

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2020

Ondřej Prokeš

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Rámcování kauzy Čapí hnízdo v českých denících

Diplomová práce

Autor práce: Ondřej Prokeš

Studijní program: Mediální studia

Vedoucí práce: PhDr. Vlastimil Nečas, Ph.D.

Rok obhajoby: 2020

Prohlášení

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

V Praze dne 21. 5. 2020

Ondřej Prokeš

Bibliografický záznam

PROKEŠ, Ondřej. *Rámcování kauzy Čapí hnízdo v českých denících*. Praha, 2020. 85 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Vlastimil Nečas, Ph.D.

Rozsah práce: 118 605 znaků včetně mezer

Anotace

Diplomová práce se zaměřuje na to, jak české tištěné celostátní deníky (Aha!, Blesk, E15, Haló noviny, Hospodářské noviny, Lidové noviny, Mladá fronta DNES a Právo) rámovaly kauzu Čapí hnízdo, která je spojená s podnikatelem a premiérem Andrejem Babišem. V teoretické části se diplomová práce opírá o teorii nastolování agendy, koncept rámcování a o předchozí výzkumy, spojené s kauzou Čapí hnízdo. V analytické části se práce zaměřuje na to, jak deníky o kauze psaly, jakým způsobem kauzu interpretovaly a jaký ze čtyř specifických rámců pro kauzu Čapí hnízdo (podvod, příležitost, Čapí hnízdo jako rozbuška v koalici a Zeman jako Babišův ochránce) u jakého deníku převažoval. Mediální rámce jsou zkoumány pomocí kvantitativní obsahové analýzy. Dále se práce zaměřuje na tematické a epizodické rámcování u jednotlivých deníků.

Annotation

The diploma thesis focuses on how Czech printed national daily newspaper (Aha!, Blesk, E15, Haló noviny, Hospodářské noviny, Lidové noviny, Mladá fronta DNES and Právo) framed the Čapí hnízdo case. The case is connected with businessman and Prime Minister Andrej Babiš. In the theoretical part, the thesis is based on the theory of agenda-setting, framing and previous research associated with the Čapí hnízdo case. The analytical part focuses on how the daily newspaper wrote about the case, how they interpreted the case and what of the four specific frames for the case (fraud, opportunity, Čapí hnízdo as a detonator in the coalition and Zeman as Babiš's protector) prevailed in which diary. Media frames are examined through quantitative content analysis. Furthermore, the thesis focuses on thematic and episodic framing in the daily newspaper.

Klíčová slova

Andrej Babiš, kauza Čapí hnízdo, rámcování, mediální rámce, nastolování agendy, kvantitativní obsahová analýza

Keywords

Andrej Babiš, Čapí hnízdo case, framing, media frames, agenda-setting, quantitative content analysis

Title

Framing the Čapí hnízdo case in czech newspaper

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval Alessandrovì.

Obsah

ÚVOD	2
1 TEORETICKÁ ČÁST	4
1.1 NASTOLOVÁNÍ AGENDY	4
1.1.1 Politická, mediální a veřejná agenda	4
1.1.2 Významnost témat v nastolování agendy	5
1.2 PRIMING - USMĚRŇOVÁNÍ	7
1.3 FRAMING - RÁMCOVÁNÍ	8
1.3.1 Kognitivní, kritické a konstruktivistické paradigma	8
1.3.2 Identifikace rámců	9
1.3.3 Rámcování jako proces	10
1.3.4 Specifické a obecné rámce	12
1.3.5 Tematické a epizodické rámce	13
1.4 VÝZKUMY DOTÝKAJÍCÍ SE KAUZY ČAPÍ HNÍZDO A ANDREJE BABIŠE	13
1.5 SPECIFICKÉ RÁMCE PRO KAUZU ČAPÍ HNÍZDO	22
1.5.1 Rámec Podvod	26
1.5.2 Rámec Příležitost	26
1.5.3 Rámec Čapí hnízdo jako rozbuška v koalici	27
1.5.4 Rámec Zeman jako Babišův ochránce	27
2 KONTEXTUÁLNÍ ČÁST	29
2.1 ANDREJ BABIŠ	29
2.2 ČAPÍ HNÍZDO	32
3 METODOLOGIE	36
3.1 VÝZKUMNÉ TÉMA	36
3.2 VÝZKUMNÝ CÍL	37
3.3 VÝZKUMNÉ OTÁZKY	38
3.4 VÝZKUMNÁ METODA	39
3.5 SBĚR DAT	41
3.6 KÓDOVÁNÍ	42
4 ANALYTICKÁ ČÁST	44
4.1 TÉMATA	44
4.1.1 Téma Vyšetřování	45
4.1.2 Téma Ztráta imunity	46
4.1.3 Téma Vlastnictví	47
4.1.4 Téma Spojenec Zeman	48
4.1.5 Téma Koalice	49
4.1.6 Téma Dotace	50
4.1.7 Téma Tlak na policii	51
4.2 RÁMCE	52
4.2.1 Rámec Podvod	52
4.2.2 Rámec Příležitost	53
4.2.3 Rámec Zeman jako Babišův ochránce	54
4.2.4 Rámec Čapí hnízdo jako rozbuška v koalici	55
4.3 TEMATICKÉ A EPIZODICKÉ RÁMCE	58
4.3.1 Tematické a epizodické rámce v jednotlivých denících	58
ZÁVĚR	62
SUMMARY	65
POUŽITÁ LITERATURA	68
SEZNAM PŘÍLOH	78

Úvod

Společnost v 21. století je postavena před řadu výzev. S nástupem internetu a sociálních sítí se proměňují způsoby získávání informací i samotná forma mezilidské komunikace. Důležité postavení ve společnosti i přes slábnoucí roli ale stále zaujímají i tištěná média. V roce 2013 se koncern Agrofert, a.s. podnikatele a politika Andreje Babiše stal vlastníkem největšího českého mediálního domu MAFRA, a.s., který má v portfoliu mezi vydávanými tituly mimo jiné i tištěné celostátní deníky Mladá fronta DNES a Lidové noviny (MediaGuru 2019). Sedm let po akvizici se MAFRA stále drží na první pozici nejčtenějšího českého vydavatelství s podílem 25,04 % na čtenářském trhu (MediaGuru 2020).

Některé z ostatní mediální domů fungujících v České republice mají také vlivné majitele. Dvojkou na čtenářském trhu s podílem 24,57 % je vydavatelství Czech News Center a.s. (MediaGuru 2020), které je ve vlastnictví Daniela Křetínského a Patrika Tkáče a které má v portfoliu vydávaných titulů mimo jiné deník E15 a nejčtenější bulvární deník Blesk, sportovní deník Sport a také bulvární deník Aha! (MediaGuru 2019). Dále se jedná například o investiční skupinu Penta vlastníci vydavatelství Vltava Labe Media a.s., které je třetím nejčtenějším vydavatelstvím s podílem 18,15 % na čtenářském trhu a které má mezi vydávanými tituly regionální verze deníku Deník (MediaGuru 2019; MediaGuru 2020). Většinovým majitelem vydavatelství Borgis, které vydává mimo jiné deník Právo, je šéfredaktor deníku Zdeněk Porybný a třetinový podíl ve vydavatelství má Seznam.cz vlastníka Ivo Lukačoviče (MediaGuru 2019). Borgis dosahuje na čtenářském trhu podíl 3,56 % (MediaGuru 2020). Podnikatel Zdeněk Bakala vlastní vydavatelství Economia a.s., které má mezi vydávanými tituly deník Hospodářské noviny a na čtenářském trhu mu patří podíl 2,91 % (MediaGuru 2019; MediaGuru 2020).

Téma kumulace ekonomické, politické a mediální moci je přinejmenším od doby vstupu Babiše do politiky viditelněji přítomné ve veřejném prostoru. V souvislosti se změnou majitele MAFRY je také zmiňována možnost vlivu vlastnictví na podobu mediálního obsahu. Vliv vlastnictví na podobu mediálního obsahu je jistě závažné, nejenom výzkumné, ale i celospolečenské téma. V návaznosti na společenské riziko kumulace ekonomické, politické a mediální moci byl upraven zákon č. 159/2006 Sb., o střetu zájmů. Osoba ve veřejné funkci nesmí být provozovatelem rozhlasové nebo televizní vysílání, vydavatelem periodického tisku, nesmí být ani společníkem, členem nebo ovládající osobou právnické osoby, která je provozovatelem rozhlasového nebo televizního vysílání nebo vydavatelem perio-

dického tisku. Babiš se s novými podmínkami vypořádal tak, že koncern Agrofert, a s ním tedy i vydavatelství MAFRA, převedl do svěřenských fondů. Působení Babiše na politické scéně provázela řada kontroverzí a kauz, ať se jednalo o kauzu korunových dluhopisů, o obvinění ze spolupráce s komunistickou tajnou policií, či o kauzu Čapí hnízdo. Některé kontroverze a kauzy jsou dávno zapomenuty, některé zatím ne.

Tato práce si klade za cíl na příkladu tzv. kauzy Čapí hnízdo zjistit, jak bylo téma kauzy prezentováno ve vybraných českých celostátních tištěných denících. V kontextuální části stručně popíšu, o co se v kauze Čapí hnízdo jedná. V teoretické části práce se jednak opírám o teorii nastolování agendy a o koncept rámcování, který je s nastolováním agendy úzce spjat. Kauza Čapí hnízdo je specifický případ a v médiích je také rámována specifickými rámci. Přestože v době psaní práce (rok 2020) není kauza stále ještě u konce, byla již publikována řada prací, které využívají příklad této kauzy ve svých výzkumech. V teoretické části práce se dále opírám o výsledky výzkumu Markéty Kabuďové, která pomocí kvalitativního výzkumu identifikovala specifické rámce ke kauze Čapí hnízdo v pěti nejčtenějších českých denících (Blesk, Hospodářské noviny, Lidové noviny, Mladá fronta DNES a Právo) (Kabuďová 2018). Tyto induktivním přístupem identifikované rámce, které se vážou přímo ke kauze Čapí hnízdo, přebírám. V analytické části využívám k zodpovězení výzkumných otázek metodu kvantitativní obsahové analýzy, pomocí které zkoumám vztahy mezi proměnnými v osmi celostátních denících (Aha!, Blesk, E15, Haló noviny, Hospodářské noviny, Lidové noviny, Mladá fronta DNES a Právo). Záměrem je zahrnout všechny relevantní celostátní tištěné deníky a tím pádem pokrýt co největší plochu v oblasti tištěných deníků vycházejících v České republice. Z celostátních tištěných deníků jsou vynechány deník Sport s ohledem na jeho specifické zaměření, deník Deník, který vychází v regionálních mutacích a nemá jednotnou celostátní verzi a Deník N, který vyšel poprvé až 28. října 2018 (elektronicky, v tištěné verzi začátkem roku 2019) (Media-Guru 2018) a analyzované časové období se ho vůbec netýká. Zkoumané časové období zahrnuje jeden rok trvání kauzy. Z hlediska trvání se jedná o dlouhodobou kauzu, která stále ještě není u konce. Začátek období je stanoven na 10. srpna 2017, kdy byl do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky (PSPČR) doručen návrh na vydání dvou poslanců, Andreje Babiše a Jaroslava Faltýnka, k trestnímu stíhání. Zkoumané období končí 9. srpna 2018.

1 Teoretická část

1.1 Nastolování agendy

Pojem „nastolování agendy“ začali v mediálních studiích začátkem 70. let 20. století používat McCombs a Shaw ve spojitosti s výzkumem vlivu médií na vnímání voličů v předvolební kampani. Porovnávali témata, která voliči označovali v předvolební kampani za klíčová, se skutečným obsahem, který se objevoval v médiích během kampaně (McCombs, Shaw 1972).

Ačkoliv samotný pojem „nastolování agendy“ nikdy nepoužil, základní myšlenku nastolování agendy již ve 20. letech 20. století vyslovil Lippmann. Přišel s tezí, že reakce veřejného mínění nesměruje k prostředí, ale k pseudo-prostředí, které vytvářejí média (McCombs 2009). Základní myšlenkou teoretického konceptu nastolování agendy je, že *„zpravodajská média naznačují veřejnosti, co jsou hlavní otázky dne, a to se odrazí na tom, co veřejnost vnímá jako nejdůležitější aktuální záležitosti.“* (McQuail 2009: 527) Publikum začne přikládat důležitost tématům, kterým je přikládána důležitost v médiích. Neboli *„prominentní prvky mediálního obrazu se stanou prominentními prvky obrazu publika. Veřejnost začne považovat za důležité ty prvky, na které klade důraz agenda médií.“* (McCombs 2009: 109) Koncept nastolování agendy popisují Dearing a Rodgers takto: *„Nastolování agendy nabízí vysvětlení, proč jsou veřejnosti v demokracii přístupné informace o určitých tématech, zatímco o jiných tématech nikoliv; jak se formuje veřejné mínění; a proč jsou určitá témata řešena skrze politické akce, zatímco jiná témata nikoliv.“* (Dearing, Rodgers 1996: 2)

1.1.1 Politická, mediální a veřejná agenda

Nastolování agendy zkoumá vzájemné působení tří agend: 1) Politická agenda zahrnuje problémy a témata, která považují za důležitá političtí představitelé. 2) Mediální agenda zahrnuje problémy a témata, která se s různou intenzitou objevují v mediálních obsazích. 3) Veřejná agenda zahrnuje problémy a témata, která považuje za důležitá veřejnost. Zkoumání vzájemné interakce těchto tří agend zahrnuje 1) důvody, proč se některá témata a problémy stávají důležitými v jednotlivých agendách, 2) způsob, jakým se témata a problémy v jednotlivých agendách ovlivňují, 3) způsob, jakým jsou jednotlivé agendy formo-

vány stavem reálného světa, 4) osobní zkušenost a 5) interpersonální komunikaci (Kalvas 2009).

1.1.2 Významnost témat v nastolování agendy

V této práci se zabývám mediální agendou v celostátních denících. Jak si nastolování agendy v denním tisku představit: McCombs k nastolování agendy v denním tisku uvádí, že „[e]ditoři a vedoucí zpravodajství každý den vybírají a zveřejňují zprávy, čímž zaměřují naši pozornost a ovlivňují, která denní témata vnímáme jako nejdůležitější. Schopnost ovlivňovat významnost („salience“) témat ve veřejné agendě se označuje jako schopnost zpravodajských médií nastolovat agendu.“ (McCombs 2009: 26) Jak mohou vypadat konkrétní postupy při ovlivňování významnosti témat v denním tisku přibližuje McCombs takto: „Novinová sdělení nám nepřebornými způsoby dokážou napovědět, jaká je relativní významnost určitého tématu v denní agendě. Hlavní zpráva na titulní straně, rozdíl mezi titulní stranou a dalšími stranami, velikost nadpisu, a dokonce i délka zprávy – to vše vyjadřuje významnost témat ve zpravodajské agendě.“ (McCombs 2009: 26) Dalším z průkopníků teorie nastolování agendy, který se zabýval významností témat v jednotlivých agendách a zkoumal jejich vzájemnou interakci, byl Funkhouser. Zkoumal vzájemnou interakci stavu skutečného světa s mediální a veřejnou agendou porovnáváním statistických dat s tématy, kterými se zabývaly vybrané týdeníky, a s daty z Gallupova institutu¹ (Funkhouser 1973). Výzkum prokázal provázanost mezi mediální a veřejnou agendou, mezi nimiž existuje silný vzájemný vztah. Stav skutečného světa a jeho provázanost s mediální a veřejnou agendou prokázán nebyl. Významnost témat v médiích se nekryla s jejich reálným vývojem (Funkhouser 1973).

Vliv mediální agendy na veřejnou agendu tedy probíhá skrze ovlivňování významnosti témat médii. Významnost, kterou jednotlivým událostem přikládají média, ovlivňuje uvažování lidí o stupni důležitosti těchto událostí a o uspořádání jejich vlastní (tudíž veřejné) agendy. Témata, které jsou zvýznamňována médii, po čase začnou lidé považovat za důležitá (McCombs 2009). Významnost je stupeň, kterým je vnímána důležitost v tématech politické, mediální a veřejné agendy. Jádrem procesu nastolování agendy spočívá v tom,

¹ Gallupův institut pravidelně provádí průzkumy veřejného mínění v USA. Průzkumy pracují s reprezentativním vzorkem populace. Gallupova metoda dotazování je pokládána za spolehlivý zdroj obrazu veřejného mínění.

když se významnost témat v politické, mediální nebo veřejné agendě změní. Pak přichází na řadu potřeba zjistit, jakým způsobem ke změně významnosti v agendách dochází a proč tato změna nastává (Dearing, Rodgers 1996). Významnost je v nastolování agendy klíčový pojem. „*Na rozdíl od teorie minimálních účinků toto tvrzení (že mediální agenda nastoluje veřejnou agendu – pozn. O.P.) ohlašuje silný kauzální vliv masové komunikace na veřejnost – přenos významnosti z mediální agendy na agendu veřejnou.*“ (McCombs 2009: 30). Výzkumy nastolování agendy se zaměřují na významnost témat. V tom se odlišují oproti většině výzkumů veřejného mínění, které se spíše zaměřují na kladné či záporné postoje veřejnosti k určité problematice. Významnost témat v mediální agendě publiku naznačuje, o čem je potřeba přemýšlet (Dearing, Rodgers 1996). V tomto duchu se vyjádřil již v 60. letech 20. století Cohen, když formuloval známou myšlenku, která se často používá jako jakási definice nastolování agendy v kostce: „*(...) tisk je jednoznačně více než dodavatel informací a názorů. Nemusí být po většinu času příliš úspěšný v tom, když říká lidem, co si mají myslet, ale je ohromně úspěšný v tom, když říká svým čtenářům, o čem mají přemýšlet.*“ (Cohen 1963: 13) Výzkumy nastolování agendy se zabývají tím, jak publikum o tématu přemýšlí v závislosti na míře významnosti, kterou daným tématům přiřkládají média. Relativní významnost témat v mediální agendě určuje, jak se bude formovat veřejná agenda. A formování veřejné agendy zase ovlivňuje to, kterými tématy se budou zabývat tvůrci veřejných politik² (Dearing, Rodgers 1996). Autoři dále k interakci mezi veřejnou a politickou agendou uvádějí, že tvůrci veřejných politik jednájí pouze v otázkách, které se dostanou na vrchol politické agendy (ibid). To je ale velké zjednodušení toho, jak funguje rozhodovací proces ve veřejné politice. Tvůrci veřejných politik jsou v hierarchii aktérů veřejné politiky někde uprostřed. Pokud si hierarchizaci představíme jako pyramidu, potom dole jsou zainteresovaní aktéři (stakeholders), uprostřed tvůrci veřejných politik (policy-makers) a na vrcholu pak rozhodovatelé ve veřejných politikách (decision-makers) (Howlett, Pearl, Ramesh 2009).

Přenos významnosti témat z mediální agendy na veřejnou agendu rozděluje McCombs do dvou stupňů (McCombs 2009). První stupeň je přenos významnosti objektu a účinky prvního stupně představují tradiční nastolování agendy. Druhý stupeň je přenos významnosti

² Politika ve smyslu policy. Česká terminologie nerozlišuje mezi polity, policy a politics v trojdimenzionálním pojetí politiky. Pro všechny tři termíny má jeden výraz: politika. Autoři používají termín policy-makers, což se do českého názvosloví běžně překládá jako tvůrci veřejných politik.

atributů. Účinky tohoto druhého stupně nazývá McCombs jako nastolování agendy atributů (McCombs 2009). „*Když zkoumáme nastolování agendy atributů, zaměřujeme se na následný krok v komunikačním procesu, na porozumění. Tento krok Lippmann popsal jako obrazy v naší hlavě. Zde nám jde o to, které aspekty daného tématu, politického kandidáta či problému jsou významné pro veřejnost. Teoretické rozlišení mezi pozorností a porozuměním je důležité.*“ (McCombs 2009: 112) McCombs polemizuje s Cohenovou myšlenkou o vlivu masové komunikace a říká, že druhý stupeň procesu nastolování agendy – nastolování agendy atributů – ukazuje, „*že média nám nejen říkají, na co máme myslet, ale také jak přemýšlet o některých objektech.*“ (McCombs 2009: 113)

1.2 Priming – Usměrnění

Následující kapitoly se věnují dvěma efektům, která jsou při nastolování agendy v médiích používána: priming (usměrnění) a framing (rámcování). Na priming neboli usměrnění³, se často nahlíží jako na rozšíření konceptu nastolování agendy (Scheufele 2000). Jak usměrnění, tak nastolování agendy pracují s tím, jakým způsobem lidská paměť zpracovává informace. Předpokládá se, že si lidé utvářejí postoje a následná rozhodnutí na základě kritérií, která jsou pro ně nejdostupnější (Scheufele, Tewksbury 2007). Usměrnění popisuje McCombs jako „*(...) zvýznamňování perspektiv, podle nichž se následně bude orientovat názor veřejnosti na veřejné osoby.*“ (McCombs 2009: 176). To je také jeden z důvodů, proč se je při výzkumu veřejného mínění předmětem zájmu vliv masových médií při nastolování agendy (McCombs 2009). Média vytvářejí a reprodukují stereotypy. To vede k tomu, že takto předpojaté informace se stávají součástí znalostí a schémat, která si lidé vytvářejí o stereotypizovaných tématech, o kterých média informují. Jakmile jsou tyto znalosti a schémata vytvořeny, publicita v médiích je může aktivovat (či znovu aktivovat) v lidské paměti (Arendt 2013). Iyengar a Kinder se zaměřují na to, jaký efekt má zvýznamňování v televizních zprávách. „*Televizní zprávy upozorňováním na některá témata a ignorováním ostatních témat ovlivňují standardy, podle nichž jsou posuzovány vlády, prezidenti, politici a kandidáti do veřejných funkcí.*“ (Iyengar, Kinder 1987: 63) Přisuzují zvýznamňování schopnost (skrze upozorňování na některý aspekt na úkor jiných) ovlivnit okolnosti, za kterých vznikají politická rozhodnutí. Zvýznamňování má tedy vliv na roz-

³ V práci budu pro priming používat termín usměrnění, který zavedli ve svém překladu McCombsovi knihy *Setting the Agenda* překladatelé Tomáš Kačer a Vlastimil Nečas. Viz (McCombs 2009: 176).

hodování politických představitelů (Iyengar, Kinder 1987).

1.3 Framing – Rámcování

Dalším z mechanismů nastolování agendy je proces framing neboli rámcování⁴. V této práci se zabývám mediální agendou v celostátních denících, konkrétně procesem rámcování. Sociologovi Ervinu Goffmanovi, společně s antropologem a psychologem Gregory Batesonem, kterého Goffman označil za původce⁵ metafory rámce, je koncept rámcování jako jeho objevitelům připisován (Reese et al. 2001). Goffman definuje koncept rámcování takto: „(...) samozřejmě se hodně využije Batesonova pojmu „rámec“. Předpokládám, že definice situace jsou tvořeny v souladu s organizačními principy, které řídí události – přinejmenším společenské – a podle našeho subjektivního zapojení do nich; rámec je slovo, které používám k označení takových základních prvků, které jsem schopen identifikovat. To je moje definice rámce.“ (Goffman 1986: 10-11) Sociálně-psychologická perspektiva Goffmana a Batesona nahlíží na koncept rámcování jako na něco, čím si lidé zjednoduší orientaci ve složitém světě, rámcování jim pomáhá v rozklíčování jejich očekávání a pomáhá v tom, aby jejich každodenní sociální zkušenosti dávaly smysl (Reese et al. 2001). Pochoopení, jak působí rámce z psychologického hlediska na jednotlivce na individuální úrovni, je důležité z toho důvodu, aby se dalo odvodit, jakým směrem se bude působení rámců ubírat na celospolečenské úrovni (Hurtíková 2016). McCombs pracuje s dvěma stupni přenosu významnosti z mediální na veřejnou agendu. Rámcování označuje jako rozpracování druhého stupně nastolování agendy, tzv. nastolování agendy atributů (McCombs 2009). Ve vztahu ke konceptu rámcování je McCombsovo nastolování agendy atributů možné vnímat jako jemu velmi podobný koncept.

1.3.1 Kognitivní, kritické a konstruktivistické paradigma

Koncept rámcování se v posledních letech stal velmi používaným a atraktivním postupem ve výzkumu médií, stejně jako v dalších oblastech, jako je komunikace, sociologie či politické vědy (Reese et al. 2001). Stejně jako na usměrňování se i na rámcování často nahlíží jako na rozšíření konceptu nastolování agendy (Scheufele 2000). V teoretickém přístupu k

⁴ V práci budu pro framing používat český termín rámcování.

⁵ Bateson použil termín frame v roce 1955 ve svém článku „A Theory of Play and Phantasy“, na který se Goffman odvolává. Viz (Goffman 1986: 7).

procesu rámcování nepanuje jednotnost. S tím, jak roste popularita procesu rámcování, objevují se rozdílné přístupy vědců k problematice, a to se projevuje nejednotností při aplikaci procesu rámcování (de Vreese 2005). V zásadě existují tři hlavní paradigmatu: kognitivní, kritické a konstruktivistické (D'Angelo 2002).

Charakteristickým rysem kognitivního paradigmatu je představa vyjednávání. Vyjednáváním se rozumí místo, kde se střetává rámec se znalostmi a zkušenostmi jednotlivce. Jedinec je konfrontován s rámcem, informace takto získané si filtruje a organizuje, a porovnává je se svými stávajícími znalostmi a zkušenostmi. Znalosti a zkušenosti fungují jako prostředník mezi silou rámce a jeho následným vyhodnocením a rozhodováním jedince (D'Angelo 2002).

Kritické paradigma pracuje s představou, že rámce jsou výsledkem rutinního shromažďování zpráv ze strany novinářů. Novináři rámuji informace na základě hodnot, zastávaných politickými a ekonomickými elitami. Tyto rámce při pokrývání zpravodajství dominují (D'Angelo 2002).

Konstruktivistické paradigma také pracuje s představou, že novináři sdružují informace do rámců, tvořených na základě hodnot politických a ekonomických elit. Ovšem rámce nejsou vnímány jako dominantní zdroj při utváření názorů jednotlivců, ale pouze jako jeden z možných zdrojů (D'Angelo 2002).

1.3.2 Identifikace rámců

Rámce mají podle Entmana čtyři funkce. Když jsou tyto funkce splněny, jedná se o rámec.

- Rámce definují problém: určují, co hybatel dělá, co ho to stojí a co mu to přináší, přičemž obvykle se náklady a výnosy měří podle společných kulturních hodnot;
- Rámce určují příčiny: identifikují síly, které způsobují problém;
- Rámce dělají morální hodnocení: hodnotí hybatele a jejich účinky;
- Rámce navrhuji řešení: navrhuji a odůvodňují řešení problémů a předpovídají jejich pravděpodobné účinky (Entman 1993).

