

Fakulta
humanitních studií
Univerzity
Karlovy



BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

„Nestrannost českého denního tisku: studie Lidových novin“

Autorka: Petra Pšeničná

Vedoucí práce : Ing. Petr Pavlík, Ph.D

Praha, 2009

Čestné prohlášení:

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a souhlasím s jejím eventuálním zveřejněním v tištěné nebo elektronické podobě.

V Praze, dne 13.8.2009

.....

OBSAH

OBSAH.....	3
1. ÚVOD.....	5
2. TEORETICKÁ ČÁST.....	8
2.1. Mediace.....	8
2.2. Média.....	8
2.2.1. Co jsou masová média.....	9
2.2.2. Komunikace a její vývoj.....	10
2.2.2.1. Zaměřeno na mediální komunikaci.....	10
2.2.3. Funkce médií.....	12
2.2.4. Veřejný zájem a média.....	12
2.2.5. Vliv médií.....	13
2.2.6. Mediální obsah.....	14
2.2.7. Normativní teorie chování médií.....	15
2.2.7.1. Společenská odpovědnost médií.....	16
2.2.7.2. Novinářská etika.....	16
2.2.7.3. Mediální právo.....	17
2.2.7.4. Informační kvalita – pojetí objektivity.....	18
2.3. Média a politika.....	21
2.3.1. Vztah médií a politiky.....	22
2.3.2. Politické rozhodování.....	23
2.3.3. Omezování médií v historii.....	23
2.4. Nastolování agendy – „agenda - setting“.....	24
2.5. Management zviditelňování a publicita.....	25
2.5.1. Management zviditelňování.....	25
2.5.2. Rizika zviditelňování.....	26
2.5.3. Publicita.....	27
2.5.3.1. Mediovaná publicita.....	28
2.6. Žurnalistika.....	28
2.6.1. Zpravodajství.....	28
2.6.1.1. Normativní požadavky na zpravodajství.....	29
2.6.1.1.1. Objektivita zpravodajství.....	29
2.6.1.1.2. Předpojatost.....	29
2.6.1.1.3. Vyváženost.....	30
2.6.2. Publicistika.....	31
2.6.3. Co je publicistika.....	31
2.6.4. Komentář.....	32
2.7. Tištěná média.....	33
2.7.1. Vývoj tištěných médií.....	33
2.7.2. Lidové noviny.....	34
3. Analytická část.....	35
3.1. Stanovení metodologických východisek.....	35
3.1.1. Výzkumný proces.....	36
3.2. Shromažďování materiálů.....	37

3.2.1.	Výběrový soubor	37
3.2.2.	Průběh analýzy	37
3.3.	Analýza vybraného vzorku materiálu	38
3.3.1.	Kódovací kniha	38
3.3.2.	Identifikační proměnné	38
3.3.3.	Analytické proměnné	39
3.3.3.1.	Článek typu komentáře	39
3.3.3.1.1.	Hlavní téma v článku	39
3.3.3.1.2.	Jaká témata jsou spojována s politickou stranou a kolikrát ..	40
3.3.3.1.3.	Politická strana o níž je v článku zmínka	44
3.3.3.1.4.	Aktéři v článku	44
3.3.3.1.5.	Celkové ladění článku	45
3.3.3.1.6.	Charakter argumentů/zmínek v článku vzhledem k politické straně a jejich počet	48
3.3.3.1.7.	Výskyt citací	50
3.3.3.1.8.	Citace	51
3.3.3.1.9.	Vyznění citací	51
3.3.3.1.10.	Povaha autorova vyjádření v článku	53
3.3.3.1.11.	Označení předsedy strany	58
3.3.3.1.12.	Jaká přídavná jména jsou spojována s politikem	62
3.3.3.1.13.	Jaké kauzy a kolikrát jsou spojovány s politikem některé strany	69
3.3.3.1.14.	Co je vyzdvihováno a kritizováno na politických stranách ..	69
3.3.3.1.15.	Charakter argumentace vzhledem k politické straně	75
3.3.4.	Shrnutí výsledků analýzy	77
3.3.5.	Další možné rozšíření analýzy	78
4.	Závěr	78
5.	Literatura	79
6.	Přílohy	80
6.1.	Kódovací kniha	80
6.2.	Kódovací instrukce	100

1. ÚVOD

Masová média, jejich fungování a vliv mě zajímají již velmi dlouho. Díky studiu na vysoké škole jsem se o tento obor začala více zajímat, začala jsem odhalovat, co vše se kolem médií děje a s čím vším média souvisejí. Téma bakalářské práce v oblasti mediální komunikace tak bylo jasnou volbou.

Protože nás masová média ovlivňují v každodenním jednání a myšlení, myslím si, že je důležité mít tzv. mediální gramotnost (Burton, G., Jirák, J.: 2003). Ta nám pomáhá zorientovat se a účastnit se mediální komunikace. Získat ji můžeme právě studiem médií. Pokud budeme média studovat, zvyšujeme kontrolu nad interpretací světa, lidí a dějů tak, jak nám je média nabízejí (Burton, G., Jirák, J.: 2003). Rozumět médiím by měl být dnes schopen každý člověk. Díky masovým médiím jsou informace přenášeny do nejzazších koutů světa, pro co nejširší publikum¹. Zájem studovat média a masovou komunikaci a jejich vliv se zvyšuje spolu s tím, jak roste význam médií v našem světě a v naší společnosti. Co se týká české společnosti, bylo studium masové komunikace a médií stavěno na sociologické tradici (McQuail, D.:2007).

Mně osobně zajímají mechanismy, které v médiích působí. A právě proto jsem se rozhodla zaměřit svou bakalářskou práci směrem k mediální komunikaci. Po úvahách, z jakého hlediska se k tomu postavit, jsem po dohodě s vedoucím práce zvolila téma vyváženosti médií. Téma je aktuální vzhledem k českým politickým poměrům, kdy jsou novináři a novinářky samotnými politiky často obviňováni/y z neobjektivit a ze zaujatosti. Sama se navíc v praktickém životě přesvědčuji o tom, jak je důležitá vyváženost podávaných informací. Pracuji totiž v televizním zpravodajství TV Barrandov. Učím se, jak podávat informace a sestavovat reportáže a příspěvky v souladu s etickými normami tak, abych svými příspěvky nekonstruovala a nemanipulovala. Mohu tak do své práce zahrnout vlastní zkušenosti a postřehy,co se vyváženosti médií týče.

Konkrétně se v bakalářské práci soustředím na vyváženost tištěného deníku – Lidových novin. Pod pojem vyváženost zahrnuji termín objektivita, který je v souvislosti s médii často skloňován a je často chápán jako nestrannost. Ačkoli je nestrannost u seriózního denního tisku předpokládána, nemusí se vždy jednat o vyvážené podávání informací. Přestože se noviny na našem trhu tváří jako nezávislé a seriózní denníky (ostatně mají to vtisknuté i v podtitulku), tíhnou nebo podporují určitou politickou stranu – tíhnou buď nalevo nebo napravo. A to především tím, jakou skladbu materiálů, minirozhovorů, komentářů volí, jaké politické spektrum, kterého se tyto články týkají, dostává větší prostor (Roth, J.:2005). Konkrétně se zaměřuji na to, zda denník nějakým způsobem inklinuje více k nějaké politické straně či politické ideologii, zajímají mě tedy možné politické preference. Protože se jedná o téma velmi široké a protože podrobnější

¹ Publikum – kolektivní označení uživatelů nějakého média či příjemců nějakého obecně dostupného sdělení (Jirák, J.; Köpplová, B. : 2007)

analýza celého komentátorského týmu by i jediného českého deníku není v rámci jedné bakalářské práce realistická, zaměřuji svou pozornost na Lidové noviny a konkrétně na psaní jednoho z předních komentátorů – Martina Zvěřinu. Na komentáře se zaměřuji proto, že vyjadřují stanovisko redakce deníku a tedy i její politické preference. Protože ačkoli jsou komentáře subjektivním názorem, můžeme v nich odhalit, zda dostávají prostor více ty sympatizující s pravíci nebo levicí (Roth, J.:2005). Je totiž třeba si uvědomit, že kmenoví komentátoři neprezentují jen své osobní názory, protože jejich názory musí být v souladu s širším konsensem v rámci redakčního týmu a tedy s editorskou linií. Běžně se má například za to, že Lidové noviny, MF Dnes a Hospodářské noviny se spíše profilují jako pravicové deníky, zatímco Právo je považováno za levicový deník. Předpokládá se tedy, že jednotlivé deníky mají své editorské mantinely, v rámci kterých se pohybují články jednotlivých komentátorů. Mým cílem je ověřit, zda je tento předpoklad o pravicovém zaměření rámcově platný pokud jde o jednoho z předních komentátorů Lidových novin. Mám za to, že pokud se prokáže, že jeho komentáře nejsou vyvážené, ale naopak systematicky straní jedné části politického spektra, lze to brát jako indikaci toho, že celé Lidové noviny mají stejnou tendenci. Tento závěr by samozřejmě musel být potvrzen dalšími výzkumy, ale má práce může ukázat jejich potřebnost.

V teoretické části se věnuji masovým médiím a vysvětluji základní pojmy a přístupy. Média jsou důležitou „součástí života společnosti“ (Burton, G., Jirák, J.: 2003). McQuail ve své knize uvádí, že rozvoj masových médií a masové kultury spadá především do 20. století (McQuail, D.:2007). Zvláště pro moderní společnost jsou média důležitou složkou, protože se podílí na zajišťování soudržnosti, mohou podporovat rozdělení moci a společenskou komunikaci (Jirák, J.; Köpplová, B. : 2007). Média jako taková mají moc, a to především tím, že se podílejí na socializaci jedince. V moderních společnostech jsou navíc „nástrojem šíření sociálních norem a hodnot“ (Burton, G., Jirák, J.: 2003). Z toho vyplývá, že média jsou závislá na svém okolí a jsou zároveň okolím ovlivňována (Jirák, J.; Köpplová, B. : 2007). V teoretické části proto pojednávám o funkci médií, o jejich vlivu apod.

Pozornost věnuji i vztahu médií a politiky, protože vyváženost tisku rozebírám v návaznosti na politickou scénu. Právě masová média totiž mohou rozhodujícím způsobem vstoupit do politického boje, protože volební boj je v první řadě komunikačním procesem (Schulz a kol.: 2004). Pokud jde o politiku, je úkolem zpravodajských médií informovat o akcích, cílech a programech všech politických stran co nejobsáhleji, co nejpřesněji a pokud možno neutrálně. V neposlední řadě se mohou také média sama aktivně účastnit politických sporů a ve svých příspěvcích obsahujících názory a postoje zaujímat konkrétní stanoviska. Také politici využívají média, především pak tisk a zpravodajské agentury jako svůj nejdůležitější informační pramen. Pokud jde o výzkumy politické komunikace a vyváženosti médií, je analýza mediálních obsahů jedním z

hlavních úkolů (Schulz a kol.: 2004).

Analytická část je pak věnovaná samotnému výzkumu. Představuji v ní výzkumnou metodu a prezentuji jednotlivé výsledky.

2. TEORETICKÁ ČÁST

V teoretické části se zabývám tématy, která jsou pro moji práci a pro výzkum prezentovaný v analytické části relevantní a která celé práci dodávají ucelený pohled na danou tematiku. Vymezuji zde základní pojmy a popisují teoretická východiska a teze.

2.1. Mediace

V moderní společnosti jsme v kontaktu se společenskou realitou především díky médiím (McQuail, D.:2007). Média nám umožňují pozorovat určité události osobně, ačkoli u nich nejsme přítomni, dostávají se k nám zprostředkovaně. Zároveň můžeme být ale kontaktováni různými aktéry nebo společenskými institucemi k jejich vlastnímu prospěchu (politici, inzerenti, úřady). Mluvíme také o určitém vztahu díky mediaci, ale tento vztah je odtažitější, méně osobní a slabší než u přímého osobního kontaktu tváří v tvář (McQuail, D.:2007).

Jako proces mediace tedy označujeme zprostředkování, což je proces, při kterém mezi dvě strany vstupuje jakýsi prostředník, který zajišťuje a zprostředkovává jejich vzájemný vztah. Zprostředkovává ale zároveň i společensky akceptované poznání a kulturní hodnoty (McQuail, D.:2007), a to pomocí institucionalizovaného činitele (médiá, škola apod.) směrem k publiku. A právě pojem mediace je jednou z nejzákladnějších funkcí masových médií. Masová média se na mediaci podílejí velmi aktivně, podílejí se tak i na formování společenských vztahů. K tomu se vyjádřil Louise Althusser (Jirák, J.; Köpplová, B. : 2007), když vyřkl svou domněnku o tom, že média nám podávají obraz „správného“ rozdělení moci, čímž nenásilně přispívají k hegemonii – vedoucí postavení třídy nebo skupiny, která je právě u moci, stávající vztah rozdělení moci je následně chápán jako „přirozený“ stav.

Při zprostředkování nejde jen o to, co se zprostředkovává, ale také o to, jak. Zprostředkování můžeme chápat jako „aktivní interpretativní činnost“. Média tak mají obrovskou moc podílet se na utváření kulturního prostředí (Jirák, J.; Köpplová, B. : 2007).

2.2. Média

Tato část se věnuje podrobněji fenoménu médií. Vysvětluji tu, co vlastně jsou masová média, jaké plní funkce, jaký mají vliv na jedince i na celou společnost. Probírám i otázku etiky médií a normativní teorie. S tím souvisí i podkapitola věnující se objektivitě. Ta je z hlediska mé práce velmi důležitá.

2.2.1. Co jsou masová média

Budeme-li se bavit nejprve obecně, co vlastně slovo média znamená a co se za ním skrývá, tak toto slovo pochází z latiny a znamená „prostředek, prostředníka, zprostředkující činitel“, v teorii sociální komunikace je médium to, „co zprostředkovává někomu nějaké sdělení“ (Jirák, J.; Köpplová, B. : 2007). Masová proto, že dokáží podat informaci nepřebornému množství (mase) lidí. Masová média můžeme také označit za celospolečenskou komunikaci, tzn. že komunikační procesy se dostanou ke všem lidem určité společnosti. Masová média se odlišují od běžné komunikace také v tom, že nepodporují vysílání a přijímání na obou stranách, ale staví jednoho účastníka do role vysílatele a druhého do role příjemce (Jirák, J.; Köpplová, B. : 2007). John B. Thompson ale upozorňuje na užívání názvosloví ve spojitosti s „masovou komunikací“ a „masovými médii“. Pod masovou komunikaci podle něj totiž řadíme knihy, televizní vysílání, nahrávací pásy, kompaktní disky apod., tedy soubor institucí a produktů, ovšem polemizuje nad tím, zda vůbec můžeme říci, co je „masová komunikace“. Problém vidí už jen ve slově „masová“, který považuje za zavádějící. Není totiž přesným označením pro většinu mediálních produktů. Jako příklad uvádí raný vývoj tisku a některá současná periodika, u kterých bylo a je publikum poměrně malé. Není tedy kompatibilní s pojmem „masový“, neboť to značí obrovské obecnstvo o tisících až milionech jedinců. Říká tedy, že význam slova masová by se neměl používat ve smyslu množství. Důležité podle něj je především uvědomit si, že produkty médií jsou dostupné „obrovskému množství velmi rozdílných lidí“ (Thompson, J.B. : 2004). Nesouhlasí ani s používáním slova komunikace. Je to podle něj zavádějící, protože typy komunikace, která je značovaná jako masová, se liší od běžných typů komunikace. A to především z toho důvodu, že komunikace tváří v tvář jde dvojím směrem, je dialogická, zatímco převážná část masové komunikace má jednosměrný tok². „Příjemci mediovaných sdělení nejsou tak úplně partneři v komunikační výměně, ale spíše účastníci strukturovaného procesu symbolického přenosu“ (Thompson, J.B. : 2004, str. 27). Volí proto raději slova jako „přenos“ nebo „šíření“ mediálních sdělení. A místo masové komunikace volí termíny jako „mediovaná komunikace“ či „média“.

Mezi masová média počítáme především noviny, rozhlas, televizi a v poslední době také „nová“ média, což jsou média založená na digitálním zpracování a přenosu dat (např. internet).

V moderní společnosti média stále nabývají na významu, a to hned z několika důvodů. Jednak jsou zdrojem moci, což znamená, že mají vliv na společnost, ovládají ji a zároveň prosazují inovace ve společnosti. A jsou také místem, kde jsou změny v kultuře a hodnotách společnosti konstruovány, ukládány a vyjadřovány (McQuail, D.:2007).

² Jednosměrný tok informací znamená, že příjemci jsou časově i prostorově vzdáleni od kontextu, ve kterém sdělení vzniklo a příjemci takových sdělení nejsou partneři komunikace, jak je tomu při komunikační výměně tváří v tvář, ale jsou pouhými účastníky (Thompson, J.B. : 2004).

Média nám zároveň poskytují normy chování, říkají, co je normální, posouvají hranice. A v neposlední řadě velmi důležitým aspektem médií v životě člověka je to, že mu pomáhají utvářet a organizovat volný čas (Jiráček, J.; Köpplová, B. : 2007).

2.2.2. Komunikace a její vývoj

Moje bakalářská práce spadá do oblasti mediálních studií a média jako taková jsou charakteristická tím, že „zprostředkovávají někomu nějaké sdělení“ (Jiráček, J.; Köpplová, B. : 2007, str. 16), což znamená, že jsou to média komunikační. Proto se na začátku zabírám komunikací v širších souvislostech, nejen masovou. Přišlo mi důležité nastínit i rozvoj lidské komunikace v historickém měřítku tak, jak ho vidí sociologové.

S tím, jak se lidská společnost a civilizace rozvíjela, rostla potřeba přenášet sdělení, a to i na větší dálky. Za komunikační média jsou proto považovány také prostředky, které zaznamenávaly a přenášely určitá sdělení jako obrázky, písmo, později tisk, signalizace apod. Podle toho, jaký způsob komunikace v daném období převládal, rozdělili DeFleur a Ball-Rokeach vývoj lidské komunikace do pěti epoch, přičemž jako první byla **epocha znamení a signálů**, druhá **epocha mluvení a jazyka**, následovala **epocha psaní**, dále pak **tisku** a končená pátá epocha je **epocha mediální komunikace** (Jiráček, J.; Köpplová, B. : 2007).

Dalším dělením je McLuhanovo vymezení podle převládajícího média, a to do tří etap. Jako první označil **období orální kmenové kultury** (doba akustického prostoru), druhým obdobím je **doba psané kultury** (akustické vnímání je nahrazeno fonetickým písmem vizuálním vnímáním). Jako třetí pak uvádí „**Gutenbergovu galaxii**“ a **tištěnou knihu** (kniha se stává prvním masovým výrobkem). Toto období končí nástupem elektřiny (Jiráček, J.; Köpplová, B. : 2007). McLuhanovo pojetí převzal Werner Faulstich a pokusil se jednotlivá období datovat a doplnit. Poslední stupeň u něj ale není nástup elektřiny, ale rozvoj „nových médií“. Podle Faulstische tedy v první fázi A převládají primární média nebo lidé jako médium, datuje ho do roku 1500. Ve fázi B se přechází na sekundární média nebo tištěná média, ta byla nejprve individuální, později masová (zde se přibližuje Thompsonovu pojetí masová média) a vymezuje toto období od r. 1500 do r. 1900. Fázi C udává od r. 1900 do konce 20. století a těžiště se podle něj přesouvá na terciární neboli elektronická média, tedy převážně masová média. A v poslední fázi D mají převahu kvartální neboli digitální média, tato fáze nastupuje od konce 20. stol., má sklon k individualizaci (Jiráček, J.; Köpplová, B. : 2007).

2.2.2.1. Zaměřeno na mediální komunikaci

Mediální komunikace se od interpersonální liší především tím, že mezi podavatelem a příjemcem není bezprostřední kontakt, navzájem nevidí svoje reakce. Z toho vyplývá, že

mediální komunikace je jednosměrná. Informace jsou podávány masovému anonymnímu publiku veřejně (není omezen přístup) a nepřímo (není tu okamžitá zpětná vazba) (Jirák, J.; Köpplová, B. : 2007).

U každé komunikace je důležité zprostředkování informace – tzv. proces mediace, který byl vysvětlován výše. Přesto dodám ještě definici podle J. Jiráka a B. Köpplová – jde o proces zprostředkování určitého poznání a kulturních hodnot prostřednictvím institucionalizovaného činitele k publiku (Jirák, J.; Köpplová, B. : 2007). Publikum je pasivním příjemcem, protože se nemůže (nebo jen velmi málo) zapojit do komunikačního procesu. Díky mediaci se k lidem dostávají informace o událostech, které sami nemohou zažít a ani osobně pozorovat, získávají také informace o úsilích různých aktérů a společenských institucích, které nás přes média kontaktují ke svému prospěchu. A konečně nepřímo utvářejí představy o skupinách a kulturách, kterých nejsme součástí. Souhrnně řečeno, „médiá zprostředkovávají kontakt se společenskou realitou“ (McQuail, D.:2007, str.59).

J.B. Thompson masovou komunikaci charakterizuje pomocí pěti rysů. Prvním takovým rysem je podle jeho mínění to, že zahrnuje technické a institucionální prostředky, aby mohla produkovat a šířit informace. Vývoj masové komunikace šel vždy ruku v ruce s vývojem mediálního průmyslu (např. vynález knihtisku³) (Thompson, J.B. : 2004).

Jako další rys označuje komodifikaci symbolických sdělení, přičemž jako komodifikaci chápe „zhodnocování“, což objektům přisuzuje určitou hodnotu. Pomocí ekonomické hodnoty mohou být pak sdělení směňována na trhu a ze symbolických sdělení se stávají komodity. Z toho vyplývá, že symbolická sdělení se stávají předmětem ekonomického zhodnocování (Thompson, J.B. : 2004).

To, co je pro masovou komunikaci také typické, je, že komunikace „zavádí strukturovaný předěl mezi produkcí symbolických sdělení a jejich příjmem“ (Thompson, J.B. : 2004), tzn. že symbolický obsah (informace o nějaké události) je vytvářen v jiném prostředí, v jiném kontextu, než v kterém je pak předáván příjemci, ten je v jiném kontextu. Výhodou jednosměrného toku informací je to, že si příjemci mohou vzít z podaného sdělení cokoli chtějí, jsou odkázáni sami na sebe. Obsah mediálních sdělení je dostupný velkému počtu lidí, je proto považován za veřejný obsah, je veřejné povahy (Thompson, J.B. : 2004).

Jako čtvrtý charakteristický rys masové komunikace prezentuje Thompson rozšiřování dostupnosti symbolických sdělení v čase a prostoru. Tedy, že „mediovaná sdělení jsou k dispozici v kontextech vzdálených těm, v nichž původně vznikla“ (Thompson, J.B. : 2004, str. 30)

³ Knih tisk vynalezl a zdokonalil v 15. stol. Johannes Gutenberg. Po polovině 15. stol. se knih tisk rozšířil po Evropě a pak po celém světě. Průlomovým objevem Gutenberga bylo zdokonalení procesu sazby, kdy používal sériově odlévané tiskařské litery – tzv. písmolijectví. (wikipedia.cz)

Pátým rysem je podle něj typ komunikace, který zahrnuje obíhání symbolických sdělení veřejnosti - produkty mediálního průmyslu má k dispozici nespočetné množství příjemců, záleží jen na technické vybavenosti a schopnosti příjemců. Zde Thompson ještě připomíná, že právě ve velikosti příjemců se liší masová komunikace od jiných druhů komunikace, i když využívají stejná technická média, protože se ale orientují na jednoho příjemce nebo jen omezený okruh příjemců (Thompson, J.B. : 2004).

2.2.3. Funkce médií

V této části se chci věnovat tomu, k čemu média skutečně jsou a co dělají. Nejprve vyjmenuji obecněji jednotlivé funkce a u každé se zastavím jen minimálně. Podrobněji pak rozeberu funkce, které jsou podle mého mínění relativní pro moji práci.

Média mají tedy **funkci zábavní**, kdy poskytují zábavu a rozptýlení publiku (tato funkce má navíc publikum zabavit natolik, aby nevěnovalo příliš pozornost vážným sociálním problémům), **funkci informační**, díky které získává publikum potřebné informace o světě (lidé si pomocí médií mohou utvářet představy o světě, o politice, o společnosti), **funkci kulturní**, média odráží naši kulturu a poskytují materiály, které kulturu udržují a předávají dál (=>zajišťuje kulturu kontinuitu⁴), **sociální funkci**, média tak poskytují publiku vzory, jak žít ve společnosti, jak společnost jedná, jak se chová, jaké jsou společenské interakce a skupiny, což vše napomáhá k naší socializaci, a konečně **funkci politickou**, která je pro moji práci jednou z nejdůležitějších - média přinášejí a poskytují publiku informace a představy o politických událostech, tématech a aktivitách. Díky tomu pak mohou lidé chápat, jak politika v naší společnosti funguje, jak se rozhodovat v politickém smýšlení, jak se rozhodovat při volbách. Média jsou v tomto ohledu velmi mocná, protože dokáží mobilizovat veřejné mínění, jinými slovy, umějí přilákat pozornost k něčemu, o čem se ještě příliš nepřemýšlelo, dokáží tak formovat i názory na politické události a témata (McQuail, D.:2007).

2.2.4. Veřejný zájem a média

Ve společnosti panuje všeobecné přesvědčení, že média mají pro společnost určitou funkci, tudíž by pro společnost mohla být nějakým způsobem užitečná. Tato užitečnost je brána jako jistý veřejný zájem, což je chápáno jako schopnost médií podporovat „správné“ fungování společnosti (Trampota, T: 2006). I média sama někdy prohlašují, že ve veřejném životě hrají významnou roli a dožadují se tak nároků na některá práva a určitá privilegia. I když si budeme myslet a budeme předpokládat, že média skutečně mají vůči společnosti určitou odpovědnost (accountability), není k dispozici žádné jasné pravidlo, které by vymezovalo, jak se média mají chovat, jaká témata jsou více ve veřejném zájmu než jiná apod. (McQuail, D.:2007).

Přesto se ale objevila myšlenka, že by se „instituce měly podřídit vůli lidu“

⁴ Kontinuita – spojitost, souvislost, nepřetržité trvání (Slovník cizích slov, 1996)

(McQuail, D.:2007, str. 162) a tato teorie byla nazvána jako „většinové pojetí veřejného zájmu“ (McQuail, D.:2007, str. 162). To vychází z většinového názoru, který zrovna převládá ve společnosti, může být postaven na společném názoru všech členů společnosti, a nebo se může opírat o určitý absolutní normativní princip, který se odvozuje ze sociální teorie nebo ideologie, jinými slovy jde o teorii jednoho zájmu (tzv. unitární pojetí, absolutistické) (McQuail, D.:2007).

A kdo utváří onen většinový názor neboli veřejné mínění? Podle Tomáše Trampoty existují tzv. agenti preference (agence of preference) (Trampota, T. : 2006), kteří se podílejí na utváření veřejného mínění. Jsou to jednotlivci nebo skupiny, kteří navrhují cíle a standardy médiím a diskutují o nich jako o veřejném zájmu. Mezi tyto agenty můžeme zařadit státní nebo veřejnou autoritu, hlavní sociální instituce, které samy mají komunikační zájmy (politické strany, mediální analytici, kritici, profesionální komentátoři) a také média jako taková, která jsou zastoupená vlastníky, manažery.

Naše společnost je demokratická, liberálně smýšlející, a pro takovou společnost je charakteristické, že si myslí, že ve veřejném zájmu je, aby média měla kontrolní funkci vůči státu. Kontrola je založena na tom, že média mají podávat neovlivňované, nezávislé informace (zprávy) a názory (komentáře). Aby toto média mohla vykonávat, musí pro ně být vytvořeny legislativní podmínky. Na média je v tomto směru od čtyřicátých let 20. stol. kladen požadavek, aby jednání ve veřejném zájmu brala jako svou společenskou odpovědnost (Trampota, T: 2006).

2.2.5. Vliv médií

Jak už bylo řečeno na začátku, média ovlivňují naše jednání, postoje, chování, ale pomáhají nám také rozšiřovat oblasti poznání, vzdělávají nás a pomáhají nám utvářet si názor, který nám může pomoci v politické orientaci a rozhodování.

Na akademické půdě i v řadách veřejnosti se vedou diskuze, jakým způsobem a do jaké míry na nás média mají vliv, často se hovoří o předpokládaných účincích médií. Protože my víme, že nás média ovlivňují, ovšem je velmi těžké přesně stanovit, v čem a jak konkrétně. Na začátek jsem zařadila rozdělení účinků podle McQuaila a pak pokračuji v prezentaci účinků na jednotlivce a jejich členění.

Úvahy o účincích médiích se postupně vyvíjely a celkem přehledně a jasně je shrnuje McQuail, když rozlišuje čtyři fáze mediálních účinků. Jako první fázi označuje období v letech 1900 až 1940, kdy hovoří o neomezené moci médií. V té době se věřilo, že mediální obsahy vyvolávají u příjemců shodné účinky. Druhou fázi označuje jako fázi neúčinnosti médií, datuje ji od roku 1940 do r. 1965. Zde se podle empirických výzkumů došlo k názoru, že každý člověk je jiný a že tedy i může přijmout stejný mediální obsah jinak. Záleželo také hodně na sociálním zázemí recipientů. Zhruba v letech 1965 až 1980

se vrací víra v silné účinky médií, tedy podle McQuaila začíná třetí fáze. Zde se hovořilo také o aktivním přístupu příjemce k médiím. A konečně čtvrtá fáze od roku 1980, která je charakteristická představou o silné pozici médií i silné pozici publika (Köpplová, B., Jirák, J. : 2007).

Ohledně vlivu médií na jednotlivce se používá i výraz dopad médií, tento pojem v sobě obsahuje vliv (dlouhodobější, trvalejší působení médií) a účinek (specifická reakce na nabízené obsahy). V českém prostředí se používá spíše termín vliv médií a ještě častěji se uvažuje o účincích, jak už jsem naznačila v začátku této podkapitoly.

Účinky médií se dělí na několik kategorií a podkategorií. Hovoří se o přímých a nepřímých účincích, o plánovaných (účinky reklamy na spotřebitele, účinky propagandy na ideologii, účinky politických kampaní na volební chování) a neplánovaných účincích (účinky mediálního násilí na agresivní chování, dopady mediálních výjevů na sociální konstrukci reality). V kostce shrnuto, mediální obsahy i užívání médií ovlivňují postoje, emoce, poznání i chování jednotlivce v závislosti na situaci, kontextu a způsobu zpracování. K ovlivňování odchází krátkodobě i dlouhodobě, přímo nebo nepřímo. Lidé jsou ovlivněni v oblasti veřejného života a hodnocení vlastního postavení, životního stylu apod. To vše se týkalo vlivu médií na jednotlivce. Pokud budeme hovořit o vlivu na společnost, tak mediální obsahy nebo užívání médií ovlivňují stabilitu společnosti, schopnost členů společnosti přijímat inovace a roli, a to v oblasti ekonomického, politického i kulturního života společnosti, taktéž v oblasti vzdělání. Vše se děje v sociálním, politickém a ekonomickém kontextu, záleží také na způsobu a rozložení moci (Köpplová, B., Jirák, J. : 2007). Ohledně otázek o vlivu médií se objevuje také hypotéza, podle které mohou média způsobit u člověka tzv. znečitlivění (habitualizace), což znamená, že je-li někdo dlouhodobě a často vystavován emociálně vzrušivým podnětům, může vůči nim „otupět“, zvykne si na ně (Köpplová, B., Jirák, J. : 2007).

Média ovlivňují i témata, která společnost rozebírá a řeší. A to tím, že určitému tématu věnují zvýšenou pozornost. Krátkodobě tak zvyšují i důležitost onoho tématu. To je považováno za tzv. zesilující účinek médií. Média mají také potvrzující účinek, což znamená, že „pokud média potvrdí něco, o čem se člověk pouze domnívá, že to tak je, přijme to dotyčný/á jako pravdu“ (Köpplová, B., Jirák, J. : 2007, str. 181)

2.2.6. Mediální obsah

Moje práce je analýzou a každá obsahová analýza zkoumá obsah určitého média nebo mediálního produktu. Proto je důležité uvést, co vlastně mediální obsah je, co se do něj počítá. Abych se mohla zabývat obsahy, je nutné si nejprve určit, co je mediální produkt, protože teprve pak, budu-li mít nějaký produkt, mohu bádát nad jeho obsahem.

Mediální produkt je tedy to, co je společné pro médium i publikum, to, co

vzájemně sdílejí. Může to být výtisk novin, jednotlivý článek, televizní pořad, inzerce... (Jirák, J.; Köpplová, B. : 2007). Je známo, že mediální produkty se podílejí na formování prostředí, ve kterém se lidé pohybují, ovlivňují nás co se týče modelů chování, nabízejí nám podněty k úvahám, jsou aktivní součástí lidské kultury. Proto je studium mediálních obsahů prospěšné a vítané, protože je zdrojem poznání společnosti, ve které právě média působí.

Každý produkt má určité téma a prvky, z kterých se skládá – to utváří obsah mediálního sdělení. „Obsahem rozumíme úplný kvantitativní a kvalitativní rejstřík verbálních i vizuálních informací distribuovaných masovými médii“ (Jirák, J.; Köpplová, B. : 2007, str. 120). Budeme-li se podrobněji věnovat tištěným médiím (v mém případě tedy novinovému denníku), tak ta se skládají z jednotlivých příspěvků, které jsou následně seřazeny do rubrik a stránek. Pro každý příspěvek je charakteristické, že má nějaké dílčí téma. To, jaké téma produkt nese, jaké je jeho obsahové zaměření, je pevně společensky zakotvené. Co se týče zpravodajských příspěvků, jsou členěny do šesti oblastí podle převažujícího obsahu :

- politika
- ekonomika
- zahraničí
- zprávy z domova
- zprávy z kultury
- sport

S obsahem produktů souvisí navíc nároky, které jsou na ně kladené. Mezi takové nároky patří především požadavek na objektivitu a vyváženost, a to především ve zpravodajství, publicistice a v politické tematice (Jirák, J.; Köpplová, B. : 2007). Pokud jsou mediální produkty podrobeny analýze co se týče politických obsahů, zkoumá se to, zda jsou obsahy nějakým způsobem předpojaté – tomuto tématu se blíže věnuji v kapitole o objektivitě a neutralitě.

