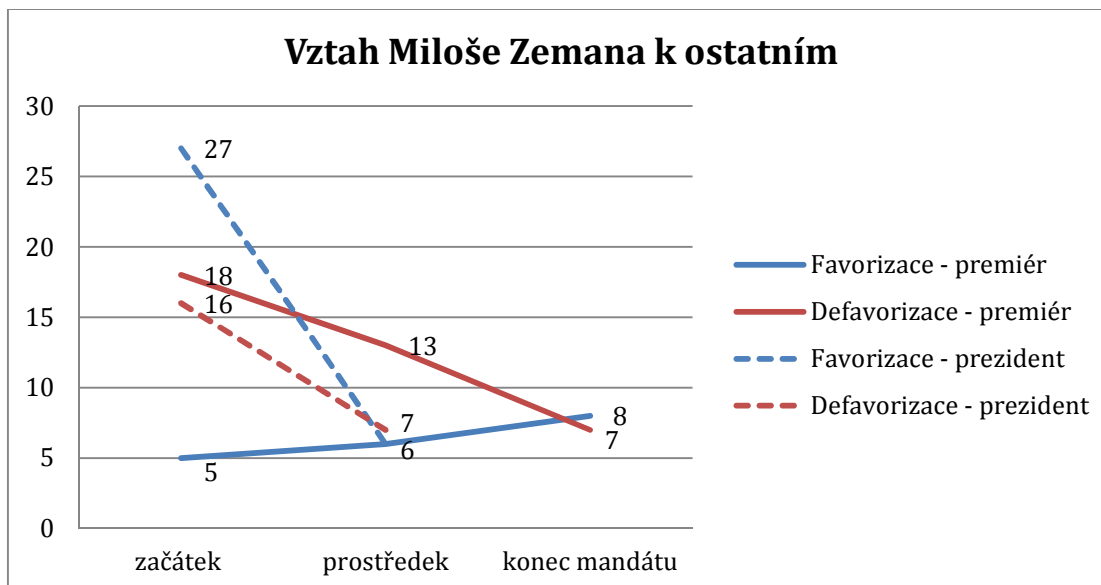
#### **Vztah Miloše Zemana k ostatním**

Výsledky analýzy ukázaly, že vývoj Zemanova vztahu k ostatním byl v premiérském a prezidentském období zcela odlišný. Ve funkci předsedy vlády Zeman ostatní častěji kritizoval než chválil. Rozdíl mezi favorizací a defavorizací se stále zmenšoval až v závěru období začala těsně převažovat favorizace. Po nástupu do prezidentského úřadu Zeman hodnotil ostatní častěji kladně, avšak v polovině mandátu začala těsně převažovat kritika. Jak v premiérském, tak v prezidentském období vyjadřoval



svůj vztah k ostatním nejčastěji na začátku mandátu, přičemž s postupem mandátu jej sděloval méně často.

**Graf č. 52: Komparace vztahu Miloše Zemana k ostatním**



Zdroj: vlastní zpracování.

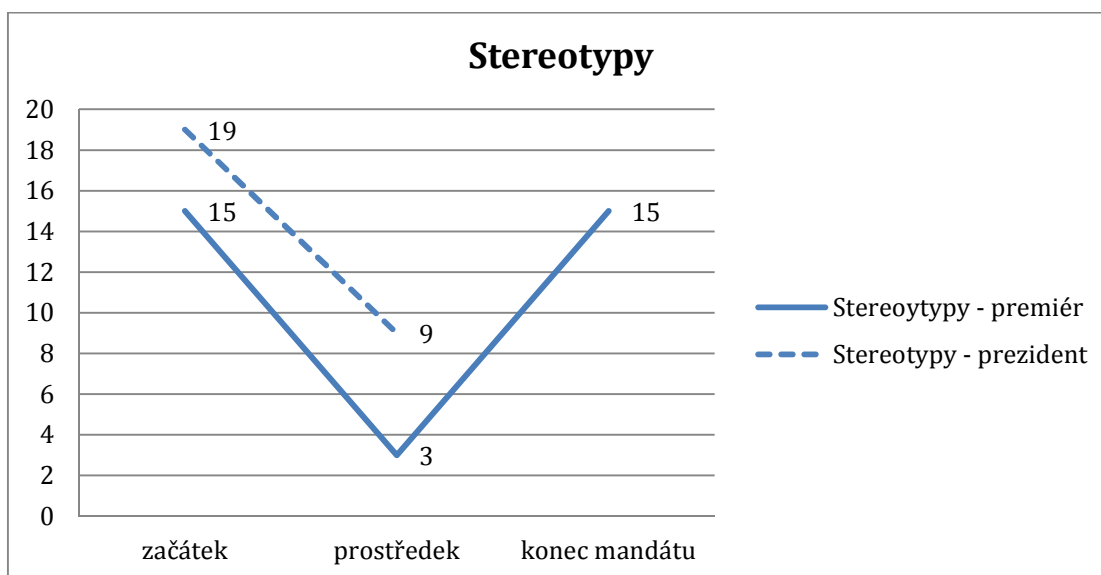
**H6: V obou sledovaných obdobích bude Miloš Zeman častěji kritizovat než chválit ostatní politické osobnosti, uskupení, známé osobnosti a veřejně uznávané osobnosti.**