V textu lze rámce identifikovat podle toho, že „*se projevují přítomností nebo nepřítomností určitých klíčových slov, slovních spojení, stereotypních obrazů, zdrojů informací a vět,*

keré tematicky posilují shluky faktů nebo úsudků.“ (Entman 1993: 52) Entman upozorňuje na roli kulturního prostředí. Kultura funguje jako zásobárna rámců. Lze na ní nahlížet jako na soubor rámců, společných pro většinu lidí v sociálním uskupení. Rámce, které ovlivňují příjemce v jeho úsudku a myšlení, mohou i nemusí odrážet rámce v textu a zároveň se mohou i nemusí shodovat se záměry toho, kdo rámce skrze zpravodajský text příjemci zprostředkovává (Entman 1993). Důležitá je i osobní zkušenost příjemce. Lidé porovnávají své osobní zkušenosti s mediálním rámcováním, a obzvlášť pokud se jedná o kontroverzní téma, je prostor mezi osobní zkušeností a zprostředkovanou událostí skrze média důležitý, pokud jde o to, jak má být událost v médiích rámována (Shoemaker, Reese 1996). Tankard navrhl seznam jedenácti bodů, na které se zaměřit při identifikaci a měření rámců: „1. titulky 2. dílčí titulky 3. fotografie 4. popisky fotografií 5. perex 6. výběr zdroje 7. výběr citátů 8. zvýrazněné citáty 9. loga 10. statistiky a grafy a 11. závěrečná prohlášení a odstavce.“ (Tankard 2001: 101)

Van Gorpovo chápání rámců je založeno na definici rámců dle Entmana (Entman 1993), kdy „(...) *pouhé použití rámce by mělo podporovat určitou interpretaci, definici problému a příčinné vztahy.*“ (Van Gorp 2007: 65) Van Gorp chápe rámec jako balík, složený z těchto tří částí:

- Nástroje rámce (framing devices), jako např. volba slov, metafory, příklady, popisy, argumenty a vizuální vyobrazení.
- Kulturní fenomény (culture phenomena), jako např. archetyp, mytologické postavy, hodnoty, příběhy.
- Úvahové nástroje (reasoning devices), což jsou explicitní a implicitní prohlášení, která se zabývají ospravedlněním, příčinami a důsledky v tomto chronologickém pořadí (Van Gorp 2007).

1.3.3 Rámcování jako proces

Samotné jádro procesu rámcování spočívá dle Van Gorpa v tom, že části rámce, které jsou včleněny do novinové zprávy a jsou její součástí, aktivují na kognitivní úrovni schéma. Toto schéma hypoteticky koresponduje s rámci, které preferuje novinář. Dále části rámce aktivují schéma, na jehož základě příjemce uvažuje o věcech, které už nejsou explicitně začleněny do novinové zprávy (Van Gorp 2007). Stejně jako Entman i Van Gorp upozor-

ňuje na roli kulturního prostředí. Kulturní kontext, ve kterém se příjemce pohybuje, je důležitý, protože „(r)ámce jsou spojeny se sdílenými kulturními jevy, a vzhledem ke kulturním rezonancím a narativní věrnosti lze očekávat, že mediální obsah evokuje schéma, které je v souladu s rámcem.“ (Van Gorp 2007: 65-66)

Entman popisuje rámcování jako proces, při kterém jsou vybírány některé aspekty vnímané reality a je jim v komunikujícím textu přidělen větší význam (Entman 1993). Výběr aspektů probíhá způsobem, který „podporuje určitou definici problému, kauzální interpretaci, morální hodnocení a/nebo doporučené řešení popisovaného problému.“ (Entman 1993: 52)

Scheufele popisuje rámcování jako proces, který se skládá z následujících čtyřech fází:

- Výstavba rámců (frame-building): Proces, který ovlivňuje výstavbu a změny v rámcích používaných novináři. Na výstavbu rámců působí vlivy jako jsou organizační struktura média a omezení z toho plynoucí, profesní hodnoty novinářů a jejich očekávání ohledně publika a jeho představ o obsahu a formě mediálních sdělení, zájmové a profesní skupiny, politici.
- Nastolování rámců (frame-setting): Jak lidé přemýšlí o tématech je podmíněno přístupností rámců. Pokud je rámec snadno zapamatovatelný a dá se snadno vyvolat z paměti, je publiku přístupnější. Důležitější, než samotný vliv rámců na publikum je specifická rámců, jejich druh.
- Vliv rámců na jednotlivce: Stejný rámec působí na různé lidi různě. Vliv rámců je určován subjektivním vnímáním každého jednotlivce, jeho osobními postoji, chováním.
- Novináři jako publikum: Novináři jsou, stejně jako běžné publikum, náchylní k tomu být ovlivněni mediálními rámci (Scheufele 1999).

De Vreese vytvořil model procesu rámcování. Je složen ze dvou fází: výstavby rámců (frame-building) a nastolování rámců (frame-setting). 1) Výstavba rámců je u De Vreese proces ovlivňující strukturální vlastnosti mediálních rámců. Výsledkem tohoto procesu jsou mediální rámce publikované v médiích. Na proces mají vliv dva druhy faktorů. Interní faktory v žurnalistické profesi ovlivňují způsob, jakým novináři a mediální domy rámcují. Vliv mají i faktory mimo žurnalistickou profesi, jako je vzájemná interakce mezi novináři, elitami a sociálními hnutími. 2) Nastolování rámců označuje proces vzájemné interakce mezi

mediálními rámci a předchozími znalostmi a dovednostmi jednotlivců. Interakce spočívá v tom, že mediální rámce mohou ovlivňovat postoje, interpretaci událostí či hodnocení problémů. Vliv rámců má dosah do dvou úrovní: individuální a celospolečenské. Na individuální úrovni se ovlivnění vztahuje na jednotlivce, který je vystaven působení rámců, a to může vést ke zmíněné změně jeho postojů interpretaci událostí či hodnocení problémů. Na celospolečenské úrovni mohou rámce přispívat k utváření společenských procesů, jako jsou politická socializace, rozhodování a kolektivní akce (De Vreese 2005). Když pochopíme, jak působí rámce na jednotlivce, můžeme odvodit tendenci, s jakou budou rámce působit na celospolečenské úrovni (Hurtíková 2016). V procesu rámcování mohou být rámce jak závislé, tak nezávislé proměnné. Rámce jako závislé proměnné jsou výsledkem žurnalistické práce, ve které se odráží novinářská rutina či organizační tlaky. Rámce jako závislé proměnné představují něco, co předchází interpretacím publika (De Vreese 2005).

1.3.4 Specifické a obecné rámce

V odborné literatuře (de Vreese 2005; Semetko, Valkenburg 2000; van Gorp 2010; Iyengar 1991; Kalvas et al. 2012) je popsáno několik možností, jak postupovat při identifikaci mediálních rámců. V následujících podkapitolách se zaměřím na dělení rámců na specifické a obecné, a na dělení rámců na tematické a epizodické.

Rozdělení rámců na specifické a obecné je výsledkem dvou přístupů, jak analyzovat mediální rámce: induktivního a deduktivního přístupu. Induktivní přístup postupně identifikuje rámce ze zkoumaných textů. Výsledkem je definovaná sada rámců, která vychází přímo z toho konkrétního výzkumu. Tuto sadu tvoří specifické rámce. Induktivní přístup bývá podrobován kritice za to, že se spoléhá na malé množství dat a výsledky analýzy se dají jen těžko zobecnit a jsou obtížně replikovatelné (de Vreese 2005; Semetko, Valkenburg 2000).

Deduktivní přístup naopak pracuje s předem definovanou sadou rámců (de Vreese 2005). Tuto sadu tvoří obecné rámce. Na rozdíl od induktivního přístupu je zde snadná možnost opakování a zobecnění výsledků. Pracuje se s velkým množstvím dat. Slabinou je omezené množství předem definovaných rámců, to může vést k přehlédnutí rámců, které nebyly předem definovány (van Gorp 2010). Silnou stránkou je naopak snadná možnost odhalení rozdílů mezi rámci napříč různými médii. Je ovšem potřeba přistupovat k výzkumu s předem danou jasnou představou, jaká sada rámců se může objevit ve zkoumaných médi-

ích, protože jinak hrozí avizované přehlédnutí rámců (Semetko, Valkenburg 2000).

1.3.5 Tematické a epizodické rámce

Další možností, jak postupovat při identifikaci mediálních rámců, je jejich rozdělení na tematické a epizodické rámce. Tematické a epizodické rámce pomáhají rozlišit, jak je téma⁶ prezentováno. Pouze malá část zpráv je rámována výlučně tematicky či epizodicky. V praxi se setkáme spíše s tím, že jeden z těchto rámců ve zprávě převažuje (Iyengar 1991). Tematické rámce zasazují témata do obecnějšího či abstraktnějšího kontextu, zaměřují se především na proces, na obecné trendy ve společnosti a noří se hlouběji do kontextu problému. Zaměřují se na celou společnost a té připisují zodpovědnost. Iyengar jako příklad tematického rámcování uvádí vládní výdaje na sociální zabezpečení, parlamentní debatu o financování programu pro nezaměstnané apod. (Iyengar 1991). Zatímco tematické rámce se zaměřují na obecné celospolečenské problémy, epizodické rámce pracují s konkrétními událostmi, lidskými příběhy a situacemi, a s jejich důsledky. Zaměřují se na jedince, kterému připisují zodpovědnost (Iyengar 1991). Kalvas a kol. se domnívají, že epizodické rámce mohou na jedince působit tak, že v něm vyvolají rozpor s jeho vlastními zkušenostmi a přesvědčením (kognitivní disonance). „*Usuzujeme, že epizodické rámce spíše vyvolají kognitivní disonanci. Jejich konkrétnější, a tudíž uchopitelnější podoba se snáze dostane do rozporu s kognitivními elementy jedince. Předpokládáme proto větší vliv epizodických rámců.*“ (Kalvas et al. 2012: 10) Vyvolání kognitivní disonance podnítl u jedince větší pozornost, kterou věnuje danému veřejnému problému. To zvyšuje pravděpodobnost posílení nastolení problému v jeho paměti, a tedy i ve veřejném mínění (Kalvas et al. 2012). Touto logikou nahlížím na tematické a epizodické rámcování i v této práci.

1.4 Výzkumy dotýkající se kauzy Čapí hnízdo a Andreje Babiše

V posledních letech, podle mého názoru i kvůli přitažlivosti kontroverzní povahy osoby Babiše⁷, bylo publikováno několik bakalářských a diplomových prací, které se věnují me-

⁶ Iyengar tyto rámce identifikuje na příkladu, jak televizní zpravodajství rámuje politická témata (Iyengar 1991: 13-16).

⁷ V této práci se primárně nezabývám ani osobou Babiše, ani kauzou Čapí hnízdo. Ovšem alespoň stručnému přiblížení kontextu se podle mého názoru nešlo v případě Babiše a Čapího hnízda vyhnout. Viz kapitola 2. Kontextuální část.

diální reflexi jeho osoby. Také bylo publikováno několik výzkumů, které se dotýkají Babiše. Ona přitažlivost podle mě zapříčiňuje to, že se autoři tu více, tu méně, snaží na příkladu Babiše a mediálního domu MAFRA propojit vztah mezi podobou mediálního obsahu a vlastníkem, anebo alespoň tuto ambici deklarovat. Nechávám stranou, že ve vztahu Babiše k mediálnímu domu MAFRA je i samotný pojem „vlastník“ problematický⁸. Při promýšlení teoretické části jsem přečetl některé práce, které se kauzou z hlediska mediálních studií zabývají ve snaze podchytit, co bylo na téma Čapí hnízdo napsáno a zda se nedají dosavadní poznatky reflektovat, rozšířit, korigovat apod. v této práci. Višňovský si ve své bakalářské práci klade za cíl „(z)jistit, zda Andrej Babiš mohl mít na vydávání MF DNES po předání akcií do svěřeneckých fondů vliv a zda mohl manipulovat s obsahem periodika k vlastnímu politickému prospěchu či poškození ostatních politiků a politických stran“ (Višňovský 2018: 3), za kterým následuje hypotéza, ve které autor předpokládá, „(...) že Andrej Babiš manipuloval s informacemi a záměrně poškozoval politiky a politické strany v deníku MF DNES pro zvýšení preferencí hnutí ANO 2011 v parlamentních volbách v roce 2017, a to i po svěření akcií Agrofertu do svěřeneckých fondů.“ (Višňovský 2018: 3)

⁸ Babiš vyčlenil koncern Agrofert (jehož součástí je i MAFRA) do svěřeneckých fondů. Podle názoru evropských auditorů proto, aby se vyhnul střetu se zákonem č. 159/2006 Sb. (Svěřenská správa 2019).

Zákon č. 159/2006 Sb. § 4c: „Je zakázáno poskytnout dotaci podle právního předpisu upravujícího rozpočtová pravidla nebo investiční pobídku podle právního předpisu upravujícího investiční pobídky obchodní společnosti, ve které veřejný funkcionář uvedený v § 2 odst. 1 písm. c) nebo jím ovládaná osoba vlastní podíl představující alespoň 25 % účasti společníka v obchodní společnosti.“

Zda Andrej Babiš ovládá či neovládá svěřenské fondy a tím pádem je či není ve střetu zájmů podle zákona č. 159/2006 Sb., je složitý právní problém. Na tomto místě stojí za obsáhlou citaci tato pasáž z webu Svěřenské správy: „Když možný střet zájmů Andreje Babiše analyzovalo ministerstvo spravedlnosti, došlo k jiným závěrům než Evropská komise. Uvedlo, že ke střetu zájmů nedochází. Důležitým argumentem je, kdo je identifikován jako skutečný majitel. V České republice legislativa říká, že majitelem je ten, kdo splňuje materiální definici, tedy osoba označená za skutečného nebo potenciálního majitele. Na tomto místě je třeba připomenout, že Andrej Babiš u svých svěřeneckých fondů vystupuje jako zakladatel a zároveň jako obmyšlený (beneficient), tedy ten, který může mít z hospodaření fondů užitek, například zisk, a k němuž se v budoucnu může vyčleněný majetek opět vrátit. Podle právníků Evropské komise má Babiš jako obmyšlený stále zájem na tom, jak jeho někdejší firmy hospodaří, a je tak jako premiér ve střetu zájmů při rozhodování o evropských fondech. Evropské právo (směrnice V. AML), které bude implementováno v roce 2020, říká, že skutečným majitelem svěřeneckého fondu je osoba zakladatele, správce, beneficienta i dohlázele. V této oblasti je české a evropské právo v konfliktu. Proto v kauze Andreje Babiše, Agrofertu a svěřeneckých fondů půjde spíše o výklad zákona, o sílu právních komentářů a argumentů.“ (Svěřenská správa 2019)

To je závažný předpoklad. Višňovského práce je komparativní studií, ve které porovnává mediální obraz politických stran v deníku Mladá fronta DNES ve dvou obdobích. První období vymezuje od vstupu Babiše do politiky do koupi mediálního domu MAFRA (1. 8. 2012 – 26. 6. 2013) a druhé období od předání akcií Agrofertu do svěrečnických fondů, přes následnou politickou krizi v roce 2017 do posledního dne Babiše ve funkci ministra financí (27. 1. 2017 – 25. 5. 2017) (Višňovský 2018). Autor za použitou metodu označil kvalitativní i kvantitativní obsahovou analýzu (Višňovský 2018), přičemž mi není zcela jasné, jak autor při analýze postupoval. Autor uvádí, že bude „zkoumat jakým způsobem se změnila forma prezentace jednotlivých politických subjektů a jejich představitelů na titulních stranách MF DNES (...)“ (Višňovský 2018: 13). A to tak, že ve sledovaných článcích „(...) posoudil jeho vyznění, zbarvení, a to buď negativní, neutrální, nebo pozitivní“ (Višňovský 2018: 13). Při identifikaci „(...) vycházel z kontextu média a z předpokládaného účinku na čtenáře“ (Višňovský 2018: 13), přičemž diskutovaná témata „(...) analyzoval i na základě aktuální politické situace a směřování společnosti v daném období.“ (Višňovský 2018: 13). Z analýzy vyplývá, že se četnost článků s politickou tematikou snížila z průměru 1,25 článku na jedno vydání v prvním období na průměr 1,11 článku na jedno vydání v druhém období, a „periodikum důležitá politická témata ve značné míře přesunulo z titulních stran na méně poutavá místa deníku“ (Višňovský 2018: 22). Dle Višňovského se navíc články o Babišovi posunuly do neutrálního až pozitivního vyznění a redaktoři si „si vybírali vhodná načasování jejich zveřejnění“ (Višňovský 2018: 22). Bodem zlomu nazývá autor datum 15. 5. 2017, kdy redaktoři zkoumaného deníku zastínili Babišovi problémy tím způsobem, že „raději kritizovali Bohuslava Sobotku (tehdejší předseda vlády – pozn. O.P.) ve spojitosti s vládní krizí“ (Višňovský 2018: 22). Výsledky analýzy, přestože dávají podnět k dalšímu zkoumání, podle mého názoru nemohou dát odpověď na otázku, jakým způsobem a zda vůbec se projevuje na příkladu Babiše a MAFRY vztah mezi vlastníkem a mediálním obsahem periodika. Samotná kauza Čapí hnízdo je v práci spolu s kauzami korunových dluhopisů a spolupráce Babiše s komunistickou Státní bezpečností popsána v kapitole⁹, která se věnuje politickému a společenskému kontextu působení Babiše (Višňovský 2018), ale s analýzou jako takovou kauza nekoreluje a je uvedena z důvodu popisu kontextu kolem osoby Babiše. V mé práci se výsledky analýzy nedají využít, nicméně kontextuální část mi pomohla vyjasnit si některé okolnosti kolem kauzy.

⁹ Viz (Višňovský 2018: 22-27)

Hloušková si ve své diplomové práci stanovila za hlavní cíle¹⁰ „*popsat hlavní charakteristiky mediálního obrazu Andreje Babiše, jež jsou konstruované vybranými tištěnými médii*“ (Hloušková 2017: 39) a zjistit, „*zda se mediální obraz Andreje Babiše mezi zvolenými sledovanými obdobími mění a pokud ano, jakými způsoby.*“ (Hloušková 2017: 39) Jedná se o komparativní studii, ve které je zkoumán mediální obraz Babiše v denících Mladá fronta DNES a Hospodářské noviny během čtrnácti měsíců, rozdělených do dvou stejně dlouhých období: před akvizicí MAFRY (1. 12. 2012 – 30. 6. 2013) a po ní (1. 12. 2015 – 30. 6. 2016) (Hloušková 2017: 60-61). Přestože výzkumným cílem není prokázat vliv vlastníka na mediální obsah, ani Hloušková se tomuto bodu nevyhnula. V úvodu píše, že se pokusí „*(...) prozkoumat, zda převzetí MAFRY Agrofertem Andreje Babiše mělo nějaký vliv na obsah deníku. Konkrétně se zaměříme na proměny mediálního obrazu samotného vlastníka.*“ (Hloušková 2017: 8) Hloušková v teoretické části věnuje kapitulu způsobům, kterými mohou média ovlivňovat konstruovanou realitu, přičemž se v práci primárně zabývá dvěma z nich: politikou a vlastnictvím médií (Hloušková 2017). Hloušková problematiku dokazování vlivu vlastníka na mediální obsah pomocí obsahové analýzy reflektuje, když v závěru práce konstatuje: „*Nicméně, při zkoumání vlivu vlastníka na obsah je metoda obsahové analýzy značně limitující. Ze zkoumání mediálního obsahu totiž nelze určit, jak vznikl. Můžeme se jen domnívat, do jaké míry jsou zjištěné rozdíly mezi deníky důsledkem vlivu majitele.*“ (Hloušková 2017: 111) Z hlediska využitelnosti poznatků se pro tuto práci jako podnětná část jevila kvalitativní analýza mediálních rámců, kterou Hloušková používá jako jednu z výzkumných metod, spolu s kvantitativní obsahovou analýzou (Hloušková 2017). Vedlejším cílem¹¹ práce „*je identifikovat mediální rámce, které jsou ve vybraných denících užívány v souvislosti s osobou Andreje Babiše.*“ (Hloušková 2017: 51) Autorka při analýze mediálních rámců využívá induktivní přístup, který navrhli Matthes a Kohring (Matthes, Kohring 2008). Samotné chápání rámců je u nich založeno na definici rámců dle Entmana (Entman 1993). Rámec je složen z několika prvků, tyto prvky se skládají z proměnných, a „*některé z těchto různých proměnných se systematicky seskupují specificky*

¹⁰ Hlavní výzkumné otázky jsou: „*HVO1: Zda a jak se liší editoriaální postupy deníků MF Dnes a HN používané při zobrazování Andreje Babiše? HVO2: Zda a jak se liší mediální obraz Andreje Babiše v denících MF Dnes a HN v období před a po akvizici MAFRY A. Babišem?*“ (Hloušková 2017: 40)

¹¹ K tomuto cíli se váže vedlejší výzkumná otázka: „*VVO6: Jaké mediální rámce deníky ve sledovaných obdobích využívají při tvorbě mediálního obrazu Babiše? Liší se tyto rámce mezi deníky MF Dnes a HN?*“ (Hloušková 2017: 51)

kým způsobem, čímž se vytvoří určitý indikátor, který lze identifikovat napříč několika texty ve vzorku.“ (Matthes, Kohring 2008: 264) Autorka analyzovala 31 proměnných seskupených do 4 indikátorů: „*Výsledkem je konstrukce mediálních rámců na základě 4 indikátorů a 31 proměnných. Konkrétně: témata (13) + aktéři (11) + hodnocení (3) + charakteristiky hlavního aktéra (4).*“ (Hloušková 2017: 60) Kauza Čapí hnízdo je jednou z 13 proměnných, které jsou seskupeny do indikátoru témata. Analýza mediálních rámců u Hlouškové odhalila čtyři mediální rámce: „*AB jako úspěšný podnikatel, AB jako aktivní ministr financí, AB jako nekompetentní politik a AB jako osoba ve střetu zájmů.*“ (Hloušková 2017: 113-114) Matthes a Kohring o rámci říkají, že to „*(...) je zcela abstraktní proměnná, kterou je obtížné identifikovat a těžké kódovat v obsahové analýze.*“ (Matthes, Kohring 2008: 258) Přednost jimi navržené kvalitativní analýzy mediálních rámců spočívá v tom, že odhalení rámců je na osobnosti výzkumníka a jeho interpretacích nezávislé, protože odhalení rámců probíhá empiricky, výzkumník předem nezná počet rámců, jejich charakteristiky ani to, jaký rámec zrovna kóduje (Matthes, Kohring 2008). Hloušková induktivním přístupem identifikovala rámce, které se vztahují k mediálnímu obrazu Babiše, ale nedají se aplikovat na samotnou kauzu Čapí hnízdo, která je jedním z několika dílčích témat, které jsou s osobou Babiše spojeny.

V českém prostředí bylo provedeno již několik výzkumů, které se zabývají mediálním obrazem Andreje Babiše a jeho případným vlivem na obsah coby vlastníka. Výzkumy společnosti Newton Media (Jüptner 2014), novinářského sdružení Free Czech Media (Železný 2015), výzkumného projektu Worlds of Journalism Study (Hájek et al. 2015) či Nadace Open Society Fund Praha (Trampota, Nečas 2016) se ve svých výsledcích se rozcházejí.

Výzkum společnosti Newton Media sleduje pětici vlastníků (Andrej Babiš, Zdeněk Bakala, Daniel Křetínský a Patrik Tkáč, Jaromír Soukup) a analyzuje hodnotové zabarvení příspěvků o nich (na škále negativní, ambivalentní, neutrální a pozitivní) v jimi vlastněných médiích. Analyzuje také to, v kolika % příspěvků jsou majitelé v jimi vlastněných médiích skutečně otevřeně uvedeni jako majitelé. Mezi sledovanými médii jsou nejenom tištěné deníky, ale i internetové portály, týdeníky a jedna televize. Příspěvky o Andreji Babišovi jsou sledovány v titulech Mladá fronta DNES, Lidové noviny, 5plus2 a Metro. Příspěvky o Zdeňku Bakalovi jsou sledovány v titulech Aktuálně.cz, Hospodářské noviny, Respekt a Ekonom. Příspěvky o Danielu Křetínském a Patriku Tkáčovi jsou sledovány v titulech Sport, Blesk, Aha! a Reflex a příspěvky o Jaromíru Soukupovi jsou sledovány v titulu Tý-

den a Televizi Barrandov. Sledované časové období je vymezeno od června 2013 do března 2014. MAFRU převzal koncern Agrofert v začátku října 2013, tedy přibližně v polovině sledovaného období (Jüptner 2014).

V deníku Mladá fronta DNES byl v drtivé většině případů (93 %) zmiňován Andrej Babiše v roli politika, jeho podnikatelská role byla zmiňována v menšině příspěvků (17 %). Převažovalo zpravodajství, ale i tam se Mladá fronta vyjadřovala k Babišovi občas kriticky a na jeho střet zájmů a další kontroverze deník upozorňoval. *„Hojně se s ambivalentním, potažmo negativním vyzněním poukazovalo na Babišův střet zájmů (...) nebo na vztah dotyčného k StB.“* (Jüptner 2014) Střet zájmů a spolupráce s komunistickou tajnou policií tvořily 26 % příspěvků o Babišovi. Deník Babiše otevřeně uváděl jako majitele ve 4 % článků o něm (Jüptner 2014). Lidové noviny začaly po převzetí MAFRY koncernem Agrofert mnohem méně hodnotit Andreje Babiše, a to jak na úrovni negativní, tak pozitivní. *„Obě klesly na 5 %, a to z úrovně 12 % (pozitivní), resp. 16 % (negativní) z období od loňského června do října.“* (Jüptner 2014) Vyniklo tak ambivalentní vyznění článků, které po akvizici nepatrně kleslo z 30 % na 26 %. Deník Babiše otevřeně uváděl jako majitele v 9 % článků o něm (Jüptner 2014). Týdeník 5plus2 o Babišovi psal s vysokým pozitivním hodnocením (33 %) a otevřeně ho uváděl jako majitele v 30 % článků. Zajímavostí je, že *„(...) po odeznění volební kampaně – čili v době, kdy Babiš uspěl ve volbách (volby proběhly 25. – 26. října 2013 – pozn. O.P.) a vstoupil do vlády – se mu týdeník věnoval méně než v okurkové sezóně loňského léta, kdy miliardář a hnutí ANO byli ještě politickými trpaslíky.“* (Jüptner 2014) Deník Metro Babiše vůbec neuváděl jako majitele, ovšem nevyhýbal se článkům o Babišově spolupráci s komunistickou tajnou policií a tyto články měly ambivalentní anebo negativní vyznění. Pozitivně deník psal o žebříčcích popularity jak hnutí ANO 2011, tak jeho předsedy (Jüptner 2014).

Výzkum novinářského sdružení Free Czech Media zase porovnává, jak změnily deníky Mladá fronta DNES a Lidové noviny styl referování o Babišovi před a po koupi MAFRY koncernem Agrofert. Vyznění článků je rozděleno do pěti kategorií: Oslavné, pozitivní, neutrální, spíše kritické a kritické. První období, před Babišovým vstupem do MAFRY, je vymezeno od listopadu 2011 do května 2013. Druhé období, po vstupu Babiše do MAFRY, je od června 2013 do prosince 2014 (Železný 2015). Jako metoda byla použita kvantitativní a kvalitativní analýza textů, které vyšly během porovnávaných období. Texty byly vygenerovány v databázi Newton (Železný 2015).

