

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra Mediálních studií

Radka Nováková

**Mediální obraz prezidentských kandidátů před
volbami 2008**

Bakalářská práce

Praha 2009

Autor práce: **Radka Nováková**

Vedoucí práce: **PhDr. Jan Křeček**

Oponent práce:

Datum obhajoby: **2009**

Hodnocení:

Bibliografický záznam

NOVÁKOVÁ, Radka. *Mediální obraz prezidentských kandidátů před volbami 2008*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Katedra Mediálních studií, 2009. 50 s. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jan Křeček.

Anotace

Tato bakalářská práce „*Mediální obraz prezidentských kandidátů před volbami 2008*.“ se zabývá prezentací prezidentských kandidátů před volbami v roce 2008. Práce se zaměřuje na dva seriózní celostátní deníky Mladá fronta Dnes a Právo v období od 1. – 15. 2. 2008. Pomocí obsahové analýzy zkoumám jednotlivé deníky, jejich vztah ke kandidátům, rozdíly v prezentaci a věnované pozornosti každému z nich. Největší pozornost věnuji objektivitě, vyváženosti a nestrannosti.

Annotation

My bachelor thesis called „Media image of president candidates before president elections 2008“ is dealing with president candidates presentation before elections in 2008. My thesis mainly concentrates on two nation-wide journals Mladá fronta Dnes and Právo in period from 1st February till 15th February 2008. I am analyzing both of these daily-journals in details, their relation towards president candidates, differences in their self-presentation and attention towards them. I mainly concentrate on objectivity, equilibrium and fairness.

Klíčová slova

Volby, objektivita, analýza, prezidentský kandidát, seriózní deníky.

Keywords

Election, objectivity, analysis, presidential candidate, a serious newspapers.

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti i pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 15. 5. 2009

Radka Nováková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu práce PhDr. Janu Křečkovi za neocenitelnou pomoc při vypracování této bakalářské práce.

OBSAH

1. Úvod.....	1
2. Charakteristika deníků.....	2
2.1. Mladá fronta Dnes.....	2
2.2. Právo.....	3
2.3. Srovnání deníků.....	3
2.3.1. Náklad.....	4
2.3.2. Čtenost.....	4
2.3.3. Důvěryhodnost uváděných informací.....	5
2.4. Profil čtenářů.....	7
2.4.1. Profil čtenářů Mladé fronty Dnes.....	7
2.4.2. Profil čtenářů Práva.....	8
2.4.3. Porovnání profilů.....	8
3. Politické strany.....	9
3.1. ODS.....	9
3.2. ČSSD.....	9
3.3. KSČM.....	10
4. Volba prezidenta.....	11
4.1. Kdo je prezident.....	11
4.2. Pravomoci.....	11
4.3. Jak probíhá volba.....	11
5. Volba jako komunikační proces.....	13
6. Pojem objektivita.....	16
6.1. Požadavky na chování médií.....	16
6.2. Objektivita, vyváženost, nestrannost.....	16
7. Kvantitativní obsahová analýza.....	18

7.1. Metoda.....	18
7.2. Základní výzkumné téma.....	19
7.3. Výzkumné hypotézy.....	19
7.4. Základní výběrový soubor.....	19
7.5. Kódovací jednotka.....	20
7.6. Charakteristika proměnných.....	20
7.6.1. Identifikační proměnné.....	21
7.6.2. Analytické proměnné.....	21
7.7. Zpracování dat.....	23
7.8. Interpretace výsledků.....	24
7.8.1. Interpretace výsledků hypotézy č. 1.....	25
7.8.2. Interpretace výsledků hypotézy č. 2.....	27
7.8.3. Shrnutí.....	31
8. Závěr.....	33
9. Resumé.....	35
10. Prameny a literatura.....	36
11. Seznam grafů, tabulek a obrázků.....	38
12. Seznam příloh.....	39
13. Přílohy.....	40

1. Úvod

Každé volby jsou pro politické strany velice důležité. I když v prezidentských volbách nemají občané možnost vyjádřit svůj názor, jedná se o celostátně velmi prestižní a sledovanou událost. Kandidáti jsou často podporováni některou z parlamentních stran a jsou se stranou veřejně spojováni. Prostřednictvím publicity věnované předvolebnímu období mohou politické strany představit svoje cíle, prezentovat své názory a oslovit potencionální voliče.

Na média jsou v tomto období kladeny obzvláště vysoké nároky, zejména na zpravodajství v seriózních médiích. U tohoto druhu zpravodajství nejčastěji pozorovatelé sledují oblast objektivitu, vyváženosti a nestrannosti.

V této bakalářské práci je také objektivita jedním z nejsledovanějších jevů, a to jak ve vztahu k médiím obecně, tak i s důrazem na dva vybrané seriózní celostátní deníky Mladá fronta Dnes a Právo, konkrétně na rubriku domácí zpravodajství. Mezi těmito dvěma deníky jsou již historicky značné rozdíly jak v politických preferencích, tak i v profilu čtenářů, což má podle mého názoru vliv i na obsahy jednotlivých deníků. Tento předpoklad je druhým nejsledovanějším jevem v této práci.

Kromě samotné analýzy relevantních textů jsou součástí této práce i pasáže věnované souvisejícím tématům, která jsou důležitá pro utvoření komplexního pohledu na zkoumanou problematiku. V těchto pasážích se objeví témata jako charakteristika zkoumaných deníků, informace o politických stranách, které podporovaly jednotlivé kandidáty, informace o prezidentském postu a samotné volbě, pojem objektivita, nebo téma vztahu médií a politiky.

Část samotné analýzy je rozdělena na dvě pomyslné pasáže. V první části je popsána metoda analýzy, její výhody a přesný postup obsahující definici základního výzkumného vzorku, kódovacích jednotek, nebo také jednotlivých použitých proměnných. V druhé části jsou prezentovány výsledky analýzy. Výsledky jsou porovnávány se základními hypotézami a zjištěné závěry jsou znázorněny nejen pomocí textu, ale také pomocí tabulek a grafů, které jsou díky své přehlednosti výhodné pro jasnou artikulaci konečných závěrů.

2. Charakteristika deníků

2.1. Mladá Fronta Dnes

Mladá fronta Dnes jsou největší seriózní noviny v ČR s více než 1,2 miliony čtenářů. „A jako takové přinášejí svým čtenářům a inzerentům také nejširší nabídku rubrik a příloh. Cílem našeho listu je podávat svým čtenářům pravdivý a plnohodnotný obraz o světě, ve kterém žijí. Součástí tohoto obrazu musí být rychlé a kvalitní zpravodajství, stejně jako užitečné servisní informace a oddechové čtení ve specializovaných přílohách.“¹ Každý den najdete v Mladé frontě Dnes zpravodajství z domova i ze světa, komentáře a publicistiku, ekonomiku a kulturu, sport, kompletní zpravodajství z vašeho regionu i jednotlivých okresů, regionální sport s výsledkovým servisem, televizní program.²

Tak o sobě v současnosti mluví deník pod vedením šéfredaktora Roberta Časenského, který navázal na tradici a čtenářskou základnu listu Mladá fronta, který byl založen roku 1945, kdy vzniklo mládežnické nakladatelství Mladá fronta a začalo vydávat stejnojmenný deník. V prvních letech poválečného období se jednalo o nestranický list bez výraznějšího politického zaměření. V roce 1953 ale přešel deník pod správu ústředního výboru Československého svazu mládeže a roku 1970 vycházel jako oficiální deník Socialistického svazu mládeže (SSM).

Krátce po listopadu 1989 přešel list dočasně zpět pod vydavatelství Mladá fronta. Výsledkem revolty tehdejší redakce byl vznik společnosti Mladá fronta, která počátkem září 1990 začala vydávat deník pod názvem Mladá fronta Dnes.³ Nyní je deník Mladá fronta Dnes součástí Mediální skupina MAFRA, která sdružuje pod svou střechou produkty ze všech oblastí mediálního trhu. Majoritním vlastníkem je od roku 1994 německý holding Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft. Vydavatelství bylo založeno roku 1946 a jeho hlavním produktem je deník Rheinische Post. Průměrný denní prodaný náklad činí 417.000 výtisků a čte jej 1,2 milionu čtenářů.

Předsedou představenstva mediální skupiny MAFRA je Dr. Karl Hans Arnold. Mediální skupina zaměstnává v současné době přibližně 1.100 zaměstnanců.⁴

¹ Mediální skupina MAFRA [online]. Dostupný z WWW: <<http://sluzby.mafra.cz/priloha/deniky.pdf>>.

² Mediální skupina MAFRA [online]. Dostupný z WWW: <<http://sluzby.mafra.cz/priloha/deniky.pdf>>.

³ BEDNAŘÍK, Petr. Český tisk v letech 1945 – 1948. Praha: Matfyzpress, 2004.

2.2. Právo

Deník Právo začal vycházet v roce 1920 v Lidovém domě v Hyberské ulici pod názvem Rudé právo jako stranický list Komunistické strany československé KSČ. V průběhu svého působení na mediální scéně byl několikrát pozastaven a přispívaly do něj různé významné osobnosti jako Julius Fučík, který se angažoval v ilegálním Rudém právu nebo Jan Šverma, který byl i jedním z šéfredaktorů. V roce 1948 po sloučení KSČ se sociální demokracií došlo i ke sloučení stranických deníků Rudé právo a Právo lidu. Nadále se Rudé právo považovalo i za nástupce socialistického stranického listu. V letech 1948 – 1989 bylo Rudé právo nejčtenějším listem v zemi s nákladem přesahujícím dva miliony výtisků a patřilo k základním prostředkům komunistické propagandy.

Na podzim 1989 nahradil komunistického šéfredaktora Zdeňka Hořeního jeho zástupce Zdeněk Porybný, jenž se později stal majitelem listu a od roku 1991 vydával Rudé právo jako nezávislé noviny. Přesto se Právo, jak se list během roku 1995 přejmenoval, stále profiluje jako levicový deník a dle stranického klíče má nejbližší k sociální demokracii. V současné době je šéfredaktorem Práva stále Zdeněk Porybný a z komunistického listu se staly druhé nejčtenější celostátní noviny. Kromě obvyklých rubrik najdeme v deníku Právo i různé přílohy jako například Extra sport, Styl pro ženy, Zdravé rady, Na cestách, Věda a technika nebo týdenní příloha Firma, která je zaměřená na podnikání s důrazem na malé a střední firmy a několik dalších.⁵

2.3. Srovnání deníků Mladá fronta Dnes a Právo

Toto porovnání jsem zařadila, abych poukázala na postavení jednotlivých deníků na českém trhu. Zajímá mě, jaký mají deníky náklad, jakou čtenost, jaké vlastnosti svých čtenářů považují za důležité a jak je vidí sami čtenáři. Na to, jaký typ čtenářů deník vyhledává, mají vliv i rozdíly, které mezi sebou deníky mají po celou dobu jejich historie zejména z oblasti politických preferencí. O těchto rozdílech se můžete dočíst výše v této kapitole, proto již dále zmiňovány nebudou.

2.3.1. Náklad

⁴ Mediální skupina MAFRA [online]. Dostupný z WWW: <http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_o-spolecnosti_portret-spolecnosti.htm>.

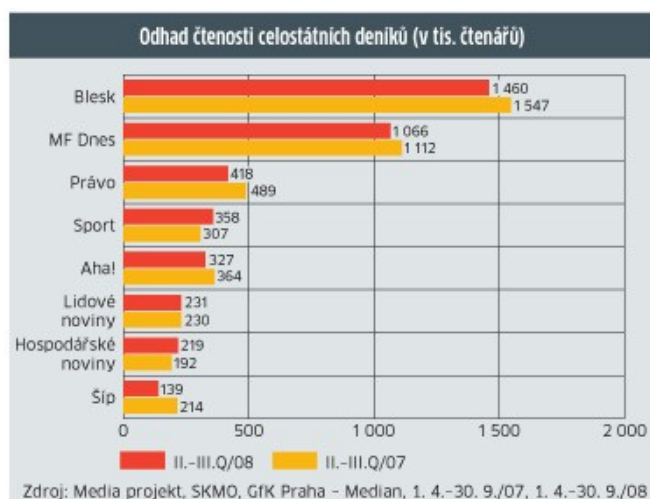
⁵ Deník Právo [online]. Dostupný na WWW: <<http://pravo.novinky.cz/inzerce/prilohy.php>>.

