

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Bc. Lucie Bednářová

**Analýza mediálního obrazu Miloše Zemana
ve zpravodajství ČTK za první rok v
prezidentské funkci**

Diplomová práce

Praha 2016

Autor práce: **Bc. Lucie Bednářová**

Vedoucí práce: **PhDr. Ludmila Trunečková, Ph.D.**

Rok obhajoby: **2016**

Bibliografický záznam

BEDNÁŘOVÁ, Lucie. *Analýza mediálního obrazu Miloše Zemana ve zpravodajství ČTK za první rok v prezidentské funkci*. Praha, 2016, 79 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce PhDr. Ludmila Trunečková, Ph.D.

Abstrakt

Diplomová práce s názvem *Analýza mediálního obrazu Miloše Zemana ve zpravodajství ČTK za první rok v prezidentské funkci* se zabývá zpravodajskými texty z produkce České tiskové kanceláře, které informují o prezidentovi České republiky Miloši Zemanovi v období od 8. 3. 2013 do 8. 3. 2014. Cílem práce bylo získat komplexní mediální obraz prezidenta Zemana tak, jak vyznívá ze zpravodajské produkce ČTK. Primárně práce zkoumá celkový počet zpráv v jednotlivých časových intervalech, jejich tematickou skladbu a tonalitu, sekundárně pak sleduje trend těchto jevů v horizontu jednoho roku i souvislosti mezi zmíněnými jevy.

Východiskem pro výzkum je teoretický kontext, který se zabývá zpravodajstvím a konstruováním reality ve zprávách. K samotnému výzkumu byla použita kvantitativní obsahová analýza s kvalitativním přesahem ve formě hodnocení emocionálního vyznění textů. Jako zdroj dat pro analýzu posloužila množina textů získaných z infobanky ČTK. Výzkum potvrdil některé hypotézy, například že zájem o prezidenta Zemana z pohledu ČTK má v dlouhodobém horizontu klesající tendenci nebo že počet negativně vyznívajících zpráv je vyšší než počet textů s pozitivní tonalitou.

Výsledky této analýzy mohou posloužit jako podklady pro práci zaměstnanců tiskového odboru Kanceláře prezidenta republiky i pro odborníky zabývající se politickým marketingem.

Abstract

This thesis titled Analysis of Media Image of Milos Zeman as Portrayed by CTK during the First Year of Presidency focuses on news releases made by Czech News Agency CTK that within the time frame of 8. 3. 2013 – 8. 3. 2014 inform about the President of the Czech Republic Milos Zeman. The goal of this thesis was to acquire a complex media impression of President as presented by CTK's news production. Primarily this thesis inquires into the total number of news releases within particular time periods, their topics and tonality. Secondly this thesis observes the trends of these phenomena within a one-year time horizon and the connection and coherence among the aforementioned phenomena.

The basis of this thesis is theoretical context that deals with news releases and pursues media construction of reality in the news. For this research there was used quantitative content analysis with qualitative overlap in form of emotional impression of news releases. As a data resource there was used an aggregate of texts from CTK's infobank. Research proved certain hypothesis, as e.g. a long-term dropping tendency of media interest in President Zeman or a higher number of negatively rather than positively tinted news.

The results of this analysis can serve as resources to employees of the press division of the Office of the President of the Czech Republic, as well as for political marketing specialists.

Klíčová slova

mediální obraz, Miloš Zeman, ČTK, prezident, zpravodajství

Keywords

media image, Miloš Zeman, ČTK, president, news

Rozsah práce: 121 387 znaků

Prohlášení

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

V Praze dne 13. května 2016

Lucie Bednářová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí mé diplomové práce paní PhDr. Ludmile Trunečkové Ph.D. za vstřícný a pečlivý přístup při konzultacích mé diplomové práce a také Kristině Vítkové za odbornou pomoc s překladem textů do anglického jazyka.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

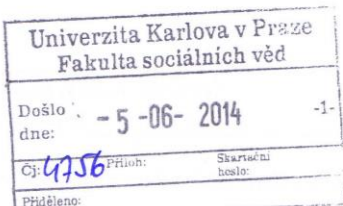
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:
Bednářová Lucie