V porovnání s prvním obdobím narostly v druhém období v obou denících počty článků o Babišovi. Za první období jich vyšlo v Mladé frontě DNES celkem 176, v druhém období pak 1155. V Lidových novinách pak 148 článků v prvním a 782 v druhém období. Protože Babiš mezitím vstoupil do politiky, dal se očekávat zvýšený mediální zájem o jeho osobu. Styl referování o Babišovi se v Mladé frontě DNES změnil. „V MF DNES kritické články o Babišovi zmizely. Pozitivních je početně sedmkrát tolik. Mírný nárůst spíše kritických článků neodpovídá celkovému vzestupu počtu článků s tématem Babiš.“ (Železný 2015) Referování se změnilo i v Lidových novinách. „U Lidových novin je také zřejmé, že nárůst pozitivních článků je vyšší, než by odpovídalo celkovému vzestupu. Neutrálních textů je pětkrát tolik, pozitivních ale osmkrát více. Míra pozitivního referování tedy stoupla. Počet kritických textů ale klesl z šesti na pět.“ (Železný 2015) Výzkum do analýzy zahrnul i články z bulvárního deníku Blesk, který nepatří do portfolia vydavatelství MAFRA a s Babišem nemá nic společného. Počet článků stoupl ze 44 v prvním období na 268 v druhém období. I styl referování se změnil. „Kvantitativní nárůst je zcela zřejmý. Pozoruhodná je ale skladba. Před Babišovým vstupem na mediální trh nebyly v Blesku žádné oslavné články, poté jejich počet stoupl z nuly na osm. Poměr pozitivních ze sedmi na 73. Zcela ale zmizely texty kritické, z 11 na nulu.“ (Železný 2015)

Výzkumný projekt Worlds of Journalism Study zkoumal, jakým způsobem se mění vnímání novinářů vůči jejich roli a etické zodpovědnosti (Hájek et al. 2015) Česká část tohoto mezinárodního výzkumného projektu se zabývala změnami na mediálním trhu a zkoumala, jak novináři vnímali svou profesi před a po hlavním převzetí českých médií novými majiteli v roce 2013. Mezi změnami ve vlastnictví jsou zmiňováni Andreje Babiše a mediální dům MAFRA, Jaromíra Soukupa s China Energy Company Limited a společnost Empresa Media, J&T (Daniel Křetínský a Patrik Tkáč) a Czech News Center, Zdeňka Bakalu a vydavatelství Economia (Hájek et al. 2015).

Cílem výzkumu bylo ukázat, zda a případně do jaké míry změna vlastnictví v roce 2013 měla vliv na charakter novinářské práce, na pracovní podmínky, a zda se změnilo vnímání žurnalistické profese ze strany samotných novinářů (Hájek et al. 2015). Výzkumné otázky jsou následující: „VO1: Jak se lišily pracovní podmínky novinářů po změně vlastnictví médií? VO2: Jak vnímali novináři změny ve svých rolích? VO3: Jak se změnila tlaky na práci novinářů?“ (Hájek et al. 2015: 55) K zodpovězení výzkumných otázek použili výzkumníci

data z území České republiky sesbíraná v rámci širší spolupráce na mezinárodním výzkumném projektu Worlds of Journalism Study (Hájek et al. 2015).

Data byla sesbírána pomocí rozhovorů s novináři, použit byl standardizovaný dotazník. Asi dvě třetiny rozhovorů byly vedeny osobně, asi třetina potom prostřednictvím e-mailu nebo telefonicky. Soubor tvořilo 291 profesionálních novinářů. Profesionalita byla určena na základě kritéria příjmu, kdy alespoň polovina příjmu dotazovaného novináře pocházela z novinářské činnosti. Sběr dat proběhl ve dvou fázích, mezi nimiž byla přibližně roční pauza. První fáze sběru dat proběhla od října 2012 do ledna 2013, druhá fáze proběhla od konce roku 2013 do března 2014 (Hájek et al. 2015) „*K nejdůležitější změně ve vlastnictví médií (Babišova akvizice) došlo přesně uprostřed období mezi první a druhou fází sběru dat, další změna následovala o několik měsíců později (ještě před druhou fází rozhovorů).*“ (Hájek et al. 2015: 55) Tento nezamýšlený fakt pomohl k pozorování změn ve vnímání žurnalistické profese přímo v době, kdy k nim došlo. Výzkumníci stanovili pět hypotéz. „*H1: Postavení novinářů v titulech ovlivněných změnou vlastnictví by se stalo zranitelnější a zvýšilo by se množství jejich práce.*“ (Hájek et al. 2015: 55) Otázky zaměřené na stabilitu pracovní pozice (velikost úvazku) a charakter jejich práce (v kolika redakcích pracují, úroveň specializace, počet napsaných či editovaných článků) sloužily k otestování hypotézy H1. Ukázalo se, že změny ve vlastnictví médií vedly mnohé novináře k tomu, začít pracovat pro více redakcí najednou. Novináři také zmiňovali nárůst počtu napsaných či editovaných článků. U těch, které změna vlastnictví nezasáhla, existoval trend ke specializaci, ti zasažení pracovali na více různých tématech než předtím. „*H2: V titulech ovlivněných změnou vlastnictví by autonomie novinářů ohledně témat, na nichž pracují, klesla.*“ (Hájek et al. 2015: 55) Otázky zaměřené na úroveň osobní autonomie novináře sloužily k otestování hypotézy H2. Předpoklad byl, že se úroveň autonomie sníží. Hypotéza nebyla potvrzena, úroveň autonomie v médiích zasažených i nezasazených změnou vlastnictví zůstala stejná. Výsledek možná ovlivnila neochota novinářů (i přes zaručenou anonymitu) odpovídat negativně. Možný je i vliv krátké doby, která uplynula mezi změnou vlastníka a druhou fází dotazování. Anebo, přirozeně, není situace ohledně autonomie novinářů tak špatná, jak by se mohlo jevit. „*H3: Po změně vlastnictví by novináři z titulů, kterých se to netýká, začali více zdůrazňovat aktivní a kritickou roli žurnalistiky.*“ (Hájek et al. 2015: 55) Po roce 2013 vznikla celá řada nových mediálních titulů, které podporují aktivní roli žurnalistiky ve společnosti. Ovšem ukázalo se, že H3 není podložena statisticky významnými

daty. Jediný statisticky významnější ukazatel byl, že novináři z médií nezasažených změnou vlastníka více vnímali roli žurnalistiky při sledování obchodních aktivit majitelů. To není překvapivé vzhledem k tomu, že koncentrace ekonomické, politické a mediální moci v rukou Babiše vyvolává otázky ohledně jeho podnikání. Převzetí MAFRY koncernem Agrofert je obvykle popisováno jako strategický krok na podporu Babišových politických i obchodních zájmů. Jako důležitější byla vnímána i role novinářů jako těch, kteří kontrolují politiky „H4: *Po změně vlastnictví by novináři z titulů, kterých se to týká, vnímali vnější vlivy na žurnalistiku jako důležitější než dříve.*“ (Hájek et al. 2015: 55) Otázky zaměřené na vnější vlivy ze strany vlastníků médií, politiků, podnikatelů sloužily k otestování hypotézy H4. Hypotéza nebyla potvrzena statisticky významnějšími daty. Mezi obdobími před a po změně vlastníků a mezi novináři zasaženými a nezasaženými změnou nebyl rozdíl. „H5: *Po změně vlastnictví by novináři z titulů, kterých se to netýká, vnímali vývojové tendence v české žurnalistice negativněji než ti, kterých se změna týká.*“ (Hájek et al. 2015: 55) Hypotéza H5 nebyla potvrzena, analyzovaná data ukázala pravý opak. Skupiny novinářů zasažených i nezasažených změnou vlastníka vidí situaci optimisticky a vnímají nárůst novinářské svobody, významu etických standardů i důvěryhodnosti žurnalistiky. Data naznačují, že změny ve vlastnictví nevyvolaly mezi novináři skepsi, ale spíše probudily zájem o normativní hodnoty žurnalistiky. Závěry výzkumu jsou takové, že novináři nejspíše nejsou ovlivněni změnou vlastnictví, vnímají etickou roli žurnalistické práce a jsou si také vědomi, že žurnalistika má schopnost uplatňovat moc (Hájek et al. 2015).

Výzkum Nadace Open Society Fund Praha zkoumala ve vymezeném časové období pěti týdnů, a sice „(...) v období 4 týdny před krajskými volbami a 1. kolem voleb senátních (volby proběhly 7. – 8. října 2016 – pozn. O.P.) a jedním týdnem po volbách.“ (Trampota, Nečas 2016: 5) tištěné deníky (Blesk, Mladá fronta DNES, Právo, Lidové noviny, Hospodářské noviny) a online zpravodajské portály (aktuálně.cz., idnes.cz, lidovky.cz, novinky.cz) (Trampota, Nečas 2016). Metoda zahrnovala kombinaci kvantitativní a kvalitativní analýzy. Kvantitativní analýza se zaměřila na „a) *frekvenci aktérů domácí politiky v jednotlivých médiích, b) pozitivitu a negativitu tematického rámce, ve kterém se vyskytují, c) způsob zpracování jejich výpovědi.*“ (Trampota, Nečas 2016: 5) a kvalitativní analýza na „a) *tematické zarámování voleb, b) zarámování hlavních politických subjektů a c) vizualizaci hlavních politických aktérů.*“ (Trampota, Nečas 2016: 5). Mezi politické aktéry s největší frekvencí výskytu byly strany a hnutí ANO 2011, ČSSD a ODS, mezi osobnost-

mi pak Andrej Babiš, Miloš Zeman a Bohuslav Sobotka. Média z hlediska positivity a negativity prezentovala pozitivněji ANO 2011 oproti ČSSD a pozitivněji Bohuslava Sobotku oproti Andreji Babišovi (Trampota, Nečas 2016). Po většinu zkoumaného časového období byly příspěvky v Mladé frontě DNES laděny objektivně. „*Speciální přílohy a rubriky určené volbám vykazovaly spíše rovný přístup k hlavním politickým subjektům a neporušovaly normu objektivity a nestrannosti.*“ (Trampota, Nečas 2016: 20) Až v posledních dvou týdnech před volbami se objevily dva výraznější projevy stranění směrem k ANO 2011. Jednak byla třetina reportáže z volebních meetingů ve volebním speciálu „*věnována výhradně Andreji Babišovi a pozitivně ho glorifikovala – vykreslila ho jako dynamickou a přátelskou osobnost bez jakéhokoliv kritického odstupu.*“ (Trampota, Nečas 2016: 21). Dále vyšel po zveřejnění výsledků voleb komentář šéfredaktora deníku Jaroslava Plesla, ve kterém nazývá politické rivaly hnutí ANO 2011 rozpadlým politickým kartelem, který bojuje o svou ztracenou moc, ale nazývá to bojem za demokracii a svobodu (Trampota, Nečas 2016). Z výsledků těchto výzkumů (Jüptner 2014; Železný 2015; Hájek et al. 2015; Trampota, Nečas 2016) se dá vyčíst, že mediální obraz Andreje Babiše se vyvíjí v čase a odlišuje se i v jednotlivých denících. Nicméně ve výsledcích se výzkumy neshodnou. S ohledem na rozdílnost nastavení výzkumů a rozdílnost zkoumaných souborů nelze výsledky srovnávat mezi sebou.

1.5 Specifické rámce pro kauzu Čapí hnízdo

Kauza Čapí hnízdo je specifické téma. Domnívám se, že i v rámci kauzy budou média používat specifickou sadu rámců. Identifikování specifické sadu rámců vyžaduje kvalitativní analýzu mediálního obsahu. Specifická sada rámců je spojena přímo s konkrétním výzkumem a rámce jsou identifikovány induktivním přístupem, jak ho definují de Vreese, Semetko a Valkenburg. Omezením specifičnosti takových rámců je to, že se výsledky analýzy dají těžko zobecnit a replikovat (de Vreese 2005; Semetko, Valkenburg 2000). Identifikování specifických rámců pro kauzu Čapí hnízdo se věnovala ve svém výzkumu Markéta Kabuďová. Kabuďová si za cíl práce stanovila „*(...) zjistit, jakým způsobem nejčtenější česká média (Blesk, Hospodářské noviny, Lidové noviny, MF Dnes, Právo) rámuji kauzu Čapí hnízdo, jaká témata v souvislosti s kauzou rezonují a jaké komunikační strategie aktéři využívají k vlastní obraně.*“ (Kabuďová 2018: 18) V návaznosti na cíl práce si stanovila

čtyři výzkumné otázky¹², z nichž druhá se jeví pro potřeby mé práce jako klíčová „VO 2: *Jak vybraná média kauzu rámuji?*“ (Kabud'ová 2018: 18) Pro naplnění výzkumného cíle zvolila Kabud'ová kvalitativní výzkum a svou práci definovala jako „(...) *intrinsitní případovou studii longitudinálního charakteru.*“ (Kabud'ová 2018: 18) V úvodu práce deklaruje, že se bude „(...) *snažit o odhalení určitých vzorců vztahů mezi obsahem MF Dnes a Lidových novin a osobou Andreje Babiše.*“ (Kabud'ová 2018: 2) Vliv vlastníka na obsah médií je nepochybně přínosné a důležité téma (a to obecně, nejenom v případě Andreje Babiše a mediálního domu MAFRA) k výzkumu. Nicméně podle mého názoru odhalit spojení mezi osobou Andreje Babiše a obsahem mediálního domu MAFRA přesahuje možnosti výzkumu Kabud'ové. Tohoto omezení si je Kabud'ová zřejmě vědoma, protože ačkoliv téma vlastnictví médií v práci zmiňuje, a dokonce mu věnuje krátkou samostatnou kapitolu¹³, v samotné analýze se soustředí na zodpovězení výzkumných otázek, které se vlastnictvím médií vůbec nezabývají. Její výzkumné otázky, tak jak jsou definovány, nemohou dát uspokojivou odpověď na to, zda se vliv Andreje Babiše nějakým způsobem otiskuje do obsahu médií vycházejících v mediálním domě MAFRA. Proto je velkým kladem práce, že zde snaha dopátrat se vlivu vlastníka na mediální obsah, ono deklarované „(...) *odhalení určitých vzorců vztahů mezi obsahem MF Dnes a Lidových novin a osobou Andreje Babiše (...)*“ (Kabud'ová 2018: 2), není nijak násilně naroubováno na výsledky analýzy. Pro mou práci jsou klíčové specifické rámce specifického tématu, jakým je kauza Čapí hnízdo, a na to může dát uspokojivou odpověď druhá výzkumná otázka Kabud'ové: „VO 2: *Jak vybraná média kauzu rámuji?*“ (Kabud'ová 2018: 18)

V práci Kabud'ová analyzuje „(...) *novinové články vztahujících se ke kauze Čapí hnízdo v období od 1. 11. 2015 do 30. 9. 2017. Zkoumanými deníky jsou: MF Dnes, Lidové noviny, Právo, Blesk a Hospodářské noviny.*“ (Kabud'ová 2018: 18) Články byly vygenerovány pomocí mediální databáze Anopress po zadání klíčového slova Babiš a slovního spojení Čapí hnízdo (Kabud'ová 2018). Celkem Kabud'ová identifikovala ve vybraných denících za dané období 309 článků „s *relevancí nad 85 % (tj. výrazy Babiš a Čapí hnízdo se každý v textu vyskytují minimálně dvakrát).*“ (Kabud'ová 2018: 22) Relevanci Kabud'ová zvolila proto, aby „*se vyhnula situaci, kdy bude Čapí hnízdo pouze okrajově zmíněno v textu, jehož*

¹² Výzkumné otázky jsou: „VO 1: *Co vybraná česká média píše o kauze Čapí hnízdo?* VO 2: *Jak vybraná média kauzu rámuji?* VO 3: *Jak je vykreslován zdroj/viník krize?* VO 4: *Jak se aktéři brání?*“ (Kabud'ová 2018: 18)

¹³ Kapitola 5. Vlastnictví médií v České republice. Viz (Kabud'ová 2018: 16-17)

téma se kauzy vůbec nedotýká.“ (Kabud’ová 2018: 22) Po vyřazení článků, které se vyskytovaly dvakrát, bylo nakonec do souboru zahrnuto 294 článků (Kabud’ová 2018). I přes zavedení kritéria relevance provedla Kabud’ová další redukci souboru při analyzování témat článků. *„Přestože relevance slov Babiš a Čapí hnízdo v těchto člancích dosahovala nad 85 %, samotná kauza v nich byla zmíněna pouze okrajově (...)*“ (Kabud’ová 2018: 43), a proto ze souboru vyřadila 73 článků, ve kterých ústředním motivem nebyla kauza Čapí hnízdo (Kabud’ová 2018).

Při operacionalizaci konceptu rámce vychází Kabud’ová¹⁴ z mírně upraveného pojetí van Gorpa¹⁵ který chápe rámec jako balík, skládající se z tří částí:

- Nástroje rámce
- Kulturní fenomény
- Úvahové nástroje (Van Gorp 2007).

Kabud’ová provedla pilotní studii, do které náhodně vybrala články ze zkoumaného souboru a několikrát je pročetla. Tím odhalila rámce v člancích. Odhalovala nástroje rámce (volbu slov, metafory, popisy, vizuální složku apod.) a úvahové nástroje (ospravedlnění, příčiny a důsledky, vyjádřená v explicitních a implicitních prohlášeních). Velká pravděpodobnost, že článek není nijak zarámován, nastává v případě, že jsou v článku obsažena pouze základní fakta (Kabud’ová 2018). Čtyři kritéria, které by měly odhalené rámce splňovat, jsou:

- Rámec musí mít identifikovatelné konceptuální a jazykové vlastnosti;
- Rámec by měl být běžně pozorovatelný v žurnalistické praxi;
- Rámec musí být možné spolehlivě odlišit od ostatních rámců;
- Rámec musí být rozpoznatelný ostatními a nesmí být výplodem fantazie výzkumníka (Marais, Lindström 2012).

Při odhalování rámců se Kabud’ová snažila z textu vyčíst následující kategorie:

- *„Jaká byla role Babiše v kauze podle článku?*

¹⁴ Viz (Kabud’ová 2018: 22-23)

¹⁵ Viz kapitola 1.3.2 Identifikace rámců.

- *Jak byl problém v textu definován (i nepřímě z kontextu)?*
- *Kdo byl zdrojem vzniklého problému a kdo by měl nést odpovědnost?*
- *Jak by se dala situace vyřešit?*
- *Je v textu uvedeno morální hledisko problému?*
- *Jaké lexikální prostředky se v textu objevily (metafory, netypická slovní spojení, fráze...)?*
- *Kteří aktéři byli citováni?*
- *Jaké výhody a nevýhody pro Babiše plynou?“ (Kabud’ová 2018: 25)*

V mediální reflexi kauzy Čapí hnízdo odhalila Kabud’ová celkem čtyři rámce: Podvod, Příležitost, Zeman jako Babišův ochránce a Čapí hnízdo jako rozbuška v koalici (Kabud’ová 2018). Ze souboru 294 článků bylo možné přiřadit rámec k 83 z nich, a to z důvodu, že v souboru převažoval „zpravodajský charakter článků, v nichž se redaktori snaží o jakousi vyváženost (převažují spíše informativní mnohdy také stručné texty) (...)“ (Kabud’ová 2018: 56).

Van Gorp na případu, jak rámoval články o azylu a nelegální migraci tisk v Belgii, sestavil při konceptualizaci rámcovou matici. V ní pro dva hlavní rámce (Vetřelec a Oběť) vymezil těchto deset indikátorů:

- Typ žadatele o azyl;
- Úloha žadatele o azyl;
- Definice problému;
- Zdroj problému;
- Odpovědnost;
- Politické řešení;
- Morální a emoční základ;
- Metafora/stereotyp;
- Lexikální prostředky;
- Vizuál (Van Gorp 2005).

Tyto indikátory byly identifikovány jako hlavní nástroje rámce, kulturní fenomény a úvahové nástroje v rámcování zkoumaných článků. Pomocí indikátorů lze rámce v mediálním pokrytí snadno identifikovat (Van Gorp 2005). Kabud’ová použila jeho postup a pro potře-

by případu kauzy Čapí hnízdo upravila indikátory na tyto:

- Role Babiše
(pro rámec Zeman jako Babišův ochránce je indikátorem Role Zemana);
- Definice problému;
- Zdroj problému;
- Odpovědnost;
- Navržená řešení;
- Morálka;
- Lexikální prostředky;
- Výhody pro Babiše
(indikátor pouze pro rámce Podvod a Příležitost);
- Nevýhody pro Babiše
(indikátor pouze pro rámce Podvod a Příležitost) (Kabud'ová 2018).

1.5.1 Rámec Podvod

Rámec Podvod přisuzuje Babišovi roli organizátora podvodu. Problém je v rámci definován tak, že dotace byla získaná účelově. Zdrojem problému a osobou, která nese odpovědnost, je Babiš. Řešením případu by bylo přiznání chyby, omluva, vrácení dotace, prokázání, že Babiš je ten morální politik, za kterého se vydává. Z morálního hlediska se jedná o lhaní, podvod a trestnou činnost. Výhodou pro Babiše je silné voličské jádro hnutí ANO 2011. Nevýhody jsou důkazy, audity, expertní posudky nedoporučující přidělení dotace a judikát soudu k podobnému případu. Mezi užitými lexikálními prostředky Kabud'ová uvádí: „*Pytlák je nejlepší hajný; Kozel zahradníkem; Babiš jediný spravedlivý mezi zloději; ČH kongresové centrum Agrofertu; Zločinné spolčení; Kdo první křičí, od toho fičí; Grossův byt; Není šprochu, aby na něm nebylo pravdy trochu.*“ (Kabud'ová 2018: 57-58)

1.5.2 Rámec Příležitost

Rámec Příležitost přisuzuje Babišovi roli oběti, protože konkurenční politické strany se ho chtějí zbavit. Případně je role Babiše vykreslována tak, že pouze využil mezery v zákoně. Problém je v rámci definován tak, že získání dotace bylo právně v pořádku a v té době byl

tento způsob běžnou praxí. Zdrojem problému je právní systém a způsob získávání dotací. Odpovědnost mají poslanci a Evropská unie. Řešení případu se neobjevuje. Z morálního hlediska se jedná o nepoctivé jednání. Výhody pro Babiše jsou kontrola dotací, realizace jiných projektů na podobném principu, případ je v porovnání s kauzami z 90. let nicotný a pro skryté vlastnictví byl důvod. Nevýhodou je vyšetřování. Mezi užitými lexikálními prostředky Kabuďová uvádí: „Eurodotační maglajz; Děravé úřední síto; Rozšlapávání páchnoucího dotačního lejna; Dotace jako prkotina; ČH bouří ve sklenici vody; Fingovaný manévr; Dotační úskok.“ (Kabuďová 2018: 57-58)

1.5.3 Rámec Čapí hnízdo jako rozbuška v koalici

Rámec Čapí hnízdo jako rozbuška v koalici přisuzuje Babišovi roli zdroje problému a toho, který by měl situaci vysvětlit. Problém je v rámci definován tak, že vlastnická struktura firmy Farma Čapí hnízdo a.s. je neznámá a že byla zakryta účelově s cílem získat dotaci, že existují důkazy o propojení koncernu Agrofert s firmou a že Babišova tvrzení jsou nekonzistentní. Zdrojem problému a osobou, která nese odpovědnost, je Babiš. Řešením případu by bylo dodání dokumentů, kde jsou uvedeni vlastníci v době udělení dotace a vysvětlení situace. Z morálního hlediska se jedná o lhaní a nekonzistentní tvrzení. Výhody a nevýhody nejsou. Mezi užitými lexikálními prostředky Kabuďová uvádí: „Grilování Babiše; Politici sehráli divadlo; Babiš – on nic, on muzikant; Babiš jako krkovička na grilu; Oranžoví nechtěli vypadat jako kašpaři; Koaliční polka.“ (Kabuďová 2018: 61)

1.5.4 Rámec Zeman jako Babišův ochránce

Rámec Zeman jako Babišův ochránce přisuzuje Zemanovi roli Babišova strategického partnera. Problém je v rámci definován tak, že Zeman není jako prezident nestranný a nečeká na výsledky vyšetřování. Zdrojem problému je Zemanova návštěva na Čapím hnízdě a jeho výroky o jmenování trestně stíhané osoby předsedou vlády. Osobou, která nese odpovědnost, je Zeman. Řešení případu se neobjevuje. Z morálního hlediska se jedná o legitimizaci nemorálního chování a využívání dětí z dětského domova, kteří byly s prezidentem na návštěvě Čapího hnízda, pro politické účely. Výhody a nevýhody nejsou. Mezi užitými lexikálními prostředky Kabuďová uvádí: „Tajný člen ANO; Jako kafe v Grossově bytu; Souznění duší; Milenci moci; Vzájemnost si nebere servítek.“ (Kabuďová 2018: 61)

Omezení svého výzkumu vidí Kabuďová především v tom, že se závěry nedají příliš zobecnit, a to z důvodu specifčnosti kauzy Čapí hnízdo. „Dva z rámců, které byly odhaleny (Čapí hnízdo jako rozbuška v koalici a Zeman jako Babišův ochránce), jsou natolik specifické, že je nelze aplikovat na jiná témata. Na druhou stranu rámce podvodu vs. příležitosti jsou použitelné i mimo zkoumané téma.“ (Kabuďová 2018: 71)

2. Kontextuální část

„Vítejte na farmě Čapí hnízdo! Myslím, že je to nejlepší projekt, co jsem kdy vymyslel. Napadlo mě to, když jsem s dětmi čekal ve frontě v zoo. U krmení koz byla obrovská fronta a já nesnáším čekání. Tak jsem si řekl, že udělám něco podobného. Je to fantastický projekt: 90 hektarů, atrakce pro děti, spousta zvířat, ekofarma...“ (Matrix AB 2015) Takto¹⁶ představil v projevu přímo v areálu resortu Čapí hnízdo tento „svůj“ projekt Andrej Babiš. Scéna je zachycena v dokumentu Matrix AB režiséra Víta Klusáka.

2.1 Andrej Babiš

Kdo je Andrej Babiš? Andrej Babiše je momentálně (rok 2020) čtvrtý nejbohatší Čech s odhadovaným majetkem v hodnotě 70 miliard Kč, zároveň je předsedou Vlády České republiky a pravděpodobně nejmocnější muž v zemi (Forbes 2020).

Narodil se 2. září 1954 v Bratislavě a většinu svého dětství prožil v zahraničí, protože jeho otec, prominentní komunista Štefan Babiš, byl zahraničním delegátem v Paříži a později pracoval jako obchodní přidělenec ve Stálé misi ČSSR u OSN ve Švýcarsku. V roce 1980 vstoupil Andrej Babiše do KSČ, což mu pomohlo v profesním růstu (Pergler 2014). Ještě předtím vystudoval obchodní fakultu se zaměřením na zahraniční obchod na Vysoké škole ekonomické Bratislava a od roku 1978 začal pracovat v podniku zahraničního obchodu Chemapol Bratislava. V roce 1985 začal působit jako delegát společnosti Petrimex v Maroku, kde zastupoval různé podniky zahraničního obchodu. Od roku 1991 působil jako ředitel obchodní skupiny v Petrimexu v Bratislavě (Vláda ČR 2020a).

Po rozdělení ČSFR zřídila firma Petrimex v České republice pobočku Agrofert. V roce 1995 se z Agrofertu stala akciová společnost (Pergler 2014). V témže roce došlo k navyšování základního jmění Agrofertu. Navyšování se ale neúčastnila mateřská firma Petrimex, která vlastnila 100 % akcií Agrofertu, ale švýcarská společnost O.F.I. a menším dílem i firma Spolana Neratovice. O.F.I. po navýšení základního jmění ovládla 65 % akcií, Spolana 10 % a Petrimexu zůstalo 25 % akcií. Kdo stál za firmou O.F.I. se dodnes neví.

¹⁶ Babiš přednesl projev anglicky. Citovanou pasáž, která co do obsahu odpovídá originálu, byť není přeložena doslovně, jsem převzal z českých titulků, kterými je scéna s projevem v dokumentu Matrix AB opatřena. Začátek projevu je v dokumentu v čase 19 min. 17 s.

Babiš prohlásil, že se jednalo o jeho švýcarské spolužáky z dob, kdy tam studoval. Babiš byl v té době ve dvojjediné roli a zastupoval Agrofert i mateřskou firmu Petrimex. Babiš byl z představenstva Petrimexu odvolán dozorčí radou poté, co se firma dozvěděla o této pro ni nevýhodné operaci. Petrimex podal žalobu, soud ale nikdy neproběhl¹⁷. V letech 1999 a 2000 nakupoval Andrej Babiš jako soukromá osoba první balík 45 % akcií Agrofer-tu. Podle svého daňového přiznání vydělal v té době přibližně 8 milionů korun. Podle zna-leckého posudku byla hodnota firmy více než 900 milionů korun (Česká televize 2017).