Podle kanceláře ABC ČR dosáhl v květnu 2008 prodaný náklad deníku Mladá fronta Dnes 290 820 výtisků a deníku Právo 143 287 výtisků. Z toho vyplývá, že Mladá fronta Dnes je prodávanější než Právo o 34%.⁶

2.3.2. Čtenost

Týdeník Marketing & Média uvedl výzkum, jehož výsledky jsou uvedeny v grafu č. 1. Na základě tohoto výzkumu můžeme konstatovat, že v druhém a třetím kvartálu roku 2008 četlo deník Mladá fronta Dnes téměř o 44 % více čtenářů než deník Právo. Mladou frontu Dnes ve sledovaném období četlo 1 066 000 čtenářů a Právo 418 000 čtenářů. Můžeme si všimnout, že Právo má velký odstup od Mladé fronty Dnes. Naopak rozdíl mezi Právem a dalšími periodiky už tak výrazný není. Na základě těchto údajů můžeme tvrdit, že Mladá fronta Dnes má výsadní postavení na mediálním trhu.⁷

Graf 1: Odhad čtenosti celostátních deníků



Zdroj: VOJTĚCHOVSKÁ, Martina; KARTÁKOVÁ, Zuzana. Časopis Marketing & Média (<http://ihned.cz/mail/0/30068370>)

2.3.3. Důvěryhodnost informací

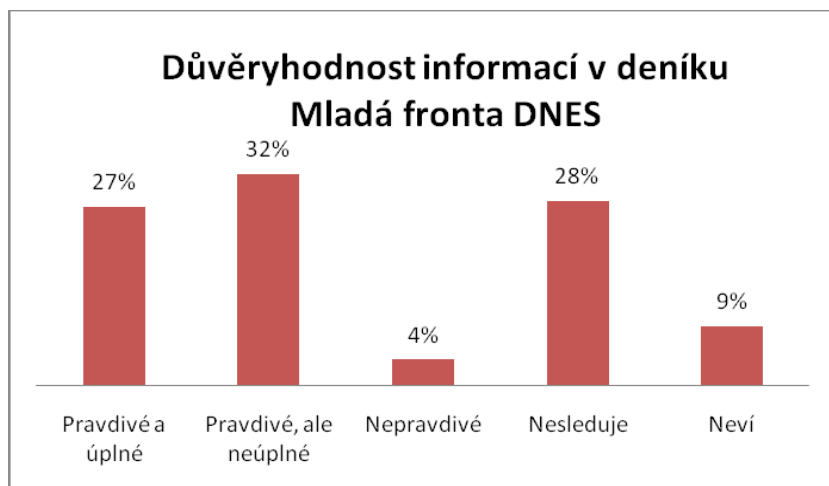
Podle názoru dotázaných respondentů výzkumu veřejného mínění jsou informace uveřejněné v Mladé frontě DNES na 27% pravdivé a úplné. Dalších 32 % dotazovaných označilo informace za sice pravdivé, ale neúplné. Naproti tomu informace v deníku Právo označilo jako pravdivé 39% respondentů (z toho 14% odpovědělo pravdivé a úplné a 25%

⁶ POCHMAN, Jan. Časopis ABC ČR. Deníky - prodaný náklad za květen 2008. Dostupný na WWW: <http://www.superonline.cz/clanek/1949-deniky_prodany_naklad_za_kveten_2008.htm>.

⁷ VOJTĚCHOVSKÁ, Martina; KARTÁKOVÁ, Zuzana. Časopis Marketing & Média. Praha: Economia, 2008. Dostupný na WWW: <<http://ihned.cz/mail/0/30068370>>.

pravdivé, ale neúplné), jak můžeme vidět v grafech č. 2 a č. 3.⁸ Tento výzkum byl proveden Centrem pro výzkum veřejného mínění Sociologickým ústavem AV ČR v roce 2007. I přes starší datum vyhotovení průzkumu jsou podle mého názoru zjištěné údaje dostatečně reprezentativní ve vztahu ke zkoumanému období.

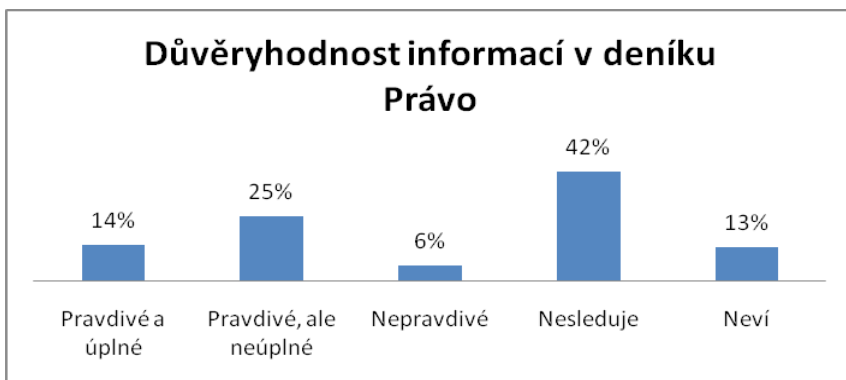
Graf 2: Hodnocení informací v deníku Mladá fronta Dnes



Zdroj: ŠKODOVÁ, Markéta. Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR. Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologický ústav AV ČR [online]. Dostupný na WWW: <http://www.cvvm.cas.cz/index.php?lang=0&disp=zpravy&r=1&shw=100699>.

⁸ ŠKODOVÁ, Markéta. Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR. Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologický ústav AV ČR [online]. Dostupný na WWW: <http://www.cvvm.cas.cz/index.php?lang=0&disp=zpravy&r=1&shw=100699>.

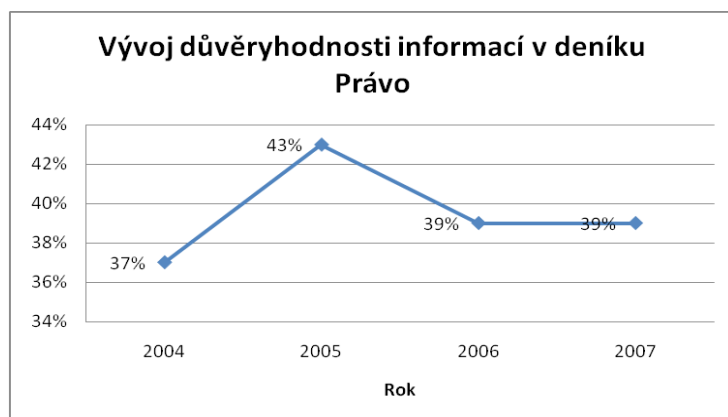
Graf 3: Hodnocení informací v deníku Právo



Zdroj: ŠKODOVÁ, Markéta. Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR. Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologický ústav AV ČR (<http://www.cvvm.cas.cz/index.php?lang=0&disp=zpravy&r=1&shw=100699>)

Z výše uvedených údajů vyplývá, že informace uvedené v Mladé frontě DNES považuje za pravdivé o 20% dotázaných čtenářů více než v případě deníku Právo. Pokud se na důvěryhodnost podíváme s časovým odstupem, můžeme pozorovat mírný kolísavý vzestup hodnocení pravdivosti informací u obou deníků. Avšak jak vychází z grafů č. 4 a č. 5, Mladá fronta DNES je dlouhodobě hodnocena jako důvěryhodnější.⁹

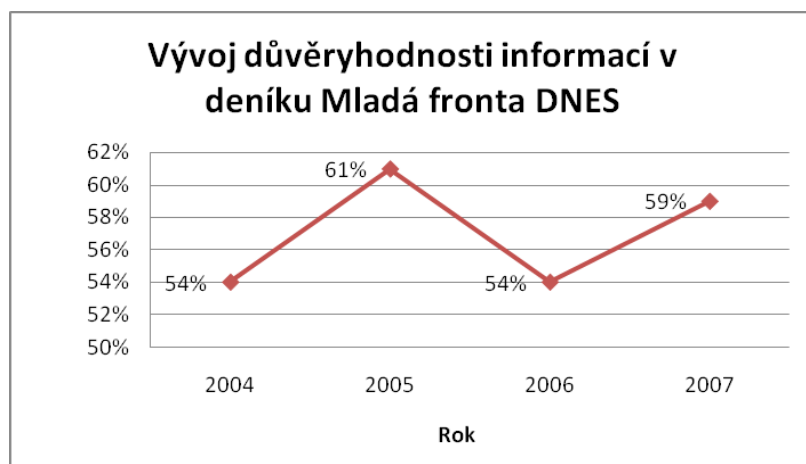
Graf 4: Vývoj hodnocení informací v deníku Právo



Zdroj: ŠKODOVÁ, Markéta. Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR. Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologický ústav AV ČR [online]. Dostupný na WWW: <http://www.cvvm.cas.cz/index.php?lang=0&disp=zpravy&r=1&shw=100699>.

⁹ Hodnoty v níže uvedených tabulkách jsou součtem odpovědí „pravdivé a úplné“ a „pravdivé, ale neúplné“. Dopočet do 100% tvoří odpovědi „nepravdivé“, „nesleduje“ a „neví“.

Graf 5: Vývoj hodnocení informací v deníku Mladá fronta Dnes



Zdroj: ŠKODOVÁ, Markéta. Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR. Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologický ústav AV ČR [online]. Dostupný na WWW: <http://www.cvvm.cas.cz/index.php?lang=0&disp=zpravy&r=1&shw=100699>.

2.4. Profil čtenářů

Profil čtenářů poukazuje na to, jaké cílové skupiny periodikum sleduje, jaké považuje za důležité a jak své čtenáře prezentuje ve vlastních materiálech.

2.4.1. Profil čtenářů Mladé fronty DNES

Deník Mladá fronta Dnes je nejčtenějším deníkem mezi vzdělanými lidmi, v domácnostech z nejvyšší socioekonomické skupiny, mezi čtenáři s vedoucím postavením, mezi čtenáři s rozhodovací pravomocí a mezi podnikateli. Takto prezentuje své čtenáře deník Mladá fronta Dnes v prezentaci pro potencionální inzerenty.¹⁰

Mezi pravidelnými čtenáři deníku jsou ve srovnání s celou populací ČR více zastoupeni lidé ve věkových skupinách od 20 do 59 let, tj. v produktivním věku a lidé s vyšším vzděláním. Podíl absolventů středních škol je mezi čtenáři 1,5x vyšší než v celé populaci, podíl absolventů vysokých škol a univerzit je 2,6x vyšší.

Pravidelnými čtenáři jsou také oproti celé populaci ČR více zastoupeni lidé v domácnostech s vyššími příjmy. V domácnostech s čistým příjmem nad 30 000 Kč je podíl vůči populaci 1,4x vyšší.

Častými čtenáři Mladé fronty Dnes jsou také čtenáři s vedoucím postavením. Celkový počet těchto čtenářů je 775 000, což je 71 % všech čtenářů.¹¹

¹⁰ Mediální skupina MAFRA [online]. Dostupný z WWW: http://sluzby.mafra.cz/denni_tisk/inzerce_special/prezentace.

To jsou skupiny čtenářů, kterým Mladá fronta Dnes věnuje největší pozornost a sleduje u nich vývoj čtenosti.

2.4.2. Profil čtenářů Práva

Mírnou většinu mezi čtenáři deníku Právo mají muži a lidé žijící v manželství. Téměř polovinu čtenářské obce tvoří lidé ve věku 45 – 65 let. Jedná se o čtenáře na vrcholu kariéry, kteří již mají vlastní bydlení a samostatné děti, a tedy i dostatek volných finančních prostředků. Čtenáři Práva jsou vzdělanější než průměrná populace: 41 % čtenářů má minimálně středoškolské vzdělání s maturitou, v populaci je to jen 37 % lidí. V současnosti tvoří čtenáři s vyšším a středním socioekonomickým statutem téměř 2/3 čtenářů. Deník Právo čtou v nadprůměrné míře také hlavy domácností, tedy lidé, kteří jsou hlavami svých domácností - přinášejí do domácností největší část peněz a rozhodují o zásadních nákupech. Na druhou stranu Právo čtou i hospodyně - osoby, které zajišťují každodenní chod domácnosti a mají na starosti běžné nákupy. Mezi čtenáři se zvýšil podíl ekonomicky aktivních a osob z větších měst.¹²

2.4.3. Porovnání profilů čtenářů

Rozdíly mezi čtenáři dvou porovnávaných deníků můžeme vidět už u věku, Mladou frontu Dnes čtou lidé ve věku 20 do 59 let, zato Právo více zapůsobilo na starší čtenáře mezi 45 a 65 lety.

V oblasti vzdělání Mladá fronta Dnes poukazuje na vysoký podíl čtenářů s vysokoškolským vzděláním, zatímco Právo zmiňuje pouze středoškolské vzdělání.

Viditelný rozdíl je i mezi sociálně-ekonomickým postavením čtenářů. Mladá fronta Dnes zdůrazňuje čtenáře s vedoucím postavením a Právo spíše hlavy domácností a hospodyně.

¹¹ Mediální skupina MAFRA [online]. Dostupný z WWW: <http://sluzby.mafra.cz/denni_tisk/inzerce_special/prezentace>.

¹² Deník Právo [online]. Dostupný na WWW: <<http://pravo.novinky.cz/inzerce/profil2.php>>.

3. Politické strany

3.1. ODS

Vzniku Občanské demokratické strany předcházela zrod Občanského fóra v reakci na události 17. listopadu 1989.¹³

Občanská demokratická strana se deklaruje jako liberálně konzervativní strana s moderní evropskou strukturou, navazující na tradice evropské křesťanské civilizace, na humanitní a demokratické tradice první republiky a na zkušenosti současných západních demokracií. Od počátku své existence patří mezi nejvýznamnější pravicové strany v celém postkomunistickém bloku, svoji váhu má i ve společenství podobně orientovaných stran celoevropského prostředí.

Občanská demokratická strana vybuodovala plošnou celorepublikovou strukturu, tvořenou regionálními, oblastními a místními sdruženími ODS. K 31. březnu 2007 měla ODS celkem 27 814 členů, kteří jsou organizováni v 1 430 místních, v 92 oblastních a 14 regionálních sdruženích.

Svůj program postavila na principech osobní svobody, individuální odpovědnosti, parlamentní demokracie a tržního hospodářství. V praktické politice klade důraz na podnikavost a soukromé vlastnictví. Vymezuje se proti levicovému pojetí silného "sociálního" státu.¹⁴

V současné době je, pod vedením Premiéra Mirka Topolánka, jednou z nejsilnějších parlamentních a do nedávna i vládních stran. Momentálně je ovšem současná vláda v demisi.

3.2. ČSSD

Na 26. sjezdu, konaném 26. - 28. února 1993, vznikla současná forma České strany sociálně demokratické. Předsedou strany byl zvolen představitel radikálního směru Miloš Zeman (1944), pod jehož vedením se ČSSD záhy stala hlavní opoziční silou v zemi.

Česká strana sociálně demokratická je politickou stranou, působící v rámci politického systému České republiky, která usiluje o uplatnění principu svobody, demokracie, sociální spravedlnosti, rovných příležitostí, solidarity a odpovědnosti za udržitelný rozvoj cestou parlamentní a přímé demokracie.