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:
2013

E-mail diplomantky/diplomanta:
Lucie.bed@gmail.com

Studijní obor/forma studia:
Žurnalistika/prezenční

Razítko podatelny:



Univerzita Karlova v Praze
Fakulta sociálních věd

Došlo dne: - 5 -06- 2014 -1-

Cj: 4756 Příloh: Škartační číslo:

Přiděleno:

Předpokládaný název práce v češtině:
Analýza mediálního obrazu Miloše Zemana ve zpravodajství ČTK za první rok v prezidentské funkci

Předpokládaný název práce v angličtině:
Analysis of the media image of Milos Zeman in the ČTK news for the first year in Presidency

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013)
(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)
LS 2014/2015

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):
Miloš Zeman je prvním českým prezidentem, který byl zvolen v přímé prezidentské volbě. Jako významný politický aktér se v médiích objevuje již více než dvě desítky let. Mediální obraz je pro politika zcela zásadní, jelikož ovlivňuje veřejné mínění, které se může odrazit na případné podpoře voličů.
Toto téma dosud nebylo zpracováno.

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):
Cílem analýzy mediálního obrazu Miloše Zemana ve zpravodajství ČTK za první rok v jeho prezidentské funkci bude zhodnotit vývoj mediálního zájmu o prezidenta a upozornit na trendy a souvislosti, které mohou mít vliv na utváření veřejného mínění. Výběr zpravodajství ČTK vyplývá z předpokladu, že produkce zpravodajské agentury do značné míry ovlivňuje obsah ostatních českých médií. Mediální obraz prezidenta vypovídá mimo jiné o práci jeho tiskového oddělení, analýza mediálního obrazu tedy může posloužit jako podkladový materiál pro mediální poradce. Během výzkumu budu hledat odpovědi na tyto výzkumné otázky:
1. Jak se vyvíjel mediální zájem o Miloše Zemana v průběhu sledovaného období v agenturním textovém servisu?
2. Jaká hlavní témata se ve sledovaném období nejčastěji ve spojitosti s prezidentem objevovala?
3. Existuje ve sledovaném období korelace mezi četností zpráv a jejich hlavním tématem?
4. Mají zprávy o prezidentovi spíše pozitivní, neutrální nebo negativní vyznění?
5. Která témata týkající se prezidenta Zemana vzbuzují pozitivní/negativní konotace?

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):
1. Úvod (*vymezení tématu a cílů práce*)
2. Teoretická část
 2.1 Zpravodajství (*vymezení pojmu a funkce zpravodajství*)
 2.2 Média a veřejné mínění (*popis potenciálního vlivu médií na veřejné mínění*)
3. Osobnost Miloše Zemana
4. Metodologická část (*popis cílů, metod, výzkumné jednotky a vzorku, výzkumných otázek*)
 4.1 Cíle výzkumu
 4.2 Výzkumná jednotka a vzorek
 4.3 Výzkumné metody (*popis zvolených analýz*)
 4.4 Výzkumné otázky