2.2.7. Normativní teorie chování médií

Média jsou v podstatě národními institucemi, protože reagují na domácí a společenské tlaky. Odrážejí národní zájmy, ovlivňují je další instituce nebo aktéři moci. To, jak by měla média fungovat, co se od nich očekává, vyjadřuje právě tzv. normativní teorie. Normativní teorie určuje, co je ve vztahu struktury médií a chování médií žádoucí (McQuail, D.:2007). Normativní požadavky jsou podle Tomáše Trampoty spíše principy, ne normy, které by měla média naplňovat (Trampota, T: 2006). Normativní požadavky se mohou k médiím vztahovat různým způsobem. Mohou se týkat mediálního systému

jako celku (např. svoboda slova), statusu média (princip veřejnoprávnosti), typu média (jiné nároky na tištěná média než na elektronická, např. v míře zábavnosti), mediálního obsahu (zpravodajství, reklama). Právě obsah a pojetí normativních teorií je v úzkém vztahu s formou naší společnosti. V demokratických společnostech se normativní teorie spojují s představou, že určité jednání je výrazem veřejného zájmu (Trampota, T: 2006).

Struktura normativní teorie se zabývá svobodou médií ve vztahu ke státu, jednání zase tím, jak se média vyrovnávají s informačními nebo zábavními úlohami. Normativní charakter mají často kontroly zákona nebo úřadů, tomu mohou média podléhat. To, co vedlo k přehodnocení normativních principů, byly události v posledních desetiletích, a to „koncentrace vlastnictví tisku či jiných médií; ohrožení různorodosti a nezávislosti informací a názorů; rozvoj sektoru médií, které se věnují senzacím a skandálům; nárůst národních a multimediálních aktivit; ... nástup televize...; vznik nových médií založených na počítačové technice“ (McQuail, D.:2007, str.148).

Normativní teorie můžeme najít také pod označením „komunikační politika, „mediální legislativa“ nebo „profesionální etika“ (McQuail, D.:2007).

2.2.7.1. Společenská odpovědnost médií

S odpovědností médií ke společnosti přišla americká Komise pro svobodu tisku v roce 1947. Ke společenské odpovědnosti se měl tisk přihlásit, aby dal najevo, že uznává své zásadní postavení v politickém a společenském životě (McQuail, D.:2007). Obsahem této, dalo by se říci, úmluvy, je dodržování určitých standardů, jako že tisk má úplně, pravdivě, inteligentně zaznamenávat denní události v kontextu, který jim dává smysl; tisk má být fórum pro výměnu komentářů a kritiky; obecně má nést veřejné vyjadřování; dále pak by tisk měl poskytovat reprezentativní obraz skupin, které utvářejí společnost a uvádět a objasňovat cíle a hodnoty společnosti (McQuail, D.:2007). Obecně řečeno, šlo o to, aby se noviny nehonily za senzacemi, nesměšovaly zprávy s redakčním názorem a aby byly nepředpojaté, informativní a nezávislé, aby neponižovaly menšiny a nepodporovaly násilí, zločin nebo občanské nepokoje.

2.2.7.2. Novinářská etika

Máme-li nejprve charakterizovat etiku obecně, jedná se o nauku o morálce, mravnosti, o pravidlech morálního jednání. Překlopeno na žurnalistickou praxi, je to „...souhrn psaných i nepsaných zásad, kterými se novináři a novinářky měli řídit. Tyto zásady jsou ustanoveny na základě obecně sdílených hodnotových kritérií“ (Osvaldová, B. a kol : 2004, str. 55). Novinářské kodexy „zdůrazňují potřebu publikační svobody a nezávislosti na parciálních zájmech“ (McQuail, D.:2007, str. 151). Každá země může mít odlišný novinářský kodex, velmi propracovaný kodex je ale dokument „Mezinárodní zásady

profesionální etiky v žurnalistice“, který byl vytvořen pod dohledem UNESCO a který bychom mohli shrnout do několika základních bodů :

- Právo lidí na pravdivé informace
- Oddanost žurnalistů objektivní realitě
- Společenská odpovědnost novináře
- Profesionální integrita novináře
- Veřejná dostupnost a participace
- Úcta k soukromí a lidské důstojnosti
- Úcta k veřejnému zájmu
- Úcta k univerzálním hodnotám a odlišnosti kultur
- Eliminace války a jiných velkých zel, jimž lidstvo čelí
- Prosazování nového světového informačního a komunikačního řádu

(McQuail, D.:2007)

Co se týká českého prostředí, Syndikát novinářů České republiky doporučuje svým členům etický kodex, který přijala Mezinárodní federace žurnalistů IFJ. V roce 1998 pak syndikát přijal vlastní Etický kodex novináře.

2.2.7.3. Mediální právo

K etickým zásadám se váže mediální právo, protože aby se dalo vůbec mluvit třeba o vyváženosti a nestrannosti médií, musí být zaručená svoboda a nezávislost médií a společnosti (Osvaldová, B. a kol : 2001). Občanská společnost si vydobyla svobodu tisku a svobodu slova. V České republice jsou tato práva zakotvena v Listině základních práv a svobod - zde je výňatek z čl. 17 :

Svoboda projevu a právo na informace jsou zaručeny
Každý má právo vyjadřovat své názory slovem, písmem, tiskem, tiskem, obrazem nebo jiným způsobem, jakož i svobodně vyhledávat, přijímat a rozšiřovat ideje a informace bez ohledu na hranice státu.
Cenzura je nepřipustná.
Svobodu projevu a právo vyhledávat a šířit informace lze omezit zákonem, jde-li o opatření v demokratické společnosti nezbytná pro ochranu práva svobod druhých, bezpečnost státu, veřejnou bezpečnost, ochranu veřejného zdraví a mravnosti.

**Státní orgány a orgány území samosprávy jsou povinny
přiměřeným
způsobem poskytovat informace o své činnosti.**

(Ru3-Mohl, S. : 2005)

2.2.7.4. Informační kvalita – pojetí objektivit

Neméně důležité je kromě principů svobody také poskytování kvalitních informací. A pokud mají být sdělení kvalitní, je zapotřebí dbát na objektivitu. Zvláště důležité je toto téma pro moji analýzu, protože se v této části zabírám tím, proč je objektivita médií důležitá a také se tím dá odpovědět na otázku, proč je potřeba dělat podobné analýzy mediálního prostředí, jako je moje bakalářská práce.

Být objektivní znamená dodržovat určité zásady novinářské práce a postupů (Trampota, T: 2006). Všeobecně panuje ale názor, že pojem objektivit je pouze ideál, který je těžko dosažitelný, protože informace je vždy předávána nějakým subjektem (zde mám na mysli samotné novináře, novinářky apod.), proto je do jisté míry informací subjektivní. Jde však o to, aby komunikace novinářů byla profesionální, čímž se dá značně předejít neobjektivitě. Objektivita je zároveň součástí ideologie, která panuje ve společnosti (Trampota, T: 2006).

Objektivitu můžeme charakterizovat také jako jistý druh mediální činnosti a jako zvláštní postoj ke shromažďování, zpracování a rozšiřování informací (McQuail, D.:2007). Z žurnalistického hlediska je chápána jako „vědomý postoj, zdůrazňující, že každý člověk, a tím pádem i novinář, je produktem své společnosti, kultury a dosaženého vzdělání. Neexistuje osoba bez předpoklů, ať se jakkoli snaží nahradit tento handicap profesionální objektivit, protože sama objektivit, hodnocená různými jedinci, je od přírody nespolehlivým měřítkem“ (Osvaldová, B. a kol : 2001, str. 12).

Ve vztahu k médiím však objektivita představuje komunikační normu. Objektivita by měla být založená na takové činnosti, která povede k tomu, že zpravodajství bude věcně co nejpřesnější, nejúplnější, že podávané informace budou vyvážené a pokud možno neutrální. Objektivita je chápána ve smyslu intersubjektivit – ta vyžaduje, aby se učiněná výpověď dala kýmkoli prověřit, aby se dala sledovat po dobu své existence, na každém kroku, aby každý, kdo bude postupovat stejně, vycházet ze stejných stanovisek dospěl ke stejnému závěru. (Jirák, J.; Köpplová, B. : 2007).

Požadavek objektivit nebyl vždy samozřejmostí, je dán historickým vývojem⁵. Podle objektivit se měří kvalita zpravodajství vůbec. Právě proto je třeba zkoumat koncept objektivit médií. Ovšem je velmi obtížně najít hranici, kdy je médium objektivní a kdy ne. Existují dvě definice :

⁵Brian McNair vidí za požadavkem objektivit ve zpravodajství vliv technologického, ekonomického a filozofického vývoje v 19. stol. v anglosaských zemích.

- objektivita je vnímána jako užívání faktů a zobrazování reality tak, aby zobrazování co nejvíce korespondovalo s reálným stavem věcí
- objektivita je odkaz k souboru profesních postupů, které reportéři používají, aby produkovali výpovědi nárokuje si vysokou míru pravdivosti.

(Trampota, T: 2006)

Hlavní rysy objektivitivy :

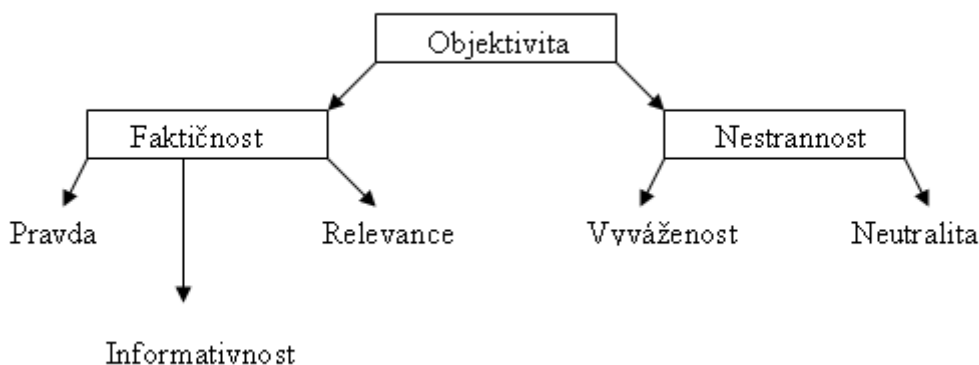
- osvojení si pozice odstupu a neutrality ve vztahu k předmětu zpravodajství (musí být schopni vyloučit subjektivní pohled nebo osobní zaujetí)
- absence stranění (pokud dojde ke spornému okamžiku nebo tématu, novináři se musí zdržet soudu, nesmí být jakkoli předpojatí a nestavět se na tu či onu stranu)
- oddanost přesnosti a dalším kritériím pravdivosti (relevance a úplnost podávaných informací)
- absence skrytých motivů nebo služby třetí straně

Objektivita zároveň vyžaduje poctivost a neměly by být diskriminovány zdroje informací ani předměty zpravodajství. Neméně důležité je akceptování různosti, různé úhly pohledu musí být považovány za stejně platné a relevantní. Aby jednání bylo objektivní, musí být všem poskytnutý stejný prostor nebo čas různým názorům .

Objektivní jednání je důležitým signálem také pro publikum, které pak určitému médiu důvěřuje, důvěřuje informacím a názorům, které mu určité médium poskytuje.

Protože objektivita a její vysvětlení je samo o sobě nesmírně obtížné, Westerstahl se pokusil objektivitu definovat (viz.Obrázek 1) a vykládá ji tak, že nesouvisí pouze s fakty, ale také s hodnotami, že „fakta mají také hodnotící důsledky“ (McQuail, D.:2007, str. 174). Objektivita se skládá z faktičnosti a nestrannosti. Faktičnost v sobě zahrnuje úplnost zprávy, přesnost a úsilí nemá a nezatajovat důležitá fakta – to je označováno jako tzv. „dobrý úmysl“. Druhým aspektem faktičnosti je relevance – týká se procesu výběru, který musí probíhat podle jasných zásad, které vymezují, co je pro příjemce a společnost důležité. Informativnost má zaručit, že se informace skutečně dostane k publiku (McQuail, D.:2007). Nestrannost předpokládá „neutrální postoj“ a týká se konkrétně toho, jak jsou informace zpracovány, zda poskytují rovný a nezkreslený pohled. Nestrannost v sobě obsahuje ještě kritérium vyváženosti (aktéři mají mít rovný přístup do zpráv, rovnocenně mohou hodnotit a předvádět se) a neutrální prezentace (jde o to, vyhnout se explicitním i implicitním hodnotícím prvkům) (Trampota, T: 2006).

Obrázek 1. Strukturování objektivita podle Westerstahla



Zdroj: McQuail, D.:2007

Média by se měla snažit dosáhnout objektivita a jsou pro to stanovené i určité zásady:

- oddělování fakt od názorů
- vyvážený přístup k soupeřícím názorům
- validace žurnalistických tvrzení referencí k jiným autoritám
- formulační postupy (vyloučení ich-formy , užití bezpříznakových výrazových prostředků)

(Trampota, T: 2006).

Přesto se stále může novinář/novinářka od objektivita odklonit. Příkladem může být hned první zásada – oddělovat fakta od názoru. Záleží totiž zase jen na novináři/novinářce, která fakta vybere a která naopak vyřadí. Tímto způsobem tak může klidně vytvořit zprávu, která bude zaměřená jednostranně a bude neobjektivní, aniž by byl názor vyřčen přímo. Dalo by se tedy říci, že objektivita zpráv je vždy jen relativní, protože zpravodajství musí být zasazeno do určitého kulturního kontextu, musí reflektovat společenské hodnoty a ideologie. K tomu se vyjadřuje Glasser (Trampota, T: 2006) – podle něj je objektivita ideologie a je sama formou předpojatosti. Gay Tuchmanová říká (Trampota, T: 2006), že existují čtyři strategické procedury, které umožňují novinářům tvrdit, že jsou objektivní. Je tím používání vzájemně konfliktních názorů, čímž se naplňuje požadovaná vyváženost, jenomže zároveň je tím vytvářena falešná představa o tom, že novinář ve svém článku již podal všechny možné úhly pohledu k danému tématu. Poslední používanou strategií je strukturování informace – jsou uspořádány od nejdůležitější po méně důležité.

Vedou se mezi laickou i odbornou veřejností spory, že objektivní noviny (médiá) vlastně neexistují. Určitá skupina názorů hovoří o tom, že informace, které k lidem putují přes tištěná média, už samy o osobě nemůžou být objektivní z toho důvodu, že je musí

někdo napsat. Ten někdo už je filtruje přes vlastní postoj a vlastní zkušenost. Každá zpráva je zařazena do určitého kontextu, podle kterého pak nabývá na významu. A to potvrzuje to, že objektivita jako taková se dá těžko definovat. Novináři mohou snadno určitou událost podat neobjektivně, aniž bychom si to my, jako čtenáři, uvědomili. Stačí totiž, aby nám novináři k dané události podsouvali informace, které by nás samotné asi napadli, ale možná bychom si je tolik neuvědomovali. Novinář v tomto ohledu může sehrát roli tím, že nám je podsune takovými formulacemi, abychom si je určitě uvědomili a pak je často jasné, komu novinář straní a komu ne (Roth, J.:2005). A právě na základě těchto zásad budu přistupovat k mé analýze.

V míře objektivnosti nebo neobjektivnosti hraje velkou roli jazyk, jakým je dílo napsáno nebo podáno. Tedy především způsob jazykového vyjadřování. Protože použitím různých výrazů pro jeden pojem může být celé sdělení zkresleno. Můžeme tak najít spoustu případů, kdy jedna a tatáž informace může mít na publikum různý dopad. Někdy se totiž „hodnotící postoj váže ke zvolené lexikální jednotce jako konotovaný (průvodní, akcesorní) význam a autor projevuje svůj osobní postoj její volbou“ (Osvaldová, B. a kol : 2001, str. 125). Někdy se to děje neuvědomovaně. Záleží tedy na volbě jazykových prostředků, volbě pojmenování, užívání specifických přídavných jmen (např. pojmenování demonstrantů jako „rozvášněných ekoteroristů“ nebo policie jako „po zuby ozbrojené represivní sloky“) (Osvaldová, B. a kol : 2001). Podobným způsobem se dá nahlížet i na uvození přímé řeči, na slovesa vypovídající o činnosti aktéra článku apod. „Užívání expertů, případně odkazování na experty, má především za cíl posílit důvěryhodnost média“ (Burton, G., Jiráček, J. : 2003, str. 258). Neměli bychom ovšem zapomínat na to, že i experty si autor mediálního sdělení vybírá a aniž bychom si to jako příjemci uvědomovali, výběr experta už nemusí být objektivní a nestranný, protože expert může být z jistého politického spektra nebo bude z oblasti, která bude zaměřená např. na ekonomický výsledek, tzn. že bude patřit spíše k pravicově smýšlejícímu odvětví a tak také bude své názory prezentovat. (Burton, G., Jiráček, J. : 2003)

To vše ve své analýze zahrnuji a konkrétněji to rozvádím v kódovacích instrukcích. „Volba pojmenování prozrazuje postoje média a předpojatost novinářů“ (Burton, G., Jiráček, J. : 2003, str. 262), můžeme tak rozpoznat nesouhlas, náklonnost, stranictví, ... (Burton, G., Jiráček, J. : 2003).

2.3. Média a politika

V této kapitole se věnuji objasnění vztahů mezi politikou a médií. Jak média politiku prezentují, jak jsou navzájem spjatá, proč politici ke své práci média potřebují a v závěru se jen na okraj zmiňuji o vývoji vztahů politického světa a světa médií.

2.3.1. Vztah médií a politiky

Mezi vládou a médií najdeme určitý vztah – vláda se snaží uplatňovat svou moc ve vztahu k médiím přímými i nepřímými cestami a média zároveň „potřebují vládu jako zdroj informací, vláda zase potřebuje média jako komunikační prostředky“ (Burton, G., Jiráček, J.: 2003). Winfried Schulz ve své knize o obsahu mediálního sdělení říká, že se média mohou významným způsobem podílet na volebním boji, mohou přispět k tomu, aby byl boj skutečně účinný. Volební boj je totiž především komunikačním procesem (Schulz a kol.:2004). Proto se také politické strany často obracejí při plánování svých kampaní na odborníky masové komunikace. Politické strany chtějí prostřednictvím médií zapůsobit na své potenciální voliče, chtějí je přes média informovat o svých cílech. Masová média plní roli, která je pro fungování demokratického státu naprosto nezbytná. Protože jsou média takto v demokratickém světě chápána, mají i určitá privilegia, aby mohla média vykonávat co nejlépe plnění svých veřejných úkolů – tím se myslí hlavně informování občanů o všech důležitých událostech a tématech.

Ve volebním boji mají média přinášet informace o akcích a cílech té které politické strany, mají obsáhle a podrobně informovat o programech všech politických stran. To vše ale co nejpřesněji a také neutrálně. Nesmím zapomenout na další důležitý aspekt médií v politickém boji – mohou se totiž sama aktivně účastnit, a to tak, že ve svých příspěvcích, které obsahují názory (v tištěných médiích tedy v komentářích) zaujmou otevřené stanovisko. Mohou tak některou stranu kritizovat nebo chválit. Díky tomu, že takto vyjadřují své názory a postoje, kontrolují politické instituce – vládu, parlament a soudnictví. Proto bývají média nazývána jako „hlídací pes demokracie“ (Schulz a kol.:2004), tedy jako čtvrtá moc, čímž se princip rozdělení mocí (tzn. že se státní orgány navzájem kontrolují) rozšiřuje i na masová média.

Podle druhů článků/pořadů se rozlišuje politická funkce médií :

- zprávy a zpravodajské články – slouží jako informace pro občany
- interview, diskusní pořady, televizní debaty – zde se strany a kandidáti představují voličům
- komentáře – díky nim média spolupůsobí na utváření názorů, jsou prostředkem ke kritice a kontrole politických mocí
- investigativní zpravodajství – slouží ke kontrole politických mocí a dalších mocenských skupin (armáda, mediální systém apod.).

(Schulz a kol.:2004)

Prostřednictvím masových médií tedy politické strany, vláda a parlament komunikují s občany. Tento způsob komunikace se nazývá zprostředkovaná komunikace

(Schulz a kol.:2004), tzn. že spolu dvě strany nevstupují do přímého kontaktu. Média ale neinformují jen voliče o politicích a politických stranách, ale sami politici využívají média k tomu, aby se dozvěděli, co kdy řekl jiný politik, co udělal, co se děje v jiném státě apod. (Schulz a kol.:2004)

2.3.2. Politické rozhodování

Obecně se tvrdí, že média mají značný vliv na podobu současných politických procesů, protože reprezentují veřejný zájem, a tedy i politický život (Köpplová, B., Jiráček, J. : 2007). Média jsou vlastně těmi hlavními, kteří nám přinášejí informace o politice a politicích. Politická témata média ale zpracovávají po svém – musí brát v úvahu, že chtějí být ekonomicky úspěšná, a proto se snaží média témata zpracovávat atraktivně a politici se jejich interpretaci musí přizpůsobit. To se nazývá „mediální logika“ (Köpplová, B., Jiráček, J. : 2007). Jde o „... soubor vnitřních pravidel výroby mediálních obsahů v mediální organizaci, který je tvořený dělbu práce mezi novináři, pracovními rutinami, časovým rozvrhem atd. Jejím důsledkem je to, že zdroje informací plánují a časují události tak, aby byly co nejkompatibilnější s mediální logikou. Čím je kompatibilita vyšší, tím je vyšší pravděpodobnost, že se daná událost stane zprávou“ (Reifová a kol., 2004, str. 124). Tato „mediální logika“ pak vede k tomu, že je politika personalizovaná, tedy důraz se klade na samotné osoby politického spektra, nikoli na témata jako taková. Média se navíc věrní své mediální logice vyžívají v dramatizaci a konfliktnosti, politiku prezentují jako sérii střetů, zvrátů a nečekaných odhalení. (Köpplová, B., Jiráček, J. : 2007). (Mediální logika úzce souvisí s tématem sebeprezentace v médiích, o kterém píše o pár řádek níže. Zařadila jsem ji však do této části, protože se vztahuje k politice).

Politici na „hru“ médií přistoupili a v boji o politickou moc musí počítat s jejich konstruováním reality. To vedlo k tomu, že se do těchto procesů aktivně zapojují a pracují na svém vlastním mediálním obrazu (Köpplová, B., Jiráček, J. : 2007).

V souvislosti s přítomností politiků v médiích (píší články, vystupují v diskuzích apod.) se především nabízí otázka vyváženosti a nepředpojatosti média. Protože média mají sklon používat známé a osvědčené politiky, mohou se tak dostat do situace, kdy dají větší prostor jedné či druhé straně nebo jednomu myšlenkovému proudu (Burton, G., Jiráček, J.: 2003).

2.3.3. Omezování médií v historii

Podíváme-li se ještě do historie v souvislosti s politikou a nezávislostí tisku, najdeme jasné důkazy o cenzuře a politickém ovlivňování novin. Z počátku v Evropě existovala komunikační síť, kterou ovládala katolická církev a také síť pod kontrolou panovníka a kněží. Političtí představitelé se pokoušeli kontrolovat a popřípadě omezovat šíření novin

a uvalovali na ně různé daně. Poplatky byly zrušeny až ve 30. letech 19. stol.. Co se týče ale omezování slova a cenzury, bylo to patrné v evropských zemích během 18. stol. Ve vývoj moderního ústavního státu sehrál velkou roli boj za nezávislý tisk, který bude schopný podávat zprávy a komentáře o událostech bez zásahů a kontroly státu. Svobodu tisku obhajovali např. James Mill nebo John Stuart Mill (Thompson, J.B. : 2004).

2.4. Nastolování agendy – „agenda - setting“

Média si sama vybírají, o čem a jak budou referovat. Sama zprávy třídí a vybírají agendu témat, která bude předána příjemcům. Vzbuzují tak u příjemce dojem, že to či ono téma je nejdůležitější. Tím spoluurčují veřejnou agendu – rejstřík témat, které veřejnost považuje za důležitá. Zprávy pak bývají podávány z určitého pohledu - „preferují určité podání událostí či určité téma“ (Burton, G., Jirák, J. : 2003, str. 256). Tento koncept se nazývá v odborné terminologii „agenda - setting“, neboli nastolování témat. Tímto pojmem se v politologii a sociologii označuje „...model procesu prosazování určitých témat do veřejného diskurzu a současně vylučování určitých témat z tohoto diskurzu, který probíhá ve vzájemné interakci tří agend – agendy veřejné, politické nebo mediální“ (Reifová a kol., 2004, str. 16). Tento pojem je velmi platný právě pro moji práci, protože mluví o tom, že „médiá ovlivňují to, o čem lidé přemýšlejí, a do jisté míry také to, jak o tom uvažují“ (Köpplová, B., Jirák, J. : 2007, str. 181). Děje se to tím, že některá témata zařazují do svých obsahů a jiná naproti tomu opomíjejí, tato témata pak „rámuje“ – tzn. že se různými prostředky snaží určit jejich důležitost (např. řazením zpráv) a také různými prostředky signalizují jejich možnou interpretaci. Zarámováním se chápe „... způsob zpracování tématu, nabídnutá interpretace a dobový společenský, kulturní a politický koncept“ (Köpplová, B., Jirák, J. : 2007, str. 182). Teorie nastolování agendy se tedy snaží zodpovědět, proč se určité informace o některých tématech stávají součástí veřejné debaty, ale jiné informace jsou mimo pozornost. A také proč jsou některá témata považována veřejností za závažnější než ostatní. Podle konceptu „agenda-setting“ hrají média v tomto procesu významnou roli.

Abych uvedla příklad z praxe, teorie nastolování agendy se uplatňuje např. u nerozhodných voličů, může změnit jejich postoj, pokud jsou přístupní sdělením, která jsou nabízená v rámci předvolební kampaně politiky i médií. Na základě množství zpravodajských článků, komentářů, úvodníků se dá zkoumat, jak se jejich postoj posune, změni (Köpplová, B., Jirák, J. : 2007).

Úplně přesvědčen o tomto konceptu ale není McQuail. Sice o něm také hovoří, ale netvrdí, že je skutečně platný a že má tento koncept moc ovlivňovat příjemce ve smýšlení o politice prostřednictvím výběru a množství témat, která média do svého konceptu zařazují (McQuail, D. : 2007). Podle něj by bylo třeba provést rozsáhlou

obsahovou analýzu stranických programů, najít důkazy o změně názorů dané části veřejnosti v čase a provést obsahovou analýzu, která by ukázala, jakou pozornost média věnovala v daném období různým tématům a také by musely být shromážděné informace o používání médií dotyčnou populací. To vše k tomu, aby se prokázala kauzální spojitost mezi tématy v médiích a ve veřejnosti. To je ale nesmírně obtížné a zatím nejsou k dispozici žádná taková data, která by tento účinek nastolování témat prokázala. Také Davis a Robinson (1986) tvrdí, že je třeba rozlišit tři různé druhy témat (agenda) : priority médií, priority veřejnosti a priority politiků. Všechny se vzájemně ovlivňují. Doklady o nastolování témat jsou podle McQuaila neprokazatelnými myšlenkami. Pochybnosti vidí v teoretických nejasnostech a přísných metodologických požadavcích. Tvrdí, že „je pravděpodobné, že média opravdu přispívají ke sblížení oněch tří „souborů témat“, což je ovšem něco jiného než nastolování toho či onoho z nich“ (McQuail, D. : 2007, str.389)

Z vlastní zkušenosti z práce v médiích vím, že témata, která se budou předkládat divákům nebo čtenářům jsou vybírána především na základě atraktivnosti, mají vzbudit emoce, ať už pozitivní či negativní. A neméně záleží také na samotných členech a členkách redakce, na jejich zájmech, osobním přesvědčení apod. Z toho důvodu jsem přesvědčena, že nastolování agendy skutečně funguje a věřím, že na příjemce může mít velký vliv.

Pro moje bádání je tedy tento koncept důležitý, protože se váže přesně k oblasti, kterou zkoumám – v analýze se mimo jiné zajímám o to, jakým tématům se autor komentářů Martin Zvěřina nejčastěji věnuje, kolik jim dává prostoru.

2.5. Management zviditelňování a publicita

Tato část se věnuje zviditelňování přes média u veřejných osob, především v případě politiků. Rozepisují se o tom, jak se vládnoucí osoby veřejnosti ukazovaly dříve a jak je tomu dnes. Chci zde poukázat na to, že zviditelňování neodmyslitelně patří k dnešnímu životu politika. Ke zviditelňování se pak váže také publicita, hovořím pak především o publicitě mediované.

2.5.1. Management zviditelňování

Ještě než se objevil tisk a ostatní média, panovníci a političtí vůdci se zviditelňovali pouze v úzkém okruhu své družiny nebo panovnického dvora. Zviditelnění v té době probíhalo za přímé účasti panovníka, vše probíhalo v přítomnosti, v určitém okamžiku, kde museli být přítomné obě strany. Při slavnostních příležitostech pak panovník vystoupil i před širším publikem (Thompson, J.B. : 2004). S tím, jak se začaly objevovat nové prostředky komunikace, začali političtí vůdci více dbát o svou

sebe prezentaci před publikem, které není fyzicky přítomné při jejich vystoupení. Tyto nové prostředky tak panovníkům sloužily i jako prostředek k sestavení vlastního obrazu, aby se zalíbil i lidem od něj vzdáleným. V průběhu dvacátého a jednadvacátého století schopnost politiků zvládat a řídit proces vlastního zviditelňování získává větší a větší význam.

Management zviditelňování prostřednictvím médií je rysem moderní politiky (Thompson, J.B. : 2004). Tento jev se neobjevuje jen ve volebních obdobích, ale je součástí vládnutí. Vláda totiž musí neustále rozhodovat o tom, co bude kde a jak zveřejněno. Nové komunikační prostředky se ukázaly pro politiky a politické vůdce jako dobré nástroje pro zviditelňování, díky kterým se političtí vůdci mohou předvádět v úplně jiném rozsahu než dřív. Proces zviditelňování však jde jistým způsobem mimo politiky, nemohou ho plně ovládat, což způsobuje vysokým činitelům značné obtíže. Musí se hlídat, dávat si pozor na své činy, slova, výrazy, projevy. Proto musí politici počítat s možností, že budou vystaveni neřízenému zviditelňování, které je ještě umocněno dosahem, jaká média v současné době mají.

Lidé dnes doslova bojují za to, aby byli vidět a slyšet, určitá míra zviditelnění v médiích je ústředním rysem společenského a politického rozvoje moderního světa.

Média politizují každodennost tím, že ji zviditelňují (Thompson, J.B. : 2004).

Co se týče výhod mediovaného zviditelňování, stěžuje těm, kteří jsou u moci jednat tajně, za zavřenými dveřmi. Výkon politické moci je tak průhlednější, voliči díky tomu mohou lépe kontrolovat činnost politických představitelů, které si zvolili (Thompson, J.B. : 2004).

Se zviditelňováním v médiích také úzce souvisí sebe prezentace před publikem. Političtí představitelé dbají o svůj zjev, hlídají se. To, jak se oblékají, jak jsou upraveni a jak se chovají je důležitou součástí jejich sebe prezentace skrze média. Politici vlastně ani nemají jinou možnost, než být viditelní a sebe prezentovat se, pokud v dnešní době chtějí uspět v politickém boji. Dnes už se to nedá zvládnout bez médií. Management zviditelňování je totiž obecný rys moderní politiky a není součástí pouze politického boje, ale i samotného procesu vládnutí (Thompson, J.B. : 2004).

2.5.2. Rizika zviditelňování

Díky novým komunikačním prostředkům se objevily také nové příležitosti zviditelňování, politici se mohou před svým publikem předvádět jiným způsobem. S tím ovšem také úzce souvisejí nová rizika, která spolu s novými prostředky zviditelňování vznikla. Politici se sice opravdu snaží jak nejlépe dovedou dostat své chování a jednání pod kontrolu tak, aby proces svého zviditelňování zvládli, ale nikdy ho nemohou dostat úplně pod kontrolu.

V tomto ohledu Thompson rozlišuje čtyři typy zdrojů potíží, které mohou politika potkat, pokud své zviditelňování nezvládne – patří mezi ně uřeknutí a výbuch, chování vyvolávající negativní zpětnou reakci, únik informací a skandál (Thompson, J.B. : 2004) :

- Uřeknutí a výbuch – řadí se k nejčastějším zdrojům obtíží, jedinec očividně selhal, nepodařilo se mu korigovat své jednání, nekontroloval plně, co dělá, co říká, jak se chová, díky novým technologiím se uřeknutí a výbuchy staly veřejným projevem nezpůsobivosti a nedostatku sebeovládání před publikem; politici si tímto mohou zazdít celou politickou kariéru, zničí si svůj obraz, zkazí si vlastní sebe prezentaci; přesto ale mohou i z takové šlamastiky vyklouznout celkem bez úhony.
- Jednání s negativním zpětným účinkem – osoba, která takto jedná, má své jednání pod kontrolou, potíže nejsou záležitostí neschopnosti, ale špatného odhadu situace a toho, jak bude jednání osoby přijato a pochopeno lidmi.
- Únik informací – dá se charakterizovat jako selhání snahy zvládnout vztah mezi chováním v přední a zadní linii (v té je soukromé jednání či chování, které by lidé rádi před publikem skryli); pokud taková informace ze soukromé zadní linie pronikne do veřejné sféry a zviditelní se velkému množství příjemců, kompromituje onu osobu a podrývá její image; únik informací má omezenější dosah, než třeba skandál. Úniky ale následně mohou vést ke skandálům.
- Skandál – skandály, které se objevují v politické sféře jsou často spojeny se selháním managementu zviditelňování přes média; skandály lze v dnešním slova smyslu chápat jako určitý projev toho, že se posouvají hranice mezi veřejným a soukromým – např. média odhalí jednání, které mělo zůstat skryté; a právě veřejné odhalení činnosti která měla zůstat utajena, nese punc skandálu; aby skandál propukl, musí existovat soubor norem nebo očekávání, který takové jednání porušuje; ovšem normy a očekávání nejsou stále a všude stejné, liší se podle společenských a historických kontextů.

2.5.3. Publicita

Publicita se proměňovala a na základě vývoje komunikačních prostředků vznikl nový typ publicity, zprostředkovaná publicita (Thompson, J.B. : 2004), což znamená, že už nejde o publicitu ve smyslu, že by se jednotlivci scházeli na jednom místě a probírali spolu záležitosti, které je zajímali, ale jde o publicitu „ve smyslu otevřenosti a viditelnosti, ve smyslu dostupnosti a zviditelňování“ (Thompson, J.B. : 2004, str. 189). Takovéto zviditelňování nevyžaduje přítomnost lidí na jednom místě. Tuto publicitu označuje Thompson jako mediovanou publicitu (Thompson, J.B. : 2004).

