

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE  
FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

DIPLOMOVÁ PRÁCE

2006

Soňa ŠKÝVAROVÁ

# **Univerzita Karlova v Praze**

Fakulta sociálních věd

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Diplomová práce

## **Analýza způsobu komunikace a sebe prezentace českých parlamentních stran v době před vstupem a po vstupu České republiky do Evropské unie v roce 2004**

Soňa Škývarová

Vedoucí diplomové práce: Doc. PhDr. Jan Jirák

Obor: Mediální studia

Rok: 2006

Tato diplomová práce byla obhájena dne: 27.6.2006  
a hodnocena stupněm: 1,74024

Předsed

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci napsala samostatně a s použitím uvedené literatury  
a pramenů. Práce má rozsah 211 998 znaků bez příloh.

V Praze 19. května 2006

.....

.....

<b>Univerzita Karlova v Praze</b>	
<b>Fakulta sociálních věd</b>	
Došlo dne:	19-04-2005 -1-
C. j. m. o. p. r. a. v. e. s. t. a. n. o. v. a. n. í	S. t. a. n. o. v. a. n. í
Pr	

## Teze diplomové práce

**Jméno:** Soňa Škývarová

**Obor:** Mediální studia, III. semestr

**Konzultant:** Doc. PhDr. Jan Jiráček

# SCHVÁLENO

**Název:** Analýza způsobu komunikace a sebezprezentace českých parlamentních stran v době před vstupem a po vstupu České republiky do Evropské unie v roce 2004

**Cíl práce:** Tato práce si klade za cíl přispět ke studiu politické komunikace, potažmo nadřazené veřejné komunikace analýzou činnosti českých parlamentních stran v době před vstupem a po vstupu České republiky do Evropské unie se zaměřením na jejich tištěnou produkci. Podstata a průběh rozhodovacích procesů uvnitř politické sféry a jejich prezentace vně této části společnosti patří k jednomu z nejpodstatnějších mechanismů naší informační epochy. Pochopení této části komunikace tudíž může být považováno za jeden ze stěžejních předpokladů k uchopení fungování moderní občanské společnosti jako takové.

**Charakteristika metody práce:** Práce tohoto zaměření vyžaduje celý soubor metod. Základem zkoumání bude kvantitativní obsahová analýza postihující frekvenci a zpracování jednotlivých témat. Obsahové analýze bude samozřejmě předcházet sběr dat, registrace a kvalitativní předvýzkum, při kterém vytvořím klasifikační rejstřík témat pro následnou kvantitativní analýzu. Pro zmapování vnitrostranické komunikace pak povedu standardizované rozhovory se zástupci zkoumaných stran.

**Charakteristika materiálu:** Pro účely této práce jsem jako zkoumané objekty zvolila pět parlamentních stran (Česká strana sociálně demokratická, Křesťanská a demokratická unie – Čs. strana lidová, Komunistická strana Čech a Moravy, Občanská demokratická strana a Unie svobody). Těžiště práce by spočívalo v analýze obsahově významných textů zveřejněných během roku 2004, který byl pro Českou republiku významný vstupem do Evropské unie, prvními volbami do Evropského parlamentu a senátními a komunálními volbami, v těchto stranických tiscích: Pohled/Socánek (ČSSD), Nový hlas (KDU-ČSL), Naše pravda (KSČM), Listy ODS (ODS) a Agenda 12 (US). Pro co nejuplněnější zmapování prezentace českých parlamentních stran bych práci doplnila o popis způsobu vnitrostranické i propagační komunikace.



### **Předpokládaná osnova:**

1. Úvod
2. Politická komunikace, vztah mezi médii a politikou
3. Sebe prezentace a propaganda
4. Profily jednotlivých sledovaných stran
5. Přehled způsobů vnitrostranické i veřejné komunikace sledovaných politických stran
6. Tištěná produkce – popis materiálu
7. Tištěná produkce – analýza materiálu
8. Závěr
9. Resume

### **Základní literatura:**

- Čmejrková, S., Hoffmannová, J.: *Jazyk, média, politika*, Academia, Praha 2003
- Deutsch, K.W.: *Nervy vlády*, Svoboda, Praha 1971
- Fagan, R.R.: *Politics and Communication*, Little and Brown, Boston 1966
- Childs, H.L.: *Public Opinion: Nature, Formation and Role*, D. van Nostrand, Princeton 1965
- Jiráček, J., Říhová, B.: *Politická komunikace a média*, Karolinum, Praha 2000
- Katz, E., Lazarsfeld, P.F.: *Personal Influence: the Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, The Free Press, New York 1965
- Klíma, M.: *Volby a politické strany v moderních demokraciích*, Radix, Praha 1998
- Klokočka, V.: *Politická reprezentace a volby v demokratických systémech*, Aleko, Praha 1991
- Lazarsfeld, P.F., Berelson, B., Gaudet, H.: *The People's Choice*, Columbia University Press, New York 1965
- Marek, P.: *Přehled politického stranictví na území českých zemí a Československa v letech 1861-1998*, Gloria, Rosice u Brna 2000
- Mazzoleni, G., Schulz, W.: „Mediatization“ of Politics: A Challenge for Democracy? *Political Communication*, 16, 1999
- McNair, B.: *An Introduction to Political Communication*, Routledge, London 2003
- McQuail, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*, Portál, Praha 2002
- Meadow, R.G.: *New Communication Technologies in Politics: the Papers from a Conference*, Annenberg School of Communications, Washington 1985
- Meadow, R.G.: *Politics as Communication*, Ablex, New Jersey 1980
- Novák, M.: *Systémy politických stran – Úvod do jejich srovnávacích studií*, SLON, Praha 1998
- Schulz, W., Hagen, L., Scherer, H., Reifová, I.: *Analýza obsahu mediálních sdělení*, Karolinum, Praha 1998

**Datum:** 4. 2. 200<sup>e</sup>

**Podpis konzulta:**

**Podpis studentky:**

# Obsah

<b>1</b>	<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>METODIKA</b> .....	<b>12</b>
2.1	OPERACIONALIZACE .....	12
<b>3</b>	<b>POLITICKÁ KOMUNIKACE</b> .....	<b>17</b>
3.1	DEFINICE.....	17
3.2	MODEL.....	21
3.2.1	<i>Dvoustupňový komunikační tok</i> .....	21
3.2.2	<i>Model Denise McQuaila</i> .....	23
3.2.3	<i>Model Briana McNaira</i> .....	24
3.2.4	<i>Pracovní modely</i> .....	25
3.3	MEDIALIZACE .....	27
<b>4</b>	<b>SEBEPREZENTACE A PROPAGANDA</b> .....	<b>29</b>
4.1	PROPAGANDA A PERSVAZE.....	30
4.2	SEBEPREZENTACE .....	31
<b>5</b>	<b>POLITICKÝ SYSTÉM ČESKÉ REPUBLIKY</b> .....	<b>33</b>
5.1	POLITICKÝ SYSTÉM .....	33
5.2	PROFILY JEDNOTLIVÝCH SLEDOVANÝCH STRAN .....	35
<b>6</b>	<b>ZPŮSOBY VNITROSTRANICKÉ KOMUNIKACE</b> .....	<b>38</b>
6.1	VNITROSTRANICKÁ KOMUNIKACE .....	38
6.1.1	<i>Struktura stran</i> .....	39
6.1.2	<i>Komunikační kanály</i> .....	42
6.2	ČSSD.....	43
6.3	KDU-ČSL .....	44
6.4	KSČM .....	48
6.5	ODS.....	50
6.6	US-DEU.....	52
6.7	HODNOCENÍ .....	55

<b>7</b>	<b>ZPŮSOBY VEŘEJNÉ KOMUNIKACE .....</b>	<b>59</b>
7.1	VEŘEJNÁ KOMUNIKACE .....	59
7.2	ČSSD.....	61
7.2.1	<i>Vyhodnocení dotazníku</i> .....	62
7.3	KDU-ČSL .....	64
7.3.1	<i>Vyhodnocení dotazníku</i> .....	65
7.4	KSČM .....	66
7.4.1	<i>Vyhodnocení dotazníku</i> .....	67
7.5	ODS.....	69
7.5.1	<i>Vyhodnocení dotazníku</i> .....	72
7.6	US-DEU .....	73
7.6.1	<i>Vyhodnocení dotazníku</i> .....	73
7.7	HODNOCENÍ .....	74
<b>8</b>	<b>TIŠTĚNÁ PRODUKCE – POPIS MATERIÁLU.....</b>	<b>77</b>
8.1	POHLED/SOCÁNEK .....	77
8.2	NOVÝ HLAS.....	80
8.3	NAŠE PRAVDA .....	83
8.4	LISTY ODS .....	85
8.5	AGENDA 12.....	87
<b>9</b>	<b>TIŠTĚNÁ PRODUKCE – ANALÝZA MATERIÁLU .....</b>	<b>89</b>
9.1	TEMATICKÁ ANALÝZA .....	89
9.2	OBSAHOVÁ ANALÝZA .....	91
9.2.1	<i>Výsledky</i> .....	94
9.2.2	<i>Hodnocení</i> .....	103
<b>10</b>	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>105</b>
<b>11</b>	<b>RESUME .....</b>	<b>110</b>
<b>12</b>	<b>LITERATURA A PRAMENY .....</b>	<b>112</b>
<b>13</b>	<b>PŘÍLOHY.....</b>	<b>116</b>

## Seznam obrázků

<b>Obrázek 1.</b> Dvoustupňový tok komunikace, převzato z Kunczik: Základy masové komunikace, s. 191 .....	22
<b>Obrázek 2.</b> Součásti politické komunikace, převzato z McNair: An Introduction to Political Communication, s. 6.....	25
<b>Obrázek 3.</b> Pracovní model veřejné komunikace .....	26
<b>Obrázek 4.</b> Pracovní model vnitrostranické komunikace .....	27
<b>Obrázek 5.</b> Vnitrostranická komunikace ČSSD .....	44
<b>Obrázek 6.</b> Vnitrostranická komunikace KDU-ČSL .....	47
<b>Obrázek 7.</b> Vnitrostranická komunikace KSČM .....	50
<b>Obrázek 8.</b> Vnitrostranická komunikace ODS .....	52
<b>Obrázek 9.</b> Vnitrostranická komunikace US-DEU .....	55
<b>Obrázek 10.</b> Schéma veřejné komunikace ČSSD .....	64
<b>Obrázek 11.</b> Schéma veřejné komunikace KDU-ČSL.....	66
<b>Obrázek 12.</b> Schéma veřejné komunikace KSČM.....	69
<b>Obrázek 13.</b> Schéma veřejné komunikace ODS .....	72
<b>Obrázek 14.</b> Schéma veřejné komunikace US-DEU .....	74

# 1 Úvod

*Motto: „Bez komunikace nelze ovládat ani být ovládán.“*

Pro předznamenání této práce jsem si vypůjčila citát z publikace *Politická komunikace a média*, kterou sestavili Jan Jirák a Blanka Říchová. „Bez komunikace nelze ovládat ani být ovládán.“ (Jirák, Říchová, 2000, s. 7) Tato věta jasně vystihuje důležitost komunikace pro fungování moderní demokracie a obecněji celé společnosti. A nemusíme sledovat jen mocenský aspekt obsažený v tomto výroku, ale i jeho výpověď o společenském uspořádání. Vždyť vazby tvořící samou podstatu jakéhokoli státního zřízení, a jednodušeji jakékoli společnosti, jsou ve své podstatě komunikací. Stupeň její komplexnosti odlišuje lidskou pospolitost od zvířecí říše. Komunikace jako spojovací článek je základem společnosti, ale zároveň i prostředkem jejího uchování.

Stejně důležitý je i samotný koncept politiky, jelikož bez politického systému si jen těžko můžeme představit jinou než anarchickou společnost věčné války. S rozvojem veřejnosti a veřejné sféry vzniká i veřejná komunikace jako zastřešující koncept komunikace politické. V ní se stýkají diskurz politický a mediální: aby politický systém mohl fungovat, musí být se společností propojen, musí mezi nimi docházet k výměně informací – ke komunikaci.

Tato práce je koncipována jako příspěvek ke studiu politické komunikace. První část shrne teoretické koncepty politické komunikace, jelikož její definice není jednoznačná, a související procesy (kapitoly 3 a 4). Druhá část je zaměřena spíše politologicky a přináší charakteristiku vybraných stran a politického systému České republiky (kapitola 5). Teoretické ukotvení je pak aplikováno a testováno analýzou činnosti českých parlamentních stran v době před vstupem a po vstupu do Evropské unie (zkoumaným obdobím je rok 2004) z hlediska vnitrostranických a veřejných komunikačních schémat se zaměřením na stranickou tištěnou periodickou produkci (kapitoly 6, 7, 8 a 9).

Cílem práce je zmapovat současný stav českého stranictví ze specifického pohledu politické komunikace a popsat rozhodovací procesy uvnitř stran a způsob sebeprezentace směrem k veřejnosti.

K analýze přistupuji bez formulované hypotézy, zato se snahou prozkoumat oblast, jíž se tímto způsobem v České republice nikdo nevěnoval, rozpracovat roli médií v procesech společenských věd. Práce by mohla ukázat dalším studentům a badatelům cestu k pochopení konstitutivních, institucionálních a procesuálních mechanismů postindustriální společnosti, na nichž se komunikační procesy podílí. Mojí ambicí je poodhalit kousek z rozsáhlého „oboru“ zvaného politická komunikace. Porozumění této části komunikace tudíž může být považováno za jeden ze stěžejních předpokladů k uchopení fungování moderní občanské společnosti jako takové.

Toto téma je mi blízké nejen jako medioložce, ale také jako studentce programu politologie. Vnořuji se tudíž do pro mě fascinujícího moře poznatků o světě kolem nás.

Již jsem zmínila důležitost vybraného tématu a jeho rozsáhlost. Richard Fagen tuto skutečnost trefně poznamenal v práci *Politics and Communication*, když napsal, že „možnost přemýšlet o tolika aspektech politického života s komunikací na mysli je zároveň požehnáním i prokletím“.<sup>1</sup> Komplexnost světa nám při sebevětší snaze nedovolí přesně od sebe oddělit jednotlivé vlivy, musíme se uchýlovat k určitým simplifikacím s vědomím jejich nedokonalosti.

Pro potřeby diplomové práce je nutné pracovat s určitým stupněm abstrakce a vymezit pojmy, se kterými bude operováno. V následující kapitole je podrobněji popsáno, jak jsem k celému tématu přistoupila. Pomůžu-li si teď známou formulí Harolda Lasswella *Kdo říká co komu jakým kanálem a s jakým účinkem*<sup>2</sup>, můžu zúžit záběr této práce na tři elementy této rovnice: **kdo říká co a jakým kanálem**.

Budu zkoumat strukturu podavatele, sdělení a kanály, které využívá. Publikum budu identifikovat pouze jako členy strany u vnitrostranické komunikace či širokou veřejnost u veřejné komunikace, nebudu dále zkoumat socioekonomické atributy cílených publik. Otevírá se tím prostor pro další výzkum zaměřený na stranu příjemce a přitažlivou otázku účinků, který by se mohl stát tématem pro rozsáhlejší práci disertační.

Směr politické komunikace, který jsem se rozhodla zkoumat (politická strana – stranický tisk – vlastní propagace – členská/nečlenská veřejnost), nevypovídá o tom, jak se média zmocňují některých politických funkcí, ale o tom, jak se politické instituce

---

<sup>1</sup> „The possibility of thinking about so many aspects of political life with communication in mind is both a blessing and a curse.“ (Fagen, 1966, s. 7)

<sup>2</sup> Viz např. Jirák, Kopplová, 2003, s. 48 – 49.

zmocňují některých funkcí médií. V této souvislosti zmíním také koncept medializace (mediatization).

Data získaná v průběhu práce interpretuji a konfrontuji s teoretickými poznatky zaznamenanými v první části práce. Na příkladu každé strany také ukáži odlišnosti od obecného modelu politické komunikace parlamentních stran v České republice, který vypracuji v teoretické části stati.

K mému tématu existuje hojně množství literatury, také lidé z analyzovaných politických stran mi vyšli vstříc a poskytli údaje pro zpracování této práce. Jedinou obtíž, kterou musím zmínit, je nekompletnost analyzovaných textů od Unie svobody – Demokratické unie. První číslo z roku 2004 Agendy 12 (na tiskovině zřejmě označeno jako číslo 4) jsem nemohla analyzovat, protože jej neměli k dispozici ani v ústředí strany, ani v Národní knihovně, která jako jediná má povinnost archivovat povinné výtisky. Toto omezení bude zohledněno při analýze a nemělo by ovlivnit validitu výzkumu.

Oproti předpokládané osnově uvedené v tezích jsem udělala jen malé změny, z nichž hlavní bylo rozdělení kapitoly *Přehled způsobů vnitrostranické i veřejné komunikace sledovaných politických stran* do dvou kapitol, zabývajících se zvlášť doménou vnitrostranické komunikace a zvlášť oblastí veřejné komunikace. Pro tuto změnu jsem se rozhodla, abych zpřehlednila velké množství informací, které jsem k oběma stěžejním tématům shromáždila.

V závěru práce jsou zařazeny přílohy, které předkládají k podrobnému prostudování vyplněné dotazníky. Příloženy jsou také záznamové archy obsahové analýzy. Text je doplněn náhledy na titulní strany zkoumaných listů.

## 2 Metodika

Práce tohoto zaměření, jež si klade za cíl zmapovat prostor, který ještě nebyl zkoumán, vyžaduje celý soubor metod. Jedním z hlavních nástrojů výzkumu politické komunikace je analýza mediálních obsahů. Pro zasazení těchto obsahů do širšího kontextu jsem si vytkla za cíl postihnout i rozhodovací procesy uvnitř politických stran a způsob komunikace politických stran s veřejností.

Struktura této práce i metody zvolené pro její vypracování jsou jasně determinovány zmíněnými cíli a charakterem zkoumaného materiálu. Následuje jejich popis, který kromě myšlenkového postupu zároveň rozkrývá i klíč, podle něhož jsou řazeny kapitoly.

Zastřešujícím tématem mojí práce je politická komunikace, která je mým primárním zájmem. Abychom ovšem mohli takto široké téma uchopit, musela jsem jej před začátkem zkoumání zkonkretizovat a zúžit. Definovala jsem si základní prvky svého zájmu a na nich vystavěla téma, které jsem zanesla do názvu své práce: „Analýza způsobu komunikace a sebe prezentace českých parlamentních stran v době před vstupem a po vstupu České republiky do Evropské unie v roce 2004“.

### 2.1 Operacionalizace

Operacionalizace začala vymezením výběrového souboru šetření. Výběr proběhl na čtyřech rovinách: jaká média budou zkoumána, v jakém časovém období, jaké kanály/obsahy budou analyzovány a specifikace zkoumané obsahové jednotky.

#### **České parlamentní strany**

Vzhledem k vysokému počtu politických stran není možné analyzovat všechny subjekty českého stranického systému (jejich počet není stálý, pohybuje se kolem 30 politických uskupení). Vybrala jsem parlamentní strany, protože je u nich předpoklad, že nejčastěji vstupují do interakce s různými druhy publik a že jejich vnitřní proorganizovanost bude vyšší než u neparlamentních stran, které mají mnohem menší členskou základnu i voličskou podporu.



Zkoumanými stranami jsou Česká strana sociálně demokratická (ČSSD), Křesťanská a demokratická unie – Československá strana lidová (KDU-ČSL), Komunistická strana Čech a Moravy (KSČM), Občanská demokratická strana (ODS) a Unie svobody – Demokratická unie (US-DEU). Oddíly pojednávající o jednotlivých stranách či jejich periodických jsou vždy řazeny abecedně podle názvu strany.

### **Časové období vymezené na rok 2004**

Stejně jako nelze zkoumat vysoký počet politických stran, není technicky možné ani zkoumat příliš dlouhé časové období. Rok 2004 byl vybrán, protože v něm proběhly trojí volby na různých politických úrovních – volby do Evropského parlamentu (EP), do krajských zastupitelstev a do Senátu Parlamentu České republiky. Období jednoho kalendářního roku je zároveň adekvátním obdobím k šetření úměrnému rozsahu diplomové práce.

### **Analyzované kanály/obsahy**

Dalším zúžením byla volba tištěné periodické produkce vybraných stran jako hlavního předmětu analýzy. Zkoumány jsou tyto stranické tisky: Pohled/Socánek (ČSSD), Nový hlas (KDU-ČSL), Naše pravda (KSČM), Listy ODS (ODS) a Agenda 12 (US-DEU).

Vzhledem k množství a charakteru zkoumaného materiálu jsem zvolila obsahovou analýzu, abych mohla postihnout frekvenci a zpracování jednotlivých témat.

Na začátku obsahové analýzy, stejně jako u každého vědeckého bádání, jsem musela zpracovat odbornou literaturu. Poznatky z hojné, většinou cizojazyčné literatury, jež se k politické komunikaci vztahuje, vytvořily podklad pro kapitoly 3 a 4, které celou práci zasazují do teoretického rámce a přesně definují její předmět zájmu. Pro kapitolu 5 se stala základem odborná literatura a oficiální tisky (Ústava České republiky) zabývající se výhradně specifickým prostředím politické sféry České republiky.

**Způsoby komunikace a sebe prezentace stran.** Po počátečním rozhodnutí, že budu zkoumat jak komunikaci s veřejností, tak komunikaci vnitrostranickou, jsem musela stanovit kategorie, podle kterých lze posuzovat zkoumané aktivity. Po předběžném prostudování problematiky jsem se rozhodla vzhledem k charakteru a množství materiálů a cílům práce použít místo standardizovaných rozhovorů metodu dotazníkového šetření. Rozhovory jsem provedla pouze jako součást předvýzkumu.

Záměr výzkumu jsem nejdříve formulovala do dvou souborů oblastí, které bych chtěla pokrýt.

U vnitrostranické komunikace to byly tyto oblasti:

1. Internal public relations.
2. Řády pro výběr kandidátů do voleb.
3. Struktura strany.
4. Paměťová zařízení<sup>3</sup>.
5. Komunikace mezi vedením strany a ostatními funkcionáři.
6. Komunikace mezi funkcionáři a řadovými členy.
7. Komunikace mezi vedením strany a řadovými členy.
8. Schopnost řadových členů ovlivnit vnitrostranické rozhodování.

V rámci veřejné komunikace to byly tyto oblasti:

1. Vztahy s veřejností (public relations).
2. Periodické a neperiodické tisky.
3. Netišťená média.
4. Afiliace strany s masovým médiem.
5. Reklama v masových médiích.
6. Reklamní předměty.
7. Zpětná vazba od nečlenské veřejnosti.

Na základě těchto souborů témat jsem vypracovala dotazník, který jsem poslala tiskovým mluvčím zkoumaných stran. Přesné znění dotazníku je uvedeno v příloze Dotazník. Pro zmapování vnitrostranické komunikace jsem použila ordinální škálu, která nabídla respondentům možnost určit důležitost jednotlivých kanálů komunikace (pro otázky odpovídající číslům pět až sedm z první sady oblastí). Zároveň však umožnila přehledné statistické zpracování. Informace takto zjištěné jsem použila v kapitole 6.

### **Specifikace zkoumané jednotky a tématu**

Kvantitativní obsahová analýza byla určena jako metoda zpracování výše vyjmenovaných stranických tisků. Jako předstupeň jsem provedla kvalitativní

---

<sup>3</sup> Termín paměťová zařízení přebírám z díla Karla Deutsche: „...Paměťovými zařízeními jsou míněny všechny druhy zařízení, jež má organizace k dispozici, pomocí nichž se ukládají údaje z minulosti a uchovávají se k dispozici pro vyvolání a aplikaci na rekombinaci nebo akci.“ (Deutsch, 1971, s. 303)

předvýzkum a registraci, které daly vzniknout kapitole 8 popisující zkoumaný materiál. Zároveň umožnily identifikovat relevantní příspěvky a definovat témata zájmu.

Nejdříve jsem prostudovala formální aspekty periodik (rubriky, struktura atd.). Jako předvýběr jsem provedla tematickou analýzu na vzorku výtisků všech pěti periodik z období březen, duben a květen 2004, která vyjevila témata, jež jsou v jednotlivých periodických obsažena. Toto období jsem zvolila s ohledem na konání voleb do Evropského parlamentu v červnu 2004 tak, aby zachytilo kampaň předcházející volbám. Druhým důvodem k volbě tohoto období pro předvýběr bylo technické omezení, jímž je fakt, že Agenda 12 vydávaná US-DEU vycházela jen do května. Výsledky tematické analýzy jsou zaznamenány v kapitole 9, oddíle Tematická struktura.

Tematická analýza vykreslila mapu, jež zodpověděla otázky, se kterými jsem k analýze přistoupila:

1. Jaká témata se ve zkoumaných tiscích vyskytují?
2. V čem se jednotlivá periodika liší?
3. V čem se zkoumaná periodika překrývají?

Nejpodstatnější byla odpověď na otázku zjišťující, která témata se vyskytují napříč zkoumanými tisky. Tematická analýza ukázala, že pro další analýzu jsou nosná tři základní témata, jimiž se zabývají všechny zkoumané strany – **volby do Evropského parlamentu, Evropská unie (EU) jako taková a krajské a senátní volby.**

Tato tři makrotémata byla určena jako směrodatná pro podrobnější analýzu. Odpovídají původnímu zadání sledovat komunikační činnost parlamentních stran ve spojitosti s volbami. Zároveň otázka přístupu k Evropské unii, způsob referování o ní, je natolik významná ve studovaných textech, že ji nelze z analýzy vyloučit.

Jako jednotka analýzy byl určen autorský/redakční text (článek), což vylučuje ohlasy čtenářů, diskusní fóra, inzeráty, tabulkové představování kandidátů apod.

Analýza zkoumá frekvenci výskytu témat a způsob jejich realizace podle předem stanovených kategorií (styl či žánr textu a obsah). Rozdílné formáty a rozsahy jednotlivých periodik činí kvantifikaci výskytu obtížnou a zpochybnitelnou. Frekvence výskytu je proto zaznamenána pouze v jednotkách článků zabývajících se tématem v poměru k množství textů odpovídajících kritériu zkoumané jednotky. Nezohledňuje umístění textu se sledovaným tématem uvnitř periodika (protože např. Pohled a Socánek mají rozsah pouze jednu stranu oproti šestnáctistránkové Naší pravdě) ani velikost příspěvku, jelikož ta je také těžko porovnatelná vzhledem k rozsahové různorodosti zkoumaných tisků.

Oproti postupu navrhovaném v tezích jsem se rozhodla místo klasifikačního rejstříku použít pouze tabulková vyjádření výsledků obsahové analýzy. Získaná původní data jsou uvedena v příloze 5 Záznamové archy obsahové analýzy. Postup obsahové analýzy, proměnné a cíle jsou popsány v příslušné kapitole.

V závěru jsou zobecněny poznatky ze všech tří částí práce: teoretické, popisné či mapující a analytické. Teoretická východiska jsou konfrontována s poznatky z vlastního výzkumu a na základě vyhodnocení poznatků jsou vyvozeny závěry a navrhnuty další možnosti výzkumu v této oblasti komunikace.

## 3 Politická komunikace

Oblast politické komunikace je velmi rozsáhlá a badatel musí čelit, stejně jako v případě ostatních společenskovedních oborů, definiční nejistotě. K předmětu se vztahuje množství literatury, která přináší řadu konceptů. Definice, jsou užívány, představují nejvyšší rovinou simplifikace skutečnosti, musí se však vyhnout přílišnému zjednodušení, které Richard Fagen nazval pastí, ve které vše v politice je komunikace. (Fagen, 1966, s. 23)

Mezi nejvýznamnější z modelů patří Lazarsfeldův model dvoustupňového toku (který byl později nahrazen vícestupňovým modelem) a McQuailův model politické komunikace jako „soustředných kruhů“. Tyto koncepty jsou v této kapitole zmíněny pro úplnost a zasazení tématu do teoretického rámce. Pro samotnou studii však budeme využívat pozdější McNairův model, který nejlépe odpovídá zvolenému směru zkoumání.

### 3.1 Definice

Existuje mnoho definic politické komunikace, které se liší podle teoretického rámce, z něhož vycházejí (některé například postihují rozdíl mezi působením médií v demokratických a v autoritativních režimech), nebo podle aspektů, které akcentují (jednotliví účastníci komunikace, procesy, účinky). Níže je v hlavních rysech uvedeno několik z definic předních vědců zabývajících se politickou komunikací.

U spojení politiky a komunikace existuje definiční pružnost u obou pojmů, můžeme je vykládat mnoha způsoby. Politická komunikace je oblast multidisciplinární a k jejímu zkoumání využíváme jak nástrojů politologických, tak těch, které poskytují mediální studia. Tato práce se zaměřuje na studium dané problematiky z perspektivy mediálních studií, a proto předem pevně definuje pojem politika a dále se již nezabývá možnými alternativními výklady této části.

Politickou sféru, politiku (ve smyslu politics), definujeme jako „oblast, ve které se programy, koncepce nebo jednání politických subjektů střetávají a prosazují. Vyjadřuje procesní stránku úsilí o získání, uplatňování a udržení politické moci“. (Adamová, 2001, s. 199)

Politický systém se za pomoci komunikace realizuje a reprodukuje do budoucna. Podle **Karla W. Deutsche** fungování a charakter politického systému determinuje právě komunikace, která je jeho integrálním a rozhodujícím prvkem. „...vlády a strany – to jest politické systémy a sítě rozhodování a řízení – jsou závislé na procesu komunikace...“ (Deutsch, 1971, s. 233) Deutsch ve svém díle *Nervy vlády*<sup>4</sup> přináší nový pohled na studium politických systémů (i na mezinárodní úrovni) z perspektivy teorie kybernetiky.

Méně vědeckou definici používá **Richard Fagen**, který označuje komunikační aktivitu za politickou, pokud její „důsledky, opravdové a potenciální, mají dopad na fungování politického systému“.<sup>5</sup> Politické strany, předmět našeho zájmu, zahrnuje mezi nejdůležitější kanály politické komunikace, které jsou schopny propojit mocenské elity se širokou veřejností. Politická komunikace je tedy souborem toků politicky relevantních informací.

Další pohled na politickou komunikaci poskytuje **Denis McQuail**, který ji řadí do skupiny institucionalizované komunikace. Určité instituce ve společnosti mají podle něj k dispozici formální i neformální sítě, kterými proudí informace. Na tuto vágní definici navazuje McQuailův model, který je popsán níže.

Další z definic již byly komplexnější a obsáhly i rozličné aspekty politické komunikace. Například **Michael Schudson** přispěl do encyklopedie nazvané *International Encyclopedia of Communications* heslem o politické komunikaci, kde ji definuje jako „jakýkoli přenos sdělení, které má nebo má mít vliv na distribuci nebo použití moci ve společnosti“.<sup>6</sup> Dále politickou komunikaci rozdělil do čtyř úrovní: (1) komunikace mezi těmi, kteří vládou<sup>7</sup> – komunikace elit, (2) komunikace mezi vládnoucími a ovládanými – hegemonní komunikace, (3) ovládaní se obracejí na vládnoucí – petiční hegemonie a (4) ovládaní komunikují mezi sebou – asociální komunikace. (International Encyclopedia of Communications, 1989, s. 304)

---

<sup>4</sup> Deutsch v předmluvě k vydání *Nervy vlády* napsal: „Lidé dlouho a často zkoumali moc vlád velmi podobným způsobem, jak se někteří pozorovatelé snaží stanovit svalovou sílu koně nebo atleta. Jiní popisovali zákony a instituce států podobně, jako anatomové popisují kostru nebo orgány těla. Tato kniha se zajímá méně o svaly nebo kosti politického těla a více o jeho nervy – o jeho kanály komunikace a rozhodování.“ (Deutsch, 1971, s. 57)

<sup>5</sup> „...communicatory activity is considered political by virtue of the consequences, actual and potential, that it has for the functioning of the political system.“ (Fagen, 1966, s. 20)

<sup>6</sup> „Any transmission of messages that has or is intended to have an effect on the distribution or use of power in society can be considered political communication.“ (International Encyclopedia of Communications, 1989, s. 304)

<sup>7</sup> V našem prostředí politická elita obecně, tedy včetně opozice.

Naopak **Dominique Wolton** v textu *Political Communication: The Construction of a Model* odmítá politickou komunikaci jako systém popsáný Michaellem Schudsonem. Nevidí ji tedy jako amalgám komunikace mezi vládou (obecněji politickou reprezentací) a občany, komunikace mezi vládnoucími politiky a jejich oponenty (obecněji politickými subjekty) a studia role médií v utváření veřejného mínění a vlivu výzkumů veřejného mínění na politický život (vztah mezi znepokojením a zájmy občanů a rozhodováním politiků). Jeho pojetí je úžeji vymezené: ne všechny komunikační akty v politické sféře jsou projevy politické komunikace. „Pouze ty, které se stávají předmětem konfliktu a polemiky, vstupují do této kategorie.“<sup>8</sup>

Politická komunikace je podle Woltona prolnutím tří diskurzů, je místem střetávání protikladných diskurzů tří hlavních aktérů, kteří jsou vybaveni legitimitou: politických stran a jejich vůdců, novinářů a veřejného mínění vyjádřeného ve výzkumech veřejného mínění. Politická komunikace je tedy arénou, ve které jsou vyměňovány názory a přesvědčení, aby se voličská veřejnost mohla rozhodnout. Je zároveň souborem pravidel zajišťujících, že systém konfrontace diskurzů zůstane funkční.

Wolton upozorňuje, že politická komunikace začala být po zkušenostech s nacismem a později s komunismem chápána jako synonymum k propagandě. O vztahu politické komunikace a propagandy pojednává následující kapitola.

Další z autorů píšících o politické komunikaci, **Steven H. Chaffee**, přistoupil k definici spíše z politologického hlediska, když politickou komunikaci umístil do prostoru, který je v tradičních politologických modelech vymezen tzv. černé skříňce (black box), která transformuje vstupy (společenská poptávka atd.) v politické výstupy. Chaffee v *Political Communication: Issues and Strategies for Research* definuje politickou komunikaci jako „...přeměnu společenské poptávky a podpory v (politická – pozn. autorky) rozhodnutí“.<sup>9</sup> Zohledňuje však i např. informace o politických osobnostech atd. Tento typ informací nazývá kvazi-politickými. Ačkoli nevyhovují předchozí definici, nemají přímý vliv na rozhodovací proces, mají podíl na získávání politické podpory.

**Jan Jiráka a Blanka Řířchová** v publikaci *Politická komunikace* předmět svého zájmu definují jako „...veškeré procesy symbolické interakce odehrávající se ve společnosti na makropolitické úrovni (nebo veškeré symbolické interakce, které tyto

<sup>8</sup> „Only those which become the subject of conflict and polemics enter this category.“ (Wolton, 1990, s. 17)

<sup>9</sup> „...conversion of demands and support into decisional outputs.“ (Chaffee, 1975, s. 97)

procesy ovlivňují) a přispívající k rozhodování, popřípadě výkonu či distribuci moci“.  
(Jirák, Říchová, 2000, s. 13)

Rozlišují čtyři oblasti výzkumu mediální politické komunikace<sup>10</sup>:

1. Vliv vlády na masová média, tedy studium regulačních podmínek, zákonů, ekonomické kontroly, zavádění nové regulace, cenzury apod.
2. Vládní informační systém zahrnující formální i neformální kanály komunikace, osobní styky.
3. Dopad masových médií na vládu, do něhož se zahrnuje oficiální užití masových médií, vliv zpráv na chování úředníků.
4. Masově mediální zpravodajství, jeho sociální a institucionální podoba.

Tento výzkum neodpovídá zcela ani jedné z kategorií. Přiřadit bychom jej mohli ke studiím zabývajícím se vládní komunikací. Vláda je zde opět chápána obecně jako politická reprezentace (tedy včetně politických stran). Nebudeme však zkoumat interakci mezi vládou a „nezávislými“ masovými médii, což by bylo častější pojetí, ale způsobem, jak se vláda vztahuje k veřejnosti za pomoci svých vlastních sdělovacích prostředků.

Téma analýzy může být testováno všemi zmíněnými definicemi politické komunikace, které reprezentují průřez vývojem představ o ní. Podavatelem sdělení je politická strana, která usiluje o zisk moci a zabezpečuje její distribuci. Pro cirkulaci politicky relevantních informací má své formální i neformální síť. Můžeme v ní identifikovat střední úroveň řízení (Deutsch, viz 3.2.2 Model Denise McQuaila). Je součástí hegemonní komunikace (viz Schudsona).

Pro potřeby této diplomové práce však budeme pracovat s definicí Briana McNaira, která v sobě na třech úrovních slučuje nejdůležitější prvky výše zmíněných pohledů na politickou komunikaci.

**Brian McNair** zkoumá vztahy mezi třemi elementy procesu, jímž je politická komunikace realizována (návaznost na Woltona): politické organizace, publika a média. Jeho definice se rozvíjí na třech úrovních odpovídajících zmíněným aktérům<sup>11</sup>:

1. Všechny formy komunikace realizované politiky a ostatními politickými aktéry za účelem dosažení určitých cílů.
2. Komunikace ze strany nepolitických aktérů (voliči, publicisté) určena politickým subjektům.

<sup>10</sup> Převzato z Jirák, Říchová, 2000, s. 15.

<sup>11</sup> Převzato z McNair, 2003. s. 4.



3. Komunikace o politických aktérech a jejich aktivitách, obsažená ve zpravodajství a publicistice.<sup>12</sup>

Tato analýza způsobu komunikace politických stran spadá do první kategorie McNairovy definice: politické strany se snaží získat a udržet své voliče.

McNair stejně jako např. Jirák a Říchová vyzdvihuje procesuální podstatu politické komunikace. Tu lépe než definice postihne model.

## 3.2 Model

Komunikačních modelů existuje několik a stejně jako definice se od sebe liší teoretickým rámcem, ze kterého vycházejí, či aspektem, který akcentují. Simplifikace jevu nám umožňuje dostat se na potřebnou úroveň abstrakce, abychom mohli pojmenovat subjekty a procesy tvořící předmět našeho zájmu.

Přestože je nemožné oddělit vliv médií od obecnějších vlivů socioekonomických, musíme se pokusit tak do jisté míry učinit. Není možné postihnout komplexitu společenských změn této doby ani v této práci ani v mnohem rozsáhlejších svazcích. Je tedy zřejmé, že komunikační model, který by prošel testem současných poznatků, musí zahrnovat více než komponenty *médium působí a lidé reagují*. Prvním zpochybněním této jednoduché kauzality bylo přidání názorového vůdce, který stojí mezi médiem a nejširším publikem.

Pojem názorový vůdce se objevuje v modelu dvoustupňového komunikačního toku, který na základě volební studie z roku 1940 formulovali Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson a Hazel Gaudetová.

### 3.2.1 Dvoustupňový komunikační tok

V politologické i mediální literatuře je model dvoustupňového toku zmiňován jako model politické komunikace. Jeho přínos ke studiu politické komunikace je nesporný, přesto však není pro náš výzkum nejhodnější. Pro teoretické ukotvení předmětu je však nutné jej v jeho základních rysech uvést.

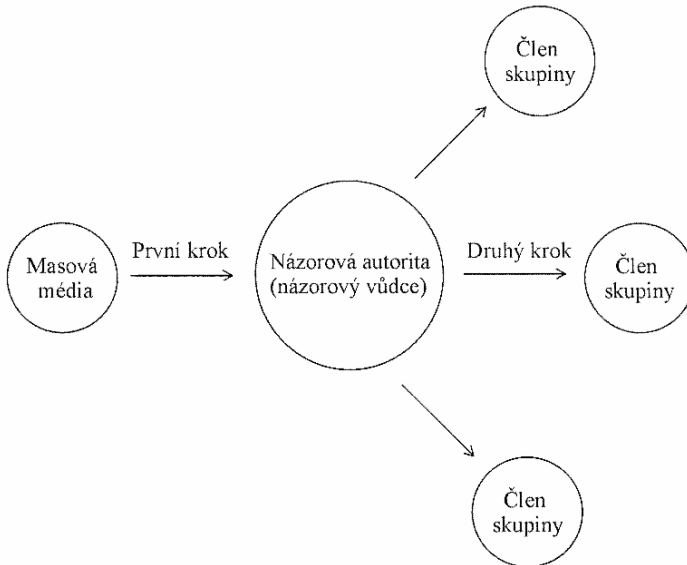
---

<sup>12</sup> McNair záměrně opomíjí oblast interpersonální politické komunikace jako např. diskuse v baru, rozhovor novináře s jeho zdrojem atd.

Dvoustupňový tok komunikace představuje hypotézu, podle níž se „informace dostávají k tzv. názorovým vůdcům (opinion leaders) a teprve od nich k méně aktivním členům společnosti“. ( Reifová, 2004, s. 288)

Můžeme vyabstrahovat tři nejdůležitější závěry:

1. Osobní kontakty mají větší dopad na rozhodování lidí než masová média.
2. Názoroví vůdci se vyskytují na všech úrovních společnosti.
3. Názoroví vůdci byli více vystaveni informacím z masových médií.



Obrázek 1. Dvoustupňový tok komunikace, převzato z Kunczik: Základy masové komunikace, s. 191

Další výzkumy<sup>13</sup> již neprokázaly existenci stálých názorových vůdců a vedly k přehodnocení teze a vytvoření nové varianty komunikačního modelu postavené na vícestupňové komunikační vazbě. Představa komunikace jako mechanické a dvoustupňové byla nahrazena mnohem komplexnějšími vícestupňovými modely.

<sup>13</sup> Těmito studiemi se např. dále zabýval Elihu Katz.

### 3.2.2 Model Denise McQuaila

Model Denise McQuaila je pro výzkum komunikačních aktivit politických stran vhodnější. Již bylo zmíněno, že McQuail zahrnuje politickou komunikaci do institucionalizovaných forem komunikací. Vytvořil pro ni model, který bychom mohli označit jako model soustředných kruhů.

McQuail nejdříve navrhuje „duální systém“, který by tvořily dva kruhy. Vnitřní kruh představuje uzavřenou, spojitou, formální komunikační síť s jasně definovanými rolemi (např. vedení politické strany). Na několika místech se tento jasně vymezený kruh dotýká druhého kruhu, který je otevřenou, rozpínající se, neformální komunikační sítí (řadoví členové strany, příznivci), charakterizovanou menším stupněm spojitosti a větší rozptýleností. (McQuail, 1975, s. 123)

V případě komunikace politických stran jsou vnitřní a vnější komunikační síť propojeny členy strany a místními aktivisty, kteří nemají svou úlohu ve formální struktuře strany (nemají žádnou oficiální funkci v organizaci). „Tito klíčoví lidé jednají jako neformální organizátoři a původci informací a vlivu mezi oběma komunikačními sítěmi.“<sup>14</sup>

Tím se vytváří třetí rovina systému – rovina zprostředkovatelů. Model nabývá tvaru soustředných kruhů, kde tato individua jsou uprostřed mezi formální a neformální rovinou.