V závěru období, v němž Miloš Zeman vykonával funkci předsedy vlády ostatní častěji hodnotil kladně než záporně. Hypotéza není platná ani pro prezidentské období, jelikož po nástupu do úřadu ostatní častěji favorizoval. Tato hypotéza byla vyvrácena.

### Stereotypy

Médií zveřejňované příspěvky téměř neobsahovaly stereotypy spojené s osobou Miloše Zemana. V případě, že média informovala o stereotypech, zmiňovala je až na drobné výjimky jako sekundární téma. Porovnáme-li první polovinu premiérského a prezidentského mandátu vidíme, že se stereotypy vyskytovaly častěji v prezidentském období. Nejčastěji o nich média informovala po nástupu Miloše Zemana do prezidentského úřadu. V polovině funkčního období se počet příspěvků značně snížil. V premiérském období byl zaznamenán obdobný vývoj, neboť média také nejčastěji upozorňovala na stereotypy na začátku mandátu, a uprostřed mandátu jejich počet značně klesl. V závěru období média informovala o Zemanových stereotypech stejně často jako na začátku. V budoucnu by bylo zajímavé sledovat, zda i na konci prezidentského období počet příspěvků obsahující stereotypy opět vzroste.

**Graf č. 53: Komparace stereotypů v příspěvcích**



Zdroj: vlastní zpracování.

**H7: Předpokládám, že v příspěvcích o Miloši Zemanovi se objeví stereotypy charakteristické pro jeho osobu.**

V médiích se objevovaly zmínky o všech stereotypech spojených s Milošem Zemanem. Sedmá hypotéza byla potvrzena.

**Nyní lze odpovědět na V03: Jak se proměnil mediální obraz Miloše Zemana, provedeme-li komparaci výše zmíněných vývojů mediálních obrazů?**

K zodpovězení poslední výzkumné otázky bylo analyzováno celkem 691 příspěvků. Po vyhodnocení analýzy bylo zjištěno, že po nástupu Miloše Zemana do funkce předsedy vlády byl zveřejněn s rozdílem jednoho příspěvku stejný počet příspěvků, jako když nastoupil do prezidentského úřadu. V obou obdobích měl počet příspěvků klesající tendenci, avšak v prezidentském období klesal víc. Během premiérského období a na začátku prezidentského období informovala o Miloši Zemanovi častěji tištěná média než média televizní. V polovině prezidentského mandátu se situace změnila a poprvé televizní média zveřejnila víc příspěvků než periodika. Z tištěných médií publikoval nejvíc článků deník Právo a z televizních médií odvysílala nejvíc reportáží ČT1. Během zkoumaného období publikovala tištěná média články o Miloši Zemanovi většinou na začátku deníků, tedy na prvních třech stranách. Naproti tomu televizní média zkoumaná v prezidentském období častěji zveřejňovala reportáže v pozdějším než třetím příspěvku. Média o Miloši Zemanovi informovala zejména prostřednictvím neutrálních příspěvků. U příspěvků s určitou konotací převažovaly negativně vyznívající příspěvky. Po nástupu