2.5.3.1. Mediovaná publicita

Mediovaná publicita není svázána s konkrétním místem, časem ani prostorem, říká se, že je místně nezakotvená. Tato publicita neumožňuje vstupování lidí do vzájemných interakcí na jednom místě, má ale globální rozsah, je v prostoru a čase rozlehlá.

Zároveň o tomto druhu publicity víme, že je nedialogická, tedy že „podavatelé a příjemci mediovaných symbolických sdělení nejsou v zásadě zapojeni do vzájemného dialogu“ (Thompson, J.B. : 2004, str. 196). Ti, kteří vytvářejí určité mediální sdělení tak ani neví, pro kolik příjemců ho vytvářejí a příjemci sdělení přijímají způsobem, který jim nedovolí reagovat přímo směrem k podavatelům (Thompson, J.B. : 2004).

Mediovaná publicita je otevřený prostor – je to tvořivá a nekontrolovatelná oblast. Uplatňují se v ní nové symbolické formy, nová slova, výjevy, nové informace. Je skrytá v tom smyslu, že „obsahy mediovaných materiálů není možné beze zbytku předem vymezit“ (Thompson, J.B. : 2004, str. 196)

2.6. Žurnalistika

Žurnalistika je určitý druh společenské činnosti, který zachycuje společenskou realitu, formuje i vyjadřuje veřejné mínění. Úkolem novináře je pak shromažďovat informace a dál je zpracovávat, předávat je ve formě informačních nebo publicistických žánrů, a to přes masmédiá.

V současnosti se hovoří o třech základních funkcích žurnalistiky – „tlumočit mínění veřejnosti, informovat veřejnost a sloužit jí, střežit lidské a občanské svobody“ (Verner, P. : 2007, str. 24)

Novináři a novinářky mají za úkol z toku informací vybírat zprávy, musejí umět rozeznávat mezi důležitým a nedůležitým, poznat dosah a důsledky, které zpráva může mít pro společnost, tuto informaci pak má čtenáři vyložit jasně a srozumitelně a nenechat se ovlivňovat nikým a ničím, odolat tedy vnějším tlakům (Jiráček, J.; Köpplová, B. : 2007)

2.6.1. Zpravodajství

Zmiňuji se o zpravodajství, ačkoli moje analýza se týká komentářů, které spadají do oblasti publicistických útvarů. Avšak vycházejí ze zprávy. A deník Lidové noviny je ucelený komplet žurnalistických žánrů a zpravodajství tvoří jeho poměrně značnou část.

Zpravodajství je nejstarší součástí žurnalistiky. Lidé měli potřebu informovat o ekonomických a politických změnách, které ovlivňovali jejich život, chtěli se dozvědět zajímavosti ze svého blízkého i vzdáleného okolí, proto zpravodajství vzniklo.

Zpravodajství je jedna ze základních činností novinářské profese, zároveň je to i produkt novinářské činnosti (Osvaldová, B. a kol. : 2001). Základem zpravodajství je vyhledávání informací, faktů, které pak novináři třídí, interpretují a předávají je

příjemcům. Zpravodajství se řídí určitými zásadami, „... má být přesné, vyvážené, nepředpojaté a poctivé při výběru, zpracování a prezentaci, nestranné, aktuální, jasné a srozumitelné“ (Osvaldová, B. a kol. : 2002, str. 217). Ke zpravodajským útvarům patří zpráva a její jednotlivé druhy (denička, jednosloupek, lokálka, skládaná zpráva apod.) (Osvaldová, B. a kol. : 2002).

Žurnalistické zpravodajství má za úkol poskytovat rozmanité a společensky podstatné informace. Mělo by odrážet myšlenkovou mnohost dané společnosti, lidé by si ze zpravodajství měli dokázat na základě zprostředkovaných podnětů a informací utvořit vlastní názor. Pomáhá nám v orientaci ve světě (Osvaldová, B. a kol. : 2001)

2.6.1.1. Normativní požadavky na zpravodajství

Naše země je demokratická, liberálně smýšlející, a proto mezi nejčastější normativní požadavky patří objektivita, vyváženost a nestrannost. Mně budou zajímat všechny tři, protože se hodně vztahují k mému cíli bakalářské práce, tedy zjistit, zda je denník Lidové noviny nestranný, zda jsou publikované komentáře vyvážené. Tyto atributy se vyžadují u samotných informací o událostech a u zpravodajských obsahů (Trampota, T: 2006).

2.6.1.1.1. Objektivita zpravodajství

Podle učebnicového názoru „...je jasné, že i v důsledku lidského faktoru nemůže existovat žádný zcela neideologický, apolitický, nestranný systém zpravodajského výběru a referování. Tím méně komentování“ (Osvaldová, B. a kol : 2001, str. 13). Zpravodajství je tedy proces, který nemůže být čistě neutrální, samo vybírání skutečností, které mají být čtenářům sděleny, je už totiž neobjektivní. Proto se spíše začal klást důraz i na vědomou nezaujatost a zdravý skepticismus. Určité rovnováhy lze dosáhnout metodami jako je : přesnost, jasnost a úplnost informování, odstup od tématu, diskriminaci vylučující přístup ke zdrojům informací, vědomá neutralita ve sporu několika skupin, pluralita uveřejňovaných názorů (to je stěžejní pro mou analýzu, jak ještě několikrát dokládám), vyloučení skrytých motivů i v dobré víře neřku-li stranění velkým inzerentům, jednoznačný zásah zasahovat do skutečnosti, o které se referuje, a přísné dodržování terminologické neutrality (Osvaldová, B. a kol : 2001).

2.6.1.1.2. Předpojatost

Co si vlastně máme představit, když se mluví předpojatosti? Jde o „záměrné zkreslení reality, preferování určitého výkladu, zdůrazňování jedněch názorů na úkor jiných, jedněch sociálních skupin na úkor jiných, manipulace s pojmy apod.“ (str. 13) (Osvaldová, B. a kol : 2001)

Předpojatost je jakási „ideologická inklinace média k předem hotovému postoji“ (Jiráček, J.; Köpplová, B. : 2007, str. 131). To, co se chápe jako předpojatost je např. pravidelné zkreslování reality, negativní zobrazování menšin, přehlížení nebo špatná interpretace žen ve společnosti, preferování politické strany nebo určitého směru (Jiráček, J.; Köpplová, B. : 2007).

Pokud je normativní požadavek objektivitu porušen, děje se to předpojatostí. Rozlišují se čtyři typy předpojatosti média :

- angažovaná podpora – jde o záměrné a otevřené stranění, tuto formu najdeme v editorialech, v placené inzerci nebo v komentované straně
- propaganda – jde o skrytou formu záměrného stranění, je těžko rozpoznatelné, může to být např. informace, kterou médiu doručil tiskový mluvčí
- nezáměrná předpojatost – objevuje se při vybírání témat, událostí a zpravodajských úhlů pohledu.
- Ideologie – skrytá, neintenční předpojatost, je zakotvena ve zpravodajských textech, je těžké ji odhalit

(Trampota, T: 2006)

Předpojatost v obsahu zprávy je chápána několika způsoby – jako zkreslení reality, negativní zobrazování menšin, přehlížení nebo nesprávná interpretace žen ve společnosti, preferování určité politické strany nebo filozofie.

Co se často objevuje ve zpravodajství, je ohledně předpojatosti to, že „politické zpravodajství tíhne k neutralitě nebo k podpoře stran na pravé straně politického spektra“ (McQuail, D.:2007). Tato koncepce mě bude zajímat při výzkumné práci Lidových novin, u nichž se, jak jsem již zmínila v úvodu, předpokládá jisté pravicové zaměření. Ačkoli se výše zmíněné poznatky o předpojatosti týkají hlavně zpravodajství a mě budou zajímat komentáře, které mohou být subjektivní, měli bychom si uvědomit, že pokud komentujeme události kolem nás, měli bychom i tak nabídnout vyvážené názory a postřehy, ne se pouze zaměřovat jedním směrem. Komentářům se v tomto smyslu věnoval výzkum, který provedl Klaus Schönbach (Jiráček, J.; Köpplová, B. : 2007), ve kterém se věnoval vlivu osobních postojů novinářů na zpravodajství. Předpojaté zpravodajství, které se shodovalo se zaměřením celého listu označil jako synchronizaci – ta se podle něj projevuje tak, že se často zaměňují zprávy a názory a dokonce to jde tak daleko, že komentáře, místo aby interpretovala fakta, tak jsou fakta vybírána tak, aby podporovala komentáře. Komentáře tak „posilují redakční zaměření“ (Jiráček, J.; Köpplová, B. : 2007).

2.6.1.1.3. Vyváženost

Jako vyváženost je chápán požadavek na to, aby události nebyly prezentovány jen

z perspektivy jednoho účastníka. Obecně je vyváženost „cílevědomé vyvažování nejrůznějších předpojatostí, k nimž mají média jako společenské instituce nesoucí hodnoty společnosti, v níž působí, sklon“ (Jiráček, J.; Köpplová, B. : 2007).

2.6.2. Publicistika

Vzhledem k tomu, že moje analýza se zaměřuje na komentáře, které patří do publicistické oblasti, musím se zmínit o publicistice jako takové. V čem je jiná než zpravodajství, co všechno dovoluje a jaké publicistické útvary do ní spadají. Tomu všemu se věnuji v následující kapitole. A podrobně charakterizuji také komentář.

2.6.3. Co je publicistika

Publicistika označuje žurnalistickou tvorbu, která je zaměřená k veřejnosti a určená ke zveřejnění. Je to činnost spojená se stanoviskem, objasňující události (Osvaldová, B. a kol. : 2002).

Publicistika se během vývoje novin postupně začala oddělovat od zpravodajství. Rozdíl mezi těmito dvěma oblastmi je značný. Zatímco zpravodajství má především informativní funkci, publicistika hledá souvislosti, vyslovuje názory, komentuje, a to většinou už známá fakta. V podstatě navazuje na zpravodajství, na fakt, který zpravodajství přinese vytváří publicistika názor. Témata pro publicistiku nemusejí být aktuální, publicistika vytváří názorová východiska, která můžou být rozložena do delšího časového úseku. „Publicistika obsahuje soudy, postoje, pojmy...“ (Osvaldová, B. a kol. : 2001, str. 14). Zabývá se společenskými jevy, proč vznikly.

Po zpravodajství je požadována neutralita v přístupu k údajům i ve výrazu, jak už jsem rozebírala výše. Ale u publicistiky jsou osobní stanoviska a individuální projev a volba jazykových prospektů nutné. Toto rozdělení na zpravodajství a publicistiku - tedy rozdělení a zprávu a názor může přispívat k vyváženosti, o které už jsem se také zmínila v jedné z předešlých kapitol (Osvaldová, B. a kol. : 2001).

V českých tištěných médiích najdeme mezi publicistickými útvary glosu, reportáž, interview, fejeton, sloupek, články v podobě analýz, úvodníků, komentářů apod. V nich „nad faktičností převládá subjektivní stanovisko a osobité zpracování“ (Osvaldová, B. a kol. : 2001, str. 14)

Zde se nabízí otázka, proč tedy zkoumám komentáře, které se řadí mezi publicistické útvary z hlediska objektivity a vyváženosti, když jsem o pár řádek výše uváděla, že publicistika vyžaduje vlastní názor a soudy. Musíme mít ovšem na paměti, že i soudy a vlastní názor, které se předkládají příjemcům, v mém případě čtenářům, by neměly být směřovány kritickým hlasem jen k jedné straně politického spektra, neboť jsou tyto názory publikovány v celostátním denníku, který se tváří být nestranný a

nezávislý. Mým úkolem je tedy rozebrat a zanalyzovat i komentáře, abychom se přesvědčili, zda autor komentářů preferuje politickou stranu nebo politické smýšlení a zda se čtenářům snaží podsouvat, aby inklinovali k levicovému nebo pravicovému smýšlení.

2.6.4. Komentář

V tištěné podobě jde o druh článku, jenž vznikl z komentované zprávy a z poznámky k událostem a vychází ze známých faktů, jevů a myšlenek, které dává do souvislostí, odhaluje pozadí, příčiny a důsledky, připojuje subjektivní pohled. Český komentář vznikl v 19. stol. je často polemický až satirický, uplatňuje se v denním tisku i v časopisech (Osvaldová, B. a kol : 2002).

Komentář by měl informace ze zprávy doplnit a zařadit. Pomáhá zprávu zhodnotit a vysvětlit, orientovat se v množství zpravodajských zpráv a názorech. Přispívá k utváření politického názoru a ke kontrole mocenských struktur.

Existují komentáře ekonomické, vnitropolitické, zahraničně politické, kulturní nebo sportovní.

Při výběru témat komentářů by si redakce měla položit určité otázky :

- zda vyžaduje zpráva zaujetí názoru víc než jiná konkurenční témata
- zda je na tom veřejnost nebo cílová skupina zainteresována
- zda má komentátor dostatek věcných vědomostí

Samo publikum má rádo komentátora, který dokáže psát svědomitě a zároveň odvážně, argumenty pro a proti tak musejí být proti sobě stavěny věcně, aby si čtenář/ka mohl/a utvořit vlastní názor. Dobrý komentátor/ka své myšlenky sděluje originálně, s elegancí jazyka a s dobrou přesvědčivou rétorikou. Aby se komentáře nepletly s běžným zprávařským sdělením, mají v novinách své místo – jsou graficky odlišené (např. v rámečku nebo jiným druhem písma, nejčastěji kurzívou). Komentářů je několik forem :

- úvodník – nejdůležitější komentář vydání novin, umísťuje se proto na přední stránku, může vyjadřovat nejen názor autora samotného, ale také názorovou linii listu v určité otázce, může být i projevem názoru celé redakce
- sloupek – tento typ komentáře píše často externista nebo prominentní publicista, vychází pravidelně
- kritika/recenze – speciální komentář, který se věnuje kulturním událostem, jde o recenzi filmů, knih, divadelních představení apod.
- satira/glosa – komentář, který je úsměvný, má pointu, může být i sarkastický
- lokální sloupek – věnuje se regionálnímu dění, glosuje určitou událost v regionu, má také speciální místo na první stránce regionální přílohy

- karikatura – také jde ještě o variantu komentáře, avšak nejvíc uměleckou, je ironizujícím zaujetím kreslíře
(Osvaldová, B. a kol : 2002)

Ve své práci analyzuji články typu komentáře komentátora Martina Zvěřiny. Je tedy záhodno si alespoň ve stručnosti ujasnit, kdo je komentátor a jak a v čem se jeho profese liší od novináře píšícího např.zprávy z domova.

Komentátor je „novinář schopný hodnotit a analyzovat fakta, dávat je do logických souvislostí a schopný argumentace“ (Roth, J.:2005, str. 13). Zpráva je naproti tomu pouhá „informace o události, která se stala nebo stane“ (Roth, J.:2005, str. 21), neobsahuje vlastní názor autora. Funkce komentátora jako takového zapadá do personálního obsazení redakce zpravodajství novin (Roth, J.:2005). Komentátor reaguje na aktuální událost z jednoho úhlu – z dominantního společenského nebo autorova pohledu.

Komentátor vyvozuje logické závěry a čtenářům předkládá svůj ucelený názor na danou problematiku. Čtenář pak má na výběr, zda se s jeho názorem ztotožní či nikoli. Komentář tedy může předkládat různé úhly pohledy na danou věc, je tak „ servisní službou umožňující širokou názorovou volbu“ (Verner, P. : 2007, str. 33). A právě tady v tom místě je čas ptát se, jestli v komentátor Martin Zvěřina, který je předmětem mého výzkumu, dává prostor pro vytváření vlastního názoru a zda se na problematiku dívá z různých úhlů a zda nepředkládá stále stejný, pravicově nebo levicově orientovaný názor.

2.7. Tištěná média

Tisk měl v naší společnosti v dobách vývoje a rozvoje velkou roli – podílel se na kvalitativních změnách lidstva. Vynález knihtisku je proto často spojován s výrazem počátku novověku, Tištěná periodika mají zásluhu na rozšiřování gramotnosti a vzdělanosti. Podílela se na vytváření veřejného mínění (ostatně to je jejich funkcí dodnes). Noviny a časopisy byly také důležitými pomocníky při osamostatňování národů, při tvorbě demokratického parlamentního uspořádání. Byly využívány i v době sociálních bouří k prosazování dělnických požadavků (Verner, P. : 2007).

2.7.1. Vývoj tištěných médií

První zmínka k tématu tištěných médiích se musí bezpodmínečně týkat tištěné knihy, jejíž objevení bylo převratnou událostí. Díky knihtisku se kromě knih mohly začít mezi veřejnost šířit i různé letáky a postupně také první noviny.

Předchůdcem klasických novin byly v období přelomu 16. a 17. století letáky a bulettiny,

jež podávaly informace z oblasti mezinárodního obchodu a peněz. Podle Thompson (Thompson, J.B. : 2004) letáky podávaly informace o současných i vzdálených událostech. Prvních periodické noviny pak sloužily k informování, zaznamenání, k inzerování i k šíření klepů, byly volně k prodeji. Thompson k tomu dodává, že se začaly více šířit ve 2. pol. 16. stol., ale největší rozkvět, kdy skutečně byly vydávány s jistou pravidelností datujeme do prvních dvou desetiletí 17. stol. Noviny se orientovaly na realitu a vyhovovaly potřebám třídy řemeslníků a obchodníků.

Už první noviny se daly považovat za potenciálního protivníka vládnoucí moci a už tenkrát se objevovaly požadavky a boj za práva novin svobodně publikovat. Velký zájem o noviny, ať už ze strany samotných novinářů či čtenářské obce, se v historii projevoval především v dobách národních krizí nebo v rámci politických hnutí. Thompson říká, že se v takových situacích mohl periodický tisk výrazně podílet na klíčových záležitostech státu tím, že poskytoval pravidelné informace o dění kolem a vyjadřoval nejrůznější názory, které se týkaly veřejného zájmu. Noviny se tak ale také často stávaly nástrojem k prosazování politických zájmů, sloužily v podstatě jako politická propaganda. Setkat jsme se tak mohli se stranickými listy, které měly za úkol aktivovat a informovat o politické straně. Veřejnost ale nedala těmto novinám šanci a „tržně orientované listy prokázaly, že jsou objektivnější, méně náchylné k manipulaci a zábavnější“ (McQuail, D.:2007). Během historie si tisk vydobýval pozici svobodného tisku, svobodného vyjadřování názorů. Moderní tisk se dá charakterizovat jako tisk, který je na státu nezávislý, noviny jsou uznávány jako instituce politického a společenského života. A právě takové noviny, které zároveň fungují na komerčním základě se objevily v 18. stol. v Anglii, jak píše Thompson. Noviny by měly mít především smysl pro odpovědnost vůči společnosti a etice a měly by být „objektivní“ ve zpracování událostí (McQuail, D.:2007).

2.7.2. Lidové noviny

Lidové noviny jsou deník, který vznikl v roce 1893 v Brně. Během 2. světové války nevycházel a jeho činnost byla později zastavena také komunistickým režimem v roce 1952.

Ilegálně pak byl znovu vydáván deník v roce 1987, kdy se skupina disidentů rozhodla vytvářet nezávislé noviny. S počátky novodobého vydávání Lidových novin jsou spojeni lidé jako Jiří Ruml, Jiří Dienstbier a Ladislav Hejdránek. První legální číslo obnoveného deníku Lidové noviny vyšlo 2. dubna 1990, kdy redakci řídil Jiří Ruml. V roce 1994 převzaly Lidové noviny křesťansko demokratický deník Lidová demokracie. To vedlo k výraznému navýšení počtu předplatitelů. Deník od roku 1998 patří do koncernu Rheinisch-Bergische Druckerei- und Verlagsgesellschaft, mbH, vydavatele deníku Rheinische Post, který v České republice rovněž vydává deník Mladá fronta DNES.

Zprvu se Lidové noviny zaměřovaly na zahraniční politiku a kulturu. Byly dokonce prvními, kdo uveřejňoval politickou karikaturu. Do okruhu jejich přispěvatelů a redaktorů patřili Karel Čapek, Josef Čapek, Eduard Bass, Karel Poláček, Rudolf Těsnohlídek, Jiří Mahen, Jan Drda, Václav Řezáč, ale i prezidenti Tomáš Garrigue Masaryk a Edvard Beneš.

3. ANALYTICKÁ ČÁST

3.1. Stanovení metodologických východisek

Moje práce se zaměřuje na objektivitu tisku z hlediska možných politických preferencí a má za cíl zjistit, zda je předpoklad o Lidových novinách, jakožto o pravicově orientovaném deníku platný, a to pokud jde o jednoho z předních komentátorů Lidových novin Martina Zvěřinu. V rámci svého výzkumu budu hledat odpovědi na dílčí otázky typu: Jakým politickým stranám se Zvěřina nejčastěji věnuje ve svých komentářích? Jakým konkrétním politikům se Zvěřina nejčastěji věnuje? Vyznívají jeho články spíše pozitivně pro některou politickou stranu? Vyznívají články spíše negativně pro některou politickou stranu? Prostřednictvím těchto otázek však budu hledat odpovědi na širší otázky jako například : Jak vyvážené jsou Zvěřinovy komentáře? Sympatizuje deník Lidové noviny s některou politickou stranou či můžeme říci, že se jedná o nestranný deník?

Jako výzkumnou strategii jsem zvolila kvantitativní metodu jako standardizovanou metodu která popisuje jevy pomocí proměnných (znaků), které jsou sestrojeny tak, aby měřily určité vlastnosti. Obecně lze kvantitativní výzkum charakterizovat tím, že výsledky jsou zpracovávány pomocí statistických metod (Hendl, J.: 2005). Možnými nevýhodami kvantitativního výzkumu může být např. : opomenutí fenoménů, protože se výzkumník soustřeďuje pouze na určitou teorii a její testování. nesoustředí se na rozvoj teorie; to, že kategorie a teorie používané při výzkumu nemusejí odpovídat lokálním zvláštnostem; získaná znalost může být nevhodná pro přímou aplikaci v místních podmínkách, a to kvůli přílišné abstraktnosti a obecnosti. Ovšem stále převažují výhody kvantitativního výzkumu jako možnost testování a valorizace teorií, možnost zobecnění na populaci, relativně rychlý sběr dat, získání přesných a numerických dat, relativně rychlá analýza dat, výsledky jsou nezávislé na badateli/de, užitečnost při zkoumání velkých skupin (Hendl, J.: 2005).

Já budu jako kvantitativní metodu využívat obsahovou analýzu, pomocí které se podle předem určeného kódovacího schématu zjišťují instance kategorie a provádí se analýza četností. (Schulz a kol. 2004). Její výhodou je poměrně velká spolehlivost měření i vysoký stupeň ověřitelnosti. Používá se k vyhodnocování obsahu komunikace všeobecně. V obsahové analýze jde o prozkoumání obsahu prostřednictvím vytvořené soustavy kategorií, ve kterých je zjednodušeně vyjádřen předmět obsahové analýzy a

určené jednotky měření. Při analýze denního tisku je jedním z cílů podchytit možné systematické zkreslování zpráv s ohledem na určité zájmové skupiny. Díky této metodě můžeme zpracovat velké množství textů a výsledky šetření lze podrobit statistickým analýzám (McQuail, D.:2007).

Obsahová analýza se dá charakterizovat jako systematický (tzn. že se všechny mediální obsahy zpracují stejným způsobem) a intersubjektivně (tzn. při aplikaci mých výzkumných metod budou případně ostatní schopni reprodukovat moje výsledky) ověřitelný způsob popisu mediálních obsahů (Schulz a kol.: 2004).

Důležitými pojmy jsou reliabilita a validita. Reliabilita znamená, že metody, které budu využívat při šetření zpracuji a zdokumentuji tak, že každý odborník, který tyto metody použije na stejném materiálu, by měl dojít ke stejným výsledkům. Validitou se rozumí požadavek, abych výzkumnými metodami měřila opravdu to, co zamýšlím měřit. Při obsahové analýze je obzvláště důležitá metodická pečlivost, která je právě předpokladem validity a užitečnosti výzkumu mediovaných obsahů (Schulz a kol.: 2004).

Pomocí metody obsahové analýzy můžeme zkoumat, nakolik se média věnují kterým politickým stranám a jednotlivým kandidátům. Je dobré si uvědomit, že nejde jen o analýzu častého výskytu politické strany nebo kandidáta, ale pokud navíc budeme zjišťovat, zda je ta či ona politická strana zmiňována v pozitivním nebo negativním světle, dosáhneme toho, že naše práce bude mít daleko větší výpovědní hodnotu. Můžeme totiž předpokládat, že takovéto zobrazování může voliče ovlivňovat, ať už v pozitivním nebo negativním smyslu.

3.1.1. Výzkumný proces

Obsahová analýza je výzkumný proces a má svůj stanovený postup a řád.

Jako vůbec první před prováděním analýzy je stanovení výzkumného tématu. Tedy co vlastně budeme zkoumat, co chceme zjistit. Výzkumné téma bývá často abstraktní povahy, obsahuje výpovědi o objektech a jejich vlastnostech. Abstraktní téma se tak nedá přímo ověřit a je nutné upřesnit abstraktní pojmy, které se v něm objevují. Objekty obsažené v tématu je pak nutné konkrétně definovat a snažit se najít takové ukazatele vlastností tématu, které budou měřitelné (Schulz a kol.: 2004).

Dále je nutné vypracování metody, která nám pomůže odpovědět na zadání výzkumného tématu, tato etapa se nazývá operacionalizace. Ta začíná tím, že si vymejíme výběrový soubor šetření, což je výběr jednotek, jež pro analýzu přicházejí v úvahu – jako první se rozhodneme, která média budeme analyzovat, pak jaké obsahy v těchto médiích nás budou zajímat, dále za jaké časové období budeme mediální obsahy sledovat a nakonec ještě musíme specifikovat mediované obsahové jednotky (Schulz a

kol.: 2004). Máme-li tedy stanovenou výzkumnou metodu, je před námi další krok, a to vymezení časového a organizačního průběhu šetření. Mluvíme zde o fázi plánování a organizace (Schulz a kol.: 2004).

Než přistoupíme k vlastnímu šetření, ještě si musíme ověřit vhodnost výzkumné metody, kterou jsme zvolili a zda máme opravdu vše zajištěné z hlediska technických i metodických předpokladů (Schulz a kol.: 2004).

Pokud se naše metoda ověřila, nic nám nebrání ve sběru dat. Sebraná data pak musíme analyzovat a interpretovat (Schulz a kol.: 2004). Poslední fází celého výzkumného procesu je vyhodnocení.

3.2. Shromažďování materiálů

3.2.1. Výběrový soubor

Výběrovým souborem v mojí práci jsou všechny články typu komentáře, které napsal komentátor Martin Zvěřina pro Lidové noviny v roce 2008. Konkrétně půjde o články v rubrikách: Sloupek, Úhel pohledu, Komentáře LN a Názory. Materiál jsem čerpala z internetových stránek (www.lidovky.cz). Počty článků se různí podle období, v některých měsících byl více činný, v jiných mám naopak jen minimum článků. Do analýzy jsem zahrnuje pouze články, které se nějakým způsobem týkaly politiky, s tím, že pokud se autor vyjadřoval o politice všeobecně, nedalo se z takového typu článku vybrat, ke komu konkrétně se vyjadřuje, tudíž i takové články jsem vyřadila. Celkem jsem tedy analýze podrobila 118 článků.

3.2.2. Průběh analýzy

Analyzovala jsem tedy všechny články typu komentáře, které za rok 2008 napsal Martin Zvěřina. Jako kódovací jednotku pro moji analýzu jsem zvolila článek napsaný Martinem Zvěřinou, který se týká politiky nebo osobnosti nějakého politika.

Tyto články jsem postupně analyzovala podle kódovací knihy, kterou jsem si vytvořila na základě odborné literatury, na základě obsahů články při samotné analýze a vycházela jsem z teoretických konceptů, které jsem nastínila v teoretické části práce. V kódovací knize jsou specifikovány jednotlivé kategorie a jejich vnější referenty (tzn. čeho si všimnout, co se může v článcích vyskytovat apod.) Kódovací knihu jsem tedy v průběhu analýzy ještě doplňovala, a to především o adjektiva, která se vázala k určité politické straně nebo osobnosti politické strany.

Každý článek jsem analyzovala zvlášť. Pro analýzu jsem si vytvořila záznamový arch podle kódovací knihy v programu Excel, do kterého jsem zapisovala zjištěné proměnné. Tyto údaje jsem pak v programu vyhodnotila a vytvořila jsem tabulky

jednotlivých výsledků, které komentuji v kapitole 3.3. Analýza vybraného vzorku materiálů.

3.3. Analýza vybraného vzorku materiálu

Tato část je věnována výsledkům obsahové analýzy článků typu komentáře Lidových novin od Martina Zvěřiny. Nejprve vždy seznamuji s jednotlivými proměnnými z kódovací knihy a následně uvádím výsledky, které komentuji.

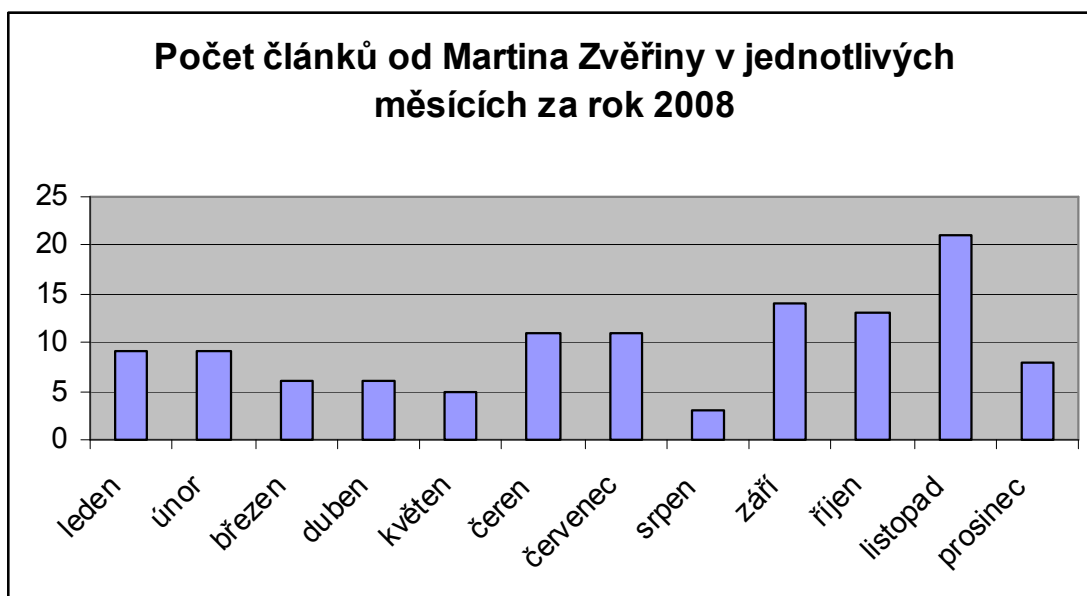
3.3.1. Kódovací kniha

Vytvořila jsem kódovací knihu, které obsahuje identifikační a analytické proměnné. Jako identifikační proměnné se označují takové, které identifikují jednotlivé vzorky a podle nich je případně možné vzorky dohledat, což jsme využívala například v případě, kdy jsem měnila kódovací knihu v průběhu analýzy a potřebovala jsem zpětně ještě článek doanalyzovat. Identifikační proměnné jsou v mém případě skupina, což jsou články typu komentáře Lidových novin za rok 2008 od komentátora Martina Zvěřiny a datum jejich vydání. Při sestavování kódovací knihy jsem zároveň vytvářela kódovací instrukce. Obojí je připojeno jako příloha bakalářské práce.

3.3.2. Identifikační proměnné

Tato kapitola je věnována identifikačním proměnným, tedy především zde shrnuji počet článků typu komentáře, které komentátor Martin Zvěřina napsal za rok 2008 a které se věnují tématu politiky. Pro přehlednost jsem je shrnula do tabulky podle data vydání, rozdělila jsem je po měsících. Podle toho se dá přehledně zjistit, v jakém období si Martin Zvěřina politiky nejvíc všímal, jaké kauzy nebo události zrovna média prezentovala. Například byl velmi činný v únoru, kdy českou politickou scénou hýbala volba prezidenta nebo na podzim, kdy se řešily výsledky krajských voleb. Naopak srpen byl na politická témata velmi chudý (viz Graf 1).

Graf 1. Počet vybraných článků od komentátora Martina Zvěřiny za rok 2008



Zdroj: vlastní výzkum

3.3.3. Analytické proměnné

V této části charakterizuji jednotlivé analytické proměnné a zároveň prezentuji výsledky mého výzkumu. Pro analýzu jsem jako kódovací jednotku zvolila článek typu komentáře.

3.3.3.1. Článek typu komentáře

Článek typu komentáře je článek, který v Lidových novinách spadá do rubrik : Sloupek, Úhel pohledu, Komentáře LN a Názory. Vybírala jsem články pouze od jednoho autora, od komentátora Martina Zvěřiny. Tento typ článku obsahuje komentátorovy názory, jeho hodnocení, postoj.

Tuto kódovací jednotku jsem rozdělila na další analytické proměnné, které rozebírám v následujících podkapitolách. Opět je budu doprovázet tabulkami a komentovat výsledky analýzy.

3.3.3.1.1. Hlavní téma v článku

Tato analytická proměnná popisuje, jaké téma v článku dominuje, jakému tématu se autor věnuje jako hlavnímu. Tato proměnná nám může podhalit, zda se Martin Zvěřina věnuje některým politickým tématům více, než jiným. Zda například převažují kauzy týkající se jedné politické strany nebo zda se například více věnuje otázkám reforem

apod. Podle této proměnné už můžeme předjímat, k jakým tématům se v souvislosti s politickými stranami autor více věnuje, proto je tato proměnná důležitá. Níže prezentuji, jaká hlavní témata v článcích obecně převažují.

Největší pozornost z hlediska tématu si od Martina Zvěřiny zasloužila prezidentská volba. Celkem se jí věnovalo 12 článků, což odpovídá 9,7%. Dalším velmi komentovaným tématem byly podzimní krajské volby, těm se komentátor věnoval v 11 článcích, tedy 8,9%. Hned za těmito tématy je v 10 článcích zmiňovaná některá aféra vztahující se k ČSSD (8,1%). Následuje rozkol uvnitř strany ODS, je o něm psáno v 9 článcích (7,3%). Témata, která ještě v analýze překročila hranici 5% jsou aféra týkající se strany KDU-ČSL (6,5%) a reforma zdravotnictví (5,7%). Pro kontrast uvádím ještě zastoupení aféry vztahující se k ODS, ta byla v 6 článcích (4,8%).