Podnikatel Babiš si pragmaticky udržoval dobré vztahy s politiky ze dvou tehdy dominant-ních stran, z ČSSD a z ODS. Nadstandartní vztahy udržoval především se Stanislavem Grossem (ČSSD), ministrem vnitra v letech 2000 až 2004 a předsedou vlády v letech 2004 až 2005, a s Ivanem Langerem (ODS), ministrem vnitra v letech 2006 až 2009. ODS se během svého opozičního období v letech 1998 až 2006 zásadním způsobem proměnila. Spolu s vytvořením vyšších územních samosprávních celků a se začátkem čerpání z evropských fondů po vstupu České republiky do Evropské unie se ve strukturách ODS usadili neformální regionální „kmoťři“ a získali vliv na přidělování veřejných zakázek a obsazování úřadů. Právě tito „kmoťři“ začali být hrozbou pro Babišův způsob podnikání, do jisté míry založeném na přístupu a kontaktech v nejvyšších patrech politiky¹⁸. Odtud pravděpodobně pramení Babišovi kritické výroky o propojení organizovaného zločinu a státu za vlády premiéra Mirka Topolánka¹⁹ (ODS) (Pergler 2014).

Ve své kritice politiků Babiš pokračoval i za vlády premiéra Petra Nečase (ODS). Babiš se o poměrech v republice vyjadřoval jako o Palermu, mluvil o rozkrádání státního majetku a o zapojení policie a justice do tohoto systému (Kubátová 2011). Jedním z faktorů, které Andreje Babiše motivovaly ke vstupu do politiky, mohl být i úspěch tehdy nové politické strany Věci veřejné v parlamentních volbách v roce 2010. Po těchto volbách Andrej Babiš v rozhovoru pro Lidové noviny řekl, že byl překvapen tím, jak rychle je možné vybudovat

¹⁷ Mluvčí Městského soudu v Praze komentovala situaci takto: „Soud v první fázi zkoumal vůbec podmínky řízení a v podstatě, když to řeknu úplně laicky, tak žalobce propásl lhůtu k podání žaloby o tři dny.“ (Česká televize 2017)

¹⁸ Více o Babišových podnikatelských aktivitách a „budování“ jeho podnikatelského impéria viz Babiš – Pří-běh oligarchy (Pergler 2014); Z Bureše Babišem (Lemešani 2017); Boss Babiš (Kmenta 2017).

¹⁹ Babiš ještě po letech nazval Topolánka nejzkorumpovanějším premiérem v historii Česka. Reagoval tak na Topolánkovu prezidentskou kandidaturu v roce 2017 (Novinky.cz 2017).

v České republice úspěšnou politickou stranu (Pergler 2014). O svém případném politickém angažmá se ale vyjadřoval nejasně. Z počátku si pravděpodobně myslel, že jako kontroverzní osobnost by on osobně neměl u voličů moc šancí. O ANO 2011 se nejdříve vyjadřoval jako o platformě sdružující protikorupčně smýšlející lidi, kteří by chtěli vstoupit do politiky a změnit poměry v zemi. Vyjadřoval se o tom, že osobně do politiky nepůjde, protože by ho u voličů diskvalifikovalo jeho někdejší členství v KSČ (Pergler 2014). Nakonec se ukázalo, že komunistická minulost a kontroverzemi opředená osobnost předsedy hnutí ANO 2011 není pro volební úspěch překážkou, v parlamentních volbách 2013 získalo hnutí 18,65 % hlasů a skončilo druhé (Český statistický úřad 2017a). V následujících parlamentních volbách v roce 2017 hnutí získalo 29,64 % hlasů a s náskokem více než 18 % nad druhou ODS volby vyhrálo (Český statistický úřad 2017b). Hnutí ANO 2011 si i několika letech v politice drží vysokou podporu veřejnosti. Výsledky volebních modelů Centra pro výzkum veřejného mínění za první tři měsíce roku 2020 ukazují, že by hnutí ANO 2011 získalo v hypotetických volbách přes 30 % (Centrum pro výzkum veřejného mínění 2020).

V roce 2013 koupil koncern Agrofert mediální dům MAFRA od německých vlastníků Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft (MediaGuru 2013). Proč Babiš koupil mediální dům, který byl v roce 2012 ve ztrátě 168 milionů korun (Aust 2013) si lze pouze domýšlet. V roce 2013 skončila MAFRA ve ztrátě přes 700 milionů korun (Aust 2014). Jisté je to, že Babiš jako osoba neměl delší dobu s médii dobrou zkušenost. Na Slovensku se soudil s novinářem, který o něm napsal knihu. Soud následně zakázal distribuci knihy. V České republice se opakovaně neúspěšně soudil s týdeníkem Respekt a s deníkem Blesk (Pergler 2014) Babiš se nelichotivými zmínkami o své osobě v médiích cítil ukřivděn, protože sám sebe vidí jako „pravého *selfmademana*, který svůj koncern vybudoval od nuly a narozdíl od mnoha ostatních miliardářů nezbohatl na skupování kupónových knížek nebo finančních spekulacích.“ (Pergler 2014: 123). Babiš k nákupu MAFRY koncernem Agrofert poznamenal: „Skupinu Mafra považuji za velmi silného hráče na českém mediálním trhu, především v oblasti seriózní žurnalistiky. Její akvizice bude mít pro naši mediální divizi řadu synergií a umožní nám hledat další nákladové úspory například při fungování našeho týdeníku 5plus2.“ (MediaGuru 2013)

2.2 Čapí hnízdo

Co je Čapí hnízdo? Chátrající zemědělský areál se statkem a lihovarem vlastnila do roku 2007 firma ZNN Agro Pelhřimov z koncernu Agrofert; byla jediným vlastníkem areálu (Seznam Zprávy 2019; iRozhlas 2019). V prosinci 2007 firma ZNN Agro Pelhřimov změnila svou strukturu a stala se z ní akciová společnost s anonymními akciemi na majitele, jméno firmy se změnilo na Farma Čapí hnízdo, a.s. (FČH) (iRozhlas 2019). V roce 2008 firma FČH požádala v rámci projektů určených pro malé a střední podniky o evropskou dotaci ve výši 54 milionů korun (Slonková, Binar 2016; Slonková 2016a). Firma FČH se změněnou strukturou již nebyla součástí koncernu Agrofert, který nesplňoval dotační podmínky projektů pro malé a střední podniky, a padesátimilionovou dotaci získala (Slonková, Binar 2016). I tak se ale firma FČH po účelovém oddělení od koncernu Agrofert dostala do rozporu s evropskou definicí středního podniku, protože 2 roky před žádostí o dotaci byla součástí koncernu s obratem převyšujícím nejvyšší povolený obrat 1 miliardu korun (Neovlivní.cz 2015). Samotná rekonstrukce zemědělského areálu započala v roce 2008 a skončila v roce 2010, přičemž práce na projektu *„komplexní rekonstrukce celého areálu včetně budov s jasným zadáním vytvořit zde zázemí pro nadstandartní ubytování, pořádání firemních akcí i trávení volného času (...)“* (Čapí hnízdo 2020) započala již roku 2006. Dotační podmínky pro malé a střední podniky stanovují, že příjemce dotací musí podnik provozovat nejméně po dobu 5 let, ale firma FČH se ještě před uplynutím této doby začlenila zpět do koncernu Agrofert a od 24. dubna 2014 je vlastníkem firmy FČH firma Imoba, spadající do koncernu Agrofert (Neovlivní.cz 2015; Slonková, Binar 2016). V genezi případu se objevuje celá řada pochybení, ale za podstatu celé kauzy Čapí hnízdo se dá označit podezření z neoprávněného čerpání evropské dotace.

V listopadu 2015 přišlo nejvyšší státní zástupkyni Lence Bradáčové anonymní trestní oznámení na firmu FČH (Neovlivní.cz 2017; Seznam Zprávy 2019). V lednu 2016 začala kauzu vyšetřovat Policie České republiky (PČR) a dva měsíce na to, v březnu 2016 se kauzou začal zabývat také Evropský úřad pro boj proti podvodům (OLAF) (Slonková, Binar 2016; iRozhlas 2019). V tuto dobu se objevila informace, že již v roce 2011 byl proveden ve firmě FČH audit. Ten odhalil, že si firma FČH nechala vyplatit od úřadu Regionálního operačního programu regionu soudržnosti Střední Čechy (ROP Střední Čechy) dotaci ještě předtím, než svým dodavatelům proplatila jednu z faktur, kterými žádost o dotační

miliony podložila. Firmě FČH byla vyměřena pokuta více než šest milionů korun, kterou jí z 99 % výše zmíněný ROP Střední Čechy prominul (Slonková 2016a). V březnu 2016 Andrej Babiše na mimořádné schůzi Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky (PSPČR) označil za vlastníky firmy FČH své dvě děti a bratra své partnerky (nyní manželky), přestože předtím tvrdil, že nemá s firmou FČH nic společného a neví, komu firma FČH patří (iRozhlas 2019). V listopadu 2016 byla Městským státním zastupitelstvím v Praze, které dohlíží na postup PČR, prodloužena lhůta, do kdy měla PČR přijít s rozhodnutím, zda se v případě žádosti o dotaci firmě FČH jednalo o podvodné jednání či nikoliv. Termín rozhodnutí byl posunut na září 2017 (Slonková 2016b). Doposud se řešily vztahy mezi firmou FČH a koncernem Agrofert. Zda nebyla firma FČH vyvedena z koncernu účelově pouze pro potřeby získání dotace. Mezitím v březnu 2017 vyšlo najevo, že žádost firmy FČH o dotaci obsahovala nepravdivé informace, a dotace tak neměla být firmě FČH vůbec přiznána. Firma FČH neměla žádný vlastní kapitál a v žádosti stálo, že projekt bude financován úvěrem u banky HSBS s desetiletou dobou splatnosti. Jenže samotná smlouva s bankou HSBS uvádí pětiletou dobu splatnosti. Za firmu FČH se zaručil koncern Agrofert a banka tak nezkoumala životaschopnost projektu, ale pouze bonitu ručitele (Slonková 2017). Navíc si úředníci ROP Střední Čechy, kteří měli schvalování dotace na starost, objednali před schválením dotace v roce 2008 dva expertní posudky k žádosti firmy FČH o dotaci. Oba posudky popisují projekt multifunkčního resortu jako neživotaschopný. Hodnocení v jednom z posudků znělo: „*Plánovaný areál by jistě úspěšně sloužil k prezentaci investora a k pořádání jeho firemních akcí, přínos pro celý region a efektivní využití vložených prostředků ale nebyly na základě posouzení stavebního programu a projektové dokumentace podle mého názoru dostatečně prokázány.*“ (Slonková 2017).

Dne 10. srpna 2017 přišla PČR s rozhodnutím, že v případě žádosti firmy FČH o evropskou dotaci byl spáchán trestný čin podvodu. V této souvislosti požádala PSPČR o vydání dvou poslanců, kteří mají souvislost s prošetřovaným případem a jsou kryti poslaneckou imunitou, k trestnímu stíhání: Andreje Babiše a Jaroslava Faltýnka (Neovlivní.cz 2017; iRozhlas 2019). V září 2017 vydala PSPČR poslance hnutí ANO 2011 Babiše a Faltýnka k trestnímu stíhání PČR a ta je v říjnu 2017 oba spolu s dalšími devíti lidmi obvinila z trestného činu podvodu (iRozhlas 2019). Mezi obviněnými byla Babišova manželka Monika Babišová, její bratr Martin Herodes, Babišovi dvě děti, dcera Adriana Bobeková a syn Andrej Babiš mladší, tehdejší jihlavská politička a dotační expertka Jana Mayerová, Josef

Nenadál, který působil ve firmě FČH a další tři manažeři (iRozhlas 2019). Ve dnech 20. a 21. října 2017 zároveň proběhly volby do PSPČR, které se ziskem 29,64 % hlasů vyhrálo hnutí ANO 2011 (Český statistický úřad 2017b). Do PSPČR dorazila nová žádost PČR o vydání poslanců Babiše a Faltýnka k trestnímu stíhání a PSPČR je znovu vydala (iRozhlas 2019). V prosinci 2017 ukončil vyšetřování OLAF a ve své zprávě uvedl, že v žádosti o dotaci byly uvedeny nepravdivé informace (iRozhlas 2019). V květnu 2018 zastavil státní zástupce trestní stíhání Faltýnka a dalších tří manažerů, členů představenstva firem ZNN Agro Pelhřimov a později FČH (iRozhlas 2019) Také v květnu 2018 vyzval úřad ROP Střední Čechy firmu Imoba, aby vrátila přidělenou dotaci. Firma Imoba souhlasila a 54 milionovou dotaci vrátila. Část peněz dostal Středočeský kraj, většina skončila ve státním rozpočtu (iRozhlas 2019). V listopadu 2018 se v reportáži Seznamu uvedl Babišův syn Andrej Babiš mladší, že byl kvůli kauze Čapí hnízdo odvezen spolupracovníky jeho otce na Krym a tam držen. Andrej Babiš obvinění svého syna z únosu odmítl a označil ho za psychicky nemocného. Následnou politickou krizi a hlasování o nedůvěře vládě, kterou informace vyvolala, Babišova vláda ustála (Seznam Zprávy 2019).

V březnu 2019 ukončila PČR vyšetřování případu a Babišova syna Andreje Babiše mladšího z vyšetřování vyloučila, protože se ho nepodařilo vyslechnout. Krok byl zdůvodněn tím, že by tato skutečnost mohla zpomalovat zbylou část řízení. V dubnu 2019 navrhla PČR obžalovat Andreje Babiše a další zbylé obviněné, s výjimkou Andreje Babiše mladšího. O obžalobě rozhodoval státní zástupce Jaroslav Šaroch (iRozhlas 2019). V červnu 2019 zahájila PČR další úkony trestního řízení v souvislosti s firmou FČH, tentokrát pro podezření z trestného činu krácení daně. Firmy z koncernu Agrofert si měly u firmy FČH objednat v letech 2010 a 2013 reklamu za více než 280 milionů korun. Německý finanční úřad již v roce 2014 pojal podezření ohledně finančních částek za reklamu, kterou si německá pobočka Agrofertu objednala u firmy FČH. Upozornila na to český Finanční úřad, který ale PČR v této věci nekontaktoval. Ministerstvo financí v té době řídil Andrej Babiš. PČR si nezávisle na tomto podezření objednala posudek o ekonomické kondici FČH a tam se informace o možných daňových únicích rovněž objevila. PČR pojala podezření, že reklama v takovémto objemu je fiktivní. Firma FČH tímto mohla pomáhat koncernu Agrofert ušetřit na daních a zároveň by to pomohlo jí samotné ve splácení úvěrů (Slonková 2019). Státní zástupce Jaroslav Šaroch v září 2019 navrhl za-

stavení trestního stíhání a toto rozhodnutí předložil svému nadřízenému Martinu Erazímovi. Ten se se Šarochovým návrhem ztotožnil a trestní stíhání všech obviněných v kauze zastavil (iRozhlas 2019). V prosinci 2019 nejvyšší státní zástupce Pavel Zeman obnovil trestní stíhání. Na tiskové konferenci prohlásil, že trestní stíhání bylo v případě Andreje Babiše a dotační expertky Jany Mayerové zastaveno nezákonně a předčasně. Případ vrátil svým podřízeným s tím, aby na něm ještě pracovali (Guričová 2019).

3. Metodologie

3.1 Výzkumné téma

Tato práce zkoumá, jak byla ve vybraných českých médiích prezentována tzv. kauza Čapí hnízdo. Zkoumanými médii jsou tištěné verze celostátních deníků Aha!, Blesk, E15, Haló noviny, Hospodářské noviny, Lidové noviny, Mladá fronta DNES a Právo. V teoretické části se práce opírá o koncept nastolování agendy. V analytické části práce využívá koncept rámcování, který je s teoretickým konceptem nastolování agendy úzce spjat. De Vreese popisuje rozdíly mezi nastolováním agendy a rámcováním takto: „*Zatímco teorie nastolování agendy se zabývá významností témat, rámcování se zabývá prezentováním témat.*“ (de Vreese 2005: 53). Rámcování a nastolování agendy mohou být vnímány jako paralelní procesy, které spolu souvisejí. Zároveň může být rámcování vnímáno i jako rozšíření konceptu nastolování agendy. Dle McCombse mají rámce „*sklon ke komplexnosti, protože obsahují nebo implikují množství atributů nižšího řádu.*“ (McCombs 2009: 134) V analytické části se v práci zabývám mediální agendou v souvislosti s kauzou Čapí hnízdo. Další oblasti, kterým se nastolování agendy věnuje (veřejná a politická agenda), nejsou součástí analytické části práce. Nezabývám se přenosem významnosti témat z veřejné na mediální agendu, ani jak ovlivňují mediální agendu události v nemediovaném světě (Dearing, Rodgers 1996) ani veřejným míněním, žurnalistickými praktikami v denících či preferencemi voličů (McCombs 2009) hnutí ANO 2011 apod. Analyzované časové období zahrnuje rok trvání kauzy. Začátek období je stanoven na 10. srpna 2017, kdy byl do PSPČR doručen návrh na vydání dvou poslanců, Andreje Babiše a Jaroslava Faltýnka, k trestnímu stíhání. Konec zkoumaného období je 9. srpen 2018. Začátek zkoumaného období byl stanoven tak, aby odrážel začátek kauzy de iure, tj. žádostí Policie ČR k vydání Andreje Babiše k trestnímu stíhání. Mediální reflexe kauzy započala mnohem dříve, již v roce 2010²⁰.

²⁰ O možném dotačním podvodu v souvislosti s Čapím hnízdem informoval poprvé týdeník Ekonom dne 9. září 2010 v článku s názvem Miliardáři na statku.

3.2 Výzkumný cíl

Na příkladu tzv. kauzy Čapí hnízdo si práce za hlavní výzkumný cíl klade zjistit, jak bylo téma kauzy prezentováno ve vybraných českých celostátních denících. Při řešení výzkumného tématu a naplnění cílů práce jsem se řídil následující logikou: V odborné literatuře jsou popsány dva základní přístupy, jak analyzovat mediální rámce: induktivní a deduktivní přístup. V induktivním přístupu se vychází z malého množství dat a sada identifikovaných rámců je šitá na míru konkrétnímu výzkumu. Proto se výsledky dají jen obtížně zobecnit a replikovat (de Vreese 2005; Semetko, Valkenburg 2000). U deduktivního přístupu se naopak vychází z předem definované sady rámců, možnost replikování výzkumu je oproti induktivnímu přístupu snazší a výsledky se dají snadno zobecnit (de Vreese 2005). Kauza Čapí hnízdo je specifická kauza, která navíc v době psaní práce (2020) stále není u konce. Přesto již existují dílčí výzkumy, které se touto kauzou zabývají. Kabuďová ve své práci pomocí induktivního přístupu identifikovala specifické rámce, kterými byla kauza v pěti českých denících (Blesk, Hospodářské noviny, Mladá fronty DNES, Lidové noviny a Právo) rámována (Kabuďová 2018). Identifikované rámce jsou Podvod, Příležitost, Zeman jako Babišův ochránce a Čapí hnízdo jako rozbuška v koalici (Kabuďová 2018). Rozhodl jsem se tyto identifikované rámce převzít a sledovat vztahy mezi proměnnými v osmi zmíněných celostátních denících (Aha!, Blesk, E15, Haló noviny, Hospodářské noviny, Lidové noviny, Mladá fronta DNES a Právo). Záměrem je zařadit všechny relevantní celostátní tištěné deníky a tím pádem pokrýt co největší plochu v oblasti tištěných deníků vycházejících v České republice. Vynechány jsou deník Sport s ohledem na jeho specifické zaměření, deník Deník, který vychází v regionálních mutacích a nemá jednotnou celostátní verzi a Deník N, který vyšel poprvé až 28. října 2018 (elektronicky, v tištěné verzi začátkem roku 2019) (MediaGuru 2018) a analyzované časové období se ho vůbec netýká.

Při identifikaci mediálních rámců může nastat situace, kdy namísto identifikace rámců (neboli toho, jak média o problému píšou) výzkumník identifikuje témata (neboli to, co média o problému píšou). Výzkumník mylně považuje témata za důkaz přítomnosti mediálních rámců a už se dále nezabývá tím, jak jsou jednotlivá témata v médiích rámována (Kuypers 2010). Ve snaze předejít této chybě považuji za vhodné nejdříve popsat témata, která v souvislosti s kauzou Čapí hnízdo vybrané deníky zvýznamňují. Poté se zaměřím na mediální rámce. Identifikace témat v článcích zpravodajského charakteru, které se snaží o

vyváženost a neutralitu, a u kterých lze předpokládat absenci mediálních rámců, také pomůže naplnit hlavní výzkumný cíl, tj. zjistit, jak bylo téma kauzy Čapí hnízdo prezentováno ve vybraných českých celostátních denících. Popsat témata, která vybrané deníky u kauzy Čapí hnízdo zvýznamňují, považuji za vhodné také z důvodu, že témata, které jsou zvýznamňována médii, po čase začnou lidé považovat za důležitá (McCombs 2009). Považuji to za vhodné i s vědomím toho, že se jinak v práci detailněji nezabývám veřejným míněním, ani přenosem významnosti témat z veřejné agendy na mediální agendu, ani vlivem událostí v nemediovaném světě na mediální agendu (Dearing, Rodgers 1996).

Teorie nastolování agendy kromě induktivního a deduktivního přístupu k analýze rámců rozlišuje i další typologii rámců. Iyengar rozděluje rámce na tematické a epizodické, které pomáhají rozlišit, jak je téma prezentováno (Iyengar 1991). Tematické rámce se věnují především popisu procesu, umožňují hlubší ponor do kontextu problému a kladou důraz na obecné trendy. Zaměřují se na celou společnost a té připisují zodpovědnost. Epizodické rámce se věnují konkrétním situacím a jejich důsledkům. Zaměřují se na jedince, kterému připisují zodpovědnost (Iyengar 1991). Rozhodl jsem se tento typ rámcování sledovat ve zkoumaných denících. Protože v praxi je pouze malá část zpráv rámována výlučně tematicky či epizodicky a setkáme se spíše s tím, že jeden z těchto rámců ve zprávě převažuje (Iyengar 1991), rozhodl jsem se zjistit, zda u jednotlivých titulů převažuje spíše tematické či spíše epizodické rámcování.

3.3 Výzkumné otázky

VO1: Co píšou jednotlivé deníky o kauze Čapí hnízdo?

- První výzkumná otázka zkoumá, v jakých souvislostech vybrané deníky zmiňovaly kauzu Čapí hnízdo. Pro zodpovězení VO1 budu určovat témata článků.
- Indikátor pro VO1:
Indikátorem pro VO1 je identifikace hlavního tématu článku v jednotlivých zkoumaných denících.

VO2: Jaké rámce převažují u jednotlivých deníků při pokrývání kauzy Čapí hnízdo?

- Druhá výzkumná otázka zkoumá, v jakých rámcích vybrané deníky kauzu Čapí hnízdo prezentovaly a který ze čtyř předem definovaných rámců u jednotlivých deníků převažoval.
- Indikátor pro VO2:
Indikátorem pro VO2 je identifikace přítomnosti nebo absence čtyř rámců u jednotlivých deníků.
 1. Rámec Podvod
 2. Rámec Příležitost
 3. Rámec Zeman jako Babišův ochránce
 4. Rámec Čapí hnízdo jako rozbuška v koalici.

Specifické rámce pro kauzu Čapí hnízdo dle (Kabud'ová 2018).

VO3: Jaký typ rámcování převažuje u jednotlivých deníků při pokrývání kauzy Čapí hnízdo?

- Pro zodpovězení třetí VO budu hledat, zda jsou články rámovány tematicky či epizodicky dle definice Iyengara (Iyengar 1991).
- Indikátory pro VO3:
 1. Převaha tematického rámcování (zaměření na celospolečenský význam, širší kontext)
 2. Převaha epizodického rámcování (zaměření na konkrétní jedince, osobní příběhy)
 3. Přibližně stejně zastoupené tematické a epizodické rámcování

3.4 Výzkumná metoda

Existuje celá řada způsobů, jak analyzovat mediální obsahy. Pro potřeby této práce jsem se rozhodl použít kvantitativní obsahovou analýzu. „*Obsahová analýza je kvantitativní výzkumnou metodou pro systematický a intersubjektivně ověřitelný popis komunikačních obsahů, vycházející vědecky z podloženého kladení otázek.*“ (Scherer 2004: 30) Kvantitativní obsahová analýza umožňuje zpracovávat větší množství dat z mediovaných obsahů a ta pak pomocí statistických analýz popisovat a vyhodnocovat (Scherer 2004). Takto analyzo-

vaný vzorek dat je poměrně přehledný. Omezení této metody se pojí s obecnější kritikou kvantitativních metod, zejména „s redukcí complexity, vnášením vlastních „řádů“ do analyzované skutečnosti a v neposlední řadě také s neschopností proniknout za explicitní obsahy a odhalovat tak netransparentní, ale přítomné významy a struktury.“ (Nečas 2009: 14)

Výzkumný proces kvantitativní obsahové analýzy se skládá z několika fází. Například Scherer (2004) člení výzkumný proces do těchto šesti fází:

1. Výzkumné téma

Základem a výchozím bodem každého výzkumu je výzkumné téma.

2. Operacionalizace

Aby bylo možné splnit cíl práce a odpovědět na výzkumné otázky, je potřeba přijít s výzkumnou metodou, která nám splnění cílů a zodpovězení otázek umožní.

3. Plánování a organizace

Po stanovení výzkumné metody je nutné zorganizovat časový a organizační průběh výzkumného šetření. Scherer navíc uvádí, že je potřeba vybrat si spolupracovníky.

4. Přípravná a ověřovací fáze

Po zajištění předchozích třech fází je potřeba si ještě před samotným zahájením šetření ověřit, zda jsou zvolené výzkumné metody vhodné pro daný výzkum. Scherer uvádí, že vybrané spolupracovníky je potřeba proškolit.

5. Sběr dat

V případě, že předchozí krok je splněn, metody se ukázaly jako vhodně zvolené, spolupracovníci jsou proškoleni, přichází samotný sběr dat.

6. Vyhodnocení

Po sesbírání dat přichází na řadu jejich analýza a interpretace.

Při samotné realizaci výzkumu v praxi nemusí všechny fáze jít takto chronologicky za sebou, resp. v průběhu šetření může nastat situace, kdy je potřeba se navracet k předchozím krokům a korigovat je v závislosti na tom, jakým směrem se vyvíjí celkový pracovní postup. Může nastat situace, kdy se po vyhodnocení dat objeví další výzkumná témata, která si žádají nová dodatečná šetření (Scherer 2004). Pro potřeby této práce jsem si nejdříve zvolil výzkumné téma a stanovil výzkumný cíl. Následně jsem formuloval výzkumné otázky, které mi pomohou naplnit výzkumný cíl. Poté jsem provedl operacionalizaci. Metoda,

kteřá mi umožní zodpovědět výzkumné otázky, je kvantitativní obsahová analýza. Na řadu přichází sběr dat a jejich kódování. Poslední fází bude interpretace analyzovaných dat.