¹³ Oficiální stránky ODS [online]. Dostupný na WWW: <http://www.ods.cz/ods_se_predstavuje/historie.php>.

¹⁴ Oficiální stránky ODS [online]. Dostupný na WWW: <http://www.ods.cz/ods_se_predstavuje/kdo_jsme.php>.

ČSSD je pokračovatelkou Československé strany sociálně demokratické, Československé sociálně demokratické strany dělnické a právní nástupkyní Československé sociální demokracie. ČSSD jako součást mezinárodního společenství sociálně demokratických a socialistických politických stran je členkou Evropské strany sociálně demokratické a Socialistické internacionály.¹⁵

ČSSD se hlásí k myšlenkám a základním programovým cílům PES a SI a koordinuje s nimi svoji zahraniční politiku. ČSSD je zastoupena v orgánech těchto organizací, kde se aktivně účastní na tvorbě společné politiky.¹⁶

Nynějším předsedou strany je pan Jiří Paroubek.

3.3. KSČM

V prosinci 1989 mimořádný sjezd KSČ rozhodl o vytvoření územní organizace komunistů v Čechách a na Moravě. K tomu došlo na ustavujícím sjezdu KSČM 31. 3. 1990.

Komunistická strana Čech a Moravy se hlásí k hodnotám a tradicím pokrokového levicového hnutí doma i v zahraničí. „Usilujeme o postavení moderní a aktivní levicové strany v současné společnosti. Chceme hájit zájmy prostých občanů, kteří svou prací vytvářejí duchovní i materiální hodnoty. Nesouhlasíme se stavem, kdy "více demokracie" se opírá pouze o sílu společenského postavení a peněz. I nadále prosazujeme myšlenku sociálně spravedlivé společnosti – socialismu jako otevřené, skutečně demokratické společnosti, opírající se o zásady samosprávy a prosperující ekonomiky. Chceme společnost, která dává lidem svobodu a rovnost šancí.“ Takto se prezentuje KSČM na svých oficiálních stránkách. Program KSČM vychází z marxistické teorie otevřeného dialogu s mezinárodním komunistickým a levicovým hnutím, otevřeného novým myšlenkám a poznatkům. V čele Ústředního výboru Komunistické strany Čech a Moravy stojí předseda strany, kterým byl zvolen do funkce VII. sjezdem KSČM dne 17. května 2008 JUDr. Vojtěch Filip. KSČM má v současné době 77 115 členů.¹⁷

¹⁵ Oficiální stránky ČSSD [online]. Dostupný na WWW: <<http://www.cssd.cz/o-nas/>>.

¹⁶ Oficiální stránky ČSSD [online]. Dostupný na WWW: <<http://www.cssd.cz/o-nas/Stanovy-CSSD/a14998.html>>.

¹⁷ Oficiální stránky KSČM [online]. Dostupný na WWW: <<http://www.kscm.cz/index.asp?thema=2677&itmID=24002&chapter=1297>>.

4. Prezidentské volby

4.1. Kdo je prezident

Prezident zastupuje naši zemi navenek, je hlavou státu a vrchním velitelem ozbrojených sil.

Prezidentem republiky může být zvolen občan, který je volitelný do Senátu. To znamená, že je starší než 40 let, má české státní občanství a je způsobilý k právním úkonům.

Volební období trvá pět let a začíná dnem složení slibu. Volí ho Parlament na společné schůzi obou komor. Nikdo nemůže být zvolen více než dvakrát za sebou.

4.2. Pravomoci

Mezi prezidentovy pravomoci patří:

- jmenování a odvolávání předsedy a dalších členů vlády a přijímání jejich demise, odvolávání vlády a přijímání její demise,
- svolávání zasedání Poslanecké sněmovny,
- rozpouštění Poslanecké sněmovny,
- jmenování soudce Ústavního soudu, jeho předsedy a místopředsedy,
- jmenování ze soudců předsedy a místopředsedů Nejvyššího soudu,
- odpouštění a zmírňování trestů uložených soudem,
- jmenování prezidenta a viceprezidenta Nejvyššího kontrolního úřadu,
- jmenování členů Bankovní rady České národní banky,
- propůjčování a udělování státních vyznamenání, nezmocní-li k tomu jiný orgán, v neposlední řadě má také právo vrátit Parlamentu přijatý zákon s výjimkou zákona ústavního.¹⁸

4.3. Proces volby

Volba se koná v posledních třiceti dnech volebního období úřadujícího prezidenta republiky.

Navrhovat kandidáta je oprávněno nejméně deset poslanců nebo deset senátorů. Prezidentem republiky je zvolen kandidát, který získal nadpoloviční většinu hlasů všech poslanců i

¹⁸ Ústava České republiky, ze dne 16. prosince 1992, ústavní zákon č. 1/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 347/1997 Sb., 300/2000 Sb., 448/2001 Sb., 395/2001 Sb. a 515/2002 Sb. Článek 62 – 63. Dostupná na WWW: <<http://www.psp.cz/docs/laws/constitution.html>>.

nadpoloviční většinu hlasů všech senátorů. Nezáská-li žádný z kandidátů nadpoloviční většinu hlasů všech poslanců a všech senátorů, koná se do čtrnácti dnů druhé kolo volby. Do druhého kola postupuje kandidát, který získal nejvyšší počet hlasů v Poslanecké sněmovně a kandidát, který získal nejvyšší počet hlasů v Senátu. Je-li více kandidátů, kteří získali stejný nejvyšší počet hlasů v Poslanecké sněmovně nebo více kandidátů, kteří získali stejný nejvyšší počet hlasů v Senátu, sečtou se hlasy odevzdané pro ně v obou komorách. Do druhého kola postupuje kandidát, který takto získal nejvyšší počet hlasů. Zvolen je kandidát, který získal nadpoloviční většinu hlasů přítomných poslanců i nadpoloviční většinu hlasů přítomných senátorů. Nebyl-li prezident republiky zvolen ani ve druhém kole, koná se do čtrnácti dnů třetí kolo volby, v němž je zvolen ten z kandidátů druhého kola, který získal nadpoloviční většinu hlasů přítomných poslanců a senátorů. Nebyl-li prezident republiky zvolen ani ve třetím kole, konají se nové volby.¹⁹ Pokud je z kandidátů Prezident republiky vybrán, složí slib do rukou předsedy Poslanecké sněmovny na společné schůzi obou komor. Slib prezidenta republiky zní: "Slibuji věrnost České republice. Slibuji, že budu zachovávat její Ústavu a zákony. Slibuji na svou čest, že svůj úřad budu zastávat v zájmu všeho lidu a podle svého nejlepšího vědomí a svědomí."²⁰

Odmítne-li prezident republiky složit slib nebo složí-li slib s výhradou, hledí se na něho, jako by nebyl zvolen.²¹

¹⁹ Ústava České republiky, ze dne 16. prosince 1992, ústavní zákon č. 1/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 347/1997 Sb., 300/2000 Sb., 448/2001 Sb., 395/2001 Sb. a 515/2002 Sb. Článek 58. Dostupná na WWW: <<http://www.psp.cz/docs/laws/constitution.html>>.

²⁰ Ústava České republiky, ze dne 16. prosince 1992, ústavní zákon č. 1/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 347/1997 Sb., 300/2000 Sb., 448/2001 Sb., 395/2001 Sb. a 515/2002 Sb. Článek 59. Dostupná na WWW: <<http://www.psp.cz/docs/laws/constitution.html>>.

²¹ Ústava České republiky, ze dne 16. prosince 1992, ústavní zákon č. 1/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 347/1997 Sb., 300/2000 Sb., 448/2001 Sb., 395/2001 Sb. a 515/2002 Sb. Článek 60. Dostupná na WWW: <<http://www.psp.cz/docs/laws/constitution.html>>.

5. Volby jako komunikační proces

Navzdory tomu, že ve sledovaném případě nejde o volby, ve kterých mohli voliči přímo vyjádřit svůj názor a zasáhnout do výsledku odevzdáním svého hlasu, je podle mého názoru důležité osvětlit vztah politiky a médií na obecné úrovni.

Někteří odborníci jsou přesvědčeni, že komunikace je podstatou politiky. Pro pochopení vztahu politické a mediální komunikace je užitečné opřít se o zastřešující koncept veřejné komunikace, jíž je politické komunikování nejvlastnějším projevem. Veřejná komunikace vývojově souvisí s ustavením a rozvojem veřejnosti a veřejné sféry, v níž se různé typy veřejného komunikování stýkají, tedy především politický diskurs a mediální diskurs. Interakce mezi politickou komunikací a masovými médii se postupem času stává samozřejmým transdisciplinárním tématem sdíleným politologií, sociologií a mediálními studii. Ať už je vztah politické a masové komunikace vnímán a řešen jakkoli, je zřejmé, že provázanost mezi těmito dvěma fenomény je těsná, komplexní a vzájemná, a přitom nesamozřejmá, konfliktní a hlavně nutná.

Koncept politické komunikace je v současnosti chápán a pojímán přednostně jako proces, který je spojen s mezilidskou, verbální a masovou komunikací. Komunikace je nedílnou součástí utváření a upřesňování skupinové sounáležitosti, umožňuje překročit izolovanost individuí, umožňuje vést kolektivní akce.²²

Politické strany musejí být schopny vést účinný volební boj. Znamená to, že mají podmínky, aby přesvědčily své potencionální voliče.²³ Politické strany většinou nekomunikují s občany přímo, ale zprostředkovaně pomocí médií. Pro informování o svých cílech, představení svých kandidátů a přesvědčení voličů využívají masová média, například inzerci v tisku, volební spoty v rozhlase, diskusní pořady v televizi a podobně. Při informování prostřednictvím médií dochází bezpodmínečně k zviditelnění jednotlivých kandidátů či celé politické strany. Zviditelňování prostřednictvím médií je zcela nevyhnutelný obecný rys moderní politiky²⁴. Zviditelňování je natolik důležité, že politické strany spolupracují s odborníky, kteří se zabývají takzvaným „managementem zviditelňování“. Významnou

²² JIRÁK, Jan; ŘÍCHOVÁ, Blanka. Politická komunikace a média. Praha: Karolinum, 2000. s. 5. - 7.

²³ WINFRIED, Schulz.[et al.]. Analýza obsahu mediálních sdělení. [uspořádala Irena Reifová; přeložila Barbara Köpplová]. Praha: Karolinum, 2004. s. 11-12.

²⁴ THOMPSON, John B., Média a modernita: sociální teorie médií. Praha: Karolinum, 2004. s. 113

součástí managementu zviditelňování je i zjev polických představitelů – způsob, jak se oblékají, jak jsou upraveni, jak se chovají atd.²⁵

Z toho je patrné, že masová média mohou rozhodujícím způsobem přispět k účinnosti volebního boje.²⁶ Kvůli výraznému významu masových médií jsou někdy označována jako čtvrtá moc (vedle moci výkonné, zákonodárné a soudní) a jsou jim udělována rozsáhlá privilegia. Například svoboda zaručující právo veřejně vyjádřit vlastní myšlenku či názor, jakkoliv nepříjemný pro stávající autority, je životně důležitým rysem moderního demokratického řádu.²⁷ Důraz je kladen i na plnění tzv. veřejných úkolů, mezi které především patří informování občanů o všech důležitých událostech a tématech. Ve volebním boji mají informovat o akcích, cílech a programech všech politických stran co nejobsáhleji, co nej přesněji a pokud možno neutrálně. Kromě toho se od nich očekává, že nabídnou politickým stranám a jejich kandidátům fórum, na němž by před očima voličů mohly odehrát svůj souboj.²⁸

V neposlední řadě se mohou a také mají média sama aktivně účastnit polických sporů a ve svých příspěvcích obsahujících názory a postoje zaujímat otevřené stanovisko.

Je naprosto legitimní, pokud například noviny v některém z komentářů kritizují či chválí cíle jednotlivých stran a kandidátů či snad dokonce vysloví určité volební doporučení. Dokud si občané mohou vybírat z velkého počtu médií s rozdílnými polickými stanovisky, je to pro tvorbu názorů příznivé. Čím větší různost médií, tím lépe pro demokracii.²⁹

²⁵ THOMPSON, John B., Média a modernita: sociální teorie médií. Praha: Karolinum, 2004. s. 112-1132

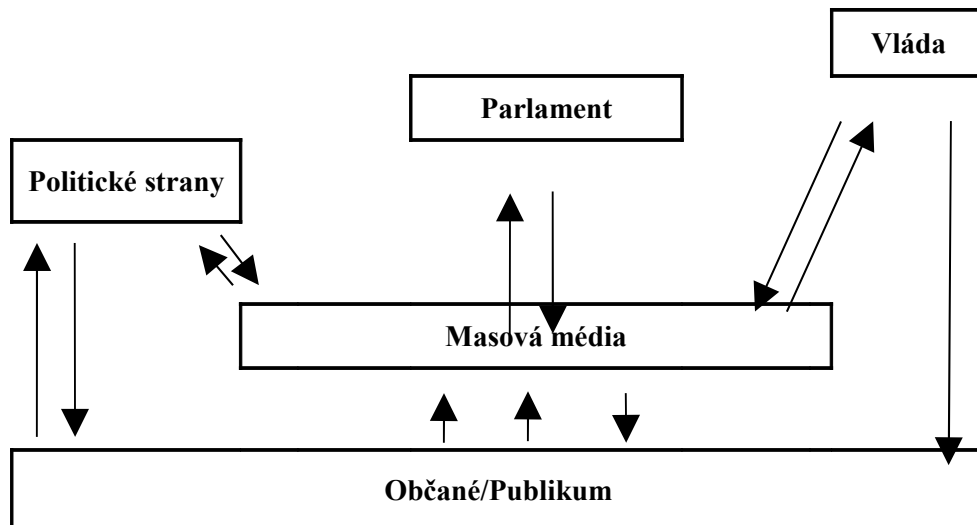
²⁶ WINFRIED, Schulz.[et al.]. Analýza obsahu mediálních sdělení. [uspořádala Irena Reifová; přeložila Barbara Köpplová]. Praha: Karolinum, 2004. s. 11.