<p>5. Výzkumná část</p> <p>5.1 Kvantitativní analýza mediálních výstupů</p> <p>5.2 Kvalitativní analýza mediálních výstupů</p> <p>5.3 Interpretace dat (<i>interpretace výsledků analýz a zodpovězení výzkumných otázek</i>)</p> <p>6. Závěr (<i>zhodnocení a shrnutí výsledků výzkumu</i>)</p> <p>7. Seznam použité literatury</p>
<p>Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období): Slovní zpravodajství ČTK v období 8. března 2013 – 8. března 2014.</p>
<p>Metody (techniky) zpracování materiálu: Kvantitativní analýza zkoumající trend počtu výstupů v jednotlivých měsících sledovaného období, tematické zaměření jednotlivých textů, identifikace hlavních témat, porovnání počtu výstupů vztahujících se ke konkrétnímu tématu. Základní jednotkou měření bude zpráva z produkce ČTK, v níž budu vyhledávat spojení „Miloš Zeman“ ve všech jeho gramatických obměnách. Kvalitativní analýza zkoumající konotaci zpráv na úrovni pozitivní/neutrální/negativní.</p>
<p>Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):</p> <p>McQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2002. ISBN 978-80-7367-338-3 Učebnice teorie masové komunikace přehledně postihuje všechny hlavní oblasti zkoumání masových médií: teorie médií, základní pojmy, modely, mediální struktury a instituce, produkci mediální kultury, účinky médií na jednotlivce a společnost aj.</p> <p>SCHULTZ, Winfried; SCHERER, Helmut; HAGEN, Lutz; REIFOVÁ, Irena; KONČELÍK, Jakub. Analýza obsahu mediálních sdělení. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0827-8 Kniha uvádí čtenáře do problematiky politické komunikace, obsahové analýzy masově mediovaných textů a vztahu médií a veřejné sféry. Dále ukazuje způsoby kvantitativního rozboru mediálních sdělení a vyhodnocování zpravodajství.</p> <p>ŠMÍD, Milan; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. Novinář a jeho zdroje v digitální éře. Praha: Karolinum, 2009. ISBN: 978-80-246-1661-2 Základní literatura k tématu informačních zdrojů. První část se zabývá převážně elektronickými zdroji, druhá část se zaměřuje detailně na práci zpravodajské agentury ČTK a možnosti využití jejího servisu.</p> <p>TRAMPOTA, Tomáš; VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4 Přehled nejčastěji používaných metodologických přístupů ke komerčnímu i akademickému výzkumu médií. Jednotlivé metodologické přístupy jsou rozebrány na konkrétních příkladech z českých médií.</p> <p>TUCHMAN, Gaye. Making news: A Study in the Construction of Reality. New York, London: Free Press, 1978. ISBN: 0-02-932960-4 Publikace analyzuje teorie a strategie, na jejichž základě je konstruována realita v médiích. Zaměřuje se na redakční procesy v mediálních institucích, které mají vliv na konečnou formu a obsah mediálních sdělení.</p> <p>URBAN, Lukáš; DUBSKÝ, Josef; MURDZA, Karol. Masová komunikace a veřejné mínění. Praha: Grada Publishing, a.s., 2011. ISBN: 978-80-247-7455-8 Čeští a slovenští autoři v knize analyzují proměny sociální a masové komunikace, média a jejich vybrané problémy, téma kultury a masové kultury, teorie a funkce veřejného mínění a jeho významu.</p>
<p>Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)</p>

ŠIMÁČEK, JAROSLAV. Prezidenti České republiky a jejich mediální obraz. Praha, 2011. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta.

Datum / Podpis studenta/ky

5.6.2014

.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

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

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

TRUNEČKOVÁ Ludmila
Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

5.6.2014

.....