McQuail charakterizuje subjekty vyplňující vnitřní prostor mj. jako původce informací a názorů na politické záležitosti. Navazuje zde jak na Lazarsfeldovo pojetí názorových vůdců, tak na Deutschův koncept střední úrovně řízení.

**Střední úroveň řízení** tvoří „všichni jedinci, jejichž postavení v rámci komunikačního kanálu je dosti daleko od masy obyvatel, aby se v této mase nerozplývali a aby je bylo možné blíže identifikovat. Musí být ale současně této mase dosti blízko, aby s ní zůstali v bezprostředním kontaktu“ (Říchová, 2000, s. 87)

Přestože Karl Deutsch viděl střední úroveň jako prostor zabraný jedinci, kteří nemají v organizaci strany oficiální funkce, po prostudování struktury českých politických stran byl pro potřeby této práce tento koncept přizpůsoben. Nadále odpovídá popisu, který použila ve své stati Říchová (viz výše), vztahuje se však i na funkcionáře, kteří ovšem

---

<sup>14</sup> „Such key individuals act as informal organisers and sources of information and influence for the two communication networks.“ (McQuail, 1975, s. 123)

nejdou ve vedení strany. Tito lidé nepřitahují pozornost médií, nejsou vzdálení od „masy“, zároveň však s „masou“ nespývají, jsou větší měrou angažováni v politických rozhodovacích procesech.

Vydělily se tak čtyři vrstvy možného vertikálního pohledu na politickou komunikaci, z nichž první tři konstituují oblast vnitrostranické komunikace: vedení strany, funkcionáři, řadoví členové a nečlenská veřejnost. Na základě tohoto rozdělení byl vypracován jak pracovní model vnitrostranické komunikace, tak dotazník rozeslaný do zkoumaných stran.

### 3.2.3 Model Briana McNaira

Model Briana McNaira se od předchozích dvou, které patří k základům zkoumání a poznávání politické komunikace, zcela liší. Zaměřuje se na postihnutí vztahů (které jsou indikátory procesů v nich obsažených) mezi třemi hlavními aktéry, jež určuje ve své definici politické komunikace. V jejich identifikaci se shoduje například s Dominiquem Woltonem, který píše o místě střetu zájmů politických organizací, žurnalistů a občanů (vyjádřených skrze výzkumy veřejného mínění).

McNair jako subjekty politické komunikace (viz Obrázek 2) určil politické organizace, média a občany. Média sama jsou také chápána jako politický aktér<sup>15</sup>.

V modelu jsou zřejmé také dvoucestné vztahy mezi těmito aktéry. Zcela však chybí naznačení možnosti komunikačního vztahu mezi politickými organizacemi (politickou stranou) a občany, který by nebyl realizován prostřednictvím (masových) médií.<sup>16</sup>

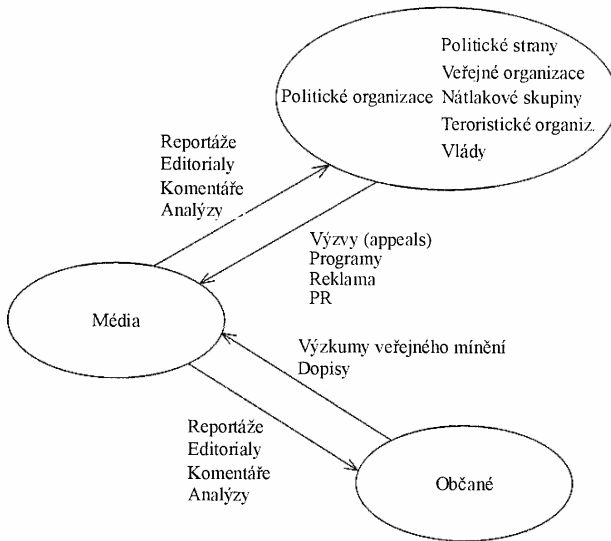
S obdobným modelem pracuje také Winfried Schulz ve stati *Proces politické komunikace: vymezení problémů a kladení otázek*, která vyšla ve studijním textu *Analýza obsahu mediálních sdělení* realizovaném jako součást česko-německého výzkumného a pedagogického projektu Média a volby. Schulz rozebírá volby jako politický proces delegace moci (viz kapitolu 5) a poté volby jako komunikační proces. Tyto dva koncepty

<sup>15</sup> McNair nabízí definici politických aktérů jako „jednotlivců [nebo skupin – pozn. autorky], kteří usilují skrze organizační a institucionální prostředky o ovlivnění rozhodovacího procesu“. V anglickém originále: „... individuals who aspire, through organisational and institutional means, to influence the decision-making process.“ (McNair, 2003, s. 5)

<sup>16</sup> Jakákoli komunikační aktivita je realizována prostřednictvím média. McNair, stejně jako většina ostatních teoretiků, se zaměřuje na masová média (definice masových médií viz např. Reifová: Slovník mediální komunikace), aniž by to bylo explicitně zdůrazněno. V této práci se však zaměříme na přímou komunikaci politických stran směrem k občanům a na vztah tohoto přímého komunikování k masovým médiím.

však nejsou nutně rozdílné, naopak se překrývají. Schulz vyzdvihuje „postavení médií v moderní demokracii jako prostředníka mezi politickými institucemi na jedné straně a občany na straně druhé“. (Reifová, 2004, s. 13) Jeho model je téměř totožný s McNairovým, jen na nejvyšší úrovni neuvádí „Politické organizace“, ale rozlišuje tři úrovně: politické strany, o stupeň výše parlament a nad ním vládu.

McNairův model, jehož výhodou je, že se na politickou komunikaci dívá jako na celek, má velkou explikativní sílu. Použijeme jej jako základ pro pracovní model, se kterým budeme porovnávat komunikační aktivity jednotlivých politických stran tak, jak je přiblížíme v následující analýze.



**Obrázek 2.** Součásti politické komunikace, převzato z McNair: An Introduction to Political Communication, s. 6

### 3.2.4 Pracovní modely

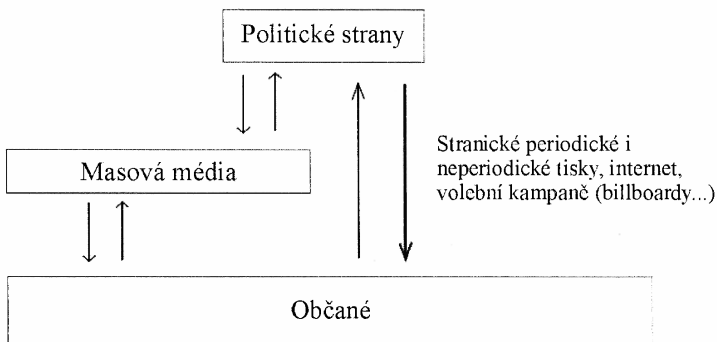
Na základě teoretických poznatků, které jsou shrnuty výše, vznikly pracovní model veřejné komunikace politických stran a model vnitrostranické komunikace zachycující podstatné rysy zkoumaného předmětu. Budou sloužit jako teoretické vodítko při analýze komunikační aktivity českých parlamentních stran v roce 2004.

V průběhu analýzy bude model veřejné komunikace (rozuměj komunikace s veřejností vymezené oproti vnitrostranické komunikaci) testován poznatky o jednotlivých stranách a přizpůsoben s ohledem na způsob vztažení vlastní mediální produkce k masovým médiím.

Model vnitrostranické komunikace bude také testován poznatky získanými dotazníkovým šetřením a taktéž modifikován pro jednotlivé strany.

### Pracovní model veřejné komunikace

Tento model vychází z McNairova modelu, doplňuje však podstatný aspekt procesu politické komunikace, který McNair opomíjí: komunikaci mezi politickou stranou a občany, která není zprostředkovaná masovými médii (v McNairově modelu úrovní „média“). Tato vazba je v pracovním grafu znázorněna tučnou čarou. Ostatní vztahy a jejich charakter (viz Obrázek 2) zůstávají v pracovním modelu zachovány.



Obrázek 3. Pracovní model veřejné komunikace

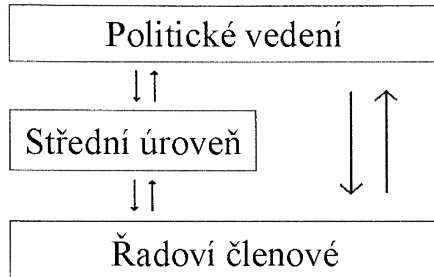
Základní rysy tohoto modelu jsou dány zvoleným tématem. Předpokladem je, že se modely budou lišit způsobem nakládání jednotlivých stran s linkou přímé komunikace (nezprostředkované masovými médii) s občany.

### Pracovní model vnitrostranické komunikace

U vnitrostranické komunikace předpokládáme tři obecné organizační úrovně, které můžeme zjednodušeně (tedy bez ohledu na stranickou či politologickou terminologii) nazvat politickým vedením, střední úrovní řízení a řadovými členy. Stejně jako u modelu

zmíněného výše, v části věnované vnitrostranické komunikaci bude model testován oproti výsledkům výzkumné práce.

V dotazníku je střední úroveň řízení označena jako „ostatní funkcionáři“, aby byla odlišena od vedení strany.



Obrázek 4. Pracovní model vnitrostranické komunikace

V modelu předpokládáme, že existuje přímá komunikace mezi řadovými členy a vedením strany. Tento předpoklad také ověříme během analýzy.

### 3.3 Medializace

Pro pochopení vztahu občanů, médií a politické sféry je kromě definice a modelu zmíněných výše potřeba uvést také koncept medializace<sup>17</sup>.

Vývoj představ o účincích médií prošel evolucí, kterou zde nebudeme popisovat. Postupně se však začaly prosazovat názory, že role médií je zbytečně přeceňována. Představa složitějšího procesu, než jak byla chápána moc médií, nahrazuje úvahy o jednosměrném a silném působení médií.

Dostáváme se od představy republiky médií, mediokracie, kde média na sebe převzala některé politické funkce, k medializaci, v níž jsou sice politické instituce na médiích závislé, ale zachovávají si vládu nad politickými funkcemi a procesy a v interakci

<sup>17</sup> V anglicky psané odborné literatuře se používá termín „mediatization“. Musíme jej odlišit od „mediation“, mediace, kterou chápeme jako pouhý přenos sdělení.

s médií se jen formují. Základním rysem medializace je, že politika ztrácí svou autonomii, není však médií určována.

**Winfried Schulz** v příspěvku pro *European Journal of Communication* popsal čtyři procesy medializace (Schulz, 2004, s. 98). Podle něj média rozšiřují přírodní hranice lidské komunikace, nahrazují sociální aktivity a sociální instituce, prolínají se s různými nemediálními aktivitami ve společenském životě a aktéři a organizace všech oblastí společenského života se uzpůsobují jejich logice.

Medializaci bychom tedy mohli zjednodušeně charakterizovat jako přizpůsobení se komunikačního procesu logice a potřebám médií. „Komunikační odborníci mohou použít medializaci ke studiu, jak nejlépe využít existující formáty skrze manipulaci a uvědomění si jejich vlivu na obsah.“<sup>18</sup>

Konceptem medializace se zabývají také Jirák a Říchová v předmluvě ke sborníku *Politická komunikace*. Důsledky a využíváním mediální logiky se zabývají Sven Windahl, Benno Signitzer a Jean Olson v publikaci *Using Communication Theory: An Introduction to Planned Communication*.

---

<sup>18</sup> „Communication planners can use mediatization to study how best to use available formats through manipulating them and being aware of how formats influence content.“ (Windahl, 2000, s. 23)



## 4 Sebe prezentace a propaganda

Politickou komunikaci jsme definovali jako procesy symbolické interakce na makropolitické úrovni, které přispívají k rozhodování, výkonu či distribuci moci. (Jirák, Říchová, 2000, s. 13) Podle McNairova rozdělení se zaměříme na první součást politické komunikace – tedy komunikaci realizovanou politiky a ostatními politickými aktéry za účelem dosažení určitých cílů.

„Dosažení určitých cílů“ je velmi důležitá součást definice politické komunikace. „Cílem veškeré této (politické – pozn. autorky) komunikace je... přesvědčit.“<sup>19</sup> Politická komunikace je realizována s cílem dosáhnout určitého efektu u příjemců sdělení. Jak poznamenal Wolton (viz kapitolu 3), politická komunikace byla po zkušenostech s nacismem a později s komunismem spojována pouze s propagandou. Také samotný pojem propaganda získal silně ideologický, negativní význam.

Politické strany a další zájmová uskupení vstupují intencně do interakce s médii, protože věří v jejich moc ovlivňovat. Svůj vliv si „pojišťují“ produkováním vlastních mediálních výstupů, vydáváním vlastních periodik, která budeme blíže zkoumat.

Přesvědčení o účincích médií motivuje politické subjekty ke vstupu do jejich sféry. Účinky a vliv jsou nezpochybnitelné, přesto nebyly nikdy pojmenovány tak, aby panovala nad jejich vymezením širší shoda odborných kruhů. Tato práce si neklade za cíl účinky médií prokazovat pomocí konkrétní studie, ale abychom mohli pracovat s naším tématem, je nezbytné přiblížit si pojmy jako propaganda, manipulace nebo persvaze blíže, než jak jsou obecně chápány. Navazujeme tím na poslední část předcházející kapitoly, kde je manipulace zmíněna v souvislosti s konceptem medializace a plánovanou komunikací.

Slovo propaganda vzniklo již v 17. století z názvu úřadu *Sacra congregatia de propaganda* (kolegium kardinálů zodpovědných za misijní činnost, založeno papežem roku 1622). V 19. století se význam rozšířil na jakoukoli organizaci šířící politické myšlenky či ideologii. (Reifová, 2004, s. 192)

---

<sup>19</sup> „The purpose of all this communication is... to persuade.“ (McNair, 2003, s. 11)

## 4.1 Propaganda a persvaze

Podle Leonarda W. Dooba, který přispěl slovníkovým heslem o propagandě do *International Encyclopedia of Communications*, propaganda je „komunikací, verbální či neverbální, která se pokouší ovlivnit pohnutky, přesvědčení, přístupy a jednání jedné či více osob“.<sup>20</sup>

Doob vymezuje také tři rysy propagandy, které ji odlišují např. od soustavného vzdělávání. Propaganda podle něj je nevyvážená (biased), motivovaná osobním ziskem (politická kampaň, reklama či lobbying) a záměrná a účelová (cílem vyhrát volby).

O příjemcích Doob říká, že i když vědí, že jsou vystaveni účelovému působení, přesto jej připouští, aniž by si byli plně vědomi jeho důsledků.

Propaganda je formou persvazivní komunikace, je záměrná a systematická, používá úmyslnou manipulaci. V této souvislosti můžeme studovat i další aspekty jako např. kultivační přístup k účinkům médií, zesilující účinek médií, potvrzující účinek médií či koncept agenda setting. Rozeznáváme také různé druhy propagandy (viz Jirák, Köpplová: Média a společnost; Burton, Jirák: Úvod do studia médií).

Propaganda je tedy svou podstatou persvazivní, tedy přesvědčovací. Persvazi definuje William J. McGuire jako „proces, v němž je vnímání, přístupy a jednání jedné osoby k určitému objektu ovlivněny komunikací jiné osoby o tomto objektu“.<sup>21</sup> Persvazivní postupy se používají tam, „kde je cílem řízené nebo plánované komunikace záměrné ovlivňování postojů či chování lidí s předem stanoveným žádoucím výsledkem“ (Jirák, Řichová, 2000, s. 177) Pro politickou stranu je kýženým účinkem zisk a udržení podpory, vyjádřené rozdělením hlasů ve volbách.

Propagandu v našem diskurzu chápeme jako „manipulaci médií s cílem dosažení společenské kontroly“ (Jirák, Řichová, 2000, s. 156) Persvaze je podstatou tohoto záměrného působení.

Graeme Burton a Jan Jirák přidávají k tomuto pojetí propagandy ještě druhou část: „...soustředěná a promyšlená snaha vyloučit jakékoli pohledy, představy či ideologie alternativní“ (Burton, Jirák, 2001, s. 136)

<sup>20</sup> „Communication, verbal or nonverbal, that attempts to influence the motives, beliefs, attitudes, or actions of one or more persons.“ (International Encyclopedia of Communications, 1989, s. 374)

<sup>21</sup> „The process whereby a person's cognitions, attitudes, or behavior toward an object are influenced by another person's communication about that object.“ (International Encyclopedia of Communications, 1989, s. 266)

Obě podmínky (manipulace za účelem zisku společenské kontroly a vyloučení alternativních zdrojů) platí u pojetí propagandy v autoritářských režimech. V demokratických otevřených systémech se propaganda projevuje jen v podobě odpovídající první podmínce, jako „mohutná, ofenzivní komunikace se skrytě či zjevně persvazivním (přesvědčovacím či ovlivňovacím) zaměřením“. (Burton, Jiráček, 2001, s. 137) Do této kategorie můžeme zahrnout i reklamu či public relations (viz níže).

Někteří autoři (např. Lenka Čábelová v definici hesla propaganda ve Slovníku mediální komunikace<sup>22</sup>) odmítají zařazovat formy působení na veřejnost, jako jsou reklama, agitace, propagace atd., mezi propagandistické praktiky. Podle jejich argumentace tyto typy komunikací neodpovídají druhé podmínce propagandy: není vyloučen alternativní zdroj, pohled či přístup.

Michael Schudson v *International Encyclopedia of Communications* však napsal: „...nezáleží na tom, jestli je to nazýváno news managementem nebo public relations nebo budováním image, je to sofistikovaná odvozenina propagandy...“<sup>23</sup>

## 4.2 Sebe prezentace

Tato diplomová práce zkoumá způsoby komunikace politických stran a způsoby jejich sebe prezentace. Budeme vycházet z toho, že tato aktivita se vyvinula z konceptů propagandy a persvaze popsáných výše (nemusí tedy splňovat podmínku vyloučení alternativy). V moderní době využívá postupů, které se minimálně svými názvy (většinou se používají originální anglické názvy) distancují od zprofanované propagandy.

Postupy, jak se politické strany vztahují ke svým potenciálním voličům, rozpracoval Brian McNair (McNair, 2003, s. 7, 97 – 151). Zařadil mezi ně politický marketing, politickou reklamu (political advertising) a vztahy s veřejností (public relations).

Koncept **politického marketingu** je analogickým k principu obchodního marketingu. Politické strany se zaměřují na cílená publika, která oslovují. Svůj úspěch neměří ve smyslu ekonomického zisku, ale zisku voličských hlasů.

---

<sup>22</sup> Osvaldová a kol., 1999, s. 192 – 194.

<sup>23</sup> „...whether one calls it news management or public relations or image building, it is a sophisticated derivative of the propaganda...“ (International Encyclopedia of Communications, 1989, s. 312)

**Politická reklama** (propagace) je také založena na postupech vyvinutých pro obchodní sektor. Podle McNaira slouží k odlišení politických produktů (stran a jejich kandidátů) a usnadnění jejich identifikace spotřebitelem/voličem. Je ústředním atributem politické komunikace, je jejím jediným aspektem, nad kterým má původce sdělení úplnou kontrolu. Do této kategorie můžeme zařadit stranický tisk, který budeme zkoumat. Její slabinou je, že příjemci si jsou vědomi, že se jedná o politické sdělení odrážející hodnoty a záměry podavatele. Z tohoto pohledu je efektivita politické reklamy omezena.

**Vztahy s veřejností** zahrnují „information management“ (řízení informací), který má zajistit, aby se straně dostalo co největší pozitivní publicity. Podle McNaira sem patří proaktivní nástroje jako sjezdy stran, které jsou organizovány tak, aby přilákaly zájem médií a zajistily pozitivní ohlasy, tiskové konference, které stranám poskytnou prostor pro protlačení svých činů a názorů do médií, či zaměstnání konzultantů vytvářejících image strany a jejich představitelů.

K tzv. reaktivním nástrojům public relations McNair řadí techniky, kterými se strany snaží omezit škody: získávání novinářů, překroucení zprávy (spinning), potlačení potenciálně škodících informací, dezinformační taktiky jako cílené úniky žádoucích informací.

V rámci vztahů s veřejností McNair vyděluje **media management** – přizpůsobení potřebám médií za účelem maximalizace přístupu do nich, **image-management** – vytváření image jednotlivého politika i image celé strany, její ideologická pozice, odlišení od ostatních a **internal public communications** – nutnost vytvořit efektivní vnitrostranické kanály přenosu informací, koordinace aktivit a zapracování zpětné vazby. „Strany, stejně jako obchodní organizace, si musí vytvořit kanály *vnitřní* komunikace, aby (...) bylo zajištěno, že jednotlivé postupy public relations efektivně spolupracují.“<sup>24</sup>

Prostředky, které politické strany k sebe prezentaci používají, jsou popsány v kapitole 7.

---

<sup>24</sup> „Parties, like commercial organizations, must develop channels of *internal public* communication, (...) to ensure that the different elements of the public relations operation are working with each other effectively.“ (McNair, 2000, s. 151)

## 5 Politický systém České republiky

Uchopili jsme politickou komunikaci i to, jaké používá techniky. Než začneme popisovat a analyzovat komunikaci jednotlivých zkoumaných stran, musíme popsat institucionální rámec, ve kterém k této komunikaci dochází, tedy politický systém země.

Pro přehlednost je text doplněn strukturovanými profily popisujícími všech pět parlamentních stran, kterými se tato práce zabývá.

### 5.1 Politický systém

V kapitole 3 (bod 3.2.3) jsme již nastínili, jak z perspektivy politické komunikace budeme nahlížet politické uspořádání České republiky. Uvažujeme v mezích politické komunikace jako pole, na kterém působí určité subjekty, probíhají určité procesy, a to s určitými účinky. Činnost těchto subjektů (můžeme použít Woltonovo či McNairovo rozlišení na politické organizace/institute, média a občany) je určena „nastavením“ politického systému země.

Politické uspořádání země vychází z Ústavy České republiky a z Listiny základních práv a svobod. Český konstitucionalismus navázal na tradici ustavenou již v období tzv. První republiky, tedy období od vzniku samostatného Československa do vyhlášení nacistického protektorátu. V ústavě je ČR definována jako „svrchaný, jednotný, demokratický právní stát založený na účtě k právům a svobodám člověka a občana“.<sup>25</sup>

Mezi nejpodstatnější ústavní principy, na nichž je republika založena, zařazujeme svrchanost lidu, demokracii, většinový princip a jeho omezení (ochrana práv menšin), právní stát, lidská práva, dělbu moci a parlamentní systém vlády.

Každý z těchto atributů v sobě skrývá procesy, které bychom mohli podrobit zkoumání z hlediska politické komunikace, jejíž procesuální podstatu jsme popsali v předchozích dvou kapitolách. Soustředíme se však na několik bodů, které nejjasněji definují institucionální formu vztahu mezi politickou sférou (státem) a veřejností

---

<sup>25</sup> Ústava České republiky, Hlava první, čl. 1.

(občany). Posledním prvkem trojice jsou média, která jsou prostředníkem mezi politickou a veřejnou sférou.

Zmíněná demokracie je v ústavním textu zachycena jako delegace moci občany. „Lid je zdrojem veškeré státní moci; vykonává ji prostřednictvím orgánů moci zákonodárné, výkonné a soudní.“<sup>26</sup> Lid určuje (volí) své zástupce, kteří vykonávají politickou vládu. Hovoříme tedy o zastupitelské demokracii. Občané svou moc realizují zpravidla ve svobodných volbách do úřadů na různých úrovních správy země.

„Forma vlády v českém ústavním systému je parlamentní s poměrně rozsáhlými ústavními kompetencemi prezidenta republiky.“ (Vodička, Cabada, 2003, s. 154) Parlament je jediným z ústředních orgánů státu, který je přímo volen lidem. Parlament České republiky je tvořen dvěma komorami: Poslaneckou sněmovnu ČR a Senátem ČR. Ostatní ústřední orgány jsou od parlamentu odvozeny, tím je zajištěna jejich legitimita.

Posledním z bodů, které jsou pro náš výzkum nejdůležitější, je postavení politických stran<sup>27</sup> v systému. Podle ústavy je „politický systém založen na svobodném a dobrovolném vzniku a volné soutěži politických stran respektujících základní demokratické principy a odmítající násilí jako prostředek k prosazování svých zájmů“.<sup>28</sup>

„Politické strany (...) tím, že působí jako spojovací článek mezi občanskou společností a státem, představují jádro politického systému.“ (Klíma, 1998, s. 141)

Po roce 1990 se stranický systém, který byl na dlouhá léta zdeformován komunistickým modelem (strany Národní fronty) a ještě předtím protektorátní redukcí počtu stran, vrátil k pluralitnímu systému politických stran, který charakterizoval svobodný Československý stát od počátku. Vývoji stranictví v českých zemích se dopodrobna věnuje publikace *Politické strany: Vývoj politických stran a hnutí v českých zemích a Československu 1861 – 2004*.

Výrazný význam médií jako prostředníků mezi politickými stranami, parlamentem a vládou (které vytvářejí hierarchickou nejvyšší úroveň v Schulzově pojetí voleb jako komunikačního procesu – viz bod 3.2.3) je ukotven již v právním řádu demokratických systémů. Vyjádřen je především zásadou svobody médií.

---

<sup>26</sup> Ibid, Hlava první, čl. 2, (1).

<sup>27</sup> Definice politické strany: „Z organizačního hlediska je politická strana společenstvím podobně smýšlejících lidí, jež je vnitřně strukturováno. Je tvořeno souhrnem menších skupin (místních organizací), které se víceméně formují na území celého státu a které jsou vzájemně propojeny koordinačními orgány. V rámci politických stran, podobně jako u státního společenství, se uplatňuje určité vnitřní členění a dělba moci na úrovni vertikální a horizontální.“ (Klíma, 1998, s. 19)

<sup>28</sup> Ústava České republiky, Hlava první, čl. 5.

Zkoumáme-li politickou komunikaci v České republice, pohybujeme se v mezích vytyčených především zastupitelskou demokracií a principem svobodných voleb. Občané jako základna, ze které celý systém čerpá legitimitu, média a politické strany jako prostředníci a parlament, vláda a soudní moc jako špička pomyslné pyramidy vykreslují rámec politické komunikace. Pravidla, která byla ve stručnosti výše popsána, určují, jaké procesy v této pyramidě probíhají.

Pro náš výzkum jsou směrodatné parlamentní volby z roku 2002, v nichž pětiprocentní limit pro vstup do poslanecké sněmovny překročilo pět politických stran, jejichž profily jsou uvedeny v následujícím oddíle.

## 5.2 Profily jednotlivých sledovaných stran

Profily jsou sestaveny jednotným způsobem tak, aby byla usnadněna komparace na základě heslovitě popsaných, ale nejpodstatnějších kritérií. U všech stran je uvedeno historické zázemí, ideologická pozice, výsledek ve volbách 2002, zahraničněpolitický přístup na příkladech postojů ke vstupu do Severoatlantické aliance (NATO) a Evropské unie (EU) a členství v mezinárodních politických subjektech.<sup>29</sup>

### **Česká strana sociálně demokratická**

ČSSD má dlouhou tradici sahající do 19. století, v období první republiky patřila k nejsilnějším stranám. Po druhé světové válce se dočasně stala součástí Národní fronty, po komunistickém převzetí moci byla násilně spojena s Komunistickou stranou Československa. Nepřestala však zcela existovat, pracovala nadále v exilu. V prvních letech své obnovené existence ČSSD prosazovala výrazně antikomunistickou politiku, tento přístup se v průběhu let změnil.

ČSSD je stranou politického levého středu. Hlásí se k programu sociálně a ekologicky orientovaného tržního hospodářství, prosazuje odpovědnost státu za zdravotní péči, vzdělávání, sociální služby a další. (Vodička, Cabada, 2003, s. 219)

Ve volbách 2002 ČSSD zvítězila, a potvrdila tak pozici nejsilnější strany z roku 1998 (i když oproti těmto volbám její podpora klesla).

Byla pro vstup ČR do NATO i EU.

---

<sup>29</sup> Pro podrobnější specifikaci viz např. Vodička, Cabada, 2003, s. 208 – 228.

Je členem Socialistické internacionály a Evropské socialistické strany.

### **Křesťanská demokratická unie – Československá strana lidová**

Stejně jako u ČSSD také historie Československé strany lidové sahá do 19. století. Vznikla jako federace tří křesťanských stran (české, moravské a slovenské). V období komunistické diktatury byla součástí Národní fronty a sloužila k „akceptaci režimu mezi katolickým obyvatelstvem“. (Vodička, Cabada, 2003, s. 222) I přes tuto historickou zátěž přečkala Sametovou revoluci. V roce 1992 se sloučila s Křesťanskou demokratickou unií.

KDU-ČSL v minulosti vystupovala jako „jazyček na vahách“, o jehož hlasy usilovaly strany s větším počtem mandátů, aby mohly vytvořit většinovou vládu. Umisťuje se spíše do centra politické mapy, chce reprezentovat západoevropskou křesťanskou demokratickou politiku. Prosazuje silnou roli rodiny a církve. Vyhraňuje se jak proti liberálním, tak čistě sociálně demokratickým přístupům.

Pro účast ve volbách roku 2002 zformovala s US-DEU společnou koalici, která doplnila s nejnižším počtem hlasů ČSSD, ODS a KSČM v parlamentu.

Zasazovala se o vstup do NATO i EU.

Je členem Evropské lidové strany.

### **Komunistická strana Čech a Moravy**

Komunistická strana Československa vznikla v roce 1921 spojením radikálních skupin sociální demokracie. Za První republiky byla opoziční stranou odmítající ústavu a demokratické ideály, na kterých byl stát budován. Za druhé světové války byla oficiálně zakázána, působila však v ilegalitě. V prvních poválečných volbách roku 1946 zvítězila, v únoru 1948 nastolila komunistickou diktaturu.

Současná Komunistická strana Čech a Moravy je přímou pokračovatelkou KSČ.<sup>30</sup> Zůstává antisystémovou stranou, odmítá současné politické uspořádání. Jejím programovým cílem je dosažení socialismu.

V roce 2002 zaznamenala nejlepší volební výsledek od roku 1989, získala 18,5 % hlasů.

Byla proti vstupu do NATO i EU.

---

<sup>30</sup> Slovenská část bývalé KSČ se ještě před rozdělením republiky přejmenovala na Stranu demokratické levice.



Spolupracuje s jinými komunistickými stranami západní Evropy i Kuby a Vietnamu.

### **Občanská demokratická strana**

ODS byla založena roku 1991 jako jeden z následovníků Občanského fóra. V roce 1995 se spojila s koaličním partnerem Křesťanskodemokratickou stranou. Postupně narůstaly rozpory mezi oběma partnery. K rozporu ve straně přispěly také nesrovnalosti ve financování a následný pád vlády v čele s ODS. Rozkol vedl k odchodu části členů a založení nové strany – Unie svobody.

ODS se sama sebe definuje jako pravicovou stranu stavějící na „konzervativních společenských hodnotách, obohacených řadou liberálních principů zakotvených v klasickém evropském liberalismu“. (Vodička, Cabada, 2003, s. 221) Ve své politice klade důraz na individuální svobody a soukromé vlastnictví. Roli státu vidí v oblastech, kde je jeho činnost nenahraditelná, tj. v oblastech obrany, bezpečnosti, ochrany práv a vymahatelnosti práva.

V roce 2002 skončili občanští demokraté ve volbách druhí a vstoupili do opozice.

ODS podporovala vstup do NATO. V otázce evropské integrace zdůrazňuje pozici národního státu a varuje před ztrátou suverenity.

ODS je členem Evropské demokratické unie a Mezinárodní demokratické unie.

### **Unie svobody – Demokratická unie**

Unie svobody byla založena v roce 1998. Od svého vzniku byla součástí několika koalic s KDU-ČSL, Demokratickou unií (DEU) a Občanskou demokratickou aliancí (ODA). V roce 2001 byla sjednocena s DEU.

US-DEU sama sebe popisuje jako „liberální pravicovou stranu, jejímž cílem je dokončení reforem společnosti, založených na důvěře ve svobody jednotlivce...“.<sup>31</sup> Mezi její priority patří tržní hospodářství, omezení vlivu státu a vymahatelnost práva.

Volby do parlamentu v roce 2002 pro US-DEU skončily neúspěchem, když strana získala jen osm poslaneckých mandátů.

Strana byla pro vstup do NATO i EU.

US-DEU je přidruženým členem Evropské lidové strany.

---

<sup>31</sup> Unie : Kdo jsme [online]. 2005 [cit. 2005-09-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.unie.cz/index.php?typ=UEA&showid=4>>.

## 6 Způsoby vnitrostranické komunikace

Určili jsme těžce uchopitelný koncept politické komunikace, pojmenovali jeho subjekty a umístili je do systému pravidel. V této kapitole tedy postoupíme dál od podavatelů sdělení jako objektů v komunikační síti k podavatelům sdělení jako autonomním organizacím. Následující kapitoly pak na pomyslné cestě od teorie politické komunikace k její aplikaci přejdou ke sdělení a ke kanálům, kterými sdělení prochází, a k samotnému sdělení.

### 6.1 Vnitrostranická komunikace

„Meze autonomní organizace (v našem případě politické strany – pozn. autorky) se dají popsat na základě *komunikačního rozdílu*: mezi členy nebo částmi jedné organizace by měla být rychlejší a účinnější komunikace než s těmi, kdo stojí mimo. Tento rozdíl mezi vnější a vnitřní komunikací může zase sloužit jako prostředek rozpoznání členství v mezních případech.“ (Deutsch, 1971, s. 302)

Za pomoci konceptu komunikačního rozdílu, který do komunikačních a politologických studií vnesl Karl Deutsch, můžeme jasně definovat komunikaci vnitrostranickou a komunikaci veřejnou. Podle přístupu k informacím můžeme snadno vydělit členy organizace a nečleny. Podle Deutsche mohou menší komunikační rozdíly uvnitř organizace „poskytnout měřitelný test rozdílu mezi členy vnitřního kruhu (v této práci je používán termín „vedení strany“ – pozn. autorky) a obyčejnými členy a umožnit studium klik, vlivu a korupce s této stránky“. (Deutsch, 1971, s. 303)

Uvnitř takovéto autonomní organizace dochází k odlišným komunikačním procesům a jsou využity jiné komunikační kanály, než jaké jsou použity pro komunikaci organizace a jejich členů s veřejností, tedy nečleny skupiny. Deutsch vystihl komunikační bariéru mezi členy a nečleny, která se projevuje u všech organizovaných skupin (jejím nejzákladnějším vyjádřením je vztah my versus oni).

Existence tohoto komunikačního přehrazení je doložena v této práci výsledkem dotazníkového šetření v ČSSD. Badatel se nemůže zcela povznést nad téma a stát se nezúčastněným, jakkoli by to bylo nejlepším přístupem. Proti své vůli i nejlepšímu svědomí zůstává součástí mediálního diskurzu. Je proto skupinou nahlížen jako nečlen.

Zatímco ostatní strany pro účely diplomové práce uvedly způsoby komunikace uvnitř strany, v dotazníku vyplněném členy ČSSD byla u otázek jakkoli dotýkajících se vnitřního fungování strany odpověď „interní informace“.

Komunikační rozdíl sice nedovolil získat údaje o komunikaci uvnitř ČSSD, ale poskytl důkaz o tom, jak silně strana vnímá rozdíl mezi informacemi, které jsou určeny veřejnosti (tedy včetně badatele, který by informaci vynesl vně komunity), a informacemi striktně určenými pro sdílení mezi členy.

Pro vypracování této kapitoly byly použity původní informace získané z rozhovorů, které byly součástí předvýzkumu, a z dotazníkového šetření.

### 6.1.1 Struktura stran

Vnitrostranické rozhodovací procesy jsou primárně určeny vnitřní organizací dané strany<sup>32</sup>, od níž se dále odvíjí struktura výběru kandidátů do voleb. Struktura strany a mechanismy výběru kandidátů na různé posty jsou odrazem formální komunikace uvnitř strany. Na jejím základě pak stojí méně formalizované formy komunikace, kterými se budeme zabývat níže v tomto oddíle.

Formální komunikace zkoumaných stran je zachycena ve stanovách strany a vnitrostranických řádech, které jsou zpřístupněny veřejnosti. Vztahují se k nim také některé publikace z oboru politologických studií. Výběrem kandidátů do voleb do Evropského parlamentu se pod vedením Pavla Šaradína zabývají autoři sborníku nazvaného *Volby do Evropského parlamentu v České republice*<sup>33</sup>.

Nejzákladnější rozčlenění stran je u všech pěti sledovaných subjektů velmi podobné. Struktura ČSSD je čtyřstupňová: místní, okresní a krajské organizace a ústředí. Nejvyšším orgánem je sjezd, který se koná jednou za dva roky.

---

<sup>32</sup> Převzato z Vodička, Cabada, 2003, s. 208 – 228.

<sup>33</sup> Způsoby výběru kandidátů do voleb do Evropského parlamentu jsou popsány na str. 148 – 154. Autoři se však nezaměřili na stejné strany jako tato práce – zabývají se pouze mechanismy nominací, schvalování a sestavování kandidátní listiny ve čtyřech největších stranách: ODS, KSČM, ČSSD a KDU-ČSL (uvedeno v pořadí, v jakém jsou řazeny ve zmíněném sborníku). Unie svobody nebyla do výběru zařazena. U těchto čtyř stran autoři také zaznamenali vzdálenost člena strany od volebního orgánu. Tato vzdálenost odráží strukturu jednotlivých stran, jež je popsána v této kapitole. Autoři však nastínili, že největší relativní vzdálenost mezi členem strany a volebním orgánem je v případě ODS. Mezi řadovým členem a konečným rozhodnutím přijímaným Výkonnou radou ODS stojí rozhodnutí na třech dílčích úrovních, kterými jsou místní sdružení, oblastní sněm a regionální sněm (kongres). V ČSSD, KDU-ČSL a KSČM stojí mezi členem a volebním orgánem pouze dvě úrovně (místní/základní organizace a okresní konference).

KSČM je organizována na třech úrovních: základní organizace, okresní organizace a ústřední orgány. Nejvyšším orgánem je sjezd, který je svoláván zpravidla jednou za čtyři roky.

Struktura KDU-ČSL je čtyřstupňová: místní (resp. městská) organizace, okresní, krajská a celostátní organizace. Vrcholným orgánem je sjezd, který se koná jednou za dva roky.

Struktura ODS je také čtyřstupňová: místní sdružení, oblastní sdružení, regionální sdružení a centrální orgány. Nejvyšším orgánem je kongres strany, který se schází minimálně jednou za dva roky.

Stejně tak organizační struktura US-DEU je čtyřstupňová: místní (městská) úroveň, okresní úroveň, krajská úroveň a republiková úroveň. Nejvyšším orgánem je republikové shromáždění svolávané nejméně jednou za rok.

Kromě tohoto základního rozvrstvení strany patří do struktury jednotlivých stran zvláštní orgány specifické pro jednotlivé strany, které jsou popsány ve stanovách strany. Dále se každá ze tří, respektive čtyř úrovní, větví do dalších úrovní (vertikální rozlišení) či sekcí (horizontální rozvrstvení). Toto detailnější rozlišení není v této práci zachyceno, protože není naším primárním cílem zkoumat strukturu stran z takto podrobného pohledu. Z politologického hlediska můžeme považovat za nejdůležitější ty orgány, jejichž působnost je označena za celostranickou, celostátní či ústřední.

Do dotazníku byla zařazena kontrolní otázka zjišťující strukturu strany. Všechny strany s výjimkou KDU-ČSL pouze odkázaly na stanovy strany, které jsou k dispozici na internetu. Nejjzákladnější informace o stanovách jsou proto uvedeny níže. Tyto veřejně dostupné informace dávají pouze nahlédnout do fungování organizace. V případě KDU-ČSL mohly být informace z dotazníku použity k vytvoření detailnějšího náhledu na fungování strany, jenž je popsán v příslušné sekci.

Stanovami ČSSD je dokument obsahující 13 kapitol a preambuli, ve kterých je definováno členství ve straně, práva a povinnosti člena, hospodaření strany, její struktura atd. Kromě výše popsané základní struktury jsou jako ústřední orgány strany uvedeny Sjezd ČSSD, Konference ČSSD, Ústřední výkonný výbor ČSSD, Předsednictvo ČSSD a Ústřední kontrolní komise ČSSD.

Stanovy KDU-ČSL se skládají z 38 paragrafů textu. Přestože je uvedeno, že byly zveřejněny na internetu v prosinci 2003, na konci samotného textu je uvedeno, že je to aktuální znění z března 2005, tedy období, které spadá mimo časový rámec této práce.

Přesto pro stranu platí základní struktura, jak je popsána výše. Funkční struktura strany je popsána v sekci věnované KDU-ČSL.

Stanovy KSČM, na které se strana v dotazníku také odvolává<sup>34</sup>, vešly v platnost až v květnu zkoumaného roku. Dokument má deset kapitol, které také mimo jiné popisují vnitřní organizační strukturu strany. Kromě základní struktury popsané výše patří k celostranickým a ústředním orgánům také Ústřední výbor KSČM, který se podle stanov strany schází nejméně jedenkrát za čtvrtletí a je mezi sjezdy nejvyšším stranickým orgánem. Nejméně jedenkrát měsíčně se schází výkonný orgán ústředního výboru.

Stanovy ODS byly sepsány v listopadu 2003 a tvoří je 20 článků. Kromě výše popsané struktury se jednotlivé články věnují také definicím ostatních pozic ve straně, například funkci předsedy strany, místopředsedů, grémia a hlavního manažera. Kromě hlavních součástí struktury se v ODS vyděluje také například kontrolní a revizní komise či smířčí výbory a výkonná rada. Mezi zasedáními Výkonné rady ODS se schází grémium ODS neboli vedení strany ve složení předseda strany, první místopředseda a ostatní místopředsedové, předseda poslaneckého klubu a předseda senátského klubu strany. Toto grémium se podle informací z internetových stránek strany schází jednou až dvakrát týdně. Tento mechanismus řízení strany na nejvyšší úrovni je téměř totožný jako u KDU-ČSL.