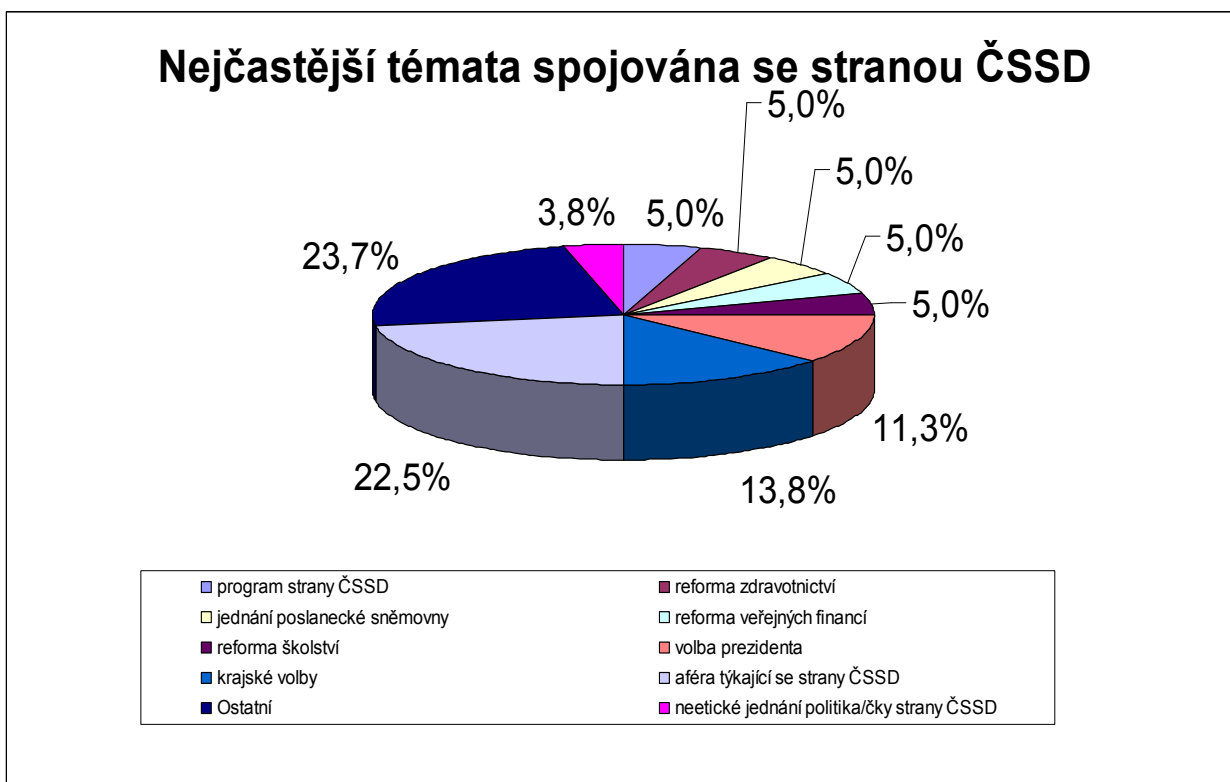
3.3.3.1.2. Jaká témata jsou spojována s politickou stranou a kolikrát

Rozepisuji zde, jaká nejčastější témata se v článku objevovala ve spojení s politickou stranou. Rozdělila jsem to znovu dle jednotlivých stran, tedy ČSSD, ODS, KDU-ČSL, SZ a KSČM. A témata jako taková jsem doplňovala během analyzování jednotlivých článků. Shrnuji také, kolikrát byla ta či ona témata spojena celkově s některou z politických stran,

Tuto proměnnou jsem nezkoumala na každém článku zvlášť, ale vyšla mi až po vyhodnocení analytické proměnné „Jaká témata jsou s některou z politických stran spojována“.

Nejčastěji se v článcích v souvislosti se stranou ČSSD hovořilo o aférách, které byly se stranou spojené, celkem z 22,5%. Z 13,8% bylo se stranou ČSSD spojováno téma krajských voleb, které bylo v roce 2008 velmi omílané, stejně jako téma prezidentské volby, které bylo s ČSSD spojováno z 11,3%. Ostatní témata uvádím v grafu (viz. Graf 2), podrobnou tabulku s veškerými tématy pak příkládám v příloze práce.

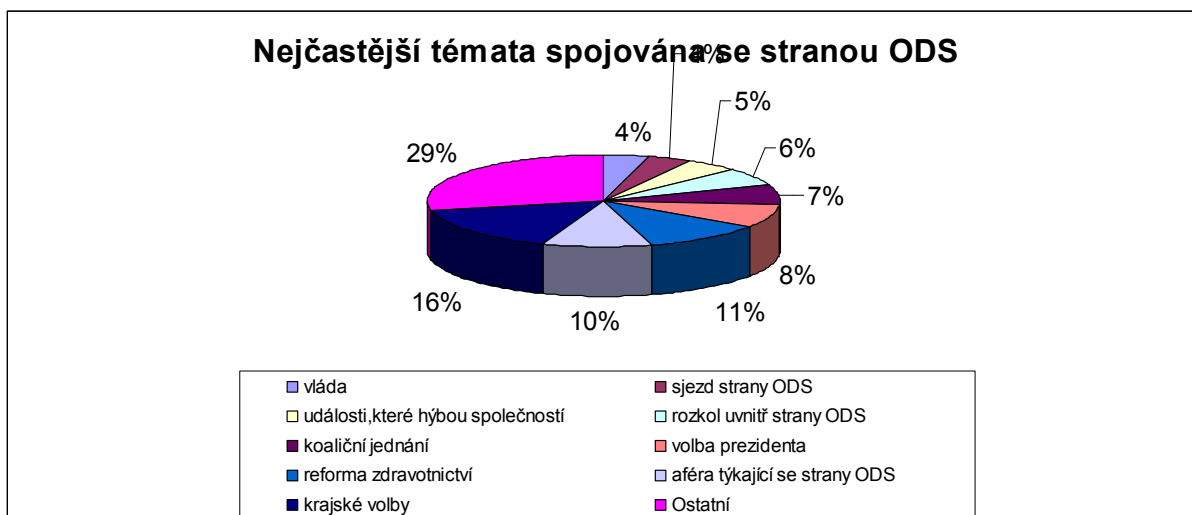
Graf 2. Procentuální vyjádření zastoupení jednotlivých témat ve spojitosti s politickou stranou ČSSD



Zdroj: vlastní výzkum

Co se týče strany ODS a s ní spojovanými tématy, nejčastější bylo téma krajských voleb – 16%, následovala témata spojená s reformou zdravotnictví – 11%, a s vládou – 10%. Ostatní témata uvádím v grafu (viz. Graf 3), podrobnou tabulku s veškerými tématy pak přikládám v příloze práce.

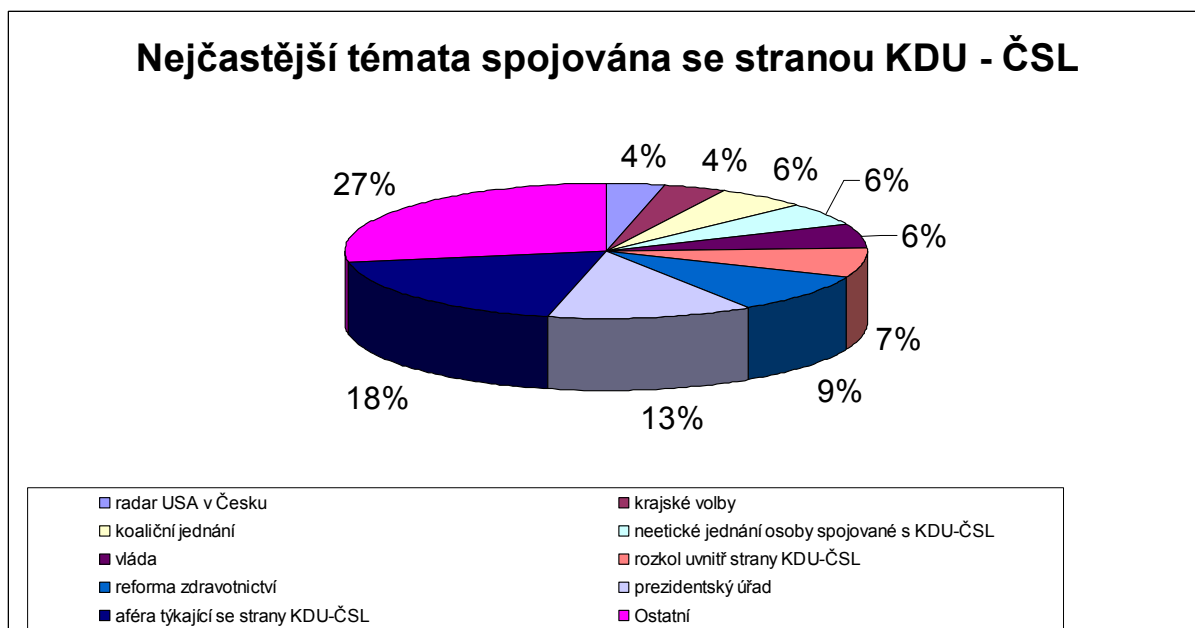
Graf 3. Procentuální vyjádření zastoupení jednotlivých témat ve spojitosti s politickou stranou ODS



Zdroj: vlastní výzkum

Ve spojení se stranou KDU-ČSL se Martin Zvěřina nejčastěji vyjadřoval k tématu aféry, týkající se této strany (především šlo o aféru s Jiřím Čunkem), a to z 18%. 13% pak bylo věnováno tématu amerického radaru v České Republice a 9% tématu reformy zdravotnictví. Ostatní témata uvádím v grafu (viz. Graf 4), podrobnou tabulku s veškerými tématy pak přikládám v příloze práce.

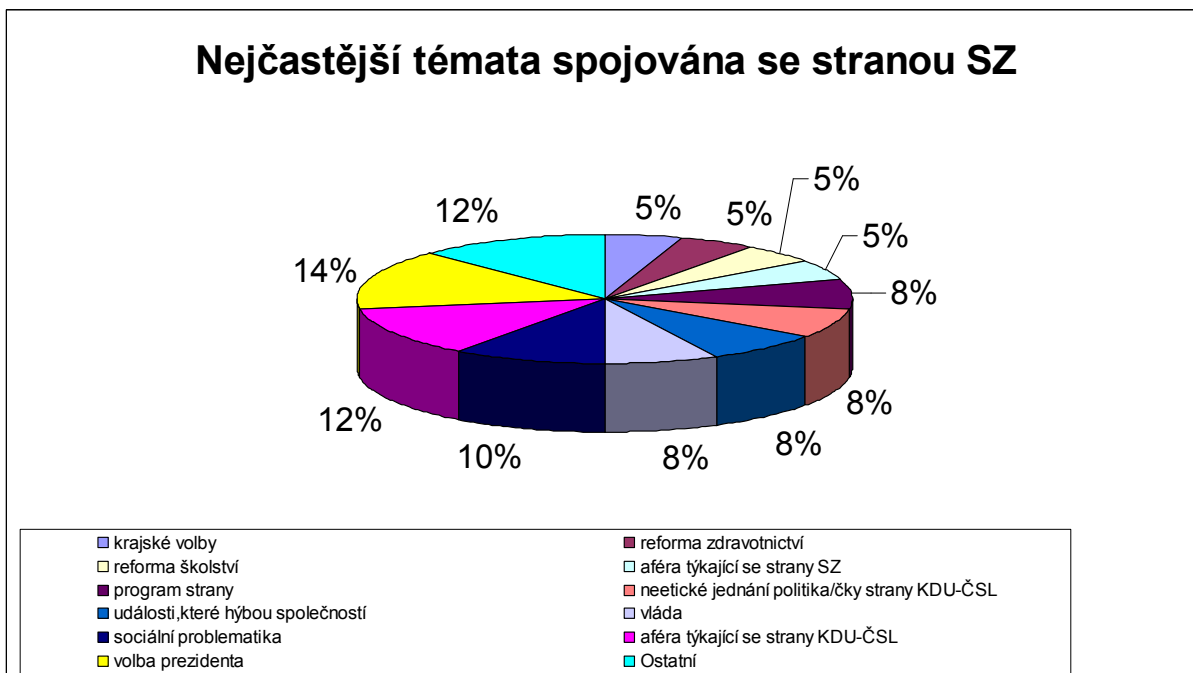
Graf 4. Procentuální vyjádření zastoupení jednotlivých témat ve spojitosti s politickou stranou KDU-ČSL



Zdroj: vlastní výzkum

Téma, které se nejvíce řešilo v souvislosti se SZ bylo téma volby nového českého prezidenta – 14%. SZ byla také často, z 12%, spojována s tématem aféry spojené s KDU-ČSL. A z 10% se ve spojení se SZ řešila sociální problematika. Ostatní témata uvádím v grafu (viz. Graf 5), podrobnou tabulku s veškerými tématy pak přikládám v příloze práce.

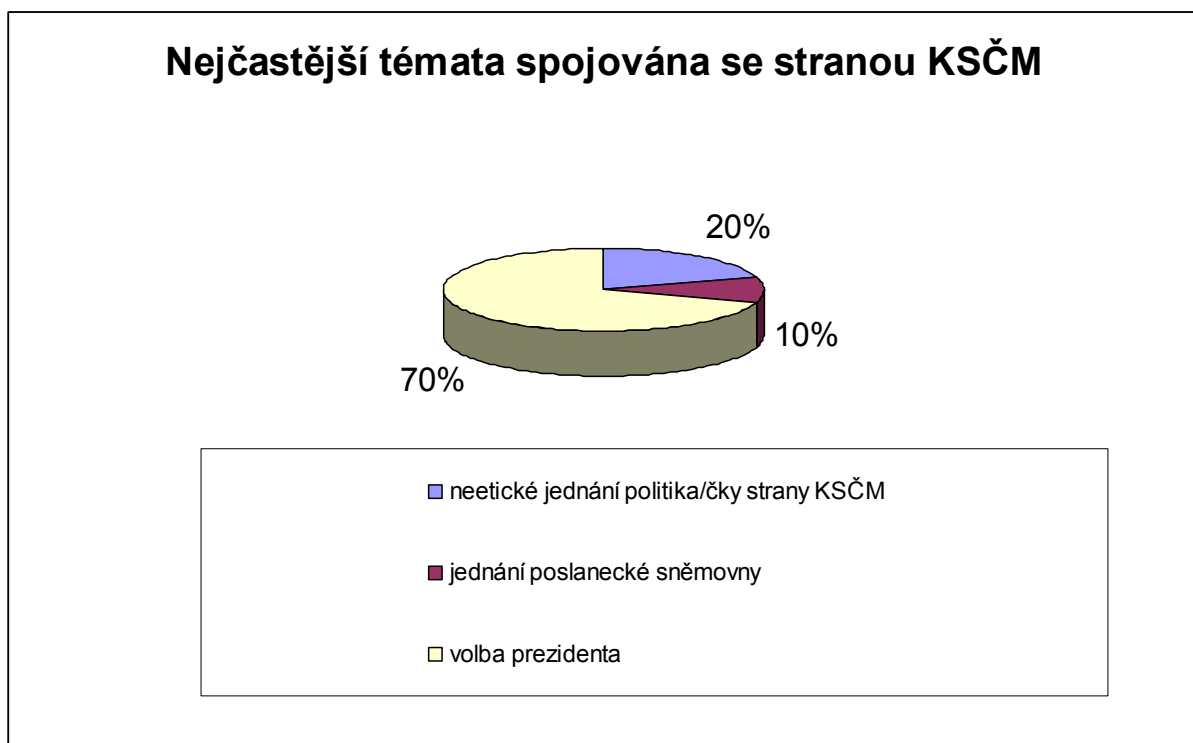
Graf 5. Procentuální vyjádření zastoupení jednotlivých témat ve spojitosti s politickou stranou SZ



Zdroj: vlastní výzkum

Jak už bylo několikrát řečeno, strana KSČM byla v analyzovaných článcích zmiňována jen minimálně. Tomu tedy odpovídá i počet témat spojených se stranou. 70% bylo věnováno volbě prezidenta, 20% se týkalo neetického jednání politika nebo političky KSČM a 10% témat souviselo s jednáním poslanecké sněmovny (viz. Graf 6).

Graf 6. Procentuální vyjádření zastoupení jednotlivých témat ve spojitosti s politickou stranou KSČM

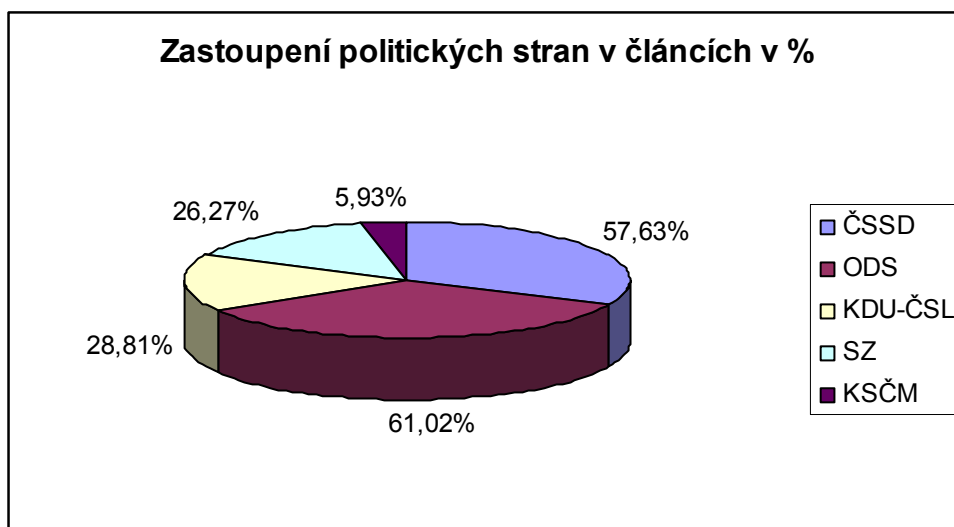


Zdroj: vlastní výzkum

3.3.3.1.3. Politická strana o níž je v článku zmínka

Tato analytická proměnná ukazuje, kolikrát se Martin Zvěřina věnuje té které politické straně. Pro zodpovězení výzkumných otázek ještě není tato proměnná natolik stěžejní, neboť to, že mluví autor o určité straně ještě neodpovídá na to, jak o ní mluví, zda v pozitivním či negativním smyslu. Tomu se budu věnovat následně. Přesto se ale autor více věnuje straně ODS a SZ (více než KDU-ČSL), což by mohlo naznačovat, že pravicová politika dostává více prostoru (viz. Graf 7).

Graf 7. Výskyt jednotlivých politických stran v analyzovaných článcích



Zdroj: vlastní výzkum

3.3.3.1.4. Aktéři v článku

Zde jsem zkoumala, jaké osobnosti české politické scény se v článku objevují.

V nejvíce článcích se objevovaly členové a členky ODS, konkrétně v 59 článcích (50%), druhými nejčastějšími aktéry byli členové a členky ČSSD, objevili se v 50 článcích (42,4%). Členové a členky KDU-ČSL byli zastoupeni celkem ve 29 článcích (24,6%). Na čtvrtém místě co do počtu aktérů je SZ s 28 články (23,7%). Nejméně se Martin Zvěřina věnoval KSČM, o aktérech této strany se zmínil jen ve 4 článcích (3,4%).

V této proměnné mě kromě samotných politiků a političek zajímaly také osoby, které jsou spojovány s některou z politických stran, to znamená že buď jsou to poradci politické strany nebo bývalí členové či členky nebo šlo o osoby, které byly se stranou spojeny v rámci odhalení v nějaké kauze apod. Zde je výsledek u ČSSD a ODS shodný, osoby spojené s těmito stranami se vyskytovali v 10 článcích k ODS a v 10 článcích k ČSSD (obojí ve výsledku 8,5%).

3.3.3.1.5. Celkové ladění článku

Tato část je z hlediska výpovědi pro analýzu velmi důležitá. Tato analytická proměnná říká, jak článek vyznívá pro určitou politickou stranu, zda pozitivně, negativně, neutrálně nebo zda je ladění ambivalentní. Tato proměnná se dále rozpadá na celkové ladění článku vzhledem k ČSSD, ODS, KDU-ČSL, SZ a vzhledem ke KSČM. Vysvětlení, podle čeho chápu, co je pozitivní, negativní apod. uvádím v kódovacích instrukcích, které jsou přílohou práce.

Analyzovala jsem každou stranu zvlášť, tudíž mohu dodat podrobné výsledky o tom, kolik článků bylo pro tu danou stranu pozitivních, negativních, neutrálních nebo ambivalentních.

Ke straně ČSSD bylo nejvíce článků laděno negativních, a sice 52 článků, což 77,6 % Ambivalentně laděných bylo 8 článků, tedy 11,9%. Neutrálních článků bylo 6, to odpovídá 8,9% a nejméně bylo pozitivně laděných článků - byl pouze 1, to je 1,5%.

K ODS bylo také nejvíce článků negativních, celkem v 39 článcích, tedy v 52,7%. Druhým nejčastějším je ladění neutrální, které jsem našla v 18 článcích, což je 24,3%. Následovalo ladění ambivalentní, a to ve 13 článcích, to je 17,6%. Nejméně pak bylo článků s pozitivním laděním, a to 4, což převedeno na procenta je 5,4%.

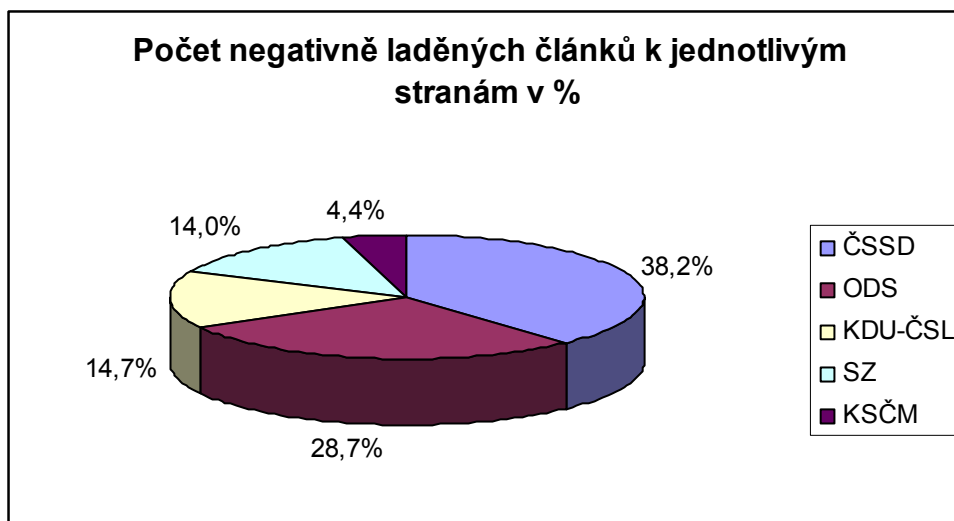
Celkové ladění článku vzhledem ke KDU-ČSL bylo nejvíce negativní, objevilo se ve 20 článcích, tedy v 55,6%. Neutrálně laděných článků bylo celkem 12, to je 33,3%, 3 články byly ambivalentní, to odpovídá 8,3%. A pozitivně laděný byl 1 článek, tedy 2,8%.

Ke Straně zelených napsal komentátor 19 negativně laděných článků, což je 52,8%. 10 článků bylo laděno neutrálně - 27,8%. Ambivalentních článků bylo 6, to znamená 16,7%. A opět 1 článek měl pozitivní ladění - 2,8%.

Ke KSČM se komentátor příliš nevyjadřoval. Celkově ale bylo 6 článků negativně laděných, to odpovídá 66,7%. Neutrální byly 2 články - 22,2% a ambivalentní 1 článek - 11,1%. Pozitivně nebyl laděný ani jeden článek.

Kromě výsledků k jednotlivým stranám prezentuji ještě souhrnné grafy. Z těch se dá přehledně vyčíst, kolik procent článků bylo negativně laděných v poměru k jednotlivým politickým stranám. K ČSSD bylo celkově negativních článků 38,2%, k ODS 28,7%, ke KDU-ČSL 14,7%, ke SZ 14% a ke KSČM 4,4% (viz. Graf 8).

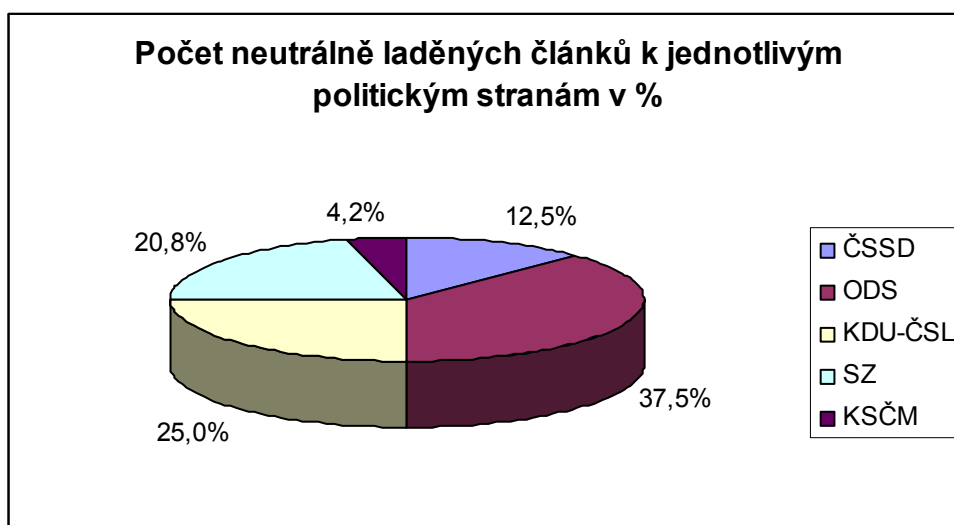
Graf 8. Procentuální vyjádření negativně laděných článků k politickým stranám.



Zdroj: vlastní výzkum.

Neutrálně laděných článků bylo vzhledem k ČSSD 12,5%, k ODS 37,5%, ke KDU-ČSL 25, ke SZ 20,8% a ke KSČM 4,2% (viz.Graf 9).

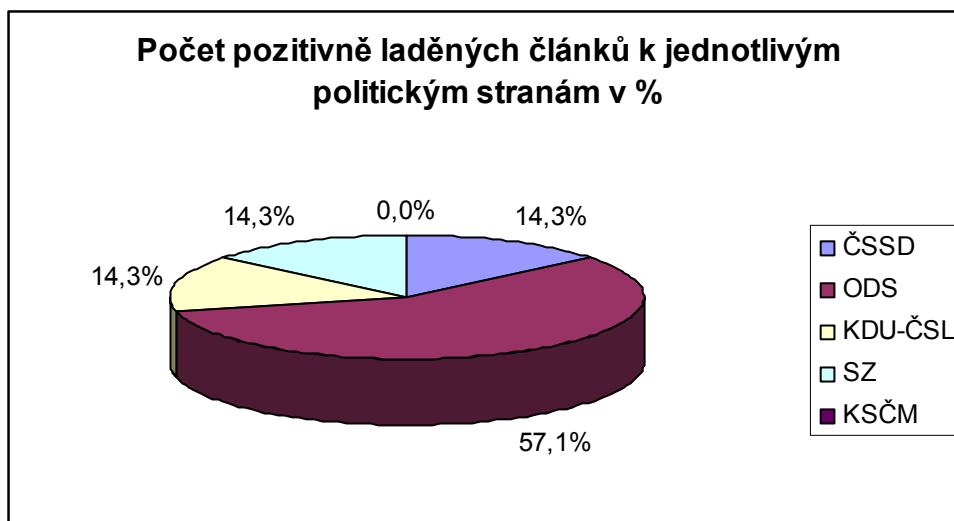
Graf 9. Procentuální vyjádření neutrálně laděných článků k politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum.

Co se týká pozitivně laděných článků, vzhledem k ČSSD se jich v analyzovaném vzorku objevilo 14,3%, k ODS 57,1%, ke KDU-ČSL 14,3%, ke SZ 14,3% a ke KSČM nebyl žádný pozitivně laděný článek (viz. Graf 10).

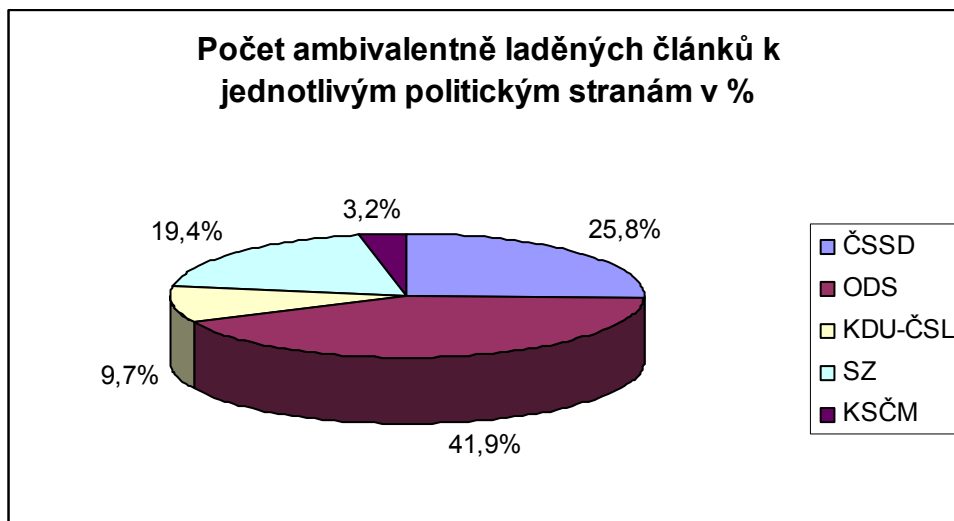
Graf 10. Procentuální vyjádření pozitivně laděných článků k politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum.

Ambivalentně laděné články se vzhledem k ČSSD vyskytovaly ve 25,8%, vzhledem k ODS ve 41,9%, k KDU-ČSL v 9,7%, ke SZ v 19,4% a vzhledem ke KSČM v 3,2% (viz.Graf 11).

Graf 11. Procentuální vyjádření ambivalentně laděných článků k politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum.

Z těchto grafů je patrné, že ačkoli většina článků směřuje ke kritice (což je u komentářů vlastně časté a předpokládané), je rozdíl v počtu negativně laděných článků u jednotlivých politických stran. Podle výše prezentovaných výsledků je zřejmé, že počet negativně laděných článků převládá vůči stranám na levé straně politického spektra, zatímco pozitivní, neutrální a ambivalentní na pravé straně. To je už první ukazatel toho,

kam autor svým smýšlením směřuje, že je spíše zaměřen napravo a své názory také tak předkládá čtenářům deníku.

3.3.3.1.6.Charakter argumentů/zmínek v článku vzhledem k politické straně a jejich počet

Zde se již dostávám k otázkám, které jsou důležité pro výsledky mojí analýzy z hlediska vyváženosti. Podle této analytické proměnné jsem zjišťovala, jakou povahu mají argumenty nebo zmínky v souvislosti s politickou stranou a zároveň jejich počet. Podkategoriemi jsou argumenty pozitivní, negativní, ambivalentní a jsou zkoumány vzhledem k politické straně ČSSD, ODS, KDU-ČSL, SZ a KSČM. Klíč, podle kterého jsem postupovala, je v kódovacích instrukcích v příloze celé práce.

Vzhledem ke straně ČSSD se objevilo v článcích celkem 241 negativních argumentů (75,8%), 40 neutrálních argumentů (12,6%), 34 ambivalentních (10,7%) a pozitivní argumenty byly v celkovém počtu jen 3 (0,9%).

Co se týče strany ODS, opět bylo nejvíce negativních argumentů, tentokrát v počtu 163 (56,2%). Dále bylo 69 neutrálních argumentů (23,8%), 31 ambivalentních (10,7%) a o moc méně nebylo ani pozitivních argumentů – 27 (9,3%).

KDU-ČSL přiřadil komentátor 82 negativních argumentů (66,1%), 19 neutrálních (15,3%), 17 ambivalentních argumentů (13,7%). Pozitivních argumentů bylo 6 (4,8%).

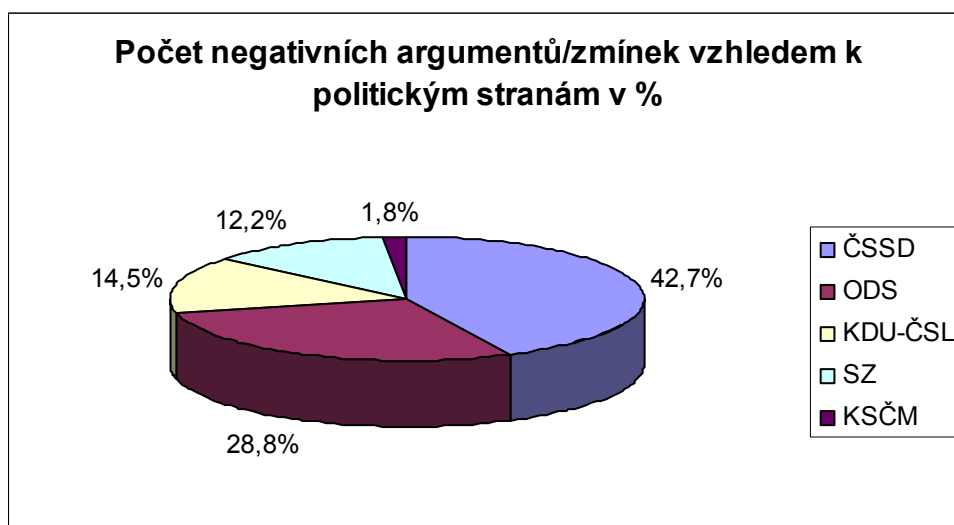
U Strany zelených z analýzy vyšlo 69 negativních argumentů (63,3%), 24 neutrálních argumentů (22%), 9 ambivalentních (8,3%) a 7 pozitivních (6,4%).

U KSČM v článcích bylo 10 negativních argumentů (43,5%), 8 neutrálních (34,8%), 1 ambivalentní (4,3%) a 4 pozitivní argumenty (17,4%).

Opět jsem u této proměnné udělala souhrn veškerých argumentů podle jejich charakteru a vyhodnotila to podle politických stran, abych dostala jasnou podobu argumentů v závislosti na politických stranách.