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

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

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Obsah

ÚVOD.....	2
1 TEORETICKÁ ČÁST	4
1.1 ZPRAVODAJSTVÍ.....	5
1.1.1 <i>Konstruování reality ve zprávách</i>	6
1.2 MÉDIA A VEŘEJNÉ MÍNĚNÍ.....	12
2 METODOLOGICKÁ ČÁST	14
2.1 CÍLE VÝZKUMU	14
2.2 VÝZKUMNÁ JEDNOTKA A VZOREK.....	15
2.2.1 ČTK.....	16
2.2.2 <i>Miloš Zeman</i>	21
2.3 VÝZKUMNÉ METODY	24
2.3.1 <i>Kvantitativní obsahová analýza</i>	24
2.3.2 <i>Kvalitativní obsahová analýza</i>	26
2.4 VÝZKUMNÉ OTÁZKY A HYPOTÉZY	27
3. VÝZKUMNÁ ČÁST	28
3.1 KVANTITATIVNÍ OBSAHOVÁ ANALÝZA.....	28
3.1.1 <i>Kategorie</i>	30
3.2 KVALITATIVNÍ OBSAHOVÁ ANALÝZA	36
3.3 ŘEŠENÍ	36
3.3.1 <i>První měsíc (8. 3. – 8. 4. 2013)</i>	36
3.3.2 <i>Druhý měsíc (9. 4. – 8. 5. 2013)</i>	39
3.3.3 <i>Třetí měsíc (9. 5. – 8. 6. 2013)</i>	42
3.3.4 <i>Čtvrtý měsíc (9. 6. – 8. 7. 2013)</i>	45
3.3.5 <i>Pátý měsíc (9. 7. – 8. 8. 2013)</i>	48
3.3.6 <i>Šestý měsíc (9. 8. – 8. 9. 2013)</i>	51
3.3.7 <i>Sedmý měsíc (9. 9. – 8. 10. 2013)</i>	54
3.3.8 <i>Osmý měsíc (9. 10. – 8. 11. 2013)</i>	57
3.3.9 <i>Devátý měsíc (9. 11. – 8. 12. 2013)</i>	61
3.3.10 <i>Desátý měsíc (9. 12. 2013 – 8. 1. 2014)</i>	63
3.3.11 <i>Jedenáctý měsíc (9. 1. – 8. 2. 2014)</i>	66
3.3.12 <i>Dvanáctý měsíc (9. 2. – 8. 3. 2014)</i>	69
ZÁVĚR	72
SUMMARY	80
POUŽITÁ LITERATURA.....	81
SEZNAM TABULEK A GRAFŮ.....	82
SEZNAM PŘÍLOH.....	83
PŘÍLOHY	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.

Úvod

Cílem diplomové práce nazvané *Analýza mediálního obrazu Miloše Zemana ve zpravodajství ČTK za první rok v prezidentské funkci* je zhodnotit vývoj mediálního zájmu o prezidenta Miloše Zemana v daném médiu a ve stanoveném časovém období, a to co do počtu příspěvků, tak se zaměřením na tematický obsah a celkové vyznění (tonalitu) jednotlivých textů. Výsledek tohoto zkoumání by měl upozornit na trendy a souvislosti mediálního obrazu prezidenta republiky, které mohou mít vliv na utváření veřejného mínění ve vztahu k jeho osobě i k prezidentské funkci jako takové.

Miloš Zeman je prvním českým prezidentem, který byl zvolen v přímé volbě. Ústavní zákon o přímé volbě nabyl účinnosti 1. října 2012, v minulosti byli čeští prezidenti voleni nepřímo oběma komorami parlamentu. Hlavu státu nově volí sami občané, a proto je na místě předpokládat, že vliv mediálního obrazu prezidenta na veřejné mínění nabývá zcela nového významu. Zejména pak v případě, že by svoji kandidaturu chtěl opakovat, na což má dle čl. 57 Ústavy České republiky právo. V přímé volbě prezidenta hraje veřejné mínění, neboli „hlas lidu“, naprosto stěžejní úlohu a je jen málo faktorů, které by mu v tomto významu mohly konkurovat. Naproti tomu v nepřímé volbě mohou sehrát roli nejrůznější politické hry, historické vztahy politiků a politických stran a mnoho dalších vlivů. Mediální obraz prezidenta vypovídá mimo jiné o práci jeho tiskového oddělení, analýza mediálního obrazu tedy může posloužit jako podkladový materiál pro mediální poradce politiků ve vysoké ústavní funkci.

Výběr zpravodajství České tiskové kanceláře (ČTK) vychází z předpokladu, že produkce zpravodajské agentury do značné míry ovlivňuje obsah ostatních českých médií (tištěných, elektronických i audiovizuálních) a má tedy zprostředkovaně nejširší zásah na publikum a potenciálně i na veřejné mínění. Zároveň vzhledem k šíři pokrytí produkce agentury předpokládám uspokojivou vypovídací hodnotu výsledků a jejich vysokou relevanci. Dále vycházím z toho, že ČTK z podstaty svého statutu nemá žádný zájem na tom záměrně informovat neobjektivně či dokonce zaujatě. Díky tomu se můžeme v interpretační části vyhnout spekulacím na toto téma.