Zemana do prezidentské funkce byly zabarvené příspěvky zveřejňovány častěji než v době, kdy nastoupil do funkce předsedy vlády. Další rozdíl byl zaznamenán v polovině mandátu, zatímco uprostřed prezidentského období se počet negativních příspěvků snížil, v premiérském období naopak dosáhl vrcholu, s výjimkou začátku prezidentského mandátu převažovaly ve zkoumaném období příspěvky, v nichž Miloš Zeman dostal prostor vyjádřit svůj názor. V premiérském i prezidentském období byl Zeman objektem hodnocení především po nástupu do funkce, přičemž na začátku i uprostřed mandátu byl častěji kritizován než chválen. Svůj vztah k ostatním vyjadřoval nejčastěji také po zahájení funkcí. V době kdy vykonával funkci předsedy vlády ostatní v první polovině mandátu víc kritizoval, než chválil, kdežto po nástupu do funkce prezidenta vyjadřoval k ostatním z počátku spíš kladný vztah a v polovině funkčního období začala těsně převažovat kritika. Médii zveřejněné příspěvky téměř neobsahovaly stereotypy spojené se Zemanovou osobou a až na drobné výjimky byly zmiňované jako sekundární téma. V obou obdobích byl zaznamenán podobný vývoj, kdy se stereotypy objevovaly zejména na počátku mandátu a uprostřed mandátu se jejich počet výrazně snížil. Média o stereotypech informovala častěji v prezidentském období.

## Závěr

Práce se zabývala vývojem mediálního obrazu Miloše Zemana ve dvou obdobích, v nichž zastával vrcholné politické funkce, a sice funkci předsedy vlády a prezidenta. Cílem práce bylo zjistit, zda se mediální obraz Miloše Zemana v době, kdy vykonával funkci premiéra, liší od současného mediálního obrazu, který má jako prezident.

V teoretické části byl nabídnut všeobecný vhled do problematiky médií a jejich role, kterou plní ve společnosti a v politice. Rovněž bylo popsáno, jak je nahlíženo na objektivitu médií a vysvětleno, proč nelze dosáhnout úplné objektivity. Předtím, než byly představeny základní teorie, jež jsou aplikovány v rámci procesu konstrukce mediálního obrazu, se práce zabývala obrazem politiky v médiích, který je ovlivněn mediální logikou, v jejímž důsledku dochází k personalizaci a dramatizaci politiky.

V metodologické části byl zdůvodněn výběr kvantitativní mediální analýzy. Dále byl detailně popsán proces operacionalizace, prostřednictvím kterého byl vymezen výběrový soubor, a proces kódování, podle něhož byl výběrový soubor analyzován. K získání dostatečného množství relevantních příspěvků byla využita mediální databáze Anopress.

Analytická část sledovala vývoj mediálního obrazu Miloše Zemana ve dvou obdobích, zachycujících ho za prvé jako premiéra a poté jako prezidenta. Následně byly oba mediální obrazy komparovány. Ve zkoumaném období bylo zveřejněno 1 054 příspěvků, z nichž bylo 691 příspěvků vyhodnoceno jako relevantní a vhodné pro analýzu. V úvodu diplomové práce byly stanoveny tři výzkumné otázky, na které bylo odpovězeno v předchozích třech kapitolách, a které budou dále shrnuty.

### **VO1: Jak se vyvíjel mediální obraz Miloše Zemana ve vybraných médiích v době, kdy zastával funkci předsedy vlády?**

V daném období bylo analyzováno celkem 401 příspěvků. Počet příspěvků zveřejněných o Miloši Zemanovi měl v průběhu období klesající tendenci. Nejčastěji o předsedovi vlády informovala tištěná média, která zveřejnila 76 % všech příspěvků, nejvíc se na nich podílel deník Právo. Články byly většinou umístěné na začátku periodik, za který považujeme první tři strany deníků. Televizní média informovala o Miloši Zemanovi výrazně méně, nejčastěji se objevoval v reportážích ČT1. Během období média zveřejňovala především neutrální příspěvky. Příspěvků s negativním vyzněním bylo přibližně dvakrát víc než pozitivních příspěvků. Podle toho, jak se měnilo vyznění

příspěvků byla potvrzena teorie volebních cyklů. V médiích převažovaly příspěvky, v nichž byl Miloši Zemanovi poskytnut prostor, aby vyjádřil svůj názor. Tento prostor se během období zmenšoval, neboť poměr mezi příspěvků obsahující přímou řeč Miloše Zemana a příspěvků jež přímou řeč neobsahovaly, se vyrovnával. Co se týče hodnocení Miloše Zemana ze strany politických osobností, uskupení, známých osobností a veřejně uznávaných osobností předseda vlády byl častěji kritizován než chválen, akorát v závěru období převažovalo kladné hodnocení. Sám Zeman ostatní také častěji kritizoval a až při odchodu z politiky vyjadřoval více kladný vztah. Poslední analyzovanou proměnnou byly stereotypy, které média zdůrazňovala především na začátku a na konci mandátu.