Z toho vyplynulo, že vzhledem k ČSSD bylo 42,7% negativních argumentů, zatímco k ODS jen 28,8%. 14,5% negativních argumentů bylo použito ke KDU-ČSL, ke SZ 12,2% a ke KSČM 1,8% (viz.Graf 12).

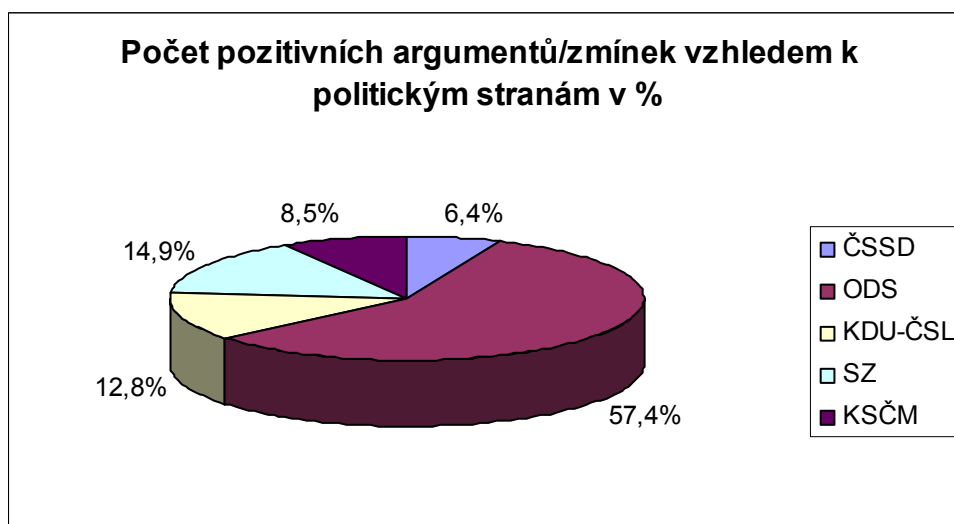
Graf 12. Procentuální vyjádření negativních argumentů/zmínek vzhledem k politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

Co se týče pozitivní argumentace vzhledem k politickým stranám, nejvíce takových argumentů jsme zaznamenala v souvislosti se stranou ODS, a sice 57,4%. Více pozitivních argumentů směřovalo také ke Straně zelených – 14,9% a ke KDU-ČSL. KSČM měla 8,5% pozitivních argumentů a ČSSD 6,4% (viz. Graf 13).

Graf 13. Procentuální vyjádření pozitivních argumentů/zmínek vzhledem k politickým stranám

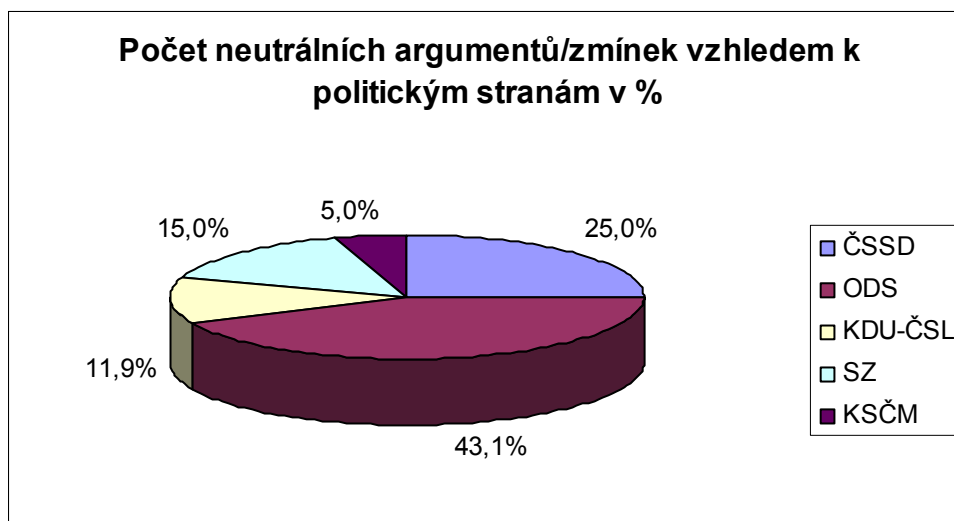


Zdroj: vlastní výzkum

Z výzkumu dále vyplynul počet neutrálních argumentů. K ODS jich bylo celkem 43,1%, k ČSSD 25%. Pro SZ hovoří 15% neutrálních argumentů, pro KDU-ČSL 11,9% a pro KSČM 5% (viz. Graf 14).

Graf 14. Procentuální vyjádření neutrálních argumentů/zmínek vzhledem k

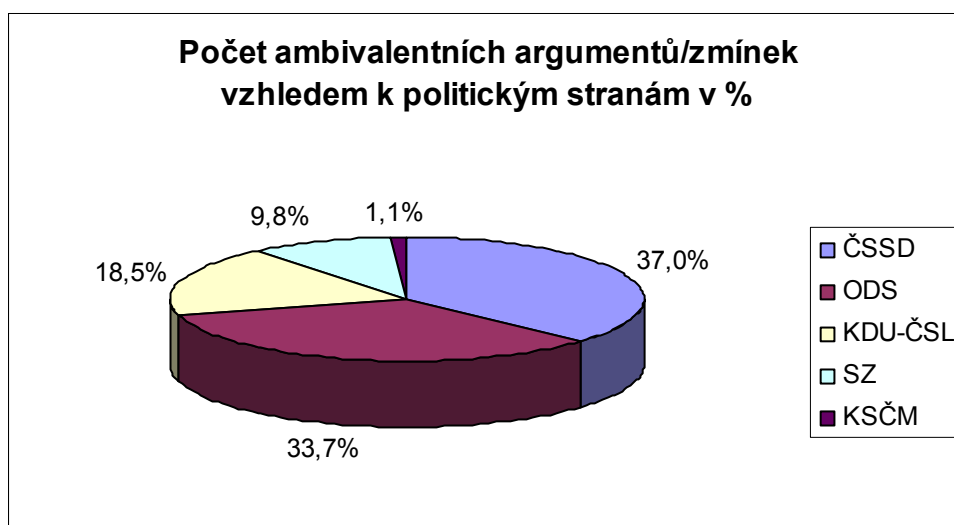
politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

Ambivalentní argumenty se z 37% vyskytovaly u ČSSD, z 33,7% u ODS. 18,5% ambivalentních argumentů se vztahovalo směrem ke KDU-ČSL, 9,8% ke SZ a 1,1% ke KSČM (viz. Graf 14).

Graf 15. Procentuální vyjádření ambivalentních argumentů/zmínek vzhledem k politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

3.3.3.1.7. Výskyt citací

Tato analytická proměnná říká, zda se v článku vyskytly nějaké citace a v kolika člancích to bylo. Citace se používají pro vzbuzení pocitu vyváženosti a snahy o objektivitu. Celkem se v analyzovaném vzorku vyskytlo 15,8% citací (viz. Tabulka 1).

Tabulka 1. Výskyt citací ve člancích

výskyt citací	počet článků
ano	19
ne	101

Zdroj: vlastní výzkum

3.3.3.1.8. Citace

Pokud se v článku citace vyskytly, je důležité říci, kdo byl citován. Jestli členové nebo příznivci některé politické strany (a tedy které) nebo experti, prezident či veřejnost. U citací je důležité si všimnout toho, kdo je citován. Jako experty na danou problematiku jsem brala politology, sociology, ekonomy apod. Zde je ale třeba být obzvlášť ostražití, protože například experti často nebývají neutrální – pokud jsou třeba ze soukromého sektoru, spíše mají tendenci stranit neoliberálním názorům a tedy stranám na straně politického spektra. Stejně tak nebývají neutrální ani politologové. Citace prezidenta jsem zařadila proto, že prezident by měl být nadstranický, ovšem o Václavu Klausovi víme, že byl dříve dlouhá léta předsedou strany ODS, nyní je jejím čestným členem a sympatizantem. Tato analytická proměnná se tedy snažila najít odpovědi na otázky z analýzy ohledně vyváženosti.

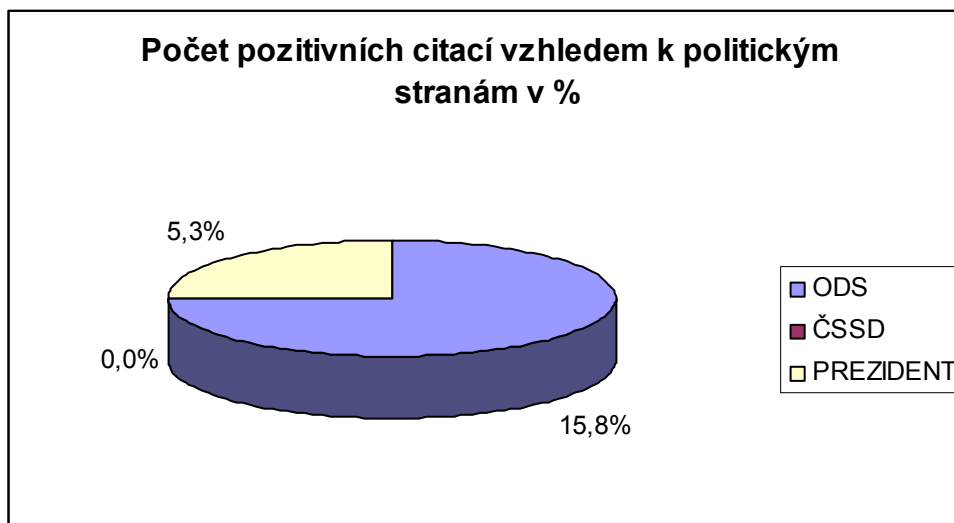
Před analýzou jsem si myslela, že autor bude používat mnohem víc citací. Nakonec se ale objevily jen v malém množství článků a převážně šlo o citace samotných politiků, kteří se v článku vyskytovali. Z mého analyzování vyplynulo, že nejvíce byly citováni členové a příznivci strany ČSSD – jejich citací bylo 9 (7,6%), 4 citace byly od členů a příznivců ODS (3,4%), 3 citace od expertů na danou problematiku a po jedné citaci bylo od členů a příznivců SZ a od prezidenta (0,6%). Vesměs všechny citace byly používány směrem k ODS nebo k ČSSD, jedna pak směřovala přímo k prezidentovi.

3.3.3.1.9. Vyznění citací

Zde se ukazuje, jakým způsobem zmiňované citace vyznívají pro politickou stranu. Opět jsem proměnnou rozdělila na podkapitoly pozitivní, neutrální, negativní a ambivalentní, a to ve vztahu k ČSSD, ODS, KDU-ČSL, SZ, KSČM a k prezidentovi. V kódovacích instrukcích vysvětluji, co podle mě znamená, že vyznívají pozitivně, negativně, neutrálně nebo ambivalentně.

S povahou citací se to má tak, že pozitivních citací směřujících k ODS bylo 15,8%, k ČSSD žádná a k prezidentovi 5,2% (viz. Graf 16).

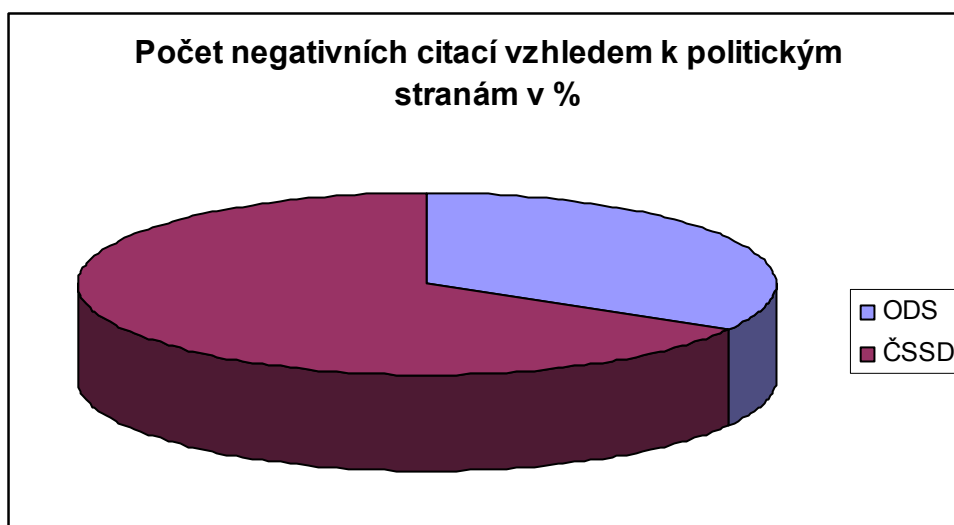
Graf 16. Procentuální vyjádření počtu pozitivních citací vzhledem k politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

Negativních citací bylo vzhledem k ODS zaznamenáno 10,5%, vzhledem k ČSSD 21,1% (viz. Graf 17).

Graf 17. Procentuální vyjádření počtu negativních citací vzhledem k politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

5,3% bylo neutrálních citací k ODS, k ČSSD je to 10,5%.

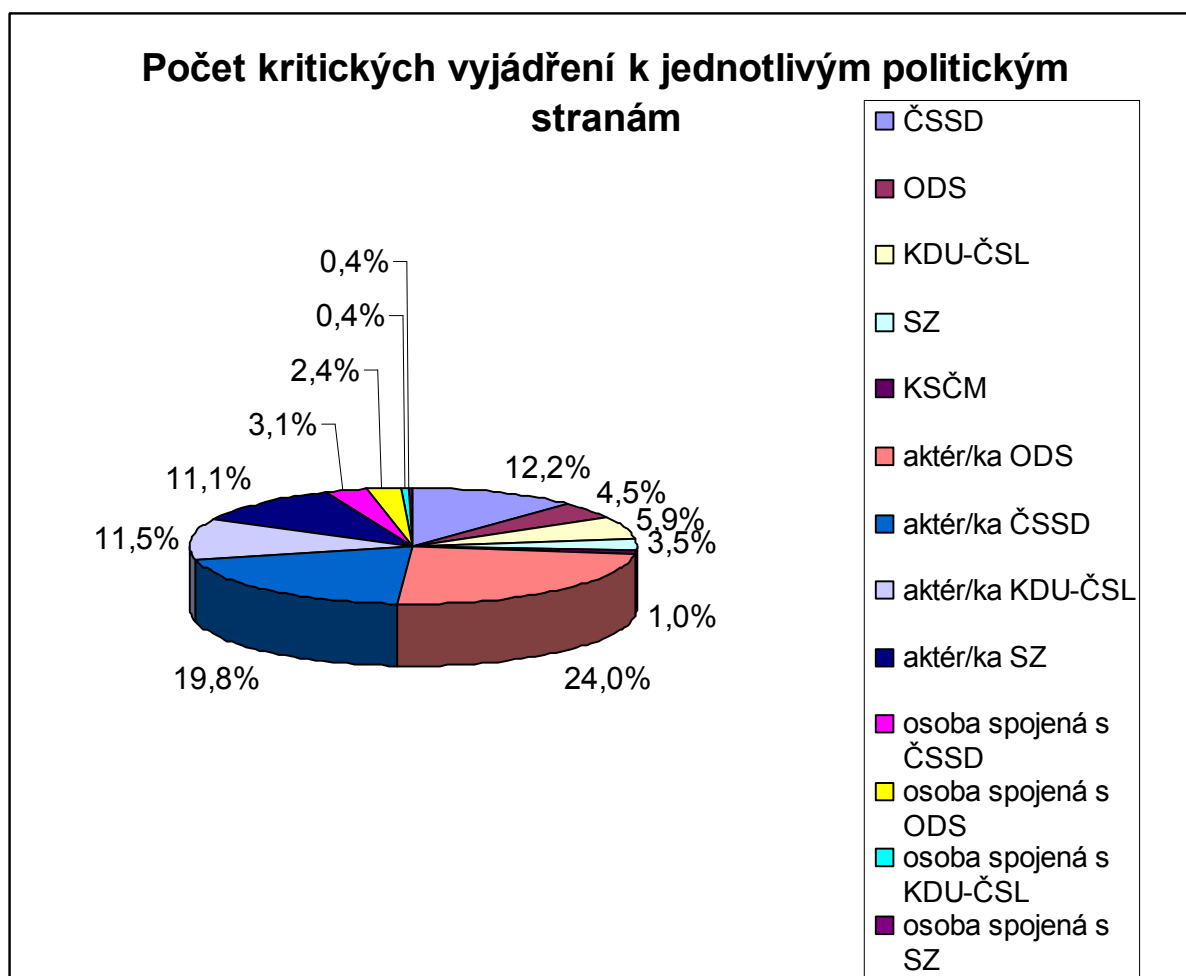
Ambivalentní citace se vyskytovaly směrem k ODS z 5,3% a směrem k ČSSD z 15,8%.

3.3.3.1.10. Povaha autorova vyjádření v článku

Ke komu nebo k čemu zaujímá autor kritický nebo pochvalný postoj, zda k některé politické straně či přímo osobě spojené s politickou stranou. Vysvětlení pojmu „kritické vyjádření“ opět uvádím v kódovacích instrukcích. Tato proměnná zároveň sleduje, kolikrát se vyskytla v článku kritika, pochvala, negativní nebo pozitivní hodnocení autora vzhledem k politické straně nebo osobě, která je s danou politickou stranou spjatá.

Kriticky se autor vyjadřoval nejvíc k aktérům strany ODS – v článcích se objevilo 69 kritických vyjádření (24%), pak k aktérům ČSSD, a to 57krát (19,8%), následuje 35 kritických vyjádření ke straně ČSSD (12,2%). 33 kritických vyjádření se objevilo ve spojitosti s aktéry KDU-ČSL (11,5%) a 32 ve spojení s aktéry SZ (11,1%). V článcích se vyskytovala také kritika osob spojených s ODS – celkem 7krát (2,4%) a osob spojených s ČSSD – takových kritik bylo v článcích 9 (3,1%). Ostatní výsledky nekomentuji, protože dosahují malých procentuálních výsledků, ale dokládám je v grafu (viz. Graf 18).

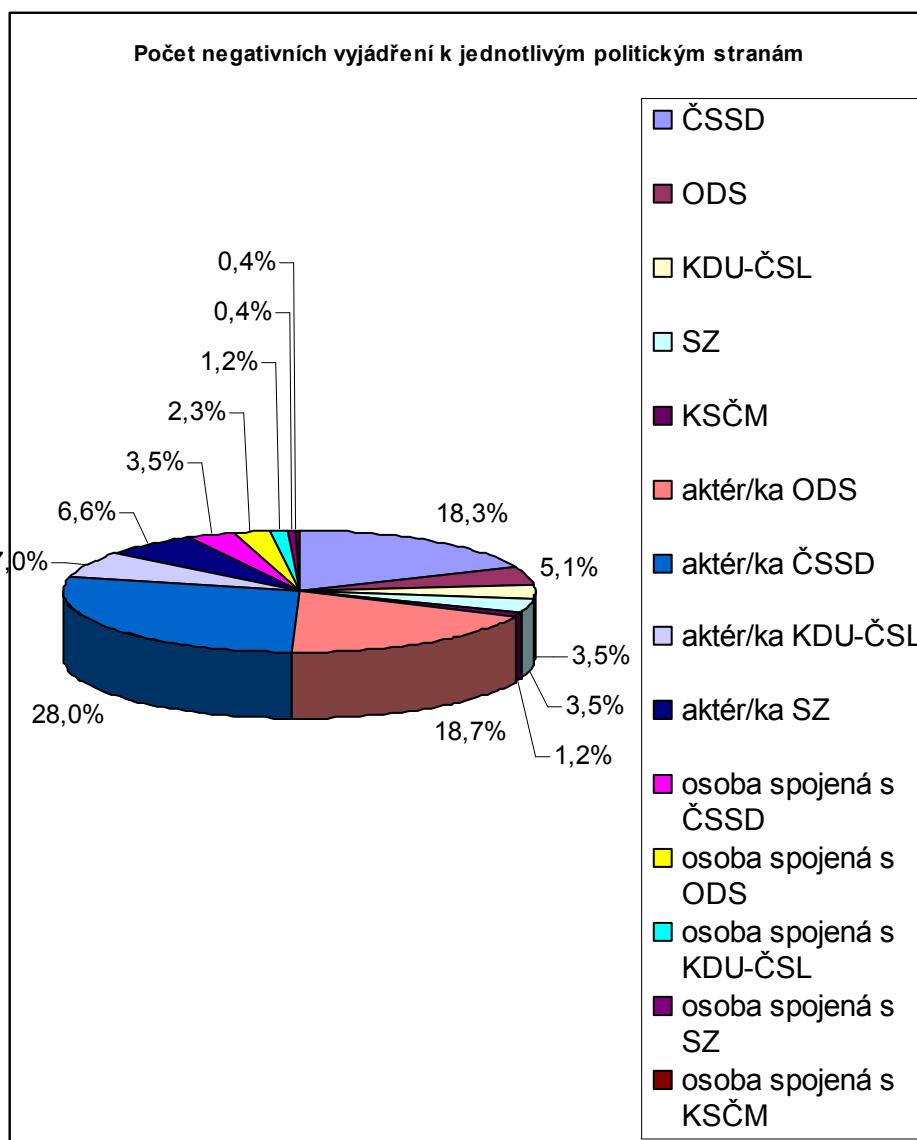
Graf 18. Procentuální zastoupení kritických vyjádření k politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

Co se týče počtu negativních vyjádření, převládala v článku vyjádření k aktérům ČSSD – bylo jich 72 (28%), následovalo 48 negativních vyjádření k aktérům ODS (18,7%) a 47 negativních vyjádření ke straně ČSSD (18,3%). Za zmínku dále ještě stojí 18 negativních vyjádření vzhledem k aktérům strany KDU-ČSL (7%), k aktérům SZ bylo 17 negativních argumentů (6,6%) a 13 ke straně ODS (5,1%). Ostatní opět uvádím v podrobném grafu (viz. Graf 19).

Graf 19. Procentuální zastoupení negativních vyjádření k politickým stranám

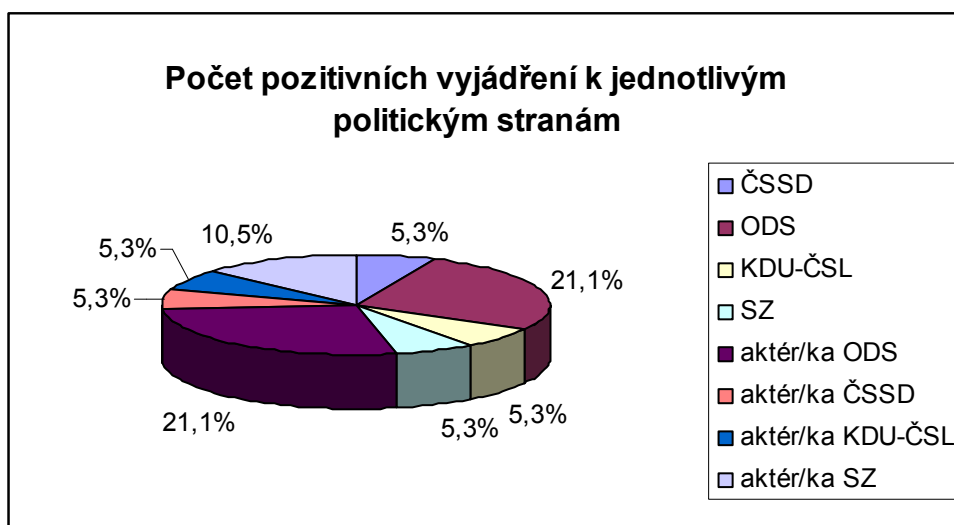


Zdroj: vlastní výzkum

Komentátor se ve svých článcích občas vyjádřil i pozitivně, a to zejména ke straně ODS a k jejím aktérům, shodně se objevily 4 pozitivní vyjádření (21,1%). 2 pozitivní vyjádření se vztahovala k aktérům SZ (10,5%) a po jednom pak ke straně ČSSD, KDU-

ČSL, SZ, k aktérům ČSSD a KDU-ČSL (viz. Graf 20).

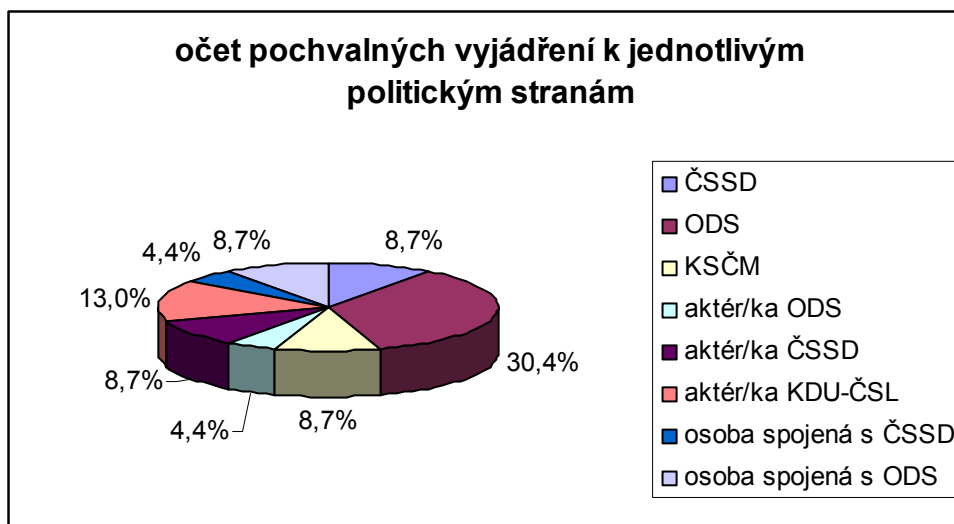
Graf 20. Procentuální zastoupení pozitivních vyjádření k politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

Pochvalně se komentátor vyjadřoval především ke straně ODS – 7krát (30,4%), 3krát se objevilo pochvalné vyjádření i k aktérovi KDU-ČSL (13%). 2krát pochválil také osoby spojené se stranou ODS. Překvapivě pochvalně se Martin Zvěřina 2krát vyjádřil i ke straně KSČM (8,7%), stejně tak k ČSSD a k aktérům ČSSD. Osoby spojené s ČSSD a aktéři strany ODS chváleni moc nebyli, pochvalné vyjádření se vzhledem k nim objevilo jednou (4,4%) (viz. Graf 21).

Graf 21. Procentuální zastoupení pochvalných vyjádření k politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

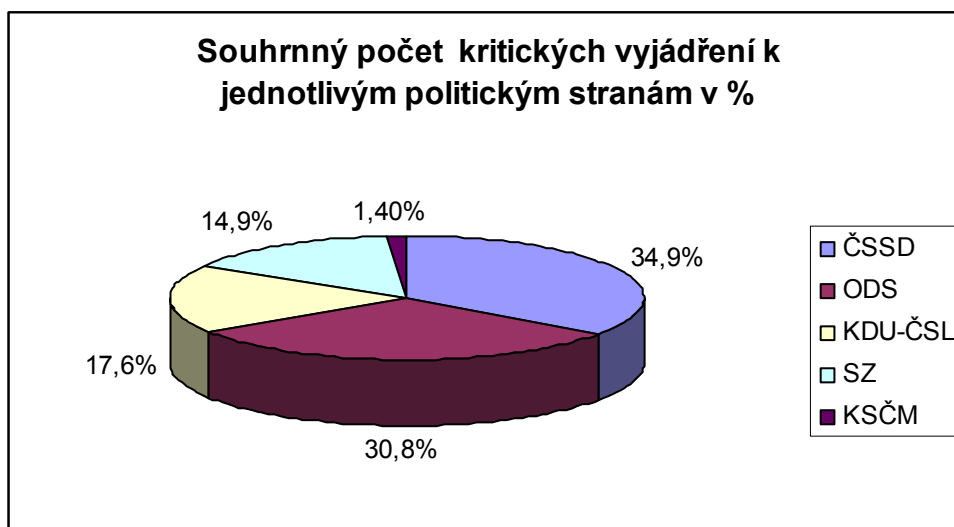
Výsledky z této proměnné jsem ještě shrnula. Dala jsme dohromady vyjádření k politickým stranám, aktérům a osobám, které jsou se stranou nějakým způsobem spjaté a dostala jsem výstup, který hovoří o souhrnném procentuálním zastoupení

vyjádření k té které politické straně, tedy celkový počet kritických, negativních, pozitivních nebo pochvalných vyjádření.

Vyšlo mi tedy, že vzhledem k ČSSD bylo celkově v článkách použito 54,2% negativních vyjádření, 42,8 kritik, pochvalných vyjádření bylo 2,1% a pozitivních 0,8%. Pro stranu ODS bylo 50% kritických vyjádření, 37,6% negativních, 6,7 pozitivních a 5,6% pochvalných vyjádření. Kriticky se autor stavěl ke straně KDU-ČSL z 59,3%, negativně ze 34,9%, pochvalně z 3,5% a pozitivně z 2,3%. Strana zelených byla kritizována z 56,6%, negativní vyjádření se ke SZ objevilo z 35,5%, pochvalné a pozitivní shodně z 3,9%. Strana KSČM měla na svém kontě celkem 45,5% negativních vyjádření, 36,4% kritických vyjádření, 18,2% pochvalných a žádná pozitivní vyjádření.

Pro ucelení tohoto výstupu jsem ještě vyhodnotila procentuální zastoupení jednotlivých typů vyjádření ku politickým stranám, abych tak dostala celkový obraz podle jednotlivých politických stran. Z toho pak vyšlo, že kriticky se Martin Zvěřina nejvíc vyjadřoval ke straně ČSSD, z 34,9%, pak k ODS, z 30,8%. Následovalo kritické vyjádření vzhledem ke KDU-ČSL, konkrétně z 17,6%, ke SZ z 14,9% a ke KSČM z 1,4% (viz. Graf 22).

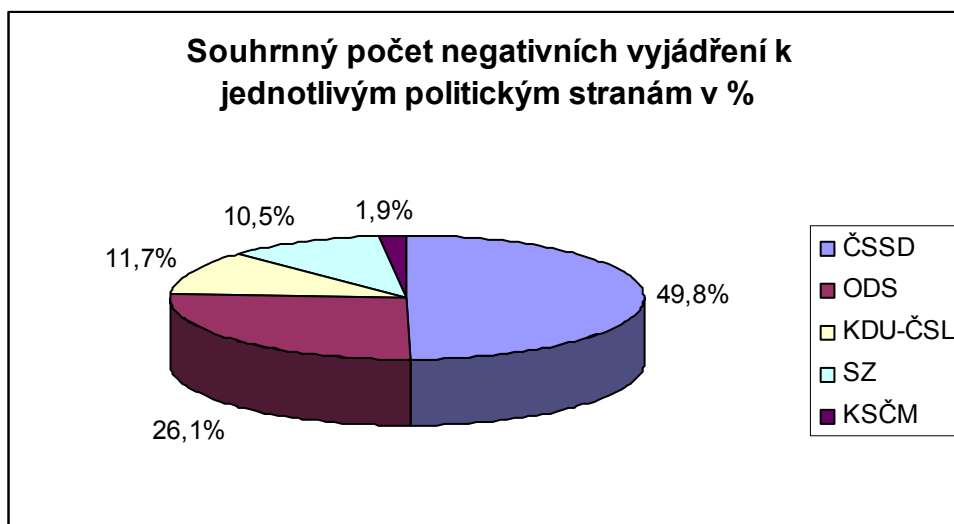
Graf 22. Procentuální zastoupení kritických vyjádření vzhledem k jednotlivým politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

Negativně se komentátor vyjadřoval ze 49,8% ke straně ČSSD, z 26,1% k ODS, z 11,7% ke KDU-ČSL. Ke Straně zelených se objevilo 10,5% negativních vyjádření a ke KSČM 1,9% (viz. Graf 23).

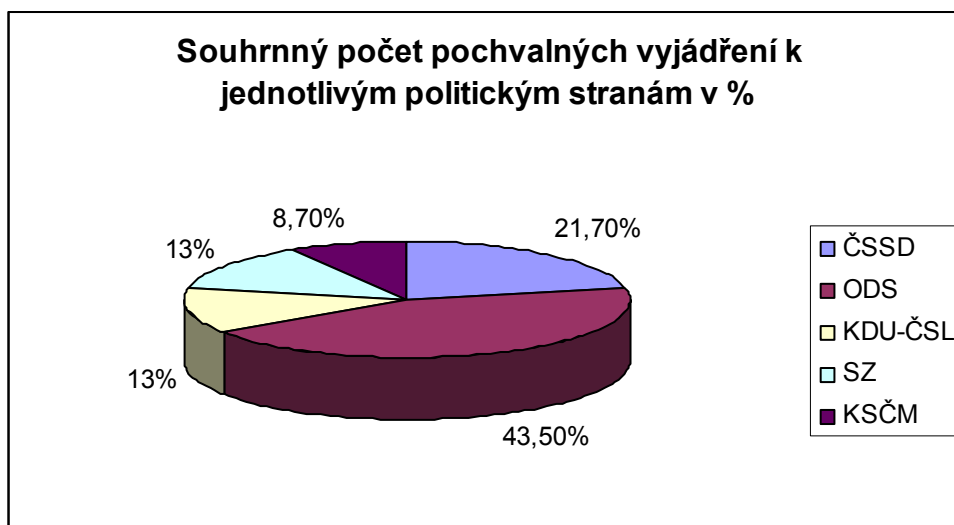
Graf 23. Procentuální zastoupení negativních vyjádření vzhledem k jednotlivým politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

Hodnoty pochvalných a pozitivních vyjádření byly u jednotlivých stran takřka v opačném poměru. Nejvíce pochvalných vyjádření bylo pro stranu ODS, a to 43,5%, pro stranu ČSSD 21,7%. Pro SZ a KDU-ČSL jsme zaznamenala shodně 13% pochvalných vyjádření a pro KSČM 8,7% (viz. Graf 24).