²⁷ THOMPSON, John B., Média a modernita: sociální teorie médií. Praha: Karolinum, 2004. s. 190

²⁸ WINFRIED, Schulz.[et al.]. Analýza obsahu mediálních sdělení. [uspořádala Irena Reifová; přeložila Barbara Köpplová]. Praha: Karolinum, 2004. s. 12.

²⁹ Tamtéž, s. 12.

Obrázek 1: Volby jako komunikační proces



Zdroj: WINFRIED, Schulz.[et al.]. Analýza obsahu mediálních sdělení. [uspořádala Irena Reifová; přeložila Barbara Köpplová]. Praha: Karolinum, 2004

Na výše uvedeném obrázku č. 1 je znázorněno významné postavení médií v moderní demokracii jako prostředníka mezi politickými institucemi na jedné straně a občany na straně druhé.³⁰

³⁰ WINFRIED, Schulz.[et al.]. Analýza obsahu mediálních sdělení. [uspořádala Irena Reifová; přeložila Barbara Köpplová]. Praha: Karolinum, 2004. s. 13.

6. Pojem objektivita

6.1. Požadavky na chování médií

Objektivita je součástí požadavků společnosti na chování médií. Tyto nároky jsou úzce spjaty s kulturou, historií a politickým systémem dané společnosti.

Společnost, do které se řadíme, můžeme označit jako liberálně demokratickou. Takový druh společnosti vnímá jako jednu ze základních funkcí médií tzv. princip veřejného zájmu. Veřejný zájem můžeme přirovnat k představě jisté „užitečnosti“ médií pro společnost. Za užitečné je považováno např. podporování „správného“ fungování společnosti. Často také liberálně demokratické společnosti vycházejí z představy, že je ve veřejném zájmu, aby média vykonávala jakousi kontrolní funkci vůči státu, a to především neovlivňovaným, „nezávislým“ prezentováním informací a názorů.³¹

6.2. Objektivita, vyváženost a nestrannost

Jelikož společnost do velké míry spoléhá na zpravodajství jako na zdroj poznání reality okolního světa, je na něj kladena celá řada normativních očekávání.

Mezi nejčastěji artikulované normativní požadavky na zpravodajství v liberálně demokratických společnostech můžeme zařadit požadavky objektivit, vyváženosti a nestrannosti. Tyto normy se vztahují ke způsobu zpracovávání informací o událostech a konečné podobě zpravodajských obsahů.³² Objektivitu vnímáme na jedné straně jako užívání faktů a zobrazování reality tak, aby zobrazení co nejvíce korespondovalo s reálným stavem věcí. Někdy je ale termín užíván v jiném významu: jako odkaz k souboru profesních postupů, které reportéři používají, aby produkovali výpovědi nárokuje si vysokou míru pravdivosti.³³ Pro podrobnější definici objektivit ji můžeme rozložit na dvě základní složky: faktičnost a nestrannost. Faktičnost sleduje zejména pravdivost a relevanci. Ty postihují věcnou správnost, úplnost, obsažení všech informací a aktérů, ale i potřebnost zprávy, jako takové, pro publikum. Nestrannost si všímá spíše zpracování samotné zprávy, zda poskytuje nezkrácený pohled, dává relativně rovnocenný prostor všem relevantním aktérům a vyhýbá se explicitním i implicitním hodnotícím prvkům.

³¹ TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006. s. 142.

³² TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006. s. 143 – 144.

³³ IGGERS, Jeremy. Good news, bad news : journalism ethics and the public Boulder: Westview, 1999. s 92.

Nicméně ani dodržení všech zásad zpracování nemůže zaručit naprostou objektivitu. Subjektivním prvkům se nemůžeme vyhnout například při výběru faktů, sestavování zprávy nebo u některých tematických zaměření jako jsou takzvané lidské jímavé příběhy. Proto musíme konstatovat, že objektivita je vždy relativní.

Zásady objektivit jsou samozřejmě často porušovány. Takovým projevem nedodržení objektivit je například předpojatost. V zásadě můžeme rozlišovat čtyři základní formy zpravodajské předpojatosti podle toho, zda jde o předpojatost záměrnou či nezáměrnou a zda se projevuje jako otevřená nebo latentní.³⁴

- A) **Angažovaná podpora** je záměrnou a otevřenou formou stranění (*partisanship*).
- B) **Propaganda** je skrytou formou intencního, záměrného stranění, které se právě kvůli skrytosti hůře rozpoznává.
- C) **Nezáměrná předpojatost** (*unwitting bias*) je otevřenou, ale nezáměrnou předpojatostí při selekci témat, událostí a zpravodajských úhlů pohledu.
- D) **Ideologie** je čtvrtou formou předpojatosti. Jde o skrytou, ale neintenční předpojatost, která je zakotvena ve zpravodajských textech, ale je těžké ji odkrýt, protože může být odhalena jen podrobnou interpretací a argumentací.³⁵

³⁴ McQUAIL, Denis. Media performance: mass communication and the public interest. London: SAGE Publications, 1999.

³⁵ TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006. s. 150.

7. Kvantitativní obsahová analýza

7.1. Metoda

Metodu obsahové analýzy poprvé použil Harold D. Laswell na počátku dvacátého století a poté v období Druhé světové války. První shrnutí postupu metody obsahové analýzy uveřejnil v roce 1952 Bernard Berelson v knize *Content analysis in communication research*. Ve své knize definuje obsahovou analýzu jako výzkumnou techniku pro objektivní, systematický a kvantitativní popis zjevného obsahu komunikace.³⁶

V tomto výzkumu bude použita obsahová analýza, která je nejčastěji používanou pomůckou při výzkumu politické komunikace.

Obecně můžeme rozdělit obsahovou analýzu na dva metodické přístupy, jež se od sebe vzájemně v mnohém liší: na jedné straně hermeneutickou textovou a obrazovou analýzu, na druhé straně kvantitativní obsahovou analýzu.³⁷

Kvantitativní obsahová analýza se vyznačuje vysokou strukturovaností a selektivním procesem, který umožňuje analyzovat velký objem textů, což je rozhodující pro výběr metody pro tuto analýzu.

Kvantitativní obsahová analýza skýtá mnohé výhody vhodné pro takový typ výzkumu. Tento postup vychází ze sociálně-vědních metod měření a kvantifikace a při jeho použití se mediované obsahy zkoumají s ohledem na několik vybraných explicitně formulovaných znaků.³⁸

Nespornou výhodou je, že výsledky obsahové analýzy „kvantitativní popis mediovaných obsahů“ nabývají číselných hodnot, které se dají jednoduše a přehledně prezentovat jako tabulky nebo grafy.

³⁶ McQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 1999. s. 307.

³⁷ WINFRIED, Schulz.[et al.]. Analýza obsahu mediálních sdělení. [uspořádala Irena Reifová; přeložila Barbara Köpplová]. Praha: Karolinum, 2004. s. 29.

³⁸ WINFRIED, Schulz.[et al.]. Analýza obsahu mediálních sdělení. [uspořádala Irena Reifová; přeložila Barbara Köpplová]. Praha: Karolinum, 2004. s. 29.

7.2. Základní výzkumné téma

Základní premisa výzkumu je, že deníky Mladá fronta Dnes a Právo prezentují rozdílně kandidáty na post prezidenta v roce 2008. Věnují jednotlivým kandidátům rozdílnou pozornost, prostor a jsou při prezentaci ovlivněny svými politickými preferencemi. Takové jevy můžeme klasifikovat jako nedodržování normativních požadavků kladených na zpravodajství zejména jeho objektivitu, vyváženost a nestrannost.

Mým dalším předpokladem je, že deníky obecně uveřejňují častěji soukromé než veřejné informace ve spojení s prezidentskými kandidáty. Definice soukromých a veřejných témat následuje v popisu proměnné „téma“.

7.3. Výzkumné hypotézy

Hypotézy pro výzkum jsem definovala takto:

1) Deníky věnují více pozornosti soukromým tématům v souvislosti s prezidentskými kandidáty než tématům veřejným.

2) Deník Právo poskytuje více prostoru kandidátům J. Švejnarovi (podporovanému politickou stranou ČSSD) a J. Bobošíkové (kterou podporuje strana KSČM) než současnému prezidentovi V. Klausovi (v té době podporovanému ODS), zatímco Mladá fronta DNES věnuje výraznější pozornost Klausovi než ostatním kandidátům.

7.4. Základní výběrový soubor

Pro výzkum jsem vybrala dva celostátní deníky Mladou frontu DNES a Právo, které vycházejí šestkrát týdně od pondělí do soboty. Konkrétně rubriku Domácí zpravodajství, protože obsahuje převážně příspěvky žánrů, na které jsou kladeny nejvyšší očekávání v oblasti objektivitu, vyváženosti a nestrannosti. V ostatních rubrikách se buď nevyskytují

příspěvky s požadovaným tématem, nebo už jejich žánr (například komentář) předesílá prezentaci autorova soukromého názoru.

Sledované období začíná 15 dní před vyhlášením výsledků prezidentských voleb, což odpovídá období od 1. 2. 2008 do 15. 2. 2008. Toto období považuji za dostatečně dlouhé pro jednoznačně podložené potvrzení či vyvrácení výzkumných hypotéz.

Z důvodu duplicity některých informací jsem do výzkumného vzorku nezahrnula titulní strany deníků.

7.5. Kódovací jednotka

Jako základní kódovací jednotku jsem zvolila příspěvek, který je definován jako graficky oddělená relevantní žurnalistická jednotka.³⁹ Graficky oddělenou jednotkou se rozumí text, fotografie, karikatura nebo jejich kombinace, oddělená od ostatních materiálů zřetelným grafickým předělem, nejčastěji v podobě linky. Kritériím relevance vyhovuje takový příspěvek, který pojednává o prezidentských kandidátech před volbami v roce 2008. Například se věnuje jejich image, rodině, vztahům, veřejným i soukromým aktivitám, veřejným vystoupením, oficiálním vyjádřením, názorům a prognózám jejich šancí na úspěch nebo dosaženým současným výsledkům. Kódovány budou pouze příspěvky, které se alespoň jednomu z kandidátů věnují více než okrajově.

7.6. Charakteristika proměnných

Proměnná slouží k ujasnění, jaké znaky budeme ve zkoumaném materiálu vyhledávat. Dále pomocí nich převádíme zjištěné informace na měřitelné velikosti a znaky, které musíme při analýze jednoznačně zjistit a musí být přiměřené, ale také snadno použitelné.

Číselné hodnoty, které přidělíme určitým charakteristikám, mohou sloužit jako ryzí pojmenování (nominální škála), mohou ukazovat pořadí mezi určitými jevy (ordinální škála), nebo mohou být „pravými“ hodnotami (metrická škála).

³⁹ WINFRIED, Schulz.[et al.]. Analýza obsahu mediálních sdělení. [uspořádala Irena Reifová; přeložila Barbara Köpplová]. Praha: Karolinum, 2004. s. 41.

Při použití nominálního škálování není mezi vyhledávaným znakem a přidělenými čísly žádný vztah, neboť čísla jsou pouze náhodně přidělena. V případě metrické škály jsou číselné kódy skutečné hodnoty například v případě měření rozsahu jednotky. U ordinálního škálování číslo získává určitý význam tím, že vyjadřuje určité pořadí. Škála pořadí vypovídá o vzájemné relaci mezi charakteristikami znaků – ve smyslu důležitější nebo méně důležité, větší nebo menší apod.

Dále rozlišujeme dva typy proměnných: identifikační proměnná a analytická proměnná. První slouží pouze pro identifikaci příspěvků a umožňuje zpětně nalézt v médiích už analyzované příspěvky. Zato analytické proměnné slouží k zodpovězení zadaného tématu.⁴⁰

7.6.1. Identifikační proměnné

Mezi identifikační proměnné jsem zařadila tyto proměnné:

- a) Deník, ve kterém byl příspěvek uveden.
- b) Datum uveřejnění příspěvku ve formátu: den a měsíc.
- c) Rozsah příspěvku definovaný jako délka článku včetně titulku, podtitulku, infografiky, fotografie případně karikatury. Započítány budou i doprovodné popisky fotografií, infografik či karikatur. Délka bude měřena jako součet výšky titulku, podtitulku, jednotlivých sloupců textu a výšky fotografie (karikatury, infografiky) včetně jejich popisků. Výsledná délka bude zaznamenána s přesností na 0,5 cm.

Pracovala jsem s fotokopii jednotlivých článků v měřítku 1:1. Proto se domnívám, že měření v cm bude dostatečně reprezentativní a jednotlivé výsledky budou nezkrácené.

- d) Typ příspěvku definuje, zda obsahuje pouze text, text doprovázený fotografií, infografiku nebo jejich kombinace. Pokud je text doplněn o fotografii nebo jinou grafickou značku, zajímá mě, pouze pokud zobrazuje nebo je jinak přímo spjata s kandidáty. V jiném případě jejich výskyt nebude zohledněn. Jako infografiku můžeme označit například tabulku nebo graf často doplněný textem.

⁴⁰ WINFRIED, Schulz.[et al.]. Analýza obsahu mediálních sdělení. [uspořádala Irena Reifová; přeložila Barbara Köpplová]. Praha: Karolinum, 2004. s. 41-44.