Stanovy US-DEU mají 31 článků, které se obdobně jako v případě ODS kromě hlavních orgánů zabývají také definicí funkce politické rady, generálního sekretáře atd. Na nejvyšší republikové úrovni existují následující orgány: republikové shromáždění, republikový výbor, předsednictvo republikového výboru, republiková kontrolní a revizní komise a republikový rozhodčí výbor. Předsednictvo republikového výboru tvoří předseda strany, místopředsedové, předsedové parlamentních výborů a generální sekretář.

Stanovy všech sledovaných stran popisují jejich organizaci a základní rozhodovací mechanismy. Přestože je to dokument týkající se vnitřního fungování strany, všech pět stran jej zveřejnilo na svých internetových stránkách a učinilo jej tak veřejným.

---

<sup>34</sup> KSČM v dotazníku odkazuje na své stanovy, které měly podle vyplněných údajů být přiloženy k dotazníku. Jako součást dotazníku však doručeny nebyly, nejsou proto ani obsaženy v příloze.

### 6.1.2 Komunikační kanály

Pro popsání konkrétních komunikačních procesů uvnitř strany, jež probíhají na méně formalizované bázi, byly do dotazníku zařazeny otázky zjišťující formy komunikace mezi vedením strany a funkcionáři, funkcionáři a řadovými členy a vedením strany a řadovými členy. Otázka byla položena jako polootevřená, nabídla výčet možností a možnost dopsat další způsoby komunikace.

Nabídnuté typy komunikace byly uvedeny postupně od interpersonální a skupinové po institucionalizovanou, organizační: ústně mezi dvěma či třemi lidmi, telefon, individuální dopisy nebo emaily, internetová služba umožňující posílání zpráv neboli instant messaging (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...), telekonference, skupinové porady, emailová konference, rozesílání hromadných textových zpráv (sms), informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky, nástěnky, denní svodky, internetové stránky s omezeným přístupem, internetové stránky s neomezeným přístupem. K možnosti „jiné“ respondenti doplnili následující typy komunikace: mítinky, besedy, veřejné akce, stanoviska (KSČM, u otázky zjišťující průběh komunikace mezi vedením a řadovými členy), volební kampaně, školení a přednášky (US-DEU, u otázky zjišťující průběh komunikace mezi vedením a řadovými členy) a kongresy, ideové konference, semináře, mítinky, regionální a oblastní rady (ODS, u všech tří otázek týkajících se komunikace mezi jednotlivými stupni vnitřní organizace strany).

Přestože dotazník obsahoval také sekci týkající se veřejné komunikace, jeho přínos je mnohem významnější pro výzkum komunikace vnitrostranické, protože ta se nedá studovat za pomoci veřejně dostupných zdrojů. Tato podkapitola je tedy vystavěná na datech získaných z dotazníků, zatímco u následující kapitoly zabývající se veřejnou komunikací je hodnocení dotazníků odděleno od zbytku textu.

Vytvoření dotazníku a účel jeho užití byly popsány v kapitole věnované metodice práce. Přesné znění dotazníku je uvedeno v příloze 1. Dotazník. Obesláni byli pracovníci oddělení pro styk s veřejností jednotlivých stran. Jména a pozice osob, které za stranu dotazník převzaly a vrátily jej vyplněný, jsou uvedeny u jednotlivých dotazníků připojených v příloze. Hodnota 4, která zastupuje na škále vytvořené pro dotazník stupeň důležitosti „převažující“, je v následujícím textu vykládána jako hodnota „velmi důležitý“, tedy jako stupeň na ordinální stupnici odpovídající hodnotě nejvyšší mínus jedna. Tato hodnota tedy není chápána jako absolutní či vylučná, což by znamenalo, že může být přiřazena jen k jedné hodnotě, ale jako ukazatel významnosti, který se může

v určitých situacích měnit. Nebylo tedy cílem získat jedinou odpověď. Stejně tak hodnota 5 „nejdůležitější“ není považována jako vylučná.

## 6.2 ČSSD

Jak již bylo řečeno v úvodu této kapitoly, dotazníkové šetření zcela potvrdilo teoretické vymezení vnitrostranické komunikace jako komunikace mezi členy organizace a veřejné komunikace jako symbolické interakce mezi organizací a jejími členy na straně jedné a nečleny na straně druhé. V případě ČSSD je silně vnímán rozdíl mezi informacemi určenými pro veřejnost a informacemi považovanými za interní. Zatímco ostatní strany poskytly pohled na neformalizované komunikační postupy, které nejsou zveřejněny v podobě stanov či jiných vnitrostranických řádů, ČSSD považuje neformalizovanou komunikaci uvnitř strany za „interní informaci“, kterou není ochotna podstoupit veřejnosti, a to ani pro výzkumnou činnost.

Za interní informaci byla označena nejen komunikační vazba mezi vedením strany a ostatními funkcionáři, ale i komunikační toky mezi těmito dvěma skupinami a řadovými členy. Přesto můžeme předpokládat existenci těchto vazeb, jakkoli je nemůžeme blíže popsat. Náš předpoklad je pravdivý na základě širokého využití internetu, minimální předpokládané vztahy jsou v grafu uvedeny v závorce. Tady se však již dostáváme na hranici mezi vnitrostranickou a veřejnou komunikací.

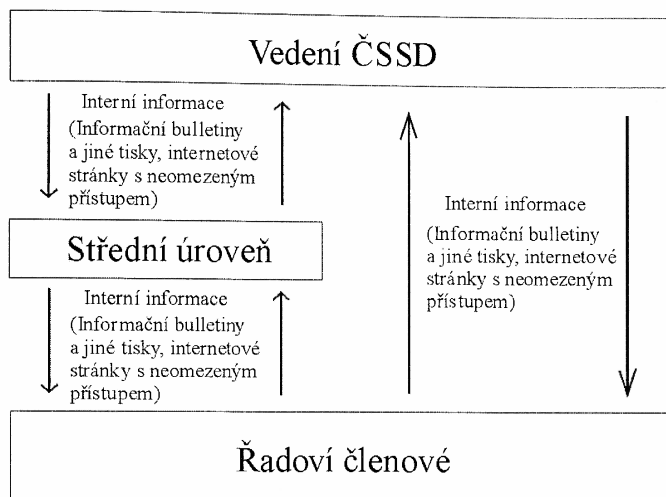
Podle Deutsche patří k nejdůležitějším vzorcům vnitřních komunikačních kanálů a preferencí, které zajišťují soudržnost organizace, tzv. „smyčky zpětné vazby“. (Deutsche, 1971, s. 303) Mezi ně patří paměťová zařízení, která jsme již dříve za pomoci Deutsche definovali jako zařízení, pomocí nichž se ukládají a uchovávají informace, aby byly k dispozici pro případné použití v budoucnu. Podle dotazníkového šetření ČSSD disponuje vlastním rešeršním oddělením i archivem. Využívá také pracovních skupin pro jednotlivé oblasti politiky.

Z dotazníku dále vyplývá, že ve straně existují lidé, kteří se zabývají tzv. internal public relations (v dotazníku bylo pro lepší srozumitelnost použito opisné spojení „lidé zabývající se vnitřními vztahy za účelem zefektivnění komunikace uvnitř strany“). Metody jejich práce však byly opět označeny za interní informaci.

Předsednictvo se podle stanov strany schází nejméně jednou měsíčně a řídí fungování strany mezi zasedáními ústředního výkonného výboru.

Na otázku „jak mohou řadoví členové ovlivnit vnitrostranické rozhodování?“ byla v dotazníku uvedena pouze odpověď „Různé dle stupně rozhodování“. Tato velmi obecná odpověď naznačuje, že i tuto informaci strana považuje za citlivou a nechce ji zveřejnit.

V grafu zůstávají zachovány základní předpokládané vztahy na základě argumentu uvedeného výše. Na rozdíl od grafických znázornění vnitrostranické komunikace ostatních stran, nám tento graf neumožňuje porovnat komunikační toky na různých úrovních vnitřní organizace.



Obrázek 5. Vnitrostranická komunikace ČSSD

### 6.3 KDU-ČSL

KDU-ČSL na rozdíl od ČSSD umožnila analyzovat vnitrostranické komunikační toky. S různými úrovněmi řízení se důležitost jednotlivých komunikačních kanálů proměňuje. Hodnota nula či otazník jsou považovány za neoznačenou možnost. To znamená, že strana daný typ komunikace vůbec nepoužívá. Tento přístup je stejně uplatňován u vyhodnocování všech dotazníků.

V KDU-ČSL existují lidé zabývající se internal public relations, ke své práci využívají informace ze sociologických výzkumů a z výzkumů uvnitř strany. Pro výběr kandidátů do voleb na různých úrovních jsou sestaveny vnitrostranické řády.



Jak již bylo uvedeno výše, nejvyšším orgánem KDU-ČSL je sjezd strany, který se koná jednou za dva roky. V období mezi sjezdy se schází Celostátní konference KDU-ČSL. Tento orgán zasedá podle informací z dotazníku čtyřikrát až šestkrát ročně ve formě grémia, jehož se účastní přibližně 100 členů strany – poslanci, senátoři a krajští zastupitelé. Podle dotazníkového šetření se dále jedenkrát měsíčně schází Celostátní výbor KDU-ČSL. Jeho členové jsou voleni sjezdem, patří k nim opět poslanci, senátoři a krajští zastupitelé, jejich počet se pohybuje okolo 25 členů. Každý týden se pak schází Předsednictvo KDU-ČSL ve složení předseda strany, první místopředseda a ostatní místopředsedové, předseda klubu poslanců, předseda klubu senátorů a generální sekretář.

Právě popsáný systém zasedání na různých úrovních tvoří pyramidu, která vykresluje hierarchii strany. Nejužší vedení (předsednictvo strany) tvoří nejmenší počet osob a je špičkou pomyslné pyramidy. Pohybujeme-li se po straně pyramidy směrem k její základně, počet „zasvěcených“ osob se rozšiřuje (Celostátní výbor KDU-ČSL – 25 členů, Celostátní konference KDU-ČSL – 100 členů, sjezd strany, jehož se mohou účastnit všichni členové). Stupně pyramidy jsou rozlišeny komunikačním rozdílem, který charakterizuje členy vnitřního kruhu a dalších soustředných kruhů okolo, odstupňovaných podle důležitosti ve straně a tedy i přístupu k informacím.

Popsané schéma si tedy můžeme představit jako pyramidu hierarchizující vztahy, jejíž špičku tvoří vedení strany, nebo také jako soustavu soustředných kruhů, kde vedení strany je vnitřním nejmenším kruhem, kolem něhož se vytvářejí další kruhy. Každý následující kruh zahrnuje kruhy předcházející.

Strana má k dispozici archiv, který obsahuje dokumenty již z doby od založení Československé republiky<sup>35</sup>. Funkci rešeršního oddělení plní analytické oddělení ústřední kanceláře. Pracovními skupinami pro jednotlivé politiky jsou tzv. odborné komise. Každá komise se věnuje určité oblasti a má svého předsedu, který vybírá její členy.

Pro komunikaci mezi vedením strany a ostatními funkcionáři jsou v KDU-ČSL nejdůležitější skupinové porady, rozesílání hromadných textových zpráv a informační bulletiny a ostatní stranické tisky. Druhou nejdůležitější hodnotou byly označeny telefonické spojení a internetové stránky s otevřeným přístupem. Jako středně důležité na této úrovni komunikace byly uvedeny ústní komunikace mezi dvěma či třemi osobami, emailová konference, nástěnky a denní svodky. Malý význam mají individuální emaily či

<sup>35</sup> Podle dotazníku (viz přílohu Vyplněné dotazníky) je KDU-ČSL jedinou stranou, která vlastní archivní záznamy již z období První republiky.

dopisy a internetové stránky s omezeným přístupem. Telekonference a instant messaging mají podle dotazníku jen zanedbatelný význam.

Pro komunikaci mezi funkcionáři a řadovými členy jsou jediným nejdůležitějším komunikačním kanálem internetové stránky s neomezeným přístupem. O stupeň nižší hodnota byla přiřazena ústní komunikaci mezi dvěma či třemi lidmi, telefonickému spojení, individuálním emailům či dopisům, skupinovým poradám, informačním bulletinům a ostatním stranickým tiskům a nástěnkám. Jako středně důležité byly označeny pouze denní svodky. Rozesílání hromadných textových zpráv a internetové stránky s omezeným přístupem mají pro tuto úroveň komunikace pouze malý význam. Zanedbatelný význam mají telekonference. U možností instant messaging a emailová konference odpověď chybí, tedy tyto možnosti nejsou označeny a můžeme tedy usuzovat, že je strana vůbec nepoužívá.

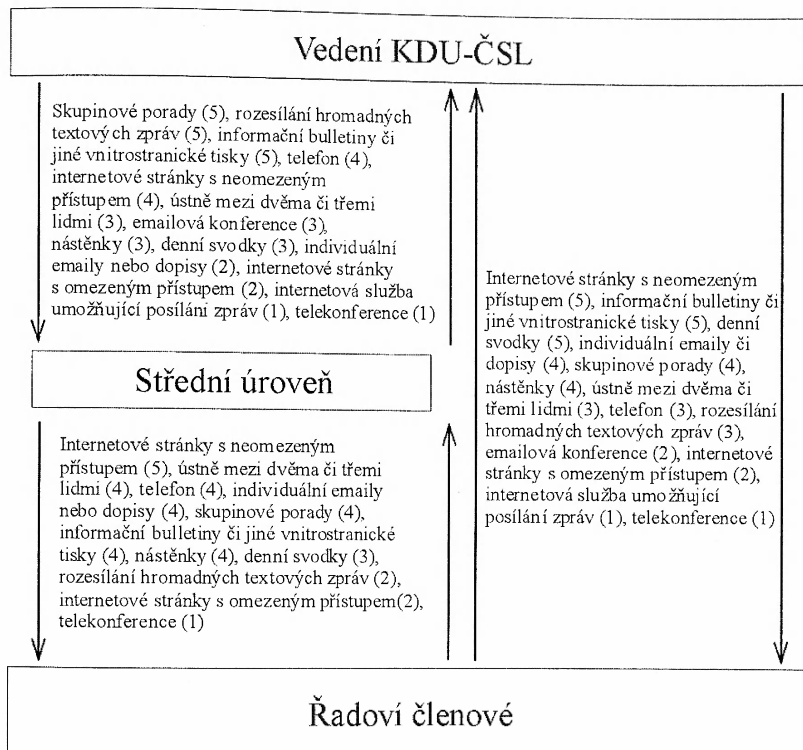
Jako nejdůležitější kanály komunikace mezi vedením strany a řadovými funkcionáři byly označeny informační bulletiny a jiné stranické tisky, denní svodky a internetové stránky s neomezeným přístupem. O stupeň níže jsou individuální dopisy či emaily, skupinové porady a nástěnky. Středně důležitá je ústní komunikace mezi dvěma či třemi lidmi, telefonické spojení a rozesílání hromadných textových zpráv. Malý význam mají emailová konference a internetové stránky s omezeným přístupem. Opět jen zanedbatelný význam mají instant messaging a telekonference.

V dotazníku není explicitně uvedeno, jak mohou řadoví členové ovlivnit vnitrostranické rozhodování, obsahuje pouze odkaz na stanovky strany. Pokud bychom ovšem měli interpretovat stanovky strany, posunuli bychom záběr této práce blíže k politologii a nevyhnutelně vnesli prvek subjektivity. Zároveň by takový postup nevyhovoval o tom, jak je ve straně tento aspekt vnímán. Odpověď je tedy považována za nespécifikovanou. Stejný přístup je použit také u ostatních stran (například KSČM odpověděla stejným způsobem na tutéž otázku).

KDU-ČSL v dotazníku uvedla vzrůstající význam elektronických komunikačních kanálů, ale podle odpovědi u jednotlivých otázek využívá ve větší míře pouze internetové stránky s neomezeným přístupem a emaily. Naopak malý význam mají telekonference, emailové konference, instant messaging a internetové stránky s omezeným přístupem, tedy kanály, které vyžadují komplexnější technologická řešení a větší počítačovou gramotnost uživatele.

Následující graf ilustruje, jak se proměňuje význam jednotlivých kanálů podle typu komunikace. U komunikace mezi funkcionáři a řadovými členy byla uvedena

hodnota čtyřti „převažující“ u celé řady možností, což můžeme interpretovat jako různorodost komunikačních aktů. V různých situacích převažují různé komunikační kanály. Promítá se sem také odlišný charakter vztahů mezi funkcionáři a ostatními členy. Ty jsou více ovlivněny osobními kontakty, než je tomu mezi vedením strany a řadovými členy, jež od sebe dělí větší komunikační rozdíl (celá střední úroveň řízení).



Obrázek 6. Vnitrostraničná komunikace KDU-ČSL

## 6.4 KSČM

KSČM jako jediná ze zkoumaných stran nemá oddělení, které by se zabývalo internal public relations. Pro výběr kandidátů do voleb, včetně těch uvnitř strany, existují vnitrostranické řády.

V dotazníku není přiřazena žádná odpověď k otázce vztahující se k archivům<sup>36</sup>. Rešeršní oddělení strana nemá, „rešeršními pracemi se zabývají příslušná oddělení Ústředního výboru“.<sup>37</sup> Funkci pracovních skupin pro jednotlivé politiky zabezpečují „odborné skupiny, jejichž sekce mají na starosti jednotlivé problematiky veřejného života“.<sup>38</sup>

Jako další formy vnitrostranické komunikace jsou v dotazníku uvedeny veřejné tisky, které jsou se stranou propojeny. V této práci je však řadíme mezi prostředky veřejné komunikace a je jim věnován oddíl v následující kapitole.

V dotazníku nebylo specifikováno, jak mohou řadoví členové ovlivnit rozhodování uvnitř strany.

Pro komunikaci mezi vedením strany a ostatními funkcionáři jsou nejvyšší hodnotou (tedy nejvyšší význam) označeny skupinové porady. Jako středně důležité byly označeny ústní komunikace mezi dvěma či třemi lidmi, telefonické spojení, individuální emaily a dopisy, denní svodky a internetové stránky s neomezeným přístupem. Informační bulletiny a ostatní stranické texty mají na této úrovni pro KSČM jen malý význam. Zanedbatelný význam mají telekonference, emailové konference, rozesílání hromadných textových zpráv a využití nástěnek.

Nejdůležitějšími (relativně v porovnání s ostatními, hodnota 4) kanály komunikace mezi funkcionáři a řadovými členy jsou informační bulletiny a ostatní stranické tisky a internetové stránky s neomezeným přístupem. Středně důležité jsou ústní komunikace mezi dvěma nebo třemi lidmi, telefonické spojení, skupinové porady a nástěnky. Malý význam mají individuální emaily a dopisy a denní svodky. Na této rovině komunikace strana nevyužívá telekonference, emailové konference, rozesílání hromadných textových zpráv a internetové stránky s omezeným přístupem.

---

<sup>36</sup> KSČM však například disponuje knihovnou levicového tisku, nazvanou Smeralova knihovna, včetně archivovaných exemplářů naší pravdy – pozn. autorky.

<sup>37</sup> Viz přílohu Vyplněné dotazníky.

<sup>38</sup> Ibid.

Komunikace mezi vedením strany a řadovými členy je také uskutečňována především využitím informačních bulletinů, stranických tisků a internetových stránek s neomezeným přístupem. Středně velký význam mají nástěnky a denní svodky. Individuální dopisy a emaily a skupinové porady mají pouze malý význam. Telefonické spojení a ústní komunikace mezi dvěma či třemi lidmi mají pouze zanedbatelný význam. Na této úrovni komunikace nejsou vůbec používány telekonference, emailové konference, rozesílání hromadných textových zpráv a internetové stránky s omezeným přístupem. K výčtu možností byly doplněny mítinky, besedy, veřejné akce a stanoviska.

KSČM používá méně komunikačních kanálů pro svou vnitrostranickou komunikaci než ostatní strany. Druhým trendem je nižší technická náročnost používaných prostředků, kterou podtrhuje naprosté vyloučení užívání služby instant messagingu a internetových stránek s nutnou autorizací přístupu. Telekonference byla označena jako jeden z používaných kanálů pouze u komunikace mezi vedením strany a ostatními funkcionáři, byla však ohodnocena nejnižší možnou hodnotou jedna, tedy zanedbatelná. U žádné z možností nebyla doplněna hodnota pět, která by označila komunikační kanál, který by byl v porovnání s ostatními výrazně významnější. U těchto zobecnění však nesmíme zapomínat, že měříme pouze počet či nabídku a důležitost komunikačních kanálů, nikoli jejich objemové vytížení. Můžeme je pouze usuzovat z přiřazených hodnot, které vyjadřují, jaký „význam či podíl daný typ (komunikace – pozn. autorky) má“.<sup>39</sup> Ale podíl zde zastupuje spíše kvalitativní než kvantitativní měřítko.

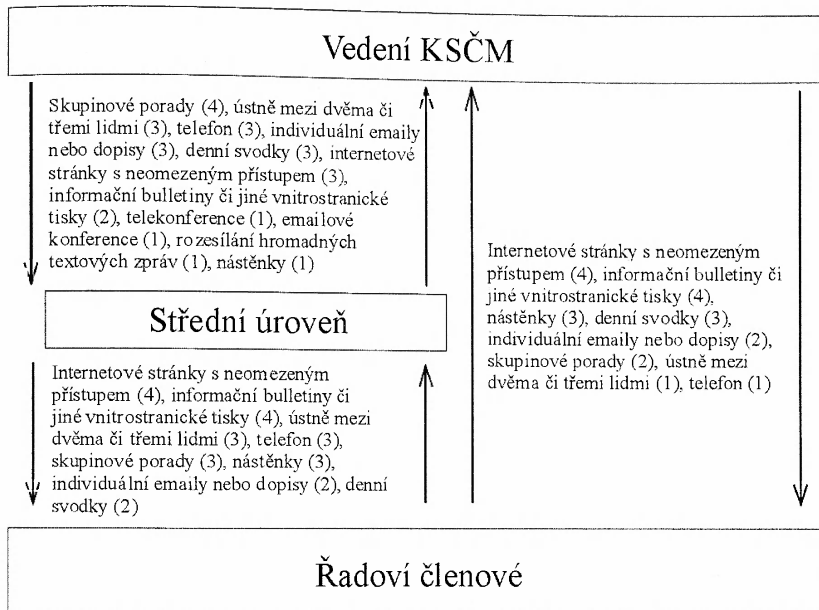
Při pohledu na graf lépe vidíme, jak se mění význam jednotlivých kanálů podle úrovně komunikace. Zatímco u komunikace uvnitř vnitřního kruhu jsou důležitější kanály osobnějšího charakteru (ústní face-to-face komunikace, telefon, emaily a dopisy), komunikace vně tohoto kruhu je zajišťována méně osobními prostředky, konkrétně převážně internetovými stránkami s neomezeným přístupem (které otevírají tento typ komunikace i pro nečleny) a stranických tisků (vzhledem k charakteru těchto tisků, viz následující kapitola, také ony otevírají tuto komunikaci i pro nečleny).

Velký důraz na zmíněné stranické tisky a internetové stránky s volným přístupem může být interpretován jako otevřená komunikace na úrovních mezi funkcionáři a řadovými členy a vedením strany a řadovými členy. Tyto prostředky totiž stojí na hranici mezi vnitrostranickou a veřejnou komunikací. Vezmeme-li v úvahu charakter těchto

---

<sup>39</sup> Viz přílohu Dotazník.

konkrétních tisků a podstatu a rozšíření internetového připojení, jsou dokonce za touto hranicí, na straně komunikace veřejné. Nejobecnějším závěrem tedy může být otevřenost strany nečlenům, ale zároveň i velká vzdálenost mezi vedením a řadovými členy, kteří jsou kladeni téměř na úroveň nečlenské veřejnosti.



Obrázek 7. Vnitrostranická komunikace KSČM

## 6.5 ODS

ODS stejně jako většina ostatních stran disponuje skupinou lidí zabývajících se internal public relations. „Organizační sekce komunikuje prostřednictvím regionálních a oblastních manažerů – osobní kontakt, emailová a telefonní komunikace.“<sup>40</sup>

Výběh kandidátů do voleb (včetně stranických) se řídí podle stanov strany a podle usnesení Výkonné rady ODS. Strana má k dispozici archivy, rešeršní oddělení i pracovní skupiny pro jednotlivé politiky.

<sup>40</sup> Viz přílohu Vyplněné dotazníky.

Řadoví členové mohou podle dotazníku ovlivnit vnitrostranické rozhodování prostřednictvím volených zástupců ve Výkonné radě ODS.

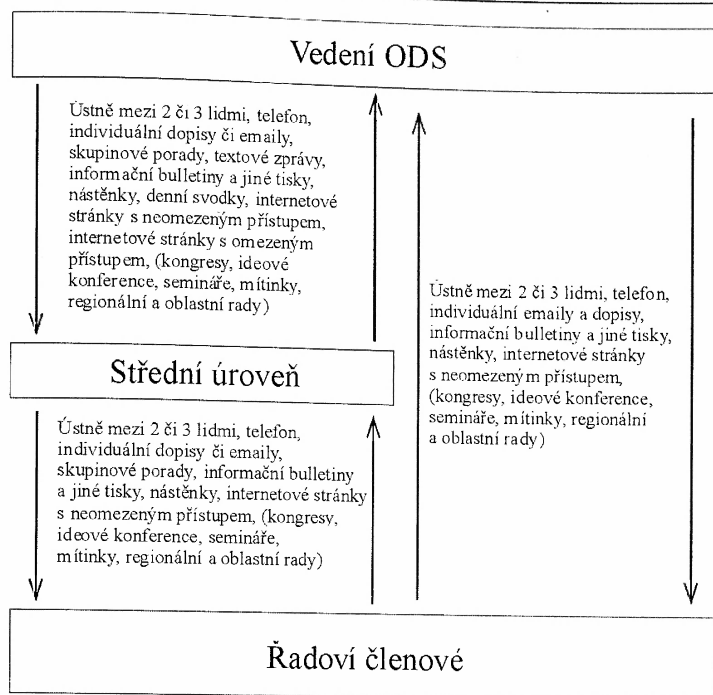
U otázek zjišťujících ordinální hodnoty zástupce strany s vysvětlením, že „nelze obecně specifikovat, způsob komunikace se výrazně liší případ od případu“, uvedl pouze, zda strana daný komunikační prostředek využívá, či nikoliv. Následující odpovědi tedy nejsou validní pro vyvození závěrů dotazníkového šetření, nenabývají totiž hodnot jedna až pět, jak bylo v dotazníku definováno. Odpovědi však mohou být použity pro zpracování informací týkajících se této konkrétní strany, ne už zobecnění na konci kapitoly.

Obecně tedy můžeme říci, že v ODS je komunikace mezi vedením strany a ostatními funkcionáři realizována následujícími způsoby: ústně mezi dvěma nebo třemi lidmi, telefonicky, individuálními emaily nebo dopisy, skupinovými poradami, rozesíláním hromadných textových zpráv, informačními bulletinů a ostatními tisky, oznámeními na nástěnkách, denními svodkami, internetovými stránkami s omezeným i neomezeným přístupem. Dále byly u možnosti jiné doplněny kongresy, ideové konference, semináře, mítinky, regionální a oblastní rady.

Prostředky používané pro komunikaci mezi funkcionáři a řadovými členy se liší od předchozího výčtu. Nepatří mezi ně hromadné rozesílání textových zpráv, denních svodek a přístup na internetové stránky s omezeným přístupem, ostatní prostředky zůstávají stejné. Přestože nejsou jednotlivé komunikační kanály řazeny podle důležitosti či významu, i z jejich pouhého výčtu se i v tomto případě potvrzuje, že ne všechny části skupiny mají stejný přístup k informacím. Řadoví členové strany nemají přístup k nejaktuálnějším zprávám rozesílaným textovými zprávami jen vybraným členům, k denním svodkám a některým obsahům internetových stránek. Tyto tři položky nejsou označeny ani u třetí otázky zjišťující komunikaci mezi vedením a řadovými členy. Ti jsou tedy vyloučeni z některých komunikačních aktů. Komunikační bariéra umožňuje rozlišit členy vnitřního kruhu a obyčejné členy.

V komunikaci mezi vedením strany a řadovými členy nejsou oproti předchozímu bodu používány jako prostředek komunikace ani skupinové porady. Znamená to, že další komunikační tok informací od vedení k řadovým členům je uzavřen a je vytvořena silnější přehrada mezi vedením strany a nejširší členskou základnou.

Pouhý výčet používaných komunikačních toků nám opět potvrdil předpoklad komunikačního rozdílu, tentokrát na jemnějším stupni analýzy než například u ČSSD.



Obrázek 8. Vnitrostranická komunikace ODS

## 6.6 US-DEU

U Unie svobody obdobně jako u některých ostatních stran splývá oddělení zabývající se internal public relations s tiskovým oddělením či jinou sekcí zabývající se vztahy s veřejností. Podle dotazníků používají nejčastěji pro svou práci telefon, emaily, dopisy a osobní schůzky. Přestože se tedy vztahy uvnitř strany zabývá tiskové oddělení, které je také zodpovědné za komunikaci s veřejností, prostředky, které používá pro zlepšení vnitrostranických vztahů se liší od těch, které jsou určeny pro komunikaci s veřejností. Pro internal public relations jsou voleny především prostředky interpersonální komunikace, nikoli organizační.

Pravidla pro rozhodování ve straně jsou stejně jako u všech předchozích stran zanesena ve stanovách strany, o nichž jsme se již dříve zmínili, a ve volebních řádech.



Také Unie svobody má k dispozici archivy a řešeršní oddělení, vytváří pracovní skupiny pro jednotlivé politiky.

Rozhodování uvnitř strany ovlivňují řadoví členové hlasováním.

Z dotazníkového šetření můžeme vyvodit závěry týkající se komunikace mezi jednotlivými úrovněmi struktury strany. Mezi vedením strany a ostatními funkcionáři jsou jako převažující způsoby komunikace uvedeny následující možnosti: ústně mezi dvěma či třemi lidmi, telefon, skupinové porady, emailová konference, rozesílání hromadných textových zpráv a internetové stránky s neomezeným přístupem. Jako středně důležité byly označeny individuální dopisy a emaily a denní svodky. Malý význam mají pro tento typ komunikace ve straně instant messaging, internetové stránky s omezeným přístupem a informační bulletiny a jiné tisky. Zanedbatelný význam mají telekonference a nástěnky.

Význam jednotlivých komunikačních kanálů se liší u druhého typu komunikace, u něhož byly zjišťovány jednotlivé komunikační toky – u komunikace mezi funkcionáři a řadovými členy. Mezi převažující prostředky komunikace patří telefonické spojení, individuální emaily či dopisy, instant messaging, rozesílání hromadných textových zpráv a internetové stránky s neomezeným přístupem. Jako středně důležité byly označeny denní svodky, skupinové porady, informační bulletiny a další tisky a ústní komunikace mezi dvěma či třemi lidmi. Malý význam mají nástěnky a internetové stránky s omezeným přístupem. Zanedbatelný vliv mají pouze telekonference.

V případě komunikace mezi vedením strany a řadovými členy se význam jednotlivých kanálů opět mění. Hodnoty zůstávají stejné jako u předchozího bodu<sup>41</sup> u všech kanálů s výjimkou rozesílání hromadných zpráv, kterému je přiřazena hodnota dvě, tedy malý význam. Další výjimkou jsou nástěnky, které jsou označeny jako středně důležité. Je k nim doplněna poznámka, že jejich význam se liší v různých krajích. Tuto poznámku můžeme vzít v potaz v této části analýzy, kde se zabýváme vnitrostranickou komunikací jednotlivých stran, nebude však zohledněna ve shrnutí výsledků, kde budou zobecněny jen závěry získané striktně podle pravidel dotazníkového šetření, ve kterém mohly odpovědi nabývat pouze hodnot jedna až pět. Jako nejdůležitější typ komunikace jsou uvedeny internetové stránky s neomezeným přístupem, naopak internetové stránky

---

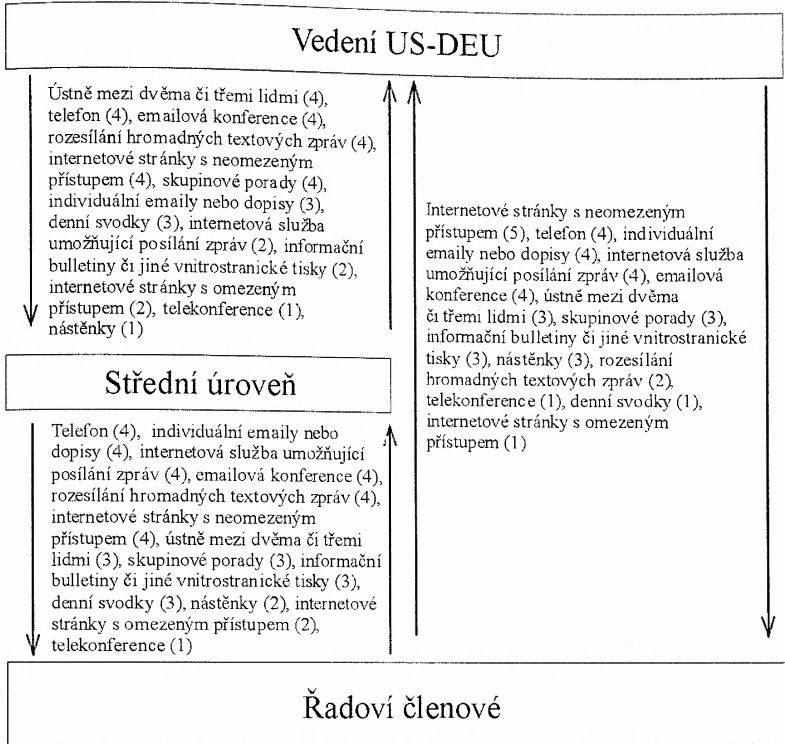
<sup>41</sup> V dotazníku je u deváté otázky „Skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi vedením strany a řadovými členy?“ uvedena poznámka „stejně jako u čísla 9“. Lze předpokládat, že došlo k překlepu. Mělo být uvedeno „stejně jako u čísla 8“, tedy předchozí otázky zjišťující komunikační kanály fungující mezi funkcionáři a řadovými členy. Viz přílohu Vyplněné dotazníky.

s omezeným přístupem mají zanedbatelný význam pro tento segment vnitrostranické komunikace. U tohoto bodu jsou také dopsány jako další kanály komunikace volební kampaně, školení a přednášky.

Ze získaných dat můžeme vyvodit několik zobecnění. Jako zanedbatelná byla u všech tří otázek zjišťujících ordinální hodnoty uvedena telekonference. Konstantní hodnoty, i když na druhém konci spektra, nabýval také význam telefonického spojení, emailové konference a rozesílání hromadných textových zpráv, které byly vždy označeny hodnotou čtyři na pětistupňové škále, kde pět znamenalo největší důležitost. US-DEU tedy stojí jako protipól KSČM, protože obecně využívá více komunikačních kanálů postavených na technologicky náročnějších řešeních.

Jako nejdůležitější (tedy nejvyšší hodnotou pět) byly označeny pouze internetové stránky s neomezeným přístupem pro komunikaci mezi vedením strany a řadovými členy. U ostatních dvou typů zkoumané komunikace je nejvyšší hodnotou číslo 4, převažující, tedy velmi důležitý komunikační kanál.

U ostatních uvedených možností se důležitost lišila na každé z nabídnutých úrovní vnitrostranické komunikace. Graf názorně ilustruje měnící se důležitost jednotlivých komunikačních prostředků na rozdílných úrovních.



Obrázek 9. Vnitrostranická komunikace US-DEU

## 6.7 Hodnocení

Již v úvodu k této kapitole byl nastíněn koncept komunikačního rozdílu, který se v různých podobách projevil ve výsledcích dotazníkového šetření. Nejvýraznější byl u ČSSD, která neposkytla badatelce, tedy osobě stojící mimo její strukturu, téměř žádné informace o jejím vnitřním fungování.

Druhým specifickým případem byla ODS, která nedodržela nabídnuté možnosti odpovědi a uvedla pouze, zda daný komunikační kanál používá, či nikoli. Při následujících závěrech tudíž musíme vzít v úvahu, že pro metodologicky správné zpracování odpovědi z dotazníků ČSSD a ODS neuvědly validní odpovědi.

S výjimkou KDU-ČSL strany neposkytly konkrétní informace o fungování jejich organizace na jednotlivých úrovních. Odkazovaly se na stanovy, ty však uvádějí jen

základní informace, u některých z úrovní je uvedeno, jak často se schází, u jiných v jakém složení zasedají. Tyto informace se liší u jednotlivých stran. Přesto z výše popsané struktury stran můžeme usuzovat, že koncepty hierarchické pyramidy a soustředných kruhů, vytvořené podle informací z dotazníku KDU-ČSL, bychom mohli aplikovat také na ostatní strany. Pouze názvy jednotlivých úrovní, frekvence zasedání a velikost daného komunikačního kruhu by byly rozdílné, základní koncept by však zůstal zachován.

Výsledky dotazníků nabízejí několik možností jejich interpretace. Jedna z nich byla použita v předcházejícím textu, kde byly výsledky interpretovány podle jednotlivých stran. Abychom však získali ucelenější pohled, je nutné je zasadit i do jiných referenčních rámců. Jednou z možností je pohled na data z dotazníku z perspektivy tří základních rovin komunikace uvnitř strany, se kterými tato práce operuje: komunikace mezi vedením strany a ostatními funkcionáři, mezi funkcionáři a řadovými členy a mezi vedením strany a řadovými členy.

Pro interpretaci výsledků pro tyto tři úrovně můžeme pracovat s výsledky dotazníků pro KDU-ČSL, KSČM a US-DEU, které dodržely instrukce badatelky a poskytly validní odpovědi pro vyvození závěrů. Pro porovnání využití jednotlivých kanálů na zmíněných třech úrovních (tentokrát odhlížíme od stranických rozdílů, které byly popsány výše) byla vypočtena průměrná hodnota pro tři zkoumané strany. Tato průměrná hodnota pak při porovnání s původní škálou použitou v dotazníku ukazuje důležitost určitých komunikačních kanálů na dané rovině obecně pro sledovaný segment politických stran. Výsledky byly zaokrouhleny jen na jedno desetinné místo, protože setinový rozdíl je v našem výzkumu zanedbatelný.<sup>42</sup>

Komunikace mezi **vedením strany a ostatními funkcionáři** se svým charakterem značně odlišuje od ostatních úrovní. Nejvyšší hodnotou byly v průměru označeny skupinové porady (4,3). Jako druhé nejdůležitější byly označeny telefonické spojení a internetové stránky s neomezeným přístupem (3,7). Vysoká hodnota u internetových stránek poukazuje na rostoucí význam a téměř nezastupitelnost tohoto fenoménu, ale větší váhu můžeme připsat velkému významu telefonického spojení, které u následujících dvou úrovní není považováno za na tolik významné. Spolu s primátem skupinových porad poukazuje na těsnější vazby uvnitř této úrovně a její osobnější ráz. To můžeme vykládat jako důkaz toho, že se pohybujeme po vnitřním komunikačním kruhu.

---

<sup>42</sup> U komunikačních kanálů, které nebyly vůbec označeny, tedy strana je nepoužívá, či u nich byla napsána hodnota nula, je pro výpočet průměru použita hodnota nula.

Ostatní komunikační kanály byly celkově seřazeny v následujícím pořadí: ústní komunikace mezi dvěma či třemi lidmi (3,3 – tento nadprůměrný výsledek potvrzuje předcházející argument), rozesílání hromadných sms (3,3), informační bulletiny a ostatní stranické tisky a denní svodky (3), individuální emaily a dopisy (2,7), nástěnky (1,7), internetové stránky s omezeným přístupem (1,3), instant messaging a telekonference (1).

Na všech třech zkoumaných úrovních patřily internetové stránky s neomezeným přístupem k informačním kanálům s nejvyšší důležitostí. Naopak stránky s omezeným přístupem, které se liší vysokým stupněm exkluzivity, se zařadily mezi nejméně důležité.

Je nutno poznamenat, že internet je extensivně využíván jen v jedné ze svých podob, kterými jsou volně přístupné internetové stránky. Nejvyužívanější služba světové sítě – emaily - byla spolu s tradičními dopisy celkově označena jen jako středně důležitá. Ostatní komunikační prostředky, které jsou technologicky náročnější, se zařadily mezi nejméně využívané kanály. Například význam, respektive podíl, instant messagingu a telekonferencí na komunikaci mezi vedením strany a řadovými funkcionáři klesl na hodnotu „zanedbatelný“. V následujících dvou úrovních dokonce klesl pod hodnotu jedna, což ukazuje, že tento způsob komunikace strany téměř nepoužívají.

Pro komunikaci mezi **funkcionáři a řadovými členy** jsou podle dotazníku nejdůležitější volně přístupné internetové stránky (4,3). Za nimi následuje telefonické spojení a informační bulletiny a ostatní stranické tisky (3,7). Do kategorie středně důležitých kanálů můžeme zahrnout komunikační toky, které byly označeny hodnotou pohybující se okolo čísla tři: ústní komunikace mezi dvěma či třemi lidmi, individuální emaily a dopisy a skupinové porady (3,3) a nástěnky (3). Menší než střední význam pro tuto úroveň vnitrostranické komunikace měly denní svodky (2,7) a emailové konference (2). Nejnížší význam byl v dotaznících připsán instant messagingu a internetovým stránkám s omezeným přístupem (1,3) a telekonferencím (0,7).

Obdobné pořadí se objevuje i u poslední z rovin komunikace, které zkoumáme. V rámci komunikace mezi **vedením strany a řadovými členy** získaly nejvyšší hodnotu internetové stránky s neomezeným přístupem (4,7). Následovaly komunikační kanály v tomto pořadí: informační bulletiny a vnitrostranické tisky (4), nástěnky a individuální emaily a dopisy (3,3), skupinové porady, denní svodky (3), telefonické spojení (2,7), ústní komunikace mezi dvěma či třemi lidmi (2,3), emailové konference (2), instant messaging a hromadné rozesílání textových zpráv (1,7), internetové stránky s omezeným přístupem (1) a telekonference (0,7).

Stranické tisky, které jsou hlavním předmětem zájmu této práce, jsou na pomyslném druhém místě. Vidíme rychlý nástup internetu jako jednoho z nejvyužívanějších komunikačních prostředků začátku 21. století a zároveň stále silné postavení tradiční komunikace pomocí tištěných médií.

Popsalí jsme výsledky ze dvou základních perspektiv, které se pro výklad výsledků nabízejí: podle stran a podle úrovní vnitrostranické komunikace.