3.5 Sběr dat

Zkoumané časové období bylo od 10. 8. 2017 do 9. 8. 2018. Pomocí náhodného výběru bylo vybráno z tohoto období 100 dní a byla analyzována vydání deníků v těchto vybraných dnech. Pokud vybraný den připadl na neděli nebo svátek, byl vybrán následující pracovní den. Tímto způsobem je možné výsledky analýzy, provedené na reprezentativním výběrovém souboru, vztáhnout na základní soubor. Pro potřeby analýzy rámcování byly vybrány články věnující se kauze Čapí hnízdo z celostátních deníků Aha!, Blesk, E15, Haló noviny, Hospodářské noviny, Lidové noviny, Mladá fronta DNES a Právo. Články byly vygenerovány pomocí databáze mediálních obsahů společnosti Newton Media. Zdroj, ve kterém vyhledávání probíhalo, byl definován takto: (= "Aha!" OR = "Blesk" OR = "E15" OR = "Haló noviny" OR = "Hospodářské noviny" OR = "Lidové noviny" OR = "Mladá fronta DNES" OR = "Právo"). Vyhledávány byly zprávy, obsahující zároveň slovo Babiš a sousloví Čapí hnízdo. Obě tato klíčová slova/sousloví musela být v článku obsažena zároveň. Zahrnuty byly články, ve kterých se slovo Babiš a sousloví Čapí hnízdo vyskytovalo alespoň jednou. Nebylo uplatňováno kritérium relevance²¹, a to z toho důvodu, že při zevrubném pročitání článků v přípravné a ověřovací fázi jsem zjistil, že v některých článcích je hlavním tématem kauza Čapí hnízdo i v případě, když se zde slovo Babiš a sousloví Čapí hnízdo vyskytují každé pouze jednou. Zároveň jsem se chtěl vyvarovat postupu Kabuďové, která zavedla kritérium relevance a do svého souboru zahrnula pouze články s relevancí nad 85 %, tzn. ty články, kde se výrazy Babiš a Čapí hnízdo v textu vyskytují každý minimálně dvakrát. Při analyzování témat článků ale provedla další redukci souboru, protože u některých článků i přes kritérium relevance nebyla hlavním tématem kauza Čapí hnízdo. *„Tyto články nebudou do analýzy zahrnuty. Přestože relevance slov Babiš a Čapí hnízdo v těchto článcích dosahovala nad 85 %, samotná kauza v nich byla zmíněna pouze okrajově, proto by nebylo vhodné z takovýchto článků vyvozovat závěry.“* (Kabuďová 2018: 43). Chtěl jsem se vyvarovat svévolnému vybírání článků do souboru. A to s vědomím toho, že některé články v souboru nutně budou zmiňovat kauzu Čapí hnízdo pouze okrajově. Přesto jsem se rozhodl takové články předem z analýzy nevyřazovat a do souboru zahrnout

²¹ Kabuďová do svého souboru zahrnula pouze články s relevancí nad 85 % (Kabuďová 2018: 22).

všechny články, ve kterých se minimálně jednou objevuje zároveň slovo Babiš a sousloví Čapí hnízdo. Ve analyzovaných vydáních deníků, které vyšly v náhodně vybraných 100 dnech v období od 10. 8. 2017 do 9. 8. 2018, se takových článků, které obsahovaly zároveň slovo Babiš a sousloví Čapí hnízdo, objevilo celkem 368.

3.6 Kódování

Pro každou z výzkumných otázek byly stanoveny proměnné s jednotlivými hodnotami tak, aby po jejich kódování²² byly výzkumné otázky zodpovězeny. Celkem bylo stanoveno deset proměnných.

01. Datum vydání (DD/MM/RRRR)

02. Médium (V jakém deníku článek vyšel)

03. Pořadí (Strana, na které byl článek ve vydání umístěn)

04. Rubrika (Titulní strana, Zpravodajství, Publicistika, Jiná rubrika)

05. Téma

06. Rámec 1 (Podvod)

07. Rámec 2 (Příležitost)

08. Rámec 3 (Zeman jako Babišův ochránce)

09. Rámec 4 (Čapí hnízdo jako rozbuška v koalici)

10. Tematické či epizodické rámcování

První tři proměnné (Datum vydání; Médium; Pořadí; Rubrika) slouží k identifikaci data publikace článku, média, ve kterém článek vyšel, strany, na které byl článek umístěn a v jaké sekci. Pátá proměnná (Téma) slouží k zodpovězení první výzkumné otázky. Na základě předvýzkumu, jsem pro proměnnou „Téma“ identifikoval pět hodnot. Během kódování, kdy se začaly z článků vynořovat další témata, jsem do kódovacího klíče k proměnné

²² Viz Příloha č. 11 v Seznamu příloh.

„Téma“ zahrnul další dvě hodnoty (hodnoty 6 a 7). Jak bylo řečeno, do souboru jsem zahrnul všechny články, které obsahovaly alespoň jednou klíčové slovo Babiš a zároveň sousloví Čapí hnízdo, a to s vědomím toho, že některé články v souboru budou při takto zvoleném postupu zmiňovat kauzu Čapí hnízdo pouze okrajově. Chtěl jsem se při hledání odpovědi na první výzkumnou otázku vyvarovat redukci souboru pouze na články, u kterých je téma Čapí hnízdo hlavním tématem. Z toho důvodu jsem zavedl hodnotu 8 (Jiné téma). Proměnná „Téma“ byla tedy sledována pomocí následujících hodnot: 1 (Vyšetřování), 2 (Ztráta imunity), 3 (Vlastnictví), 4 (Spojenec Zeman), 5 (Koalice), 6 (Vrácení dotací), 7 (Tlak na policii) a 8 (Jiné téma). Hodnoty byly přiřazovány k proměnné na základě klíčových slov a slovních spojení.

Další čtyři proměnné (Rámec 1 až Rámec 4) slouží k zodpovězení druhé výzkumné otázky. Z důvodu, že se rámce „Podvod“, „Příležitost“, „Zeman jako Babišův ochránce“ a „Čapí hnízdo jako rozbuška v koalici“ mohou objevovat v každém z článků současně, byl každý z těchto rámců kódován jako samostatná proměnná. Přítomnost či nepřítomnost jednotlivých rámců v článcích byly sledovány pomocí následujících hodnot: 1 (Ano), 2 (Ne), popřípadě 99 (Nelze určit).

Poslední proměnná „Tematické či epizodické rámcování“ slouží k zodpovězení druhé výzkumné otázky. Jednotlivé typy rámcování byly sledovány pomocí následujících hodnot: 1 (Převažuje tematické rámcování), 2 (Převažuje epizodické rámcování), 3 (Přibližně stejně zastoupené tematické a epizodické rámcování), popřípadě 99 (Nelze určit).

4. Analytická část

Hlavním výzkumným cílem práce je na příkladu kauzy Čapí hnízdo zjistit, jak bylo téma kauzy prezentováno ve vybraných českých celostátních denících. Analýza se zaměřuje na to, o čem deníky v souvislosti s kauzou psali a jak o ní psaly. Výsledky jsou prezentovány v chronologickém pořadí, v jakém byly položeny výzkumné otázky.

4.1 Témata

VO1: Co píšou jednotlivé deníky o kauze Čapí hnízdo?

V analyzovaných článcích z výběrového souboru jsem odhalil sedm témat, která se v souvislosti s kauzou Čapí hnízdo v denících objevovala. Při kódování jsem na základě klíčových slov a slovních spojení, která se objevovala v článcích, přiřazoval k jednotlivým článkům hodnoty proměnné „Téma“. Pokud se článek kauzou Čapí hnízdo zabýval pouze okrajově, a tedy neobsahoval klíčová slova a slovní spojení, byl kódován pomocí osmé proměnné (Jiné téma). Identifikovaná klíčová slova a slovní spojení jsou uvedena v příložené Tabulce č. 1. Hodnoty proměnné „Téma“ jsou: Vyšetřování, Ztráta imunity, Vlastnictví, Spojenec Zeman, Koalice, Dotace, Tlak na policii a Jiné téma.

Tabulka č. 1 **Klíčová slova a slovní spojení v článcích**

Vyšetřování	policie, padesátimilionová dotace, dotační podvod, trestní oznámení, zpráva OLAF
Ztráta imunity	mandatový a imunitní výbor, hlasování o vydání, Sněmovna, spis, poslanecká imunita
Vlastnictví	anonymní akcie, skupina Agrofert, forma vlastnictví, rodina
Spojenec Zeman	policejní provokace, načasování žádosti, udělit milost, prezidentské volby, společenství
Koalice	spolupráce, sestavení vlády, ČSSD, trestně stíhaná osoba, předčasné volby, ustoupit, střet zájmů
Dotace	vracet peníze, evropské financování, ROP, státní rozpočet, malé a střední firmy
Tlak na policii	nátlak, Murín, vyzvat k rezignaci, odvolání, Nevtípil

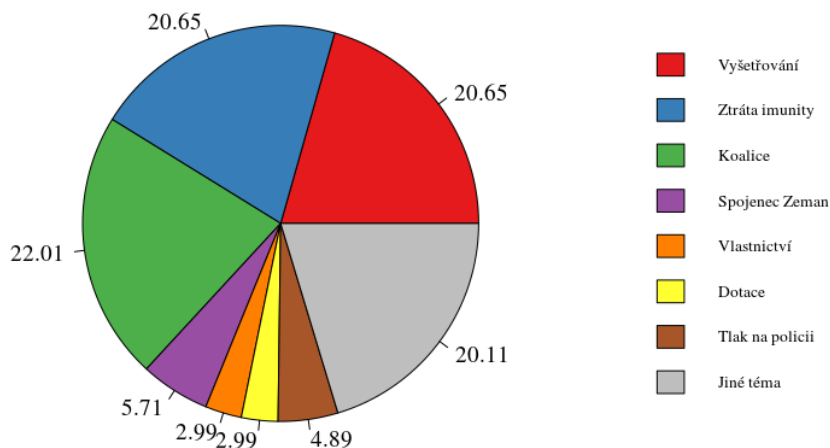
Zdroj: Autor

Téměř stejnou měrou se mezi tématy, o kterých deníky v souvislosti s kauzou Čapí hnízdo psaly, objevovala tři témata: policejní vyšetřování, ztráta poslanecké imunity a koaliční rozepře. Nejvíce se ve zkoumaném časovém období psalo o střetnutí v tehdejší koaliční vládě. Celkem se ve zkoumaném výběrovém souboru 368 článků objevilo 81 článků s tématem koalice (22,01 %²³). Téma vyšetřování a téma ztráty imunity se shodně objevily v 76 článcích (20,65 %). Další témata byla v menšině. Společenství Zemana s Babišem se

²³ Podíl článků o daném tématu na celkovém počtu článků z výběrového souboru.

věnovalo 21 článků (5,71 %), tlakem na policii se zabývalo 18 článků (4,89 %), zbývající témata vrácení dotací a vlastnictví se shodně týkalo 11 článků (2,99 %) ze zkoumaného výběrového souboru. Článků, které byly zahrnuty do výběrového souboru, ale kauza Čapí hnízdo v nich byla zmíněna pouze okrajově a článek pojednával o zcela jiném tématu, se objevilo celkem 74 (20,11 %).

Graf č. 1 Témata v kauze Čapí hnízdo v % (N=368)



Zdroj: Autor

Nejvíce článků ve výběrovém souboru (368 článků) měl deník Právo (93 článků), poté následovaly Lidové noviny (69 článků), Hospodářské noviny (63 článků), Mladá fronta DNES (50 článků), Haló noviny (28 článků), E15 (25 článků), Blesk (24 článků) a Aha! (16 článků).

4.1.1 Téma Vyšetřování

Vyšetřování kauzy Čapí hnízdo bylo ve výběrovém souboru tematizováno souhrnně v 76 článcích. V srpnu 2017 přišla od PČR do PSPČR žádost o vydání Andreje Babiše a Jaroslava Faltýnka k trestnímu stíhání. Téma bylo s různou intenzitou v denících reflektováno po celou dobu zvoleného časového období. Téma Vyšetřování bylo co do poměru na celkovém počtu článků o kauze nejvíce frekventované v bulvárním deníku Aha!, noviny mu věnovaly 5 článků (31,25 %²⁴). Vyšetřování hodně tematizovaly také Haló noviny, deník se tématu věnoval v 8 příspěvcích (28,57 %). Další z bulvárních deníku, Blesk, vy-

²⁴ Podíl článků o daném tématu na celkovém počtu článků v daném deníku (z výběrového souboru).

šetřování pokrýl v 6 článcích (25 %). Tomuto tématu také hodně prostoru poskytnul deník Právo, který takto tematizoval 20 článků (21,51 %). Deníky z mediálního domu MAFRA v souvislosti s vyšetřováním psaly také poměrně hojně. Mladá fronta DNES tématu věnovala 10 článků (20 %), Lidové noviny pak o tomto tématu psaly ve 13 článcích (18,84 %). Deník E15 o vyšetřování publikoval 5 článků (20 %) a Hospodářské noviny vyšetřování věnovaly 9 článků (14,29 %).

Tabulka č. 2 **Počet článků v jednotlivých denících k tématu Vyšetřování**

DENÍK	Vyšetřování
Aha!	5
Blesk	6
E15	5
Haló noviny	8
Hospod. noviny	9
Lidové noviny	13
MF DNES	10
Právo	20
Celkem	76

Zdroj: Autor

4.1.2 Téma Ztráta imunity

V souvislosti s kauzou Čapí hnízdo bylo v denících probíráno, zda Mandátový a imunitní výbor doporučí nebo nedoporučí PSPČR vydání Andreje Babiše a Jaroslava Faltýnka k trestnímu stíhání. Téma Ztráta imunity bylo tematizováno stejným počtem článků jako téma Vyšetřování, souhrnně v 76 článcích. Nejvíce se tomuto tématu co do poměru na celkovém počtu článků věnoval opět bulvární deník Aha!, který ztrátou imunity tematizoval celou polovinu článků, kterou o kauze Čapí hnízdo za sledované období publikoval. Věnoval tématu 8 článků (50 %). Téma ztráty imunity bylo atraktivní i pro druhý bulvární deník. Blesk o tématu napsal 6 článků (25 %). V deníku Právo takto tematizovaných vyšlo 19 článků (20,43 %). Lidové noviny o ztrátě imunity psaly ve 14 článcích (20,29 %). Hospodářské noviny o ztrátě imunity publikovaly 12 článků (19,05 %) a Haló noviny 5 článků (17,86 %). Téma Ztráta imunity nejméně co do poměru na celkovém počtu článků pokrývaly deníky Mladá fronta DNES s 8 články (16 %) a E15 se 4 články (16 %).

Tabulka č. 3 Počet článků v jednotlivých denících k tématu Ztráta imunity

DENÍK	Ztráta imunity
Aha!	8
Blesk	6
E15	4
Haló noviny	5
Hospod. noviny	12
Lidové noviny	14
MF DNES	8
Právo	19
Celkem	76

Zdroj: Autor

4.1.3 Téma Vlastnictví

Nejasná vlastnická struktura firmy FČH byla již ve zkoumaném časovém období zřejmá. V březnu 2016 Andrej Babiše na mimořádné schůzi PSPČR označil za vlastníky firmy FČH své dvě děti a bratra své někdejší partnerky. Téma Vlastnictví tak ve sledovaném období již nebylo příliš frekventované napříč deníky. V souhrnu se ve výběrovém souboru objevilo k tomuto tématu 11 článků. Po 1 článku věnovaly tématu Vlastnictví shodně bulvární deníky Aha! (6,25 %) a Blesk (4,17 %). Deník Právo tematizoval vlastnictví ve 3 článcích (3,23 %). Hospodářské noviny psaly o vlastnictví ve 2 článcích (3,17 %), stejný počet 2 článků tomuto tématu věnovaly oba deníky z mediálního domu MAFRA, Lidové noviny (2,9 %) a Mladá fronta DNES (4 %). Deníky E15 a Haló noviny se tématu dokonce nevěnovaly vůbec.

Tabulka č. 4 Počet článků v jednotlivých denících k tématu Vlastnictví

DENÍK	Vlastnictví
Aha!	1
Blesk	1
E15	0
Haló noviny	0
Hospod. noviny	2
Lidové noviny	2
MF DNES	2
Právo	3
Celkem	11

Zdroj: Autor

4.1.4 Téma Spojenec Zeman

K tématu spojení prezidenta Zemana s Andrejem Babišem jsem ve výběrovém souboru identifikoval 21 článků. Prezident v souvislosti s kauzou a vztahem k Babišovi pravděpodobně sledoval své vlastní zájmy, ale média jejich vztah často tematizovala jako spojení. Zeman například odmítl vypsání předčasných voleb. Řádné volby v říjnu 2017 ANO 2011 vyhrálo, ale vláda nezískala důvěru a od 24. ledna 2018 vládla v demisi. Zeman otálel se jmenováním další vlády, učinil tak až v červnu 2018. Mezitím v lednu proběhlo první a druhé kolo prezidentských voleb, ve kterých Zeman obhájil mandát. Bulvární deník Blesk se vztahu obou pánů věnoval ve 3 článcích (12,5 %). Deník Právo o spojení publikoval 8 článků (8,6 %). V Hospodářských novinách k tomuto tématu vyšly 4 články (6,35 %). Deník E15 ke spojení prezidenta a premiéra publikoval 1 článek (4 %). Shodně po 2 článcích tematizovaly spojení deníky z mediálního domu MAFRA, Mladá fronta DNES (4 %) a Lidové noviny (2,9 %). V Haló novinách se s tématem spojení objevil 1 článek (3,57 %).

Tabulka č. 5 Počet článků v jednotlivých denících k tématu Spojenec Zeman

DENÍK	Spojenec Zeman
Aha!	0
Blesk	3
E15	1
Haló noviny	1
Hospod. noviny	4
Lidové noviny	2
MF DNES	2
Právo	8
Celkem	21

Zdroj: Autor

4.1.5 Téma Koalice

Kauza Čapí hnízdo byla jednou z třecích ploch koaliční vlády premiéra Bohuslava Sobotky, složené ze stran ČSSD, ANO 2011 a KDU-ČSL. Politické neshody v nejvyšších patrech politiky se ukázaly být jako vděčné mediální téma, ovšem ne tak úplně napříč všemi deníky. Téma Koalice bylo co do poměru na celkovém počtu článků o kauze nejvíce frekventované u deníku E15, deník mu věnoval 11 příspěvků (44 %). Deník Právo psal o tématu Koalice celkem v 25 člancích (26,88 %). Haló noviny publikovaly o koaličních rozepřích 7 článků (25 %). Tématu se také celkem hojně věnovaly Lidové noviny z mediálního domu MAFRA. O koaličních rozepřích psaly v 17 člancích (24,64 %). Hospodářské noviny psaly o tomto tématu stejně jako E15 v 11 člancích (17,46 %). Bulvární deník Blesk tématu Koalice věnoval 4 články (16,67 %). Druhý deník z mediálního domu MAFRA, Mladá fronta DNES, věnoval tématu koaličních rozepří pouze 6 článků (12 %). Bulvární deník Aha! se tomuto tématu zcela vyhnul.

Tabulka č. 6 Počet článků v jednotlivých denících k tématu Koalice

DENÍK	Koalice
Aha!	0
Blesk	4
E15	11
Haló noviny	7
Hospod. noviny	11
Lidové noviny	17
MF DNES	6
Právo	25
Celkem	81

Zdroj: Autor

4.1.6 Téma Dotace

Toto téma se týká diskuse okolo vrácení neoprávněně získané dotace na projekt farmy Čápí hnízdo do státního rozpočtu a do rozpočtu Středočeského kraje. ROP Střední Čechy, který dotaci původně schválil, se dohodl s vlastníkem firmy FČH firmou Imoba, která 54 milionovou dotaci vrátila. Téma Dotace patří spolu s tématem Vlastnictví k těm nejméně frekventovaným napříč deníky. V souhrnu mu bylo věnováno 11 článků. Vrácení dotací vůbec netematizovaly v kauze Čápí hnízdo bulvární deníky Aha! a Blesk, ani komunistické Haló noviny. Co je možná překvapivé, že ani Lidové noviny se tématu vrácení dotací nevěnovaly. Druhý deník z vydavatelství MAFRA, Mladá fronta DNES, takto tematizoval 2 články (4 %). Nejvíce o vrácení dotací psal deník Hospodářské noviny, věnoval mu 5 článků (7,94 %). Deník Právo tematizoval vrácení dotací ve 3 článcích (3,23 %). Deník E15 vrácení dotací věnoval 1 článek (4 %).

Tabulka č. 7 Počet článků v jednotlivých denících k tématu Dotace

DENÍK	Dotace
Aha!	0
Blesk	0
E15	1
Haló noviny	0
Hospod. noviny	5
Lidové noviny	0
MF DNES	2
Právo	3
Celkem	11

Zdroj: Autor

4.1.7 Téma Tlak na policii

Toto téma bylo probíráno v denících v souvislosti s tlakem, který Andrej Babiš začal koncem února 2018 vyvíjet na ředitele Generální inspekce bezpečnostních sborů Michala Murína. Murín po dvou měsících podal rezignaci. Tlak na policii byl tematizován celkem v 18 článcích z výběrového souboru. Nejvíce se tomuto tématu co do poměru na celkovém počtu článků věnovaly Hospodářské noviny. O tématu zde bylo publikováno 5 článků (7,94 %). Lidové noviny v souvislosti s tlakem na policii psaly ve 4 článcích (5,8 %). Právo takto tematizovalo 5 článků (5,38 %). V Mladé frontě DNES vyšly o tomto tématu 2 články (4 %) a po 1 článku se toto téma objevilo v denících E15 (4 %) a Haló noviny (3,57 %).

Tabulka č. 8 Počet článků v jednotlivých denících k tématu Tlak na policii

DENÍK	Tlak na policii
Aha!	0
Blesk	0
E15	1
Haló noviny	1
Hospod. noviny	5
Lidové noviny	4
MF DNES	2
Právo	5
Celkem	18

Zdroj: Autor

Tabulka č. 9 Počet článků v jednotlivých denících k jiným tématům

DENÍK	Jiné téma
Aha!	2
Blesk	4
E15	2
Haló noviny	6
Hospod. noviny	15
Lidové noviny	17
MF DNES	18
Právo	10
Celkem	74

Zdroj: Autor

4.2 Rámce

VO2: Jaké rámce převažují u jednotlivých deníků při pokrývání kauzy Čapí hnízdo?

K zodpovězení druhé výzkumné otázky byly kódovány čtyři proměnné (Rámec 1 až Rámec 4). Tyto proměnné byly definovány na základě výzkumu Kabuďové, která na specifickém případě kauzy Čapí hnízdo identifikovala induktivním přístupem čtyři rámce, pevně svázané s touto kauzou. Jedná se o rámce Podvod, Příležitost, Zeman jako Babišův ochránce a Čapí hnízdo jako rozbuška v koalici (Kabuďová 2018). Každá z těchto proměnných byla kódovaná samostatně, protože se jednotlivé rámce mohou objevovat v každém z článků současně. Celkem bylo ve výběrovém souboru 368 článků identifikováno 60 článků, které byly rámovány.

4.2.1 Rámec Podvod

Kauza Čapí hnízdo byla nejvíce rámovaná Podvodem. Tento rámec byl odhalen celkem v 35 člancích. Nejvíce článků rámovaných optikou podvodu se vyskytovalo v deníku Právo. Takto rámovaných jsem v Právu identifikoval 35 článků. Právo uveřejnilo na titulní straně 4 články s tímto rámcem. Publicistické rubrice se objevilo 9 článků, 1 článek byl nalezen ve zpravodajské sekci deníku. Hospodářské noviny rámovaly podvodem 8 článků. Vedle Práva byly Hospodářské noviny dalším deníkem, který články rámované Podvodem uveřejnil na titulní straně. V publicistické sekci se objevilo 5 článků a ve zpravodajství byl

identifikován 1 takto rámovaný článek. Z deníků, které vycházejí v mediálním domě MA-FRA, více Podvodem rámovaly Lidové noviny, celkem v 7 článcích. Ve zpravodajství vyšel 1 článek, v publicistice 5 článků a 1 článek se objevil mimo tyto rubriky. Deník E15 rámoval Podvodem 2 články, jeden ve zpravodajské a jeden v publicistické rubrice. Haló noviny publikovaly 3 takto rámované články, všechny v publicistické sekci. Naopak v Mladé frontě DNES byl identifikován pouze jeden výskyt rámce Podvod, a to v publicistické rubrice. Bulvární deníky Aha! a Blesk nerámovaly optikou podvodu ani jednou.

Tabulka č. 10 Počet článků s rámcem Podvod v jednotlivých denících

DENÍK	Podvod
Aha!	0
Blesk	0
E15	2
Haló noviny	3
Hospod. noviny	8
Lidové noviny	7
MF DNES	1
Právo	14
Celkem	35

Zdroj: Autor

Tabulka č. 11 Umístění článků s rámcem Podvod v denících

DENÍK	Titulní strana	Zpravodajství	Publicistika	Jiná rubrika
Aha!	0	0	0	0
Blesk	0	0	0	0
E15	0	1	1	0
Haló noviny	0	0	3	0
Hospod. noviny	2	1	5	0
Lidové noviny	0	1	5	1
MF DNES	0	0	1	0
Právo	4	1	9	0

Zdroj: Autor

4.2.2 Rámec Příležitost

Naopak nejméně byla kauza Čapí hnízdo rámována Příležitostí. Celkem bylo ve výběro-

vém souboru identifikováno 6 takto rámovaných článků, a to pouze ve třech denících z osmi zkoumaných. Rámec Příležitost ve svých článcích použily oba deníky z mediálního domu MAFRA. Lidové noviny takto rámovaly 2 články. V Mladé frontě DNES se rámec Příležitost také podařilo identifikovat dvakrát. Jeden článek vyšel v publicistické a jeden v jiné rubrice. Třetím deníkem, který takto rámoval své články, byly Haló noviny. I zde jsem identifikoval 2 články. Je možné, že rámec Příležitost mohl v průběhu času oslabovat a ve zkoumaném časovém období se již optika příležitosti do jisté míry z deníků mohla vytratit.

Tabulka č. 12 **Počet článků s rámcem Příležitost v jednotlivých denících**

DENÍK	Příležitost
Aha!	0
Blesk	0
E15	0
Haló noviny	2
Hospod. noviny	0
Lidové noviny	2
MF DNES	2
Právo	0
Celkem	6

Zdroj: Autor

Tabulka č. 13 **Umístění článků s rámcem Příležitost v denících**

DENÍK	Titulní strana	Zpravodajství	Publicistika	Jiná rubrika
Aha!	0	0	0	0
Blesk	0	0	0	0
E15	0	0	0	0
Haló noviny	0	0	0	2
Hospod. noviny	0	0	0	0
Lidové noviny	0	0	2	0
MF DNES	0	0	1	1
Právo	0	0	0	0

Zdroj: Autor

4.2.3 Rámec Zeman jako Babišův ochránce

Články rámované optikou prezidenta Zemana jako ochránce premiéra Babiše se mi podaři-

lo identifikovat v 10 článcích. Nejvíce své články takto rámovalo Právo, celkem ve 4 článcích publicistického charakteru. Celkem 3 články Hospodářských novin byly takto rámovány. U Lidových novin jsem identifikoval 2 články, které rámovaly spojenectvím. Naopak Mladá fronta DNES tento rámec ve zkoumaném časovém období nepoužila. Deník E15 takto rámoval jeden svůj článek v publicistické sekci.