7.6.2. Analytické proměnné

Proměnná zaměřená na hlavního aktéra odhaluje, kterému kandidátovi je příspěvek jako celek zejména věnován. Jako hlavního aktéra můžeme označit kandidáta, jehož osobnosti, výrokům, rodině nebo názorům, je věnován největší prostor. Mezi kandidátův prostor budou kromě informací uvedených u definice relevantního příspěvku zahrnuta také vyjádření třetí osoby přímo spojené s ním (př. názor pana Paroubka na Klausův poslední projev). Pro vyjádření hlavního aktéra jsem vytvořila pomocnou proměnnou centralita, která se zabývá podrobným rozdělením pozornosti věnované jednotlivým kandidátům uvnitř článku. Pozornost bude rozdělena do několika skupin podle toho, zda se příspěvek kandidátovi věnuje pouze okrajově, méně než z poloviny, přibližně z poloviny, více než z poloviny nebo je článek kandidátovi věnovaný zcela. U každého příspěvku bude prostor vyčíslován pro jednotlivé kandidáty zvlášť.

Jako další proměnnou jsem zařadila fotografii. I u fotografie totiž můžeme ovlivnit způsob jejího vnímání publikem stejně úspěšně jako u textu. U fotografie jsou zejména důležité tyto faktory: formát, kompozice, úhel pohledu, směr pohybu, směr pohledu, barevnost, světlo, ostrost, kontrast, postoj a hlavně mimika a gesta postav. Mimiku a gesta jsem zdůraznila, protože je vnímáme podobně jako při interpersonální komunikaci (jsou nám známa z vlastní zkušenosti), a proto na nás výrazně působí i při komunikaci zprostředkované. Hrají také důležitou roli v interpretaci situace. Jestliže je tedy součástí příspěvku fotografie, která vyobrazuje alespoň jednoho z kandidátů, nebude zahrnuta do proměnné „hlavní aktér“, ale bude kódována samostatně. Její uveřejnění nebude vyjádřeno hodnotou počtu slov, ale pouze jako výskyt. Pokud byla uveřejněna fotografie kandidátů u příspěvku, u kterého nebyl shledán relevantní obsah, pak ani fotografie nebude kódována.

Proměnná věnovaná tématu se opírá o výskyt informací soukromého nebo veřejného typu. Veřejné můžeme obecně definovat jako „otevřené“ čili „dostupné veřejnosti“. V tomto smyslu je veřejné to, co je viditelné, co se dá pozorovat, co se děje před zraky obecnosti, co je otevřené a dostupné pro mnoho lidí, nejkuli pro všechny. Co je určeno k tomu, aby se na to lidé dívali, poslouchali to nebo se o tom dověděli. A soukromé je naproti tomu vše, co je před zraky většiny skryto, co se říká nebo dělá v soukromí, potajmu či v uzavřeném kruhu osob.

Veřejný čin je viditelný čin, je to jednání konané otevřeně, aby ho každý mohl vidět.

Soukromý čin je naproti tomu čin skrývaný, je to jednání provozované tajně a za zavřenými dveřmi.⁴¹

Jako témata *soukromá* vnímám kandidátovu image (př.: jaký večírek navštívil), rodinu (př.: jaké zaměstnání vykonává jeho otec), soukromé aktivity (př.: jakému sportu se nejraději věnuje), osobní vztahy (př.: jak je spokojený ve svém manželství), názory nespojené s politikou (př.: jaké má názor nový film). Z těchto témat čtenář nenačerpá žádné informace o politických plánech, názorech nebo postojích kandidáta. Informace ze soukromí prezentují volby více jako show, slouží pro dotvoření obrazu kandidáta jako člověka a k pobavení publika.

Do *veřejných* témat řadím zmínky o oficiálních vystoupeních kandidáta (př.: jaké televizní debaty se zúčastnil), zákulisí předvolebního boje (př.: kdo platí předvolební kampaň), předvolebních cestách (př.: do jakých měst se v rámci předvolebního boje vydal), názorech (př.: jaký názor má na Evropskou Unii), plánech (př.: jaké chce prosadit zákony), průzkumech veřejného mínění či současných výsledcích.

Do kódovací knihy bude zaznamenáno, zda je příspěvek tematicky zcela soukromý, spíše soukromý, spíše veřejný, zcela veřejný nebo jsou obě témata v rovnováze.

Pro podložení své hypotézy, že jednotlivé deníky věnují více prostoru určitému kandidátovi, jsem dále zařadila rozsah zveřejněných citací. Jako citaci identifikuji osobní vyjádření kandidáta ve formě přímé řeči, ohraničené uvozovkami, uvedené v textu příspěvku. Rozsah citace bude měřen na počet slov mezi uvozovkami. Jako slovo budou kódovány všechny výrazy včetně předložek a spojek. Data a číslice budou kódovány vždy jako jedno slovo, stejně tak i zkratky, webové stránky a pod... Interpunkční znaménka zaznamenávána nebudou. Citace budou pro každého kandidáta zjištěny zvlášť.

7.7. Zpracování dat

Jako první krok analýzy jsem navštívila Národní knihovnu České republiky a okopírovala si v měřítku 1:1 všechny strany rubriky „Domácí zpravodajství“ ve zkoumaném

⁴¹ THOMPSON, John B., Média a modernita: sociální teorie médií. Praha: Karolinum, 2004. s. 102

období v obou denících. Dále jsem vybrala relevantní příspěvky (kritéria relevance jsou uvedeny v kapitole popisující kódovací jednotku), u kterých jsem sledovala výše zmíněné proměnné. Zejména jsem použila proměnné nominální škály (u proměnných „Deník“, „Typ“, „Hlavní aktér“ a „Zaměření“) a metrické škály (u proměnných „Datum“, „Délka“ a „Rozsah citace“), ordinální škálu jsem použila pouze u proměnné „Centralita“. Proměnné jsem rozdělila na dvě skupiny identifikační a analytické. I když mají identifikační proměnné sloužit zejména k identifikaci příspěvků a umožnit zpětné nalezení příspěvku, já jsem použila identifikační proměnnou „Délka“ i pro zodpovězení zkoumané otázky týkající se pozornosti věnované prezidentským kandidátům. Zjištěné hodnoty jsem zaznamenala do masky v počítači, která slouží jako záznamový arch i kódovací kniha. Kompletní kódovací knihu najdete společně s legendou k jednotlivým proměnným v příloze.

7.8. Interpretace výsledků

Zpracováno bylo celkem 92 článků z toho 40 v deníku Mladá fronta Dnes a 52 v deníku Právo.

Tabulka 1: Počet zkoumaných článků

Deník	Příspěvky	
Mladá fronta Dnes	40	43%
Právo	52	57%
Celkem	92	100%

U těchto článků bylo uveřejněno celkem 36 fotografií z toho 20 v deníku Mladá fronta Dnes a 16 v deníku Právo.

Tabulka 2: Počet uveřejněných fotografií

Deník	Fotografie	
Mladá fronta Dnes	20	56%
Právo	16	44%
Celkem	36	100%

Celková délka všech článků činí 3 080 cm z toho celková délka článků v deníku Mladá fronta Dnes je 1 854 cm a celková délka článků v deníku Právo je 1 227 cm. Průměrná délka článku v Mladé frontě Dnes je 46,35 cm a v deníku Právo 23,60 cm.

Tabulka 3: Průměrná délka článků v cm

Deník	Počet článků	Průměr
Mladá fronta Dnes	40	46,35
Právo	52	23,6

Ve zkoumaných člancích bylo odcitováno celkem 5 696 slov z toho 2 389 v deníku Mladá fronta Dnes a 3 307 v deníku Právo.

Tabulka 4: Celkový počet citovaných slov

Deník	Citace	
	Mladá fronta Dnes	2389
Právo	3307	58%
Celkem	5696	100%

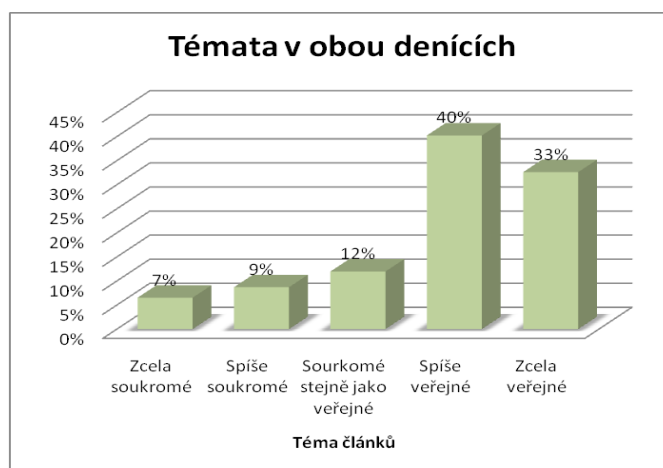
Na základě výše uvedených zjištění můžu konstatovat, že Mladá fronta dnes uveřejnila o 14% méně článků než Právo. Články v Mladé frontě Dnes byly, ale v průměru výrazně delší o 32,6%. Mladá fronta Dnes uveřejnila o 12% více fotografií než Právo. Naproti tomu citací uveřejnil deník Právo o 16% více než Mladá fronta Dnes.

7.8.1. Interpretace výsledků hypotézy č. 1

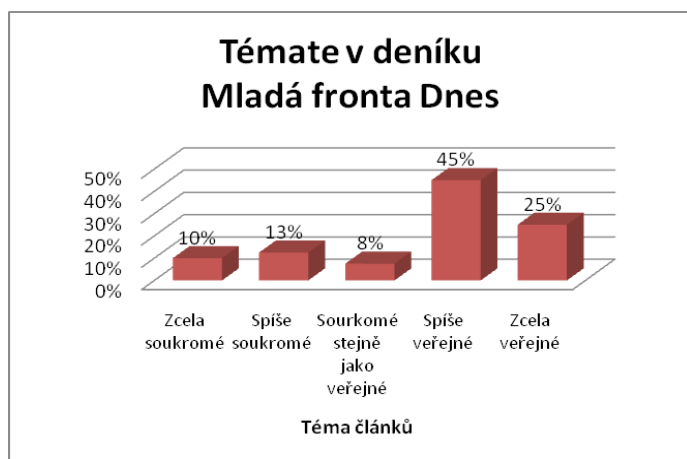
Pro prověření 1. hypotézy „*Deníky věnují více pozornosti soukromým tématům v souvislosti s prezidentskými kandidáty než tématům veřejným.*“ jsem využila proměnou „Téma“. Výsledky jsem vyhodnotila jak pro oba deníky dohromady, tak i pro každé noviny zvlášť, aby byly co nejvíce patrné rozdíly mezi nimi. Výsledky obou deníků zobrazené v grafu č. 6 ukazují, že nejvíce byla zastoupena témata „spíše veřejná“ (40%), výrazně zastoupeny byla i témata „zcela veřejná“ (33%). Naproti tomu témata „zcela soukromá“, „spíše soukromá“ a „soukromá stejně jako veřejná“ byla zastoupena daleko méně jen na 27%.

Na základě grafů č. 7 a č. 8 můžeme porovnat témata zveřejněná v jednotlivých denících.

Graf 6: Témata článků uveřejněných v obou denících

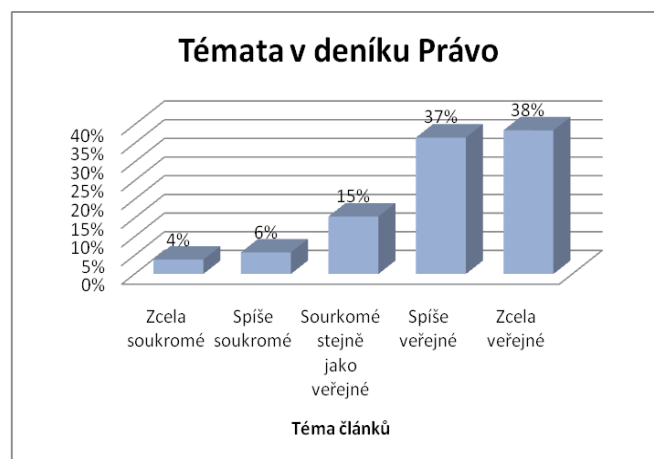


Graf 7: Témata článků uveřejněných v deníku Mladá fronta Dnes



v deníku Právo

Graf 8: Témata článků uveřejněných

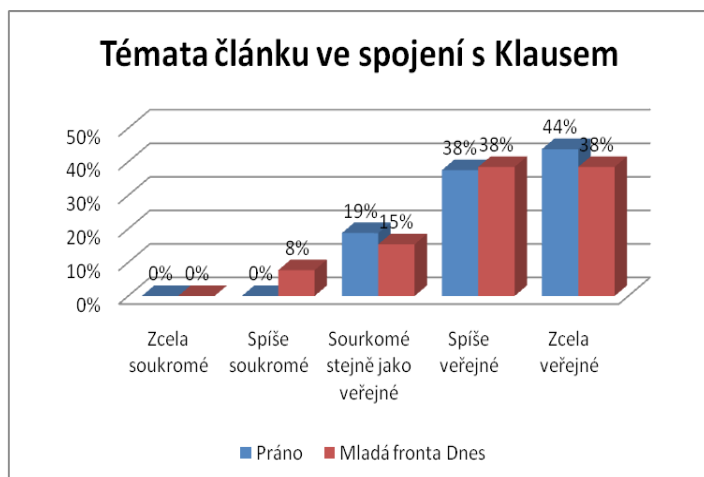


V deníku Mladá fronta Dnes byla nejčastěji zveřejňována témata „spíše veřejná“ (45%), druhými nejvíce zastoupenými tématy byla témata „zcela veřejná“ (25%). Právo se věnovalo na 38% „zcela veřejným“ tématům a na 37% „spíše veřejným“. Oba deníky jsou v tomto ohledu dosti vyrovnané.