V první kapitole této práce se budu zabývat teoretickým rámcem, který následný výzkum zasadí do potřebného kontextu a pomůže pochopit přínos výsledků výzkumu. Poslouží k tomu východiska z mediálních studií, zejména pak teorie zpravodajství a konstruování reality ve zprávách, konkrétně teorie zpravodajských hodnot, gatekeepingu a agenda-setting. Další teoretický kontext přinese podkapitola zabývající se veřejným míněním a vlivem médií na něj.

Následující kapitola bude věnována metodologii výzkumu. Detailněji zde specifikuji cíle výzkumu, výzkumnou jednotku a vzorek a stanovím výzkumné otázky, na něž má výzkum odpovědět. Zde také dochází k mírné odchylce oproti tezí. Do této kapitoly jsem po zvážení zařadila také podkapitolu věnující se osobnosti Miloše Zemana, přičemž v tezích se toto téma objevuje jako samostatná kapitola. Rozhodla jsem se věnovat více prostoru unikátnímu výzkumu než rešeršní práci o životě a politické kariéře současného prezidenta. Vedle toho v této části také popisují postavení ČTK v české mediální sféře, specifika jejího postavení a krátce se věnuji i jednotlivým druhům obsahu, které agentura produkuje.

Ve výzkumné části se věnuji samotné analýze obsahu zpravodajských jednotek ČTK. Kvantitativní obsahová analýza poslouží k vytvoření přehledu zpráv týkajících se Miloše Zemana podle jejich tematického obsahu. Další část výzkumu, kterou označuji jako kvalitativní,¹ pak pracuje s hodnocením zpráv na pozitivně laděné, neutrální a negativně (popř. ambivalentně) laděné a hledá souvislosti mezi konkrétními tématy a jejich tonalitou. Tato část práce je doplněna tabulkami a grafy, které výzkum zpřehledňují a napomáhají pozorovat souvislosti, které by v pouhém slovním popisu mohly zaniknout.

Výsledky výzkumu interpretuji v závěrečné části diplomové práce, kde odpovídám na výzkumné otázky a verifikuji, popřípadě falzifikuji hypotézy stanovené na počátku zkoumání.

Toto konkrétní téma nebylo dosud jiným autorem zpracováno, nicméně pro možnost srovnání bych na tomto místě ráda zmínila podobnou práci. Laura Havlová

v roce 2014 obhájila na Institutu komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK bakalářskou práci na téma *První rok Miloše Zemana ve funkci prezidenta očima publicistiky ve vybraných českých týdenících*.² V této práci autorka sledovala první rok prezidenta Zemana v týdenících Instinkt, Reflex, Respekt a Týden. Podobnost obou prací je ve zvolené metodě a výzkumném období, Havlová ovšem zkoumá mediální obraz Miloše Zemana hlavně v publicistických textech. Z prací, v nichž autoři pro výzkum mediálního obrazu využívali zpravodajství z produkce ČTK, uvádím diplomovou práci Kateřiny Veitové na téma *Mediální obraz USA ve zpravodajství ČTK v komparaci se zpravodajstvím korespondenta ČRo v první polovině roku 2013*.³ Tato práce byla obhájena na stejném institutu v roce 2015. Nakonec pouze zmíním podobně tematicky zaměřenou diplomovou práci autorky Jany Tvarohové na téma *Míra negativního zobrazení Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga v médiích v průběhu prezidentské volby v roce 2013*.⁴ Autorka v této práci analyzuje množství negativity ve zpravodajské produkci tří českých celostátních deníků vůči prezidentským kandidátům z druhého kole prezidentské volby.

1 Teoretická část

V této části nastíním teoretická východiska, která nejen že zasadí následný výzkum do odborného rámce, ale také pomohou porozumět významu a přínosu analýz mediálních obsahů.