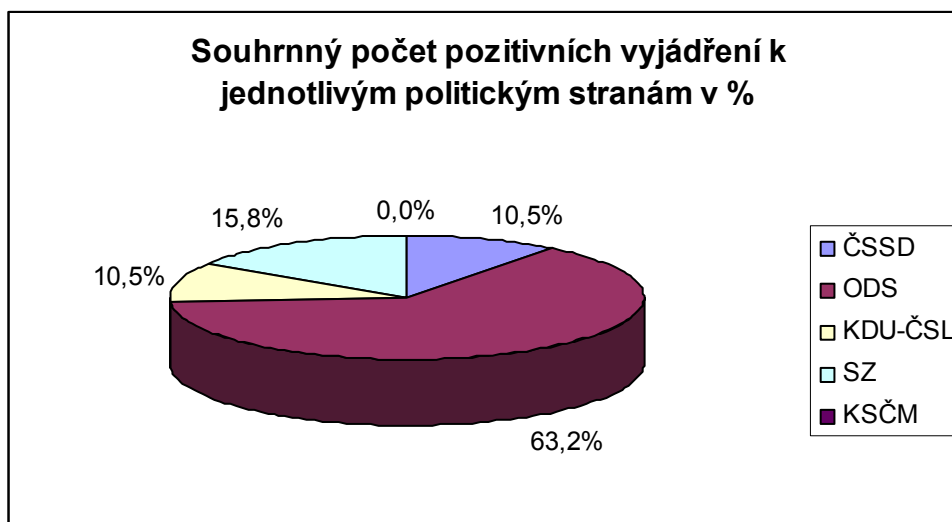
Graf 24. Procentuální zastoupení pochvalných vyjádření vzhledem k jednotlivým politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

Co se týče pozitivních vyjádření, zde je rozdíl ještě více markantní. 63,2% totiž hovořila pro ODS, zatímco pro ČSSD jen 10,5%. Ke SZ bylo 15,8% pozitivních vyjádření a pro KDU-ČSL 10,5%. Ke KSČM nebyla žádná taková vyjádření (viz. Graf 25).

Graf 25. Procentuální zastoupení pozitivních vyjádření vzhledem k jednotlivým politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

Z výše uvedených výsledků je patrné, že komentáře jsou pozitivně směřované jednoznačně k pravicovým stranám, zatímco negativně k levicovým stranám. Zde se tedy zdá, že původní domněnka, o zaměření komentátora, potažmo celého denníku, jakožto pravicově orientovaného, se potvrzuje.

3.3.3.1.11. Označení předsedy strany

Zde se ukazuje, jak je označován v článku předseda politické strany. Tato analytická proměnná je rozdělena na předsedu strany ČSSD, ODS, KDU-ČSL, SZ a KSČM. Tuto analýzu jsem doplňovala až na základě pročitání jednotlivých článků a rovnou jsem vypisovala každé označení, které bylo spjato s osobou předsedy některé politické strany.

Nejvíce přízvisek měl v analyzovaných článcích předseda ČSSD Jiří Paroubek. Převažovala označení jako pan Paroubek, pan předseda, opoziční lídr či předseda strany. Martin Zvěřina však nešetřil ani velmi barvitými označeními jako např. aktér skandálu, indisponovaný politik, patron úplatkářů nebo opoziční výtečník. Konkrétní označení a počty (viz. Tabulka 2).

Tabulka 2. Označení předsedy strany ČSSD Jiřího Paroubka, která se vyskytovala v analyzovaných komentářích

označení předsedy ČSSD Jiřího Paroubka	počet výskytů jednotlivých označení
aktér skandálu	1
boss sociálních demokratů	1
bývalý koaliční partner	1
dobrá kmotr (gaunerů)	1
indisponovaný politik	1
Jiří Paroubek	1

kmotr Džordžino	1
lídr ČSSD	1
okoralé srdce šéfa opozice	1
opoziční lídr	4
opoziční výtečník	2
opozičník	1
pan	1
pan Paroubek	12
pan poslanec	1
pan předseda	5
páně Paroubkovo	1
patron úplatkářů	1
pojítka aktérů	1
politik známý svou bezohledností a arogancí	2
propagátor	1
předseda ČSSD	5
předseda Paroubek	1
předseda strany	3
rodinný příznivec Kočků	1
rozjařený vítěz voleb sršící arogancí	1
stranický boss	1
strážce politické morálky	1
šéf ČSSD	2
šéf Lidového domu	1
šéf opozice	2
šéf Paroubek	1
ten Paroubek	1
údajný ochránce pracujících	1
veleúspěšný Jiří Paroubek (ironicky)	1
vůdce tlupy "všichni proti ODS"	1

Zdroj: vlastní výzkum

Jako druhý byl nejvíce titulovaný předseda strany KDU-ČSL Jiří Čunek. Ten byl nejčastěji označován jako pan Čunek. Konkrétní funkce jako předseda strany nebo ministr pro místní rozvoj se objevovalo pouze jedenkrát. Po jednom bylo také označení jako král paštikářů, panensky čistý předseda (myšleno ironicky), vsetínský guru. Podrobně opět (viz. Tabulka 3).

Tabulka 3. Označení předsedy strany KDU-ČSL Jiřího Čunka, která se vyskytovala v analyzovaných komentářích

označení předsedy KDU-ČSL Jiřího Čunka	počet výskytů jednotlivých označení
předseda	1
aféra Čunek	1
Čunek	1
další člen kabinetu	1
hlava Lidovců	1
jeden lokální vsetínský politik	1
konzervativní politik	1
král paštikářů	1
který se vyšvihl do vlády	1
lidovecký předseda	1
ministr pro místní rozvoj	1
místopředseda vlády	1
pan	3
pan Čunek	6
panensky čistý předseda (ironicky myšleno)	1
politik Čunek	1
předseda	2
předseda Čunek	1
předseda lidovců	1
předseda strany	1
ve světě konzervativního JČ	1
vsetínský guru	1

Zdroj: vlastní výzkum

Předseda ODS Mirek Topolánek si příliš označení nevysloužil, a když už, tak byla vesměs neutrální – nejvíce se s jeho osobou vyskytovalo spojení premiér, předseda vlády. Negativně byl označen jedenkrát jako zástupce stupidních lidí v parlamentu nebo jako osoba převlečená za Topolánka. Podrobně (viz. Tabulka 4).

Tabulka 4. Označení předsedy strany ODS Mirka Topolánka, která se vyskytovala v analyzovaných komentářích

označení předsedy ODS Mirka Topolánka	počet výskytů jednotlivých označení
geniální vyjednaváč	1
nemilovaný Topolánek (Klausem)	1
osoba převlečená za Topolánka	1
pan premiér	1
pan předseda vlády	1
pan Topolánek	2
pán z ODS	1
politik	1
premiér	13
premiér Topolánek	2
předseda	1
předseda vlády	2
šéf ODS	1
Topolánek	1
ústavní činitel	1
zástupce stupidních lidí v parlamentu	1
znalec	1

Zdroj: vlastní výzkum

Posledním často označovaným předsedou byl předseda SZ Martin Bursík. U něj se nejvíce objevovala neutrální přízviska jako ministr Bursík, předseda, politik. Konkrétní označení a jejich počet (viz. Tabulka 5).

Tabulka 5. Označení předsedy strany SZ Martina Bursíka, která se vyskytovala v analyzovaných komentářích

označení předsedy SZ Martina Bursíka	počet výskytů jednotlivých označení
Bursík	1
je za hlupáka	1
Martin Bursík	1
ministr Bursík	1
místopoředseda vlády Bursík	1
pan Bursík	2
pán ze Strany zelených	1
politik	1
předák koalice	1
předseda	1
ústavní činitel	1
zástupce	1
zelený předseda	1
znalec	1

Zdroj: vlastní výzkum

Z této analytické proměnné se dá vyčíst, že nejvíce titulovaným předsedou politické strany byl jednoznačně Jiří Paroubek z ČSSD, a to jak ve smyslu nejvíce veškerých označení, tak ve smyslu největšího počtu negativně zabarvených přízvisek. Naopak nejméně negativní označení se objevilo u Martina Bursíka ze SZ a u Mirka Topolánka z ODS.

3.3.3.1.12. Jaká přídavná jména jsou spojována s politikem

Jedná se o to, jaká přídavná jména jsou s politiky politické strany spojována, zda pozitivní, negativní, nebo neutrální. A opět se jedná o politiky strany ČSSD, ODS, KDU-ČSL, SZ a KSČM. Zajímalo mě také, kolikrát se v článku objevilo pozitivně, negativně nebo neutrálně laděné přídavné jméno ve spojení s politikem některé strany.

Jako první uvádím přídavná jména a označení ve spojení se stranou ČSSD, protože těch Martin Zvěřina vyplodil skutečně velmi mnoho a nešetřil barvitými výrazy. Uvádím je přehledně v tabulce – viz. Tabulka 6.

Tabulka 6. Přídavná jména a označení ve spojitosti s politiky ČSSD

Označení a přídavná jména spojována s politiky ČSSD
Bendlův největší konkurent(Rath)
emisaři ČSSD
bývalý zaměstnanec drah se zjevným politickým talentem (Gross)
hloupější zastupitelé
hloupý Míla (Vlček)
poskoci pana Paroubka
nejzábavnější ústavní činitel
někdejší ministryně školství Petra Buzková
oblíbení politici Buzková a Gross
parta z Lidového domu
oranžová vláda
oranžový bílý kůň
zmodernizovanější ČSSD
Paroubkův severočeský protěž Petr Benda
podnikavý socialista
agresivní řečník
zoufale neúspěšný
rozhazové z ČSSD
sociálnědemokratická expertka paní Čurdová
specialista na kumulování financí(Dryml)
stranická expertka
stranický potěr (mladí sociální demokraté)
tehdejší ministr vnitra Stanislav Gross
výtečník (Jaroslav Palas)
populista
Paroubkovi pohůnci
politický prominent
ti chytřejší a cyničtější
přední představitel opozice
páně Zaorálkových
rudooranžová vláda
středočeský Bendlův vyzyvatel (Rath)
politické dohody ctí jen potud

perpsektivní politik (Benda)
sociálnědemokratický matador
mladí sociální demokraté
exemplární případ člověka
bohatý poslanec
přeběhlíci ČSSD
finačně nejlépe zajištěný koncipient v republice
bývalý komunista (Palas)
mocichtivý bloud
nejmladší představitelé ČSSD
odpadlíci
bývalá naděje ČSSD
oranžoví
ti nejprogresivnější
dezertér Wolf
strážci politické kultury v Lidovém domě
"mladí"
bývalý náměstek ministra zdravotnictví
zrádce
úplatní křiváci

Zdroj: vlastní výzkum

Komentátor nešetřil přídavnými jmény a označeními ani v případě ODS, přesto je takových výrazů o něco méně. Opět je uvádím v tabulce – viz. Tabulka 7.

Tabulka 7. Přídavná jména a označení ve spojitosti s politiky ODS

Označení a přídavná jména spojována s politiky ODS
bezvýznamný Morava
blbej (Morava)
český politik
exhejtman (Bendl)
gubernátoři
Klausův příznivec a exporadce (Boris Šťastný)
ministr nevědění
ministr s máslem na hlavě Ivan Langer
lhář
modří
naivní vejtaha

nejoblíbenější politik v zemi (Bém)
nespolehliví žoldnéři Vlastimila Tlustého
Pavel Bém a jeho modří pudlíci
princiální kritik stavby (vše o Bémovi)
protitopolánkovští spiklenci
reformní ministr (Julínek)
student Langer
dezorientovaná a vystresovaná hysterka (Topolánek)
úspěšný muž
úspěšný muž, pan poslanec
notorický reptal (Tlustý)
podobné typy jako Tlustý či Morava
naš předák
odbojáři
akceschopní cynici
poražený středočeský hejtman Petr Bendl
obhájce sociálního státu(Nečas)
Topolánkův nejistý houf
odpadlík
postavy z němých grotesek
nezištný přítel
je buď příliš hloupý nebo koupený(Hrnčíř)
spoluspiklenci
podporovatel sportu
pověstní političtí pučisté

Zdroj: vlastní výzkum

O poznání méně je pak takových spojení s politiky strany KDU-ČSL. Musíme si ale uvědomit, že počet odpovídá poměru zastoupení stran v jednotlivých člancích. Přehledně tato označení shrnuji v tabulce – viz. Tabulka 8.

Tabulka 8. Přídavná jména a označení ve spojitosti s politiky KDU-ČSL

Označení a přídavná jména spojována s politiky KDU-ČSL
bratři a sestři ve straně
neviditelný ministr Jehlička
koaliční představitelé
nevinný
spolubližní s nižší mozkovou kapacitou
vsetínský čistič (Čunek)
živý poslanec (C. Svoboda)
arcikacíř
protřelý cinik
mizerný manažer

Zdroj: vlastní výzkum

Z označení a přídavných jmen používaných v souvislosti se SZ je více neutrálních a pozitivně laděných – viz. Tabulka 9.

Tabulka 9. Přídavná jména a označení ve spojitosti s politiky SZ

Označení a přídavná jména spojována s politiky se SZ
český politik
pohříchu proslulá jen extravagantními nápady (Džamila Stehlíková)
ekofiškusové
koaliční představitelé
kverulující poslankyně
nejvyšší představitelé Strany zelených
populární ministr (Schwarzenberg)
prozíravý
zkrachovalá ministryně zdravotnictví Emmerová
naš předák
poslanci nejmenší parlamentní strany
mladý a celkem sympatický ministr
zelení
nezištný přítel
iracionální bytosti (označení Zubové a Jakubkové)
pan Liška

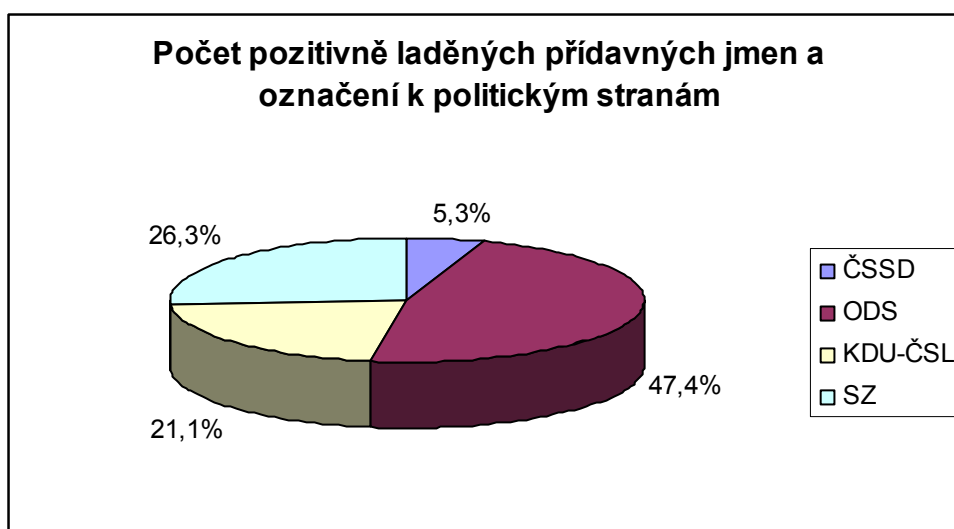
zidealizovaní protijaderní věrozvěstové
podporovatel sportu
typický školní úředník

Zdroj: vlastní výzkum

Konečný výstup z této analytické proměnné je shrnutý do grafů, ze kterých je patrné, jakou část zabíraly v člancích pozitivně, negativně a neutrálně laděná přídavná jména a označení k jednotlivým politickým stranám.

Pozitivně laděná přídavná jména a označení směřovala z 47,4% k ODS, z 26,3% ke SZ, z 21,1% ke KDU-ČSL, zatímco k ČSSD jen z 5,3%. Ke straně ČSSD žádná taková směřována nebyla (viz. Graf 26).

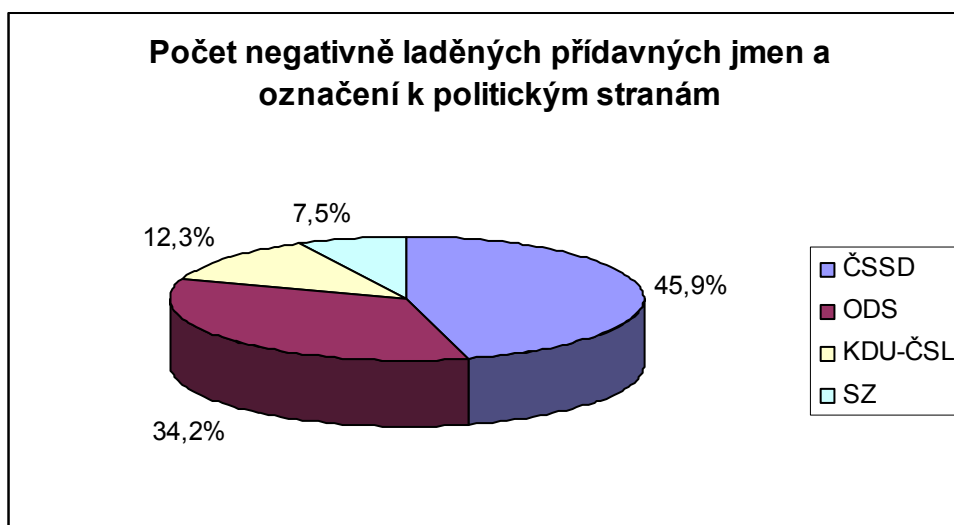
Graf 26. Procentuální vyjádření pozitivně laděných přídavných jmen a označení vzhledem k jednotlivým politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

Negativních přídavných jmen a označení jsem nejvíce zaznamenala v souvislosti se stranou ČSSD – 45,9%. 34,2% pak bylo vzhledem k ODS, 12,3% ke KDU-ČSL a 7,5% ke SZ. Ani zde KSČM nefiguruje (viz. Graf 27).

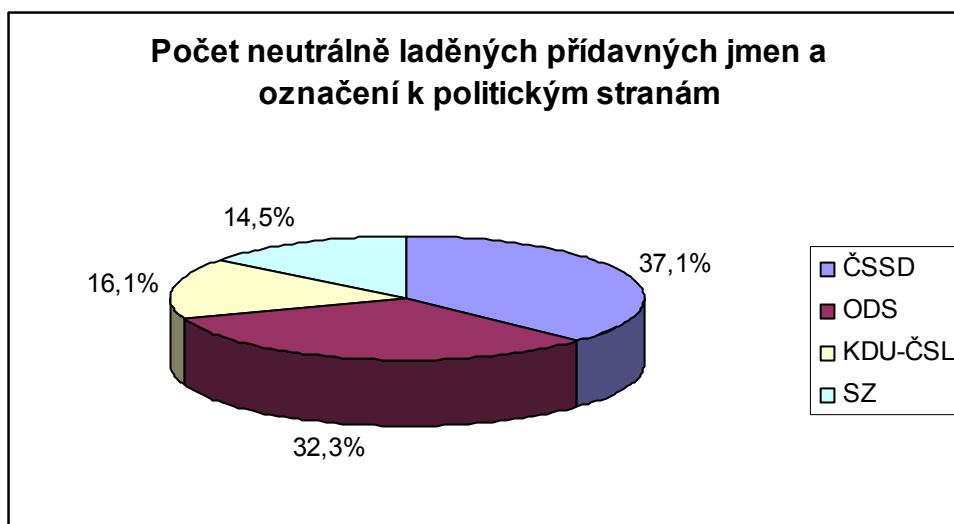
Graf 27. Procentuální vyjádření negativně laděných přídavných jmen a označení vzhledem k jednotlivým politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

Co se týče neutrálně laděných přídavných jmen a označení, tak zde je situace více vyrovnaná ohledně dvou největších stran. Pro ČSSD hovoří 37,1% neutrálně laděných přídavných jmen a označení, pro ODS 32,3%. Vzhledem ke KDU-ČSL jich bylo použito 16,1% a vzhledem ke SZ 14,5%. Opět žádná taková nebyla spojena se stranou KSČM (viz. Graf 28).

Graf 28. Procentuální vyjádření neutrálně laděných přídavných jmen a označení vzhledem k jednotlivým politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

3.3.3.1.13. Jaké kauzy a kolikrát jsou spojovány s politikem některé strany

Kolikrát se v článku objevilo spojení politiků stany s nějakou kauzou a o jaké kauzy šlo. Opět je to rozděleno na strany ČSSD, ODS, KDU-ČSL, SZ a KSČM. Konkrétní kauzy jsem dodávala až v průběhu analýzy.

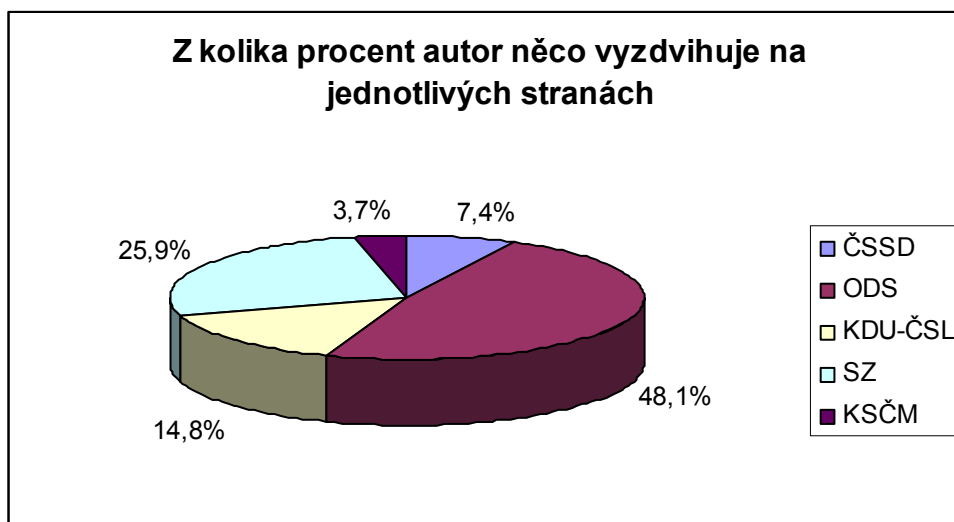
3.3.3.1.14. Co je vyzdvihováno a kritizováno na politických stranách

Zde ukazují, co konkrétně je vyzdvihováno a co je kritizováno na politické straně – zda její program, její členové, vystupování apod. Tuto proměnnou jsem dopisovala během pročítání článků. Rozdělená byla tato proměnná podle jednotlivých stran - ČSSD, ODS, KDU-ČSL, SZ a KSČM.

Výsledky této proměnné jsem shrnula do souhrnného grafu (viz.

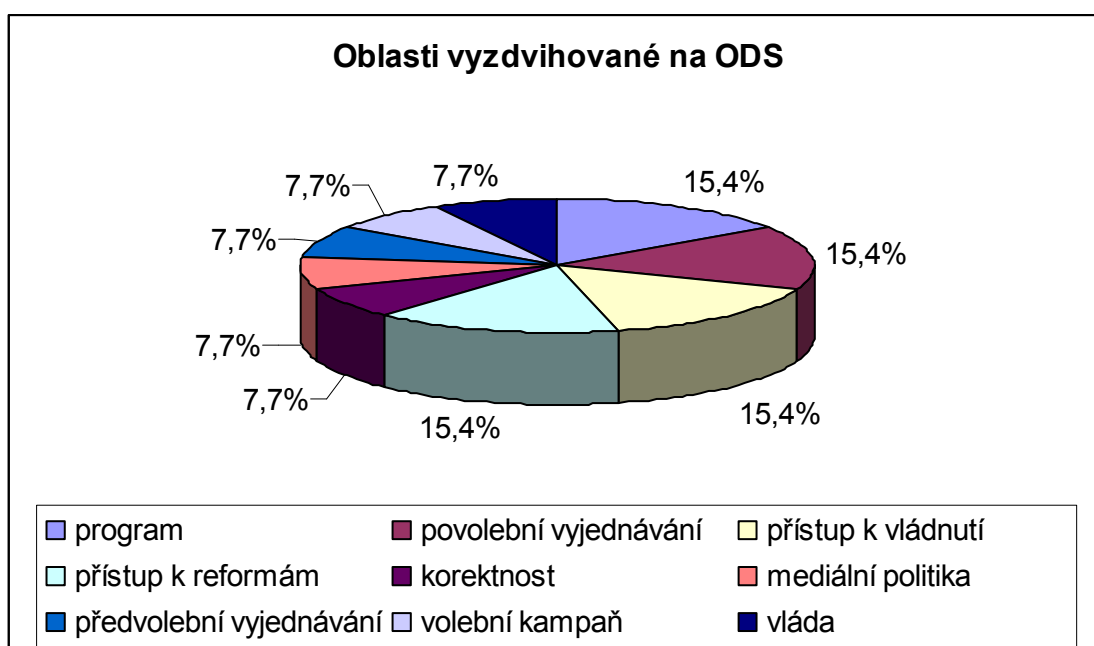
Graf 30), z kterého je patrné, z jaké části komentátor vyzdvihuje něco u které politické strany. Nejlépe z toho vyšla strana ODS, kterou autor v určitých oblastech vyzdvihoval z 48,1%. Martin Zvěřina na straně z 15,4% vyzdvihoval její program, korektnost, přístup k vládnutí, přístup k reformám nebo povolební vyjednávání. Vše konkrétně uvádím v grafu (viz.Graf 30).

Graf 29. Procentuální vyjádření toho, co autor vyzdvihuje na jednotlivých stranách



Zdroj: vlastní výzkum

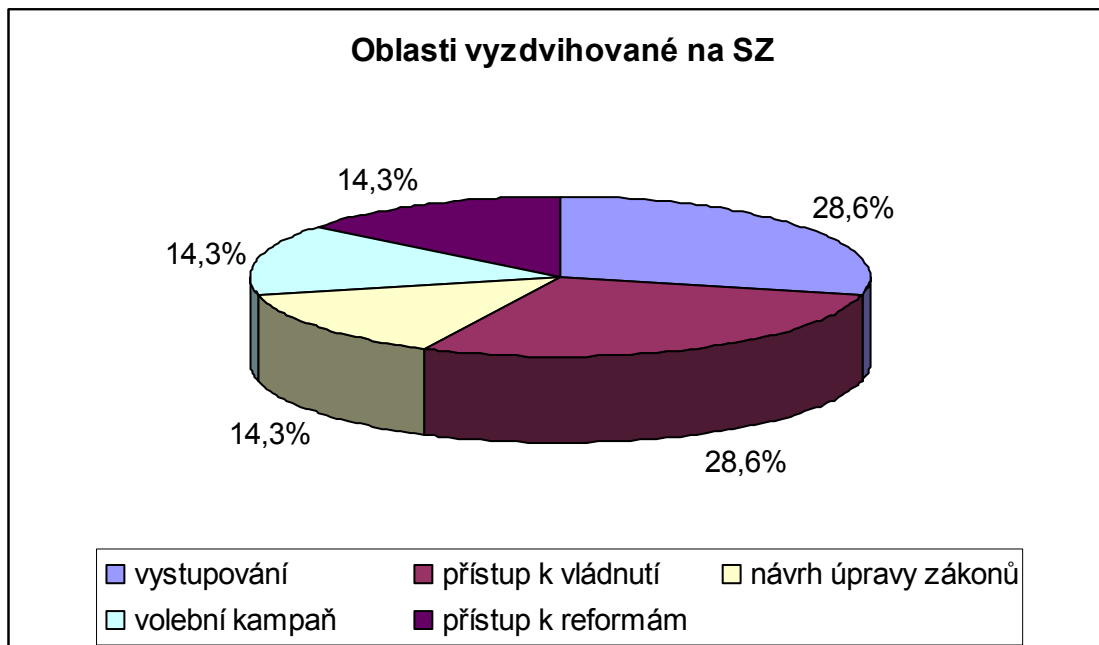
Graf 30. Oblasti, které byly nejvíce vyzdvihované v souvislosti se stranou ODS



Zdroj: vlastní výzkum

Jako druhá skončila SZ s 25,9% (viz. Graf 29). Tady bylo vyzdvihováno vystupování strany nebo jejích členů, přístup ke kauzám, k vládnutí a také volební kampaň Strany Zelených. Vše konkrétně uvádím v grafu (viz. Graf 31).

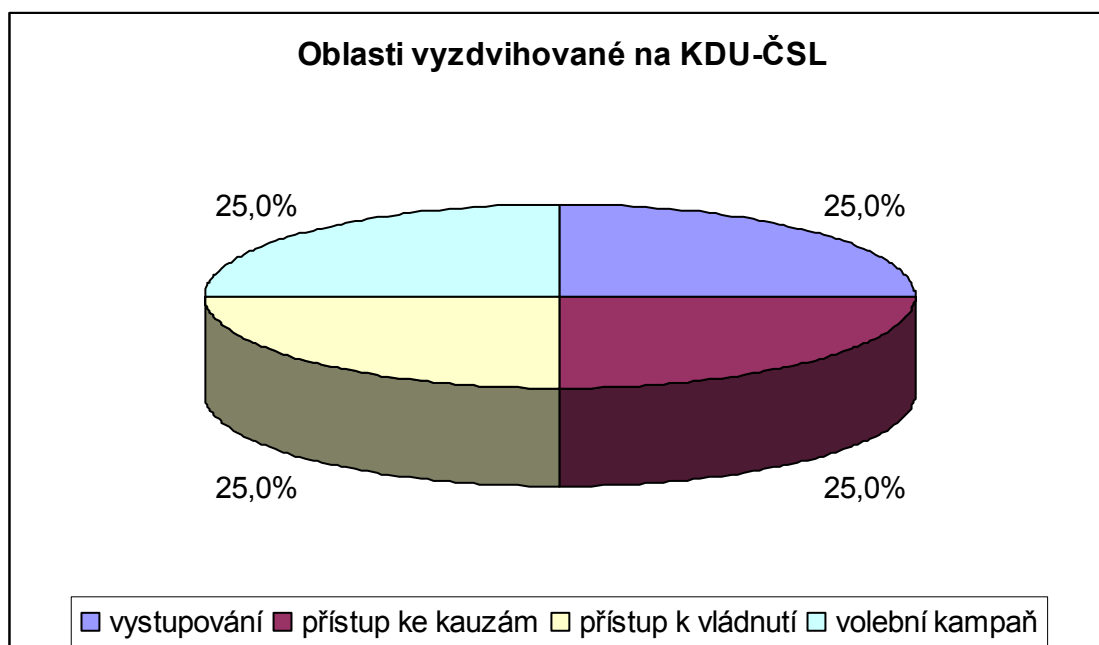
Graf 31. Oblasti, které byly nejvíce vyzdvihoané v souvislosti se stranou SZ



Zdroj: vlastní výzkum

Na straně KDU-ČSL bylo něco vyzdvihoáno ze 14,8% (viz. Graf 29), konkrétně šlo například o vystupování, přístup k vládnutí, přístup ke kauzám a volební kampaň (vše po 25%).

Graf 32. Oblasti, které byly nejvíce vyzdvihoané v souvislosti se stranou KDU-ČSL



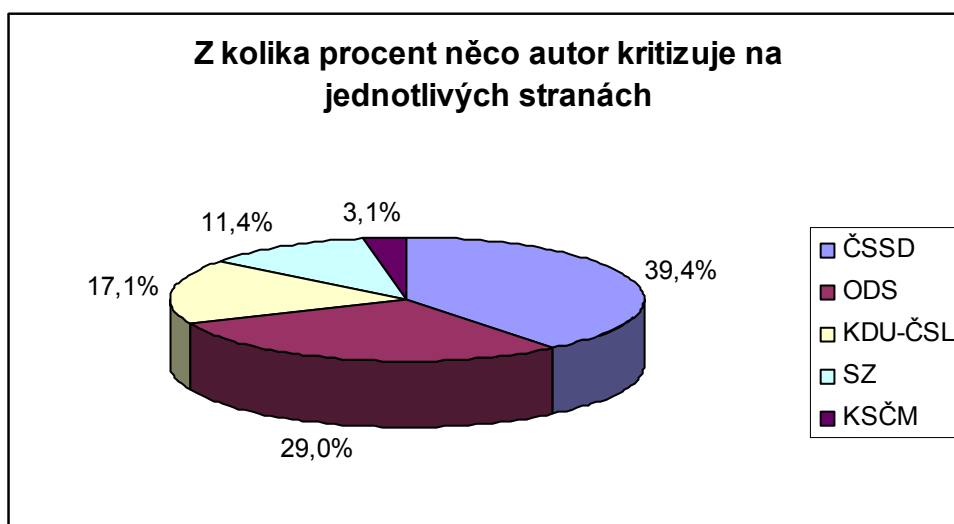
Zdroj: vlastní výzkum

Na straně ČSSD ze 7,4% (viz. Graf 29), jednalo se o vyzdvižení vystupování strany a návrhu úpravy zákonů (obojí po jednom, tedy 50%).

A na straně KSČM z 3,7% (viz. Graf 29), kdy bylo jedenkrát vyzdviženo vystupování jejího politika.

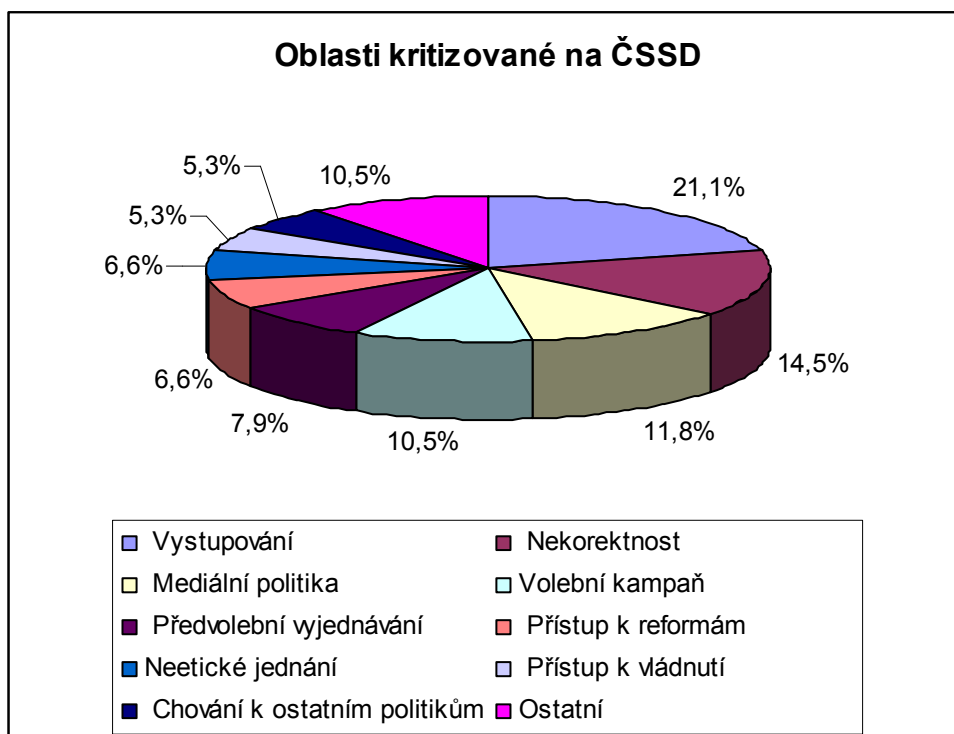
Co se týče kritiky, tedy konkrétně oblastí, které autor na jednotlivých stranách kritizoval, nejvíce procent zabírá strana ČSSD – 39,4%. Z toho pak bylo nejvíce kritizováno vystupování strany nebo jejích členů (21,1%), nekorektní jednání (14,5%), mediální politika (11,8%) nebo např. volební kampaň strany (10,5%). Vše konkrétně uvádím v grafu (viz. Graf 34).