Tabulka č. 14 **Počet článků s rámcem Zeman jako Babišův ochránce v jednotlivých denících**

DENÍK	Spojenec Zeman
Aha!	0
Blesk	0
E15	1
Haló noviny	0
Hospod. noviny	3
Lidové noviny	2
MF DNES	0
Právo	4
Celkem	10

Zdroj: Autor

Tabulka č. 15 **Umístění článků s rámcem Zeman jako Babišův ochránce v denících**

DENÍK	Titulní strana	Zpravodajství	Publicistika	Jiná rubrika
Aha!	0	0	0	0
Blesk	0	0	0	0
E15	0	0	1	0
Haló noviny	0	0	0	0
Hospod. noviny	0	1	2	0
Lidové noviny	0	1	0	1
MF DNES	0	0	0	0
Právo	0	0	4	0

Zdroj: Autor

4.2.4 Rámec Čapí hnízdo jako rozbuška v koalici

Kauza Čapí hnízdo byla jako třetí plocha mezi koaličními stranami rámována v 9 článcích výběrového souboru. Nejvíce optikou rozbušky v koalici rámovalo své články Právo, a to dvě třetiny všech takto rámovaných článků. Všech 6 článků z Práva bylo uveřejněno v publicistické sekci novin. Deník E15 rámoval Rozbuškou v koalici jedním článkem pu-

blicistického charakter. Hospodářské noviny také tímto rámcem rámovaly jeden článek. Lidové noviny také publikovali jeden takto rámovaný článek. Mladá fronta DNES, Haló noviny ani žádný z bulvárních deníků takto své publikované články nerámoval. Vzhledem k faktu, že ve dnech 20. a 21. října 2017 proběhly volby do PSPČR (Český statistický úřad 2017b) a poté se tento rámec v denících nepodařilo identifikovat, usuzuji na to, že tento rámec je časově omezen.

Tabulka č. 16 **Počet článků s rámcem Č.H. jako rozbuška v koalici v jednotlivých denících**

DENÍK	Rozbuška v koalici
Aha!	0
Blesk	0
E15	1
Haló noviny	0
Hospod. noviny	1
Lidové noviny	1
MF DNES	0
Právo	6
Celkem	9

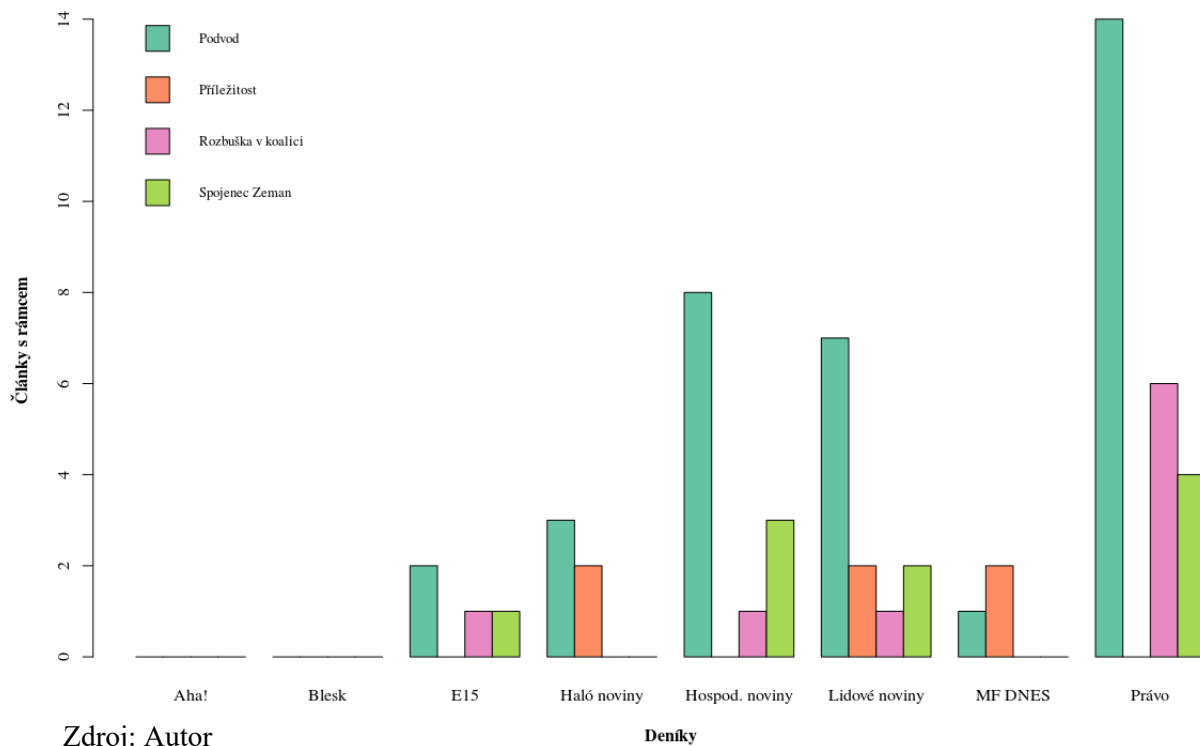
Zdroj: Autor

Tabulka č. 17 **Umístění článků s rámcem Č.H. jako rozbuška v koalici v denících**

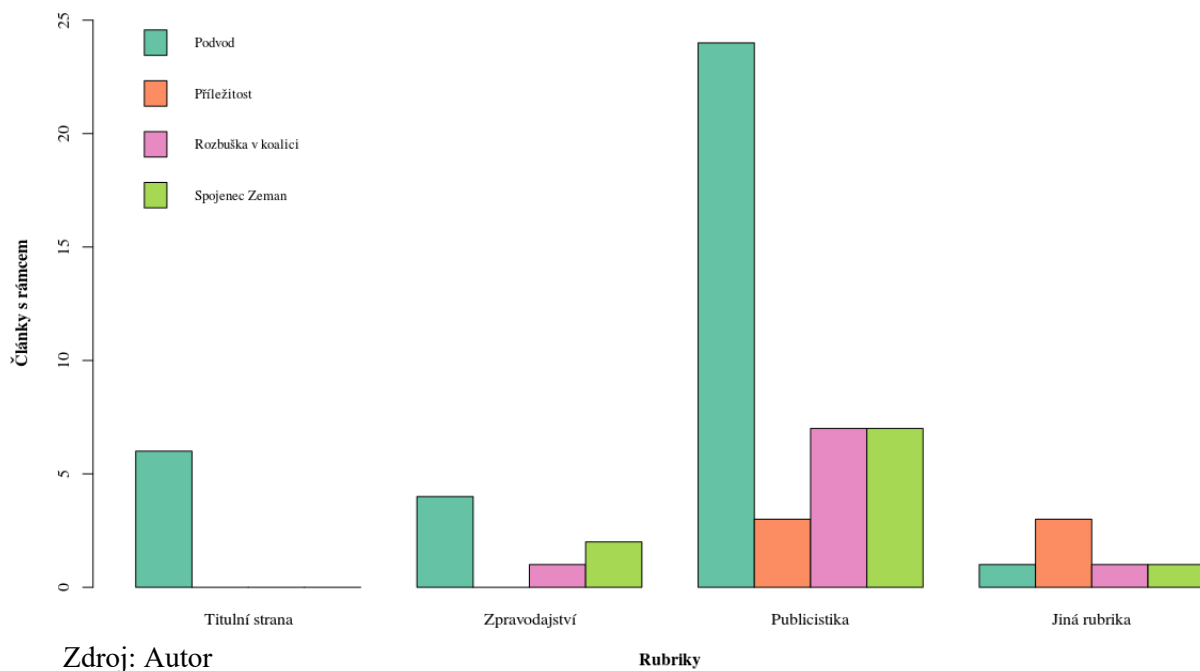
DENÍK	Titulní strana	Zpravodajství	Publicistika	Jiná rubrika
Aha!	0	0	0	0
Blesk	0	0	0	0
E15	0	0	1	0
Haló noviny	0	0	0	0
Hospod. noviny	0	0	0	1
Lidové noviny	0	0	1	0
MF DNES	0	0	0	0
Právo	0	0	6	0

Zdroj: Autor

Graf č. 2 Rámce v kauze Čapí hnízdo dle deníků (N=60)



Graf č. 3 Rámce v kauze Čapí hnízdo dle umístění (N=60)

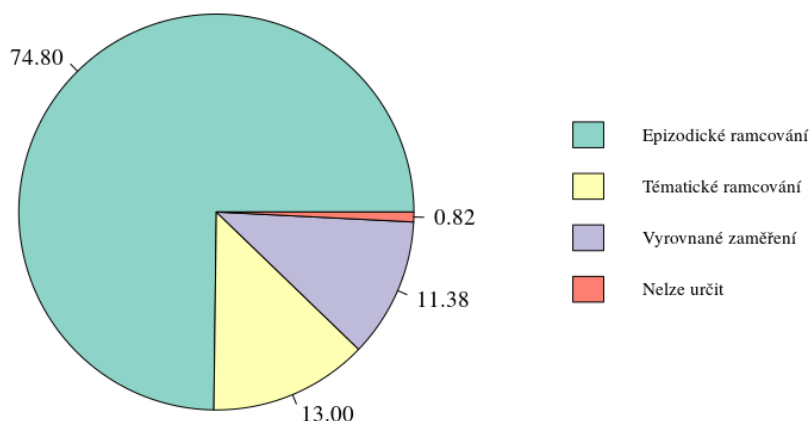


4.3 Tematické a epizodické rámce

VO3: Jaký typ rámcování převažuje u jednotlivých deníků při pokrývání kauzy Čapí hnízdo?

Analýza tematického a epizodického rámcování ukázala, že ve mediálním pokrytí kauzy Čapí hnízdo převažovalo epizodické rámcování. Takto bylo rámováno 74,8 % článků. Epizodické rámcování bylo identifikováno ve 13 % článků. Přibližně vyrovnané zaměření na oba typy rámcování mělo 11,38 % článků. V 0,82 % článků (celkem 3 články) se nepodařilo typ rámcování určit.

Graf č. 2 Typy rámcování v kauze Čapí hnízdo v % (N=368)

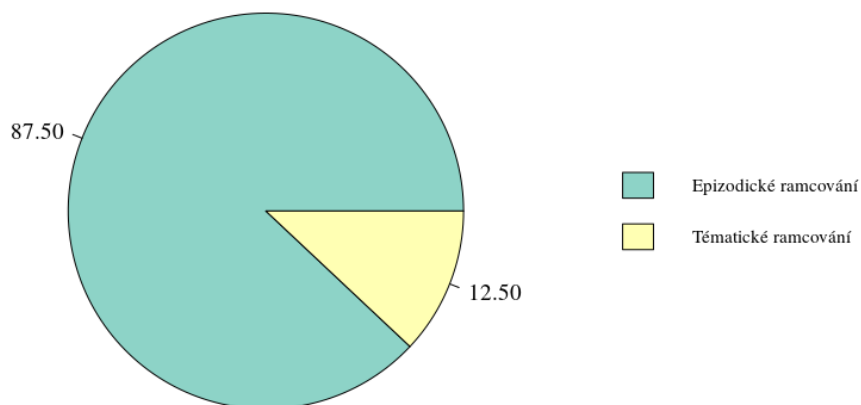


Zdroj: Autor

4.3.1 Tematické a epizodické rámce v jednotlivých denících

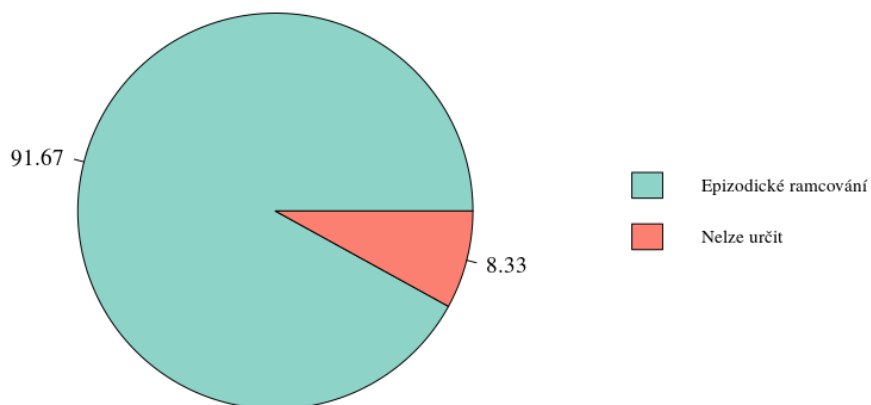
Největší podíl epizodického rámcování článků o kauze Čapí hnízdo se vyskytoval v denících Blesk (91,67 %), Mladá fronta DNES (88,24 %), Aha! (87,5 %) a E15 (85 %). Ostatní deníky rámovaly epizodicky přibližně dvě třetiny svých článků: Právo (69,89 %), Lidové noviny (69,57 %), Hospodářské noviny (67,74 %) a Haló noviny (64,25 %). Haló noviny rámovaly tematicky čtvrtinu svých článků, ostatní deníky rámovaly epizodicky v menší míře. U Blesku se nepodařilo identifikovat žádný článek rámovaný tematicky.

Graf č. 3 Typy rámcování v kauze Čapí hnízdo v deníku Aha! v % (N=16)



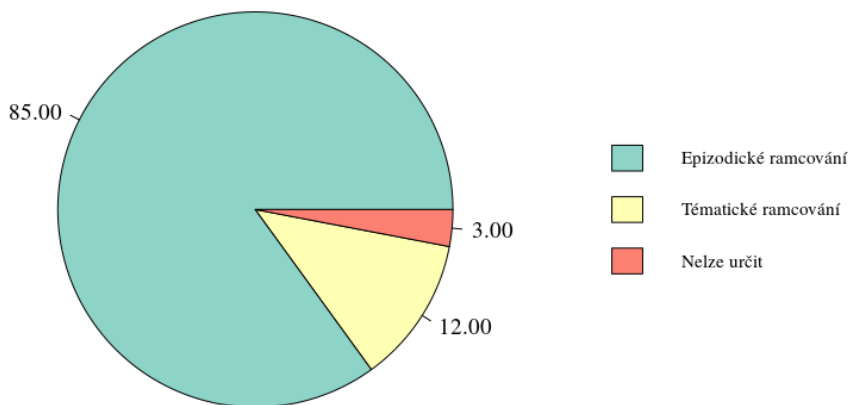
Zdroj: Autor

Graf č. 4 Typy rámcování v kauze Čapí hnízdo v deníku Blesk v % (N=24)



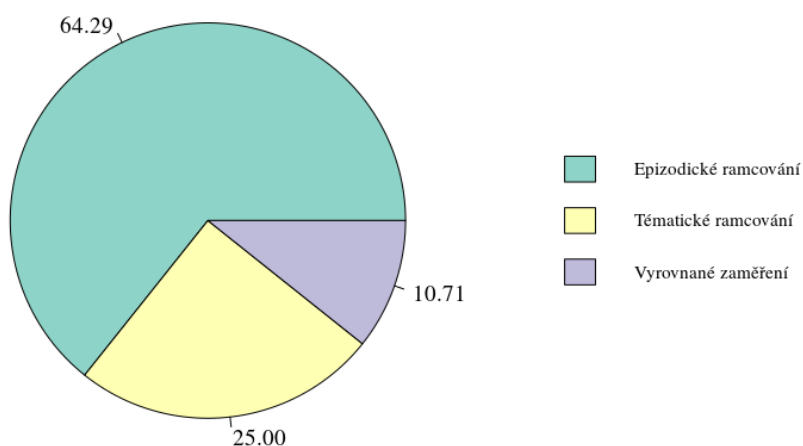
Zdroj: Autor

Graf č. 5 Typy rámcování v kauze Čapí hnízdo v deníku E15 v % (N=25)



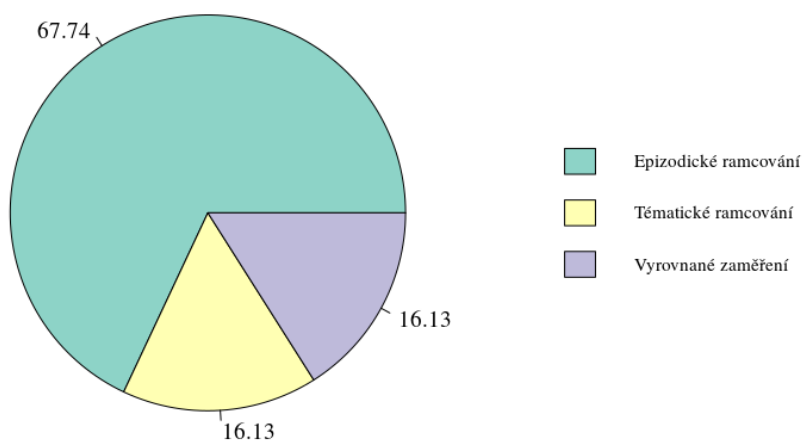
Zdroj: Autor

Graf č. 6 Typy rámcování v kauze Čapí hnízdo v deníku Haló noviny v % (N=28)



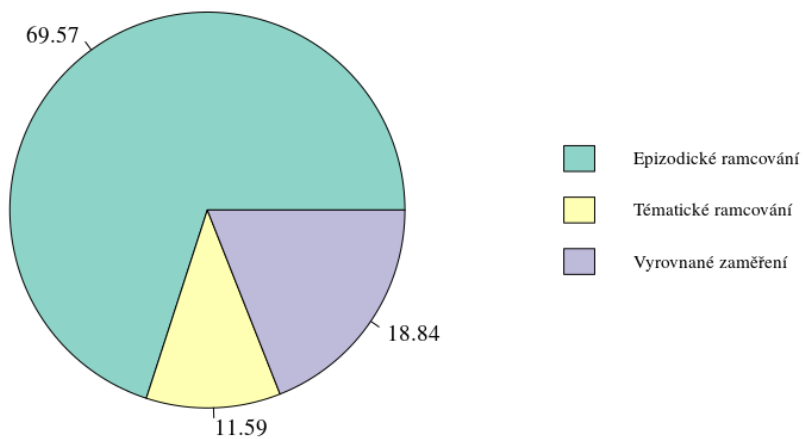
Zdroj: Autor

Graf č. 7 Typy rámcování v kauze Čapí hnízdo v deníku Hospodářské noviny v % (N=63)



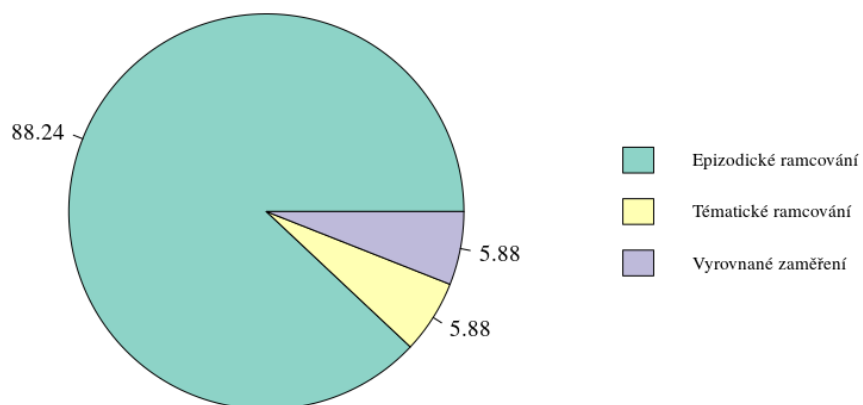
Zdroj: Autor

Graf č. 8 Typy rámcování v kauze Čapí hnízdo v deníku Lidové noviny v % (N=69)



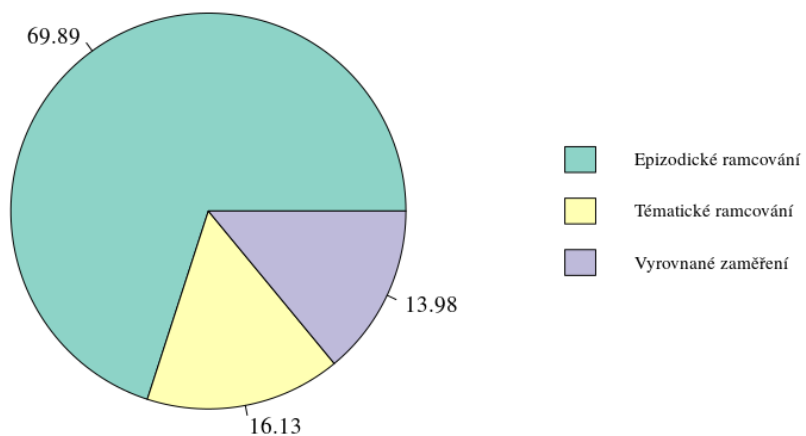
Zdroj: Autor

Graf č. 11 Typy rámcování v kauze Čapí hnízdo v deníku Mladá fronta DNES v % (N=50)



Zdroj: Autor

Graf č. 10 Typy rámcování v kauze Čapí hnízdo v deníku Právo v % (N=93)



Zdroj: Autor

Závěr

Cílem diplomové práce bylo zjistit, jak byla prezentována kauza Čapí hnízdo v osmi českých tištěných celostátních denících. V teoretické části jsem se opíral o nastolování agendy, přenosem významnosti, a především pak konceptem rámcování. Provedl jsem rešerše předchozích výzkumů k tématu Čapího hnízda, Andreje Babiše a jeho případného vlivu na média.

Do výzkumu jsem zařadil všechny celostátní tištěné deníky, které jsem považoval za relevantní (Aha!, Blesk, E15, Haló noviny, Hospodářské noviny, Lidové noviny, Mladá fronta DNES a Právo). Nezařadil jsem deník Sport s ohledem na jeho specifické zaměření, deník Deník, který nemá jednotnou celostátní verzi a vychází pouze v regionálních mutacích a Deník N, který vyšel poprvé až 28. října 2018 (elektronicky, v tištěné verzi začátkem roku 2019) (MediaGuru 2018). Takto jsem se snažil pokrýt co možná největší plochu v oblasti tištěných deníků vycházejících v České republice na celostátní úrovni. Přesto nelze s ohledem na velikost souboru a rozsah vybraného časového období hovořit o trendech. Vybrané období zahrnovalo jeden rok, od 10. srpna 2017 (doručení návrhu na vydání dvou poslanců, Andreje Babiše a Jaroslava Faltýnka, k trestnímu stíhání do PSPČR) do 9. srpna 2018. Analyzovat rámcování kauzy Čapí hnízdo v médiích se ukázalo jako velmi komplexní a široké výzkumné téma. Tato práce alespoň nastiňuje, jak byla kauza prezentována v tištěných celostátních denících v období po zahájení trestního stíhání Andreje Babiše, tedy po začátku kauzy *de iure*. Bylo identifikováno sedm hlavních témat, kterými deníky kauzu Čapí hnízdo prezentovaly.

Specifičnost případu kauzy Čapí hnízdo vyžaduje spíše použití specifických rámců. Specifické rámce jsou spojeny s konkrétními událostmi a tématy a nejsou předem definovány (de Vreese 2005). Druhá skupina, generické rámce, jsou definovány předem a mohou být použity na různorodé události a témata bez ohledu na specifičnost těchto událostí či témat (de Vreese 2005). Ukázalo se, že kauza Čapí hnízdo, až již jako samostatné téma anebo dílčí kauza z několika dalších, které mají spojitost s osobou Andreje Babiše, byla již v předchozích výzkumech reflektována. Při rešerši předchozích výzkumů se ukázalo, že pro potřeby této práce se velmi dobře hodí převzetí rámců, identifikovaných přímo v mediální reflexi případu kauzy Čapí hnízdo (Kabudřová 2018). Převzetí identifikovaných rámců má své výhody i nevýhody. Výhody vidím v tom, že rámce byly kvalitně od-

haleny pomocí induktivního přístupu. Kvalitativní výzkum provedený v případové studii Kabuďové (Kabuďová 2018) nabízí prostor pro další výzkumy. Domníval jsem se, že její studie nabízí prostor pro rozšíření pouze pro kvantitativní výzkum. Při samotné analýze jsem si uvědomil nevýhody převzetí rámců a jejich pouhé kvantifikace. V případě Čapího hnízda se jedná o dlouhodobou kauzu, která navíc stále není u konce (květen 2020). Samotné identifikované rámce mohou (a s velkou pravděpodobností i mají) omezenou časovou platnost, resp. jeví se jako časově flexibilní a vyvíjejí se. Pro komplexnější analýzu kauzy Čapí hnízdo je kvantitativní analýza nedostačující. Pro soubornější výsledky by bylo potřeba nejdříve v kvalitativním výzkumu identifikovat všechny rámce, kterými byla kauza Čapí hnízdo v médiích rámována. Zároveň by se jako vhodné jevílo doplnit analýzu rámců i kvalitativní analýzou titulků, mezititulků a obrazového doprovodu článků.

Analýza ukázala, že jednotlivé rámce mohly v průběhu času oslabovat. Jedná se v první řadě o rámec Rozbuška v koalici. To je časově omezený rámec, který se v denících objevoval pouze do období voleb do PSPČR. Absence výskytu rámce Rozbuška v koalici po volbách se jeví jako logická, neboť s ohledem na zvolené časové období probíhaly koaliční pře mezi tehdejšími koaličními partnery ANO 2011, ČSSD a KDU-ČSL v PSPČR do podzimních voleb 2017. Volby proběhly ve dnech 20. a 21. října 2017 vyhrálo je hnutí ANO 2011 (Český statistický úřad 2017b). Poté (od 13. prosince 2017 do 27. června 2018) vládla menšinová vláda hnutí ANO 2011, od 24. ledna 2018 navíc v demisi (Vláda ČR 2020b). Druhá vláda (od 27. června 2018) již je koaliční, složená z hnutí ANO 2011 a staronového koaličního partnera v podobě ČSSD (Vláda ČR 2020c). Z analyzovaných dat ale vyplývá, že Kauza Čapí hnízdo po volbách již nebyla v mediální reflexi rámována jako potenciální rozbuška mezi koaličními partnery. Na druhou stranu stojí za pozornost, že mezi tématy se nejvíce objevovalo téma Koalice, tj. deníky o dění ve Sněmovně a koaličních neshodách kvůli kauze Čapí hnízdo psaly hojně. Ovšem jednalo se spíše o články informativního charakteru, které nebyly rámovány.

Časová omezenost se ukázala nejenom u rámce Rozbuška v koalici, který je navýsost specifický, ale i u rámce Příležitost, který je univerzálněji použitelný. Entman upozorňuje na roli kulturního prostředí. Kultura funguje jako zásobárna rámců (Entman 1993). Rámec Příležitost můžeme vnímat kulturní optikou. Ostatně Kabuďová upozorňuje, že „(a)rchetyp viníka vs. oběti je zde (u rámců Příležitost a Podvod – pozn O.P.) použit jako centrální myšlenka.“ (Kabuďová 2018: 71).

Komplexní analýza kauzy by vyžadovala rozšíření časového období a rozšíření analyzovaných médií o další tištěná periodika a audiovizuální média. Vzhledem k tomu, že kauza stále trvá a není tedy ukončená, jeví se tento postup jako těžko realizovatelný. I tak se podařilo pokrýt poměrně velkou plochu s ohledem na množství zařazených celostátních deníků. Zatím také nelze hovořit o trendech, a to jak s ohledem na velikost souboru a rozsah vybraného časového období, tak zároveň s ohledem na dosavadní neukončenost celé kauzy.

Summary

The aim of the diploma thesis was to find out how the Čapí hnízdo case was presented in eight Czech printed national dailies. In the theoretical part, I relied on agenda-setting, the transfer of significance, and especially the concept of framing. I conducted researches of previous research on the Čapí hnízdo case, Andrej Babiš and his possible influence on the media.

The research includes all national printed dailies that I considered to be relevant (Aha!, Blesk, E15, Haló noviny, Hospodářské noviny, Lidové noviny, Mladá fronta DNES and Právo). I did not include the daily Sport with regard to its specific focus, the daily Deník, which does not have a uniform national version and is published only in regional versions, and Deník N, which was first published on 28 October 2018 (electronically, in a printed version at the beginning of 2019). In this way, I tried to cover the largest possible area in the field of printed dailies published in the Czech Republic at the national level. Nevertheless, given the size of the file and the extent of the selected time period, it is not possible to talk about trends. The selected period included one year, from August 10, 2017 (delivery of a motion to extradite two deputies, Andrej Babiš and Jaroslav Faltýnka, to criminal prosecution) until August 9, 2018. Analyzing the framing of the Čapí hnízdo case in the media proved to be very complex and broad research topic. This work at least outlines how the case was presented in printed national dailies in the period after the commencement of criminal proceedings against Andrej Babiš, ie after the beginning of the case de jure. Seven main topics were identified by which the dailies presented the Čapí hnízdo case.