Dominance internetu je oslabena rozsáhlým využíváním jen jedné z možností, které nabízí. Uvnitř strany se k internetovým stránkám s neomezeným přístupem přidávají prostředky podporující těsnější vazby, zatímco větší vzdálenost mezi účastníky komunikačního aktu u vedení strany a řadových členů je překonávána za pomoci stranických tisků a nástěnek.

V dotaznících se méně často objevila hodnota 5 („nejdůležitější“) než hodnota 4 („převažující“). Zároveň se obě odpovědi, které mohly být chápány jako výlučné (jeden kanál nejdůležitější; pokud by jeho dominance nebyla na tolik výrazná, pak jen jeden kanál převažující, což poskytuje více prostoru i pro ostatní kanály), objevují v dotaznících na několika místech. Nebyly tedy chápány jako výlučné, ale jako odstupňování důležitosti. Několikrát výskyt odpovědí „nejdůležitější“ a „převažující“ v jednom dotazníku také poukazuje na velké množství možných komunikačních událostí uvnitř strany. Komplexnost a mnohočetnost komunikačních vazeb pak nedovoluje určit jediný nejdůležitější komunikační kanál pro danou úroveň.

## 7 Způsoby veřejné komunikace

Internet rozostřil hranice mezi vnitrostraničnou a veřejnou komunikací. Publikace jako *Nový hlas*, který byl distribuován funkcionářům a předplatitelům (tedy sympatizantům strany), a *Listy ODS*, které byly také distribuovány uvnitř strany, se vystavením na internetu staly periodiky veřejné komunikace strany.

Jakkoli je internet důležitým fenoménem zkoumané doby, není v intencích této práce postihnout plně jeho roli. Jedním z důvodů je zaměření na tištěnou produkci, která má stále potenciál zasáhnout větší procento populace, vezmeme-li v úvahu vybavenost českých domácností přístupem k internetu, než internetová prezentace. Druhým důvodem je fyzické omezení, které nedovoluje v retrospektivě hodnotit podobu média, jež se rychle proměňuje v čase.<sup>43</sup>

### 7.1 Veřejná komunikace

Při posuzování veřejné komunikace nesmíme opomenout, že zkoumané období je netypické střídáním období předvolební aktivní agitace a obdobími „běžné“ sebezprezentace. Ovšem období jednoho roku, ve kterém se konají troje volby, neposkytuje dostatek prostoru pro zeslabení komunikační aktivity. Naopak při vyvozování závěrů musíme také zohlednit, že začátek roku byl ovlivněn očekávaným vstupem zemí do Evropské unie, což jistě mělo své důsledky pro komunikační aktivitu stran, které se i přes již rozhodnuté rozšíření EU vůči němu vymezovaly.

Jednotlivými aspekty předvolební prezentace se zabývá více prací, ne však v natolik komplexní podobě jako tato práce. Analýzu volebních programů pro volby do Evropského parlamentu předkládá například sborník *Volby do Evropského parlamentu v České republice*. Kromě programů sledovaných stran byly při analýze použity i texty ze

---

<sup>43</sup> Internetová prezentace politických stran však bezesporu je jedním z nejzajímavějších témat veřejné komunikace, zvláště v době rychlého rozvoje tohoto média a překonávání jakési elektronické deprivace české společnosti. Pavel Šaradín a Eva Bradová například zhodnotili internetovou složku veřejné komunikace politických stran v rámci studie volební kampaně před tzv. evropskými volbami pouze ve dvou větách: „Také webové prezentace českých politických stran se mění a profesionalizují. Vedle jejich informativní, estetické a mobilizační role se zde objevují i takové složky, které mají voliče co nejvíce upoutat. To jsou především nejrůznější hry, jako tomu bylo v roce 2004 u ODS.“ (Šaradín, 2004, s. 195)

čtyř deníků – Mladé fronty Dnes, Práva, Lidových novin a Hospodářských novin. Témata objevující se ve zkoumaném vzorku jsou rozdělena do šesti hlavních skupin, které korespondují s poznatky zaznamenanými v tematické analýze provedené pro tuto práci.<sup>44</sup> Hlavními tématy jsou:

1. Hodnocení vstupních podmínek, přechodná omezení a národní zájmy.
2. Evropská ústava, budoucnost EU, reforma institucí, regiony a subsidiarita.
3. Strukturální fondy, rozpočet EU, zavedení eura v ČR a daňová a zemědělská reforma.
4. Vnější vztahy, azylová politika a obrana a bezpečnost.
5. Sociální politika, vzdělání, věda a výzkum, životní prostředí a řešení diskriminace.
6. Připojení k frakcím EP.

Podle této studie se hodnocení přístupových podmínek věnovaly výhradně opoziční strany, případně strany, které nejsou zastoupeny v poslanecké sněmovně. Jedním z hlavních bodů programů všech stran se stala otázka budoucnosti EU, která v sobě zahrnuje jednání o Ústavní smlouvě pro Evropu, tzv. euroústavě, i případnou reformu institucí. Bodům dva až šest se věnovaly všechny analyzované strany, jejich postoje se však značně lišily.

Pro úplný obraz o veřejné komunikaci stran je důležité doplnit data z dotazníků a vzít také v úvahu procesy medializace. Musíme tudíž uvažovat i o tiskových konferencích, pseudoudálostech, tiskových prohlášeních a stanoviscích, které strany vydávají k aktuálnímu dění. Cílem této práce je především postihnout tištěnou produkci politických stran, a proto se na tuto oblast zaměřím i následující text. Okrajově bude zmíněna i role internetu, jelikož se s tištěnou produkcí prolíná.

V rámci veřejné komunikace prostřednictvím tištěných periodik jsou patrné značné rozdíly v aktivitě mezi stranami většími (spíše než členská základna jsou zde měřítkem volební preference v daném roce, ODS, ČSSD a KSČM) a stranami menšími (KDU-ČSL a US-DEU). Větší strany vydávaly více periodik a neperiodických tisků, než

---

<sup>44</sup> Na rozdíl od zmiňované studie je tematická analýza v této diplomové práci provedena jen na vzorku stranických periodických tisků pěti parlamentních stran a nezabývá se politickými uskupeními, která byla výrazná jen v době před volbami (např. Unie liberálních demokratů, která kromě parlamentu Unie svobody zahrnovala také Cestu změny, Liberálně reformní stranu a Občanskou demokratickou alianci). Dalším rozdílem je zaměření studie jen na předvolební kampaň před volbami do EP, zatímco tato práce sleduje průběh komunikace s veřejností v období celého roku. Je však důležité poukázat na analogii mezi stranickými periodiky a volebními programy a opakování témat i mimo bezprostředně předvolební období, jak to dokládá tematická analýza v následující kapitole.



strany menší. Pro větší přehlednost jsou výstupy veřejné komunikace řazeny podle jednotlivých stran.

Vzhledem k množství informací jsou podkapitoly pro lepší orientaci rozděleny na dvě části. První část vychází především z informací získaných během rozhovorů v rámci předvýzkumu a z veřejně dostupných zdrojů. Druhá část je postavena čistě na informacích získaných dotazníkovým šetřením. Popisu a analýze hlavních tisků sledovaných stran jsou věnovány následující dvě kapitoly.

## 7.2 ČSSD

Kromě Pohledu a Socánku ústředí strany nevydávalo pravidelně žádné tiskoviny.

Strana vydala letáky a brožury týkající se evropských voleb. Představování jednotlivých kandidátů mělo podobu letáku formátu A4, přeloženého napůl. V levé části titulní strany byl nápis Volby do Evropského parlamentu 11. – 12. 6. 2004, doprovázený mapou Evropy, hvězdami symbolizujícími EU a českou vlajkou. Zbytek titulní strany zabrala fotografie představovaného kandidáta. Životopis kandidáta byl uveden na poslední stránce, vnitřní dvoustranu tvořila malá fotogalerie kandidáta.

Kampaň před senátními a zastupitelskými volbami také přinesla letáky a brožury představující osoby kandidující za ČSSD, ale tyto materiály neměly jednotný styl a byly odlišné kraj od kraje. Například v Královéhradeckém kraji vyšly volební noviny Náš kraj. Olomoucký kraj vydal dvacetistránkovou brožuru Volební program ČSSD Olomouckého kraje.

K nepravidelně vydávaným tiskovinám patřily také plakáty. V roce 2004 to byly tyto plakáty: ČSSD plní svůj volební program – stavebnictví v ČR rekordně roste, ČSSD plní svůj volební program – nejnižší schodek zahraničního obchodu od roku 1999 a Vánoční a novoroční přání.

Také oblastní organizace ČSSD vydávaly svoje vlastní tiskoviny, ovšem stejně jako u ostatních stran, pražské ústředí jejich činnost systematicky neregistrovalo. Vycházely například Čas volby s podtitulem Zpravodaj pražské organizace České strany sociálně demokratické, Nový horizont pro Prahu 5 – informační a propagační zpravodaj obvodní organizace ČSSD nebo Sociální demokracie – zpravodajský občasník ČSSD Olomouckého kraje.

Strana jako všechny ostatní využívá ke komunikaci s veřejností také možnosti internetu. Na svých stránkách zpřístupnila diskusní fóra, která fungovala také ve sledovaném roce. Hlavní fórum je nazvané Kavárna.

Na internetu byl v průběhu sledovaného roku publikován také Internetový zpravodaj ČSSD. V roce 2004 bylo zveřejněno sedm čísel o rozsahu dvou stran.

Médiiem spřízněným s ČSSD je časopis Trend politiky, vědy, kultury, společnosti. V roce 2004 vyšlo 9 čísel Trendu (posledním číslem bylo prosincové dvojčíslo 9/10) s převážně měsíční periodicitou. Cena časopisu byla 20 Kč. Časopis vydává Společnost Willyho Brandta a Bruna Kreiského, předsedou redakční rady v roce 2004 byl Jiří Paroubek, člen ČSSD, který se následující rok stal předsedou strany. V roce 2004 vyšel 11. ročník časopisu. Časopis je dostupný také na internetu jako iTrend. Přestože časopis není vydáván přímo sociální demokracií, na svých internetových stránkách má umístěno logo ČSSD a odkaz na stránky této politické strany. V grafu je vztah ČSSD a Trendu znázorněn přerušovanou čarou, aby byl zdůrazněn jen nepřímý vliv.

Pro úplnost informací o propagačně-komunikačních aktivitách ČSSD je dlužno doplnit, že v lednu 2005, což spadá těsně mimo časové období vymezené pro tuto práci, začal vycházet Informační bulletin pro členy a sympatizanty České strany sociálně demokratické nazvaný EURO ZPRÁVY. Je vydáván klubem poslanců za ČSSD v Evropském parlamentu.

### 7.2.1 Vyhodnocení dotazníku

Ke komunikaci s veřejností používá strana kromě výše podrobněji rozebraných prostředků také reklamní předměty a reklamu v médiích. Zpětnou vazbu mezi veřejností a stranou z pohledu strany tvoří hlavně setkání s voliči, telefonáty a emailová komunikace.

Ve straně existují lidé primárně se zabývající vztahy s veřejností. Prostředky, které k výkonu své funkce používají, však byly označeny za interní informaci. Strana tak neodkryla ani postupy, které jsou známé i jen z vnějšího pozorování: pořádání tiskových konferencí či vydávání tiskových zpráv. Můžeme tedy usoudit, že aktivity lidí z oddělení styku s veřejností strana považuje za interní záležitost.

Strana neprovozuje vlastní médium (kromě internetových stránek včetně diskusních fór zmíněných výše). Není ani finančně či ideologicky spřízněna s žádným z masových médií.

ČSSD si v době před volbami kupuje reklamní místo v médiích, z dotazníku však nevyplývají žádné další informace o typu média, které by strana preferovala.

Stejně jako všechny ostatní strany i ČSSD rozdává reklamní předměty, jejichž podoba je každoročně obměňována.

Zástupce ČSSD, který zodpovídal za vyplnění dotazníku za jeho stranu, neuvědli žádné další kanály či formy komunikace, které by se týkaly oslovování veřejnosti.

Aktivita ČSSD na poli veřejné komunikace je rozmělněna do různých úrovní. Nezanedbatelné jsou aktivity místních sdružení, jejichž tisky se však pohybují na hranici mezi vnitrostranickými a veřejnými tiskovinami. Nejvýznamnějším je pak propojení vlastního periodika, Pohledu respektive Socánka, s celostátním deníkem Právo, který mu zajišťuje vysoký náklad a velkou potenciální množinu čtenářů. Prodaný náklad sobotního Práva se v roce 2004 pohyboval okolo 400 000 výtisků.<sup>45</sup> Pohled a Socánek spolu s místními aktivitami straně zajišťují dostatečné proniknutí na veřejnost.

Zajímavým aspektem je vztahování se ČSSD k masovým médiím. Podle dotazníku si strana v předvolebním čase kupuje reklamní prostor v médiích, činí tak ovšem po celý rok právě ve formě Pohledu a Socánka. Tato dvě periodika (jejich popis viz následující kapitolu) tak můžeme jen stěží považovat za politický tisk, jelikož mají podobu reklamy, rozsáhlého inzerátu.

Zatímco vztah mezi politickými stranami a nezávislým tiskem (který se jako nezávislý sám označuje, do této kategorie patří i deník Právo) může nabývat různých podob. Novinářská profesionalita a mediální rutiny jako mechanismy sebeobrany médií stojících proti působení politických stran by měla v referování o stranách vnést do tohoto vztahu jakousi ostražitost.

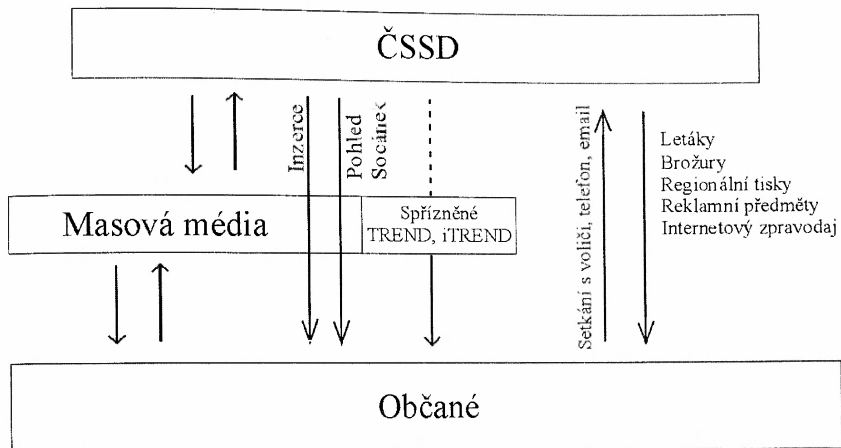
Politické strany se podle konceptů medializace, sebe prezentace a propagace snaží ovlivnit obsahy masových médií infomanagementem a dalšími způsoby. Vztah politických stran a tzv. nezávislých médií je vztahem napětí, do kterého se promítají různé teorie a představy o fungování médií v moderních demokraciích.

ČSSD tento vztah napětí však částečně<sup>46</sup> obchází přímou prezentací v deníku. Podíváme-li se na variaci pracovního grafu pro ČSSD, uvidíme zcela zjevný rozdíl oproti

<sup>45</sup> ABC ČR, Kancelář ověřování nákladu tisku. Náklady periodického tisku [online]. 2004 [cit. 2006-02-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.abccr.cz/tabperiod/nakper.html>>.

<sup>46</sup> Slovo „částečně“ zde má velký význam. Bez další analýzy, nebo spíše série výzkumů, které by se zaměřily na možnost ovlivnění mediálních obsahů Práva jeho inzerentem (ČSSD), nemůžeme usuzovat na obchvat médií, který by měl větší rozsah.

ostatním stranám. Na rozdíl od ostatních sledovaných stran se tok informací, který je téměř zcela ovládán stranou (bylo by chybou opomíjet různé šумы, které se mohou v komunikačním aktu objevit), nevyhýbá masovým médiím, ale protíná jejich imaginární bariéru. Tím se tento tok zesiluje a nevyhnutelně zasahuje větší publikum. Politická strana a nezávislý tisk v tomto případě existují ve zvláštním symbiotickém vztahu.



Obrázek 10. Schéma veřejné komunikace ČSSD

### 7.3 KDU-ČSL

KDU-ČSL kromě Nového hlasu nevydává žádné jiné periodikum. Ke komunikaci s veřejností používá kromě internetu plakáty, které se ovšem vyvěšují na nástěnky místních organizací strany a jsou tedy spíše médiem komunikace vnitrostranické. K příležitostem, u nichž jsou plakáty vyvěšovány, patří Vánoce, Velikonoce, Den matek, Den dětí, Sjezd – fotografie nového vedení KDU-ČSL, atd.

Strana nevydává ani žádné brožury nebo sborníky textů jako například ODS. Přestože je v dotazníku uvedeno, že strana distribuuje před volbami letáky, jediným letákem, který se pro tuto práci podařilo zjistit (ze zdrojů strany samotné), byla Zelená pro venkov. Leták o rozměru strany A4 složený na třetiny vyšel s podtitulem Kdo seje rozum, sklízí moudrost.

„Distribuce letáků je samozřejmě vyšší v období voleb, spolupracujeme i se státní správou a snažíme se pomoci s distribucí některých informací,“<sup>47</sup> uvedl za stranu Jaroslav Poláček, vedoucí analytického oddělení Ústřední kanceláře KDU-ČSL.

Vlastní periodika vydávají některé krajské organizace, například zlínská. Pražské ústředí však jejich komunikační aktivity nesleduje.

Těžiště veřejné komunikace KDU-ČSL spočívá v materiálech pro vývěsky. Ke komunikaci s veřejností používala strana také diskusní fórum na svých internetových stránkách. Celkově veřejná komunikace strany není výrazná a strana se společnosti neotevívá.

### 7.3.1 Vyhodnocení dotazníku

V KDU-ČSL také existují lidé zabývající se vztahem s veřejností. Jejich pracovní metody však ve straně splývají s lidmi zabývajícími se internal public relations, tedy vztahy uvnitř strany: „Zdroji dat jsou nejrůznější sociologické výzkumy i data, která jsou získávána na základě vnitrostranických průzkumů.“<sup>48</sup> Strana blíže nespecifikovala, jaké prostředky tito lidé používají jak pro práci v rámci internal public relations, tak pro práci ve styku s veřejností.

Strana není provozovatelem žádného masového média, ani není s žádným z masových médií propojena.

Stejně jako ostatní strany před volbami KDU-ČSL nakupuje reklamní prostor v masových médiích. Z dotazníků vyplývá pouze, že si vybírá média podle cílového publika. Nebylo však specifikováno, ani která publika to jsou, ani která média strana preferuje.

K reklamním předmětům, které strana rozdává, patří kalendáře, tužky, balónky, pastelky, samolepky, bombóny a další.

Zpětnou vazbu od nečlenské veřejnosti strana dostává především prostřednictvím diskusního fóra umístěného na webových stránkách strany, dopisů, osobních telefonátů a emailů zaslanych na společnou adresu strany [info@kdu.cz](mailto:info@kdu.cz).

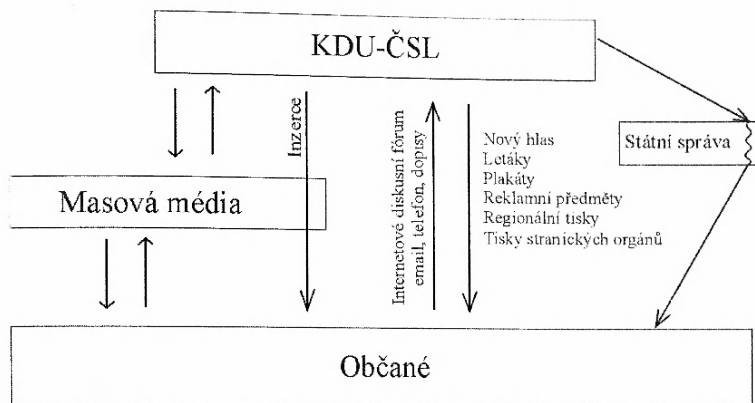
Veřejná komunikace KDU-ČSL se na rozdíl od příkladu ČSSD nijak nevymyká předpokladům zaneseným v pracovním modelu. Jen k nim přidává státní správu.

---

<sup>47</sup> Viz přílohu Vyplněné dotazníky.

<sup>48</sup> Ibid.

K tomuto obohacení grafu se vrátíme v závěru této kapitoly. Komunikace mezi stranou a veřejností (její část, která je řízena stranou, tedy vyjma žurnalistických obsahů) prochází standardním způsobem masovými médii – skrze inzerci. Ostatní komunikační toky jsou od masových médií izolovány a snaží se zasáhnout publikum vlastními prostředky. Mezi nejvýznamnější patří Nový hlas a vývěsky.



Obrázek 11. Schéma veřejné komunikace KDU-ČSL

## 7.4 KSČM

Komunistická strana jako organizace nevydává žádný periodický tisk. Nejvíce je propojena s Naší pravdou, která byla do této práce vybrána jako zástupce komunistického tisku. I když není jejím vydavatelem přímo KSČM, v podtitulu týdeníku je přímý odkaz na tuto stranu: Naše pravda – Společensko-politický týdeník KSČM. Naše pravda je blíže popsána v další kapitole.

V souvislosti s veřejnou komunikací KSČM je nutné uvést deník Haló noviny, který sice není přímo stranou vydáván, ani nemá ve svém podtitulu odkaz na stranu, je však ideologicky spřízněn s touto stranou a stává se jejím médiem veřejné komunikace. Haló noviny jsou volně prodejné na novinových stáncích. Jejich vybrané články jsou také každý den vystaveny na internetové stránce deníku. Vydavatelem je akciová společnost Futura, a. s. Haló noviny jsou podle svého nakladatele levicově orientovaný deník, který stejně jako většina českých deníků vychází denně kromě neděle. Cena byla 9 Kč. Nakladatelství Futura sídlí ve stejné budově jako ústředí komunistické strany.

Podle informací tiskového oddělení KSČM se v roce 2004 náklad Haló novin pohyboval mezi 35000 a 40000 výtisků denně. Toto číslo nebylo možno ověřit u ABC ČR, Kanceláře ověřování nákladu tisku, protože tato agentura nezahrnula Haló noviny mezi deníky, u nichž zjišťuje výši nákladu. Jako příloha Haló novin vychází čtvrtletník Alternativy s podtitulem Časopis pro politiku, vědu a kulturu.

V dotazníku tisková mluvčí Monika Hoření uvedla, že „KSČM podporuje vydávání jednoho celostátního deníku (Haló noviny – pozn. autorky), jednoho týdeníku (Naše pravda – pozn. autorky), vydává politicko-společenský čtvrtletník Alternativy. Stranické orgány na různých úrovních pak vydávají své vlastní periodika, která mají statuty měsíčníků, čtvrtletníků apod.“<sup>49</sup>

Stejně jako v případě ostatních stran, KSČM používá ke komunikaci s veřejností regionální tiskoviny. Pražské ústředí strany shromažďuje pouze některé z nich. Patří k nim například Krajánek, který vydává Královéhradecký kraj, nebo Zpravodaj Karviná. Zatímco Krajánek je zcela veřejným médiem, Zpravodaj Karviná je koncipován spíše pro vnitřní potřebu oblastní organizace.

KSČM na svých internetových stránkách odkazuje kromě nakladatelství Futura také na další nakladatelství levicově orientované literatury Orego.

Strana nepravidelně vydává různé brožury a letáky. V roce 2004 například vydala publikaci s názvem Sametová revoluce: pohled ze strakovky. Brožura formátu A5 má 40 stran a vyšla v nákladu 5000 výtisků. Vrací se k událostem 17. listopadu 1989 a následujícím dnům, jež vedly k pádu socialistického režimu.

#### 7.4.1 Vyhodnocení dotazníku

KSČM stejně jako ostatní zkoumané strany má pracovníky, kteří se zabývají stykem s veřejností. Podle dotazníku „jde o kontakt s médii, periodiky a dalšími sdělovacími prostředky, zaslání našich stanovisek, postojů, vystupování představitelů strany“.

Mezi prostředky, které lidé zabývající se PR používají, jsou uvedeny internetové stránky KSČM, stranická periodika, vydávání vlastních letáků a publikací, pořádání tiskových konferencí a mítinků a „tradičních akcí“ jako je oslava prvního máje. Přestože se Rádio Haló Futura objevuje v odpovědích na několik otázek, včetně otázky zjišťující

<sup>49</sup> Ibid.

způsoby práce pracovníků PR, bylo spuštěno až v roce 2005 (jak je ostatně v odpovědi na jednu z otázek uvedeno), a nemůže tudíž být zahrnuto mezi validní odpovědi.

V roce 2004 strana nebyla provozovatelem žádného masového média (kromě již zmíněné podpory Haló novin), ani nebyla finančně či ideologicky spjata s žádným z masových médií (opět s výjimkou Haló novin).

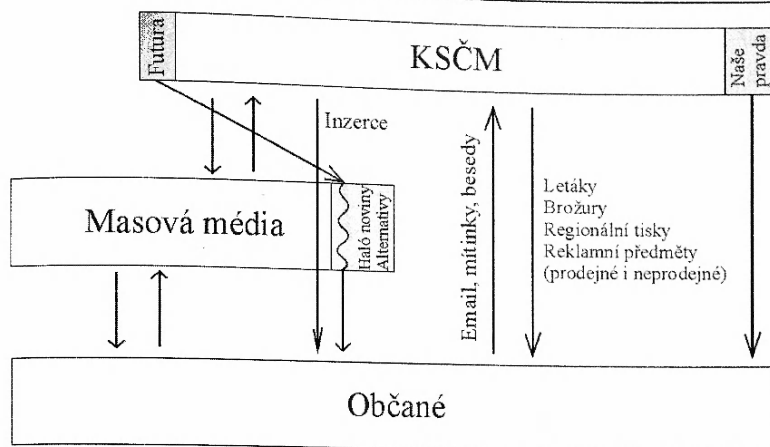
Stejně jako ostatní strany KSČM si kupovala reklamní místo v masových médiích a ke své propagaci používala také reklamních předmětů. Některé z nich rozdávala zdarma (ostatní strany u svých odpovědí neupřesnily, zda všechny vyjmenované předměty byly rozdávány zdarma), například kalendáře, balónky a puzzle. Strana však i prodávala různé reklamní předměty: tužky, propisky, otvíráky, tácky, zapalovače, trička a další.

Zpětná vazba stejně jako například u KDU-ČSL probíhá primárně prostřednictvím internetového rozhraní skrze zvláštní emailovou adresu [info@kscm.cz](mailto:info@kscm.cz). Dále je důraz kladen na přímý kontakt funkcionářů a členů strany s veřejností na mítincích a besedách.

Grafické znázornění veřejné komunikace je v případě KSČM komplikovanější než u ostatních stran. Jak již bylo zmíněno, strana sama nevydává žádné periodikum. Naše pravda je vydávána společností Naše pravda, s. r. o., zatímco Haló noviny a jejich příloha Alternativa společností Futura, akciová společnost. Provázanost strany s těmito vydavatelskými subjekty je nejen ideologická, ale i personální (například místopředsedové strany jsou v obchodním rejstříku vedeni jako členové představenstva Futury). V grafu je vztah znázorněn připojením dvou šedých obdélníků, každý představující jedno z nakladatelství, ke stranám základního obdélníku znázorňujícího stranu.

Naše pravda je analyzována jako periodikum strany, je tedy umístěna vpravo a není uvažována jako součást masových médií. Haló noviny jsou sice součástí masových médií (splňují charakteristiku této skupiny), ale nepatří mezi tzv. nezávislá média, o nichž je v grafu uvažováno. Jsou tedy znázorněny opět jako přiléhající šedý obdélníček k hlavní množině masových médií. Vlnovka procházející tímto obdélníkem znázorňuje nepřímý vliv strany, tedy vliv, který je zdeformován novinářskými rutinami, profesionálními postupy atd.





Obrázek 12. Schéma veřejné komunikace KSCM

## 7.5 ODS

ODS kromě Listů ODS, které jsou předmětem zájmu hlavní analýzy, vydávala další tiskoviny. Hlavní publikace jsou rozděleny do dvou edičních řad: edice Modrá šance a edice Knihovna ODS. Publikace jsou určeny nejširšímu okruhu příznivců strany, tedy členům i nečlenské veřejnosti. K dispozici jsou v oblastních a regionálních kancelářích strany.

V edici Modrá šance vycházejí koncepční dokumenty tzv. stínové vlády ODS, kterou občanští demokraté jako nejsilnější opoziční strana (v celém zkoumaném období) sestavili. Tato edice byla vydávána od července 2003 do listopadu 2004. V roce 2004 vyšlo 11 vydání Modré šance, každé z čísel bylo sestaveno jedním ze stínových ministrů a bylo věnováno příslušnému resortu. Každé vydání má svůj název, v podtitulu je pak odkázáno na oblast, kterou se toto vydání zabývá, například Více svobody, méně regulace – Modrá šance pro zvýšení zaměstnanosti. Podtitul ukazuje na resort ministra práce a sociálních věcí, autorkou je Alena Páralová, stínová ministryně ODS pro tuto oblast. Jednotlivé brožurky vyšly ve formátu A5, rozsah stran byl velmi proměnlivý. Nejméně stránek bylo 15, naopak text Ivana Langer, stínového ministra vnitra, měl 49 stran.

Jednotlivá čísla vždy představila příslušného stínového ministra a pak postupně uváděla jeho vize k dané oblasti politiky. Struktura publikace byla velmi propracovaná, včetně obsahu, grafického znázornění a vystavění textu pomocí několika úrovní nadpisů.

Text obsahoval prvky formální publikace: úvod, problém a řešení a shrnutí či závěr. Všechny 11 vydání bylo charakterizováno jednotnou grafickou úpravou.

V prosinci roku 2004 vyšla Modrá kniha s podtitulem Modrá šance pro Českou republiku – Resortní koncepce ODS, která v sobě spojila 16 Modrých šancí, které vyšly v letech 2003 a 2004. Modrá kniha nepředstavuje jednotný text, který by byl vystavěn na jednotlivých Modrých šancích, je spíše jejich sborníkem. Modré šance jsou řazeny v pořadí, jak vycházely. Spojuje je pouze úvodní text předsedy strany Mirka Topolánka. Modrá kniha vyšla ve formátu A4 o rozsahu 260 stran. Jednotlivé díly edice Modrá šance a Modrá kniha jsou k dispozici v elektronické verzi na internetových stránkách strany.

V druhé ediční řadě, Knihovně ODS, vycházely sborníky textů z kongresů strany. V prosinci 2004 vyšla publikace XV. kongres ODS s podtitulem Modrá šance ODS pro Českou republiku, XV. kongres ODS, 4. – 5. 12. 2004, Praha. Sborník příspěvků z kongresu má 187 stran a je v pořadí 16. číslem edice Knihovna ODS, která začala vycházet v roce 1999.

Další publikace a brožury již vyšly mimo zmíněné ediční řady. Stínová vláda v roce 2004 vydala Černou knihu policejních hříchů II. V podtitulu bylo uvedeno časové období říjen 2003 – říjen 2004. Autorem je Ivan Langer, jeden ze stínových ministrů. Text, který má 78 stran, je opět velmi formálně rozdělen do kapitol a podkapitol, obsahuje úvod, seznámení s problematikou, kapitoly věnované jednotlivým údajným problémům a závěr. Text je velmi propracovaný, opět doprovázený grafickým znázorněním a statistickými údaji podporujícími autorovo tvrzení.

Nepravdělně pak ODS vydává další brožury zabývající se aktuálními tématy. V říjnu 2004 například vydala publikaci Politici Občanské demokratické strany v Evropském parlamentu a v krajích České republiky. Na jejím vydání se podílel také klub Evropské lidové strany – Evropských demokratů při Evropském parlamentu, do něhož se ODS po evropských volbách zařadila. Publikace představuje devět poslanců Evropského parlamentu zvolených na kandidátce ODS a 14 politiků z řad ODS zastávajících funkce v krajských zastupitelstvech. V úvodu se pak představuje také předseda strany Mirek Topolánek, předseda klubu Evropské lidové strany – Evropských demokratů Hans-Gert Pöttering a Jonathan Evans, britský poslanec EP. Publikace má 56 stránek a je vytištěna na křídovém papíře.

K edici modrá šance odkazoval leták Modrá šance pro Evropu, který vyšel před volbami do EP s podtitulem Stejně šance pro všechny. Tento leták vyšel ve dvou verzích. Na obou je na titulní straně Jan Zahradil, volební lídr ODS do Evropského parlamentu.

Menší vydání je přibližně formátu A5, větší verze je formátu A4. Obě verze jsou přeloženým dvojlistem papíru, leták má tedy čtyři strany. Menší vydání je vytištěné na matném papíře a uvádí „desatero nejdůležitější úkolů ODS v Evropském parlamentu“. Větší vydání je na křídovém papíře a představuje kandidáty ODS do voleb do EP.

Před volbami do senátu a krajských zastupitelstev ODS vydala pro každé z voleb samostatnou řadu publikací. K zastupitelským volbám se vázal Krajský volební magazín, který vyšel jako samostatné vydání pro každý z krajů. Rozsah publikace byl vždy 12 stran celobarevného tisku na křídovém papíru formátu A4. Magazín představoval kandidáty pro krajské volby, jednotlivá krajská vydání se od sebe odlišovala, všechna však byla uvozena dopisem předsedy strany voličům a obsahovala kandidátní listinu s fotografiemi a základními údaji o kandidátech.

Druhá řada byla označena jako Senátní magazín a obdobným způsobem představovala kandidáty pro jednotlivé senátní volební obvody. Tento magazín byl také uvozen dopisem předsedy strany. Jeho celkový rozsah byl menší než u Krajského volebního obvodu: osm stran o rozměru menším než formát A4.

Také některé regionální či krajské organizace ODS vydávají své vlastní publikace, ústřední kancelář v Praze je však nemonitoruje.

Kromě výše uvedených publikací, které vyšly v tištěné podobě, ODS zveřejnila na svých internetových stránkách další řadu dokumentů. Mezi tyto dokumenty dostupné pouze v elektronické podobě patří například interpelace nebo záznamy projevů členů vedení strany.

V rámci veřejné komunikace strany je třeba zmínit také spřízněné publikace. Nejvýznamnějším je CEVRO REVUE, časopis vydávaný Liberálně-konzervativní akademií CEVRO, jejímž předsedou je Ivan Langer, který je zároveň místopředsedou ODS. Ve sledovaném roce 2004 vyšlo 10 čísel, většinou s měsíční periodicitou. Jako spřízněný je možné uvést také časopis Revue Politika, který vydává Centrum pro studium demokracie a kultury jako měsíčník pro kulturu a politiku.

Veřejná komunikační aktivita ODS je na vysokém stupni organizovanosti a centralizace. Zároveň patří k nejrozsáhlejším.

## 7.5.1 Vyhodnocení dotazníku

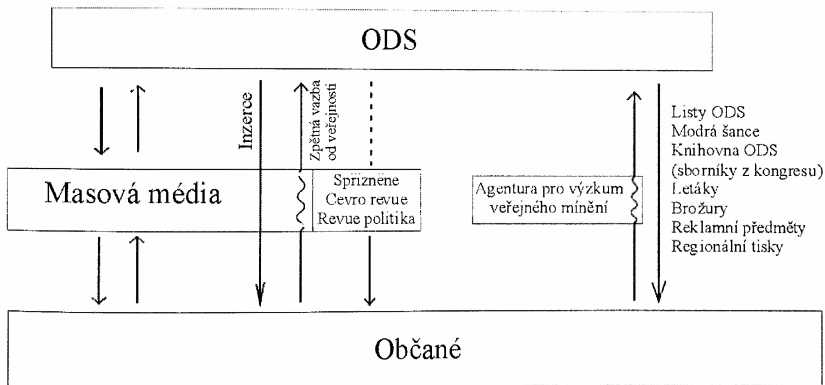
Pracovníci oddělení zabývajícího se vztahy s veřejností v ODS podle dotazníku používají „běžné prostředky PR“.<sup>50</sup> Druhá část odpovědi obsahuje nesouvislý text, na jehož význam bychom mohli pouze usuzovat. Můžeme pouze konstatovat, že ODS nespécifikovala prostředky, které pracovníci PR používají.

ODS není finančně ani ideologicky spojena s žádným z masových médií. Při nákupu reklamního místa v médiích upřednostňuje tištěná média.

Pro přiblížení se k veřejnosti strana používá také reklamní předměty, nespécifikuje však jaké. Neuvádí ani jestli kromě rozdávání propagačních předmětů, které jsou většinou zdarma, také prodává nějaké reklamní předměty.

Zpětnou vazbu pro ODS zajišťují masová média a průzkumy veřejného mínění.

Strana je ve své veřejné komunikaci velice organizovaná. Nijak se však neodlišuje od vztahů předpokládaných v pracovním modelu veřejné komunikace. Jako jediná však uvedla média jako zdroj zpětné vazby od nečlenské veřejnosti. Tato vazba je tedy nepřímá, filtrovaná přítomností média a jeho rutinami.



Obrázek 13. Schéma veřejné komunikace ODS

<sup>50</sup> Ibid.

## 7.6 US-DEU

Unie svobody nevydávala kromě Agendy 12 žádné jiné médium určené veřejnosti. Ke komunikaci s veřejností využívala hlavně internetu. Podle odpovědi v dotazníku vydala strana letáky a brožury představující kandidáty do voleb, v ústředí strany však žádné ze zmíněných materiálů nebyly k dispozici.

Strana vůbec nesledovala aktivity oblastních organizací.

### 7.6.1 Vyhodnocení dotazníku

V Unii svobody se vztahy s veřejností zabývá tiskové oddělení, které využívá internet, elektronickou korespondenci, tisk, letáky a „kontaktní kampaň“.<sup>51</sup> Pod pojmem kontaktní kampaň je zřejmě možné rozumět setkání funkcionářů s voliči na mítincích a kampaních.

Strana není provozovatelem žádného média, ani není s žádným nijak spojena.

Reklamní prostor si strana kupuje především v době voleb, preferuje tištěná média.

Strana rozdává reklamní předměty, jejich nabídka se liší kraj od kraje.

Zpětná vazba od nečlenské veřejnosti je zajišťována především prostřednictvím e-mailů a telefonických dotazů.

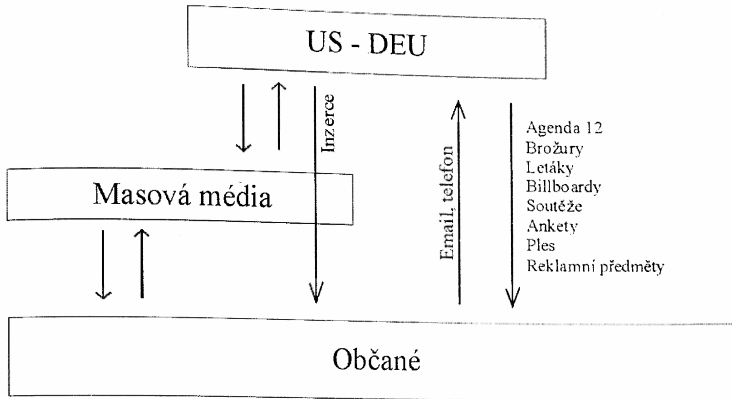
K přiblížení se veřejnosti strana používá také například organizování plesů.

Veřejná komunikace Unie svobody není příliš rozsáhlá. S ukončením vydávání Agendy 12 byla znatelně oslabena komunikační vazba mezi stranou a veřejností. Nepravdivost vydávání jakýchkoli propagačních materiálů (a také jejich zpětná nedostupnost – ani za pomoci tiskového oddělení nebylo možno dohledat reklamní materiály, které byly v roce 2004 údajně vydány, přestože strana disponuje zařízeními zpětné vazby) odhaluje nesesystematický přístup k sebeprezentaci na veřejnosti. V porovnání s většími stranami je aktivita US-DEU mnohem nižší.

Schéma veřejné komunikace US-DEU se nevymyká předpokladům pracovního modelu, jednotlivé linky představující komunikační toky jsou však slabší než u ostatních stran.

---

<sup>51</sup> Ibid.



Obrázek 14. Schéma veřejné komunikace US-DEU

## 7.7 Hodnocení

Náš pracovní model vyšel z děl Briana McNaira a Winfrieda Schulze na téma politická komunikace. Jeho modifikované verze vytvořené samostatně pro každou ze sledovaných stran ukázaly rozdíly mezi stranami, které jsme na začátku výzkumu neočekávali. Ve všech vztazích grafu je také přítomný fenomén internetu, který ovšem není zvláště označován, není-li stranou výslovně označen za jeden z hlavních komunikačních toků (například internetová emailová služba u vazby mezi veřejností a stranou).

Podstatným je rozdíl ve vztahování se stran a jejich produkce k masovým médiím. Zatímco ČSSD využívá jeden z celostátních nezávislých deníků k šíření svého tisku, KSČM se prostřednictvím levicového nakladatelství Futura dostává přes bariéru masového tisku skrze jeho jednotlivou část, Haló noviny. ODS naopak považuje masová média za jeden z hlavních toků zpětné vazby mezi stranou a občany.

KDU-ČSL sice nevykázala žádnou odchylku oproti předpokládaným vztahům pracovního modelu, doplnila však rozhraní grafu o další segment – státní správu. Tato součást diskurzu politické komunikace je velmi těžko zachytitelná v grafickém náčrtu. Státní správa obsahuje mnohé aspekty, které vyplňují prostor mezi politickou stranou, masovými médii a občany, třemi hlavními body grafu. Jelikož KDU-ČSL však státní správu považuje za jeden z komunikačních kanálů, musel být abstraktní pojem zmaterializován v další subjekt vztahů našeho pojetí politické komunikace. Státní správa

tedy vytvořila další ze subjektů politické komunikace, který filtruje sdělení pocházející od politické strany a předává je dále občanům.

Také ODS přidala do grafického znázornění politické komunikace další subjekt – agenturu pro výzkum veřejného mínění. Skrze výzkumy veřejného mínění ODS získává zpětnou vazbu od občanů. Vlnovka místo přímé linky opět naznačuje, že informace prochází filtrem specifické organizace, tedy dané agentury.

Nelze vyloučit, že ostatní strany také používají například výzkumy veřejného mínění jako médium zpětné vazby od občanů, ale jelikož tuto možnost nevedly, nepovažují ji za významnou. Vytvořené modely komunikace pro jednotlivé strany tedy nelze brát za konečný výčet všech komunikačních možností, které strana využívá, ale spíše za načrtnutí nejdůležitějších rysů.