Graf 33. Procentuální vyjádření toho, co autor kritizuje na jednotlivých stranách



Zdroj: vlastní výzkum

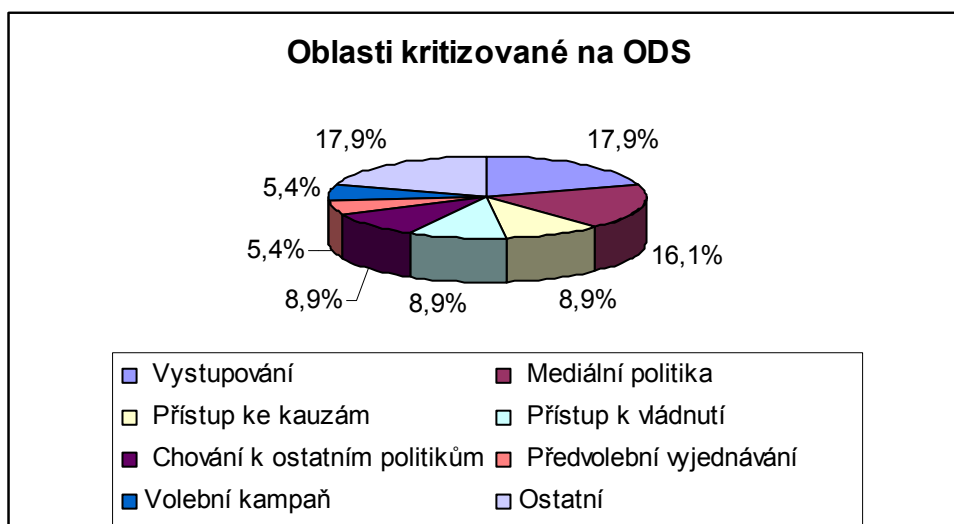
Graf 34. Oblasti, které byly nejvíce kritizované v souvislosti se stranou ČSSD



Zdroj: vlastní výzkum

Oblasti kritizované na straně ODS zabírají celkem 29% (viz. Graf 33). Konkrétně jde o kritiku vystupování strany nebo jejích členů (17,9%), kritiku mediální politiky (16,1%) nebo komentátor kritizoval přístup strany ODS ke kauzám (8,9%) či stejně tak přístup strany k vládnutí (viz. Graf 35). Vše konkrétně uvádím v grafu (viz. Graf 35).

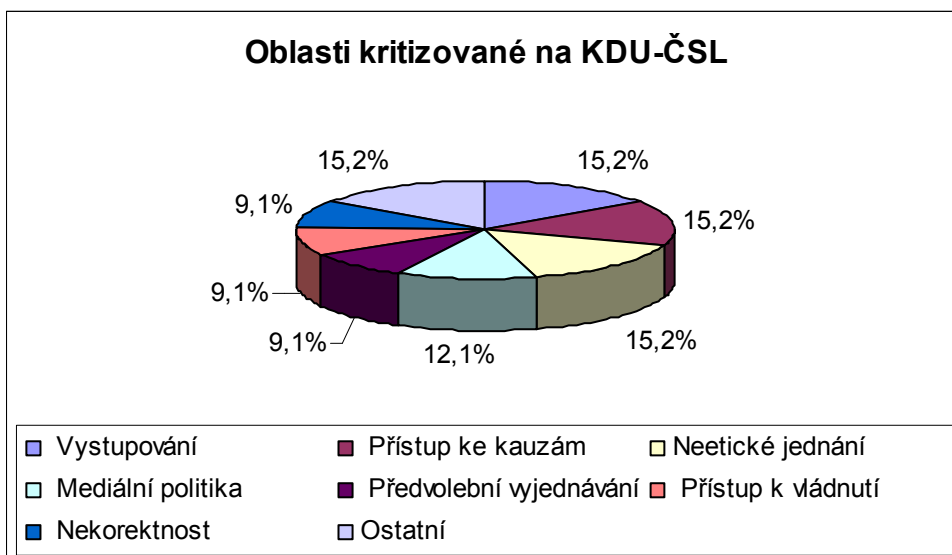
Graf 35. Oblasti, které byly nejvíce kritizované v souvislosti se stranou ODS



Zdroj: vlastní výzkum

Oblasti kritizované na straně KDU-ČSL odpovídají 17,1% (viz. Graf 33). Převážně šlo o kritiku vystupování strany nebo jejích členů (15,2%), dále byl kritizován přístup strany ke kauzám (15,2%), stejně tak i neetické jednání (15,2%) a také mediální politika strany (12,1%). Vše konkrétně uvádím v grafu (viz. Graf 36) a v příloze práce pak dodávám tabulky se všemi kritizovanými oblastmi.

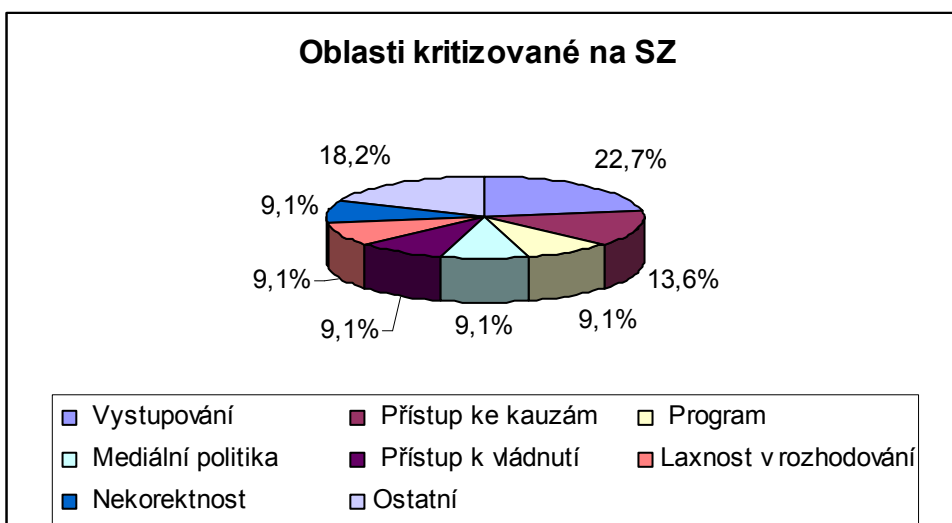
Graf 36. Oblasti, které byly nejvíce kritizované v souvislosti se stranou KDU-ČSL



Zdroj: vlastní výzkum

Strana zelených byla podrobena kritice podle oblastí z 11,4% (viz. Graf 33). Nejvíce kritizované přitom bylo opět vystupování strany nebo jejích členů (22,7%), dále pak přístup ke kauzám (13,6%) nebo program (9,1%). Vše konkrétně uvádím v grafu (viz. Graf 37) a v příloze práce pak dodávám tabulky se všemi kritizovanými oblastmi.

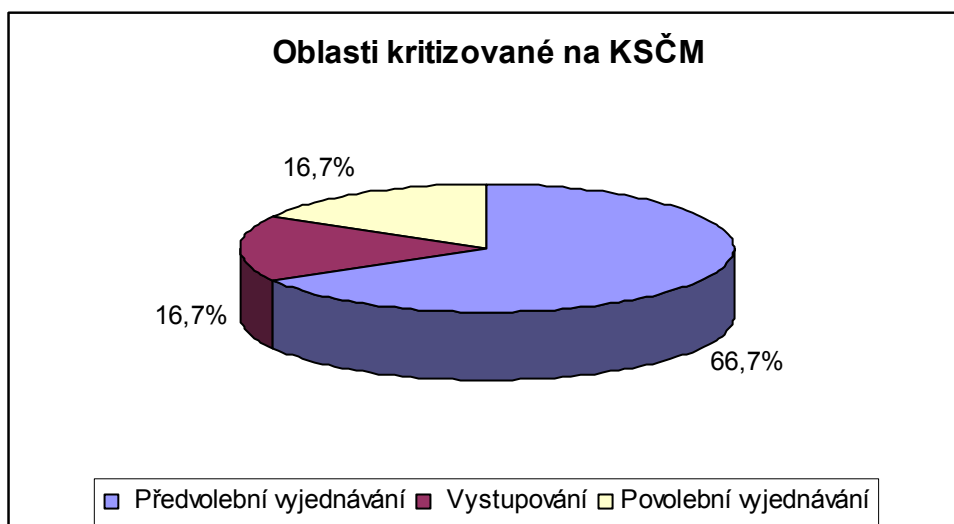
Graf 37. Oblasti, které byly nejvíce kritizované v souvislosti se stranou SZ



Zdroj: vlastní výzkum

A konečně strana KSČM, která, co se týče oblastí, byla kritizována z 3,1% (viz. Graf 33). Předmětem kritiky bylo z největší části předvolební vyjednávání (66,7%), vystupování (16,7%) a následně povolební vyjednávání (16,7%) (viz. Graf 38).

Graf 38. Oblasti, které byly nejvíce kritizované v souvislosti se stranou KSČM



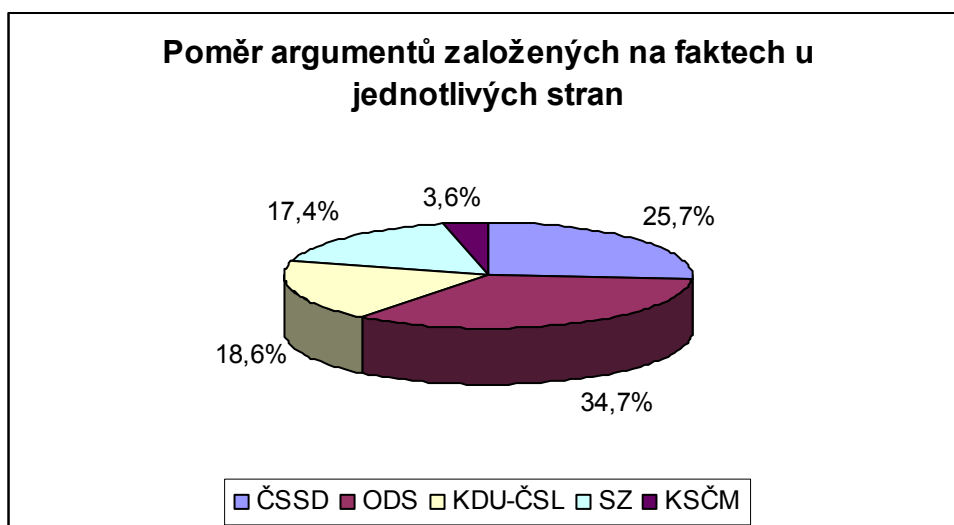
Zdroj: vlastní výzkum

3.3.3.1.15. Charakter argumentace vzhledem k politické straně

Tato analytická proměnná udává, jakého charakteru je argumentace vzhledem k politické straně - ČSSD, ODS, KDU-ČSL, SZ a KSČM. Může být založený na faktech, založen na emocích nebo může být jen nepodložený tvrzením.

CO se týče argumentů založených na faktech, byly nejvíce ve spojení se stranou ODS, a to z 34,7%. Se stranou ČSSD byly takové argumenty spojeny z 25,7%, následovala strana KDU-ČSL, a to z 18,6%, pak SZ se 17,4% a nakonec 3,6% patří ke straně KSČM (viz. Graf 39).

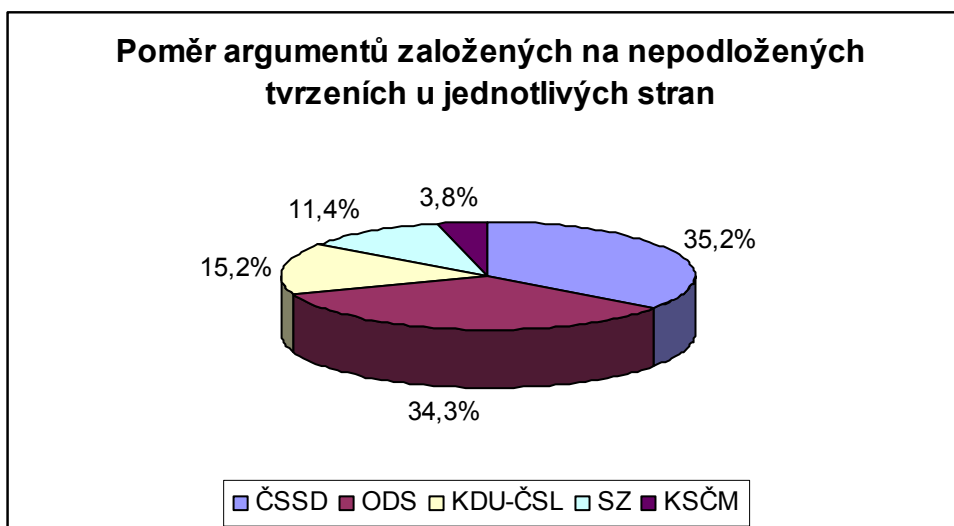
Graf 39. Procentuální vyjádření argumentů založených na faktech ve vztahu k jednotlivým politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

Argumenty, které byly založeny na nepodložených tvrzeních se vyskytovaly nejčastěji u strany ČSSD – 35,2%, hned za ní pak u ODS – 34,3%. Pro KDU-ČSL hovořilo nepodložených tvrzení 15,2%, pro SZ 11,4% a pro KSČM 3,8% (viz. Graf 40).

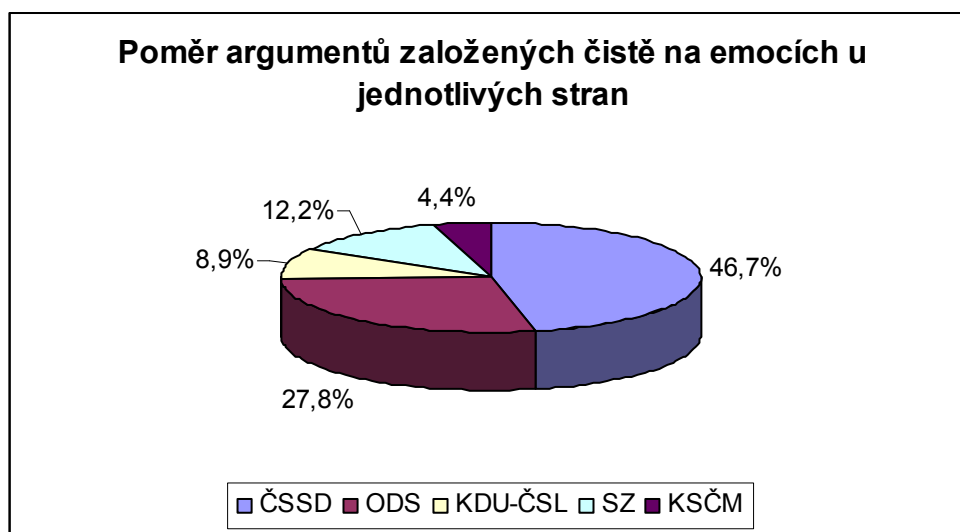
Graf 40. Procentuální vyjádření argumentů založených na nepodložených tvrzeních ve vztahu k jednotlivým politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

Posledním typem argumentů, které mě zajímaly, byly argumenty založené doslova na emocích. Tato vyjádření směřovala převážně ke straně ČSSD – z 46,7%. S 27,8% pak k ODS. Ke SZ se pojily tyto argumenty z 12,2%, ke KDU-ČSL z 8,9% a ke KSČM ze 4,4% (viz. Graf 41).

Graf 41. Procentuální vyjádření argumentů založených na emocích ve vztahu k jednotlivým politickým stranám



Zdroj: vlastní výzkum

3.3.4. Shrnutí výsledků analýzy

Analyzovala jsem tedy celkem 118 článků typu komentáře předního komentátora deníku Lidové noviny Martina Zvěřiny, časové rozmezí článků bylo od ledna 2008 do prosince 2008. Analyzovala jsem pouze články, ve kterých se autor vyjadřoval přímo k politice.

Z analýzy se dá usoudit, že Martin Zvěřina skutečně inklinuje k pravému politickému spektru a tak se také snaží své názory předkládat veřejnosti. Přestože jde o komentáře a ty jsou názorům autora nakloněny, byla zde patrná tendence příliš často kritizovat a negativně se vyjadřovat k levicovým stranám. Přestože kritika i negativní reakce směřovaly i k pravici, nebyly v takové míře a v takovém razantním provedení jako u levicových stran.

Podle těchto výsledků se dá tedy říci, že se prvotní domněnka potvrdila, tedy že deník Lidové noviny se opravdu profiluje jako noviny pravicového zaměření a ve své publicistické oblasti to dávají jasně najevo. Tím můžu také odpovědět na výzkumnou otázku, kterou jsem si položila na začátku, tedy zda je denník nestranný a vyvážený. Soudě podle zkoumaných komentářů tedy vyplývá, že se soustředí především na jednu stranu politického spektra, tedy na tu pravicovou a soustředí se na ní ve smyslu pozitivnějším nebo neutrálnějším než ve spojení s levicovými stranami. Proto se podle mě nejedná o vyvážené a nestranné noviny.

3.3.5. Další možné rozšíření analýzy

Tato obsahová analýza může sloužit jako podklad pro další analýzu deníku, popřípadě i dalších deníků, která by opět mohla zkoumat nestrannost Lidových novin, popřípadě jiných deníků. Bylo by zajímavé pro srovnání analyzovat články dalších komentátorů Lidových novin a pokračovat by se dalo také analýzou zpravodajského obsahu novin. Na té by bylo velmi zajímavé to, zda bychom došli ke stejným závěrům jako v případě analyzovaných komentářů. To by bylo dobré vypracovat např. v obdobích, která politickou scénou mohou otřást, jako třeba nadcházející předčasné volby do poslanecké sněmovny. Takováto analýza by si zasloužila ještě větší prostor a ještě větší záběr, proto by mohla být předmětem i diplomové práce.

4. ZÁVĚR

Už na začátku práce jsem uvedla, proč jsem si vybrala právě toto téma bakalářské práce a co jsem si od analyzování deníku slibovala. Cílem tedy bylo pomocí metody obsahové analýzy článků typů komentáře komentátora Lidových novin Martina Zvěřiny zjistit, zda jsou tyto noviny v uveřejňování komentářů vyvážené a zda se u nich dá najít určitá politická orientace.

Musím říci, že jsem k bádání už tedy přistupovala s jistým předpokladem, že najdu komentáře orientované napravo. Ovšem nedokázala jsem si představit, jak v souhrnném měřítku bude tato pravicová orientace markantní. Výrazy a označení, které Martin Zvěřina používá ve svých článcích jsou mnohdy dost ostrá a nevybíravá, hodně emotivně zabarvená. Chápu, že je to jeho styl vyjadřování a čtenáře tím určitě zaujme, ale takováto používá v mnohem větším měřítku v souvislosti s levicovými stranami. Obzvlášť patrné je to u politiků ČSSD, hlavně u předsedy Jiřího Paroubka a u KDU-ČSL, taktéž u předsedy Jiřího Čunka. Stejně tak počet negativních komentářů byl mnohem větší k levicovým stranám než k pravicovým a naopak tomu bylo v případě pozitivních komentářů. Běžně bych si takovýchto výjevů možná ani nevšimla, ale když jsem pročítala takové množství článků, bylo to více než zjevné.

A proto si myslím, že je velmi důležité si uvědomit, jaké informace chceme z médií získat. Měli bychom informace vyhledávat ve více denících, v případě komentářů si přečíst i výplody jiných komentátorů. Tak můžeme z médií dostat vyvážené informace a nenecháme se pak tak snadno médií ovlivnit.

5. LITERATURA

- Disman, Miroslav. 2002. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum.
- Hendl, Jan. 2005. *Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace*. Praha: Portál.
- McQuail, Denis. 2007. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.
- Jiráček, Jan, Barbora Köpplová. 2007. *Média a společnost*. Praha: Portál.
- Thompson, John B. 2004. *Média a modernita*. Praha: Karolinum.
- Schulz, Winfried, Helmut Scherer, Lutz Hagen, Irena Reifová, Jakub Končelík. 2004. *Analýza obsahu mediálního sdělení*. Praha: Karolinum.
- Burton, Graeme, Jan Jiráček. 2003. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister a Principal
- Osvaldová, Barbora a kol. 2004. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*, Praha: Libri.
- Trampota, Tomáš. 2006. *Zpravodajství*. Praha: Portál.
- Russ-Mohl, Stephan, Hana Bakičová. 2005. *Žurnalistika*. Praha: Grada Publishing.
- Burns, Lynette Sheridan. 2004. *Žurnalistika*, Praha: Portál.
- Roth, Jiří. 2005. *Mediální výchova v Čechách – tištěná média*. Praha : Tutor.
- Jandourek, Jan. 2001. *Sociologický slovník*. Praha: Portál.
- Verner, Pavel. 2007. *Úvod do praktické žurnalistiky*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského.
- Verner, Pavel. 2007. *Zpravodajství a publicistika*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského.
- Osvaldová, Barbora. a kol. 2001. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum.
- Reifová, Irena. a kol. 2004. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál.

6. PŘÍLOHY

6.1. Kódovací kniha

Název výzkumu : „Nestrannost českého denního tisku: studie Lidových novin“

Seznam proměnných :

IDENTIFIKAČNÍ PROMĚNNÉ

1. Skupina - Lidové noviny – vybrané komentáře roku 2008
2. Datum vydání

ANALYTICKÉ PROMĚNNÉ

Do kódovací knihy nezahrnuji proměnné jako je plocha článku (v cm²) nebo umístění (titulní strana apod.), protože články čerpám z internetových stránek www.lidovky.cz

- I. Kódovací jednotka : článek – komentář

1. Hlavní téma v článku :

- a. reforma zdravotnictví
- b. reforma školství
- c. reforma veřejných financí
- d. reforma justice
- e. úplatky
- f. finanční podvody
- g. rozkol uvnitř strany ČSSD
- h. rozkol uvnitř strany ODS
- i. rozkol uvnitř strany KDU-ČSL
- j. rozkol uvnitř strany SZ
- k. rozkol uvnitř strany KSČM
- l. sjezd strany ČSSD
- m. sjezd strany ODS
- n. sjezd strany KDU-ČSL
- o. sjezd strany SZ
- p. sjezd strany KSČM
- q. krajské volby
- r. senátní volby

- s. volby do poslanecké sněmovny
- t. zahraniční cesta politika/čky strany ČSSD
- u. zahraniční cesta politika/čky strany ODS
- v. zahraniční cesta politika/čky strany KDU-ČSL
- w. zahraniční cesta politika/čky strany SZ
- x. zahraniční cesta politika/čky strany KSČM
- y. aféra týkající se strany ČSSD
- z. aféra týkající se strany ODS
- aa. aféra týkající se strany KDU-ČSL
- bb. aféra týkající se strany SZ
- cc. aféra týkající se strany KSČM
- dd. zahraniční návštěva
- ee. udělování státních vyznamenání
- ff. osobní život politika/čky ČSSD
- gg. osobní život politika/čky ODS
- hh. osobní život politika/čky KDU-ČSL
- ii. osobní život politika/čky SZ
- jj. osobní život politika/čky KSČM
- kk. neetické jednání politika/čky strany ČSSD
- ll. neetické jednání politika/čky strany ODS
- mm. neetické jednání politika/čky strany KDU-ČSL
- nn. neetické jednání politika/čky strany SZ
- oo. neetické jednání politika/čky strany KSČ
- pp. neetické jednání osoby spojované s ČSSD
- qq. neetické jednání osoby spojované s ODS
- rr. neetické jednání osoby spojované s KDU-ČSL

- ss. neetické jednání osoby spojované s SZ
- tt. neetické jednání osoby spojované s KSČ
- uu. volba prezidenta
- vv. sociální problematika

- ww. veřejnoprávní média
- xx. koaliční schůzka
- yy. program strany
- zz. reforma sociálního systému
- aaa. konference politické strany
- bbb. návrhy změn zákonů
- ccc. radar USA v Česku
- ddd. justice
- eee. jednání poslanecké sněmovny
- fff. události, které hýbou společností
- ggg. armáda
- hhh. předsednictví EU
- iii. ekonomická témata
- jjj. prezidentský úřad
- kkk. vláda

2. Politická strana, o níž je v článku zmínka :

- a. ČSSD
- b. ODS
- c. KDU-ČSL
- d. SZ
- e. KSČM
- f. jiná strana

3. Aktéři v článku :

- a. Členové a členky ČSSD
- b. Členové a členky ODS

- c. Členové a členky KDU-ČSL
- d. Členové a členky SZ
- e. Členové a členky KSČM
- f. Členové a členky jiné strany
- g. Osoby spojené s ČSSD
- h. Osoby spojené s ODS
- i. Osoby spojené s KDU-ČSL
- j. Osoby spojené s SZ
- k. Osoby spojené s KSČM

4. Celkové ladění článku vzhledem k ČSSD:

- a. Pozitivní
- b. Neutrální
- c. Negativní
- d. Ambivalentní
- e. V článku není o straně zmínka

5. Celkové ladění článku vzhledem k ODS:

- a. Pozitivní
- b. Neutrální
- c. Negativní
- d. Ambivalentní
- e. V článku není o straně zmínka

6. Celkové ladění článku vzhledem k KDU-ČSL :

- f. Pozitivní
- g. Neutrální

- h. Negativní
- i. Ambivalentní
- j. V článku není o straně zmínka

7. Celkové ladění článku vzhledem ke: SZ

- a. Pozitivní
- b. Neutrální
- c. Negativní
- d. Ambivalentní
- e. V článku není o straně zmínka

8. Celkové ladění článku vzhledem k KSČM :

- a. Pozitivní
- b. Neutrální
- c. Negativní
- d. Ambivalentní
- e. V článku není o straně zmínka

9. Kolik argumentů/zmínek bylo v článku pozitivních vzhledem k:

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM

10. Kolik argumentů/zmínek bylo v článku negativních vzhledem k:

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ

e) KSČM

11. Kolik argumentů/zmínek bylo v článku neutrálních vzhledem k:

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM

12. Kolik argumentů/zmínek bylo v článku ambivalentních vzhledem k:

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM

13. Výskyt citací :

- a) Ano
- b) Ne

14. Citace:

- a) Členů a příznivců ČSSD
- b) Členů a příznivců ODS
- c) Členů a příznivců KDU-ČSL
- d) Členů a příznivců SZ
- e) Členů a příznivců KSČM
- f) Expertů na danou problematiku
- g) Prezidenta
- h) Veřejnosti

15. Vyznění citací k ČSSD:

- a) Pozitivní

- b) Neutrální
- c) Negativní
- d) Ambivalentní

16.Vyznění citací k ODS:

- a) Pozitivní
- b) Neutrální
- c) Negativní
- d) Ambivalentní

17.Vyznění citací ke KDU-ČSL:

- a) Pozitivní
- b) Neutrální
- c) Negativní
- d) Ambivalentní

18.Vyznění citací ke SZ:

- a) Pozitivní
- b) Neutrální
- c) Negativní
- d) Ambivalentní

19.Vyznění citací k KSČM:

- a) Pozitivní
- b) Neutrální
- c) Negativní
- d) Ambivalentní

20.Vyznění citací k prezidentovi:

- a) Pozitivní
- b) Neutrální
- c) Negativní
- d) Ambivalentní

21. Pozitivní citace byla zařazena do kontextu tak, že vyznívá negativně pro:

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM

22. Autor článku se vyjadřuje kriticky k:

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM
- f) jiné straně
- g) aktérovi/ce ČSSD
- h) aktérovi/ce ODS
- i) aktérovi/ce KDU-ČSL
- j) aktérovi/ce SZ
- k) aktérovi/ce KSČM
- l) aktérovi/ce jiné politické strany
- m) Osobě spojené s ČSSD
- n) Osobě spojené s ODS
- o) Osobě spojené s KDU-ČSL
- p) Osobě spojené s SZ
- q) Osobě spojené s KSČM

23. Kolikrát se autor vyjadřuje v článku kriticky k:

- a) ČSSD
- b) ODS

- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM
- f) jiné straně
- g) aktérovi/ce ODS
- h) aktérovi/ce ČSSD
- i) aktérovi/ce SZ
- j) aktérovi/ce KDU-ČSL
- k) aktérovi/ce KSČM
- l) aktérovi/ce jiné politické strany
- m) Osobě spojené s ČSSD
- n) Osobě spojené s ODS
- o) Osobě spojené s KDU-ČSL
- p) Osobě spojené s SZ
- q) Osobě spojené s KSČM

24. Kolikrát se autor vyjadřuje v článku negativně k :

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM
- f) jiné straně
- g) aktérovi/ce ODS
- h) aktérovi/ce ČSSD
- i) aktérovi/ce SZ
- j) aktérovi/ce KDU-ČSL
- k) aktérovi/ce KSČM
- l) aktérovi/ce jiné politické strany
- m) Osobě spojené s ČSSD
- n) Osobě spojené s ODS
- o) Osobě spojené s KDU-ČSL
- p) Osobě spojené s SZ
- q) Osobě spojené s KSČM

25. Kolikrát se autor vyjadřuje v článku pochvalně k:

- a) ČSSD

- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM
- f) jiné straně
- g) aktérovi/ce ODS
- h) aktérovi/ce ČSSD
- i) aktérovi/ce SZ
- j) aktérovi/ce KDU-ČSL
- k) aktérovi/ce KSČM
- l) aktérovi/ce jiné politické strany
- m) Osobě spojené s ČSSD
- n) Osobě spojené s ODS
- o) Osobě spojené s KDU-ČSL
- p) Osobě spojené s SZ
- q) Osobě spojené s KSČM

26. Kolikrát se autor vyjadřuje v článku pozitivně k :

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM
- f) jiné straně
- g) aktérovi/ce ODS
- h) aktérovi/ce ČSSD
- i) aktérovi/ce SZ
- j) aktérovi/ce KDU-ČSL
- k) aktérovi/ce KSČM
- l) aktérovi/ce jiné politické strany
- m) Osobě spojené s ČSSD
- n) Osobě spojené s ODS
- o) Osobě spojené s KDU-ČSL
- p) Osobě spojené s SZ
- q) Osobě spojené s KSČM

27.Označení předsedy strany ČSSD :

- a) aktér skandálu
- b) boss sociálních demokratů
- c) bývalý koaliční partner
- d) dobrý kmotr (gaunerů)
- e) indisponovaný politik
- f) Jiří Paroubek
- g) kmotr Džordžino
- h) lídr ČSSD
- i) opoziční lídr
- j) opoziční výtečník
- k) opozičník
- l) pan
- m) pan Paroubek
- n) pan poslanec
- o) pan předseda
- p) páně Paroubkovo
- q) patron úplatkářů
- r) pojítka aktérů
- s) politik známý svou bezohledností a arogancí
- t) propagátor
- u) předseda ČSSD
- v) předseda Paroubek
- w) předseda strany
- x) rodinný příznivec Kočků
- y) rozjařený vítěz voleb sršící arogancí
- z) stranický boss
- aa) strážce politické morálky

- bb) šéf ČSSD
- cc) šéf Lidového domu
- dd) šéf opozice
- ee) šéf Paroubek
- ff) ten Paroubek
- gg) údajný ochránce pracujících
- hh) veleúspěšný Jiří Paroubek (ironicky)
- ii) vůdce tlupy "všichni proti ODS"

28. Označení předsedy strany ODS :

- a) geniální vyjednaváč
- b) nemilovaný Topolánek (Klausem)
- c) osoba převlečená za Topolánka
- d) pan premiér
- e) pan předseda vlády
- f) pan Topolánek
- g) pán z ODS
- h) politik
- i) premiér
- j) premiér Topolánek
- k) předseda
- l) předseda vlády
- m) šéf ODS
- n) Topolánek
- o) ústavní činitel
- p) zástupce stupidních lidí v parlamentu
- q) znalec

29. Označení předsedy strany KDU-ČSL

- a) aféra Čunek
- b) předseda KDU-ČSL
- c) Čunek
- d) další člen kabinetu
- e) hlava Lidovců
- f) jeden lokální vsetínský politik
- g) konzervativní politik
- h) král paštikářů
- i) lidovecký předseda
- j) ministr pro místní rozvoj
- k) místopředseda vlády
- l) pan
- m) pan Čunek
- n) panensky čistý předseda (ironicky myšleno)
- o) politik Čunek
- p) předseda
- q) předseda Čunek
- r) předseda lidovců
- s) předseda strany
- t) vsetínský guru

30. Označení předsedy strany SZ:

- a) Bursík
- b) Martin Bursík
- c) ministr Bursík
- d) místopředseda vlády Bursík
- e) pan Bursík

- f) pán ze Strany zelených
- g) politik
- h) předák koalice
- i) předseda
- j) ústavní činitel
- k) zástupce
- l) zelený předseda
- m) znalec