The specificity of the Čapí hnízdo case requires rather the use of specific frameworks. Specific frameworks are associated with specific events and topics and are not predefined (de Vreese 2005). The second group, generic frameworks, are defined in advance and can be applied to a variety of events and themes, regardless of the specificity of those events or themes (de Vreese 2005). It turned out that the Čapí hnízdo case, as a separate topic or a partial case from several others, which are related to the person of Andrej Babiš, has already been reflected in previous research. A search of previous research has shown that the adoption of the frameworks identified directly in the media reflection of the case of the Čapí hnízdo case (Kabudřová 2018) is very well suited for the needs of this work. Taking over the identified frameworks has its advantages and disadvantages. I see advantages in

the fact that the frames were well revealed using an inductive approach. Qualitative research conducted in the case study of Kabud'ová (Kabud'ová 2018) offers space for further research. I believed that her study offered scope for expansion only for quantitative research. During the analysis itself, I realized the disadvantages of taking over the frameworks and their mere quantification. In the case of the Stork's Nest, this is a long-term case, which, moreover, is still not over. The identified frames themselves can (and most likely do) have a limited time validity, resp. they appear to be flexible in time and evolving. For a more comprehensive analysis of the Čapí hnízdo case, quantitative analysis is insufficient. For more comprehensive results, it would first be necessary to identify in qualitative research all the frameworks by which the Čapí hnízdo case was framed in the media. At the same time, it would seem appropriate to supplement the analysis of the frameworks with a qualitative analysis of the titles, subtitles and the pictorial accompaniment of the articles.

The analysis showed that the individual frameworks could weaken over time. This is primarily a framework for the Detonator in the coalition. This is a time-limited framework that appeared in the dailies only until the period of the elections. The absence of the Rozbuška framework in the coalition after the elections seems logical, as with regard to the chosen time period, coalition races took place between the then coalition partners ANO 2011, ČSSD and KDU-ČSL in the parliament until the autumn 2017 elections. and on October 21, 2017, the ANO 2011 movement won them. Then (from 13 December 2017 to 27 June 2018) the minority government of the ANO 2011 movement ruled, and from 24 January 2018, moreover, in a demission. The second government (since June 27, 2018) is already a coalition, composed of the ANO 2011 movement and an old-new coalition partner in the form of the ČSSD. However, the analyzed data show that the Čapí hnízdo case after the election was no longer framed in the media reflection as a potential detonator between coalition partners. On the other hand, it is worth noting that the topic of the Coalition appeared the most among the topics, ie dailies wrote abundantly about events in the Chamber of Deputies and coalition disagreements due to the Čapí hnízdo case. However, these were rather informative articles that were not framed.

The time constraint has been shown not only for the Detonator in the Coalition framework, which is extremely specific, but also for the Opportunity framework, which is more universally applicable. Entman draws attention to the role of the cultural environment. Culture

functions as a storehouse of frames (Entman 1993). Frame We can perceive the opportunity from a cultural perspective. After all, Kabud'ová points out that the archetype of culprit and victim is used here as the central idea (Kabud'ová 2018).

A comprehensive analysis of the case would require an extension of the time period and the extension of the analyzed media by other printed periodicals and audiovisual media. Given that the case is still ongoing and is therefore not closed, this procedure seems difficult to implement. Even so, it was possible to cover a relatively large area with regard to the number of included national dailies. So far, it is not possible to talk about trends, both with regard to the size of the file and the extent of the selected time period, and at the same time with regard that the whole case has not yet finished.

Použitá literatura

- ARENDRT, Florian. Dose-Dependent Media Priming Effects of Stereotypic Newspaper Articles on Implicit and Explicit Stereotypes. *Journal of Communication* [online]. 2013, **63**(5), 830-851 [cit. 2020-03-13]. DOI: 10.1111/jcom.12056. ISSN 00219916.
- AUST, Ondřej. Forbes: Babišova Mafra loni prodělala přes 700 milionů Kč. *News Media* [online]. 2020 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/forbes-babisova-mafra-loni-prodelala-pres-700-milionu-kc/>
- AUST, Ondřej. Mafra se loni propadla do ztráty 168 milionů Kč, tržby klesly o 5 %. *News Media* [online]. 2020 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/mafra-se-loni-propadla-do-ztraty-168-milionu-kc-trzby-klesly/>
- CENTRUM PRO VÝZKUM VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ. Volby a strany. *CVVM* [online]. 2020 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/tiskove-zpravy/politicke/volby-a-strany>
- COHEN, Bernard C. *The Press and foreign policy*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1963.
- ČAPÍ HNÍZDO. O Čapím hnízdě. *Čapí hnízdo* [online]. 2020 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://www.capihnizdo.cz/cz/o-capim-hnizde/>
- ČESKÁ TELEVIZE. Petrimex na vedlejší koleji. Reportéři ČT odhalují, jak Babiš ovládl Agrofert. *Česká televize* [online]. 2017 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2120295-petrimex-na-vedlejsi-koleji-reporteri-ct-odhaluji-jak-babis-ovladl-agrofert>
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 20.10. – 21.10.2017 (promítnuto usnesení NSS). *Český statistický úřad* [online]. 2017b [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://volby.cz/pls/ps2017nss/ps2?xjazyk=CZ>
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 25.10. – 26.10.2013. *Český statistický úřad* [online]. 2017a [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://volby.cz/pls/ps2013/ps2?xjazyk=CZ>
- D'ANGELO, Paul. News framing as a multiparadigmatic research program: A response to Entman. *Journal of Communication* [online]. 2002, **52**(4), 870-888 [cit. 2020-03-13]. ISSN 00219916.
- DE VREESE, Claes H. News framing: Theory and typology. *Information Design Journal* [online]. 2005, **13**(1), 51-62 [cit. 2020-03-13]. DOI: 10.1075/idjdd.13.1.06vre. ISSN 1569979X.
- DEARING, James W. a Everett M. RODGERS. *Agenda-Setting*. Thousand Oaks: SAGE, 1996. ISBN 9780761905622

ENTMAN, Robert M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication* [online]. 1993, **43**(4), 51-58 [cit. 2020-03-13]. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x. ISSN 14602466.

FORBES. Andrej Babiš. *MediaRey* [online]. 2020 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://miliardari.forbes.cz/andrej-babis>

FUNKHOUSER, Ray G. The Issues of the Sixties: An Exploratory Study in the Dynamics of Public Opinion. *The Public Opinion Quarterly* [online]. 1973, **37**(1), 62-75 [cit. 2020-05-21]. ISSN 0033362X.

GOFFMAN, Ervin. *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press, 1986. ISBN 0-93-03-50-91-X.

GURIČOVÁ, Kristýna. Nedostatečné zdůvodnění i chybějící důkazy. Přečtěte si, proč šéf žalobce nařídil otevřít kauzu Čapí hnízdo. *iRozhlas.cz* [online]. 2019 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/pavel-zeman-nejvyssi-statni-zastupitelstvi-capi-hnizdo-andrej-babis-stehani_1912191301_kno

HÁJEK, Roman, Sandra ŠTEFANIKOVÁ a Filip LÁB. Czech Journalists' Refreshed Sense of Ethics in the Midst of Media Ownership Turmoil. *Media and Communication* [online]. 2015, **3**(4), 52-61 [cit. 2020-05-17]. DOI: 10.17645/mac.v3i4.348. ISSN 21832439.

MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: Nastolování agendy – masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.

HLOUŠKOVÁ, Kristýna. Mediální obraz Andreje Babiše v denících MF Dnes a Hospodářské noviny [online]. Brno, 2017. [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/mat99/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Marína Urbániková.

HOWLETT, Michael, Anthony PERL a M. RAMESH. *Studying public policy: policy cycles & policy subsystems*. Don Mills, Ont.: Oxford University Press, 2009. ISBN 978-0-19-542802-5.

HURTÍKOVÁ, Hana. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2016. *Framing televizního zpravodajství a jeho účinek na formování politických postojů veřejnosti: případová studie pádu vlády Mirka Topolánka v roce 2009*. Politika a společnost. ISBN 978-80-7325-400-1.

IROZHLAS. Od začátku přestavby statku po zastavení trestního stíhání. Projděte si vývoj kauzy Čapí hnízdo. *iRozhlas.cz* [online]. 2019 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/kauza-capi-hnizdo-agrofert-andrej-babis-casova-osa_1909131325_miz

IYENGAR, Shanto. *Is anyone responsible?: how television frames political issues*. Chicago: The University of Chicago Press, 1991. American politics and political economy series. ISBN 0-226-38855-7.

IYENGAR, Shanto a Donald R. KINDER, ed. *News That Matters*. Chicago: The University of Chicago Press, 1987. American politics and political economy series. ISBN 0-226-38857-3.

JÜPTNER, Jan. Koho chleba jíš, toho píseň zpívej II. *Newton media*. [online]. 2014 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://www.newtonmedia.cz/cs/mediainfo-cz/analyzy/koho-chleba-jis-toho-pisen-zpivej-ii/detail>

KABUĐOVÁ, Markéta. Babišovo Čapí hnízdo: rámování kauzy a Babišova obrana [online]. Brno, 2018. [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/zzioq/> Diplomová práce. Masarykova univerzita. Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Otto Eibl.

KALVAS, František, Jan VÁNĚ, Martina ŠTÍPKOVÁ a Martin KREIDL. Rámcování a nastolování agendy: Dva paralelní procesy v interakci. *Sociologický Časopis / Czech Sociological Review* [online]. 2012, **48**(1), 3 [cit. 2020-04-21]. ISSN 00380288.

KALVAS, František. *Nastolování agendy: role masové a interpersonální komunikace, osobní zkušenosti a genderu*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2009. ISBN 978-80-7043-805-3.

KMENTA, Jaroslav. *Boss Babiš*. Nymburk: JKM – Jaroslav Kmenta, 2017. ISBN 978-80-87569-32-0.

KUBÁTOVÁ, Zuzana. Andrej Babiš: korupce překročila únosnou mez. *Economia* [online]. 2011 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-52891140-andrej-babis-korupce-prekrocila-unosnou-mez>

KUYPERS, Jim A. *Framing Analysis from a Rhetorical Perspective*. In: D'ANGELO, Paul a Jim A. KUYPERS. *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2010, 286-311. Communication series, ISBN 978-0-415-99236-7.

LEMEŠANI, Tomáš. *Z Bureše Babišem*. Košice: Tomáš Lemešani – Independent Media Publishing, 2017. ISBN 978-80-972789-3-9.

MARAIS, Willemien a Margaret LINDSTRÖM. Qualitative News Frame Analysis: A Methodology. *Communitas* [online]. 2012, 17, 21-38 [cit. 2020-05-21]. ISSN 1023-0556. Dostupné z: <http://journals.ufs.ac.za/index.php/com/article/view/991>

Matrix AB [film]. Režie Vít KLUSÁK. Česká republika, 2015.

MATTHES, Jörg a Matthias KOHRING. The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity. *Journal of Communication* [online]. 2008, **58**(2), 258-279 [cit. 2020-05-10]. ISSN 00219916.

MCCOMBS, Maxwell. E. a Donald L. SHAW. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly* [online]. 1972, **36**(2), 176-187 [cit. 2020-05-21]. ISSN 0033362X.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.

MEDIAGURU. Čtenářsky nejsilnější zůstává Mafra před CNC a VLM. *PHD* [online]. 2020 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/02/ctenarsky-nejsilnejsi-zustava-mafra-pred-cnc-a-vlm/>

MEDIAGURU. Babiš kupuje mediální skupinu Mafra. *PHD* [online]. 2013 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2013/06/babis-kupuje-medialni-skupinu-mafra/>

MEDIAGURU. Nový placený deník zahájí symbolicky 28. října. *PHD* [online]. 2018 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/08/novy-placeny-denik-zahaji-symbolicky-28-rijna/>

MEDIAGURU. Přehled vlastníků top médií. *PHD* [online]. 2019 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: https://www.mediaguru.cz/media/7774/mapa-vlastniku-2019_mediaguru.pdf

NEČAS, Vlastimil. *Mediální agenda a korelační analýza*. In: ŠKODOVÁ, Markéta, Vlastimil NEČAS a Jan ČERVENKA. *Veřejná a mediální agenda: komparativní analýza tematizace veřejné sféry*. Praha: Professional Publishing, 2009, s. 14-25. ISBN 978-80-7431-009-6.

NEOVLIVNÍ.CZ. Dokument: Co se píše v trestním oznámení na Babišovo Čapí hnízdo? *Neovlivni.cz* [online]. 2015 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <http://neovlivni.cz/dokument-co-se-pise-v-trestnim-oznameni-na-babisovo-capi-hnizdo/>

NEOVLIVNÍ.CZ. Speciál: Seřadili jsme všechny větvičky čapího hnízda. *Neovlivni.cz* [online]. 2017 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <http://neovlivni.cz/special-capi-hnizdo-babis-agrofert-dotace/>

NOVINKY.CZ. Nejzkorumpovanější premiér, zaútočil Babiš na Topolánka, kandidujícího na Hrad. *Novinky.cz* [online]. 2017 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z <https://www.novinky.cz/domaci/clanek/nejzkorumpovanejsi-premier-zautocil-babis-na-topolanka-kandidujiciho-na-hrad-40050880>

PERGLER, Tomáš. *Babiš: příběh oligarchy*. Praha: Mladá fronta, 2014. ISBN 978-80-204-3445-6.

REESE, Stephen D., Oscar H. GANDY a August E. GRANT, ed. *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2001. ISBN 0-80-58-3653-5.

SEMETKO, Holli A. a Patti M. VALKENBURG. Framing European politics: A content analysis of press and television news. *JOURNAL OF COMMUNICATION* [online]. 2000, **50**(2), 93-109 [cit. 2020-03-18]. ISSN 00219916.

SEZNAM ZPRÁVY. Kauza Čapí hnízdo přehledně. Jak se premiér Babiš dostal do hledáčku policie. *Seznam.cz* [online]. 2019 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/den-rozhodnuti-o-capim-hnizde-jak-se-premier-dostal-do-hledacku-policie-78132>

SHOEMAKER, Pamela a Stephen REESE. *Mediating the Message* [online]. USA: Longman, 1996 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://journalism.utexas.edu/sites/default/files/sites/journalism.utexas.edu/files/attachment/s/reese/mediating-the-message.pdf>

SCHEUFELE, Dietram A. Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited: Another Look at Cognitive Effects of Political.. *Mass Communication* [online]. 2000, **3**(2/3), 297-316 [cit. 2020-03-13]. DOI: 10.1207/S15327825MCS0323_07. ISSN 15205436.

SCHEUFELE, Dietram A. a David TEWKSBURY. Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication* [online]. 2007, **57**(1), 9-20 [cit. 2020-03-13]. DOI: 10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x. ISSN 00219916.

SCHEUFELE, Dietram A. Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication* [online]. 1999, **49**(1), 103-122 [cit. 2020-03-13]. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x. ISSN 00219916.

SLONKOVÁ, Sabina a David BINAR. Zlom: Brusel spustil oficiální vyšetřování čapího hnízda. *Neovlivni.cz* [online]. 2016 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <http://neovlivni.cz/olaf-spustil-vysetrovani-babisova-capiho-hnizda/>

SLONKOVÁ, Sabina. Důkazy o podvodu v kauze čapí hnízdo. *Neovlivni.cz* [online]. 2017 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <http://neovlivni.cz/policie-si-vyzadala-dokumenty-k-capimu-hnizdu/>

SLONKOVÁ, Sabina. Exkluzivně: audit vyměřil za dotaci pro čapí hnízdo pokutu 6 milionů. *Neovlivni.cz* [online]. 2016a [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <http://neovlivni.cz/projekt-capi-hnizdo-dostal-pokutu-za-cerpani-dotace/>

SLONKOVÁ, Sabina. Policie: Podezření z daňových úniků čapího hnízda je vážné. *Neovlivni.cz* [online]. 2019 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://neovlivni.cz/policie-podezreni-z-danovych-uniku-capiho-hnizda-je-vazne/>

SLONKOVÁ, Sabina. Verdikt v kauze čapí hnízdo se odkládá. Na příští březem. *Neovlivni.cz* [online]. 2016b [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <http://neovlivni.cz/verdikt-v-kauze-capi-hnizdo-se-odklada-na-pristi-brezen/>

SVĚŘENSKÁ SPRÁVA 2019. Svěřenský fond a Andrej Babiš: Zbavil se premiér střetu zájmů? Svěřenská správa [online]. 2019 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://www.svsp.cz/magazin/clanky/sverensky-fond-a-andrej-babis-zbavil-se-premier-stretu-zajmu>

TANKARD, James W. The Empirical *The Empirical Approach to the Study of Media Framing*. In: REESE, Stephen D., Oscar H. GANDY a August E. GRANT, ed. *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2001. ISBN 0-80-58-3653-5.

TRAMPOTA Tomáš a Vlastimil NEČAS. *Analýza tištěných a online médií v předvolebním období krajských a senátních voleb 2016*. Praha: Nadace Open Society Fund Praha, 2016. ISBN 978-80-87725-38-2. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/wp-content/uploads/2016/11/tistena-media-krajske-volby-2016.pdf>

VAN GORP, Baldwin. *Strategies to Take Subjectivity Out of Framing Analysis*. In: D'ANGELO, Paul a Jim A. KUYPERS. *Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2010, 84-109. Communication series, ISBN 978-0-415-99236-7.

VAN GORP, Baldwin. The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. *Journal of Communication* [online]. 2007, **57**(1), 60-78 [cit. 2020-05-21]. DOI: 10.1111/j.0021-9916.2007.00329.x. ISSN 00219916.

VAN GORP, B. Where is the frame? Victims and intruders in the Belgian press coverage of the asylum issue. *EUROPEAN JOURNAL OF COMMUNICATION* [online]. 2005, **20**(4), 484-507 [cit. 2020-05-11]. DOI: 10.1177/0267323105058253. ISSN 02673231.

VIŠŇOVSKÝ, Pavel. *Komparativní studie mediálního obsahu deníku MF DNES v období před vlastnictvím Andrejem Babišem a po předání do svěřeneckých fondů*. Praha, 2018. 36 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK. Katedra Mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jakub Železný.

VLÁDA ČESKÉ REUBLIKY. Andrej Babiš. *Vláda ČR* [online]. 2020a [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/clenove-vlady/andrej-babis-115388/>

VLÁDA ČESKÉ REUBLIKY. I. vláda Andreje Babiše (13.12.2017–27.06.2018). *Vláda ČR* [online]. 2020b [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/clenove-vlady/historie-minulych-vlad/prehled-vlad-cr/1993-2017-cr/andrej-babis-i/prehled-clenu-vlady-andreje-babise-13-12-2017-27-06-2018-166989/>

VLÁDA ČESKÉ REUBLIKY. II. vláda Andreje Babiše (27.06.2018–trvá). *Vláda ČR* [online]. 2020c [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/clenove-vlady/historie-minulych-vlad/prehled-vlad-cr/1993-2018-cr/andrej-babis-ii/prehled-clenu-vlady-andreje-babise-27-6-2018-trva-175411/>

Zákon č. 159/2006 Sb., o střetu zájmů

ŽELEZNÝ, Marek. ANALÝZA A DŮKAZY: Jak se MFD a LN změnilo po Babišově vstupu do Mafry. *Forum 24* [online]. 2015 [cit. 2020-05-21]. Dostupné z: <https://www.forum24.cz/analyza-jak-se-mfd-a-ln-zmenily-po-babisove-vstupu-do-mafry-zasadne/>

Teze Diplomové práce

SCHVÁLENO

ANO M.P. 17.6.19

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce									
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:									
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Ondřej Prokeš	<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd</td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;">29-05-2019 -1-</td> </tr> <tr> <td>Čj: 207</td> <td style="text-align: right;">Příloh:</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Přiděleno:</td> </tr> </table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	29-05-2019 -1-	Čj: 207	Příloh:	Přiděleno:	
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd									
Došlo dne:		29-05-2019 -1-							
Čj: 207		Příloh:							
Přiděleno:									
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2018									
E-mail diplomantky/diplomanta: ondrej.prokes@hotmail.com									
Studijní obor/forma studia: Mediální studia/prezenční									
Předpokládaný název práce v češtině: Rámcování kauzy Čapí hnízdo v českých denících									
Předpokládaný název práce v angličtině: Framing the Čapí hnízdo case in czech newspaper									
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezí) LS 2019/2020									
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Práce teoreticky vychází z teorie nastolování agendy, která je doplněna konceptem rámcování, a aplikuje je na případu tzv. kauzy Čapí hnízdo. Budu pracovat s umístěním konceptu rámcování do kontextu teorie nastolování agendy. Práce bude zkoumat, jakou agendu vybraná média v souvislosti s jmenovanou kauzou nastolují a jaká témata a aspekty z významují. Analyzovány budou obsahy vybraných celostátních deníků. Problematikou tzv. kauzy Čapí hnízdo, či jejího hlavního aktéra Andreje Babiše, se v oblasti mediálních studií zabývala řada prací. Hloušková (2017) v diplomové práci zkoumá proměnu Babišova mediálního obrazu před a po akvizici skupiny Mafra na obsazích MF Dnes a Hospodářských novin. V teoretické části autorka vymezuje základní pojmy a teorie související s mediální konstrukcí reality a vlivem mediálního vlastnictví na mediální obsah. Obdobně s tématem v bakalářské práci pracuje Višňovský (2018), který zkoumá mediální obraz politických stran na obsazích MF Dnes před a po akvizici. Singer (2018) se v bakalářské práci zabývá nastolováním agend Čapího hnízda a EET na obsazích MF Dnes a Hospodářských novin. Všechny práce se dotýkají kauzy, nicméně pracují s vlivem mediálního vlastnictví na obsah. Kabučková (2018) v diplomové práci designované jako kvalitativní případová studie zkoumá na pěti nejčtenějších celostátních denících rámcování stejné kauzy v období od jejího vzniku v listopadu 2015 do září 2017 a popisuje, jaké klíčové strategické nástroje politické komunikace využíval Andrej Babiš na svou obranu. V tomto ohledu bude má práce doplněním a rozšířením. Moje práce se zaměří, jak již bylo řečeno, na to, jakou agendu vybraná média v souvislosti s jmenovanou kauzou nastolují. V práci se zaměřím na všechny celostátní deníky (s výjimkou sportovního deníku Sport) od začátku aktivního policejního vyšetřování (srpen 2017) po dobu následujícího roku.									
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Na příkladu tzv. kauzy Čapí hnízdo si práce klade za cíl odhalit rozdíly v nastolování agendy kauzy Čapí hnízdo u vybraných celostátních deníků, a popsat rámce, pomocí kterých je tato kauza interpretována v českých denících. Výzkumné otázky jsou tyto: Jak vybrané deníky rámcují kauzu Čapí hnízdo? Existují mezi vybranými deníky rozdíly v nastolování agendy kauzy Čapí hnízdo? Pokud ano, v čem spočívají?									

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

1. Úvod
2. Teoretická část
 - 2.1 Nastolování agendy
 - 2.1.1 První stupeň
 - 2.1.2 Druhý stupeň
 - 2.2 Rámcování
3. Stručné představení kauzy
4. Empirická část
 - 4.1 Cíl
 - 4.2 Metodologie
 - 4.3 Výzkumné otázky
5. Analýza
 - 5.1 Interpretace dat
 - 5.2 Zodpovězení výzkumných otázek
6. Závěr

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

V práci bude pracováno s vybranými mediálními obsahy, které se týkají případu tzv. kauzy Čapí hnízdo. Základní soubor tvoří zpravodajské a publicistické příspěvky vybraných českých celostátních deníků (MF Dnes, Lidové noviny, Hospodářské noviny, Haló noviny, Blesk, Aha, E15, Právo).

Výběrový soubor bude určen pomocí vícestupňového náhodného výběru.

Analyzované časové období bude jeden rok: od srpna 2017 (začátek policejního vyšetřování) do července 2018.

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Kvantitativní obsahová analýza. Se zaměřením na mediální rámce.

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

D'ANGELO, Paul a Jim A. KUYPERS. Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives. New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2010. Communication series, ISBN 978-0-415-99236-7.

- Publikace se zabývá metodami analýzy rámců: jaké jsou, jak je lze vidět v textech zpráv a jak jsou efekty rámcování odkryty a zdůvodněny v kulturních, skupinových a individuálních lokalitách. Tato publikace pokrývá celou řadu způsobů, jakými bylo rámcování teoretizováno a aplikováno napříč tématy, zdroji, mechanismy a efekty.

HURTÍKOVÁ, Hana. *Framing televizního zpravodajství a jeho účinek na formování politických postojů veřejnosti: případová studie pádu vlády Mirka Topolánka v roce 2009*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2016. Politika a společnost. ISBN 978-80-7325-400-1.

- Publikace se zabývá možným účinkem rámců. Zabývá se projevováním framingu v politické komunikaci; podstatou zpravodajského framingu; způsobem, jakým média vytvářejí rámy, do kterých zabalují svá sdělení a možným působením těchto rámců na politické chování diváků.

MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy – masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.

- Publikace se zabývá konceptem nastolování agendy. Zabývá se důvodem vzniku nastolování agendy, jeho utvářením, průběhem a důsledky. Publikace shrnuje stovky mediálních výzkumů na toto téma.

SCHEUFELE, Dietram A. a David TEWKSBURY. Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication* [online]. 2007, 57(1), 9-20 [cit. 2019-05-27]. ISSN 00219916.

- Článek se věnuje teoretickému vysvětlení rámcování, nastolování agendy a efektům primingu. Zkoumá, zda a jak se tyto tři modely týkají účinků médií, a co o účincích říkají potenciální vztahy mezi nimi.

SCHOEMAKER, Pamela; REESE, Stephen. *Mediating the Message* [online]. 2. vyd. USA: Longman, 1996 [cit. 2019-05-27]. Dostupné z: <https://journalism.utexas.edu/sites/default/files/sites/journalism.utexas.edu/files/attachments/reese/mediating-the-message.pdf>

- Publikace poukazuje na to, že zprávy jsou sociálně vytvořeným produktem, a ne odrazem objektivní reality. Autoři vyjadřují názor, že jedním z nejdůležitějších faktorů při pokrývání zpráv zpravodajství je rámcování.

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

BOHÁČ, Vojtěch. Andrej Babiš a jeho média v době mediatizace [online]. Brno, 2018 [cit. 2019-05-27]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/gdqa0/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Miloš Gregor.

HLOUŠKOVÁ, Kristýna. Mediální obraz Andreje Babiše v denících MF Dnes a Hospodářské noviny [online]. Brno, 2017 [cit. 2019-05-27]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/mat99/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Marína Urbániková

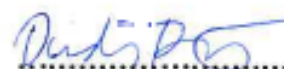
KABUĐOVÁ, Markéta. Babišovo Čapí hnízdo: rámcování kauzy a Babišova obrana [online]. Brno, 2018 [cit. 2019-05-27]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/zzioq/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Otto Eibl.

SINGER, Jan. Nastolování agendy Čapí hnízdo a EET z pohledu vlastníků médií: Komparativní obsahová analýza MF Dnes a Hospodářských novin [online]. Brno, 2017 [cit. 2019-05-27]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/ag5ll/>. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Jaromír Volek.