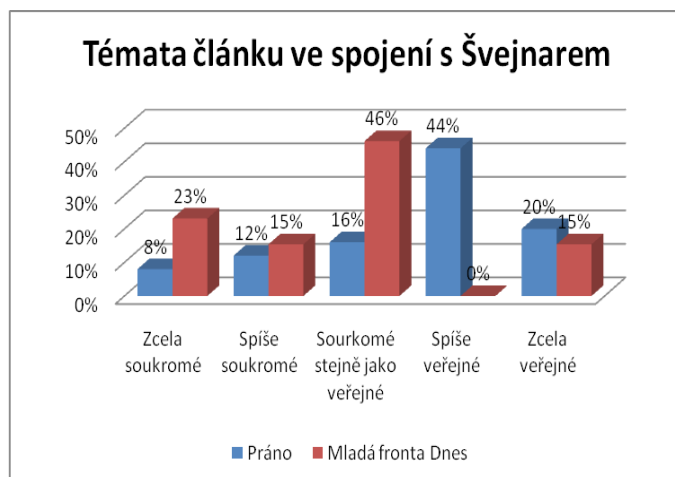
Pokud se na téma zaměříme ne z pohledu deníků, ale z pohledu jednotlivých kandidátů můžeme si všimnout zajímavého rozdílu mezi Václavem Klausem a Janem Švejnarom.

V případě Jana Švejnaru se deníky věnovaly výrazně více „zcela soukromým“ a „spíše soukromým“ tématům, než v případě Václava Klause. V souvislosti s ním nebyl zveřejněn ani jeden článek „zcela soukromého“ tématu.

Graf 9: Témata článků věnovaných V. Klausovi



Graf 10: Témata článků věnovaných J. Švejnarovi



7.8.2. Interpretace výsledků hypotézy č. 2

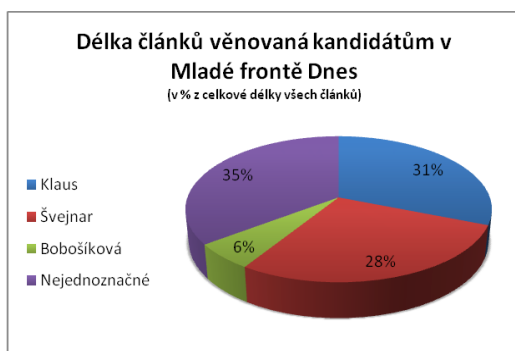
Pro prověření 2. hypotézy „*Deník Právo poskytuje více prostoru kandidátům J. Švejnarovi (podporovanému politickou stranou ČSSD) a J. Bobošíkové (kterou podporuje strana KSČM) než současnému prezidentovi V. Klausovi (v té době podporovanému ODS), zatímco Mladá fronta DNES věnuje výraznější pozornost Klausovi než ostatním kandidátům.*“ jsem použila proměnné „Délka“, „Centralita“, „Hlavní aktér“, „Citace“ a „Fotografie“.

V této části mě zajímaly zejména rozdíly mezi jednotlivými deníky a kandidáty. Proto jsem již dále nevyhodnocovala výsledky pro oba deníky dohromady.

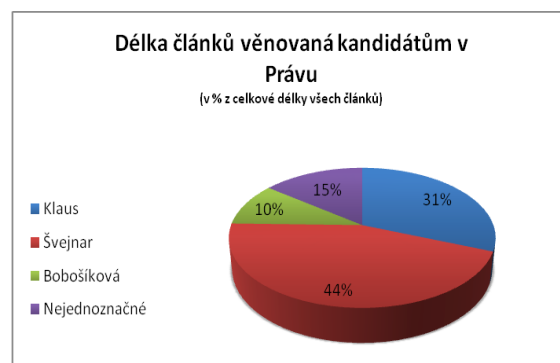
V grafu č. 11 a č. 12 vidíme, kolik procent celkové délky všech článků v jednotlivých denících bylo věnováno každému z kandidátů. V deníku Mladá fronta Dnes zaujaly nejpodstatnější rozsah články, které nebyly jednoznačně věnovány některému kandidátovi. Největší podíl rozsahu článků získal Václav Klaus (31%) za ním v těsném závěsu Jan Švejnar (28%). Kandidátce Janě Bobošíkové bylo věnováno pouze 6% celkové délky všech článků v deníku Mladá fronta Dnes. V deníku Právo získaly největší rozsah články věnované Janu Švejnarovi (44%), dále články věnované Václavu Klausovi (31%) a nakonec články věnované Janě Bobošíkové (10%). Články, u kterých nebyl jednoznačný hlavní aktér, zabraly v Právu pouze 15% délky všech článků.

Mladá fronta Dnes měla podstatně výraznější podíl příspěvků s nejednoznačným hlavním aktérem, rozdíl byl dokonce 50%. Mladá fronta Dnes měla také velmi malý rozdíl mezi rozsahem článků věnovaných V. Klausovi a J. Švejnarovi, jen 3%. Zato Právo věnovalo o 17% víc rozsahu J. Švejnarovi před V. Klausem.

Graf 11: Procentuelní podíl z délky všech článků věnovaných kandidátům v Mladé frontě Dnes



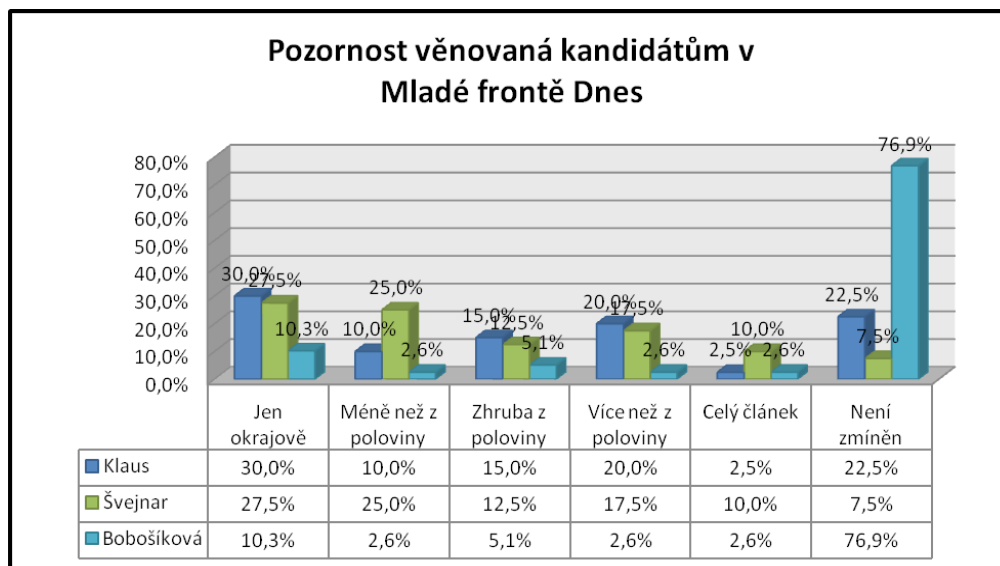
Graf 12: Procentuelní podíl z délky všech článků věnovaných kandidátům v Právu



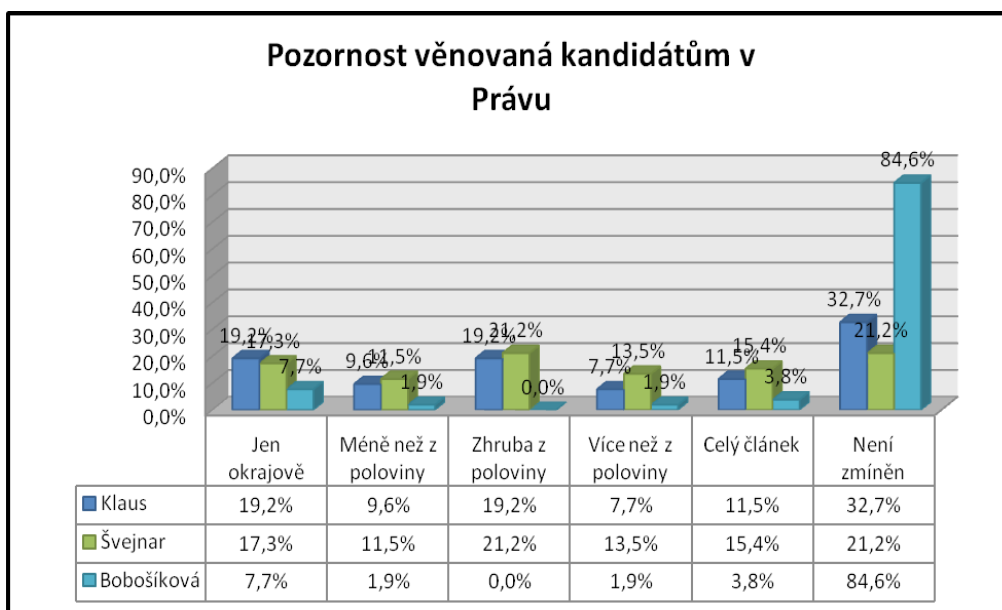
Proměnná „Centralita“ vyjadřuje prostor věnovaný jednotlivým kandidátům uvnitř každého článku. V grafu č. 13 můžeme vidět, do jaké míry byly články v Mladé frontě Dnes věnovány prezidentským kandidátům. V deníku Mladá fronta Dnes bylo nejvíce celých článků věnováno J. Švejnarovi (10%), nejvíce krát byl „článek věnován více než z poloviny“ V. Klausovi (20%). V kategorii „článek je kandidátovi věnován zcela“ bylo vítězství J. Švejnara daleko výraznější než vítězství V. Klause v kategorii článek je kandidátovi věnován „více než z poloviny“.

Jak byla pozornost rozložena v deníku Právo, můžeme vidět v grafu č. 14. I zde nejvíce celých článků věnoval deník J. Švejnarovi (15.4%). Na rozdíl od Mladé fronty Dnes věnovalo Právo nadpoloviční pozornost v člancích také J. Švejnarovi (13,5%). Celkově byla pozornost v Mladé frontě Dnes rozložena rovnoměrněji a rozdíly mezi jednotlivými kandidáty byly menší. V deníku Právo naopak získal větší pozornost ve více případech J. Švejnar.

Graf 13: Pozornost věnovaná jednotlivým kandidátům v Mladé frontě Dnes

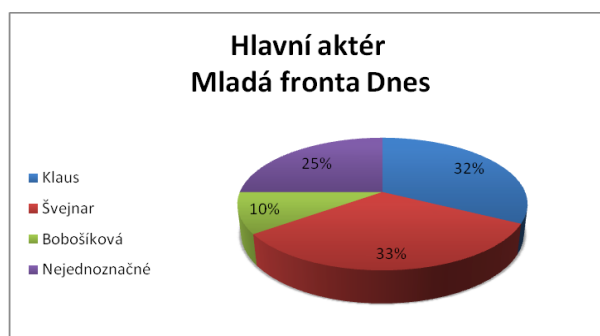


Graf 14: Pozornost věnovaná Švejnarovi

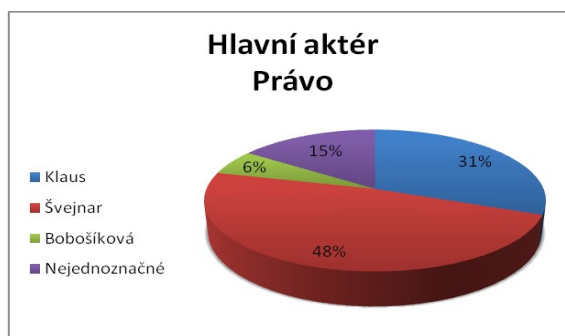


Proměnná „Hlavní aktér“ se zaměřuje na to, komu je příspěvek věnován jako celek. Z grafu č. 15 vyplývá, že v Mladé frontě Dnes se stal nejčastěji hlavním aktérem Jan Švejnar v těsném závěsu za ním, s rozdílem 1%, pak Václav Klaus. Nezanedbatelná část 25% článků nebyla natolik přikloněna ke konkrétnímu kandidátovi, aby se dal jednoznačně určit hlavní aktér. Jak můžeme vidět v grafu č. 16, v deníku Právo byl stejně jako v Mladé frontě Dnes nejčastějším hlavním aktérem také Jan Švejnar (48%). Druhým nejčastějším hlavním aktérem byl Václav Klaus. Rozdíl mezi nimi je v Právu výrazně větší než v případě Mladé fronty Dnes, a to 17%. Článků, v kterých není jednoznačný hlavní aktér, je v Právu o 11% méně než v Mladé frontě Dnes.