## **VO2: Jak se vyvíjel mediální obraz Miloše Zemana ve vybraných médiích v době, kdy zastával funkci prezidenta?**

V rámci stále probíhajícího prezidentského období bylo analyzováno 290 příspěvků, jejichž počet se v průběhu období snižoval. Zatímco na začátku funkčního období o Miloši Zemanovi informovala nejčastěji tištěná média, v polovině mandátu o něm zveřejnila nejvíc příspěvků televizní média. Deníky většinou publikovaly články na prvních třech stranách, nejčastějším autorem bylo Právo. Televizní reportáže byly většinou odvysílány v pozdějším než třetím příspěvku, nejvíc reportáží zveřejnila ČT1. Během zkoumaného období média informovala o Miloši Zemanovi především prostřednictvím neutrálních příspěvků. Příspěvků s pozitivním vyzněním bylo přibližně o polovinu méně než negativně vyznívajících příspěvků. Deník Právo publikoval nejvíc článků vyvolávajících pozitivní konotaci, kdežto Mladá fronta DNES byla nejčastějším autorem článků s negativním vyzněním. Z televizních médií odvysílala televize Nova více pozitivně a negativně zabarvených reportáží než ČT1, jež zveřejňovala zejména neutrální příspěvky. Na začátku funkčního období převažovaly příspěvky, v nichž média neposkytla Miloši Zemanovi prostor vyjádřit názor a nezprostředkovala jeho přímou řeč. V polovině období se situace změnila a média nejčastěji zveřejňovala příspěvky obsahující jeho přímé vyjádření. Po vyhodnocení analýzy bylo zjištěno, že prezident byl více kritizován než chválen. Naproti tomu on sám zpočátku vyjadřoval spíše kladný vztah k ostatním, avšak v polovině mandátu už byl více kritický. Na Zemanovy stereotypy média nejčastěji upozorňovala zpočátku prezidentského období, uprostřed období se vyskytovaly přibližně v polovině příspěvcích.

### **VO3: Jak se proměnil mediální obraz Miloše Zemana, provedeme-li komparaci výše zmíněných vývojů mediálních obrazů?**

K zodpovězení poslední výzkumné otázky bylo analyzováno celkem 691 příspěvků. Po nástupu Miloše Zemana do prezidentské funkce o něm byl zveřejněn s rozdílem jednoho příspěvku stejný počet příspěvků jako před 15 lety, kdy nastoupil do úřadu předsedy vlády. V průběhu obou období se počet příspěvků snižoval, avšak v prezidentském období se snížil více. S výjimkou období uprostřed prezidentského mandátu zveřejnila největší počet příspěvků tištěná média, z nichž nejvíc dominoval deník Právo. Periodika většinou publikovala články o Miloši Zemanovi na začátku deníků, tedy na prvních třech stranách. V polovině prezidentského období byl výrazný nárůst televizních příspěvků. Televizní média většinou zveřejňovala reportáže v pozdějším než třetím příspěvku. Miloš Zeman se nejčastěji objevoval v reportážích ČT1. Média o Miloši Zemanovi informovala zejména prostřednictvím neutrálních příspěvků. U příspěvků s určitou konotací převažovaly negativně vyznívající příspěvky. Po nástupu do prezidentské funkce o něm média zveřejňovala častěji zabarvené příspěvky, než když nastoupil do funkce předsedy vlády. Další rozdíl byl zaznamenán v polovině mandátu, zatímco uprostřed prezidentského období se počet negativních příspěvků snížil, v premiérském období naopak dosáhl vrcholu. Co se týče prostoru, který média Miloši Zemanovi poskytla, aby vyjádřil svůj názor, tak kromě začátku prezidentského mandátu převažovaly příspěvky, které zprostředkovávaly Zemanovu přímou řeč. Po vyhodnocení analýzy bylo také zjištěno, že v obou obdobích byl na začátku i uprostřed mandátu častěji kritizován než chválen. Ve funkci předsedy vlády Miloš Zeman ostatní také častěji kritizoval, avšak po nástupu do úřadu prezidenta vyjadřoval k ostatním spíše kladný vztah, v polovině mandátu ale začal být opět víc kritický. Poslední sledovanou proměnnou byly stereotypy, o nichž média informovala častěji v prezidentském období, nicméně jejich vývoj byl v obou obdobích podobný. Média na stereotypy upozorňovala zejména po nástupu do funkce, přičemž v polovině mandátu se jejich počet výrazně snížil.