VIŠŇOVSKÝ, Pavel. Komparativní studie mediálního obsahu deníku MF DNES v období před vlastnictvím Andrejem Babišem a po předání do světeckých fondů [online]. Praha, 2018 [cit. 2019-05-27]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/99559>. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK. Katedra Mediálních studií. Vedoucí práce Jakub Železný

Datum / Podpis studenta/ky

29.5.2019



TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

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

Vlastimil Nečas

.....
Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

28.5.2019

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga



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

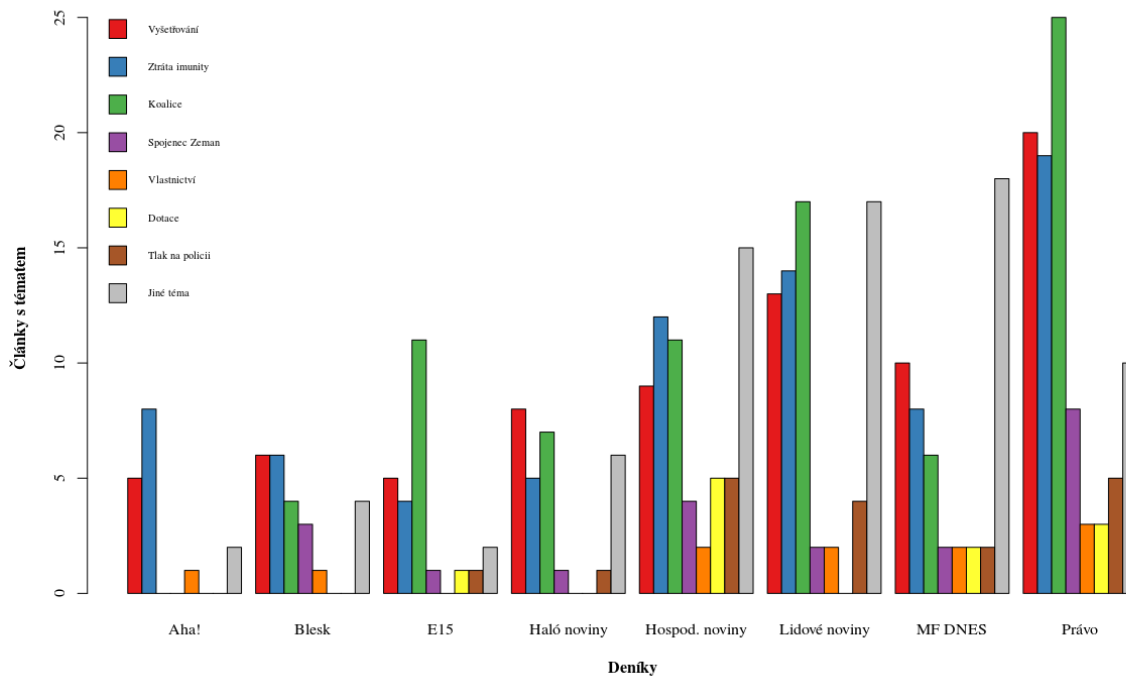
TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUČÍ PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Seznam příloh

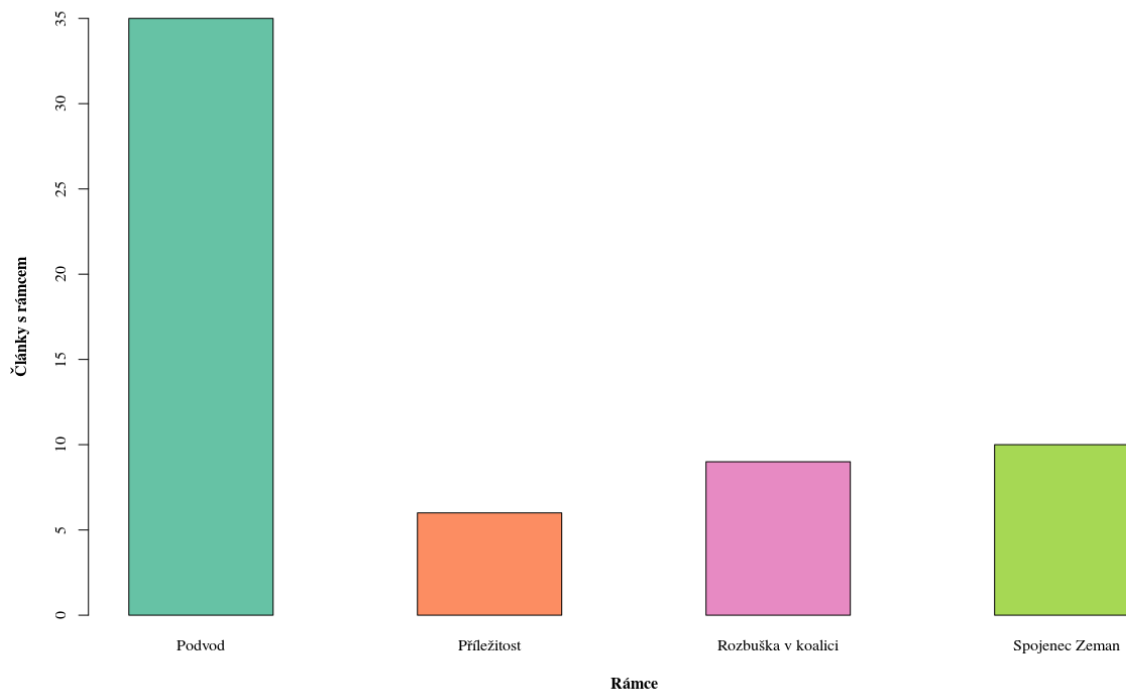
- Příloha č. 1: Témata v kauze Čapí hnízdo dle jednotlivých deníků (N=368) (graf)
- Příloha č. 2: Rámce v kauze Čapí hnízdo celkem (N=60) (graf)
- Příloha č. 3: Umístění rámců v kauze Čapí hnízdo v deníku Aha! (N=0) (graf)
- Příloha č. 4: Umístění rámců v kauze Čapí hnízdo v deníku Blesk (N=0) (graf)
- Příloha č. 5: Umístění rámců v kauze Čapí hnízdo v deníku E15 (N=4) (graf)
- Příloha č. 6: Umístění rámců v kauze Čapí hnízdo v deníku Haló noviny (N=5) (graf)
- Příloha č. 7: Umístění rámců v kauze Čapí hnízdo v deníku Hospodářské noviny (N=12) (graf)
- Příloha č. 8: Umístění rámců v kauze Čapí hnízdo v deníku Lidové noviny (N=12) (graf)
- Příloha č. 9: Umístění rámců v kauze Čapí hnízdo v deníku Mladá fronta DNES (N=3) (graf)
- Příloha č. 10: Umístění rámců v kauze Čapí hnízdo v deníku Právo (N=24) (graf)
- Příloha č. 11: Kódovací kniha (tabulka)

Přílohy

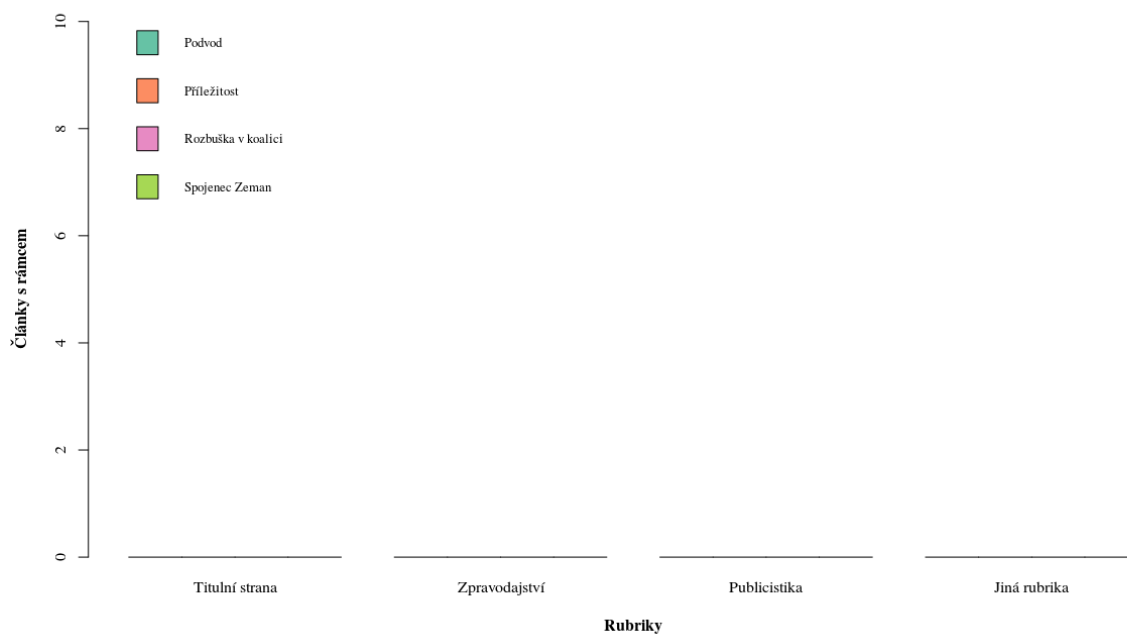
Příloha č. 1: Témata v kauze Čapí hnízdo dle jednotlivých deníků (N=368)



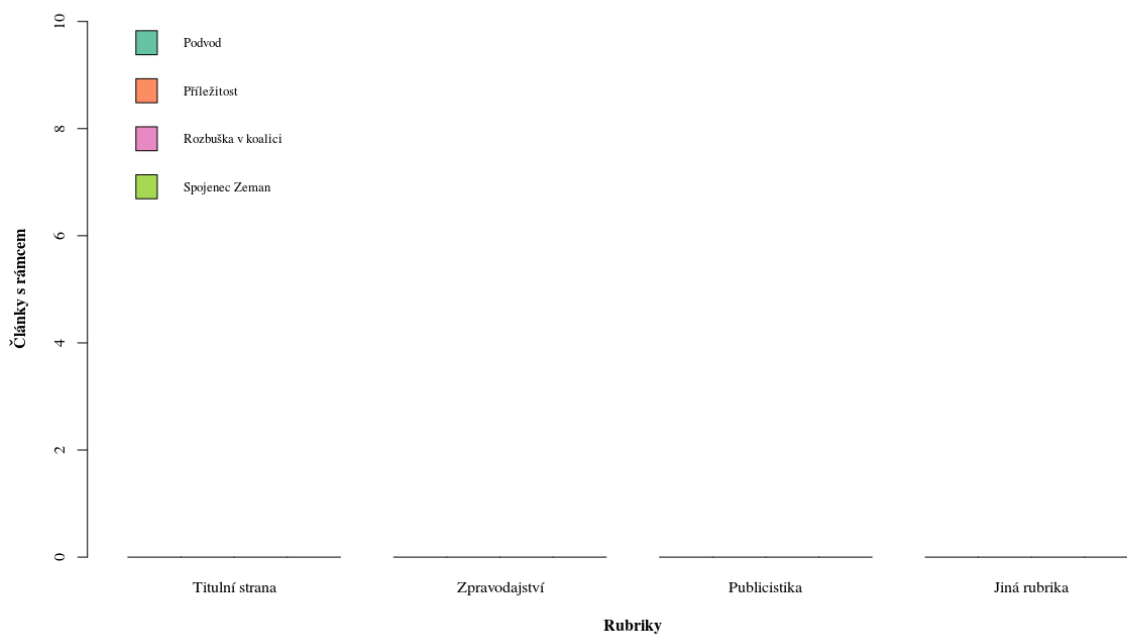
Příloha č. 2: Rámce v kauze Čapí hnízdo celkem (N=60)



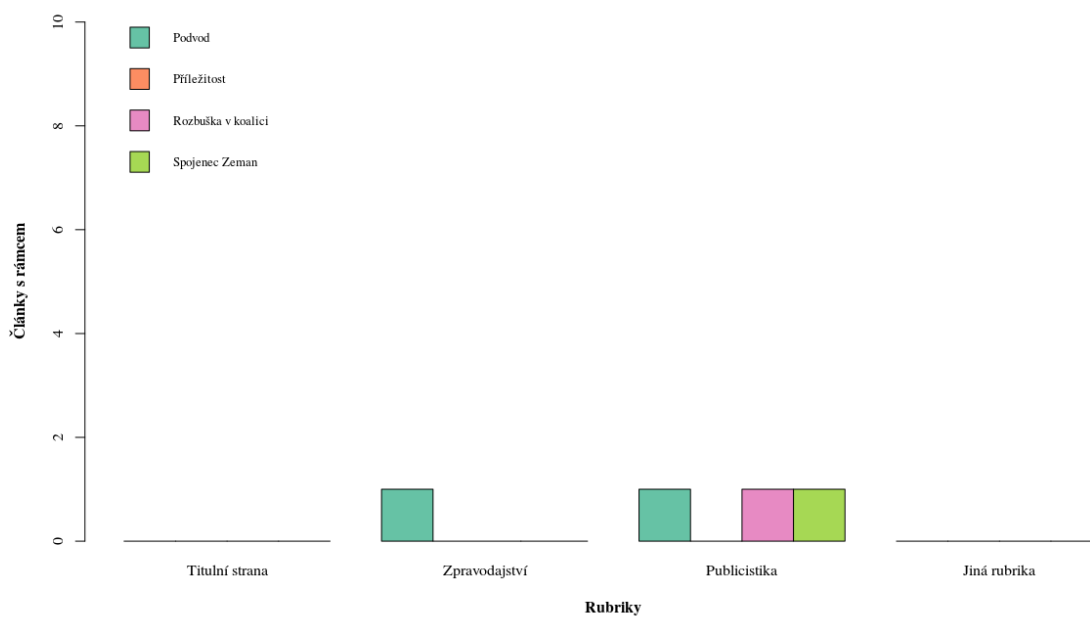
Příloha č. 3: Umístění rámců v kauze Čapí hnízdo v deníku Aha! (N=0)



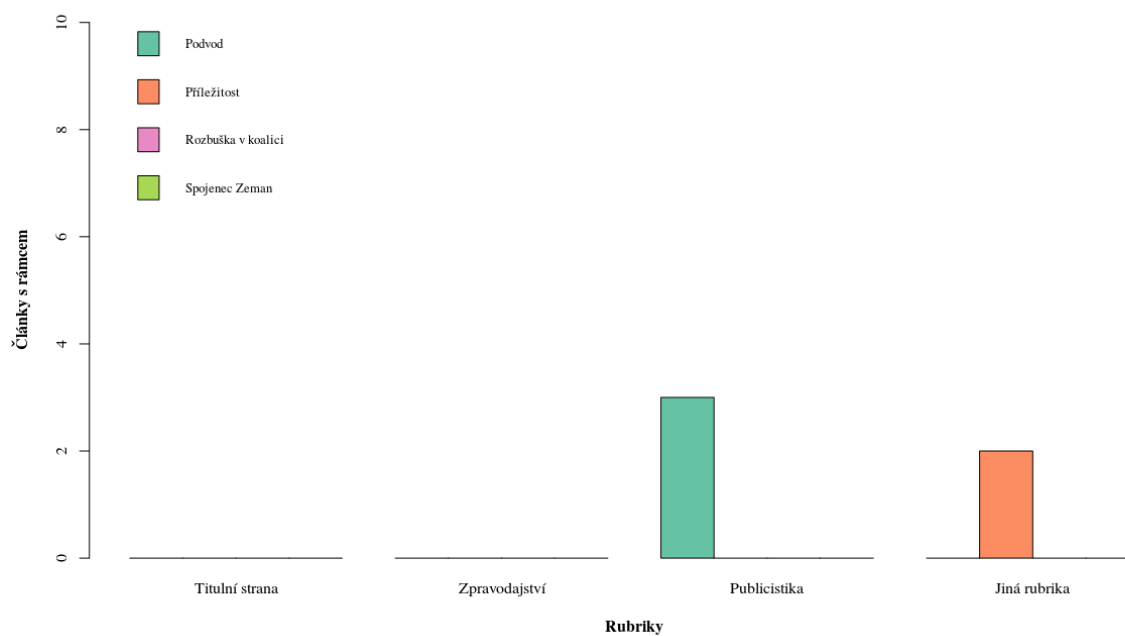
Příloha č. 4: Umístění rámců v kauze Čapí hnízdo v deníku Blesk (N=0)



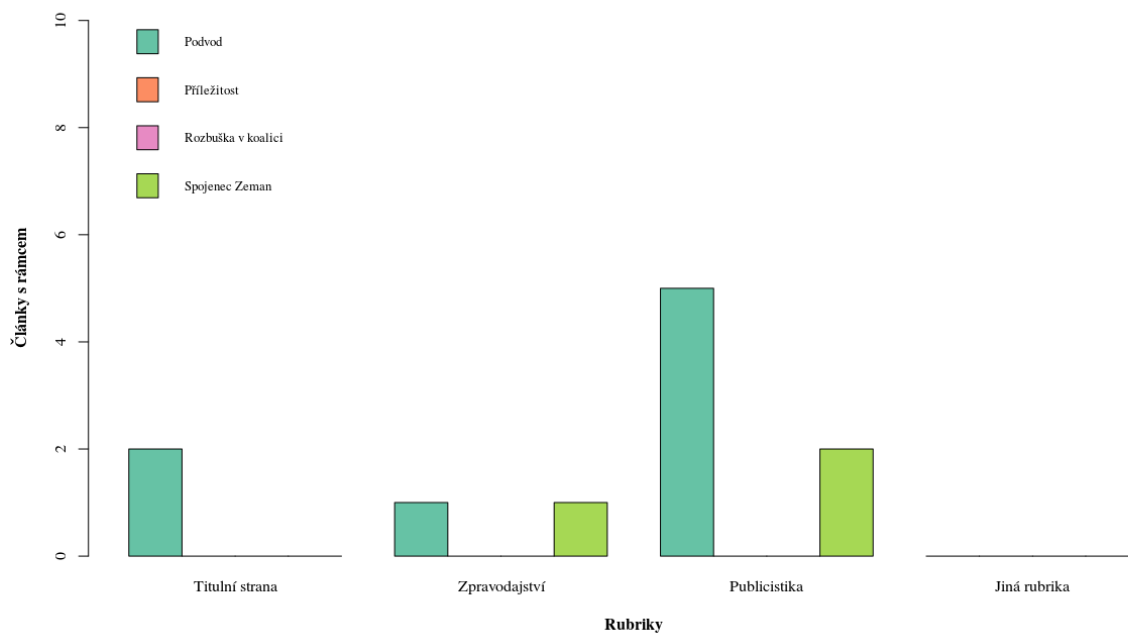
Příloha č. 5: Umístění rámců v kauze Čapí hnízdo v deníku E15 (N=4)



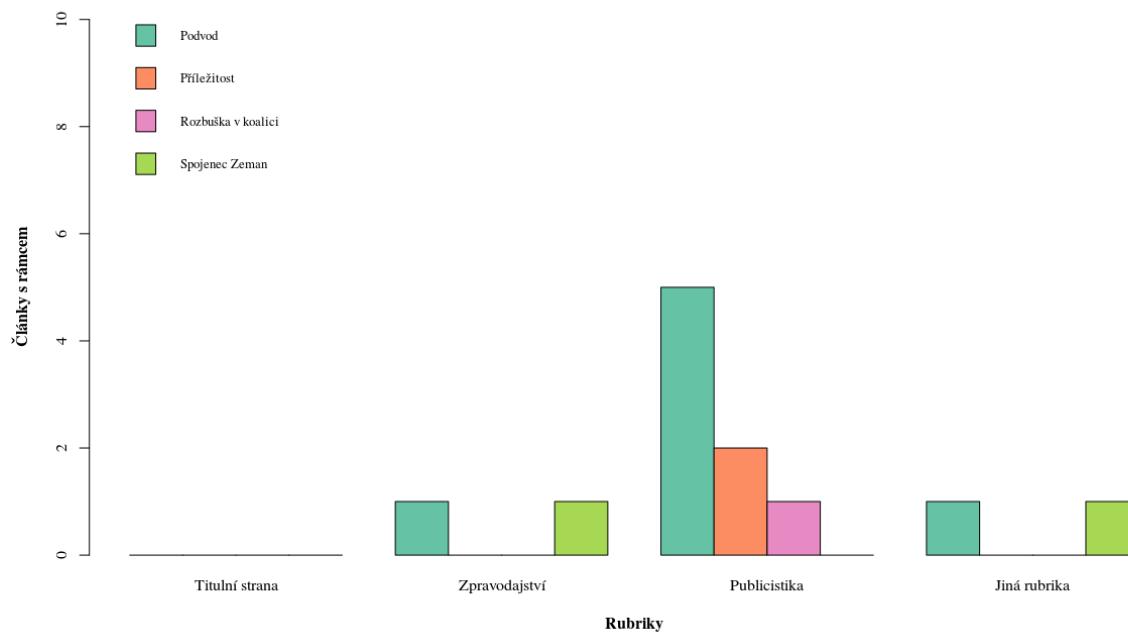
Příloha č. 6: Umístění rámců v kauze Čapí hnízdo v deníku Haló noviny (N=5)



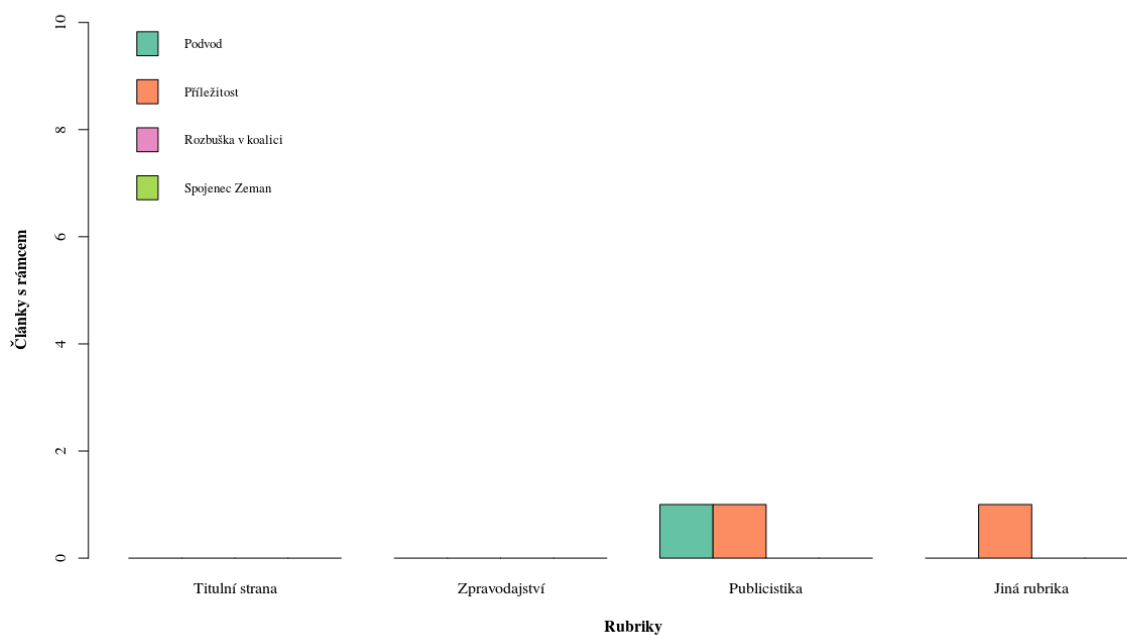
Příloha č. 7: Umístění rámců v kauze Čapí hnízdo v deníku Hospodářské noviny (N=12)



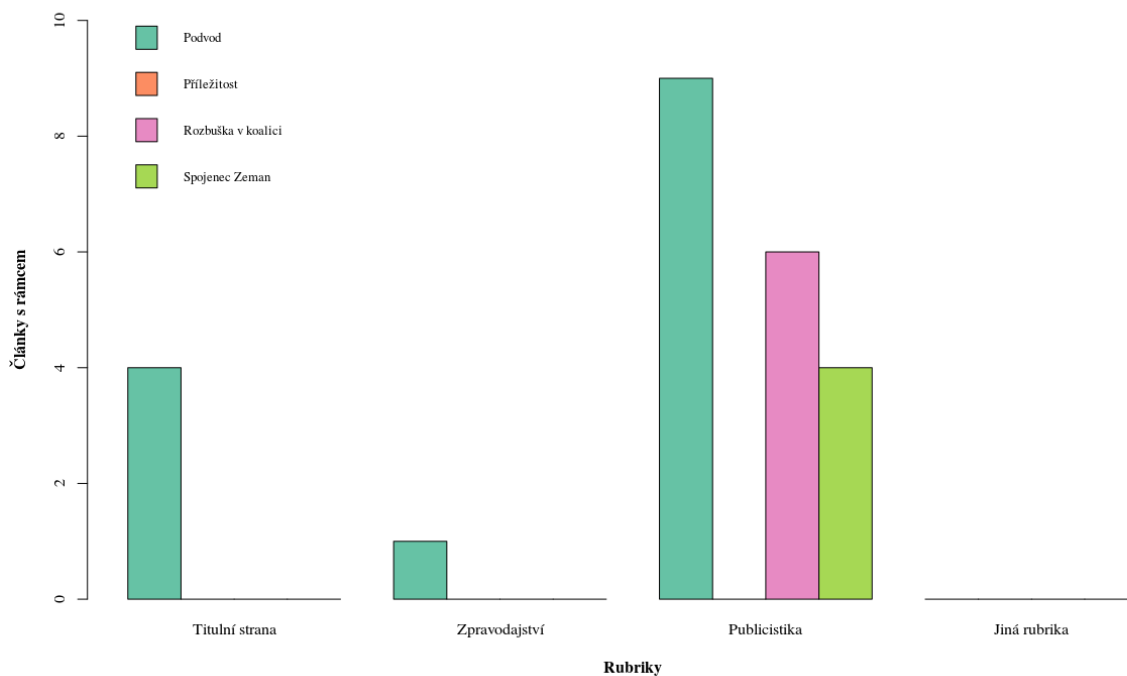
Příloha č. 8: Umístění rámců v kauze Čapí hnízdo v deníku Lidové noviny (N=12)



Příloha č. 9: Umístění rámců v kauze Čapí hnízdo v deníku Mladá fronta DNES (N=3)



Příloha č. 10: Umístění rámců v kauze Čapí hnízdo v deníku Právo (N=24)



Příloha č. 11: Kódovací kniha

KÓD	NÁZEV PROMĚNNÉ		HODNOTA PROMĚNNÉ	DEFINICE PROMĚNNÉ
01 DAT	Datum vydání			DD.MM.RRRR
02 MED	Médium	1 2 3 4 5 6 7 8	Aha! Blesk E 15 Haló noviny Hospodářské noviny Lidové noviny Mladá fronta DNES Právo	
03 POR	Pořadí		Číslo strany	
04 RUB	Rubrika	1 2 3 4	Titulní strana Zpravodajství Publicistika Jiná rubrika	
05 TEM	Téma	1 2 3 4 5 6 7 8	Vyšetřování Ztráta imunity Vlastnictví Spojenec Zeman Koalice Vrácení dotací Tlak na policii Jiné téma	
06 RA1	RÁMEC: Podvod	1 2 99	Ano Ne Nelze určit	(Kabud'ová 2018: 56-65)
07 RA2	RÁMEC: Příležitost	1 2 99	Ano Ne Nelze určit	(Kabud'ová 2018: 56-65)
08 RA3	RÁMEC: Zeman jako Babišův ochránce	1 2 99	Ano Ne Nelze určit	(Kabud'ová 2018: 56-65)
09 RA4	RÁMEC: Čapí hnízdo jako rozbuška v koalici	1 2 99	Ano Ne Nelze určit	(Kabud'ová 2018: 56-65)
10TER	Typ rámcování	1 2 3 99	Převažuje tematické rámcování Převažuje epizodické rámcování Přibližně stejně zastoupené tematické a epizodické rámcování Nelze určit	(Iyengar 1991: 13-16)