Do pracovního modelu se při jeho přepracování promítl poznatek o přímých a méně přímých komunikačních linkách. Vlnovka naznačuje, že sdělení je do značné míry transformováno mediátorem, který stojí mezi politickou stranou a občany. Nepřerušovaná čára naopak naznačuje co nejpřímější vliv. Opět však musíme brát v potaz šумы, které se mohou při přenosu sdělení vyskytnout.

U všech stran se objevily dvě základní nepřerušované linky, které spojily konkrétní stranu s občany: inzerce (linka protнула oblast médií) a materiály vydávané přímo stranou (včetně reklamních tisků). V případě ČSSD se k této dvojici komunikačních toků přidaly ještě tiskoviny Pohled a Socánek, které procházejí sférou médií stejně jako inzerce (kterou ve své podstatě jsou).

Ani McNair, ani Schulz do svých modelů nezahrnuli linii, která by spojila politickou stranu s občany a využila k tomu možnosti masových médií. Přitom inzerce je používána jako nástroj komunikace mezi stranou a občany všemi zkoumanými subjekty a je možné reálně předpokládat, že tomu není jinak ani u ostatních politických uskupení.

V McNairově modelu (a našem pracovním modelu) šipky mezi politickou stranou a médií pouze naznačují vzájemně závislou existenci těchto dvou útvarů. Přestože se za těmito vztahy také skrývá řada intencí komunikačních aktů (infomanagement), tato práce však jejich podstatu nezjišťovala. V modelech jsou proto tyto vztahy znázorněny čarou bez popisku.

Pokud bychom všech pět grafů nanesli na jeden pomyslný arch papíru, viděli bychom komplikovanější prostor, než s jakým jsme operovali na začátku. Sloučit však tyto poznatky do jednoho grafu není možné, protože představují výjimečné atributy

jednotlivých stran. Jediným doplněním základních vztahů pracovního modelu, ne však nepodstatným, je tak pouze linka představující inzerci.



## 8 Tištěná produkce – popis materiálu

Následující popis materiálu, ze kterého byl vybrán vzorek pro obsahovou analýzu, doplňuje poznatky z předchozí kapitoly o detailnější přiblížení tištěné periodické stranické produkce na vybraných periodících. Slouží ke zpřesnění odpovídající oblasti celkového pohledu na komunikační aktivity českých parlamentních stran.

Na všechna tato periodika byla uplatněna stejná měřítka, jejichž pomocí lze nejefektivněji a nejvýstižněji popsat periodikum: periodicitu, rozsah a obsahová skladba. Souhrn technických aspektů je uveden v příloze 3. Tento oddíl se zabývá především strukturními a formálními znaky.

Obsahová skladba je zachycena na rovině rubrik a nejobecnějších témat, která se k nim vztahují. Konkrétnější témata jsou zpracována až v následující tematické analýze a obsahové analýze vybraných témat v další kapitole.

V textu je odkazováno na teorii žurnalistiky a operováno s pojmy jako je klasická žurnalistická dichotomie zpravodajství a publicistiky. K tomuto tématu existuje množství literatury, za postačující můžeme však považovat základní příručku Encyklopedie praktické žurnalistiky, která byla sestavena pod vedením Barbory Osvaldové a Jana Halady.

### 8.1 Pohled/Socánek

Čtrnáctideník sociální demokracie Pohled slouží jen jako prostředek veřejné komunikace, vychází v deníku Právo jako celostránková reklama. V období 2. 9. 2004 až 12. 11. 2004 před listopadovými krajskými a senátními volbami byl Pohled nahrazen „předvolebním čtrnáctideníkem sociální demokracie“ Socánkem.

Přestože mají Pohled i Socánek podobu celostránkové reklamy v celostátním deníku, budeme je pro potřeby této práce považovat za samostatná periodika. Jejich cena, náklad a způsob distribuce jsou však svázány s daným deníkem, jehož jsou součástí. Vycházely vždy v sobotním vydání Práva, jehož cena byla 13 Kč. Průměrný náklad sobotního vydání deníku v roce 2004 se pohyboval kolem 500 000 výtisků, přičemž počet

prodaných výtisků byl zhruba o 100 000 nižší.<sup>52</sup> Provázanost (ne nutně ideologická) s celostátním deníkem s relativně vysokým nákladem zajistila sociální demokracii přístup na veřejné novinové stánky.

Pohled i Socánek jsou zalomeny jako klasická novinová stránka. Před vlastní hlavičkou titulu (Pohled či Socánek) je umístěn nápis „Inzerce“, kterým redakce upozorňuje, že se jedná o reklamní sdělení. Je nutno však poznamenat, že toto upozornění není výrazné a Pohled/Socánek na sebe graficky jako na reklamu odlišnou od ostatního neplaceného obsahu novin neupozorňují.

Obě periodika jsou také přístupná veřejnosti na internetových stránkách sociální demokracie.

### **Pohled**

V roce 2004 vyšlo 15 čísel Pohledu, byl obvykle zařazen na jednu ze stran 21 až 25. Přestože je svým vydavatelem charakterizován jako čtrnáctideník sociální demokracie v protikladu k Socánku označenému za předvolební čtrnáctideník sociální demokracie, vycházel i v době před volbami do Evropského parlamentu. Socánkem byl nahrazen až před krajskými a senátními volbami.

Na jedné novinové stránce, která vymezuje rozsah Pohledu, bylo umístěno 6 až 12 textů. Jednotlivé příspěvky jsou podepsány redakčními zkratkami nebo jmény autorů z řad vedení strany.

Pohled není charakterizován žádnými pravidelnými rubrikami. Nejčastěji se objevovaly příspěvky nadepsané „Zaznamenali jsme...“, nelze však hovořit o pravidelné rubrice. Tyto texty byly otištěny v číslech 7 a 9 – 12, které vyšly bezprostředně před volbami do Evropského parlamentu a po nich.

Dalším opakujícím se typem článku je „Pohled čtenářů“, který vyšel v číslech 6, 7, 8, 11 a 21. Posledním opakovaně se vyskytujícím typem příspěvku, který bychom mohli zařadit do obsahové skladby periodika, byly příspěvky označené „Víte, že...“, které vyšly v číslech 4, 11 a 12.

Ostatní texty nenesou znaky ustálené struktury (jiné než grafické). Je možné je zkoumat až v tematické analýze, která následuje v další kapitole. Pohled je v tomto směru podobný Listům ODS, které také nemají pevnou obsahovou strukturu (grafická struktura

---

<sup>52</sup>ABC ČR, Kancelář ověřování nákladu tisku. Náklady periodického tisku [online]. 2004 [cit. 2006-02-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.abccr.cz/tabperiod/nakper.html>>.

je u obou periodik jasně rozpoznatelná a opakovaná, ale nejsou s ní spojeny opakující se typy obsahů) a obsahují spíše delší texty stranických funkcionářů k jednotlivým tématům.

Texty jsou ze žurnalistického hlediska koncipované jako publicistické, nesou znaky subjektivnosti, ideového zabarvení a komentářového přístupu. Stejná charakteristika platí i pro Socánek.

### **Socánek**

Socánek vyšel v roce 2004 celkem v šesti vydáních pod čísly 14 – 19 (číslován byl průběžně spolu s Pohledem). Jeho vzhled a tematická struktura se od Pohledu velmi liší. V záhlaví listu se objevuje postavička malého chlapce v dlouhém tričku s logem ČSSD, který má představovat Socánka, který čísly provází.

Na rozdíl od Pohledu prvních pět čísel Socánku má pevnou skladbu rubrik a obsahů. Hlavní článek představuje jednoho z kandidátů do voleb. V pravém sloupci jsou prezentováni další z řad sociálně-demokratických kandidátů, jsou však vybíráni podle znamení, ve kterém se narodili. Například první číslo Socánku (značené jako 14. číslo) představuje kandidáty narozené ve znamení ryb. Poslední řádky pak vyjmenovávají známé osobnosti, které se také narodily v tomto znamení. Ke každému znamení zvěrokruhu je také doplněna jeho krátká charakteristika.

Pod hlavním článkem je umístěna rubrika nazvaná „Vsadím se s Vámi...“, ve které dvojice kandidátů ČSSD uvádí, co by považovala za volební úspěch, a co je ochotna podstoupit v případě, že tento úspěch dosáhne.

Poslední rubrikou je „Socánkova luštěnice: (...)“. Druhá část názvu se mění každé číslo. Luštěnice je tzv. švédská křížovka. Křížovka je doprovodena postavičkou Socánka. Pod křížovkou se pak pravidelně objevuje dovětek. Zmiňuje se například o Tupoláncích ve zjevné narážce na předsedu nejsilnější konkurenční strany ODS Mirka Topolánka. Dává tak této rubrice nádech politické satiry.

Poslední číslo Socánku v roce 2004, které vyšlo mezi krajskými a doplňovacími volbami do Senátu Parlamentu České republiky, se zcela liší od výše popsané struktury listu. V hlavním článku oslovuje čtenáře tehdejší předseda strany Stanislav Gross. V pravém sloupci bylo představování kandidátů podle horoskopu nahrazeno „Anketou týdne“, ve které byli kandidáti druhého kola senátních voleb dotázáni, čeho mohou dosáhnout pro své voliče. V dolní části stránky byl místo křížovky otisknut článek, který měl vyvolávat představu osobního dopisu Socánka adresovaného Mirku Topolánkovi. Text byl doprovoben titulkem „Mirku, nelži a přestaň zapomínat!“, oslovením „Mirku“,

podpisem „Srdečně Tě zdravím, Tvůj Socánek“ a post skriptem „Tak zase někdy, třeba před volbami“. Takto byla ukončena volební kampaň ČSSD před volbami do krajských zastupitelstev a senátu. Na 19. číslo Socánku opět navázal Pohled.

Texty Socánku byly nepodepsané, s výjimkou zmíněných příspěvků Stanislava Grosse a dopisu imaginárního Socánka.

## 8.2 Nový hlas

Nový hlas je označen jako Zpravodaj KDU-ČSL. Vychází jako čtrnáctideník. Do dubna 2004 vycházel v nákladu 2500 výtisků, poté v nákladu 6500 výtisků. Další změnou bylo, že do dubna byl prodáván za 10 Kč (poslední zpoplatněné bylo číslo 6), od dubna byl distribuován funkcionářům a předplatitelům zdarma.

Přestože byl původně koncipován jako vnitrostranické periodikum (není dostupný na veřejných prodejních místech), jednotlivá čísla jsou vystavena na internetu, je tedy přístupný široké veřejnosti a můžeme jej považovat za prostředek komunikace s veřejností.

V roce 2004 vyšlo 22 čísel Nového hlasu. V dubnu se kromě nákladu a ceny změnila i celková grafická úprava Nového hlasu. Z periodika tištěného jen ve třech barvách (bílá, černá, modrá) na matném papíře se stal celobarevný titul vydávaný na křídovém papíře. Posledním trojbarevným číslem je číslo 6 vydané 22. března 2004. Počet stran je proměnlivý: buď 8 nebo 12.

Nový hlas je ve svém složení zdánlivě pravidelný. Skladba titulní stránky není zcela pevná, ale nejčastěji se objevuje žánr sloupku, který vychází jako rubrika označená jako „Slovo předsedy“ nebo „Slovo místopředsedy“. Vedoucím činitelům strany je věnovaná pozornost na titulní straně i uvnitř listu.

Graficky sice Nový hlas připomíná pravidelnost čtrnáctideníků, ovšem výskyt jednotlivých rubrik není zcela pravidelný. Také obsahy, které jsou k těmto rubrikám přiřazeny, ne vždy odpovídají znakům daného stylu, jak je známe z funkční stylistiky.

Každá stránka má v záhlaví kromě názvu periodika také tematické zařazení příspěvků, které se na stránce nacházejí. Toto označení je na vysoké rovině obecnosti a umožňuje tak další označení příspěvků podle konkrétního tématu či obsahu na nižší rovině obecnosti.

Obecná témata jsou tedy rozdělena do rubrik. Přestože jejich počet je ustálený, liší se zařazení rubriky do obecného tématu stránky. Například rubriku s názvem Poslanecký a senátorský klub najdeme v různých číslech na stránkách se záhlavím „Na aktuální téma“, „Komentář – zpravodajství“ nebo „Zpravodajství“. Jakkoli tomu struktura listu naznačuje, není dodržována opravdová tematická linie, kterou by konstituovalo například rozdělení textů zpravodajských a publicistických, či zpravodajství domácího oproti zprávám ze zahraničí. Můžeme tedy identifikovat rozdíly jak ve způsobu, jak jsou témata realizována v rubrikách, tak i v zařazení jednotlivých rubrik s opakujícím se obsahem pod různé tematické hlavičky.

Následující výčet ilustruje pohyblivou strukturu rubrik, tak jak byla popsána výše. Obecná témata<sup>53</sup> ze záhlaví stránky jsou uvedena v uvozovkách, názvy jednotlivých rubrik v závorce: „EU/Zpravodajství“ (Evropské okénko, Poslanecký a senátorský klub), „Evropská unie“ (Evropské okénko), „Evropské fondy“, „Evropské volby“ (Tři otázky pro poslance EP, Evropské okénko), „Informační servis“ (Gratulujeme, Poděkování, Připravujeme, Plesy, Z krajů, Oznámení), „Junior klub“, „Kandidáti do EP“, „Komentář – zpravodajství“ (Poslanecký a senátorský klub) či jen „Zpravodajství“ (Aktualita, Poslanecký a senátorský klub, Senátorský klub, Aktuality), „Komentáře a rozhovory“ (Aktuality), „Na aktuální téma“ (Tisková zpráva, Evropské okénko, Poslanecký a senátorský klub, Aktualita, Slovo šéfredaktorky, Zprávy ze sněmovny), „Pardubický kraj“ (respektive název dalšího z krajů, Kandidáti do senátu), nebo alternativně „Události v kraji“ (Z krajů, Rozhovor s..., Připravujeme), „Rozhovor“, „Rozvoj venkova“, „Sdružení žen KDU-ČSL“, „Senátoři“, „Vaše postřehy“ (Mladí křesťanští demokraté, Burza nápadů, Listárna, Junior klub, Sdružení křesťanských seniorů) či „Vaše postřehy/oznámení“, „Venkov“, „Volby do EP“ (Evropské okénko), „Volby“, „Výsledky voleb“, „Z evropského parlamentu“, „Ze zahraničí“ (Evropské okénko). Ke každému obecnému tématu patří také texty, které nejsou označeny žádným z používaných označení nižší úrovně (rubrik).

Délka výčtu rubrik a nejobecnějšího tematického rozdělení ukazuje, na kolik se Nový hlas odchyluje od jakékoli pevné obsahové linie. Nekonzistentnost se projevuje také v různém hlavičkovém označení témat, které se do značné míry překrývají. Mezi názvy

---

<sup>53</sup> Témata za záhlaví stránky jsou řazena abecedně.

stránek ze záhlaví se tak objevují označení „Kandidáti do EP“, „Volby do EP“ a „Evropské volby“, jejichž obsahy jsou téměř identické.

Dalším dokladem proměnlivosti rubrik a skladby je rubrika Junior klub, která se objevuje jak v záhlaví jako obecné téma, tak jako rubrika pod tématem „Vaše postřehy“.

Mezi nejjednodušší svou skladbou patřily stránky „Informační servis“ a „Vaše postřehy“ zařazené jako poslední dvě strany listu.

Nestálost skladby naopak vypovídá o jejím přizpůsobování konkrétnímu vývoji v diskutovaných oblastech a tedy o aktuálnosti a pružnosti Nového hlasu. V době před volbami a po nich tak přibyla obecná témata „Volby“, „Kandidáti do EP“ a „Výsledky voleb“.

Výše popsané znaky platí pro čísla vydaná po dubnovém čísle, které, jak již bylo zmíněno, bylo pro koncepci Nového hlasu přelomové. První tři měsíce roku 2004 vycházel Nový hlas v odlišné grafické úpravě a ve značně nižším nákladu. Také obsahoval v záhlaví obecné téma, které bylo ve většině případů vyjádřeno jako „Nový hlas *koho, čeho*“ (například „Nový hlas našich zákonodárců“ nebo „Nový hlas Evropy“). Dále se objevovala obecná témata „Nový hlas z krajů“ a „Nový hlas na aktuální téma“.

U ostatních názvů ze záhlaví bylo vhodné číst jen druhou část názvu stránky, například „Nový hlas rodinná politika“. Oproti předchozím příkladům zde není promyšlené spojení mezi Novým hlasem jako názvem periodika a obecným tématem stránky, které bylo smysluplné u stránek jako „Nový hlas z krajů“.

Poslední dvě stránky tvořila obecná témata „Vaše názory“ a „Do diskuse“, které se změnily v pozdějších vydáních na „Vaše postřehy“ a „Informační servis“.

U těchto dřívějších vydání nebyla obecná témata, jak jsme je v této práci nazvali, dále dělena do rubrik, jak jsou popsány v případě ostatních čísel výše.

Autory textů jsou členové strany, kteří zastávají vyšší pozice (vedení strany, poslanci, senátoři, zastupitelé) a členové redakce Nového hlasu.

Dubnová změna koncepce vedla k propracovanějšímu pojetí, které pružně reagovalo na vývoj událostí relevantních pro stranu. To se však dělo na úkor udržení pevné stavby listu. V porovnání s Pohledem a Socánkem je Nový hlas mnohem komplexnější, což je dáno jeho primárním určením pro vnitrostranícké užití, zatímco ČSSD využívá zmíněná periodika jen pro komunikaci s veřejností, čímž je ovlivněno jejich pojetí.

Oproti komunistické Naší pravdě jsou ovšem všechna ostatní sledovaná periodika méně organizovaná a profesionální, uvažujeme-li v hranicích charakteristik pro jednotlivé typy periodik a jejich zaměření, jak s nimi pracuje teorie žurnalistiky. Nový hlas spolu s Pohledem/Socánkem se Naší pravdě nejvíce blíží periodicitou, přesto dvojnásobné množství čísel Naší pravdy poskytuje významně více prostoru pro udržení pravidelnosti skladby a zároveň pokrytí všech aktuálních událostí, a to jak ze zpravodajského, tak i z publicistického pohledu. Považujeme-li zastoupení zpravodajství a publicistiky, nahlížené ideologií strany, a propracovanou skladbu za atributy politického tisku, tomuto cíli se po Naší pravdě nejvíce blíží právě Nový Hlas.

### 8.3 Naše pravda

Naše pravda vychází s podtitulem Společensko-politický týdeník KSČM. Je určena pro veřejnou komunikaci. Vydávána je v Ostravě společností Naše pravda s. r. o. V roce 2004 byl její náklad 15000 výtisků. Distribuci pro předplatitele prováděla společnost Mediaservis s. r. o., týdeník byl dostupný také volně na novinových stáncích a v prodejnách s tiskovinami. Cena po celý rok 2004 byla 13 Kč. Šéfredaktorem byl Karel Šlapota.

Od ostatních zde popisovaných stranických listů se velmi výrazně liší. Prvním důležitým rozdílem je rozsah periodika. Jako jedině vychází jako týdeník, je tedy vydáváno nejčastěji, zároveň je jeho rozsah také mnohem větší než u ostatních listů – 16 stran formátu A3.

Druhým podstatným rysem, z formálního hlediska, je pevná struktura listu. Na titulní straně jsou vedle úvodního článku ve sloupci u pravého okraje stránky zalomeny upoutávky na to, co vydání obsahuje (resp. co přinese příští číslo). Tato sekce, odbornou terminologií by se dala nazvat headliny, je nazvána „Dnes si přečtete“ a její dolní část nadepsána „Přečtete si přístě“.

Na druhé straně je vždy do levého sloupce zalomena rubrika „Den za dnem“, která přináší krátké zprávy, nazývány jedňák či noticka. Místo poslední zprávy je však vyhrazeno vtipu, což může zpochybňovat věrohodnost předchozích zpráv. Z drobných textů je složena také rubrika „Měli byste vědět...“, která se však na rozdíl od předchozí rubriky nevěnuje nutně aktuálním událostem a otázkám. Zbytek druhé strany listu je zaplněn příspěvků pod hlavičkou rubriky „Rozhle(d)dna“. U tohoto útvaru je

zpochybnitelné, zda se jedná o rubriku, jelikož příspěvky, které se na tomto místě objevují, jsou na pomezí mezi zpravodajstvím a publicistikou. V obsahové analýze v následující kapitole jsou příspěvky z této rubriky označovány jako zpráva, protože tomu dopovídá grafická úprava, umístění v listu, témata a jejich aktuálnost. Je však nutné konstatovat, že obsahují hodnotící prvky, a je proto těžké je z formálního hlediska zařadit do jasně vymezených kategorií zpravodajství nebo publicistika.

Klasické novinové a časopisecké dělení na zpravodajství a publicistiku je další rysem charakterizujícím Naši pravdu oproti ostatním zkoumaným tiskům. Jak již bylo řečeno, některé příspěvky je obtížné zařadit do jedné ze dvou kategorií. Také samotná podstata stranického tisku posouvá definici zpravodajství do jiné roviny (podstatou stranického tisku vždy byla agitátorská role a nabízení nahlížení tématu ze specifického úhlu pohledu odpovídajícího ideologii strany), přičemž je faktická informace často doprovázena komentářem. Přesto můžeme v Naší pravdě vysledovat útvary zpravodajské i publicistické.

Paralelně s dichotomií zpravodajství a publicistiky, funguje v tomto periodiku i další tradiční novinové rozdělení na zprávy (a komentáře) z domova a ze zahraničí. Zpravodajství z domova je věnována pravidelná dvoustrana „Týden v Čechách, na Moravě a ve Slezsku“, u níž je uvedeno, že „rubriku tvoří také materiály vybrané z denního tisku“. Graficky oddělený od této rubriky je vždy na straně pět v dolním pravém rohu text označený „Pod lupou“, který se detailně zamýšlí nad určitou otázkou. V obsahové analýze je tento text označován jako komentář.

Zahraničním událostem je věnována rubrika „Levým okem do světa“, která ve většině čísel také zabírá dvě strany listu. Přináší texty převzaté ze zahraničního tisku. Zahraničním děním se zabývají i další texty (původní, české), které se objevují např. mezi komentáři nebo jako úvodní článek. V obsahové analýze jsou tyto články označeny jsou převzaté texty.

Na čtvrté straně se pravidelně objevuje záznam z tiskové konference KSČM. Od páté strany dostávají prostor čtenáři, jimž jsou otevřeny dvě rubriky: „Píšete nám každý den“ a „Jak se na to díváte vy?“

Ke konci listu je zařazena sekce „Světlem kultury“, která obsahuje mimo nezařazených článků také rubriku „Co přináší obrazovka“ a „Tipy na čtení“. Po ní následuje strana v záhlaví označena jako „Služba našim čtenářům“, která obsahuje blahopřání (pod titulkem „Kronika“), oznámení apod.



Poslední list doplňuje po celý rok seriál „Žízeň impéria“ od H. H. Willa. Tento text není v obsahové analýze vůbec počítán.

V listu se objevují kreslené vtipy a kreslené ilustrace ke článkům (karikatury), jen zřídka fotografie.

V porovnání s ostatními periodiky je Naše pravda nejkomplexnější a nejpracovanějším stranickým tiskem. Nejvíce se podobá pojetí stranického tisku jako orgánu dané strany (a novinám vůbec), který skrze svoji ideologickou optiku nahlíží dění v domácí i zahraniční politice a nepolitickém životě. Ostatní periodika, sice také orgány strany, která je vydává, jsou spíše čistým výstupem politického marketingu, jak je zmiňován v kapitole 4, než stranickou žurnalistikou. Kromě Naší pravdy se k pojetí stranické žurnalistiky nejvíce blíží Nový hlas.

## 8.4 Listy ODS

Listy ODS nesou podnázev Informační bulletin Občanské demokratické strany. Plní funkci média vnitrostranické komunikace a zároveň i veřejné komunikace. Stejně jako Nový hlas byly původně koncipovány jako vnitrostranické médium, papírová vydání jsou rozepisována na 16500 adres, na 5000 adres jsou posílány elektronicky emailem. Jsou poskytovány zdarma. Široká veřejnost k nim má přístup prostřednictvím internetu, kde jsou jednotlivá čísla zveřejněna.

Listy ODS v roce 2004 vycházely nepravidelně. S pořadovými čísly vyšla čísla 1 – 5, v květnu bylo navíc vydáno zvláštní číslo jako Volební listy ODS. Rozsah u většiny čísel byl osm stran formátu přibližně A4. Celkově v roce 2004 vyšlo šest čísel. Připravuje je tisková sekce ODS.

Obsahová skladba, či skladba rubrik, není v Listech ODS pevná. Je sice dodržována jednotná grafická úprava, rubriky se však pravidelně neopakují. Úvodní strana je ve většině čísel označena jako „Úvodní slovo“, které patří předsedovi strany Mirku Topolánkovi. Ani tato linie však není zachována: např. v čísle 2 z 23. března 2004 se označení „Úvodní slovo“ proměnilo na popisnější „Setkání Mirka Topolánka a Michaela Howarda“, autorem textu je Petr Nečas, místopředseda strany. Úvodní slovo tak ztrácí rysy pravidelné rubriky. Grafické zalomení zůstává stejné, ale nelze hovořit o rubrice jako takové.

Přestože graficky sjednocené umístění stručného textu (v řádu několika slov) v horní červené liště nad začátkem příspěvku by odpovídalo označení rubrik, tato hlavička spíše vypovídá o obsahu příslušného článku a je vytvořena samostatně pro jednotlivé články. Můžeme ji tedy považovat za označení tématu a ne rubriky. Stejně jako u Nového hlasu ji můžeme označit jako obecné téma. V případě listů ODS, kterých vyšlo v roce 2004 podstatně méně než vydání Nového hlasu, je jejich výčet kratší<sup>54</sup>: 1. květen 2004: Co se změní po vstupu do EU, Aktuální politika, Evropská akademie 2004, Evropské kontakty ODS, Fórum názorů, Kandidáti ODS do Evropského parlamentu se představují, Kandidáti ODS do senátu v řádných volbách, Kandidáti ODS na hejtmany, Ohlédnutí za volbami do Evropského parlamentu, Slovo členů grémia ODS, Stínová vláda či Dokumenty stínové vlády, Téma: dva roky vlády sociální demokracie, Tiskové prohlášení europoslanceckého klubu, Usnesení výkonné rady..., Volby do Evropského parlamentu, Výsledky podzimních voleb 2004, Vzdělání v ODS, Z parlamentu České republiky, Z poslanecké sněmovny, Z volební kampaně, Z vystoupení členů grémia ODS, Z vystoupení kandidátů do Senátu, Z vystoupení kandidátů na hejtmany, Ze senátu a Zprávy, komentáře.

Na rozdíl Nového hlasu se tato obecná témata nelomí do dalších pravidelnějších rubrik. Jejich označení kolísá na pomyslné škále rovin obecnosti. Téma „1. květen 2004: Co se změní po vstupu do ODS“ je bez hlubšího prostudování mnohem konkrétnější a vypovídá o následujícím textu více než například téma „Slovo členů grémia ODS“, které se může zabývat vstupem země do EU, ale stejně tak důchodovou reformou nebo volbami do senátu.

Nejpravidelněji se objevují na poslední stránce příspěvky označené „Usnesení výkonné rady ODS (...)“.<sup>55</sup> Tento text byl zařazen na stejné místo ve čtyřech vydáních ze šesti. Stejně často se na poslední stránce ve čtyřech vydáních ze šesti objevil stejně zalomený sloupek označený „Víte, že...“, přinášející však kvalitativně rozlišné informace v každém z čísel (činnost stínové vlády oproti vysvětlování, co je Evropský parlament). Nepravdělně se také objevovaly publicistické útvary zalomené do sloupku nazvané „Poznámka“ nebo „Glosa“.

---

<sup>54</sup> Obecná témata jsou opět řazena abecedně. Nejsou označena uvozovkami, protože u nich nejsou uváděny rubriky.

<sup>55</sup> Následuje příslušné datum zasedání – pozn. autorky.

Podstatným rysem obsahových celků v Listech ODS je, že jako jejich autoři jsou označeni lidé z vedení strany.

Zmíněné roviny obecnosti, které hrají roli v Listech ODS a Novém hlasu, jsou důvodem, proč jsou tzv. obecná témata vyčleněna z tematické analýzy a uvedena spolu se základní charakteristikou listu v této kapitole. Přestože naznačují tematickou skladbu, vypovídají spíše o celkové charakteristice listu než o čistě tematickém složení. Tematická analýza byla předstupněm analýze obsahové, a je proto zařazena v následující kapitole.

## 8.5 Agenda 12

Agenda 12 vycházela měsíčně s podtitulem Zpravodaj Unie svobody – Demokratické unie pro občany České republiky. V roce 2004 vyšlo 5 čísel, poslední číslo vyšlo v květnu 2004. Pro vypracování této práce však byly použity pouze čtyři čísla, protože jedno z čísel se nepodařilo získat. Jak již bylo uvedeno v úvodu práce, číslo čtyři, které vyšlo jako první číslo roku 2004, nebylo dostupné. US-DEU začala periodikum vydávat v říjnu 2003 (vydání byla číslována průběžně, první vydání v roce 2004 tak mělo číslo 4, posledním bylo číslo 8) jako prostředek veřejné komunikace. Periodikum bylo distribuováno zdarma na veřejných místech (například rozdáváno kameloty).

Agenda 12 vycházela na novinovém papíře, v rozsahu 8 či 12 stran novinového formátu. První strana obsahovala hlavní text, jehož autorem byl jeden z čelních představitelů strany. V levém sloupci byl zalomen menší text věnující se (stejně jako hlavní text) jednomu z témat, které ve snaze získat přízeň voličů před nadcházejícími volbami US-DEU prohlásila za svou agendu, nazvanou Agendu 12. Stejnomenenné periodikum pak sloužilo jako médium komunikace veřejnosti, bylo zaměřeno na stranu samotnou a její agendu, tedy cíle, názory, pohledy. Agenda 12 byla spolu s Pohledem/Socánkem určena pro sebezprezentaci strany navenek.

Pod názvem periodika byly v novinovém stylu umístěny tzv. poutáky, které upozorňují čtenáře na obsah čísla. Tyto poutáky byly umístěny také v dolní části titulní strany, spolu s kontaktní adresou pro zpětnou vazbu od veřejnosti.

Ostatní strany již nemají žádné opakující se rysy. Autory článků jsou lidé z vedení strany a zastupitelé z řad US-DEU. Část článků byla označena zkratkou (red), která se v novinách používá pro označení redakce. Často znamená, že se na textu podílelo více lidí, nebo byl sestaven z vícero zdrojů dostupných redaktorům. Část článků byla také

podepsána zkratkou pracovníka redakce, což v případě Agendy 12 bylo tiskové oddělení strany. Několik textů bylo také převzatých z ostatního tisku, například deníku Právo či regionálních deníků.

Téma nastolené hlavním článkem se prolíná většinou ostatních textů. Jedná se však spíše o předvolební, aktivizující hesla, než o konkrétní témata. Patří mezi ně například pořádek, otevřenost a další. Politici US-DEU pak vyzdvihují například potřebu pořádku v justici, pořádku v krajích a obcích atd.

Jedinými rubrikami, které se objevily častěji, byly pouze „Gurmánský koutek“, „Simonin Koutek pro gourmety“, „Co vy na to, doktore?“, „Tip na výlet“ a křížovka.

V případě Agendy 12 nemůžeme vůbec hovořit o rubrikové skladbě. Jen v několika číslech můžeme rozlišit mezi zpravodajstvím (jedňáky převzaté z jiných periodik) a publicistikou. Poslední číslo je koncipováno už jen jako program před volbami do Evropského parlamentu, vyšlo s podtitulem Unie liberálních demokratů: projekt Unie svobody pro volby do Evropského parlamentu 2004.

Agenda 12 byla nejen zaměřená jako médium komunikace s veřejností, ale především se orientovala na stranu samotnou. Například Socánek se v předvolebním boji zabývá šancemi konkurence, stejně tak Naše pravda reflektuje činnost soupeřících stran. Agenda 12 se zaměřuje čistě na US-DEU, respektive Unii liberálních demokratů ve svém posledním čísle, její pohled na otázky, které strana před volbami považovala za klíčové. Kromě blížícího se termínu voleb do EP toto periodikum nereagovalo na aktuální dění, články byly nadčasové, jejichž cílem mělo být přiblížit postoje strany veřejnosti a představit ji jako liberální demokratickou stranu.

Periodikum bylo celé koncipováno s ohledem na vstup České republiky do Evropské unie a chystané volby do EP. Poslední číslo vyšlo v květnu 2004, tedy prvním měsíci členství ČR v EU.

## 9 Tištěná produkce – analýza materiálu

### 9.1 Tematická analýza

Po analytickém popsání materiálu, jež je zachyceno v předcházející kapitole, byly zřejmé velké rozdíly mezi jednotlivými periodiky. Jedním ze základních rozdílů byla rozlišná periodičita, ale také odlišné tematické zaměření. Zatímco v popisu materiálu je uvedena nejobecnější skladba jednotlivých periodik, bylo nutné tematickou skladbu prostudovat zevrubněji, aby mohla být určena témata, jimiž se bude zabývat následná obsahová analýza.

Jak již bylo uvedeno v kapitole popisující metodiku práce, tematická analýza odpověděla na tři výzkumné otázky:

1. Jaká témata se ve zkoumaných tiscích vyskytují?
2. V čem se jednotlivá periodika liší?
3. V čem se zkoumaná periodika překrývají?

Odpověď na první otázku byla nejrozsáhlejší a umožnila odpovědět na ostatní dvě otázky. Důležitým úkolem bylo určit rovinu obecnosti, na niž budou témata dělena. Jednoduchým rozdělením na témata domácí a zahraniční (včetně Evropské unie)<sup>56</sup> by například byly ve všech periodicích obsaženy obě skupiny a nebylo by možné odpovědět na druhou a třetí otázku. Naopak příliš konkrétní téma by posunulo těžiště ve prospěch množiny témat, která jednotlivá periodika od sebe rozlišují.

S ohledem na již známé rysy zkoumaného materiálu byly stanoveny spíše tematické okruhy, které nejlépe postihují podobnosti a odlišnosti zkoumaných tisků. Přes již zmíněné značné rozdíly v jednotlivých periodicích vykryštovala na tematické mapě místa, kde se všechna periodika překrývají. Naopak se objevilo také místo, které je zaplněné pouze jedním periodikem. Překvapivě toto místo je možné definovat na nejvyšším možném stupni obecnosti, a to jako zahraniční témata jiná než týkající se EU.

---

<sup>56</sup> O dění na evropské komunitární úrovni (jednání o Ústavě pro Evropu, mezivládní konference) stále česká média referují spíše jako o zahraničních tématech, či jako o tématech na pomezí domácího a zahraničního zpravodajství či publicistiky. Tento trend se nezměnil ani po vstupu ČR do EU, proto jsou zde texty spojené s Evropskou unií uvažovány jako zahraniční témata. Ovšem přímý dopad projektu evropské integrace na domácí politiku (například zavádění nových technických a jiných standardů a přímý vliv na ceny výrobků) je nahlížen jako zpravodajství (či publicistika) domácí. Stejný přístup je tedy zachován i v této práci.

Tato témata se objevují pouze v Naší pravdě, která jim dává dostatečný prostor. Do této skupiny je možno zahrnout specifitější témata jako zahraniční politiku USA a dění v zemích světa (včetně členských států EU, ovšem bez spojitosti se společenstvím samým). Můžeme sem zařadit ale i zahraniční politiku ČR, znovu vyjma politiky ČR směrem k Evropské unii.

Téma domácího dění se roztržilo na desítky různých podtémat. Jediná Unie svobody se ve svém listu nezabývá aktuálními událostmi, ale pouze reflektuje spíše dlouhodobější záležitosti jako je například důchodová reforma. Všechna ostatní periodika se věnují drobnějším (a tím konkrétnějším) aspektům domácího dění, často zařazeným jako „aktuální dění“.

Z obrovské množiny domácích témat se vyděluje několik, které jsou pro naši studii signifikantní. ČSSD se zabývá politikou vlády (jelikož byla v roce 2004 hlavní koaliční vládní stranou, můžeme toto podtéma zařadit do skupiny činnost vlastní strany), kritikou ostatních stran, kampaní před volbami do EP, kampaní před volbami do Senátu a zastupitelstev (představování kandidátů, hodnocení výsledků atd.) a problematikou EU včetně vstupu ČR do unie.

KDU-ČSL se také zabývá činností vlastní strany, oběma kampaněmi, kritikou ostatních stran a problematikou EU. Navíc věnuje větší pozornost událostem v krajích.

KSČM se podstatněji liší od předchozích dvou stran. Kromě všech zmíněných témat její tisk zahrnuje také českou zahraniční politiku (k jiným subjektům než k EU), zahraniční politiku USA, zahraniční zpravodajství (tady myšleno vyjma EU) a kulturu.

ODS se zabývá činností vlastní strany (a činností tzv. stínové vlády, kterou sestavila), kritikou ostatních stran, evropskou problematikou, dění v krajích a kampaněmi před volbami do EP a volbami do senátu a zastupitelstev.

Unie svobody se zabývá pouze činností vlastní strany, evropskou problematikou a děním v krajích.

Takto vykreslená mapa témat nám odpovíděla na druhou a třetí výzkumnou otázku. Periodika se liší zvláště v přístupu k zahraničním tématům, jak již bylo popsáno výše. Dále jediná Unie svobody nezařadila do svého periodika kritiku ostatních stran. Sociální demokracie nedává na rozdíl od ostatních periodik prostor dění z krajů. KSČM kromě zahraničních témat přidává navíc kulturu a o evropském dění informuje podrobněji.

Témata se překrývají na mnoha místech. Kromě zmíněného „aktuálního dění“, vystupuje pět signifikantních oblastí, které můžeme nazvat makrotématy: činnost vlastní

strany, kritika ostatních politických stran, kampaň před evropskými volbami, kampaň před volbami do senátu a zastupitelstev a evropská problematika.

Jakkoli jsou první dvě témata zajímavá (v termínech my versus oni, sebezprezentace a sebepercepce, utváření obrazu protivníka), cílem této práce je postihnout politickou komunikaci ve specifickém volebním roce, a proto se následující analýza zaměří jen na poslední tři témata. Stejně jako na mnoha jiných místech tohoto mapujícího textu, je možné odkázat na možnost dalšího vědeckého bádání, které by se mohlo zaměřit na témata činnost vlastní strany a kritika ostatních politických stran.

## 9.2 Obsahová analýza

Zastřešujícími tématy, makrotématy, se tedy staly volby do EP, Evropská unie a volby do senátu a zastupitelstev. Tato tři témata vytvořila nejhrubší tematické rozdělení textů a určila, které texty jsou pro analýzu relevantní. Prvním z poznatků, které obsahová analýza nabídne, je poměr relevantních příspěvků (tedy autorských textů obsahujících alespoň jedno z těchto tří témat) k celkovému počtu autorských textů (tedy jednotek analýzy). Tento poměr vyjádříme jak v absolutních číslech, tak v procentuální podobě, jež lépe vypovídá o prostoru, který je těmto tématům v jednotlivých periodících věnován. Naším prvním poznatkem je tedy zastoupení množiny definovaných makrotémat v tematické skladbě listů, neboli kolik prostoru strany věnovaly tématům, která jsme identifikovali jako směrodatná pro naši analýzu. Jejich vysoké zastoupení napříč publikacemi (v absolutních číslech, i v procentuální podobě) potvrzuje definování těchto témat jako významných pro naši analýzu. Rozdíly mezi jednotlivými publikacemi, které tento první krok analýzy také zachycuje, vypovídá o zaměření listu, o pestrosti tematické skladby. Příliš velké procento odpovídající podílu tří témat na celkové skladbě listu, vypovídá například o malém zájmu publikace o ostatní témata (jako jsou dlouhodobé trendy ve vývoji ekonomiky ČR, aktuální dění nebo již zmiňovaná zahraniční politika a kritika ostatních stran).

Od tohoto bodu se budeme zabývat pouze relevantními příspěvky. Druhým poznatkem analýzy je rozlišení získané množiny relevantních příspěvků podle makrotémat a podle jednotlivých tisků. Kromě absolutních čísel je opět připojeno i procentuální vyjádření, které však tentokrát má jako svou základnu pouze počet relevantních příspěvků v daném periodiku (na rozdíl od prvního bodu, kde jsme absolutní

počet výskytu vztahovali k absolutnímu počtu jednotek analýzy). Opětovným vydělením jednotlivých makrotémat ze skupiny relevantních příspěvků získáme podrobnější obraz o zastoupení těchto témat a orientaci listu.

Třetím bodem je pohled na realizaci témat (nyní opět jako množina relevantních příspěvků, tzn. všech tří makrotémat) podle žánrového rozdělení. Kategoriemi, které z tematické analýzy vyšly jako nosné, jsou **noticka**, **zpráva**, **komentář** (pod pojmem komentář zde rozumíme všechny útvary publicistického stylu s výjimkou rozhovoru, který tvoří samostatnou kategorii), **převzatá zpráva** a **rozhovor**. Tato fáze analýzy rozkrývá velké rozdíly ve formální realizaci témat u jednotlivých periodik.

Čtvrtý bod dává do souvislosti tematické a formální poznatky: podle jednotlivých listů sleduje realizaci témat ve výše popsáných formálních kategoriích.

Poslední dílčí bod, pátý, pak posunuje obsahovou analýzu o stupeň obecnosti níže, když vyděluje z původních tří témat další podtémata. Tyto kategorie bylo obtížné formulovat s ohledem na různorodost zkoumaného materiálu a na cíle práce, která nemá ambici detailní obsahové analýzy podle specifických témat, ale která má za cíl postihnout politickou komunikaci vybraných subjektů v co největší šíři, zmapovat koncepty, vytvořit modely a testovat je na datech získaných z dvojího výzkumu: dotazníkového šetření a obsahové analýzy. Rozdělení tří hlavních témat na podtémata umožnilo jak přidání další dimenze výzkumu realizace témat (k formalizovaným kritériím frekvence výskytu a žánrového uchopení, přibýlo jemnější tematické rozdělení), tak de facto rozšíření sledovaných témat ze tří na devět (tři makrotémata se třemi tématy).

Z tematické analýzy vykryštalizovaly největší rozdíly v rámci makrotématu EU. Zároveň se však vykreslily tři pevné linie, podle nich jsou témata uspořádána. Tyto linie se tedy staly tématy obsahové analýzy druhého stupně pro makrotéma EU: (1) **politika České republiky vůči Evropské unii**, (2) **dění uvnitř Evropské unie**, **unijní politika** a (3) **dopad vstupu do EU na ČR**. Poslední téma bylo obecně rozlišeno na pozitivní hodnocení vstupu (výhody, úspěšné čerpání ze strukturálních fondů, otevření hranic) a negativní hodnocení, které by se mohlo shrnout jako zhoršení sociální situace (zdražování, negativní dopady přijímání euronorem). Toto drobné rozdělení, které ovšem v sobě nese velký výzkumný potenciál, je ve formálním výstupu analýzy znázorněno znaménky mínus pro negativní hodnocení a plus pro pozitivní hodnocení.