Závěrem lze konstatovat, že mediální obraz Miloše Zemana ve funkci premiéra a prezidenta byl stejný či velmi podobný z hlediska počtu zveřejněných příspěvků, který v obou obdobích klesal a také jejich umístěním na začátku periodik. V obou obdobích média nejčastěji informovala o Miloši Zemanovi prostřednictvím neutrálních příspěvků a u příspěvků s určitou konotací převažovaly negativně vyznívající příspěvky. Obě porovnávaná období se shodovala i z hlediska častější kritiky Miloše Zemana ze strany

ostatních osobností a zdůrazňováním Zemanových stereotypů zejména po nástupu do funkcí. Naopak období se lišila po zahájení prezidentského mandátu, kdy média zveřejňovala zabarvené příspěvky častěji než když nastoupil do funkce předsedy vlády. Další rozdíl ve vyznění byl zaznamenán v polovině mandátů, zatímco uprostřed prezidentského období se počet negativních příspěvků snížil, v premiérském období dosáhl vrcholu. V obou obdobích média Miloši Zemanovi poskytovala různý prostor k vyjádření, přičemž nejméně prostoru mu věnovala na začátku prezidentského mandátu. Období se rovněž odlišovala z hlediska Zemanova vztahu k ostatním, kdy po nástupu do prezidentské funkce vyjadřoval k ostatním častěji kladný vztah.

## Summary

This thesis deals with the development of the media image of Miloš Zeman in the two terms in which he held the most significant political functions, namely the prime minister and the president. The aim was to find out whether the media image of Miloš Zeman at a time when he served as prime minister differs from the current media image that he now has as president.

In the theoretical part there was presented a general insight into the problems of mass media and its role, which is performed by it in society and politics. As well as it was described how the mass media objectivity is considered and explained why the absolute objectivity could not be attained. Before than there were introduced the principal theories, applied within the process of the media image construct, the thesis had dealt with the image of politics in mass media, which is influenced by the media logic, as a consequence of it there comes to personalization and dramatization of politics.

In the methodological part there were given reasons for selection of the quantitative media analysis. Furthermore there was described comprehensively the process of operationalization, by which it was defined the selection complex and the coding process, according to which the mentioned complex was analysed. In order to obtain a sufficient number of relevant contributions it was utilized the Anopress media database.

The analytic part monitored the Miloš Zeman's media image development in two periods, firstly portraying him as the prime minister and then as the president. Subsequently the both media images were compared. In the analysed period there were published 1 054 contributions, from them 691 ones were evaluated as to be relevant and suitable for the analysis.

In conclusion we can state that the media image of Miloš Zeman in the office of the prime minister and the president was the same or very similar in terms of the published contributions, whose number decreased in the both periods and as well from the angle of their location on the front pages of their periodicals. In the both terms the mass media informed most often about Miloš Zeman via neutral contributions and in the case of the articles with some connotation the negatively ones prevailed. The both compared terms agreed with as well as on a more frequent criticism of Miloš Zeman on the part of the other personalities and on highlighting the Zeman's stereotypes particularly after acceding to the offices. On the contrary the terms differed from one another after the commencement of



the presidency mandate, when the mass media published the shaded contributions more often than when he took the Prime Minister office. Another difference in impact was recorded in a half of the mandates, while in the middle of the presidency mandate the number of negative contributions decreased, in the prime minister's period it reached the top. In the both periods the mass media provided Miloš Zeman with a various space for his opinion, and the least space was devoted to him at the presidency mandate commencement. As well the periods distinguished in terms of Miloš Zeman's relationship to the other persons, when after taking the presidency office he expressed more often a positive relationship to the other people.

## Použitá literatura

### Monografie

- BURTON, Graeme. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister, 2001. Studium. ISBN 80-859-4767-6.
- ČERVENKA, Jan. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008. ISBN 978-80-7330-151-4.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.
- JIRÁK, Jan a Blanka ŘÍCHOVÁ. *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-246-0182-6.
- MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.
- MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Překlad Hana Antonínová. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-717-8840-6.
- MCQUAIL, Denis. *Media performance: mass communication and the public interest*. Newbury Park, Calif.: Sage Publications, 1992. ISBN 08-039-8295-X.
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.
- OSVALDOVÁ, Barbora. *Vytrženo z kontextu*. Brno: Tribun EU, 2009. Knihovnicka.cz. ISBN 978-80-7399-836-3.
- POGUNTKE, Thomas a Paul WEBB (eds.). *The presidentialization of politics: a comparative study of modern democracies*. Oxford: Oxford University Press, 2005. Comparative politics (Oxford University Press). ISBN 01-992-5201-7.
- REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-717-8926-7.
- SHOEMAKER, Pamela J. a Stephen D. REESE. *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. 2nd ed. White Plains, N.Y.: Longman, c1996. ISBN 08-013-1251-5.