Graf 15: Hlavní aktér v článcích Mladé fronty Dnes

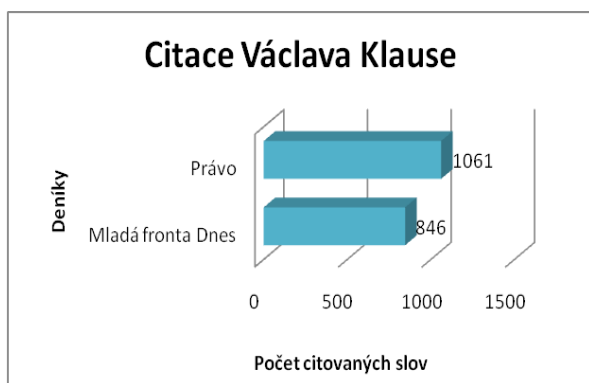


Graf 16: Hlavní aktér v článcích Práva

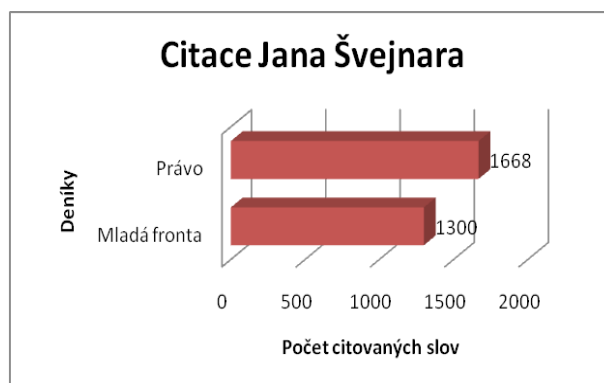


V grafech č. 17, č. 18 a č. 19 je zobrazen celkový počet citovaných slov jednotlivých kandidátů v denících. Václav Klaus byl více citován v deníku Právo, kde odcitovali 1 061 jeho slov, což je o 11,2% více než v deníku Mladá fronta Dnes. Jan Švejnar byl také více citován v deníku Právo (1 668 slov) o 12,4% více než v Mladé frontě Dnes. Celkově bylo více citací uveřejněno v deníku Právo a celkově nejvíce citovaným kandidátem byl Jan Švejnar. Ten byl citován v Mladé frontě Dnes o necelých 22% více než V. Klaus a v deníku Právo byl citován více o necelých 23%. I Jana Bobošíková byla více citována v deníku Právo, ale počet jejích odcitovaných slov byl přibližně o polovinu menší než Klausův či Švejnarův.

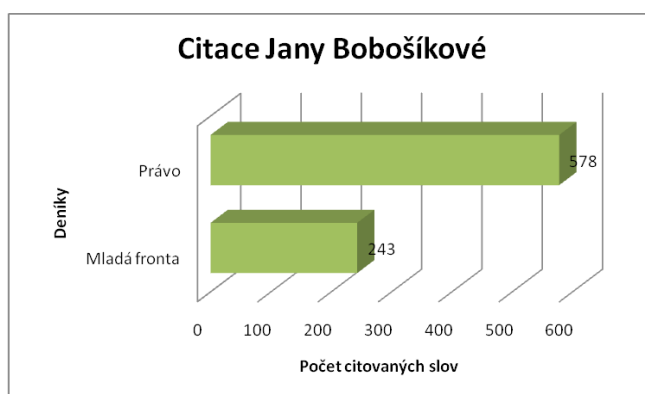
Graf 17: Počet citovaných slov Klause



Graf 18: Počet citovaných slov Švejnara



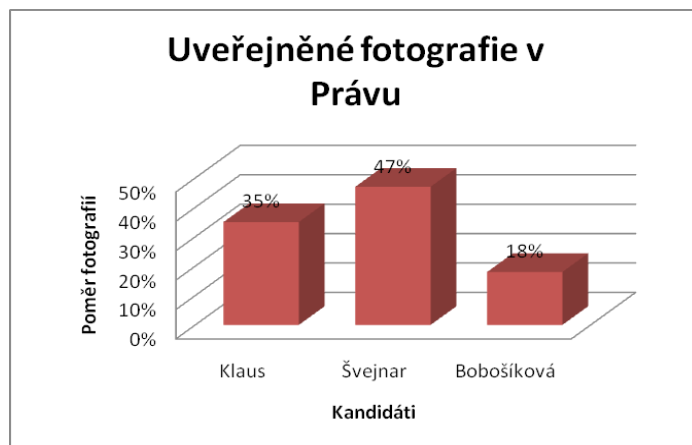
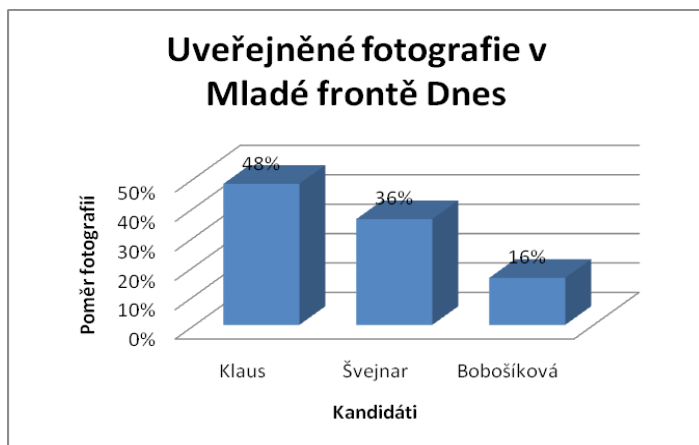
Graf 19: Počet citovaných slov Bobošíkové



V grafu č. 20 najdeme porovnání četnosti výskytu fotografií jednotlivých kandidátů v deníku Mladá fronta Dnes. V tomto deníku byl nejvíce fotografovaným prezidentským kandidátem Václav Klaus, který byl vyobrazen na 48% relevantních fotografiích (kritéria relevance jsou definována v kapitole analytické proměnné). Jan Švejnar byl vyobrazen na 36% relevantních

fotografiích, což z něj dělá druhého nejvíce fotografovaného kandidáta s odstupem na V. Klause 12%. V deníku Právo byl nejčastěji fotografovaným kandidátem Jan Švejnar, kterému bylo věnováno 47% fotografií. Václav Klaus byl s 35% zveřejněných fotografií druhý nejvíce fotografovaný kandidát. Odstup mezi ním a J. Švejnarom byl stejně jako u Mladé fronty Dnes 12 %, tentokrát ale ve prospěch J. Švejnara. Jana Bobošíková byla ze všech kandidátů nejméně fotografovaná. V obou denících jí bylo věnováno okolo 17% uveřejněných fotografií. Kompletní výsledky četnosti fotografování v deníku Právo můžeme vidět v grafu č. 21.

Graf 20: Podíl fotografií věnovaných kandidátů v Mladé frontě Dnes Graf 21: Podíl fotografií věnovaných kandidátů v Právu



7.8.3. Shrnutí

Hypotéza č. 1 „*Deníky věnují více pozornosti soukromým tématům v souvislosti s prezidentskými kandidáty než tématům veřejným.*“ byla vyvrácena.

Proměnná „Téma“ ukázala, že jak oba deníky dohromady, tak každý zvlášť, se věnovaly výrazně více tématům „zcela veřejným“ nebo „spíše veřejným“. Většina článků, kde se vyskytlo zcela soukromé nebo spíše soukromé téma, byla věnována J. Švejnarovi. V Mladé frontě Dnes dosáhly zcela soukromé články J. Švejnara 23% z všech uveřejněných článků.

Hypotézu č. 2 „*Deník Právo poskytuje více prostoru kandidátům J. Švejnarovi (podporovanému politickou stranou ČSSD) a J. Bobošíkové (kterou podporuje strana KSČM) než současnému prezidentovi V. Klausovi (v té době podporovanému ODS), zatímco Mladá*

fronta DNES věnuje výraznější pozornost Klausovi než ostatním kandidátům.“ se mi nepodařilo prokázat na 100%.

Proměnná „Fotografie“ prokázala, že deník Právo dává výraznou přednost J. Švejnarovi. Naopak Mladá fronta Dnes naproti očekávání více uváděla fotografie J. Švejnara, ale rozdíl mezi hodnotami V. Klause a J. Švejnara byl v Mladé frontě Dnes podstatně menší než u Práva.

Proměnná „Citace“ potvrdila hypotézu č.2 jen částečně. V souvislosti s deníkem Právo se hypotéza potvrdila. Právo citovalo více slov J. Švejnara než slov V. Klause. Mladá fronta Dnes také citovala více J. Švejnara, ale rozdíl mezi citacemi Klause a Švejnara není tak výrazný jako u Práva. V Mladé frontě Dnes byl rozdíl mezi citacemi 284 slov a v Právu byl rozdíl 607 slov.

Sledování proměnné „Hlavní aktér“ přispělo k ověření hypotézy č. 2 jen z části. Prokázala, že hypotéza platí pro deník Právo, u kterého byl hlavním aktérem článků nejčastěji J. Švejnar. Naproti předešlým proměnným byl odstup v Právu mezi Klausem a Švejnařem nevýrazný. Mladá fronta Dnes také dávala přednost J. Švejnarovi jako hlavnímu aktérovi, ale jeho hodnoty a hodnoty V. Klause byly prakticky vyrovnané. Dokonce byl v Mladé frontě Dnes i nezanedbatelný podíl článků, v kterých byli kandidáti prezentováni natolik rovnoměrně, že nebylo možné hlavního aktéra jednoznačně určit.

Jediná proměnná „Délka“ podpořila hypotézu č. 2 úplně. Větší celkový rozsah v Mladé frontě Dnes byl věnován Václavu Klausovi a v Právu Janu Švejnarovi. Mladá fronta Dnes ale měla menší rozdíl mezi kandidáty než Právo.

I poslední proměnná „Centralita“ potvrdila hypotézu č.2 jen u deníku Právo. V deníku Právo vyšlo nemalé množství článků zcela a více než z poloviny věnovaných J. Švejnarovi. V deníku Mladá fronta Dnes dosáhl největšího počtu zcela věnovaných článků J. Švejnar. V souvislosti s V. Klausem bylo uveřejněno více článků, v kterých se mu noviny věnovaly více než z poloviny.

Pro úplnost výzkumu jsem vyčíslila hodnoty i pro Janu Bobošíkou. Dané hodnoty nebyly srovnatelné s ostatními kandidáty z důvodu výrazně pozdějšího začátku její kandidatury.

Pokud shrnu všechny tyto výsledky, mohu usoudit, že v případě deníku Právo se hypotéza č. 2 potvrdila. Deník opravdu věnoval více pozornosti v různých směrech J.

Švejnarovi, kterého podporovala strana ČSSD, a ta je podobného politického (sociálně demokratického) smýšlení jako deník Právo. Mladá fronta Dnes prokázala neočekávanou vyváženost mezi prezentací prezidentských kandidátů.

8. Závěr

Tato bakalářská práce „*Mediální obraz prezidentských kandidátů před volbami 2008.*“ se zabývala prezentací prezidentských kandidátů před volbami v roce 2008. Tato událost je celostátně velice prestižní a sledovaná, a proto jsou na média v tomto období kladeny obzvláště vysoké nároky zejména na zpravodajství v seriózních médiích. A serióznímu zpravodajství v médiích jsem se věnovala i já. Konkrétně deníkům Mladá fronta Dnes a Právo.

Součástí této práce jsou kromě samotné analýzy i pasáže věnované souvisejícím tématům, která jsou důležitá pro utvoření komplexního pohledu na zkoumanou problematiku. Například zde můžeme najít charakteristiky sledovaných deníků, které obsahují informace o jejich historii, současném postavení na trhu, o profilu čtenářů apod. Dále jsou v této části informace o politických stranách, které podporovaly jednotlivé kandidáty, o jejich programu, historii i současnosti. Nechybí ani informace o samotném průběhu prezidentské volby.

Věnovala jsem se i teoretickým podkladům pro provedení analýzy. Kapitola „Volba jako komunikační proces“ se zaměřila na vztah médií a politiky na obecné úrovni. V kapitole „Pojem objektivita“ jsem se věnovala požadavkům veřejnosti na chování médií a specifikaci objektivitu, vyváženosti, nestrannosti spolu s příklady nedodržení těchto očekávání. Důležitým faktorem výzkumu je výběr analytické metody. Já jsem použila metodu kvantitativní obsahové analýzy. Tato metoda je vhodná, jelikož umožňuje analyzovat velký objem textů, zkoumá několik vybraných explicitně formulovaných znaků a výsledné hodnoty je možné snadno prezentovat díky jejich číselné podobě. Součástí postupu bylo stanovení základního výzkumného tématu, výzkumných hypotéz, základního výběrového souboru a stanovení proměnných. Jako základní výzkumné téma jsem stanovila, že deníky Mladá fronta Dnes a Právo prezentují rozdílně kandidáty na post prezidenta a obecně uveřejňují častěji soukromé než veřejné informace ve spojení s prezidentskými kandidáty.

Výzkumné hypotézy jsem definovala takto:

- 1) Deníky věnují více pozornosti soukromým tématům v souvislosti s prezidentskými kandidáty než tématům veřejným.
- 2) Deník Právo poskytuje více prostoru kandidátům J. Švejnarovi (podporovanému politickou stranou ČSSD) a J. Bobošíkové (kterou podporuje strana KSČM) než současnému

prezidentovi V. Klausovi (v té době podporovanému ODS), zatímco Mladá fronta DNES věnuje výraznější pozornost Klausovi než ostatním kandidátům.

Jako základní výběrový soubor jsem stanovila dva celostátní deníky Mladou frontu DNES a Právo, konkrétně rubriku Domácí zpravodajství v období od 1. 2. 2008 do 15. 2. 2008. Velmi důležitá je charakteristika proměnných, která stanovuje jaké znaky budeme ve zkoumaném materiálu vyhledávat. Pomocí proměnných převádíme zjištěné informace na měřitelné velikosti a znaky, které musíme při analýze jednoznačně zjistit.

Na základě sebraných dat jsem došla k závěrům, že jak oba deníky dohromady, tak každý zvlášť, se věnovaly výrazně více tématům veřejným než soukromým. Mladá fronta Dnes projevila ve svém seriózním zpravodajství v některých případech vyváženější distribuci pozornosti mezi jednotlivými kandidáty než deník Právo. Deník Právo věnoval více pozornosti v různých směrech J. Švejnarovi. Mladá fronta Dnes prokázala neočekávanou vyváženost mezi prezentací prezidentských kandidátů. To poukazuje na to, že deník Právo byl ovlivněn svými politickými preferencemi, jelikož J. Švejnar byl podporovaný politickou stranou ČSSD, která je svým politickým zaměřením blízká preferencím Práva.