U ostatních dvou makrotémat byl použit jednotný postup, jelikož se obě vází na volby. Jako první téma byla určena **kampaň – propagace vlastní strany**. V testovací fázi analýzy se jakékoli podrobnější rozdělení této části na daném vzorku ukázalo jako



neproveditelné, jelikož u všech stran byla dominantní myšlenkou předvolební mobilizace, bez jasně vykreslených předvolebních témat (na rozdíl od makrotématu EU, které přineslo jasná témata). Druhým tématem byly stanoveny **výsledky a hodnocení voleb**, které logicky navazují na téma první. U tohoto tématu byl použit stejný mechanismus jako u tématu dopad vstupu do EU na ČR: pozitivní hodnocení volebních výsledků vlastní strany<sup>57</sup> bylo označeno znaménkem plus, negativní znaménkem mínus, vyznačeny jsou také neutrální texty. Jako poslední téma byl určen **průběh voleb**. Toto téma je spíše orientační a vyděluje strany, které se zaměřily pouze na svou prezentaci a své výsledky (tedy jsou zastoupeny jen u prvních dvou témat) a na strany, které se věnovaly tématu voleb, těch tzv. evropských, i senátních a krajských, šířeji. Do této kategorie spadají příspěvky obsahující technické zabezpečení voleb, důsledky voleb, členství europoslanců v klubech Evropského parlamentu, ale i poukazování na chyby v kampani ostatních stran, případně jejich neúspěch/úspěch.

Těchto pět bodů zachycujících formální a tematické aspekty textů, včetně rozšíření obsahové analýzy na devět jednotlivých témat, vytvořilo postup získávání dat a náskres pro jejich interpretaci.

Po provedení všech pěti kroků, definici proměnných a cílů výzkumu, jak jsou popsány výše (a s ohledem na zmíněné cíle práce a velmi rozdílný charakter materiálu), bylo místo klasifikačního rejstříku použito tabulkové vyjádření dat. Tento postup odpovídá menšímu rozsahu a jen základnímu stupni obsahové analýzy (ta je jen jednou ze dvou vlastních výzkumů práce, není tedy jediným těžištěm práce), zároveň je pro potřeby této práce přehlednější.

Pohled a Socánek jsou vždy uváděny dohromady, jsou brány jako jedno periodikum, protože na sebe navazují. Dokládá to například jejich pokračující číslování (na Pohled č. 13 navazuje první číslo Socánku, které je však označeno jako č. 14).

V následujícím textu je tabulka zachycující výsledky analýzy<sup>58</sup> uvedena vždy od začátku příslušného oddílu, následuje text popisující a interpretující výsledky. V doprovodném textu jsou zmíněny jen nejdůležitější rysy a nejsou zpravidla znovu uváděna čísla z analýzy, protože by byl jen opakován grafický záznam. Tabulky jsou sestaveny tak, aby zohlednily tematickou i žánrovou skladbu, a to podle jednotlivých

<sup>57</sup> Důležitou součástí definice tohoto tématu je důraz na „vlastní strany“, jelikož příspěvky věnované neúspěchu či úspěchu ostatních stran spadají do poslední, obecnější kategorie průběh voleb.

<sup>58</sup> Záznamové archy s kompletními daty podle jednotlivých stran jsou uvedeny v příloze 5.

periodik (respektive politických stran) a podle makrotémat. Vytvářejí tak komplexnější pohled na výsledky analýzy.

Jednotky analýzy, které obsahovaly více než jedno ze sledovaných témat, byly zařazeny podle převažujícího tématu. Dalším zkreslením, kterého si musíme být vědomi, je často rozostřená hranice mezi zpravodajstvím a publicistikou. Tento rys je vlastní politickému tisku, který ze své podstaty předkládá fakta (vybírání a zpracovává je) dle stranické ideologie. Žánr noticka (jedná) tak vypovídá spíše o malém prostoru, který byl tématu věnován, než o čistě zpravodajském zpracování. Nepravidelná skladba, která je popsána v předcházejících kapitolách, způsobila další problémy při analyzování obsahu. Zvláště při určování, zda se jedná o zprávu, nebo o komentář. Vtipy, které vycházely v Naší pravdě, nebyly například v analýze zohledněny vůbec, protože nebylo možné identifikovat, zda se jedná o autorský text.

Za výsledky v jednotkách analýzy jsou vždy uvedeny procentní podíly. Vzhledem k velkým rozdílům mezi periodiky by uvedení jen absolutních čísel bylo zavádějící. Procentní vyjádření nám umožňuje vidět reálný podíl. Pro jejich výpočet je vždy použit jiný základ, podle toho, zda se vztahují k celkovému počtu jednotek analýzy, k relevantním příspěvkům nebo frekvenci výskytu určitého žánru či tématu. Čísla jsou zaokrouhlena na jedno desetinné místo.

### 9.2.1 Výsledky

#### Relevantní příspěvky

	počet příspěvků	počet relevantních příspěvků	poměr relevantních příspěvků
<b>Pohled/Socánek</b>	117	66	56,4 %
<b>Naše pravda</b>	2634	320	12,1 %
<b>Nový hlas</b>	398	175	44 %
<b>Listý ODS</b>	98	54	55,1 %
<b>Agenda 12</b>	83	26	31,3 %

Prvním krokem obsahové analýzy bylo spočítat, kolik textů odpovídá kritériím jednotky analýzy. Projevil se zde významný rozdíl mezi jednotlivými periodiky, který ovšem vyplynul již dříve z popisu periodicity listů. V souladu s periodicitou a rozsahem listů týdeník Naše pravda obsahoval největší počet jednotek analýzy - 2634. Následovaly čtrnáctideníky Nový hlas a Pohled/Socánek. Nový hlas obsahoval mnohem více příspěvků, protože jeho rozsah je mnohem větší než rozsah Pohledu/Socánku (8 až 12

stran Nového hlasu oproti jedné straně publikace sociální demokracie). Nejnižší počet příspěvků měly občasníky Listy ODS a Agenda 12.

Zatímco tyto první výsledky analýzy potvrdily rozdíly vyplývající z kvantitativní různorodosti periodik, počty relevantních příspěvků a zvláště jejich procentuální vyjádření zachytily kvalitativní rozdíly mezi listy. Relevantními příspěvky jsou příspěvky obsahující alespoň jedno ze sledovaných makrotémat. U Listů ODS, Nového hlasu a Pohledu/Socánku tvořily relevantní příspěvky polovinu či téměř polovinu všech článků. Tento výsledek potvrzuje oprávněnost výběru těchto tří makrotémat jako nejdůležitějších a nejsignifikantnějších témat zkoumaného roku. Zároveň ukazuje, že tato tři periodika se zaměřila převážně na volební agitaci (níže uvidíme, že příspěvky týkající se Evropské unie s výjimkou Naší pravdy netvoří velký podíl relevantních textů).

U Unie svobody, jejíž Agenda 12 je sice také koncipována jako prostředek představení strany, je poměr relevantních příspěvků méně než jedna třetina všech textů. Důvody jsou však větší zaměření na vysvětlování idejí a hodnot strany (bez přímé souvislosti s evropskými volbami) a uvádění článků nesouvisejících s politickým životem (rubriky o vaření, výletech).

Nejvíce se od ostatních periodik liší Naše pravda, kde je podíl relevantních příspěvků na celkovém počtu uvažovaných textů pouze 12 %. Přestože v absolutních číslech se KSČM zabývala sledovanými makrotématy ze všech stran nejvíce, v relativních číslech je však výsledek opačný, strana vydělila určeným třem tématům nejméně prostoru ze všech pěti stran. Tento výsledek opět potvrzuje širší zaměření periodika, které věnuje více prostoru aktuálnímu dění v České republice i ve světě a historicky zaměřeným textům.

Následující tabulky pracují již jen s relevantními příspěvky.

### Skladba podle makrotémat

	volby do EP	Evropská unie	volby do senátu a zastupitelstev
<b>Pohled/Socánek</b>	28 (42,4 %)	12 (18,18 %)	26 (39,4 %)
<b>Naše pravda</b>	70 (21,9 %)	166 (51,9 %)	84 (26,3 %)
<b>Nový hlas</b>	41 (23,4 %)	46 (26,3 %)	88 (50,3 %)
<b>Listy ODS</b>	12 (22,2 %)	4 (7,4 %)	38 (70,4 %)
<b>Agenda 12</b>	18 (69,2 %)	5 (19,2 %)	3 (11,5 %)

Tabulka zaznamenávající skladbu periodik podle toho, kolik prostoru věnují jednotlivým makrotématům, již poskytuje diverzifikovanější výsledky. Opět se od

ostatních stran výrazně liší KSČM, která publikovala nejvíce textů o Evropské unii. Příspěvky o EU dokonce tvoří většinu všech analyzovaných textů Naší pravdy. Můžeme tedy předpokládat dlouhodobý zájem strany o projekt evropské integrace. Z článků týkajících se voleb Naše pravda dala více prostoru volbám do senátu a krajských zastupitelstev, ale rozdíl oproti evropským volbám není velký.

Senátním a komunálním volbám věnovaly nejvíce prostoru Nový hlas a Listy ODS. U ODS je převaha textů s tímto makrotématem velmi výrazná (70 % všech relevantních příspěvků), více než trojnásobná oproti článkům týkajícím se evropských voleb. ODS se zabývala Evropskou unií ze všech stran nejméně. Důvod můžeme hledat v postavení ODS na politické scéně v době vstupu země do EU. Dokončení vyjednávání vstupu do EU a podpis přístupových dohod se odehrál v období, kdy ODS byla v opozici. Na rozdíl od vládních stran, které pozitivně informovaly o vstupu (viz níže), ODS se soustředila pouze na evropské volby a získání mandátů, nevěnovala příliš pozornosti dění uvnitř unie, vstupu země do unie či české zahraniční politice vůči EU. KSČM, která byla také v opozici, však zaujala odlišný postoj: dění uvnitř unie sledovala v průběhu celého roku. Zvláště v otázce důsledků vstupu země do EU byla velmi kritická, většina příspěvků hodnotila tuto záležitost negativně (viz níže).

Polovina relevantních příspěvků Nového hlasu se týkala voleb do senátu a zastupitelstev, ale druhá polovina textů byla rovnoměrněji rozdělena mezi volby do EP a Evropskou unii jako takovou. Nepatrně převážily příspěvky týkající se EU.

Hlavní vládní koaliční strana (v roce 2004) ČSSD se na rozdíl od koaličního partnera KDU-ČSL evropské problematice příliš nevěnovala. Pozornost rozdělila mezi volby do EP (lehká převaha) a volby do senátu a krajských zastupitelstev.

Agenda 12, která vycházela jen do voleb do EP, se logicky soustředila na tyto volby a na Evropskou unii obecně, což odpovídalo programovým prohlášením a deklarované orientaci Unie svobody. Přestože Agenda 12 přestala vycházet několik měsíců před podzimními volbami, byly tři příspěvky věnované i těmto volbám.

Ze tří sledovaných témat na této úrovni analýzy jsou dvě témata časově ohraničená: volby do Evropského parlamentu a senátní a krajské volby. Strany se jim věnují delší časový úsek před jejich konáním a krátkou dobu po jejich skončení, kdy je hodnotí. Jedině EU jako taková byla tématem, které by ukázalo dlouhodobé zaměření listu. Spojíme-li poznatky z této druhé fáze analýzy s výsledky první fáze, vidíme, že nejvíce se Evropské unii věnovala KSČM, která ovšem zkoumaným makrotématům věnovala relativně nejméně prostoru. Můžeme tedy odvodit, že celková tištěná mediální

produkce zbývajících stran, která byla velkým dílem tvořena těmito makrotématy, se zaměřila převážně na volby.

### Žánrová skladba periodik

	noticka	zpráva	komentář	převzaté texty	rozhovor
<b>Pohled/Socánek</b>	2 (3 %)	1 (1,5 %)	56 (84,8 %)	0 (0 %)	7 (10,6 %)
<b>Naše pravda</b>	78 (24,4 %)	70 (21,9 %)	126 (39,4 %)	14 (4,4 %)	32 (10 %)
<b>Nový hlas</b>	13 (7,4 %)	17 (9,7 %)	127 (72,6 %)	0 (0 %)	18 (10,3 %)
<b>Listy ODS</b>	0 (0 %)	2 (3,7 %)	48 (88,9 %)	4 (7,4 %)	0 (0 %)
<b>Agenda 12</b>	0 (0 %)	2 (7,7 %)	11 (42,3 %)	0 (0 %)	13 (50 %)

Z formálního hlediska byla většina příspěvků publicistického charakteru, v záznamu jsou označeny pouze jako komentáře. Pouze u Unie svobody převážily nad komentáři rozhovory. Listy ODS nepřinesly žádné rozhovory, u ostatních stran tvořily rozhovory desetinu textů.

Nejvíce zpráv a noticек publikovala KSČM. Zde je však nutné poznamenat, že přestože se tyto příspěvky objevily ve zpravodajských rubrikách, ve velké míře obsahovaly velmi subjektivní postoje a znaky publicistiky. Dalším specifickým Naší pravdy byly texty převzaté z jiných, českých i zahraničních, periodik. Kromě KSČM se tyto texty objevily už jen v Listech ODS, ale v mnohem menší míře. Většina převzatých textů, které KSČM přetiskla, byly zahraniční zprávy a komentáře zahraničních levicových listů.

Noticky se u ostatních stran nepodílely na skladbě listu ve větší míře. Také zprávy netvořily významnou část listu (v porovnání s dominancí komentářů). Publicistický styl je pro stranický tisk jistě charakterističtější než zpravodajství, přesto téměř absence zpráv poukazuje na úzký záběr většiny zkoumaných tisků, na jejich přílišné zaměření na vlastní (přímou) propagaci. Opět pouze KSČM ukazuje pestrost a větší rozmanitost listu. Ostatní periodika nevyužívají příležitosti představit svým čtenářům určitým způsobem vybrané zprávy. Usuzujeme zde, že zpravodajství, zvláště výběr zpráv, může být důležitým prvkem komunikační strategie stran. České strany však tuto možnost ve větší míře nevyužívají.

### Žánrové složení makrotémat

Formální realizace makrotémat, která navazuje na předchozí bod, byla analyzována podle jednotlivých periodik.

Pohled/Socánek	noticka	zpráva	komentář	převzaté texty	rozhovor
<b>Volby do EP</b>	1 (3,6 %)	0 (0 %)	25 (89,3 %)	0 (0 %)	2 (7,1 %)
<b>Evropská unie</b>	1 (8,3 %)	1 (8,3 %)	10 (83,3 %)	0 (0%)	0 (0 %)
<b>Volby do senátu a zastupitelstev</b>	0 (0 %)	0 (0 %)	21 (80,8 %)	0 (0%)	5 (19,2 %)

V případě Pohledu/Socánku nejsou znatelné rozdíly mezi formální realizací jednotlivých makrotémat. Nejčastěji je používán komentář, respektive jeden ze žánrů publicistického stylu. Rozhovor se objevuje jen u témat týkajících se voleb, kde rozhovor s kandidáty je vhodným prostředkem přiblížení volebního programu. Procentuální vyjádření se vztahuje k podílu výskytu daného žánru na počtu výskytu tématu, tedy např. 83,3 % článků týkajících se voleb do EP bylo napsáno formou komentáře. Jak již bylo zmíněno, noticky a zprávy měly jen malý význam a převzaté právy se nevyskytly vůbec.

Naše pravda	noticka	zpráva	komentář	převzaté texty	rozhovor
<b>Volby do EP</b>	18 (25,7 %)	17 (24,3 %)	27 (38,6 %)	1 (1,4 %)	7 (10 %)
<b>Evropská unie</b>	52 (31,3 %)	41 (24,7 %)	56 (33,7 %)	13 (11,2 %)	4 (3,4 %)
<b>Volby do senátu a zastupitelstev</b>	8 (9,5 %)	12 (14,3 %)	43 (51,2 %)	0 (0 %)	21 (25 %)

Naše pravda nabízí nejpestřejší žánrové rozlišení, i když dominance publicistických textů zůstává zachována. U senátních a krajských voleb, které jsou národní záležitostí, se nevyskytly žádné převzaté texty, protože ty byly přejímány především ze zahraničního tisku. U voleb do EP byl pouze jeden převzatý text. V souvislosti s volbami do senátu a krajských zastupitelstev bylo otištěno více rozhovorů než před volbami a po volbách do EP.

Nejvíce krátkých zpráv, noticek, bylo věnováno Evropské unii, jejich počet se téměř vyrovnal počtu komentářů (52 noticek a 56 komentářů).

Nový hlas	noticka	zpráva	komentář	převzaté texty	rozhovor
<b>Volby do EP</b>	2 (4,9 %)	2 (4,9 %)	28 (68,3 %)	0 (0 %)	9 (22 %)
<b>Evropská unie</b>	0 (0 %)	7 (15,2 %)	39 (84,8 %)	0 (0 %)	0 (0 %)
<b>Volby do senátu a zastupitelstev</b>	11 (12,5 %)	8 (9,1 %)	60 (68,2 %)	0 (0 %)	9 (10,2 %)

Nový hlas opět potvrzuje dominanci komentářů, které jsou pro stranický tisk typické. Stejně jako Pohled/Socánek Nový hlas přináší rozhovor jen v souvislosti s volbami. Novým rysem je však posílení významu noticky u makrotématu voleb do senátu a zastupitelstev, kde tvoří více než desetinu všech článků tohoto zaměření, a zprávy u makrotématu Evropská unie, kde představuje více než patnáctiprocentní podíl.

Listy ODS	noticka	zpráva	komentář	převzaté texty	rozhovor
<b>Volby do EP</b>	0 (0 %)	0 (0 %)	12 (100 %)	0 (0 %)	0 (0 %)
<b>Evropská unie</b>	0 (0 %)	1 (25 %)	3 (75 %)	0 (0 %)	0 (0 %)
<b>Volby do senátu a zastupitelstev</b>	0 (0 %)	1 (2,6 %)	33 (86,8 %)	4 (10,5 %)	0 (0 %)

Listy ODS jsou z formálního hlediska nejjednodušší. U tématu volby do Evropského parlamentu jsou všechny příspěvky komentáře. U Evropské unie jsou to tři čtvrtiny všech příspěvků, ovšem je třeba zohlednit, že ODS věnovala této problematice pouze čtyři články, z nichž tři jsou komentáře a jeden je ve formě zprávy. Toto číslo je však natolik malé, že je obtížné usuzovat na převládající trend, tedy zda by další články o EU sledovaly stejný vzorec. Volby do senátu a zastupitelstev jsou sice zaznamenány jednou zprávou a čtyřmi převzatými texty, přesto i tomuto tématu ve zpracování jasně dominuje komentář.

Agenda 12	noticka	zpráva	komentář	převzaté texty	rozhovor
<b>Volby do EP</b>	0 (0 %)	2 (11,1 %)	8 (44,4 %)	0 (0 %)	8 (44,4 %)
<b>Evropská unie</b>	0 (0 %)	0 (0 %)	3 (60 %)	0 (0 %)	2 (40 %)
<b>Volby do senátu a zastupitelstev</b>	0 (0 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	0 (0 %)	3 (100 %)

Žánrové složení Agendy 12 je jen o stupeň složitější než monotónní (ale zároveň i konzistentní) skladba Listů ODS. U prvních dvou makrotématů převažují komentář a rozhovor. Všechny texty tématu krajské a senátní volby byly pouze rozhovory. Opět musíme zvážit velmi nízké absolutní číslo výskytu (3), které zpochybňuje, zda můžeme považovat vysledovaný vzorec (všechny články týkající se krajských a senátních voleb jsou rozhovory) za platný a přenositelný do budoucnosti (připomeňme, že Agenda 12 přestala vycházet několik měsíců před konáním těchto voleb). Zprávy se objevily jen u kampaně do EP.

**Tematická skladba makrotémat**

Výše popsané výsledky analýzy nám umožňují porovnat zkoumaná periodika mezi sebou z formálních hledisek. Druhý úhel pohledu nám nabízí rozdělení tří hlavních makrotémat na specifitější témata.

Volby do EP	předvolební kampaň (propagace vlastní strany)	výsledky/hodnocení voleb	průběh voleb
<b>Pohled/Socánek</b>	20 (71,4 %)	-4 (14,3 %)	4 (14,3 %)
<b>Naše pravda</b>	38 (54,3 %)	+9 a -3 (17,1 %)	20 (28,6 %)
<b>Nový hlas</b>	35 (85,4 %)	+4 (9,8 %)	2 (4,9 %)
<b>Listy ODS</b>	7 (58,3 %)	+4 a 1 neutr. (41,7 %)	0 (0 %)
<b>Agenda 12</b>	17 (94,4 %)	0 (0 %)	1 (5,6 %)

Nejvíce prostoru v rámci makrotématu volby do Evropského parlamentu všechny strany věnovaly předvolební kampani, tedy propagaci vlastní strany (aspekty týkající se ostatních stran byly z tohoto tématu vyňaty, viz následující odstavec).

Informování o aktivitách ostatních stran v průběhu kampaně a hodnocení výsledků bylo zařazeno do kategorie „průběh voleb“. Do této kategorie například patřily výzkumy veřejného mínění a volebních preferencí, kandidatura známých osobností na kandidátkách jiných stran, žádost Viktora Koženého (který byl v té době v České republice stíhán za údajné podvody z období tzv. kupónové privatizace) o založení vlastní strany, se kterou by kandidoval ve volbách, nebo delegace spřízněných stran ostatních zemí, kteří přijeli podpořit své české protějšky.

Relativně nejvíce příspěvků v rámci kampaně otiskla US-DEU. Protože přestala vycházet v době konání voleb, nepřinesla žádné jejich hodnocení. Naopak nejméně se věnovala předvolební kampani ODS, nevěnovala žádný prostor průběhu voleb, ale oproti ostatním stranám publikovala relativně nejvíce příspěvků hodnotících volby. Výsledky hodnotila jako pro svou stranu pozitivní.

Nejméně se hodnocení voleb (s výjimkou US-DEU) věnovala KDU-ČSL, přestože její hodnocení voleb bylo také pozitivní.

Jako zcela neúspěšné, tedy negativní hodnocení, viděla volby do EP sociální demokracie. KSČM hodnotila volby ve většině jako úspěšné, negativní hodnocení, které se na jejích stránkách objevilo, se vztahovalo k nízké volební účasti a celoevropskému



posílení pravice v Evropském parlamentu. Naše pravda se nejvíce zabývala děním okolo voleb a jejich průběhem.

Hodnocení voleb stranami odpovídá výsledkům, které dosáhly. Opět jako jediná komunistická strana zohlednila v hodnocení i jiný aspekt než zisk strany vyjádřený v mandátech, a to volební účast.

Evropská unie	politika ČR vůči EU	unijní politika, dění uvnitř EU	dopad vstupu do EU na ČR
<b>Pohled/Socánek</b>	1 (8,3 %)	2 (16,7 %)	+9 (75 %)
<b>Naše pravda</b>	34 (20,5 %)	89 (53,6 %)	-41 a 2 neutr. (25,9 %)
<b>Nový hlas</b>	12 (26 %)	25 (54,3 %)	+7, -1, 1 neutr. (19,6 %)
<b>Listy ODS</b>	1 (25 %)	2 (50 %)	-1 (25 %)
<b>Agenda 12</b>	0 (0 %)	3 (60 %)	+2 (40 %)

V rámci makrotématu Evropská unie jako taková můžeme považovat za platné pouze výsledky ČSSD, KSČM a KDU-ČSL, protože US-DEU a ODS neatiskly dostatek materiálů, abychom je mohli smysluplně rozdělit do dalších témat a analyzovat jako určující směr referování těchto dvou stran o EU. Jako jediný bod k těmto dvěma stranám je možné zmínit, že jejich hodnocení dopadu vstupu do EU na ČR odpovídá jejich pozicím v oblasti české zahraniční politiky, jak byly popsány v kapitole 5.

Jako dopady vstupu byly počítány nejen bezprostřední vlivy, ale i pozdější změny, které souvisely se začleněním republiky do EU. Příklady negativního hodnocení jsou texty popisující špatně vyjednané podmínky vstupu, omezení pohybu pracovních sil, ztrátu suverenity nebo zavádění tzv. euronorem (a v jejich důsledku celkové zhoršení sociální situace).

Všechny vládní strany (ČSSD, KDU-ČSL a US-DEU) hodnotily vstup ČR do EU převážně pozitivně. ČSSD, která jako hlavní vládní strana dojednala vstup České republiky do EU, hodnotila dopady vstupu země do unie jako zcela pozitivní (ve 100 %); 75 % textů o EU se týkalo vstupu ČR. Dění uvnitř unie zachytily pouze 2 články za celé sledované období jednoho roku. Politika České republiky směrem k EU byla tématem pouze jediného textu. Naopak obě zkoumané opoziční strany hodnotily vstup převážně negativně.

Do kategorie „unijní politika, dění uvnitř EU“ patřily především texty zabývající se jednáním tzv. Euroústavě, fungováním EU, děním v institucích, děním uvnitř

příslušných politických klubů v EU atd. Tomuto tématu se nejvíce věnovaly Naše pravda a Nový hlas, zatímco ČSSD jen minimálně.

Tématu české zahraniční politiky vůči EU se strany věnovaly nejméně. Relativně největší pozornost tomuto tématu věnovala KDU-ČSL. Vysvětlení zde můžeme hledat například na osobní rovině, protože českým ministrem zahraničí v roce 2004 byl Cyril Svoboda, člen KDU-ČSL. Zatímco ČSSD toto téma téměř vůbec nezohlednila (pouze jeden text), KSČM opět potvrdila i tematickou rozmanitost svého listu, když tomuto tématu vyhradila pětinu textů o Evropské unii.

Volby do senátu a zastupitelstev	předvolební kampaň (propagace vlastní strany)	výsledky/hodnocení voleb	průběh voleb
<b>Pohled/Socánek</b>	25 (96,2 %)	0 (0 %)	1 (3,8 %)
<b>Naše pravda</b>	57 (67,9 %)	+5, -7, 4 neutr. (19 %)	11 (13,1 %)
<b>Nový hlas</b>	60 (68,2 %)	+20, -4, 2 neutr. (29,5%)	2 (2,3 %)
<b>Listy ODS</b>	23 (60,5 %)	+11 a 2 neutr. (34,2 %)	2 (5,3 %)
<b>Agenda 12</b>	3 (100 %)	0 (0 %)	0 (0 %)

U makrotématu volby do senátu a krajských zastupitelstev byla vyčleněna stejná témata jako u první tematické skupiny, voleb do EP. Také zde můžeme vysledovat obdobné trendy jako v prvním případě. Průběhu voleb nebylo věnováno příliš pozornosti, opět relativně nejvíc informací o dění kolem voleb přinesla Naše pravda.

Strany se soustředily na předvolební kampaň. Výsledky pro Agendu 12 jsou opět zpochybnitelné, protože nepublikovala dostatečné množství textů. Přesto můžeme říci, že všechny strany vyhradily více než polovinu článků k tomuto makrotématu kampani. Hodnocení výsledků nepřinesla Agenda 12 (již nevycházela) a Pohled/Socánek. Jako jednoznačně úspěšné hodnotila volby ODS. Nový hlas hodnotil volby jako pro KDU-ČSL převážně úspěšné. K zajímavému rozmělnění výsledků došlo v hodnocení voleb komunisty. Jako úspěšné byly popsány v pěti člancích a jako neúspěšné v sedmi. Neutrálně referovaly o skončených volbách čtyři texty. Kromě opětovné kritiky nízké volební účasti, byly důvodem rozpolcenosti hodnocení různé volební výsledky v různých krajích a posílení postavení pravice.

### 9.2.2 Hodnocení

Obsahová analýza ukázala další místa, kde se komunikační aktivity sledovaných stran překrývají. Nejvyšším zobecněním je dominance publicistického stylu. Nejméně proměnlivou publikací, ze stránky formální i tematické, jsou Listy ODS. Naopak periodikum KSČM Naše pravda má jak nejširší tematický záběr, tak nejpestřejší žánrovou skladbu.

Významným poznatkem z obsahové analýzy je také proměnlivý počet relevantních výzkumných jednotek v jednotlivých vydáních (viz Přílohu 5). Přestože rozsah publikací v počtu stran zůstal stejný, celkový počet jednotek analýzy i relativních příspěvků kolísal. Zvýšený počet relevantních textů předcházel období před volbami, kdy strany představovaly své kandidáty. Nejzřetelnější je propad frekvence výskytu autorských textů u Agendy 12 vydávané Unii svobody. Zatímco únorové číslo obsahovalo 34 autorských článků a březnové vydání 33 článků, s přiblížením voleb do Evropského parlamentu se jejich počet snížil na 13 v měsíci dubnu a na dokonce jen tři články v květnovém vydání, které bylo také posledním. Tento trend jde jen zdánlivě proti volební logice: US-DEU jen zvolila formu propagace kandidátů, která neodpovídala definici výzkumné jednotky. Květnové číslo opustilo od jakýchkoli opakovaných vzorců a stalo se jen prostorem pro program strany.

Strany až na KSČM téměř nevyužívaly zpravodajských útvarů. Také celkový tematický záběr byl poměrně úzký. Zvláště, zvažíme-li, že pouhá tři témata konstituovala u většiny tisku polovinu veškeré produkce. Další významný podíl pak vytvořily texty zabývající se vnitřním děním uvnitř strany, což nechává ještě méně prostoru pro větší tematickou rozmanitost týkající se politického, ekonomického a sociálního života ně strany.

K volbám do Evropského parlamentu, které se v České republice konaly poprvé, strany přistoupily stejným způsobem jako k podzimním senátním a krajským volbám. Referování o nich sledovalo stejný vzorec předvolební mobilizace, vyzývání k volení dané strany (u KSČM byl silný motiv spojení levice v EP a u KDU-ČSL posílení strany EP Evropské lidové strany – Evropských demokratů) a děkování a hodnocení po skončení voleb. Až na KSČM se strany soustředily téměř výlučně na sebe a o aktivitách ostatních stran nereferovaly.

Oblastí, kde se strany výrazněji lišily, bylo referování o Evropské unii jako takové. KSČM jako jediná psala o EU ve větší míře, v převážné většině odkazů bylo její

hodnocení negativní (41 textů hodnotících negativně vstup ČR do EU). Jako jediná tedy sledovala téma, které nemá omezenou časovou platnost jako volby na jakékoli úrovni vládnutí.

Přestože ČSSD psala o vstupu země do Evropské unie výlučně jako o pozitivním impulsu (a její pozitivní hodnocení v relativních číslech převážilo kritiku KSČM), téměř se nevěnovala jiným evropským tématům, kterými by mohla projekt integrace zviditelnit.

Po volbách do Evropského parlamentu přestává vycházet Agenda 12. Nemůžeme tedy dále uvažovat o jejím případném zaměření, i když by jistě bylo zajímavým poznatkem, zda by dále (a či ve větší míře) referovala o Evropské unii.

Nový hlas a Listy ODS posunuly těžiště relevantních článků blíže k senátním a krajským volbám, které byly nejčastějším tématem jejich tisků. Zvláště ODS vyhradila neproporčně více prostoru senátním a krajským volbám oproti volbám do EP. ODS se obecně zaměřila převážně na své aktivity, dění uvnitř strany a projekty své stínové vlády. Stejně tak KDU-ČSL zaměřila svou komunikaci především na své členy. Tyto výsledky odpovídají charakteristikám listů obou stran, které byly původně koncipovány jako vnitrostranické tisky. Oproti tomu větší otevřenost a tematická pestrost Naší pravdy odpovídá charakteru periodika jako veřejně dostupného (a distribuovaného) týdeníku. Naše pravda se blíží svou obsahovou skladbou celostátním novinám. Také skladba Agendy 12 odpovídala zaměření listu jako prostředku popularizace a přiblížení strany a jejich priorit veřejnosti. Pohled/Socánek jako primárně veřejné periodikum bylo znatelně omezené malým rozsahem. I přes toto omezení, nevyužila strana prostoru k oslovení veřejnosti. Z výsledků analýzy vyplývá, že evropskou integraci, kterou podle svého programu prosazuje, nijak systematicky nepodpořila. Struktura Socánka dokonce zredukovala počet jednotek analýzy ze šesti až sedmi v jednom vydání na pouhé tři texty. Tři texty za 14 dnů jsou oproti v průměru okolo 60 textům týdně Naší pravdy neporovnatelně málo.

Stejně jako byly v předcházejících kapitolách popsány rozdíly a podobnosti ve vnitrostranické i veřejné komunikaci sledovaných stran, také obsahová analýza vybraných periodik potvrdila velké rozdíly mezi stranami. Jak bylo popsáno výše, poznatky z obsahové analýzy nejsou v rozporu s teoretickým umístěním stran na politické mapě. Stejně tak nejsou v rozporu s charakteristikou veřejné komunikace a konkrétního periodika.

## 10 Závěr

Ve třech částech, teoretické, popisné a výzkumné, tato práce zachytila nejdůležitější aspekty politické komunikace ve specifickém prostředí české politické scény v roce 2004, který byl charakteristický volbami na několika úrovních vládnutí a vstupem České republiky do Evropské unie. Výběr tohoto období se potvrdil jako oprávněný, dokázala to zvláště obsahová analýza vybraných tištěných periodik, která odhalila, že zkoumané strany věnovaly polovinu svých textů právě tématům voleb a Evropské unii.

První část práce byla postavena na studiu relevantní literatury a definovala předmět zájmu, politickou komunikaci, v termínech použitelných pro další výzkum. Stejně jako další koncepty společenských věd i politická komunikace je pojem vágní a umožňuje mnoho interpretací. Základem pro tuto práci se stala definice politické komunikace od McNaira, zvláště pak její první část definující tuto oblast komunikace jako všechny formy komunikace realizované politiky a ostatními politickými aktéry za účelem dosažení určitých cílů. (McNair, 2003. s. 4) Téma této práce zcela odpovídá tomuto vymezení, jelikož zkoumáme politické strany, aktéry, kteří tvoří samotnou páteř politického systému a jsou jako stavební kameny společenského a politického uspořádání zmiňovány nejen v odborné politologické literatuře, ale také v Ústavě České republiky. Jejich jednání, které je motivované ziskem moci (a jako prostředků k dosažení moci hlasů ve volbách), je opět přímo součástí definice existence politických stran.

K dosažení cílů používají strany prostředků persvaze a propagandy. Při používání pojmu propaganda je třeba se oprostít od negativního chápání, které v průběhu dějin tento pojem získal. Uvažujeme o ní jako o systematické snaze ovlivnit postoje, chování či názory druhých. V tomto smyslu jsou propagandou i marketingové techniky používané v reklamách. Ostatně dalším poznatkem ze studia literatury a definování pojmů je právě užití marketingových postupů pro sebezprezentaci politických stran. Politické subjekty se v určitém smyslu chovají stejně jako ekonomické subjekty (firmy): jejich cílem je maximalizace zisku. U ekonomických subjektů je tento zisk vyjádřen ve finančních kategoriích, u politických stran ve formě zisku voličské podpory, tudíž zisku moci. O přejímání technik z ekonomického marketingu do umění sebezprezentace politických stran pojednává obšírněji McNair v *An Introduction to Political Communication*.

V této etapě práce byly také na základě studia literatury vytvořeny pracovní modely komunikace, vnitrostranické i veřejné, které byly ve třetí, analytické, části studie konfrontovány s vlastními poznatky výzkumu.

Druhá část této práce navázala na již zmíněné klíčové postavení politických stran v politickém uspořádání země. Značná část literatury, která se zabývá politickou komunikací, se věnuje rozdílům v komunikaci v rámci demokratických režimů na straně jedné a totalitárních režimů na straně druhé. Tato práce se však omezila pouze na prostředí České republiky a jejího systému zastupitelské demokracie. Vymezení uspořádání země vychází převážně ze studia ústavního pořádku země. Tato krátká politologická studie není těžištěm práce, proto jsou v ní zachyceny jen nejdůležitější rysy uspořádání země. Pokud by práce měla sloužit jako komparativní studie k obdobně zaměřenému výzkumu politické komunikace v totalitárním režimu, jistě by byl kladen větší důraz na popis prostředí, v němž se komunikace odehrává.

Pro výzkum českých politických stran tak, jak byl vymezen jako téma této práce, však bylo důležitější než detailní popis politického uspořádání věnovat více pozornosti postavení jednotlivých politických stran. Proto tato popisná část práce představuje jednotlivé strany podle jejich ideologie, postavení na politické mapě v roce 2004 a krátce také z pohledu jejich historie. U každé z pěti zkoumaných stran jsou také uvedeny jejich postoje k evropské integraci, které nabývají na významu v porovnání s výsledky obsahové analýzy.

Třetí část práce se již věnuje zatím neprozkoumanému tématu komunikačních aktivit vybraných stran. Vlastní výzkum, který se stal zdrojem jedinečných dat, byl proveden dvěma způsoby. Obsáhlejší dotazníkový průzkum se dotazoval na prostředky a kanály vnitrostranické i veřejné komunikace. Pro detailnější zachycení sebe prezentace stran pak byla provedena obsahová analýza vybraných stranických tisků. Výsledky dotazníkového šetření vytvořily podklad pro přepracování pracovních modelů ve schémata zachycující komunikaci v jednotlivých stranách.

V rámci vnitrostranické komunikace jedním z nejdůležitějších poznatků bylo potvrzení komunikačního rozdílu, který se v různých podobách projevil ve výsledcích dotazníkového šetření. Nejvýraznější byl u ČSSD, která neposkytla badatelce, tedy osobě stojící mimo její strukturu, téměř žádné informace o jejím vnitřním fungování. Projevilo se tak, jak citlivě tato strana vnímá rozdíl mezi interními informacemi a informacemi určenými pro veřejnost. Z odpovědí z dotazníků můžeme také usuzovat na intenzivnější a osobnější komunikaci v rámci vnitřního komunikačního kruhu.

Druhým specifickým případem byla ODS, která sice poskytla odpovědi týkající se jejího vnitřního fungování, odpovědi však zjednodušila pouze na indikaci kanálů, které používá. Nepřihradila k nim hodnoty, které by vypovídaly o jejich důležitosti.

Z hlediska kanálů vnitrostranické komunikace se největší rozdíl projevil mezi Unii svobody, která používala technicky nejnáročnější kanály, a KSČM, jež naopak technicky náročné formy komunikace nevyužívala vůbec. Pracovní model vnitrostranické komunikace byl potvrzen. Jeho variace pro jednotlivé strany obsahovaly pouze rozlišení různé důležitosti, které strany přisuzovaly konkrétním komunikačním kanálům.

Pracovní model veřejné komunikace prošel po zpracování výsledků dotazníkového šetření mnohem výraznějšími změnami a naznačil rozdíly mezi stranami, které jsme na začátku výzkumu neočekávali. Jedním z nejpodstatnějších rozdílů je vztahování se stran a jejich produkce k masovým médiím. Zatímco ČSSD využívá jeden z celostátních nezávislých deníků k šíření svého tisku, KSČM se prostřednictvím levicového nakladatelství Futura a periodika Haló noviny dostává k veřejnosti cestou okolo nezávislých masových médií. ODS se nesnaží nezávislá masová média obejít, ani je využít (s výjimkou inzerce, kterou všechny strany využívají), ale považuje je za jeden z hlavních toků zpětné vazby mezi stranou a občany.

Přepracovaný model veřejné komunikace KDU-ČSL se v zásadě nelišil od předpokládaných vztahů, doplnil však rozhraní grafu o další segment – státní správu. Státní správa se tedy stala dalším z aktérů politické komunikace, jak ji vnímají politické strany. Stala se dalším filtrem sdělení mezi politickou stranou a občany. Také ODS přidala další subjekt – agenturu pro výzkum veřejného mínění, která poskytuje straně zpětnou vazbu od občanů.

Modifikované grafy veřejné komunikace se podstatně lišily od předpokládaných vztahů v simplifikovaném pracovním modelu. Vytvořily mnohem komplikovanější prostor, než s jakým jsme operovali na začátku. Tento prostor však nabyl velmi specifického charakteru, tedy byl značně odlišný pro každou stranu. Jediným společným rysem, který nebyl v původním modelu inspirovaném pracemi McNaira a Schulze zohledněn, byla linka znázorňující inzerci protínající oblast masových médií a spojující přímo politické strany a občany.

K doplnění obrazu o veřejné komunikaci stran sloužila obsahová analýza vybraných tisků. Popis, tematická studie a obsahová analýza zkoumaných tisků vyjevily velké rozdíly mezi jednotlivými listy. Téměř ve všech ukazatelích se lišila Naše pravda, týdeník komunistické strany. Vycházela nejčastěji a s největším rozsahem. Přesto třem

sledovaným tématům (volby do EP, Evropská unie a senátní a krajské volby) věnovala relativně nejméně prostoru. Tento fakt, podpořen výsledky tematické analýzy, dokládá větší tematickou rozmanitost v porovnání s ostatními periodiky. Jediná Naše pravda se věnovala Evropské unii dlouhodoběji. Vstup České republiky do EU hodnotila jako převážně negativní. Také žánrové složení bylo u Naší pravdy pestřejší v porovnání s ostatními tisky, kde zcela dominovaly publicistické útvary. Naše pravda kromě komentářů, které také tvoří podstatnou část její skladby, pracuje také s jedňáky, zprávami a texty převzatými z jiných, převážně zahraničních, periodik.

Naše pravda se jako jediná také ve větší míře věnovala aktuálnímu dění doma i ve světě. Ostatní tisky se zahraničním zprávám, s výjimkou Evropské unie, která může a nemusí být chápána jako zahraniční téma, téměř nevěnovaly. Tisk KSČM tedy jako jediný využíval nejen více různých žánrů, ale také více témat, která nahlížel skrze svou ideologickou perspektivu. Ostatní tisky se soustředily spíše na přímé referování o dění uvnitř strany a přímou propagaci strany (s použitím zmíněných marketingových nástrojů).

Analýza listu Unie svobody Agendy 12 potvrdila zaměření listu jako zcela veřejného periodika, které mělo přiblížit veřejnosti postoje strany. Soustředilo se na vstup ČR do Evropské unie, který chápalo jako pozitivní impuls. Agenda 12 se po provedených výzkumech jeví jako žánrově i tematicky plochý list, spíše reklamního charakteru.