SCHULZ, Winfried a Barbara KÖPPLOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 1998. ISBN 80-718-4548-5.

SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3., nezměn. vyd. Překlad Barbara Köpplová. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4.

ŠARADÍN, Pavel. *Teorie voleb druhého řádu a možnosti jejich aplikace v České republice*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008. ISBN 978-80-244-1876-6.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7096-8.

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

## Odborné články

HARCUP, Tony a Deidre O'NEILL. *What Is News? Galtung and Ruge revisited*. *Journalism studies*. 2001, Volume 2, Issue 2, 261-280.

JEŘÁBEK, Hynek, Jan ROSSLER, Pavel SKLENARŽÍK. 2013. „Mediální obraz Karla Schwarzenberga v tištěných denících před prezidentskými volbami 2013.“ *Naše společnost* 11 (2): 3-15, <http://dx.doi.org/10.13060/1214-438X.2013.11.2.1>.

VOLEK, Jaromír. Mediální obraz ve volební kampani In: 22. *konference Člověk a média: Mediální obraz politiky(a)* [online]. Praha: 18. 4. 2013 [cit. 2016-05-08]. Dostupné z: [http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm\\_2013\\_jaro.pdf](http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2013_jaro.pdf).

## Elektronické zdroje

*Anopress IT* [online]. [cit. 2016-05-12]. Dostupné z: <http://www.anopress.cz>.

100 dnů v prezidentském úřadu. *Newton media* [online]. 2013 [cit. 2016-05-07]. Dostupné z: <http://www.newtonmedia.cz/cs/mediainfo-cz/analyzy/100-dnu-v-prezidentskem-uradu/detail>.

Mediální politické osobnosti roku 2015. *Newton media* [online]. 2015 [cit. 2016-05-07]. Dostupné z: <http://www.newtonmedia.cz/cs/mediainfo-cz/analyzy/medialni-politicke-osobnosti-roku-2015/detail>.

Nejsledovanější byla loni opět Nova před ČT a Primou. *Lidovky.cz* [online]. [cit. 2016-02-04]. Dostupné z: [http://byznys.lidovky.cz/nejsledovanejsi-byla-loni-opet-nova-pred-ct-a-primou-f9d-/media.aspx?c=A150101\\_174847\\_ln-media\\_rof](http://byznys.lidovky.cz/nejsledovanejsi-byla-loni-opet-nova-pred-ct-a-primou-f9d-/media.aspx?c=A150101_174847_ln-media_rof).

TV Nova slaví 20 let od svého vzniku. *Pressweb* [online]. [cit. 2016-05-08]. Dostupné z: <http://pressweb.nova.cz/clanek/tiskovezpravy/tv-nova-slavi-20-let-od-sveho-vzniku.html>.