9. Resumé

My bachelor thesis called „Media image of president candidates before president elections 2008“ is dealing with president candidates presentation before elections in 2008. My thesis mainly concentrates on two nation-wide journals Mladá fronta Dnes and Právo in period from 1st February till 15th February 2008. I am analyzing both of these daily-journals in details, their relation towards president candidates, differences in their self-presentation and attention towards them. I mainly concentrate on objectivity, equilibrium and fairness. For my research I used method of quantitative content analysis. Regarding to acquired results I was capable to come to the conclusions which are as follows. Mladá fronta Dnes seemed to pay attention towards the president in more balanced way than Právo.

10. **Prameny a literatura**

Periodika:

MLADÁ FRONTA DNES, MAFRA a.s., ročník 19, vydání 27 - 39, Praha: 2008.

Právo. BORGIS a.s., ročník 18, vydání 27 - 39, Praha: 2008.

POCHMAN, Jan. Časopis ABC ČR. Deníky - prodaný náklad za květen 2008.

VOJTĚCHOVSKÁ, Martina; KARTÁKOVÁ, Zuzana. Časopis Marketing & Média. Praha: *Economia*, 2008.

Literatura:

BERÁNKOVÁ, M. - KŘIVÁNKOVÁ, A. - RUTTKAY.F. Dějiny československé žurnalistiky III. díl.: Český a slovenský tisk v letech 1918 – 1944. Vyd. 1. Praha - Novinář, 1988.

KÖPPLOVÁ, Barbora. et al.: Dějiny českých médií v datech: rozhlas, televize, mediální právo. Praha: Karolinum, 2003.

BLODIGOVÁ, A. et al.: Dějiny českého novinářství a českých novinářských spolků: výstava k dějinám českého tisku na území České republiky. Praha: Státní ústřední archiv, 2002.

BEDNAŘÍK, Petr. Český tisk v letech 1945 – 1948. Praha: Matfyzpress, 2004.

IGGERS, Jeremy. Good news, bad news: journalism ethics and the public Boulder: Westview, 1999.

McQUAIL, Denis. Media performance: mass communication and the public interest. London: SAGE Publications, 1999.

TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006.

McQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 1999.

WINFRIED, Schulz.[et al.]. Analýza obsahu mediálních sdělení. [uspořádala Irena Reifová; přeložila Barbara Köpplová]. Praha: Karolinum, 2004.

THOMPSON, John B., Média a modernita: sociální teorie médií. Praha: Karolinum, 2004.

JIRÁK, Jan; ŘÍCHOVÁ, Blanka. Politická komunikace a média. Praha: Karolinum, 2000.

Studie a zákony:

ŠKODOVÁ, Markéta. Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR. Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologický ústav AV ČR.

Ústava České republiky, ze dne 16. prosince 1992, ústavní zákon č. 1/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 347/1997 Sb., 300/2000 Sb., 448/2001 Sb., 395/2001 Sb. a 515/2002 Sb. Článek 62 – 63.

Elektronické zdroje:

http://sluzby.mafra.cz/denni_tisk/inzerce_special/prezentace

<http://pravo.novinky.cz/inzerce/profil2.php>

http://www.ods.cz/ods_se_predstavuje/kdo_jsme.php

<http://www.cssd.cz/o-nas/Stanovy-CSSD/a14998.html>

11. Seznam grafů, tabulek a obrázků

Grafy

Graf 1: Odhad čtenosti celostátních deníků

Graf 2: Hodnocení informací v deníku Mladá fronta Dnes

Graf 3: Hodnocení informací v deníku Právo

Graf 4: Vývoj hodnocení informací v deníku Právo

Graf 5: Vývoj hodnocení informací v deníku Mladá fronta Dnes

Graf 6: Témata článků uveřejněných v obou denících

Graf 7: Témata článků uveřejněných v deníku Mladá fronta Dnes

Graf 8: Témata článků uveřejněných v deníku Právo

Graf 9: Témata článků věnovaných V. Klausovi

Graf 10: Témata článků věnovaných J. Švejnarovi

Graf 11: Procentuelní podíl z délky všech článků věnovaných kandidátům v Mladé frontě Dnes

Graf 12: Procentuelní podíl z délky všech článků věnovaných kandidátům v Právu

Graf 13: Pozornost věnovaná jednotlivým kandidátům v Mladé frontě Dnes

Graf 14: Pozornost věnovaná Švejnarovi

Graf 15: Hlavní aktér v člancích Mladé fronty Dnes

Graf 16: Hlavní aktér v člancích Práva

Graf 17: Počet citovaných slov Klause

Graf 18: Počet citovaných slov Švejnara

Graf 19: Počet citovaných slov Bobošíkové

Graf 20: Podíl fotografií věnovaných kandidátům v Mladé frontě Dnes

Graf 21: Podíl fotografií věnovaných kandidátům v Právu

Obrázky

Obrázek 1: Volby jako komunikační proces

Tabulky

Tabulka 1: Počet zkoumaných článků

Tabulka 2: Počet uveřejněných fotografií

Tabulka 3: Průměrná délka článků v cm

Tabulka 4: Celkový počet citovaných slov

12. **Seznam příloh**

Příloha č. 1: Kódovací kniha (tabulka)

Příloha č. 1: Kódovací kniha Příloha č. 1: Legenda ke kódovací knize (tabulka)

13. Přílohy

Příloha č. 1: Kódovací kniha

	Deník	Datum	Délka	Typ	Centralita Klaus	Centralita Švejnar	Centralita Bobošíková	Hlavní aktér	Zaměření	Citace Klaus	Citace Švejnar	Citace Bobošíková	Fotografie
článek													
1	1	9.2	114	8	4	1	0	1	4	25	0	0	1
2	1	6.2	34	2	3	3	0	4	5	6	8	0	1
3	1	9.2	114	8	1	4	0	2	2	0	47	0	2
4	1	2.2	70	2	3	3	0	4	1	8	13	0	4
5	1	9.2	79	2	1	1	0	4	4	0	0	0	2
6	1	7.2	80	8	3	3	0	4	2	0	0	0	4
7	1	14.2	58,5	2	1	2	2	4	4	0	0	0	3
8	1	8.2	72,5	2	4	1	0	1	3	59	15	0	1
9	1	8.2	43,5	8	3	2	0	1	4	0	0	0	4
10	1	11.2	46,5	2	0	5	0	2	4	0	402	0	2
11	1	13.2	41,5	2	0	2	4	3	4	0	0	27	3
12	1	2.2	48	2	1	4	0	2	1	0	0	0	0
13	1	6.2	47,5	4	1	1	0	4	2	0	0	0	0
14	1	7.2	136	8	2	2	0	4	5	0	0	0	1
15	1	11.2	62	8	1	1	0	4	5	0	0	0	0
16	1	11.2	18	1	4	2	1	1	5	0	0	0	0
17	1	8.2	17,5	1	0	5	0	2	5	0	0	0	0
18	1	1.2	20	1	3	3	0	4	3	0	0	0	0
19	1	12.2	23	2	0	0	5	3	4	0	0	172	3
20	1	9.2	46,5	1	5	0	0	1	5	625	0	0	0
21	1	7.2	18	1	1	4	0	2	4	0	0	0	0
22	1	4.2	37	2	1	4	0	2	4	0	79	0	0
23	1	2.2	26,5	1	0	5	0	2	1	0	53	0	0
24	1	5.2	39,5	2	3	0	0	1	4	40	0	0	1
25	1	7.2	26	2	4	1	0	1	5	41	20	0	1
26	1	2.2	20,5	1	2	4	0	2	2	0	40	0	0
27	1	2.2	14	1	4	1	0	1	4	32	0	0	0
28	1	4.2	66	4	1	1	0	4	4	0	0	0	0
29	1	6.2	44	2	2	1	0	1	4	0	0	0	0
30	1	8.2	29,5	1	4	2	0	1	2	0	0	0	0
31	1	9.2	32	8	4	2	0	1	5	0	0	0	1
32	1	9.2	10	2	1	4	0	2	1	0	0	0	2
33	1	9.2	62	1	0	5	1	2	5	0	615	0	0
34	1	9.2	33,5	1	1	2	0	2	4	0	0	0	0
35	1	11.2	19	1	0	1	3	3	4	0	0	30	0
36	1	11.2	46,5	2	4	2	0	1	5	10	8	0	1
37	1	11.2	40	2	0	3	1	2	4	0	0	0	0
38	1	12.2	46	2	1	4	1	2	4	0	0	0	2
39	1	14.2	49	2	2	1	0	1	3	0	0	0	7

40	1	14.2	23,5	1	0	2	3	3	4	0	0	14	0
41	2	5.2	9,5	1	0	5	0	2	3	0	104	0	0
42	2	5.2	12	1	1	3	0	2	3	0	23	0	0
43	2	7.2	10	1	0	5	0	2	4	0	39	0	0
44	2	8.2	16	1	3	3	0	4	5	0	0	0	0
45	2	9.2	10	2	0	4	0	2	1	0	0	0	0
46	2	9.2	17	1	0	4	0	2	2	0	0	0	0
47	2	6.2	16,5	1	5	0	0	1	4	65	0	0	0
48	2	9.2	14,5	1	0	5	0	2	4	0	27	0	0
49	2	8.2	16,5	1	3	2	0	1	4	44	0	0	0
50	2	6.2	33,5	2	1	4	0	2	4	0	54	0	2
51	2	7.2	25	2	0	3	0	2	4	0	47	0	2
52	2	11.2	49	2	0	5	0	2	3	0	358	0	2
53	2	11.2	22,5	4	3	3	0	4	5	0	0	0	0
54	2	12.2	27	2	1	4	1	2	5	0	0	0	3
55	2	13.2	35,5	1	1	1	4	3	5	0	0	77	0
56	2	14.2	11	1	2	1	1	1	5	0	0	0	0
57	2	4.2	12	1	2	1	0	1	5	0	0	0	0
58	2	15.2	6,5	1	2	3	0	2	5	0	0	0	0
59	2	13.2	22,5	1	0	2	0	2	4	0	19	0	0
60	2	14.2	49,5	2	0	0	5	3	4	0	0	390	3
61	2	15.2	38,5	2	3	2	1	1	5	0	0	0	1
62	2	4.2	13,5	1	0	5	0	2	4	0	65	0	0
63	2	1.2	15	4	3	3	0	4	5	0	0	0	0
64	2	1.2	28	2	0	3	0	2	2	0	0	0	2
65	2	2.2	14,5	1	0	5	0	2	1	0	0	0	0
66	2	1.2	13,5	1	1	4	0	2	4	0	0	0	0
67	2	15.2	30,5	1	2	0	0	1	4	0	0	0	0
68	2	5.2	40,5	1	0	5	0	2	2	0	0	0	0
69	2	2.2	43	1	4	2	0	1	5	62	0	0	0
70	2	7.2	11	1	3	3	0	4	4	0	0	0	0
71	2	5.2	19	1	0	4	0	2	4	0	70	0	0
72	2	7.2	31	4	3	3	0	4	5	0	0	0	0
73	2	9.2	54	2	5	0	0	1	5	744	0	0	1
74	2	15.2	38,5	2	0	0	5	3	5	0	0	111	3
75	2	9.2	54	2	5	0	0	2	5	0	758	0	2
76	2	9.2	30,5	8	1	1	0	4	5	0	0	0	4
77	2	7.2	37,5	8	4	0	0	1	4	89	0	0	1
78	2	6.2	32	2	5	0	0	1	5	50	0	0	1
79	2	5.2	32	2	1	4	0	2	4	0	44	0	2
80	2	1.2	20	2	3	1	0	1	4	0	0	0	1
81	2	2.1	16	1	1	2	0	2	5	0	0	0	0
82	2	4.2	29,5	2	1	3	0	2	4	0	36	0	0
83	2	5.2	13	1	5	0	0	1	4	0	0	0	0
84	2	5.2	8,5	1	4	0	0	1	5	0	0	0	0
85	2	7.2	19	1	2	1	0	2	4	0	0	0	0

86	2	7.2	8	1	4	1	0	1	3	0	0	0	0
87	2	9.2	19,5	1	3	2	0	1	3	7	0	0	0
88	2	9.2	19	1	5	0	0	1	3	0	0	0	0
89	2	10.2	25	1	3	3	0	4	3	0	0	0	0
90	2	14.2	27	2	1	1	1	4	5	0	0	0	2
91	2	14.2	19,5	2	0	1	2	2	5	0	0	0	0
92	2	14.2	10	1	0	5	0	2	3	0	24	0	0

Příloha č. 2: Legenda ke kódovací knize

Proměnná		Hodnoty								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Deník	MF Dnes	Právo							
2	Datum	den + měsíc								
3	Délka	S Přesností na 0,5 cm								
4	Typ	text	text + foto	text + karikatura	text + infografika	Infografika + foto	infografika + karikatura	infografika	Text + foto+ infografika	Jiná kombinace
5	Centralita Klaus	Jen okrajově	méně než polovina	Zhruba polovina	více než polovina	celý článek	0 - nic			
6	Centralita Švejnar	Jen okrajově	méně než polovina	Zhruba polovina	více než polovina	celý článek	0 - nic			
7	Centralita Bobošíková	Jen okrajově	méně než polovina	Zhruba polovina	více než polovina	celý článek	0 - nic			
8	Hlavní aktér	Klaus	Švejnar	Bobošíková	nejednoznačné					
9	Zaměření	Zcela soukromé	Spíše soukromé	Soukromé stejně jako veřejné	spíše veřejné	Zcela veřejné				
10	Rozsah citace Klaus	počet slov								
11	Rozsah citace Švejnar	počet slov								
12	Rozsah citace Bobošíková	počet slov								
13	Fotografie	Klaus	Švejnar	Bobošíková	Klaus+ Švejnar	Švejnar + Bobošíková	Bobošíková + Klasu	všichni	žádný	