Jako exkluzivně veřejné periodikum je koncipován také Pohled/Socánek. Je ovšem významně limitován malým rozsahem (1 strana novinového formátu, vychází jako čtrnáctideník). Jeho periodicitu se nezvýšila ani v období před volbami, to ale bylo kompenzováno zvýšenou komunikační aktivitou na jiných úrovních (letáky, aktivita místních organizací atd.).

Listy ODS byly původně navrženy jako vnitrostranícký tisk a tomu odpovídá i zaměření na vnitřní aktivity strany, například činnost stínové vlády. Většina příspěvků má formu komentářů, list se vůbec nevěnuje událostem a tématům, které se bezprostředně netýkají strany samotné. Nízká periodicitu je stejně jako u Pohledu/Socánku limitujícím faktorem. Také je kompenzována vydáváním celé řady dalších tisků. V tom se obě strany liší například od Unie svobody a KDU-ČSL, které nevydávaly ve větší míře žádné jiné veřejné tisky.

Nový hlas, periodikum KDU-ČSL, bylo sice také původně zamýšleno jako vnitrostranícký list, přesto se blíží k pojetí Naší pravdy. Obrací se často sice jen na své členy a informuje o dění uvnitř strany, zároveň se však více věnuje aktuálnímu dění, především v České republice, využívá různých žánrů a více informuje o evropském dění.



Již bylo zmíněno, že důvod pro zájem Nového hlasu o českou zahraniční politiku může být personálního charakteru: člen KDU-ČSL Cyril Svoboda byl ve sledovaném období ministrem zahraničních věcí České republiky.

Shrňme-li poznatky z popsáných dílčích výzkumů vybraných tisků, pouze Naše pravda splňuje představu o stranickém tisku, který svým čtenářům představuje zprávy skrze ideologickou optiku. Naše pravda má charakter veřejného listu (nejen formálně), věnuje se největšímu množství různých témat a předkládá ucelený pohled na světové dění, které je konzistentní s ideologií strany. Na pomyslném druhém místě by byl Nový hlas vydávaný KDU-ČSL. Tisky ostatních tří stran byly spíše čistým produktem politického marketingu, nabízely informace o postojích strany v určitých otázkách, nenabídlly však ucelenější aparát k uchopení světa z jejich vlastního úhlu pohledu.

Tato práce tedy přinesla řadu významných dílčích poznatků, které byly právě popsány. Nabídla také v celistvosti, jak jen byla možná, pohled na komunikaci českých politických stran a stav českého stranictví v roce 2004. Význam práce spočívá v jejím rozsahu, jedinečnosti získaných dat z vlastního výzkumu a zmapování prostoru, který zatím nebyl v takové šíři zkoumán.

Téměř každý z výše popsáných bodů nabízí prostor pro další výzkum. Při pohledu na podle významu seřazené kanály vnitrostranické komunikace se nám naskýtají otázky jako například *Proč v tomto pořadí? Proč nejsou využívány telekonference?* Nebylo intencí ani v silách této práce na tyto otázky odpovědět, přesto nabídla základní poznatky, od kterých se může odvíjet další výzkum. Otázka *proč?* se nevyssloveně line celým textem. Možná je nejzásadnější a zůstává nedořešeným problémem tohoto výzkumu, přesto odpověď na ní nemohla být záměrem této práce, protože nemůžeme zkoumat příčiny a důvody jakéhokoli fenoménu, aniž bychom jej nejdříve zachytili a popsali.

Základní kámen byl tedy položen. Pro výzkum komunikace politických stran. Ovšem jen v jednom směru a jen jedné části řetězce. Otevírá se zde prostor pro výzkumy, které by odpovídaly na Lasswellovy otázky *komu a s jakým účinkem*. Pro studium účinků mediálních sdělení, které je stejným dílem fascinující jako obtížné, je prvním krokem studium publika. Tato diplomová práce sice zachytila ve značně širí část fenoménu politické komunikace, vytvořila však převážně základ pro další studium: postavené na v ní popsáných poznacích (otázka *proč?*) či na ni navazujících oblastech (otázky *komu a s jakým účinkem*). Stává se tak podkladem pro další výzkumy, které snad budou v této oblasti bádání provedeny.

## 11 Resume

Since the overall topic of my diploma thesis is political communication, I focused my attention on Czech parliamentary political parties and their internal communication as well as their public communication strategies.

To limit the scope of my research to a reasonable size, I selected year 2004 because three elections were held that year: European Parliament elections, Senate elections, and local authority elections. The exact topic of this thesis is “Analysis of the Means of Communication and Self-Presentation of Czech Parliamentary Parties in 2004, Before and After the Czech Republic Joined the European Union“.

There are three basic components of my thesis: the theoretical part exploring the notion of political communication, the descriptive part dealing with the political system of the Czech Republic in the given year, and finally the analysis of the communication methods of the selected parties.

My research was carried out in several phases. I studied thoroughly my subject and formulated definitions and drew graphs to capture the notion of political communication. I defined it as acts carried out by political actors, both inside and outside of the political organization.

For describing internal communication in the selected parties, I conducted a survey inquiring about the communication channels that are used inside the parties. I used the data from this survey mainly to analyze the internal communication channels. It also revealed the distinction between internal and public information, and the intensity of the feeling of unity in the organization. I also used the survey technique to inquire about the means the parties use to communicate with the public. But my prime sources used for the analysis of the external communication strategies were the publications cited below.

I analyzed the content of the periodical papers published by the parties. For this purpose I chose the following publications: *Pohled* (respectively *Socanek* published in the time period preceding the elections) published by the Czech Social Democratic Party; *Novy hlas* published by the Christian and Democratic Union-Czechoslovak People's Party; *Nase pravda* published by the Communist Party of Bohemia and Moravia; *Listy ODS* published by the Civic Democratic Party; and *Agenda 12* published by the Union of Freedom-Democratic Union.

Before analyzing the content itself, I did a topic analysis to discover the topic composition of the periodicals. This was essential in order to find what topics are covered by all five (six respectively) publications and which are covered by only some of them. I defined three major topics: European Parliament elections, European Union as such, and Senate and local authority elections.

From my own twofold research (questionnaire and content analysis) I could draw several conclusions. The first group of findings concerned the internal communication, and the second group covered the means of communication used by political parties to communicate with the public. In the internal communication group, the Czech Social Democratic Party did not allow any insight into its internal communication and showed a very strong sense for protecting internal information from outsiders, including the researcher. Another main finding was the use of different communication channels. The communist party uses the least technologically advanced channels. Au contraire, the Freedom Union, a relatively young political party, uses the most technologically advanced means of communication.

In communication with the public, the communist party again was very different from the others. Its publication covers a much wider range of issues, including foreign news. In general, it can be stated that the communist publication *Nase pravda* resembles more a classical political press, defined as media informing about and commenting on news through its political ideology. The other publications were merely products of political marketing by the parties.

The aim of this thesis is to make a contribution to the study of political communication and lay the ground for future research on this subject. With this goal in mind, this thesis is a pioneer paper dealing with political parties and their means of communication based on the specific background of the Czech political system and climate. It is also important to realize that understanding of decision making processes in politics and communication between political institutions and public is necessary for understanding the way modern societies work.

## 12 Literatura a prameny

### Literatura

ADAMOVIÁ, Karolína a kol. *Politologický slovník*. Praha : C.H.Beck, 2001. 284 s. ISBN 80-7179-469-4.

BLUMLER, Jay G., DAYAN, Daniel, WOLTON, Dominique. West European Perspectives on Political Communication: Structures and Dynamics. *European Journal of Communication*. 1990, Vol. 5, s. 261-284.

BURTON, Graeme, JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Brno : Barrister & Principal, 2001. 391 s. ISBN 80-85947-67-6.

ČMEJRKOVÁ, Světlá, HOFFMANNOVÁ, Jana a kol. *Jazyk, média, politika*. Academia, 2003. 258 s. ISBN 80-200-1034-3.

DEUTSCH, Karl W. *Nervy vlády : modely politické komunikace a řízení*. Praha : Svoboda, 1971. 409 s.

EASTON, David. *A Framework for Political Analysis*. Englewood Cliffs : Prentice-Hall, 1965. 143 s.

FAGEN, Richard. *Politics and Communication*. Boston : Little, Brown and Company, c1966. 162 s.

CHAFFEE, Steven H. (edit.) *Political Communication : Issues and Strategies for Research*. Beverly Hills : SAGE Publications, 1975. 319 s. ISBN 0-8039-0505-X.

*International Encyclopedia of Communications*. Vol. 3. New York : Annenberg School of Communication, Oxford University Press, 1989. 490 s. ISBN 0-19-505804-6.

JIRÁK, Jan, KÖPPOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. Praha : Portál, 2003. 207 s. ISBN 80-7178-697-7.

JIRÁK, Jan, ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Politická komunikace a média*. Praha : Karolinum, 2000. 164 s. ISBN 80-246-0182-6.

KATZ, Elihu, LAZARSELD, Paul F. *Personal Influence : The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. New York : Free Press, 1966. 400 s.

KLÍMA, Michal. *Volby a politické strany v moderních demokraciích*. Praha : RADIX, 1998. 276 s. ISBN 80-86031-13-6.

- KRAUS, Sidney, DAVIS, Dennis. *The Effects of Mass Communication on Political Behavior*. University Park : The Pennsylvania State University, 1976. 308 s. ISBN 0-271-00501-7.
- KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1995. 307 s. ISBN 80-7184-164-X.
- MALÍŘ, Jiří, MAREK, Pavel. *Politické strany : Vývoj politických stran a hnutí v českých zemích a Československu 1861 – 2004*. Brno : Doplněk, 2005. 2 sv. (1024, 804 s.). ISBN 80-7239-180-1.
- MAREK, Pavel a kol. *Přehled politického stranictví na území českých zemí a Československa v letech 1861-1998*. Olomouc : Katedra politologie a evropských studií FF UP v Olomouci, 2000. 403 s. ISBN 80-86200-25-6.
- McNAIR, Brian. *An Introduction to Political Communication*. London : Routledge, 2003. 250 s. ISBN 0-415-30707-4.
- McQUAIL, Denis. *Communication*. New York : Longman Group Limited, 1975. 229 s. ISBN 0-582-48710-2.
- McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 1999. 447 s. ISBN 80-7178-200-9.
- OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha : Libri, 1999. 256 s. ISBN 80-85983-76-1.
- REIFOVÁ, Irena a kol. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha : Karolinum, 2004. 149 s. ISBN 80-246-0827-8.
- ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií*. Praha : Portál, 2000. 304 s. ISBN 80-7178-461-3.
- ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Úvod do současné politologie*. Praha : Portál, 2002. 208 s. ISBN 80-7178-628-4.
- SCHULZ, Winfried. Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication*. 2004, Vol 19(1), s. 87-101.
- ŠARADÍN, Pavel a kol. *Volby do Evropského parlamentu v České republice*. Olomouc : Periplus, 2004. 317 s. ISBN 80-86624-22-6.
- Ústava České republiky, Listina základních práv a svobod*. Ostrava : Sagit, 1995. 130 s. ISBN 80-7208-173-X.
- VODIČKA, Karel, CABADA, Ladislav. *Politický systém České republiky : Historie a současnost*. Praha : Portál, 2003. 352 s. ISBN 80-7178-718-3.

WINDAHL, Sven, SIGNITZER, Benno, OLSON, Jean T. *Using Communication Theory : An Introduction to Planned Communication*. London : SAGE Publications, 2000. 248 s. ISBN 0-8039-8430-8.

WOLTON, Dominique. Political Communication : The Construction of a Model. *European Journal of Communication*. 1990, Vol. 5, s. 9-28.

## **Prameny**

Agenda 12 : Zpravodaj Unie svobody – Demokratické unie pro občany České republiky, čísla 5 - 8/2004, roč. neuveden, Praha : Unie svobody – Demokratická unie.

Čas volby : Zpravodaj pražské organizace České strany sociálně demokratické. Nakladatelské údaje neuvedeny.

Krajský magazín ODS. Příloha Listů ODS. Praha : HK ODS. 2004.

KREJČÍ, Oskar, KONEČNÁ, Kateřina, MAŠTÁLKA, Jiří. Sametová revoluce: Pohled ze strakovky. [s.l.] : [s.n.], 2004. 39 s.

Listy ODS : informační bulletin Občanské demokratické strany, čísla 1 - 5/2004 + zvláštní vydání 2004, roč. neuveden, Praha : Občanská demokratická strana.

Modrá kniha : Modrá šance pro Českou republiku, Resortní koncepce ODS. Praha : Hlavní kancelář ODS, 2004. 260 s.

Modrá šance pro Evropu : Stejně šance pro všechny. Praha : Hlavní kancelář ODS. 2004.

Modrá šance. č. 6 – 16/2004. roč. neuveden, Praha : Hlavní kancelář ODS.

Náš kraj : Volební noviny ČSSD Královehradeckého kraje. Nakladatelské údaje neuvedeny.

Naše pravda : Společensko-politický týdeník KSČM, čísla 1 – 51/2004, roč. neuveden, Ostrava : Naše pravda, ISSN 1210-4876.

Nový hlas : zpravodaj KDU-ČSL, čísla 1 – 22/2004, roč. neuveden, Praha : KDU-ČSL, ISSN 1213-7049.

Nový horizont pro Prahu 5 : Informační a propagační zpravodaj obvodní organizace ČSSD, nakladatelské údaje neuvedeny.

Pohled : Čtrnáctideník sociální demokracie, č. 1 – 13, 20, 21/2004, příloha deníku Právo.

Politici Občanské demokratické strany v Evropském parlamentu a v krajích České republiky. Milan Cabrnoch (ed.). [s.l.] : ODS, ELS-ED, 2004. 56 s.

Právo : Nezávislé noviny, 1 – 12/2004, roč. 14, Praha : Borgis, ISSN 1211-2119.

Pražská růže, č. 0, roč. 1/2004, Praha : OVV Praha 1.

Senátní magazín ODS. Příloha Listů ODS. Praha : HK ODS. 2004.

Socánek : Předvolební deník sociální demokracie, č. 14 – 19/2004, příloha deníku Právo.

Sociální demokracie : Zpravodajský občasník ČSSD Olomouckého kraje, č.7/2004, roč. neuveden, Olomouc : KVV Olomouckého kraje.

Trend politiky, vědy, kultury, společnosti, č. 1 – 9/2004, roč. 11, Praha : Společnost Willyho Brandta a Bruna Kreiského.

Volby do Evropského parlamentu 11. – 12. 6. 2004. ČSSD. Nakladatelské údaje neuvedeny.

Volby do zastupitelstev krajů: 5. – 6. listopadu 2004. ČSSD. Nakladatelské údaje neuvedeny.

Volební program ČSSD Olomouckého kraje : Náš kraj – náš domov. Nakladatelské údaje neuvedeny.

Zelená pro venkov : Kdo seje rozum, sklízí moudrost. [s.l.] : KDU-ČSL, c2004.

### **Internetové stránky**

[cdkbrno.cz/tp](http://cdkbrno.cz/tp)

[www.abccr.cz](http://www.abccr.cz)

[www.cevro.cz](http://www.cevro.cz)

[www.cssd.cz](http://www.cssd.cz)

[www.halonoviny.cz](http://www.halonoviny.cz)

[www.itrend.cz](http://www.itrend.cz)

[www.kducsl.cz](http://www.kducsl.cz)

[www.kscm.cz](http://www.kscm.cz)

[www.ods.cz](http://www.ods.cz)

[www.unie.cz](http://www.unie.cz)

# 13 Přílohy

## Seznam příloh

1. Dotazník
2. Vyplněné dotazníky
3. Tabulka shrnující technické údaje
4. Tabulková vyjádření dat dotazníkového šetření
5. Záznamové archy obsahové analýzy
6. Titulní strany zkoumaných tisků



## 1. Dotazník

Dotazník pro potřeby diplomové práce.

Vpisujte, prosím, údaje platné pro rok 2004.

### Vnitrostranická komunikace

1. Existují ve vaší straně lidé zabývající se vnitřními vztahy za účelem zefektivnění komunikace uvnitř strany?
2. Pokud ano, jaké používají prostředky?
3. Existují vnitrostranické řády pro výběr kandidátů do voleb a pro volby do stranických orgánů?
4. Pokud ne, jak je volba prováděna?
5. Jaká je strukturní organizace strany?
6. Máte k dispozici archivy?
  - řešeršní oddělení?
  - pracovní skupiny pro jednotlivé oblasti politiky?
7. Skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **vedením** strany a ostatními **funkcionáři**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze škály: zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5)
  - ústně mezi dvěma či třemi lidmi
  - telefon
  - individuální emaily nebo dopisy
  - internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...)
  - telekonference
  - skupinové porady
  - emailová konference
  - rozesílání hromadných textových zpráv (sms)
  - informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky
  - nástěnky
  - denní svodky
  - internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti)
  - internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu)
  - jiné:
8. Skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **funkcionáři** a **řadovými členy**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze škály: zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5)
  - ústně mezi dvěma či třemi lidmi
  - telefon
  - individuální emaily nebo dopisy
  - internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...)
  - telekonference
  - skupinové porady
  - emailová konference
  - rozesílání hromadných textových zpráv (sms)

- informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky
  - nástěnky
  - denní svodky
  - internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti)
  - internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu)
  - jiné:
9. Skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **vedením** strany a **řadovými členy**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze škály: zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5)
- ústně mezi dvěma či třemi lidmi
  - telefon
  - individuální emaily nebo dopisy
  - internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...)
  - telekonference
  - skupinové porady
  - emailová konference
  - rozesílání hromadných textových zpráv (sms)
  - informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky
  - nástěnky
  - denní svodky
  - internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti)
  - internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu)
  - jiné:
10. Jak mohou řadoví členové ovlivnit vnitrostranické rozhodování?
11. Chcete doplnit další formy/kanály vnitrostranické komunikace?

### **Veřejná komunikace**

1. Existují ve vaší straně lidé zabývající se vztahy s veřejností (PR)?
2. Pokud ano, jaké používají prostředky?
3. Jaké vydáváte periodické i neperiodické tisky (tj. včetně kalendářů, letáků atd.)?
4. Jste provozovatelem jiného média, případně jakého (rozhlas, televize)?
5. Je vaše strana spojena (finančně, ideologicky) s některým z masových médií, případně s kterým?
6. Kupujete si reklamní místo v některém z médií, případně ve kterém?
7. Rozdáváte reklamní předměty, případně jaké?
8. Jakou máte zpětnou vazbu od nečlenské veřejnosti?
9. Chcete doplnit další formy/kanály veřejné komunikace?

## 2. Vyplněné dotazníky

Dotazníky jsou zde uvedeny tak, jak je respondenti vyplnili. Nejsou v nich dělány žádné úpravy, tedy ani jazykové.

### ČSSD

Vyplnil(a): Otakar Švejkar, tiskové oddělení ČSSD

Dotazník pro potřeby diplomové práce.

Vpisujte, prosím, údaje platné pro rok 2004.

#### Vnitrostranická komunikace

- Existují ve vaší straně lidé zabývající se vnitřními vztahy za účelem zefektivnění komunikace uvnitř strany?

**ANO**

- Pokud ano, jaké používají prostředky?

**Interní informace**

- Existují vnitrostranické řády pro výběr kandidátů do voleb a pro volby do stranických orgánů?

**ANO**

- Pokud ne, jak je volba prováděna?

- Jaká je strukturální organizace strany?

**Viz. Stanovy ČSSD na [www.socdem.cz](http://www.socdem.cz)**

- Máte k dispozici archivy?

- řešeršní oddělení?
- pracovní skupiny pro jednotlivé oblasti politiky?

**ANO**

- Skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **vedením** strany a ostatními **funkcionáři**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze škály: zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5)

- ústně mezi dvěma či třemi lidmi
- telefon
- individuální emaily nebo dopisy
- internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...)
- telekonference
- skupinové porady
- emailová konference
- rozesílání hromadných textových zpráv (sms)
- informační bulletinů či jiné vnitrostranické tisky

- nástěnky
- denní svodky
- internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti)
- internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu)
- jiné:

**Interní informace**

8. Skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **funkcionáři a řadovými členy**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze škály: zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5)
- ústně mezi dvěma či třemi lidmi
  - telefon
  - individuální emaily nebo dopisy
  - internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...)
  - telekonference
  - skupinové porady
  - emailová konference
  - rozesílání hromadných textových zpráv (sms)
  - informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky
  - nástěnky
  - denní svodky
  - internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti)
  - internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu)
  - jiné:

**Interní informace**

9. Skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **vedením strany a řadovými členy**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze škály: zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5)
- ústně mezi dvěma či třemi lidmi
  - telefon
  - individuální emaily nebo dopisy
  - internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...)
  - telekonference
  - skupinové porady
  - emailová konference
  - rozesílání hromadných textových zpráv (sms)
  - informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky
  - nástěnky
  - denní svodky
  - internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti)
  - internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu)
  - jiné:

**Interní informace**

10. Jak mohou řadoví členové ovlivnit vnitrostranické rozhodování?

**Různé dle stupně rozhodování**

11. Chcete doplnit další formy/kanály vnitrostranické komunikace?

**Veřejná komunikace**

1. Existují ve vaší straně lidé zabývající se vztahy s veřejností (PR)?

*ANO*

2. Pokud ano, jaké používají prostředky?

*Interní informace*

3. Jaké vydáváte periodické i neperiodické tisky (tj. včetně kalendářů, letáků atd.)?

*Viz. informace na [www.socdem.cz](http://www.socdem.cz)*

4. Jste provozovatelem jiného média, případně jakého (rozhlas, televize)?

*NE*

5. Je vaše strana spojena (finančně, ideologicky) s některým z masových médií, případně s kterým?

*NE*

6. Kupujete si reklamní místo v některém z médií, případně ve kterém?

*ANO, zejména ve volební kampani;*

7. Rozdáváte reklamní předměty, případně jaké?

*ANO; každý rok dochází k částečné výměně.*

8. Jakou máte zpětnou vazbu od nečlenské veřejnosti?

*Setkání s voliči; telefonáty; e-mailové spojení, atd.*

9. Chcete doplnit další formy/kanály veřejné komunikace?

## KDU-ČSL

Vyplnil(a): Jaroslav Poláček, vedoucí analytického oddělení Ústřední kanceláře KDU-ČSL

Dotazník pro potřeby diplomové práce.

Vpisujte, prosím, údaje platné pro rok 2004.

### Vnitrostranická komunikace

1. Existují ve vaší straně lidé zabývající se vnitřními vztahy za účelem zefektivnění komunikace uvnitř strany?  
Ano
2. Pokud ano, jaké používají prostředky?  
Zdroji dat jsou nejrůznější sociologické výzkumy i data, která jsou získávána na základě vnitrostranických průzkumů.
3. Existují vnitrostranické řády pro výběr kandidátů do voleb a pro volby do stranických orgánů?  
Ano.
4. Pokud ne, jak je volba prováděna?
5. Jaká je strukturní organizace strany?  
Nejvyšším stranickým orgánem je Sjezd. Koná se 1x za 2 roky, 1x za 4 roky se volí nové stranické vedení. V období mezi sjezdy se schází přibližně 4-6x ročně tzv. Celostátní konference KDU-ČSL, je to grémium tvořené cca 100 osob – jeho členy jsou např. poslanci, senátoři, ale také lidé z krajských organizací. Tento orgán rozhoduje o vnitrostranických, ale především činí závazná politická rozhodnutí. Zpravidla 1x do měsíce se schází Celostátní výbor KDU-ČSL (cca 25 osob- tyto osoby jsou voleny sjezdem a členy jsou někteří poslanci, někteří senátoři, někteří hejtmané). Zpravidla 1x týdně se schází Předsednictvo KDU-ČSL (úplné složení: předseda, 1. místopředseda, místopředsedové, předseda klubu poslanců, předseda klubu senátorů, generální sekretář).  
KDU-ČSL má tzv. krajské organizace – pod každou z nich jsou organizace okresní, pak městské a místní.  
V roce 2004 platilo, že každý Sjezd je volební, změněno v roce 2005.
6. Máte k dispozici archivy?  
KDU-ČSL je jediná z politických stran, která má vlastní archiv, v němž se dají dohledat dokumenty z prvorepublikové doby, z období let 1945-1948 i z období následujícího.
  - rešeršní oddělení?
 Součástí Ústřední kanceláře KDU-ČSL je analytické oddělení, které se věnuje přípravám strategických materiálů, přípravám politiků na vystoupení (tj. vyhledávání podkladů). Pod toto oddělení spadá i archiv KDU-ČSL.
  - pracovní skupiny pro jednotlivé oblasti politiky?
 V KDU-ČSL jsou tzv. odborné komise, které se věnují určitým oblastem. Každá z komisí má svého předsedu, v jehož kompetenci je výběr členů komise. Komise se např. podílejí na přípravě programu strany.
7. Skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **vedením** strany a ostatními **funkcionáři**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze

škály: zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5)

To je spíše otázka na vedení strany, odpovídám subjektivně.

- ústně mezi dvěma či třemi lidmi 3
  - telefon 4
  - individuální emaily nebo dopisy 2
  - internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...) 1
  - telekonference 1
  - skupinové porady 5
  - emailová konference 3
  - rozesílání hromadných textových zpráv (sms) 5
  - informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky 5
  - nástěnky 3
  - denní svodky 3
  - internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti) 4
  - internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu) 2
  - jiné:
8. Skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **funkcionáři a řadovými členy**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze škály: zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5)
- ústně mezi dvěma či třemi lidmi 4
  - telefon 4
  - individuální emaily nebo dopisy 4
  - internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...)?
  - telekonference 1
  - skupinové porady 4
  - emailová konference
  - rozesílání hromadných textových zpráv (sms) 2
  - informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky 4
  - nástěnky 4
  - denní svodky 3
  - internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti) 5
  - internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu) 2
  - jiné:
9. Skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **vedením strany a řadovými členy**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze škály: zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5)
- ústně mezi dvěma či třemi lidmi 3
  - telefon 3
  - individuální emaily nebo dopisy 4
  - internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...)
  - telekonference 1
  - skupinové porady 4
  - emailová konference 2
  - rozesílání hromadných textových zpráv (sms) 3
  - informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky 5
  - nástěnky 4

- denní svodky 5
- internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti) 5
- internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu) 2
- jiné:

10. Jak mohou řadoví členové ovlivnit vnitrostranické rozhodování?

Viz Stanovy KDU-ČSL ([stanovy.kdu.cz](http://stanovy.kdu.cz))

11. Chcete doplnit další formy/kanály vnitrostranické komunikace?

Vzrůstá vliv elektronických kanálů díky jejich ceně a dostupnosti, KDU-ČSL nezanedbává a považuje za důležité i klasické kanály od tištěného periodika až po setkávání se členy a občany.

### **Veřejná komunikace**

1. Existují ve vaší straně lidé zabývající se vztahy s veřejností (PR)? Ano

2. Pokud ano, jaké používají prostředky?

Totožné jako výše.

3. Jaké vydáváte periodické i neperiodické tisky (tj. včetně kalendářů, letáků atd.)?

Periodickou tiskovinou KDU-ČSL je čtrnáctideník Nový HLAS. Několikrát za rok vydáváme plakáty, které slouží především k výlepu do nástěnek místních organizací KDU-ČSL (Vánoce, Velikonoce, Den matek, Den dětí, Sjezd – fotografie nového vedení KDU-ČSL, atd.), distribuce letáků je samozřejmě vyšší v období voleb, spolupracujeme i se státní správou a snažíme se pomoci s distribucí některých informací.

4. Jste provozovatelem jiného média, případně jakého (rozhlas, televize)? Ne

5. Je vaše strana spojena (finančně, ideologicky) s některým z masových médií, případně s kterým? Ne.

6. Kupujete si reklamní místo v některém z médií, případně ve kterém?

Většinou před volbami využíváme standardní formy inzerce. Tituly si vybíráme podle naší cílové skupiny.

7. Rozdáváte reklamní předměty, případně jaké?

Ano – tužky, balónky, kalendáříky, pastelky, samolepky, bonbóny....

8. Jakou máte zpětnou vazbu od nečlenské veřejnosti?

Sledujeme diskusní fórum na našich webových stránkách, dostáváme dopisy, telefonáty, odpovídáme na mailly z naší veřejné adresy [info@kdu.cz](mailto:info@kdu.cz).

9. Chcete doplnit další formy/kanály veřejné komunikace?



## KSČM

Vyplnil(a): Monika Hoření, tisková mluvčí KSČM

Dotazník pro potřeby diplomové práce.  
Vpisujte, prosím, údaje platné pro rok 2004.

### Vnitrostranická komunikace

1. Existují ve vaší straně lidé zabývající se vnitřními vztahy za účelem zefektivnění komunikace uvnitř strany? NE
- ~~2. Pokud ano, jaké používají prostředky?~~
3. Existují vnitrostranické řády pro výběr kandidátů do voleb a pro volby do stranických orgánů? ANO, existují
- ~~4. Pokud ne, jak je volba prováděna?~~
5. Jaká je strukturní organizace strany?  
dle stanov (přílohy)
6. Máte k dispozici archivy?  
- rešeršní oddělení? nikoli, rešeršními pracemi se zabývají příslušná oddělení Ústředního výboru  
- pracovní skupiny pro jednotlivé oblasti politiky? Existují odborné skupiny, jejichž sekce mají na starosti jednotlivé problematiky veřejného života
7. skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **vedením** strany a ostatními **funkcionáři**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze škály: zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5)
  - o ústně mezi dvěma či třemi lidmi 3
  - o telefon 3
  - o individuální emaily nebo dopisy 3
  - o internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...) 1
  - o telekonference 1
  - o skupinové porady 4
  - o emailové konference 1
  - o rozesílání hromadných textových zpráv 1
  - o informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky 2
  - o nástěnky 1
  - o denní svodky 3
  - o internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti) 3
  - o internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu)
  - o jiné: -----
8. skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **funkcionáři** a **řadovými členy**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze škály: zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5)
  - o ústně mezi dvěma či třemi lidmi 3
  - o telefon 3
  - o individuální emaily nebo dopisy 2
  - o internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...) 0
  - o telekonference 0

- |  |   |
|--|---|
| ○ skupinové porady   | 3 |
| ○ emailové konference  | 0 |
| ○ rozesílání hromadných textových zpráv                                | 0 |
| ○ informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky                   | 4 |
| ○ nástěnky   | 3 |
| ○ denní svodky   | 2 |
| ○ internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti)    | 4 |
| ○ internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu) | 0 |
| ○ jiné: -----  |   |
9. skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **vedením strany** a **řadovými členy**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze škály: zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5)
- |   |   |
|---|---|
| ○ ústně mezi dvěma či třemi lidmi   | 1 |
| ○ telefon   | 1 |
| ○ individuální emaily nebo dopisy   | 2 |
| ○ internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...) |   |
| ○ telekonference  | 0 |
| ○ skupinové porady  | 2 |
| ○ emailové konference   | 0 |
| ○ rozesílání hromadných textových zpráv   | 0 |
| ○ informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky                                    | 4 |
| ○ nástěnky  | 3 |
| ○ denní svodky  | 3 |
| ○ internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti)                     | 4 |
| ○ internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu)                  |   |
| ○ jiné: mítinky, besedy, veřejné akce, stanoviska                                       |   |
10. Jak mohou řadoví členové ovlivnit vnitrostranické rozhodování? dle stanov
11. Chcete doplnit další formy/kanály vnitrostranické komunikace? Veřejný tisk – deník Haló noviny, Rádio Haló Futura, týdeník Naše pravda

### Veřejná komunikace

- Existují ve vaší straně lidé zabývající se vztahy s veřejností (PR)? ANO
- Pokud ano, jaké používají prostředky? Jde o kontakt s médií, periodiky a dalšími sdělovacími prostředky, zaslání našich stanovisek, postojů, vystupování představitelů strany. Dalšími prostředky jsou webové stránky KSČM, stranická periodika, vydávání vlastních letáků či publikací, internetové rádio RHF, tiskové konference, mítinky, tradiční akce – 1. máj apod.
- Jaké vydáváte periodické a neperiodické tisky (tj. včetně kalendářů, letáků atd.)? KSČM podporuje vydávání jednoho celostátního deníku, jednoho týdeníku, vydává politicko-společenský čtvrtletník Alternativy. Stranické orgány na různých úrovních pak vydávají své vlastní periodika, která mají statuty měsíčníků, čtvrtletníků apod. Samozřejmě vydáváme i kalendáře, letáky,...
- Jste provozovatelem jiného média, případně jakého (rozhlas, televize)? NE (v roce 2004), 28. 6. 2005 začalo vysílat RHF

5. Je vaše strana spojena (finančně, ideologicky) s některým z masových médií, případně s kterým? NE
6. Koupíte si reklamní místo v některém z médií, případně v jakém? ANO
7. Rozdáváte reklamní předměty, případně jaké? ANO, rozdáváme (kalendářiky, balónky, puzzle...) i prodáváme různé reklamní předměty (tužky, propisky, otvíráky, tácky, zapalovače, trička,...)
8. Jakou máte zpětnou vazbu od nestranické veřejnosti? Zpětná vazba probíhá za prvé prostřednictvím zvláštní e-mailové adresy umístěné na webových stránkách KSČM (info@kscm.cz), dále je to samozřejmě přímým kontaktem našich funkcionářů i členů s veřejností na různých mítincích, setkáních, besedách a podobných akcích.
9. Chcete doplnit další formy/kanály veřejné komunikace?

Pozn. autorky – Radio Haló, které je uvedeno u otázky 11 prvního setu otázek, začalo vysílat až v roce 2005, tedy v období, které spadá mimo vymezení zájmu této práce. Tato skutečnost je uvedena u otázky 4 druhého setu.

**ODS**

Vyplnil(a): Štěpán Černoušek, tiskové oddělení ODS

Dotazník pro potřeby diplomové práce.

Vpisujte, prosím, údaje platné pro rok 2004.

**Vnitrostranická komunikace**

- Existují ve vaší straně lidé zabývající se vnitřními vztahy za účelem zefektivnění komunikace uvnitř strany?

*Ano*

- Pokud ano, jaké používají prostředky?

*Organizační sekce komunikuje prostřednictvím regionálních a oblastních manažerů – osobní kontakt, emailová a telefonní komunikace*

- Existují vnitrostranické řády pro výběr kandidátů do voleb a pro volby do stranických orgánů?

*Řídí se stanovami strany a eventuálně usneseními Výkonné rady ODS*

- Pokud ne, jak je volba prováděna?

- Jaká je strukturální organizace strany?

*viz stanovy <http://www.ods.cz/clenstvi/stanovy>*

- Máte k dispozici archivy? - *Ano*

- rešeršní oddělení? - *Ano*

- pracovní skupiny pro jednotlivé oblasti politiky? - *Ano*

- Skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **vedením** strany a ostatními **funkcionáři**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze škály: zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5) - *nelze obecně specifikovat, způsob komunikace se výrazně liší případ od případu*

o ústně mezi dvěma či třemi lidmi - *Ano*

o telefon - *Ano*

o individuální emaily nebo dopisy - *Ano*

o internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...) - *Ne*

o telekonference - *Ne*

o skupinové porady - *Ano*

o emailová konference - *Ne*

o rozesílání hromadných textových zpráv (sms) - *Ano*

o informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky - *Ano*

o nástěnky - *Ano*

o denní svodky - *Ano*

o internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti) - *Ano*

o internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu) - *Ano*

o jiné: *Kongresy, ideové konference, semináře, mítinky, regionální a oblastní rady apod.*

- Skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **funkcionáři** a **řadovými členy**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze škály:

zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5) –  
nelze obecně specifikovat, způsob komunikace se výrazně liší případ od případu

- ústně mezi dvěma či třemi lidmi - *Ano*
- telefon - *Ano*
- individuální emaily nebo dopisy - *Ano*
- internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...) - *Ne*
- telekonference - *Ne*
- skupinové porady - *Ano*
- emailová konference - *Ne*
- rozesílání hromadných textových zpráv (sms) - *Ne*
- informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky - *Ano*
- nástěnky - *Ano*
- denní svodky - *Ne*
- internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti) - *Ano*
- internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu) - *Ne*
- jiné: *Kongresy, ideové konference, semináře, mítinky, regionální a oblastní rady apod.*

9. Skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **vedením** strany a **řadovými členy**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze škály:

zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5) –  
nelze obecně specifikovat, způsob komunikace se výrazně liší případ od případu

- ústně mezi dvěma či třemi lidmi - *Ano*
- telefon - *Ano*
- individuální emaily nebo dopisy - *Ano*
- internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...) - *Ne*
- telekonference - *Ne*
- skupinové porady - *Ne*
- emailová konference - *Ne*
- rozesílání hromadných textových zpráv (sms) - *Ne*
- informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky - *Ano*
- nástěnky - *Ano*
- denní svodky - *Ne*
- internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti) - *Ano*
- internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu) - *Ne*
- jiné: *Kongresy, ideové konference, semináře, mítinky, regionální a oblastní rady apod.*

10. Jak mohou řadoví členové ovlivnit vnitrostranické rozhodování? –

*Prostřednictvím svých volených zástupců (např. Výkonná rada)*

11. Chcete doplnit další formy/kanály vnitrostranické komunikace?

### Veřejná komunikace

1. Existují ve vaší straně lidé zabývající se vztahy s veřejností (PR)? - *Ano*
2. Pokud ano, jaké používají prostředky? – *Běžné prostředky, PR, tiskové oddělení prostřednictvím médií*

3. Jaké vydáváte periodické i neperiodické tisky (tj. včetně kalendářů, letáků atd.)? – *pravidelný bulletin Listy ODS (6x ročně), sborníky z kongresů a konferencí, programy stínových ministrů (Modrá šance), příležitostné letáky apod.*
4. Jste provozovatelem jiného média, případně jakého (rozhlas, televize)? – *Ano, máme internetový zpravodajský server zpravy.ods.cz*
5. Je vaše strana spojena (finančně, ideologicky) s některým z masových médií, případně s kterým? – *Ne*
6. Kupujete si reklamní místo v některém z médií, případně ve kterém? – *Ano, převážně v tištěných médiích*
7. Rozdáváte reklamní předměty, případně jaké? – *Ano, běžné reklamní předměty*
8. Jakou máte zpětnou vazbu od nečlenské veřejnosti? – *zejména prostřednictvím médií, popř. průzkumy veřejného mínění*
9. Chcete doplnit další formy/kanály veřejné komunikace?

**US-DEU**

Vyplnil(a): Libuše Hebelková, tisková mluvčí US-DEU

Dotazník pro potřeby diplomové práce.

Vpisujte, prosím, údaje platné pro rok 2004.

**Vnitrostranická komunikace**

1. Existují ve vaší straně lidé zabývající se vnitřními vztahy za účelem zefektivnění komunikace uvnitř strany?

ano, je to tiskové oddělení

2. Pokud ano, jaké používají prostředky?

e-mail, telefon, pošta, info na schůzkách apd....

3. Existují vnitrostranické řády pro výběr kandidátů do voleb a pro volby do stranických orgánů?

Voleb se v US-DEU může zúčastnit každý, kdo splní podmínky volebních řádů a Stanov US-DEU ( na našich www. Stránkách – unie.cz)

4. Pokud ne, jak je volba prováděna?

5. Jaká je strukturní organizace strany?

Také obsaženo ve Stanovách (www.unie.cz)

6. Máte k dispozici archivy? ano

- řešeršní oddělení? ano

- pracovní skupiny pro jednotlivé oblasti politiky? ano

7. Skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **vedením** strany a ostatními **funkcionáři**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze škály: zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5)

o ústně mezi dvěma či třemi lidmi 4

o telefon 4

o individuální emaily nebo dopisy 3

o internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...) 2

o telekonference 1

o skupinové porady 4

o emailová konference 4

o rozesílání hromadných textových zpráv (sms 4

o informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky 2

o nástěnky 1

o denní svodky 3

o internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti) 4

o internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu) 2

o jiné:

8. Skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **funkcionáři** a **řadovými členy**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze škály: zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5)

o ústně mezi dvěma či třemi lidmi 3

o telefon 4

o individuální emaily nebo dopisy 4

- internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...) 4
  - telekonference 1
  - skupinové porady 3
  - emailová konference 4
  - rozesílání hromadných textových zpráv (sms) 4
  - informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky 3
  - nástěnky 2
  - denní svodky 3
  - internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti) 4
  - internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu) 2
  - jiné:
9. Skrze jaké kanály je uskutečňována komunikace mezi **vedením** strany a **řadovými členy**? (zaškrtněte a specifikujte, jaký význam či podíl daný typ má ze škály: zanedbatelný - 1, malý - 2, středně důležitý - 3, převažující - 4, nejdůležitější - 5) stejně jako u č.9
- ústně mezi dvěma či třemi lidmi
  - telefon
  - individuální emaily nebo dopisy
  - internetová služba umožňující posílání zpráv (ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger...)
  - telekonference 1
  - skupinové porady
  - emailová konference
  - rozesílání hromadných textových zpráv (sms) 2
  - informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky
  - nástěnky 3 Kraj od kraje je to různé
  - denní svodky 1
  - internetové stránky s neomezeným přístupem (přístupné veřejnosti) 5
  - internetové stránky s omezeným přístupem (nutná autorizace přístupu) 1
  - jiné: volební kampaně, školení, přednášky.....
10. Jak mohou řadoví členové ovlivnit vnitrostranické rozhodování?  
Každý člen má možnost ovlivnit vnitrostranické rozhodování, nejčastěji hlasováním....
11. Chcete doplnit další formy/kanály vnitrostranické komunikace?

### **Veřejná komunikace**

1. Existují ve vaší straně lidé zabývající se vztahy s veřejností (PR)? Ano, je to tiskové oddělení
2. Pokud ano, jaké používají prostředky?  
Internet, e-maily, tisk, letáky kontaktní kampaň apd...
3. Jaké vydáváte periodické i neperiodické tisky (tj. včetně kalendářů, letáků atd.)?  
Občasník, brožury (volební program, představení našich kandidátů...), letáky, billboardy, soutěže, ankety.....ples.....
4. Jste provozovatelem jiného média, případně jakého (rozhlas, televize)? ne
5. Je vaše strana spojena (finančně, ideologicky) s některým z masových médií, případně s kterým? ne
6. Kupujete si reklamní místo v některém z médií, případně ve kterém? V době voleb, většinou denní tisk (noviny) či časopisy
7. Rozdáváte reklamní předměty, případně jaké?