## **Novinové články**

- Česko se nepřipojí k žalobě proti kvótám, řekl Sobotka*, Právo, 30. 11. 2015.
- Do česko-německé bitvy slov se zapojil i kancléř Kohl*, Mladá fronta DNES, 5. 8. 1998.
- Dvanáct hvězd nad Prahou, dál odolává britská královna*, Mladá fronta DNES, 3. 4. 2013.
- Foto - kreslený komiks*, Právo, 29. 4. 2002.
- Guvernérem ČNB bude Zdeněk Tůma*, Právo, 22. 11. 2000.
- Hájek: Zeman kolaboruje jako Hácha*, Mladá fronta DNES, 3. 4. 2013.
- Jsou slabí, ale ponižovat je nebudeme*, Mladá fronta DNES, 26. 6. 2002.
- Kalousek: Zeman opovrhuje svobodami*, Právo, 22. 5. 2013.
- Klaus se štítí sedět v kanceláři, jež je cítit kouřem po Zemanovi*, Právo, 29. 7. 1998.
- Komunisté zajedno se Zemanem proti vládě 101*, Právo, 19. 6. 2002.
- Listopad ve stínu atentátů*, Mladá fronta DNES, 18. 11. 2015.
- Ministrům chybí šarm a přesvědčivé vystupování*, Mladá fronta DNES, 9. 9. 1998.
- Motejl hodlá oznámit rezignaci*, Mladá fronta DNES, 2. 10. 2000.
- Naostro: Zeman přál ODS stříbro*, Mladá fronta DNES, 10. 6. 2002.
- Naším úkolem je zabránit výbuchu časované bomby, říká nový premiér*, Mladá fronta DNES, 20. 7. 1998.
- Opačný názor nesmí být označován nálepkami*, Právo, 18. 11. 2015.
- Policie obvinila odpůrce islámu Konvičku*, Právo, 25. 11. 2015.
- Porážka politiky semkla*, Právo, 23. 9. 2015.
- Poslanec, jemuž leží sociálnědemokratická ves u nohou*, Mladá fronta DNES, 24. 4. 2002.
- Pravice výjimečně chválila vládu*, Právo, 16. 9. 2015.
- Právníci a soudci se shodli: Je to pestrý skvělý výběr*, Právo, 27. 3. 2013.
- Putna se bránil sprostotě*, Mladá fronta DNES, 22. 5. 2013.
- Rakouští aktivisté na týden přeruší blokády hranic*, Právo 16. 10. 2000.
- Schling podepsal smlouvu s Izraelci o výstavbě dálnice D47*, Právo, 26. 6. 2002.

*Schwarzenberg předal žezlo Kalouskovi*, Právo, 30. 11. 2015.

*Soc. Demokraté se distancují od vztahu Zemana k novinářům*, Právo, 9. 10. 2000.

*Šťastný Zeman: Naplnil jsem svůj život*, Mladá fronta DNES, 12. 6. 2002.

*Trenky? Jen začátek*, Mladá fronta DNES, 21. 9. 2015.

*Zeman přitlačil Schwarzenberga. Nečas ministra podpořil i potupil*, Právo, 24. 4. 2013.

*Zeman: s migranty přichází i teroristé*, Právo, 25. 11. 2015.

*Zeman: s Pickem přišel na obranu odborník*, Právo, 20. 3. 2013.

*Zeman se loučil s poslanci kritikou novinářů*, Mladá fronta DNES, 24. 4. 2002.

*Zeman viní své kritiky z volební porážky*, Právo, 27. 11. 2000.

*Zeman vulgární výroky vůči Havlovi popírá*, Právo, 4. 12. 2000.

*Zemanovým „apoštolům“ šéfuje Štengl*, Právo, 25. 3. 2013.

*Zemanův odchod má stvrdit rakev*, Právo, 29. 4. 2002.

## **Televizní reporáže**

*Boj o rozpočet v Poslanecké sněmovně*. Televizní noviny. TV, Nova, 9. 9. 2015.

*Boj s teroristy: prezident Zeman kritizoval OSN*. Televizní noviny. TV, Nova, 30. 9. 2015.

*Den vzniku samostatného Československa*. Události. TV, ČT1, 28. 10. 2015.

*Kompromitující dokumenty proti ODS*. Události. TV, ČT1, 28. 9. 1998.

*Korunovační klenoty už jsou zpět v trezoru*. Televizní noviny. TV, Nova 20. 5. 2013.

*Miloš Zeman chce na jaře odstoupit z funkce*. Události. TV, ČT1, 13. 11. 2000.

*Miloš Zeman má nového ochránce*. Televizní noviny. TV, Nova 22. 4. 2013.

*Miloš Zeman poprvé hostem ve Strakově akademii*. Televizní noviny. TV, Nova. 20. 3. 2013.

*Prezident už je zdrav jako rybička*. Televizní noviny. TV, Nova 13. 5. 2013.

*Prezident Zeman se v USA opět setká s Putinem?* Televizní noviny. TV, Nova, 28. 9. 2015.

*První ruské údery v Sýrii*. Události. TV, ČT1, 30. 9. 2015.

*Případ Putna mění pravomoci.* Události. TV, ČT1, 22. 5. 2013.

*Reakce na 17. listopad.* Události. TV, ČT1, 18. 11. 2015.

*Sociální demokracie s H-System.* Události. TV, ČT1, 4. 12. 2000.