31. Označení předsedy strany KSČM:

V člancích se nevyskytlo

32. Jaká přídavná jména a označení jsou spojována s politikem ČSSD:

33. Jaká přídavná jména a označení jsou spojována s politikem ODS:

34. Jaká přídavná jména a označení jsou spojována s politikem KDU-ČSL :

35. Jaká přídavná jména a označení jsou spojována s politikem SZ :

36. Jaká přídavná jména a označení jsou spojována s politikem KSČM :

37. Kolikrát jsou s politikem ČSSD spojována pozitivně laděná přídavná jména a označení?

38. Kolikrát jsou s politikem ČSSD spojována negativně laděná přídavná jména a označení?

39. Kolikrát jsou s politikem ČSSD spojována neutrálně laděná přídavná jména a označení?

40. Kolikrát jsou s politikem ODS spojována pozitivně laděná přídavná jména a označení?

41. Kolikrát jsou s politikem ODS spojována negativně laděná přídavná jména a označení?

42. Kolikrát jsou s politikem ODS spojována neutrálně laděná přídavná jména a označení?

43. Kolikrát jsou s politikem KDU-ČSL spojována pozitivně laděná přídavná jména a označení?

- 44.** Kolikrát jsou s politikem KDU-ČSL spojována negativně laděná přídavná jména a označení
- 45.** Kolikrát jsou s politikem KDU-ČSL spojována neutrálně laděná přídavná jména a označení?
- 46.** Kolikrát jsou s politikem SZ spojována pozitivně laděná přídavná jména a označení?
- 47.** Kolikrát jsou s politikem SZ spojována negativně laděná přídavná jména a označení?
- 48.** Kolikrát jsou s politikem SZ spojována neutrálně laděná přídavná jména a označení?
- 49.** Kolikrát jsou s politikem KSČM spojována pozitivně laděná přídavná jména a označení?
- 50.** Kolikrát jsou s politikem KSČM spojována negativně laděná přídavná jména a označení?
- 51.** Kolikrát jsou s politikem KSČM spojována neutrálně laděná přídavná jména a označení?
- 52.** Kolikrát jsou s politikem ČSSD spojovány nějaké kauzy?
- 53.** Kolikrát jsou s politikem ODS spojovány nějaké kauzy?
- 54.** Kolikrát jsou s politikem KDU-ČSL spojovány nějaké kauzy?
- 55.** Kolikrát jsou s politikem SZ spojovány nějaké kauzy?
- 56.** Kolikrát jsou s politikem KSČM spojovány nějaké kauzy?
- 57.** Jaká témata jsou spojována s ČSSD?
- 58.** Jaká témata jsou spojována s ODS?
- 59.** Jaká témata jsou spojována s KDU-ČSL?
- 60.** Jaká témata jsou spojována s SZ?
- 61.** Jaká témata jsou spojována s KSČM?
- 62.** Kolikrát jsou jednotlivá témata spojována s politiky ČSSD:
- 63.** Kolikrát jsou jednotlivá témata spojována s politiky ODS
- 64.** Kolikrát jsou jednotlivá témata spojována s politiky KDU-ČSL
- 65.** Kolikrát jsou jednotlivá témata spojována s politiky SZ
- 66.** Kolikrát jsou jednotlivá témata spojována s politiky KSČM
- 67. Co je vyzdvihováno na ČSSD :**
- a) Program
 - b) Mediální politika
 - c) Návrh řešení ekonomické krize
 - d) Vystupování

- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Korektnost
- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám

68.Co je vyzdvihováno na ODS:

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Korektnost
- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám

69.Co je vyzdvihováno na KDU-ČSL:

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí

- i) Korektnost
- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám

70.Co je vyzdvihováno na SZ :

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Korektnost
- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám

71.Co je vyzdvihováno na KSČM :

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Korektnost
- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům

- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám

72.Co je kritizováno na ČSSD :

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Nekorektnost
- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám
- p) Neetické jednání politika/političky
- q) Laxnost politika/političky v důležitém rozhodování

73.Co je kritizováno na ODS:

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Nekorektnost
- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda

- o) Přístup k reformám
- p) Neetické jednání politika/političky
- q) Laxnost politika/političky v důležitém rozhodování

74.Co je kritizováno na KDU-ČSL:

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Nekorektnost
- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám
- p) Neetické jednání politika/političky
- q) Laxnost politika/političky v důležitém rozhodování

75.Co je kritizováno na SZ:

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Nekorektnost
- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda

- o) Přístup k reformám
- p) Neetické jednání politika/političky
- q) Laxnost politika/političky v důležitém rozhodování

76.Co je kritizováno na KSČM:

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Nekorektnost
- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám
- p) Neetické jednání politika/političky
- q) Laxnost politika/političky v důležitém rozhodování

77.Charakter argumentace vzhledem k ČSSD:

- a) argument založený na faktech
- b) argument je nepodloženým tvrzením
- c) argument je založen čistě na emocích

78.Charakter argumentace vzhledem k ODS:

- a) argument založený na faktech
- b) argument je nepodloženým tvrzením
- c) argument je založen čistě na emocích

79.Charakter argumentace vzhledem k KDU-ČSL :

- a) argument založený na faktech
- b) argument je nepodloženým tvrzením
- c) argument je založen čistě na emocích

80.Charakter argumentace vzhledem k SZ:

- a) argument založený na faktech
- b) argument je nepodloženým tvrzením
- c) argument je založen čistě na emocích

81.Charakter argumentace vzhledem k KSČM :

- a) argument založený na faktech
- b) argument je nepodloženým tvrzením
- c) argument je založen čistě na emocích

6.2. Kódovací instrukce

IDENTIFIKAČNÍ PROMĚNNÉ

- 1. Skupina** – ve své obsahové analýze vycházím z jedné skupiny, je to soubor článků od jednoho autora – komentátora Martina Zvěřiny, které byly vydány v denníku Lidové noviny v roce 2008. Z každého měsíce jsem náhodně vybrala cca 12 článků-komentářů (v některých měsících byl počet článků nižší), dohromady jsem tedy analyzovala zhruba přes 120 článků.
- 2. Datum vydání** – Den, měsíc a rok vydání článku-komentáře

ANALYTICKÉ PROMĚNNÉ

- I. **Kódovací jednotka** : článek - komentář od komentátora Martina Zvěřiny, který byl vydán v Lidových novinách v roce 2008
- 1. Hlavní téma článku** – téma, které je pro daný komentář nosné, komentátor se k němu neustále vrací a rozebírá ho z různých úhlů
 - a) reforma zdravotnictví
 - b) reforma školství
 - c) reforma veřejných financí
 - d) reforma justice
 - e) úplatky
 - f) finanční podvody
 - g) rozkol uvnitř strany ČSSD
 - h) rozkol uvnitř strany ODS
 - i) rozkol uvnitř strany KDU-ČSL
 - j) rozkol uvnitř strany SZ
 - k) rozkol uvnitř strany KSČM
 - l) sjezd strany ČSSD

- m) sjezd strany ODS
- n) sjezd strany KDU-ČSL
- o) sjezd strany SZ
- p) sjezd strany KSČM
- q) krajské volby
- r) senátní volby
- s) volby do poslanecké sněmovny
- t) zahraniční cesta politika/čky strany ČSSD
- u) zahraniční cesta politika/čky strany ODS
- v) zahraniční cesta politika/čky strany KDU-ČSL
- w) zahraniční cesta politika/čky strany SZ
- x) zahraniční cesta politika/čky strany KSČM
- y) aféra týkající se strany ČSSD
- z) aféra týkající se strany ODS
- aa) aféra týkající se strany KDU-ČSL
- bb) aféra týkající se strany SZ
- cc) aféra týkající se strany KSČM
- dd) zahraniční návštěva
- ee) udělování státních vyznamenání
- ff) osobní život politika/čky ČSSD
- gg) osobní život politika/čky ODS
- hh) osobní život politika/čky KDU-ČSL
- ii) osobní život politika/čky SZ
- jj) osobní život politika/čky KSČM
- kk) neetické jednání politika/čky strany ČSSD
- ll) neetické jednání politika/čky strany ODS
- mm) neetické jednání politika/čky strany KDU-ČSL
- nn) neetické jednání politika/čky strany SZ
- oo) neetické jednání politika/čky strany KSČ
- pp) neetické jednání osoby spojované s ČSSD
- qq) neetické jednání osoby spojované s ODS
- rr) neetické jednání osoby spojované s KDU-ČSL
- ss) neetické jednání osoby spojované s SZ

- tt) neetické jednání osoby spojované s KSČ
- uu) volba prezidenta
- vv) sociální problematika
- ww) veřejnoprávní média
- xx) koaliční schůzka
- yy) program strany
- zz) reforma sociálního systému
- aaa) konference politické strany
- bbb) návrhy změn zákonů
- ccc) radar USA v Česku
- ddd) justice
- eee) jednání poslanecké sněmovny
- fff) události, které hýbou společností
- ggg) armáda
- hhh) předsednictví EU
- iii) ekonomická témata
- jjj) prezidentský úřad
- kkk) vláda

2. Politická strana o níž je v článku zmínka - v článku-komentáři se vyskytuje určitá politická strana, autor článku se o ní zmiňuje

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM
- f) jiná strana

3. Aktéři v článku - v článku-komentáři se vyskytují určité osoby, aktéři, autor článku se o těchto osobách zmiňuje :

- a) Členové a členky ČSSD
- b) Členové a členky ODS
- c) Členové a členky KDU-ČSL
- d) Členové a členky SZ
- e) Členové a členky KSČM
- f) Členové a členky jiné strany

4. Celkové ladění článku vzhledem k ČSSD – jak článek vyznívá pro politickou stranu ČSSD:

- a) Pozitivní - tzn. článek je kladný, staví se ke skutečnosti příznivě, používá kladných přídavných jmen ve spojení s určitou politickou stranou nebo osobou, jednání politické strany nebo osoby je čtenáři spíše sympatické, nevyvolává ve čtenáři negativní emoce
- b) Negativní – tzn. článek je vesměs záporný, staví se ke skutečnosti nepříznivě, používá záporných a nelichotivých přídavných jmen ve spojení s určitou politickou stranou nebo osobou, jednání politické strany nebo osoby je čtenáři nesympatické, vyvolává ve čtenáři negativní emoce
- c) Neutrální - tzn. článek je vyvážený, nevyznívá z něj sympatie pro čtenáře ani na jednu, ani na druhou stranu, článek má především informativní charakter, jsou v něm zastoupeny pádné argumentace k danému problému z obou stran, nevyvolává ve čtenáři téměř žádné silné emoce
- d) Ambivalentní - tzn. článek vyznívá pozitivně i negativně

5. Celkové ladění článku vzhledem k ODS - jak článek vyznívá pro politickou stranu ODS:

- a) Pozitivní - tzn. článek je kladný, staví se ke skutečnosti příznivě, používá kladných přídavných jmen ve spojení s určitou politickou stranou nebo osobou, jednání

politické strany nebo osoby je čtenáři spíše sympatické, nevyvolává ve čtenáři negativní emoce

- b) Negativní – tzn. článek je vesměs záporný, staví se ke skutečnosti nepříznivě, používá záporných a nelichotivých přídavných jmen ve spojení s určitou politickou stranou nebo osobou, jednání politické strany nebo osoby je čtenáři nesympatické, vyvolává ve čtenáři negativní emoce
- c) Neutrální - tzn. článek je vyvážený, nevyznívá z něj sympatie pro čtenáře ani na jednu, ani na druhou stranu, článek má především informativní charakter, jsou v něm zastoupeny pádné argumentace k danému problému z obou stran, nevyvolává ve čtenáři téměř žádné silné emoce
- d) Ambivalentní - tzn. článek vyznívá pozitivně i negativně

6. Celkové ladění článku vzhledem k KDU-ČSL - jak článek vyznívá pro politickou stranu KSČM:

- a) Pozitivní - tzn. článek je kladný, staví se ke skutečnosti příznivě, používá kladných přídavných jmen ve spojení s určitou politickou stranou nebo osobou, jednání politické strany nebo osoby je čtenáři spíše sympatické, nevyvolává ve čtenáři negativní emoce
- b) Negativní – tzn. článek je vesměs záporný, staví se ke skutečnosti nepříznivě, používá záporných a nelichotivých přídavných jmen ve spojení s určitou politickou stranou nebo osobou, jednání politické strany nebo osoby je čtenáři nesympatické, vyvolává ve čtenáři negativní emoce
- c) Neutrální - tzn. článek je vyvážený, nevyznívá z něj sympatie pro čtenáře ani na jednu, ani na druhou stranu, článek má především informativní charakter, jsou v něm zastoupeny pádné argumentace k danému problému z obou stran, nevyvolává ve čtenáři téměř žádné silné emoce
- d) Ambivalentní - tzn. článek vyznívá pozitivně i negativně

7. Celkové ladění článku vzhledem k SZ - jak článek vyznívá pro politickou stranu KDU-ČSL:

- a) Pozitivní - tzn. článek je kladný, staví se ke skutečnosti příznivě, používá kladných přídavných jmen ve spojení s určitou politickou stranou nebo osobou, jednání politické strany nebo osoby je čtenáři spíše sympatické, nevyvolává ve čtenáři negativní emoce
- b) Negativní – tzn. článek je vesměs záporný, staví se ke skutečnosti nepříznivě, používá záporných a nelichotivých přídavných jmen ve spojení s určitou politickou stranou nebo osobou, jednání politické strany nebo osoby je čtenáři nesympatické, vyvolává ve čtenáři negativní emoce
- c) Neutrální - tzn. článek je vyvážený, nevyznívá z něj sympatie pro čtenáře ani na jednu, ani na druhou stranu, článek má především informativní charakter, jsou v něm zastoupeny pádné argumentace k danému problému z obou stran, nevyvolává ve čtenáři téměř žádné silné emoce
- d) Ambivalentní - tzn. článek vyznívá pozitivně i negativně

8. Celkové ladění článku vzhledem k KSČM - jak článek vyznívá pro politickou stranu SZ:

- a) Pozitivní - tzn. článek je kladný, staví se ke skutečnosti příznivě, používá kladných přídavných jmen ve spojení s určitou politickou stranou nebo osobou, jednání politické strany nebo osoby je čtenáři spíše sympatické, nevyvolává ve čtenáři negativní emoce
- b) Negativní – tzn. článek je vesměs záporný, staví se ke skutečnosti nepříznivě, používá záporných a nelichotivých přídavných jmen ve spojení s určitou politickou stranou nebo osobou, jednání politické strany nebo osoby je čtenáři nesympatické, vyvolává ve čtenáři negativní emoce
- c) Neutrální - tzn. článek je vyvážený, nevyznívá z něj sympatie pro čtenáře ani na jednu, ani na druhou stranu, článek má především informativní charakter, jsou v něm zastoupeny pádné argumentace k danému problému z obou stran, nevyvolává ve čtenáři téměř žádné silné emoce
- d) Ambivalentní - tzn. článek vyznívá pozitivně i negativně

9. Kolik argumentů/zmínek bylo v článku pozitivních vzhledem k:

Tzn. kolik kladných argumentů/zmínek se v článku objevilo v souvislosti s politickou stranou.

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM

10. Kolik argumentů/zmínek bylo v článku negativních vzhledem k:

Tzn. kolik záporných a nelichotivých argumentů/zmínek se v článku objevilo v souvislosti s politickou stranou.

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM

11. Kolik argumentů/zmínek bylo v článku neutrálních vzhledem k:

Tzn. kolik argumentů/zmínek, které nevyvolávají emoce, se v článku objevilo v souvislosti s politickou stranou

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM

12. Kolik argumentů/zmínek bylo v článku ambivalentních vzhledem k:

Tzn. kolik argumentů/zmínek, které působí negativně i pozitivně, se v článku objevilo v souvislosti s politickou stranou.

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL

- d) SZ
- e) KSČM

13. Výskyt citací – jestli se v článku-komentáři vyskytují nějaké citace (doslovné uvedení promluvy)

- a) Ano – v článku-komentáři se citace vyskytují
- b) Ne – v článku-komentáři se citace nevyskytují

14. Citace – v článku-komentáři se vyskytují citace (doslovné uvedení promluvy):

- a) Členů a příznivců ČSSD
- b) Členů a příznivců ODS
- c) Členů a příznivců KDU-ČSL
- d) Členů a příznivců SZ
- e) Členů a příznivců KSČM
- f) Expertů na danou problematiku
- g) Prezidenta
- h) Veřejnosti

15. Vyznění citací k ČSSD - celkové vyznění citací vzhledem k politické straně :

- a) Pozitivní - pozitivně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí příznivě, souhlasně, vyznívají kladně
- b) Neutrální - neutrálně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí nestranně, neurčitě, jsou věcné, mají informativní charakter
- c) Negativní – negativně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí záporně, vyznívají nepříznivě, vyjadřují odmítavý postoj, nesouhlas

- d) Ambivalentní – ambivalentně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí kladně i záporně, vyznívají příznivě i nepříznivě, vyjadřují souhlas i nesouhlas, mají současně dvojitou platnost

16. Vyznění citací k ODS - celkové vyznění citací vzhledem k politické straně:

- a) Pozitivní - pozitivně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí příznivě, souhlasně, vyznívají kladně
- b) Neutrální - neutrálně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí nestranně, neurčitě, jsou věcné, mají informativní charakter
- c) Negativní – negativně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí záporně, vyznívají nepříznivě, vyjadřují odmítavý postoj, nesouhlas
- d) Ambivalentní – ambivalentně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí kladně i záporně, vyznívají příznivě i nepříznivě, vyjadřují souhlas i nesouhlas, mají současně dvojitou platnost

17. Vyznění citací ke KDU-ČSL - celkové vyznění citací vzhledem k politické straně:

- a) Pozitivní - pozitivně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí příznivě, souhlasně, vyznívají kladně
- b) Neutrální - neutrálně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí nestranně, neurčitě, jsou věcné, mají informativní charakter
- c) Negativní – negativně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí záporně, vyznívají nepříznivě, vyjadřují odmítavý postoj, nesouhlas
- d) Ambivalentní – ambivalentně laděné citace k určité politické straně jsou takové

citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí kladně i záporně, vyznívají příznivě i nepříznivě, vyjadřují souhlas i nesouhlas, mají současně dvojí platnost

18. Vyznění citací ke SZ- celkové vyznění citací vzhledem k politické straně:

- a) Pozitivní - pozitivně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí příznivě, souhlasně, vyznívají kladně
- b) Neutrální - neutrálně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí nestranně, neurčitě, jsou věcné, mají informativní charakter
- c) Negativní – negativně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí záporně, vyznívají nepříznivě, vyjadřují odmítavý postoj, nesouhlas
- d) Ambivalentní – ambivalentně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí kladně i záporně, vyznívají příznivě i nepříznivě, vyjadřují souhlas i nesouhlas, mají současně dvojí platnost

19. Vyznění citací k KSČM - celkové vyznění citací vzhledem k politické straně:

- a) Pozitivní - pozitivně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí příznivě, souhlasně, vyznívají kladně
- b) Neutrální - neutrálně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí nestranně, neurčitě, jsou věcné, mají informativní charakter
- c) Negativní – negativně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí záporně, vyznívají nepříznivě, vyjadřují odmítavý postoj, nesouhlas
- d) Ambivalentní – ambivalentně laděné citace k určité politické straně jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí kladně i záporně,

vyznívají příznivě i nepříznivě, vyjadřují souhlas i nesouhlas, mají současně dvojí platnost

20. Vyznění citací k prezidentovi- celkové vyznění citací vzhledem k prezidentovi :

- a) Pozitivní - pozitivně laděné citace k prezidentovi jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí příznivě, souhlasně, vyznívají kladně
- b) Neutrální - neutrálně laděné citace k prezidentovi jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí nestranně, neurčitě, jsou věcné, mají informativní charakter
- c) Negativní – negativně laděné citace k prezidentovi jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí záporně, vyznívají nepříznivě, vyjadřují odmítavý postoj, nesouhlas
- d) Ambivalentní – ambivalentně laděné citace k prezidentovi jsou takové citace, které se k určité skutečnosti, k tématu nebo osobě stavějí kladně i záporně, vyznívají příznivě i nepříznivě, vyjadřují souhlas i nesouhlas, mají současně dvojí platnost

21. Pozitivní citace byla zařazena do kontextu tak, že vyznívá negativně pro:

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM

22. Kolikrát se autor článku vyjadřuje kriticky k - tzn., jde o takové vyjádření, které hodnotí, posuzuje situaci, politickou stranu či osobu, hodnocení je zpravidla zpochybňující, nechvalné :

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM
- f) jiné straně

- g) aktéroví/ce ČSSD
- h) aktéroví/ce ODS
- i) aktéroví/ce KDU-ČSL
- j) aktéroví/ce SZ
- k) aktéroví/ce KSČM
- l) aktéroví/ce jiné politické strany

24. Kolikrát se autor vyjadřuje v článku negativně k - tzn., jde o takové vyjádření, které hodnotí, posuzuje situaci, politickou stranu či osobu, hodnocení je zpravidla záporné, vyznívá nepříznivě, vyjadřuje nesouhlas

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM
- f) jiné straně
- g) aktéroví/ce ODS
- h) aktéroví/ce ČSSD
- i) aktéroví/ce SZ
- j) aktéroví/ce KDU-ČSL
- k) aktéroví/ce KSČM
- l) aktéroví/ce jiné politické strany

25. Kolikrát se autor vyjadřuje v článku pochvalně k - tzn., jde o takové vyjádření, které hodnotí, posuzuje situaci, politickou stranu či osobu, hodnocení je zpravidla kladné, vyznívá příznivě, vyjadřuje souhlas

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM
- f) jiné straně
- g) aktéroví/ce ODS
- h) aktéroví/ce ČSSD
- i) aktéroví/ce SZ
- j) aktéroví/ce KDU-ČSL

- k) aktérov/ce KSČM
- l) aktérov/ce jiné politické strany

26. Kolikrát se autor vyjadřuje v článku pozitivně k : - tzn., jde o takové vyjádření, které hodnotí, posuzuje situaci, politickou stranu či osobu, hodnocení je zpravidla kladné, vyznívá příznivě

- a) ČSSD
- b) ODS
- c) KDU-ČSL
- d) SZ
- e) KSČM
- f) jiné straně
- g) aktérov/ce ODS
- h) aktérov/ce ČSSD
- i) aktérov/ce SZ
- j) aktérov/ce KDU-ČSL
- k) aktérov/ce KSČM
- l) aktérov/ce jiné politické strany

27. Označení předsedy strany ČSSD : - tzn. jakými adjektivy a výrazy byl předseda strany označen

- a) aktér skandálu
- b) boss sociálních demokratů
- c) bývalý koaliční partner
- d) dobrý kmotr (gaunerů)
- e) indisponovaný politik
- f) Jiří Paroubek
- g) kmotr Džordžino
- h) lídr ČSSD
- i) opoziční lídr
- j) opoziční výtečník

- k) opozičník
- l) pan
- m) pan Paroubek
- n) pan poslanec
- o) pan předseda
- p) páně Paroubkovo
- q) patron úplatkářů
- r) pojítka aktérů
- s) politik známý svou bezohledností a arogancí
- t) propagátor
- u) předseda ČSSD
- v) předseda Paroubek
- w) předseda strany
- x) rodinný příznivec Kočků
- y) rozjařený vítěz voleb sršící arogancí
- z) stranický boss
- aa) strážce politické morálky
- bb) šéf ČSSD
- cc) šéf Lidového domu
- dd) šéf opozice
- ee) šéf Paroubek
- ff) ten Paroubek
- gg) údajný ochránce pracujících
- hh) veleúspěšný Jiří Paroubek (ironicky)
- ii) vůdce tlupy "všichni proti ODS"

28. **Označení předsedy strany ODS** - tzn. jakými adjektivy a výrazy byl předseda strany označen:

- a) geniální vyjednaváč
- b) nemilovaný Topolánek (Klausem)
- c) osoba převlečená za Topolánka
- d) pan premiér
- e) pan předseda vlády
- f) pan Topolánek
- g) pán z ODS
- h) politik
- i) premiér
- j) premiér Topolánek
- k) předseda
- l) předseda vlády
- m) šéf ODS
- n) Topolánek
- o) ústavní činitel
- p) zástupce stupidních lidí v parlamentu
- q) znalec

29. Označení předsedy strany KDU-ČSL - tzn. jakými adjektivy a výrazy byl předseda strany označen:

- a) aféra Čunek
- b) předseda KDU-ČSL
- c) Čunek
- d) další člen kabinetu
- e) hlava Lidovců
- f) jeden lokální vsetínský politik
- g) konzervativní politik

- h) král paštikářů
- i) lidovecký předseda
- j) ministr pro místní rozvoj
- k) místopředseda vlády
- l) pan
- m) pan Čunek
- n) panensky čistý předseda (ironicky myšleno)
- o) politik Čunek
- p) předseda
- q) předseda Čunek
- r) předseda lidovců
- s) předseda strany
- t) vsetínský guru

30. Označení předsedy strany SZ - tzn. jakými adjektivy a výrazy byl předseda strany označen:

- a) Bursík
- b) Martin Bursík
- c) ministr Bursík
- d) místiopoředseda vlády Bursík
- e) pan Bursík
- f) pán ze Strany zelených
- g) politik
- h) předák koalice
- i) předseda
- j) ústavní činitel
- k) zástupce
- l) zelený předseda

m) znalec

31. Označení předsedy strany KSČM - tzn. jakými adjektivy a výrazy byl předseda strany označen:

V článcích se nevyskytlo

32. Jaká přídavná jména a označení jsou spojována s politikem ČSSD - tzn. jakými adjektivy a výrazy byl politik strany označen:

33. Jaká přídavná jména a označení jsou spojována s politikem ODS - tzn. jakými adjektivy a výrazy byl politik strany označen:

34. Jaká přídavná jména a označení jsou spojována s politikem KDU-ČSL- tzn. jakými adjektivy a výrazy byl politik strany označen :

35. Jaká přídavná jména a označení jsou spojována s politikem SZ- tzn. jakými adjektivy a výrazy byl politik strany označen:

36. Jaká přídavná jména a označení jsou spojována s politikem KSČM - tzn. jakými adjektivy a výrazy byl politik strany označen:

37. Kolikrát jsou s politikem ČSSD spojována pozitivně laděná přídavná jména a označení – tzn. kolikrát byla s politikem spojována přídavná jména, která vyznívala pro politika příznivě?

38. Kolikrát jsou s politikem ČSSD spojována negativně laděná přídavná jména a označení - tzn. kolikrát byla s politikem spojována přídavná jména, která vyznívala pro politika nepříznivě?

39. Kolikrát jsou s politikem ČSSD spojována neutrálně laděná přídavná jména a označení - tzn. kolikrát byla s politikem spojována přídavná jména, která vyznívala pro politika tak, že nevyvolávala emoce?

40. Kolikrát jsou s politikem ODS spojována pozitivně laděná přídavná jména a označení – tzn. kolikrát byla s politikem spojována přídavná jména, která vyznívala pro politika příznivě??

41. Kolikrát jsou s politikem ODS spojována negativně laděná přídavná jména

a označení - tzn. kolikrát byla s politikem spojována přídavná jména, která vyznívala pro politika nepříznivě??

42. Kolikrát jsou s politikem ODS spojována neutrálně laděná přídavná jména

a označení - tzn. kolikrát byla s politikem spojována přídavná jména, která vyznívala pro politika tak, že nevyvolávala emoce?

43. Kolikrát jsou s politikem KDU-ČSL spojována pozitivně laděná přídavná

jména a označení - tzn. kolikrát byla s politikem spojována přídavná jména, která vyznívala pro politika příznivě??

44. Kolikrát jsou s politikem KDU-ČSL spojována negativně laděná přídavná

jména a označení - tzn. kolikrát byla s politikem spojována přídavná jména, která vyznívala pro politika nepříznivě?

45. Kolikrát jsou s politikem KDU-ČSL spojována neutrálně laděná přídavná

jména a označení - tzn. kolikrát byla s politikem spojována přídavná jména, která vyznívala pro politika tak, že nevyvolávala emoce?

46. Kolikrát jsou s politikem SZ spojována pozitivně laděná přídavná jména a

označení - tzn. kolikrát byla s politikem spojována přídavná jména, která vyznívala pro politika příznivě??

47. Kolikrát jsou s politikem SZ spojována negativně laděná přídavná jména a

označení - tzn. kolikrát byla s politikem spojována přídavná jména, která vyznívala pro politika nepříznivě?

48. Kolikrát jsou s politikem SZ spojována neutrálně laděná přídavná jména a

označení - tzn. kolikrát byla s politikem spojována přídavná jména, která vyznívala pro politika tak, že nevyvolávala emoce?

49. Kolikrát jsou s politikem KSČM spojována pozitivně laděná přídavná jména

a označení - tzn. kolikrát byla s politikem spojována přídavná jména, která vyznívala pro politika příznivě??

50. Kolikrát jsou s politikem KSČM spojována negativně laděná přídavná jména

a označení - tzn. kolikrát byla s politikem spojována přídavná jména, která vyznívala pro politika nepříznivě?

51. Kolikrát jsou s politikem KSČM spojována neutrálně laděná přídavná jména

a označení - tzn. kolikrát byla s politikem spojována přídavná jména, která vyznívala pro politika tak, že nevyvolávala emoce?

a) Kolikrát jsou s politikem ČSSD spojovány nějaké kauzy - tzn. počet spojení

- politika s nějakou kauzou v člancích?
- b) Kolikrát jsou s politikem ODS spojovány nějaké kauzy - tzn. počet spojení politika s nějakou kauzou v člancích?
 - c) Kolikrát jsou s politikem KDU-ČSL spojovány nějaké kauzy- tzn. počet spojení politika s nějakou kauzou v člancích?
 - d) Kolikrát jsou s politikem SZ spojovány nějaké kauzy- tzn. počet spojení politika s nějakou kauzou v člancích?
 - e) Kolikrát jsou s politikem KSČM spojovány nějaké kauzy- tzn. počet spojení politika s nějakou kauzou v člancích?

 - f) Jaká témata jsou spojována s ČSSD – tzn. jaká témata se vázala k politické straně?
 - g) Jaká témata jsou spojována s ODS- tzn. jaká témata se vázala k politické straně?
 - h) Jaká témata jsou spojována s KDU-ČSL- tzn. jaká témata se vázala k politické straně?
 - i) Jaká témata jsou spojována s SZ- tzn. jaká témata se vázala k politické straně?
 - j) Jaká témata jsou spojována s KSČM- tzn. jaká témata se vázala k politické straně?

 - k) Kolikrát jsou jednotlivá témata spojována s politiky ČSSD:
 - l) Kolikrát jsou jednotlivá témata spojována s politiky ODS
 - m) Kolikrát jsou jednotlivá témata spojována s politiky KDU-ČSL
 - n) Kolikrát jsou jednotlivá témata spojována s politiky SZ
 - o) Kolikrát jsou jednotlivá témata spojována s politiky KSČM

52. Co je vyzdvihováno na ČSSD – tzn. Co je v člancích autorem hodnoceno příznivě, co autor chválí:

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Korektnost

- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám

53.Co je vyzdvihováno na ODS– tzn. co je v člancích autorem hodnoceno příznivě, co autor chválí:

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Korektnost
- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám

54.Co je vyzdvihováno na KDU-ČSL– tzn. co je v člancích autorem hodnoceno příznivě, co autor chválí:

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Korektnost

- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám

55.Co je vyzdvihováno na SZ – tzn. co je v článcích autorem hodnoceno příznivě, co autor chválí:

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Korektnost
- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám

56.Co je vyzdvihováno na KSČM– tzn. co je v článcích autorem hodnoceno příznivě, co autor chválí:

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Korektnost

- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám

57.Co je kritizováno na ČSSD– tzn. co je v člancích autorem hodnoceno nepříznivě, co autor haní, k čemu se staví odmítavě, posměšně :

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Nekorektnost
- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám
- p) Neetické jednání politika/političky
- q) Laxnost politika/političky v důležitém rozhodování

58.Co je kritizováno na ODS– tzn. co je v člancích autorem hodnoceno nepříznivě, co autor haní, k čemu se staví odmítavě, posměšně:

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání

- h) Přístup k vládnutí
- i) Nekorektnost
- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám
- p) Neetické jednání politika/političky
- q) Laxnost politika/političky v důležitém rozhodování

59.Co je kritizováno na KDU-ČSL– tzn. co je v článcích autorem hodnoceno nepříznivě, co autor haní, k čemu se staví odmítavě, posměšně:

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Nekorektnost
- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám
- p) Neetické jednání politika/političky
- q) Laxnost politika/političky v důležitém rozhodování

60.Co je kritizováno na SZ– tzn. co je v článcích autorem hodnoceno nepříznivě, co autor haní, k čemu se staví odmítavě, posměšně:

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize

- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Nekorektnost
- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám
- p) Neetické jednání politika/političky
- q) Laxnost politika/političky v důležitém rozhodování

61. Co je kritizováno na KSČM – tzn. co je v člancích autorem hodnoceno nepříznivě, co autor haní, k čemu se staví odmítavě, posměšně:

- a) Program
- b) Mediální politika
- c) Návrh řešení ekonomické krize
- d) Vystupování
- e) Přístup ke kauzám
- f) Předvolební vyjednávání
- g) Povolební vyjednávání
- h) Přístup k vládnutí
- i) Nekorektnost
- j) Návrh úpravy zákonů
- k) Přístup k legislativě
- l) Chování k ostatním politikům
- m) Volební kampaň
- n) vláda
- o) Přístup k reformám
- p) Neetické jednání politika/političky
- q) Laxnost politika/političky v důležitém rozhodování

62. Charakter argumentace vzhledem k ČSSD – tzn. jaké povahy je argument, který autor ve spojení s politickou stranou používá, na čem je založený:

- a. argument založený na faktech – tzn. argument má reálné kořeny, je informativního charakteru, vychází z důvěrných zdrojů
- b. argument je nepodloženým tvrzením – tzn. argument je založený na domněnkách, není z důvěryhodných zdrojů, je spekulací
- c. argument je založen čistě na emocích - tzn. argument je pouhým subjektivním vyjádřením, je to subjektivní hodnocení

63.Charakter argumentace vzhledem k ODS:

- a) argument založený na faktech- tzn. argument má reálné kořeny, je informativního charakteru, vychází z důvěrných zdrojů
- b) argument je nepodloženým tvrzením- tzn. argument je založený na domněnkách, není z důvěryhodných zdrojů, je spekulací
- c) argument je založen čistě na emocích - tzn. argument je pouhým subjektivním vyjádřením, je to subjektivní hodnocení

64.Charakter argumentace vzhledem k KDU-ČSL :

- a) argument založený na faktech– tzn. argument má reálné kořeny, je informativního charakteru, vychází z důvěrných zdrojů
- b) argument je nepodloženým tvrzením - tzn. argument je založený na domněnkách, není z důvěryhodných zdrojů, je spekulací
- c) argument je založen čistě na emocích - tzn. argument je pouhým subjektivním vyjádřením, je to subjektivní hodnocení

65.Charakter argumentace vzhledem k SZ:

- a) argument založený na faktech– tzn. argument má reálné kořeny, je informativního charakteru, vychází z důvěrných zdrojů
- b) argument je nepodloženým tvrzením - tzn. argument je založený na domněnkách, není z důvěryhodných zdrojů, je spekulací
- c) argument je založen čistě na emocích - tzn. argument je pouhým subjektivním vyjádřením, je to subjektivní hodnocení

66.Charakter argumentace vzhledem k KSČM :

- a) argument založený na faktech– tzn. argument má reálné kořeny, je

informativního charakteru, vychází z důvěrných zdrojů

- b) argument je nepodloženým tvrzením - tzn. argument je založený na domněnkách, není z důvěryhodných zdrojů, je spekulací
- c) argument je založen čistě na emocích - tzn. argument je pouhým subjektivním vyjádřením, je to subjektivní hodnocení