Ano, propisky, letáky, balónky, bonbóny, kytky..... Kraj od kraje je to různé

8. Jakou máte zpětnou vazbu od nečlenské veřejnosti?

Velmi častou, převažují e-mailové dotazy či rady, telefony apd.

9. Chcete doplnit další formy/kanály veřejné komunikace?

### 3. Tabulka shrnující technické údaje

	Název periodika	Oficiální zařazení	Pracovní zařazení	Periodicita	Počet zkoumaných výřisků	Rozsah
ČSSD	Pohled/Socánek	Čtrnáctideník sociální demokracie/Předvolební čtrnáctideník sociální demokracie	Veřejná komunikace/veřejná komunikace	Čtrnáctideník/čtrnáctideník	15/6	1 strana, novinový formát
KDU-ČSL	Nový hlas	Zpravodaj KDU-ČSL	Veřejná/vnitřní komunikace	Čtrnáctideník	22	8-12 stran, formát A4
KSCM	Naše pravda	Spoječensko-politický týdeník KSCM	Veřejná komunikace	Týdeník	50	16 stran, formát A3
ODS	Listy ODS	Informační bulletin Občanské demokratické strany	Veřejná/vnitřní komunikace	Nepravdivá	6	8-16 stran, formát A4
US-DEU	Agenda 12	Zpravodaj Unie s vobyt-Demokratické unie pro občany České republiky	Veřejná komunikace	Měsíčník	4	3 - 12 stran, novinový formát

## 4. Tabulková vyjádření dat dotazníkového šetření

### Komunikace mezi vedením strany a ostatními funkcionáři

	ČSSD	KDU- ČSL	KSČM	ODS	US- DEU	průměr
ústně mezi dvěma či třemi lidmi	-	3	3	ano	4	3,3
telefon	-	4	3	ano	4	3,7
individuální emaily nebo dopisy	-	2	3	ano	3	2,7
instant messaging	-	1	0	ne	2	1
telekonference	-	1	1	ne	1	1
skupinové porady	-	5	4	ano	4	4,3
emailová konference	-	3	1	ne	4	2,7
rozesílání hromadných textových zpráv	-	5	1	ano	4	3,3
informační bulletiny či jiné vnitrostranické tišky	-	5	2	ano	2	3
nástěnky	-	3	1	ano	1	1,7
denní svodky	-	3	3	ano	3	3
internetové stránky s neomezeným přístupem	-	4	3	ano	4	3,7
internetové stránky s omezeným přístupem	-	2	0	ano	2	1,3

Poznámka: Pro výpočet průměrné hodnoty jsou použity odpovědi pouze KDU-ČSL, KSČM a US-DEU. ODS uvedla pouze zda daný komunikační kanál využívá, či nikoli. ČSSD odpovědi neuvedla.

## Komunikace mezi funkcionáři a řadovými členy

	ČSSD	KDU- ČSL	KSČM	ODS	US- DEU	průměr
ústně mezi dvěma či třemi lidmi	-	4	3	ano	3	3,3
telefon	-	4	3	ano	4	3,7
individuální emaily nebo dopisy	-	4	2	ano	4	3,3
instant messaging	-	0	0	ne	4	1,3
telekonference	-	1	0	ne	1	0,7
skupinové porady	-	4	3	ano	3	3,3
emailová konference	-	0	0	ne	4	1,3
rozesílání hromadných textových zpráv	-	2	0	ne	4	2
informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky	-	4	4	ano	3	3,7
nástěnky	-	4	3	ano	2	3
denní svodky	-	3	2	ne	3	2,7
internetové stránky s neomezeným přístupem	-	5	4	ano	4	4,3
internetové stránky s omezeným přístupem	-	2	0	ne	2	1,3

## Komunikace mezi vedením strany a řadovými členy

	ČSSD	KDU- ČSL	KSČM	ODS	US- DEU	průměr
ústně mezi dvěma či třemi lidmi	-	3	1	ano	3	2,3
télefon	-	3	1	ano	4	2,7
individuální emaily nebo dopisy	-	4	2	ano	4	3,3
instanť messaging	-	1	0	ne	4	1,7
telekonference	-	1	0	ne	1	0,7
skupinové porady	-	4	2	ne	3	3
emaiťlová konference	-	2	0	ne	4	2
rozesiľání hromadných textových zpráv	-	3	0	ne	2	1,7
informační bulletiny či jiné vnitrostranické tisky	-	5	4	ano	3	4
nástěnky	-	4	3	ano	3	3,3
denňi svodky	-	5	3	ne	1	3
internetové stránky s neomezeným přístupem	-	5	4	ano	5	4,7
internetové stránky s omezeným přístupem	-	2	0	ne	1	1

## 5. Záznamové archy obsahové analýzy

### ČSSD

#### Pohled 1

Počet jednotek analýzy: 7

Relevantní: 4

EP: 1 (1. komentář, kampaň)

EU: 1 (1. komentář, vstup, pozitivní)

Krajské a senátní: 2 (1. komentář, kampaň, 2. rozhovor, kampaň)

#### Pohled 2

Počet jednotek analýzy: 6

Relevantní: 3

EP: 1 (1. komentář, kampaň)

EU: 1 (1. komentář, vstup, pozitivní)

Krajské a senátní: 1 (1. rozhovor, kampaň)

#### Pohled 3

Počet jednotek analýzy: 6

Relevantní: 3

EP: 1 (1. komentář, kampaň)

EU: 1 (1. komentář, česká zahraniční)

Krajské a senátní: 1 (1. rozhovor, kampaň)

#### Pohled 4

Počet jednotek analýzy: 5

Relevantní: 3

EP: 0

EU: 2 (1. komentář, vstup, pozitivní, 2. zpráva, vstup, pozitivní)

Krajské a senátní: 1 (1. komentář, kampaň)

#### Pohled 5

Počet jednotek analýzy: 7

Relevantní: 3

EP: 1 (1. komentář, kampaň)

EU: 1 (1. komentář, vstup, pozitivní)

Krajské a senátní: 1 (1. rozhovor, kampaň)

#### Pohled 6

Počet jednotek analýzy: 6

Relevantní: 5

EP: 3 (1. rozhovor, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. komentář, kampaň)

EU: 1 (1. komentář, vstup, pozitivní)

Krajské a senátní: 1 (1. rozhovor, kampaň)

#### Pohled 7

Počet jednotek analýzy: 6

**Relevantní: 6**

**EP: 4** (1. komentář, průběh, 2. komentář, kampaň, 3. komentář, kampaň, 4. komentář, kampaň)

**EU: 1** (1. komentář, vstup, pozitivní)

**Krajské a senátní: 1** (1. komentář, kampaň)

**Pohled 8**

**Počet jednotek analýzy: 7**

**Relevantní: 5**

**EP: 3** (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. komentář, kampaň)

**EU: 1** (1. komentář, vstup, pozitivní)

**Krajské a senátní: 1** (1. komentář, průběh)

**Pohled 9**

**Počet jednotek analýzy: 6**

**Relevantní: 3**

**EP: 2** (1. komentář, průběh, 2. komentář, kampaň)

**EU: 1** (1. komentář, vstup, pozitivní)

**Krajské a senátní: 0**

**Pohled 10**

**Počet jednotek analýzy: 11**

**Relevantní: 4**

**EP: 3** (1. jedňák, průběh, 2. komentář, kampaň, 3. rozhovor, kampaň)

**EU: 1** (1. jedňák, politika ČR)

**Krajské a senátní: 0**

**Pohled 11**

**Počet jednotek analýzy: 8**

**Relevantní: 5**

**EP: 5** (1. komentář, kampaň, 2. komentář, průběh, 3. komentář, kampaň, 4. komentář, kampaň, 5. komentář, kampaň)

**EU: 0**

**Krajské a senátní: 0**

**Pohled 12**

**Počet jednotek analýzy: 11**

**Relevantní: 3**

**EP: 3** (1. komentář, hodnocení výsledků, negativní, 2. komentář, hodnocení výsledků, negativní, 3. komentář, hodnocení výsledků, negativní)

**EU: 0**

**Krajské a senátní: 0**

**Pohled 13**

**Počet jednotek analýzy: 4**

**Relevantní: 2**

**EP: 1** (1. komentář, hodnocení výsledků, negativní)

**EU: 0**

**Krajské a senátní: 1** (1. komentář, kampaň)

**Socánek 14**

**Počet jednotek analýzy: 3**

**Relevantní: 3**

**EP: 0**

**EU: 0**

**Krajské a senátní: 3** (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. komentář, kampaň)

**Socánek 15**

**Počet jednotek analýzy: 3**

**Relevantní: 3**

**EP: 0**

**EU: 0**

**Krajské a senátní: 3** (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. komentář, kampaň)

**Socánek 16**

**Počet jednotek analýzy: 3**

**Relevantní: 3**

**EP: 0**

**EU: 0**

**Krajské a senátní: 3** (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. komentář, kampaň)

**Socánek 17**

**Počet jednotek analýzy: 3**

**Relevantní: 3**

**EP: 0**

**EU: 0**

**Krajské a senátní: 3** (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. komentář, kampaň)

**Socánek 18**

**Počet jednotek analýzy: 3**

**Relevantní: 3**

**EP: 0**

**EU: 0**

**Krajské a senátní: 3** (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. komentář, kampaň)

**Socánek 19**

**Jednotky analýzy: 2**

**Relevantní: 1**

**EP: 0**

**EU: 0**

**Krajské a senátní: 1** (1. komentář, kampaň)

**Pohled 20**

**Počet jednotek analýzy: 5**

**Relevantní: 1**

**EP: 0**

**EU: 1** (1. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní: 0**

**Pohled 21**



**Počet jednotek analýzy: 5**

**Relevantní: 0**

**EP: 0**

**EU: 0**

**Krajské a senátní: 0**

**KDU-ČSL****Nový hlas 1****Počet jednotek analýzy: 22****Relevantní: 8****EP: 1 (1. komentář, kampaň)****EU: 2 (1. komentář, unijní politika, 2. komentář, unijní politika)****Krajské a senátní: 5 (1. komentář, kampaň, 2. rozhovor, kampaň, 3. jedňák, kampaň, 4. jedňák, kampaň, 5. jedňák, kampaň)****Nový hlas 2****Počet jednotek analýzy: 24****Relevantní: 6****EP: 2 (1. komentář, kampaň, 2. jedňák, kampaň)****EU: 0****Krajské a senátní: 4 (1. jedňák, kampaň, 2. jedňák, kampaň, 3. jedňák, kampaň, 4. jedňák, kampaň)****Nový hlas 3****Počet jednotek analýzy: 26****Relevantní: 4****EP: 3 (1. jedňák, kampaň, 2. rozhovor, kampaň, 3. komentář, kampaň)****EU: 1 (1. komentář, česká zahraniční)****Krajské a senátní: 0****Nový hlas 4****Počet jednotek analýzy: 22****Relevantní: 6****EP: 1 (1. komentář, kampaň)****EU: 4 (1. komentář, unijní politika, 2. komentář, česká zahraniční, 3. komentář, unijní politika, 4. komentář, česká zahraniční)****Krajské a senátní: 1 (1. rozhovor, kampaň)****Nový hlas 5****Počet jednotek analýzy: 22****Relevantní: 9****EP: 2 (1. zpráva, kampaň, 2. komentář, kampaň)****EU: 3 (1. komentář, česká zahraniční, 2. komentář, vstup, neutrální, 3. komentář, česká zahraniční)****Krajské a senátní: 4 (1. zpráva, kampaň, 2. jedňák, kampaň, 3. zpráva, kampaň, 4. komentář, kampaň)****Nový hlas 6****Počet jednotek analýzy: 21****Relevantní: 7****EP: 1 (1. komentář, kampaň)****EU: 2 (1. komentář, unijní politika, 2. vstup, pozitivní)****Krajské a senátní: 4 (1. jedňák, kampaň, 2. jedňák, kampaň, 3. jedňák, kampaň, 4. komentář, kampaň)**

**Nový hlas 7**

**Počet jednotek analýzy: 21**

**Relevantní: 5**

**EP: 3 (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. komentář, kampaň)**

**EU: 0**

**Krajské a senátní: 2 (1. komentář, kampaň, 2. rozhovor, kampaň)**

**Nový hlas 8**

**Počet jednotek analýzy: 11**

**Relevantní: 7**

**EP: 5 (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. komentář, kampaň, 4. rozhovor, kampaň, 5. komentář, kampaň)**

**EU: 2 (1. komentář, unijní politika, 2. komentář, vstup, pozitivní)**

**Krajské a senátní: 0**

**Nový hlas 9**

**Počet jednotek analýzy: 12**

**Relevantní: 9**

**EP: 3 (1. rozhovor, kampaň, 2. rozhovor, kampaň, 3. rozhovor, kampaň)**

**EU: 5 (1. komentář, vstup, pozitivní, 2. komentář, vstup, pozitivní, 3. komentář, vstup, pozitivní, 4. komentář, unijní politika, 5. komentář, česká zahraniční politika)**

**Krajské a senátní: 1 (1. komentář, kampaň)**

**Nový hlas 10**

**Počet jednotek analýzy: 11**

**Relevantní: 8**

**EP: 3 (1. zpráva, kampaň, 2. rozhovor, kampaň, 3. rozhovor, kampaň)**

**EU: 4 (1. komentář, vstup, pozitivní, 2. zpráva, unijní politika, 3. komentář, česká zahraniční, 4. komentář, vstup, pozitivní)**

**Krajské a senátní: 1 (1. komentář, kampaň)**

**Nový hlas 11**

**Počet jednotek analýzy: 13**

**Relevantní: 11**

**EP: 11 (1. komentář, kampaň, 2. rozhovor, kampaň, 3. komentář, kampaň, 4. komentář, kampaň, 5. komentář, kampaň, 6. komentář, kampaň, 7. komentář, kampaň, 8. komentář, kampaň, 9. komentář, kampaň, 10. komentář, kampaň, 11. komentář, kampaň)**

**EU: 0**

**Krajské a senátní: 0**

**Nový hlas 12**

**Počet jednotek analýzy: 17**

**Relevantní: 6**

**EP: 6 (1. komentář, hodnocení, pozitivní, 2. komentář, hodnocení, pozitivní, 3. rozhovor, hodnocení, pozitivní, 4. komentář, průběh, 5. komentář, hodnocení, pozitivní, 6. komentář, průběh)**

**EU: 0**

**Krajské a senátní: 0**

**Nový hlas 13**

**Počet jednotek analýzy: 23**

**Relevantní: 9**

**EP: 0**

**EU: 2 (1. komentář, unijní politika, 2. zpráva, unijní politika)**

**Krajské a senátní: 7 (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. zpráva, kampaň, 4. komentář, kampaň, 5. rozhovor, kampaň, 6. komentář, kampaň, 7. komentář, kampaň)**

**Nový hlas 14**

**Počet jednotek analýzy: 13**

**Relevantní: 5**

**EP: 0**

**EU: 3 (1. zpráva, unijní, 2. komentář, česká zahraniční, 3. komentář, česká zahraniční)**

**Krajské a senátní: 2 (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň)**

**Nový hlas 15**

**Počet jednotek analýzy: 18**

**Relevantní: 5**

**EP: 0**

**EU: 4 (1. komentář, česká zahraniční, 2. zpráva, unijní politika, 3. komentář, unijní dění, 4. komentář, česká zahraniční politika)**

**Krajské a senátní: 1 (1. komentář, kampaň)**

**Nový hlas 16**

**Počet jednotek analýzy: 16**

**Relevantní: 7**

**EP: 0**

**EU: 2 (1. zpráva, unijní politika, 2. komentář, česká zahraniční politika)**

**Krajské a senátní: 5 (1. zpráva, kampaň, 2. zpráva, kampaň, 3. komentář, kampaň, 4. komentář, kampaň, 5. komentář, kampaň)**

**Nový hlas 17**

**Počet jednotek analýzy: 13**

**Relevantní: 4**

**EP: 0**

**EU: 1 (1. komentář, unijní)**

**Krajské a senátní: 3 (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. komentář, kampaň)**

**Nový hlas 18**

**Počet jednotek analýzy: 27**

**Relevantní: 21**

**EP: 0**

**EU: 1 (1. zpráva, unijní politika)**

**Krajské a senátní: 20 (1. komentář, kampaň, 2. zpráva, kampaň, 3. komentář, kampaň, 4. komentář, kampaň, 5. komentář, kampaň, 6. komentář, kampaň, 7. komentář, kampaň, 8. komentář, kampaň, 9. komentář, kampaň, 10. komentář, kampaň, 11. komentář, kampaň, 12. komentář, kampaň, 13. komentář, kampaň, 14. komentář, kampaň, 15. komentář, kampaň, 16. komentář, kampaň, 17. komentář, kampaň, 18. rozhovor, kampaň, 19. komentář, kampaň, 20. zpráva, kampaň)**

**Nový hlas 19**

**Počet jednotek analýzy: 22**

**Relevantní: 17**

**EP: 0**

**EU: 2** (1. zpráva, unijní politika, 2. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní: 15** (1. komentář, hodnocení, pozitivní, 2. zpráva, hodnocení, pozitivní, 3. komentář, hodnocení, pozitivní, 4. komentář, hodnocení, pozitivní, 5. komentář, hodnocení, negativní, 6. komentář, hodnocení, pozitivní, 7. komentář, hodnocení, pozitivní, 8. komentář, hodnocení, pozitivní, 9. komentář, hodnocení, pozitivní, 10. komentář, hodnocení, pozitivní, 11. komentář, hodnocení, pozitivní, 12. komentář, hodnocení, negativní, 13. komentář, hodnocení, pozitivní, 14. komentář, hodnocení, negativní, 15. komentář, hodnocení, pozitivní)

**Nový hlas 20**

**Počet jednotek analýzy: 14**

**Relevantní: 8**

**EP:0**

**EU: 2** (1. komentář, unijní politika, 2. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní: 6** (1. komentář, hodnocení, neutrální, 2. rozhovor, hodnocení, pozitivní, 3. komentář, hodnocení, pozitivní, 4. rozhovor, průběh, 5. rozhovor, hodnocení, pozitivní, 6. rozhovor, hodnocení, pozitivní)

**Nový hlas 21**

**Počet jednotek analýzy: 17**

**Relevantní: 10**

**EP: 0**

**EU: 5** (1. komentář, unijní politika, 2. komentář, unijní politika, 3. komentář, unijní politika, 4. komentář, vstup, negativní, 5. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní: 5** (1. komentář, hodnocení, pozitivní, 2. komentář, hodnocení, negativní, 3. komentář, hodnocení, neutrální, 4. komentář, hodnocení, pozitivní, 5. komentář, průběh)

**Nový hlas 22**

**Počet jednotek analýzy: 13**

**Relevantní: 3**

**EP: 0**

**EU: (1. komentář, unijní politika)**

**Krajské a senátní: (1. komentář, hodnocení, pozitivní, 2. komentář, hodnocení, pozitivní)**

## Naše pravda

### Číslo 1

**Počet jednotek analýzy: 67**

**Relevantní: 5**

**Volby do EP: 1** (1. komentář, kampaň)

**EU: 4** (1. jedňák, unijní politika, 2. zpráva, unijní politika, 3. komentář, unijní politika, 4. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní: 0**

### Číslo 2

**Počet jednotek analýzy: 60**

**Relevantní: 10**

**Volby do EP: 4** (1. komentář, kampaň, 2. jedňák, průběh, 3. jedňák, průběh, 4. jedňák, kampaň)

**EU: 6** (1. jedňák, vstup, negativní, 2. zpráva, vstup, negativní, 3. zpráva, vstup, negativní, 4. komentář, vstup, negativní, 5. článek převzatý ze zahraničního tisku, unijní politika, 6. rozhovor, vstup, negativní)

**Krajské a senátní: 0**

### Číslo 3

**Počet jednotek analýzy: 47**

**Relevantní: 10**

**Volby do EP: 1** (1. komentář, kampaň)

**EU: 9** (1. vstup, negativní, 2. rozhovor, unijní politika, 3. jedňák, unijní politika, 4. jedňák, unijní politika, 5. jedňák, unijní politika, 6. jedňák, unijní politika, 7. komentář, vstup, negativní, 8. převzatá zpráva, unijní politika, 9. převzatá zpráva, unijní politika)

**Krajské a senátní: 0**

### Číslo 4

**Počet jednotek analýzy: 67**

**Relevantní: 8**

**Volby do EP: 3** (1. zpráva, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. komentář, kampaň)

**EU: 4** (1. jedňák, česká politika, 2. zpráva, vstup, negativní, 3. zpráva, vstup, negativní, 4. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní: 1** (1. rozhovor, kampaň)

### Číslo 5

**Počet jednotek analýzy: 62**

**Relevantní: 8**

**Volby do EP: 2** (1. komentář, kampaň, 2. jedňák, kampaň)

**EU 6:** (1. jedňák, vstup, negativní, 2. zpráva, česká politika, 3. zpráva, vstup, negativní, 4. zpráva, unijní politika, 5. zpráva převzatá ze zahraničního tisku, česká zahraniční politika, 6. zpráva převzatá ze zahraničního tisku, unijní politika)

**Krajské a senátní: 0**

### Číslo 6

**Počet jednotek analýzy: 47**

**Relevantní: 4**

**Volby do EP: 1** (1. zpráva, kampaň)

**EU: 3** (1. zpráva, vstup, negativní, 2. komentář, unijní politika, 3. zpráva převzata ze zahraničního tisku, unijní politika)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 7**

**Počet jednotek analýzy: 60**

**Relevantní: 3**

**Volby do EP: 1** (1. jedňák, kampaň)

**EU: 2** (1. jedňák, česká politika, 2. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 8**

**Počet jednotek analýzy: 54**

**Relevantní: 3**

**Volby do EP: 0**

**EU: 3** (1. jedňák, unijní politika, 2. zpráva, vstup, negativní, 3. rozhovor, unijní politika)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 9**

**Počet jednotek analýzy: 74**

**Relevantní: 7**

**Volby do EP: 2** (1. jedňák, kampaň, 2. jedňák, průběh)

**EU: 5** (1. jedňák, česká zahraniční, 2. vstup, negativní, 3. komentář, česká zahraniční, 4. komentář, česká zahraniční, 5. komentář, česká zahraniční)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 10,**

**Počet jednotek analýzy: 48**

**Relevantní: 4**

**Volby do EP: 0**

**EU: 4** (1. zpráva, česká politika, 2. komentář, unijní politika, 3. komentář, unijní politika, 4. komentář, česká politika)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 11**

**Počet jednotek analýzy: 56**

**Relevantní: 7**

**Volby do EP: 1** (1. zpráva, průběh)

**EU: 6** (1. jedňák, česká politika, 2. jedňák, česká politika, 3. zpráva, unijní politika, 4. komentář, unijní dění, 5. komentář, unijní politika, 6. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 12**

**Počet jednotek analýzy: 53**

**Relevantní: 8**

**Volby do EP: 1** (1. jedňák, průběh)

**EU: 7** (1. jedňák, unijní politika, 2. zpráva, politika ČR, 3. komentář, unijní politika, 4. jedňák, unijní politika, 5. komentář, dopad vstupu, negativní, 6. zpráva, vstup, negativní, 7. zpráva, unijní politika)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 13**

**Počet jednotek analýzy: 47**

**Relevantní: 0**

**Volby do EP: 0**

**EU: 0**

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 14**

**Počet jednotek analýzy: 53**

**Relevantní: 6**

**Volby do EP: 2 (1., zpráva, průběh, 2., zpráva, kampaň)**

**EU: 4 (1. komentář, dění uvnitř unie, 2. zpráva, vstup, negativní, 3. komentář, zahraniční politika ČR směrem k EU, 4. komentář, unijní politika)**

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 15**

**Počet jednotek analýzy: 61**

**Relevantní: 5**

**Volby do EP: 0**

**EU: 4 (1. jedňák, česká zahraniční, 2. jedňák, vstup, negativní, 3. jedňák, vstup, negativní, 4. převzatá zpráva, unijní politika)**

**Krajské a senátní: 1 (1. zpráva, kampaň)**

**Číslo 16**

**Počet jednotek analýzy: 44**

**Relevantní: 4**

**Volby do EP: 2 (1. jedňák, průběh, 2. komentář, kampaň)**

**EU: 2 (1. komentář, vstup, negativní, 2. komentář, vstup, negativní)**

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 17**

**Počet jednotek analýzy: 61**

**Relevantní: 2**

**Volby do EP: 1 (1. komentář, kampaň)**

**EU: 1 (1. zpráva, vstup, negativní)**

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 18**

**Počet jednotek analýzy: 46**

**Relevantní: 10**

**Volby do EP: 5 (1. komentář, kampaň, 2. jedňák, kampaň, 3. jedňák, kampaň, 4. jedňák, kampaň, 5. rozhovor, kampaň)**

**EU: 5 (1. jedňák, unijní politika, 2. komentář, vstup, negativní, 3. jedňák, vstup, negativní, 4. jedňák, unijní politika, 5. komentář, vstup, negativní)**

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 19**

**Počet jednotek analýzy: 53**



**Relevantní: 15**

**Volby do EP: 5** (1. zpráva, průběh, 2. jedňák, kampaň, 3. rozhovor, kampaň, 4. zpráva, kampaň, 5. zpráva, kampaň)

**EU: 10** (1. komentář, vstup, negativní, 2. jedňák, česká politika, 3. jedňák, vstup, neutrální, 4. jedňák, vstup, neutrální, 5. jedňák, unijní politika, 6. komentář, unijní politika, 7. jedňák, vstup, negativní, 8. komentář, česká politika 9. komentář, unijní politika, 10. komentář, vstup, negativní)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 20**

**Počet jednotek analýzy: 53**

**Relevantní: 13**

**Volby do EP: 5** (1. komentář, kampaň 2., zpráva, kampaň, 3. jedňák, kampaň, 4. komentář, kampaň, 5. komentář, průběh)

**EU: 8** (1. jedňák, politika ČR, 2. jedňák, vstup, negativní 3. jedňák, vstup, negativní, 4. zpráva, politika ČR, 5. převzatá zpráva, unijní dění, 6. převzatí zpráva, unijní dění, 7. převzatí zpráva, zahraniční politika ČR k EU, 8. zpráva, unijní politika)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 21**

**Počet jednotek analýzy: 57**

**Relevantní: 5**

**Volby do EP: 3** (1., komentář, kampaň, 2. zpráva, průběh, 3. zpráva, kampaň)

**EU: 2** (1. zpráva, unijní politika, 2. komentář, vstup, negativní)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 22**

**Počet jednotek analýzy: 52**

**Relevantní: 11**

**Volby do EP: 3** (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. rozhovor, kampaň)

**EU: 7** (1. jedňák, česká politika, 2. jedňák, česká politika., 3. jedňák, unijní politika, 4. zpráva, unijní politika, 5. komentář, vstup, negativní, 6. zpráva, unijní politika, 7. rozhovor, unijní politika)

**Krajské a senátní: 1** (1. komentář, průběh)

**Číslo 23**

**Počet jednotek analýzy: 47**

**Relevantní: 10**

**Volby do EP: 6** (1. komentář, kampaň, 2. zpráva, kampaň, 3. jedňák, průběh, 4. rozhovor, kampaň, 5. rozhovor, kampaň, 6. komentář, kampaň)

**EU: 4** (1. jedňák, česká politika, 2. jedňák, vstup, negativní, 3. zpráva, unijní politika, 4. komentář, vstup, negativní)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 24**

**Počet jednotek analýzy: 53**

**Relevantní: 3**

**Volby do EP: 2** (1. zpráva, hodnocení, pozitivní, 2. zpráva, hodnocení, pozitivní)

**EU: 1** (1. zpráva, česká zahraniční politika)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 25**

**Počet jednotek analýzy: 53**

**Relevantní: 10**

**Volby do EP: 8** (1. komentář, hodnocení, pozitivní, 2. jedňák, průběh, 3. jedňák, hodnocení, pozitivní, 4. komentář, hodnocení, negativní, 5. komentář, hodnocení, negativní, 6. komentář, hodnocení, pozitivní, 7. komentář, průběh, 8. komentář, hodnocení, pozitivní)

**EU: 2** (1. jedňák, unijní dění, 2. převzatá zpráva, unijní politika)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 26**

**Počet jednotek analýzy: 52**

**Relevantní: 6**

**Volby do EP: 5** (1. zpráva, průběh, 2. zpráva, průběh, 3. komentář, průběh, 4. komentář, průběh, 5. rozhovor, hodnocení, pozitivní)

**EU: 1** (1. jedňák, unijní politika)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 27**

**Počet jednotek analýzy: 53**

**Relevantní: 4**

**Volby do EP: 2** (1. komentář, hodnocení, pozitivní, 2. rozhovor, hodnocení, negativní,

**EU: 2** (1. komentář, vstup, negativní, 2. převzatá zpráva, unijní politika)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 28**

**Počet jednotek analýzy: 51**

**Relevantní: 4**

**Volby do EP: 1** (1. zpráva, průběh)

**EU: 1** (1. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní: 2** (1. rozhovor, kampaň, 2. rozhovor, kampaň)

**Číslo 29**

**Počet jednotek analýzy: 58**

**Relevantní: 3**

**Volby do EP: 0**

**EU: 3** (1. jedňák, česká zahraniční, 2. jedňák, vstup, negativní, 3. zpráva, vstup, negativní)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 30**

**Počet jednotek analýzy: 54**

**Relevantní: 8**

**Volby do EP: 0**

**EU: 6** (1. jedňák, unijní politika, 2. zpráva, česká zahraniční, 3. jedňák, unijní politika, 4. komentář, česká zahraniční, 5. převzatá zpráva, unijní politika, 6. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní: 2** (1. jedňák, kampaň, 2. jedňák, kampaň)

**Číslo 31**

**Počet jednotek analýzy: 45**

**Relevantní: 3**

**Volby do EP: 0**

**EU: 3** (1. jedňák, česká zahraniční, 2. komentář, unijní dění, 3. převzatá zpráva, unijní politika)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 32**

**Počet jednotek analýzy: 54**

**Relevantní: 5**

**Volby do EP: 0**

**EU: 5** (1. jedňák, česká zahraniční, 2. zpráva, vstup, negativní, 3. komentář, vstup, negativní, 4. komentář, unijní politika, 5. převzatá zpráva, unijní politika)

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 33**

**Počet jednotek analýzy: 57**

**Relevantní: 4**

**Volby do EP: 1** (1. převzatá zpráva, hodnocení, pozitivní)

**EU: 2** (1. jedňák, unijní politika, 2. jedňák, unijní politika)

**Krajské a senátní: 1** (1. komentář, kampaň)

**Číslo 34**

**Počet jednotek analýzy: 48**

**Relevantní: 2**

**Volby do EP: 0**

**EU: 1** (1. jedňák, unijní politika)

**Krajské a senátní: 1** (1. komentář, kampaň)

**Číslo 35**

**Počet jednotek analýzy: 57**

**Relevantní: 3**

**Volby do EP: 0**

**EU: 2** (1. zpráva, česká politika, 2. zpráva, vstup, negativní)

**Krajské a senátní: 1** (1. rozhovor, kampaň)

**Číslo 36**

**Počet jednotek analýzy: 48**

**Relevantní: 6**

**Volby do EP: 0**

**EU: 4** (1. jedňák, česká zahraniční, 2. jedňák, unijní politika, 3. převzatá zpráva, unijní politika, 4. komentář, česká zahraniční)

**Krajské a senátní: 2** (1. komentář, kampaň, 2. zpráva, průběh)

**Číslo 37**

**Počet jednotek analýzy: 61**

**Relevantní: 8**

**Volby do EP: 1** (1. jedňák, průběh)

**EU: 2** (1. jednák, česká zahraniční, 2. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní: 5** (1. zpráva, kampaň, 2. zpráva, kampaň, 3. komentář, kampaň, 4. zpráva, kampaň, 5. komentář, kampaň)

#### Číslo 38

**Počet jednotek analýzy: 48**

**Relevantní: 6**

**Volby do EP: 1** (1. komentář, průběh)

**EU: 0**

**Krajské a senátní: 5** (1. zpráva, průběh, 2. komentář, průběh, 3. komentář, kampaň, 4. komentář, kampaň, 5. rozhovor, kampaň)

#### Číslo 39

**Počet jednotek analýzy: 56**

**Relevantní: 7**

**Volby do EP: 0**

**EU: 3** (1. jednák, česká zahraniční, 2. jednák, vstup, negativní, 3. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní: 4** (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. rozhovor, kampaň, 4. rozhovor, kampaň)

#### Číslo 40

**Počet jednotek analýzy: 51**

**Relevantní: 6**

**Volby do EP: 0**

**EU: 1** (1. zpráva, unijní politika)

**Krajské a senátní: 5** (1. rozhovor, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. rozhovor, kampaň, 4. rozhovor, kampaň, 5. komentář, kampaň)

#### Číslo 41

**Počet jednotek analýzy: 46**

**Relevantní: 7**

**Volby do EP: 0**

**EU: 2** (1. komentář, unijní politika, 2. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní: 5** (1. komentář, kampaň, 2. komentář, hodnocení, negativní, 3. zpráva, kampaň, 3. rozhovor, kampaň, 4. rozhovor, kampaň, 5. rozhovor, kampaň)

#### Číslo 42

**Počet jednotek analýzy: 45**

**Relevantní: 10**

**Volby do EP: 0**

**EU: 1** (1. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní: 9** (1. komentář, průběh, 2. komentář, kampaň, 3. rozhovor, kampaň, 4. rozhovor, kampaň, 5. rozhovor, kampaň, 6. rozhovor, kampaň, 7. rozhovor, kampaň, 8. rozhovor, kampaň, 9. komentář, průběh)

#### Číslo 43

**Počet jednotek analýzy: 53**

**Relevantní: 21**

**Volby do EP: 0**

EU: 2 (1. jedňák, unijní politika, 2. komentář, unijní politika,

**Krajské a senátní:** 19 (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. komentář, kampaň, 4. komentář, kampaň, 5. komentář, kampaň, 6. komentář, kampaň, 7. komentář, kampaň, 8. zpráva, kampaň, 9. komentář, kampaň, 10. komentář, kampaň, 11. komentář, kampaň, 12. komentář, kampaň, 13. rozhovor, kampaň, 14. komentář, kampaň, 15. komentář, kampaň, 16. komentář, kampaň, 17. komentář, kampaň, 18. komentář, kampaň, 19. komentář, kampaň)

#### Číslo 44

**Počet jednotek analýzy:** 46

**Relevantní:** 9

**Volby do EP:** 0

EU: 5 (1. jedňák, unijní politika, 2. komentář, unijní politika, 3. převzatá zpráva, unijní politika, 4. komentář, unijní politika, 5. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní:** 4 (1. komentář, hodnocení, negativní, 2. komentář, hodnocení, pozitivní, 3. zpráva, průběh, 4. komentář, průběh)

#### Číslo 45

**Počet jednotek analýzy:** 47

**Relevantní:** 6

**Volby do EP:** 0

EU: 1 (1. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní:** 5 (1. jedňák, průběh, 2. rozhovor, hodnocení, pozitivní, 3. zpráva, hodnocení, pozitivní, 4. zpráva, hodnocení, negativní, 5. komentář, hodnocení, negativní)

#### Číslo 46

**Počet jednotek analýzy:** 49

**Relevantní:** 7

**Volby do EP:** 0

EU: 1 (1. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní:** 6 (1. jedňák, hodnocení, negativní, 2. jedňák, hodnocení, negativní, 3. zpráva, průběh, 4. jedňák, hodnocení, neutrální, 5. komentář, průběh, 6. komentář, hodnocení, pozitivní)

#### Číslo 47

**Počet jednotek analýzy:** 51

**Relevantní:** 9

**Volby do EP:** 0

EU: 6 (1. komentář, unijní dění, 2. jedňák, unijní politika, 3. zpráva, dopad, neutrální, 4. zpráva, unijní politika, 5. převzatá zpráva, unijní politika, 6. zpráva, unijní politika)

**Krajské a senátní:** 3 (1. jedňák, hodnocení, neutrální, 2. jedňák, hodnocení, neutrální, 3. zpráva, hodnocení, neutrální)

#### Číslo 48

**Počet jednotek analýzy:** 46

**Relevantní:** 4

**Volby do EP:** 0

EU: 2 (1. komentář, unijní politika, 2. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní:** 2 (1. komentář, hodnocení, negativní, 2. komentář, hodnocení, negativní)

**Číslo 49**

**Počet jednotek analýzy: 43**

**Relevantní: 1**

**Volby do EP: 0**

**EU: 1 (1. komentář, unijní politika)**

**Krajské a senátní: 0**

**Číslo 50-51**

**Počet jednotek analýzy: 40**

**Relevantní: 0**

**Volby do EP: 0**

**EU: 0**

**Krajské a senátní: 0**

**ODS****Číslo 1****Počet jednotek analýzy: 10****Relevantní: 3****Volby do EP: 3 (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. komentář, kampaň)****EU: 0****Krajské a senátní volby: 0****Číslo 2****Počet jednotek analýzy: 13****Relevantní: 4****Volby do EP: 1 (1. komentář, kampaň)****EU: 2 (1. komentář, unijní politika, 2. komentář, česká zahraniční politika)****Krajské a senátní volby: 1 (1. komentář, kampaň)****Číslo 3****Počet jednotek analýzy: 24****Relevantní: 5****Volby do EP: 5 (1. jedňák, hodnocení, neutrální, 2. jedňák, hodnocení, pozitivní, negativní pro vládní strany, 3. komentář, hodnocení voleb, pozitivní, 4. komentář, výsledky voleb, pozitivní, 5. komentář, výsledky voleb, pozitivní)****EU: 0****Krajské a senátní volby: 0****Číslo 4****Počet jednotek analýzy: 26****Relevantní: 22****Volby do EP: 0****EU: 0****Krajské a senátní volby: 22 (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. komentář, kampaň, 4. komentář, kampaň, 5. komentář, kampaň, 6. – 22, komentáře kandidátů, kampaň)****Číslo 5****Počet jednotek analýzy: 20****Relevantní: 15****Volby do EP: 0****EU: 0****Krajské a senátní volby: 15 (1. komentář, hodnocení voleb, pozitivní, 2. komentář, hodnocení voleb, pozitivní, 2. komentář, hodnocení voleb, pozitivní, 3. komentář, průběh, 4. komentář, hodnocení, pozitivní, 5. komentář, hodnocení, pozitivní, 6. převzatá zpráva, průběh voleb, 7. zpráva, hodnocení voleb, neutrální, 8. převzatá práva, hodnocení voleb, neúspěch ČSSD = pozitivní, 9. převzatá zpráva, hodnocení, neúspěch ČSSD = pozitivní, 10. převzatá zpráva, hodnocení voleb, pozitivní, 11. komentář, hodnocení, pozitivní, 12. komentář, hodnocení voleb, pozitivní, 13. komentář, hodnocení voleb, pozitivní, 14. komentář, výsledků voleb, neutrální, 15. komentář, hodnocení výsledků, pozitivní)**

**Zvláštní číslo**

**Počet jednotek analýzy: 5**

**Relevantní: 5**

**Volby do EP: 3 (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. komentář, kampaň)**

**EU: 2 (1. komentář, vstup, negativní, 2. zpráva, unijní politika)**

**Krajské a senátní volby: 0**



---

## US-DEU

### Číslo 5

**Počet jednotek analýzy: 34**

**Relevantní: 7**

**Volby do EP: 4** (1. komentář, kampaň, 2. rozhovor, kampaň, 3. rozhovor, kampaň, 4. rozhovor, kampaň)

**EU: 2** (1. rozhovor, vstup, pozitivní, 2. komentář, vnitřní politika)

**Krajské a senátní volby: 1** (1. rozhovor, kampaň)

### Číslo 6

**Počet jednotek analýzy: 33**

**Relevantní: 8**

**Volby do EP 6** (1. komentář, kampaň, 2. rozhovor, kampaň, 3. rozhovor, kampaň, 4. rozhovor, kampaň, 5. komentář, kampaň, 6. zpráva, kampaň)

**EU: 0**

**Krajské a senátní volby: 2** (1. rozhovor, kampaň, 2. rozhovor, kampaň)

### Číslo 7

**Počet jednotek analýzy: 13**

**Relevantní: 8**

**Volby do EP: 6** (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň, 3. rozhovor, kampaň, 4. komentář, kampaň, 5. rozhovor, průběh, 6. zpráva, kampaň)

**EU: 2** (1. rozhovor, dopad vstupu, pozitivní, 2. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní volby: 0**

### Číslo 8

**Počet jednotek analýzy: 3**

**Relevantní: 3**

**Volby do EP: 2** (1. komentář, kampaň, 2. komentář, kampaň)

**EU 1:** (1. komentář, unijní politika)

**Krajské a senátní volby: 0**

# 6. Titulní strany zkoumaných tisků

**AGENDA 12**  
Lives, soboty - Daně a školství  
**UNIE**  
První důležitá poděleání  
Evropa a porádek  
**PORÁDEK**  
Senát  
Vláda  
Evropská unie  
Zahraniční vztahy  
Sportovní svět  
Kultura  
Zábavní svět  
Zdraví  
Technika  
Věda  
Ekonomika  
Města  
Regiony  
Lidé



**ZPRAVODAJ NOVÝCH HLASŮ**  
**nový HLAS**  
20.  
JINDŘICH  
VÝROČÍ 17. listopadu  
O senátorech je rozhodnuto  
Mezi lidmi hodnoty přitahují  
Mezi lidmi hodnoty přitahují  
Mezi lidmi hodnoty přitahují



**LISTY ODS**  
1  
Když do Evropy, tak s ODS!



**14 LISTOPADU**  
**PRÁVA**  
Společná ke politickým úsvětlům  
K výsledkům summitu EU v Bruselu  
DNES SI PŘICETE  
PARTIZÁNSKÁ BOJA EKONOMIKA  
PARTIZÁNSKÉ BOJE  
PARTIZÁNSKÉ BOJE  
PARTIZÁNSKÉ BOJE





### Náš společný dům



#### Blaženci přelínají demokracii a Evropu, více pracovních příležitostí a lepší sociální služby

**Milí Evropané ohlížejte se na mě, abyste viděli, jak to vypadá, když jsem v Evropě**



#### Proč volit sociální demokracii



#### Stalo se to!

#### Kapky na nezaměstnanost!



### Slib voličům na Vysočině ale i vlastní rodině



### Yasím se s Vámi!



### SEZNÁMENÍ OBLIZENČU



27. srpna 2011 12 Kč