## **Seznam obrázků a grafů**

Obrázek č. 1: Westerstáhlovo schéma objektivní

Obrázek č. 2: Hlavní atributy konstrukce mediálního obrazu

Graf č. 1: Porovnání prodaného nákladu celostátních deníků v letech 1998 a 2015

Graf č. 2: Podíl televizních stanic na celkové sledovanosti v ČR v letech 1998 - 2015

Graf č. 3: Počet příspěvků – premiér začátek mandátu

Graf č. 4: Pořadí příspěvků – premiér začátek mandátu

Graf č. 5: Vyznění příspěvků – premiér začátek mandátu

Graf č. 6: Přímá řeč v příspěvcích – premiér začátek mandátu

Graf č. 7: Hodnocení Miloše Zemana a vztah Miloše Zemana k ostatním – premiér začátek mandátu

Graf č. 8: Stereotypy v příspěvcích – premiér začátek mandátu

Graf č. 9: Počet příspěvků – premiér prostředek mandátu

Graf č. 10: Pořadí příspěvků – premiér prostředek mandátu

Graf č. 11: Vyznění příspěvků – premiér prostředek mandátu

Graf č. 12: Přímá řeč v příspěvcích – premiér prostředek mandátu

Graf č. 13: Hodnocení Miloše Zemana a vztah Miloše Zemana k ostatním – premiér prostředek mandátu

Graf č. 14: Počet příspěvků – premiér konec mandátu

Graf č. 15: Pořadí příspěvků – premiér konec mandátu

Graf č. 16: Vyznění příspěvků – premiér konec mandátu

Graf č. 17: Přímá řeč v příspěvcích – premiér konec mandátu

Graf č. 18: Hodnocení Miloše Zemana a vztah Miloše Zemana k ostatním – premiér konec mandátu

Graf č. 19: Stereotypy v příspěvcích – premiér konec mandátu

Graf č. 20: Vývoj počtu příspěvků v premiérském období

Graf č. 21: Vývoj pořadí příspěvků v premiérském období

- Graf č. 22: Vývoj vyznění příspěvků v premiérském období
- Graf č. 23: Vývoj přímé řeči v příspěvcích v premiérském období
- Graf č. 24: Vývoj hodnocení Miloše Zemana v premiérském období
- Graf č. 25: Vývoj vztahu Miloše Zemana k ostatním v premiérském období
- Graf č. 26: Vývoj stereotypů v příspěvcích v premiérském období
- Graf č. 27: Počet příspěvků – prezident začátek mandátu
- Graf č. 28: Pořadí příspěvků – prezident začátek mandátu
- Graf č. 29: Vyznění příspěvků – prezident začátek mandátu
- Graf č. 30: Přímá řeč v příspěvcích – prezident začátek mandátu
- Graf č. 31: Hodnocení Miloše Zemana a vztah Miloše Zemana k ostatním – prezident začátek mandátu
- Graf č. 32: Stereotypy v příspěvcích – prezident začátek mandátu
- Graf č. 33: Počet příspěvků – prezident prostředek mandátu
- Graf č. 34: Pořadí příspěvků – prezident prostředek mandátu
- Graf č. 35: Vyznění příspěvků – prezident prostředek mandátu
- Graf č. 36: Přímá řeč v příspěvcích – prezident prostředek mandátu
- Graf č. 37: Hodnocení Miloše Zemana a vztah Miloše Zemana k ostatním – prezident prostředek mandátu
- Graf č. 38: Stereotypy v příspěvcích – prezident prostředek mandátu
- Graf č. 39: Vývoj počtu příspěvků v prezidentském období
- Graf č. 40: Vývoj pořadí příspěvků v tištěných médiích v prezidentském období
- Graf č. 41: Vývoj pořadí příspěvků v televizních médiích v prezidentském období
- Graf č. 42: Vývoj vyznění příspěvků v prezidentském období
- Graf č. 43: Vývoj přímé řeči v příspěvcích v prezidentském období
- Graf č. 44: Vývoj hodnocení Miloše Zemana v prezidentském období
- Graf č. 45: Vývoj vztahu Miloše Zemana k ostatním v prezidentském období
- Graf č. 46: Vývoj stereotypů v příspěvcích v prezidentském období
- Graf č. 47: Komparace počtu příspěvků
- Graf č. 48: Komparace pořadí příspěvků
- Graf č. 49: Komparace vyznění příspěvků
- Graf č. 50: Komparace přímé řeči v příspěvcích
- Graf č. 51: Komparace hodnocení Miloše Zemana
- Graf č. 52: Komparace vztahu Miloše Zemana k ostatním
- Graf č. 53: Komparace stereotypů v příspěvcích