¹ Terminologii blíže vysvětluji v kapitole 2.3.2

² HAVLOVÁ, Laura. *První rok Miloše Zemana ve funkci prezidenta očima vybraných českých týdeníků*. Praha, 2014. 84 s. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce doc. PhDr. Barbora Osvaldová

³ VEITOVÁ, Kateřina. *Mediální obraz USA ve zpravodajství ČTK v komparaci se zpravodajstvím korespondenta ČRo v první polovině roku 2013*. Praha, 2015. 95 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Ludmila Trunečková, Ph.D.

⁴ TVAROHOVÁ, Jana. *Míra negativního zobrazení Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga v médiích v průběhu prezidentské volby v roce 2013*. Praha, 2014. 82 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jan Křeček, Ph.D.

1.1 Zpravodajství

Pod pojmem zpravodajství rozumíme vědomou novinářskou činnost, ale také výsledek této činnosti, který následně recipient konzumuje v novinách, časopisech, rozhlasu, televizi, na webových portálech, informačních obrazovkách v metru i na sociálních sítích. Objektivní zpravodajství je nezbytným prvkem každé fungující demokracie. Nejzjevnějším cílem zpravodajství je informovat veřejnost o důležitých událostech a uvádět tyto události do souvislostí, ale také definovat, co je správné a co je naopak porušením společenských norem, vytvářet společenský konsensus a reprezentovat, co (a kdo) je ve společnosti důležité.⁵ Můžeme tedy říci, že zpravodajství nešíří pouze fakta a informace, ale jistým způsobem nastavuje ve společnosti i hodnotový systém a společenské normy.

V rámci mediální produkce má zpravodajství výsadní postavení, zejména pak u médií s vyšší periodicitou. V denících zpravidla najdeme zprávy na předních stránkách vydání, televizní zpravodajství pak stanice obvykle vysílají v hlavním vysílacím čase. O významu zpravodajství svědčí i zájem, kterého se mu dostává od publika. Zpravodajské relace se dlouhodobě umísťují mezi nejsledovanějšími pořady na jednotlivých televizních stanicích.

Obsahem zpravodajství jsou zprávy, které nám pomáhají lépe se orientovat ve světě, vytvořit si obrázek o událostech, u kterých nemáme možnost být osobně, zasadit jednotlivé informace do kontextu a také nám pomáhají utvářet si názory a činit rozhodnutí, která mohou mít vliv na nás i společnost. Zprávy by měly být přesné, vyvážené a objektivní. Existuje několik typologií zpráv, např. podle tematického zaměření (John Hartley), podle časového zakotvení (Gay Tuchmanová) nebo podle toho, jak zpráva vznikla a kdo za ní stojí (Molotch a Lesterová).⁶

Zpravodajství je zpravidla výsledkem práce mediálních profesionálů v rámci mediálních organizací. Neobejde se tedy bez osoby novináře, který vyhledává události, shromažďuje o nich potřebné informace, třídí je i ověřuje, interpretuje a nakonec

⁵ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8, s. 10

⁶ Tamtéž, s. 29–32

předává recipientům prostřednictvím médií.⁷ Byť by produkt zpravodajství neměl obsahovat názor novináře (tím se ostatně zpravodajství odlišuje od publicistiky), souhrn jeho názorů a rozhodnutí provází vytváření zprávy a bezpochyby se odrazí na výsledném produktu. I přes veškerou snahu o objektivitu a nezájatost do produkce zpráv vstupuje právě aspekt osobnosti novináře i jeho redakčních kolegů a fakt, že některé úkony spojené s novinářským povoláním čistě objektivně vykonávat nelze. Více se procesem, který v mediální teorii označujeme jako *gatekeeping*, budu zabývat v následující kapitole.

1.1.1 Konstruování reality ve zprávách

Konstruování reality ve zprávách Reifová označuje za „antipozitivistické pojetí vztahu mezi zpravodajskými mediálními obsahy a skutečností.“⁸ Masová média v tomto kontextu považuje za jednoho z nejmocnějších sociálních aktérů v oblasti konstruování reality.

Do zpráv se z pochopitelných důvodů nemohou dostat všechny události, které se v daném časovém horizontu udály. Mediální teoretikové se za posledních přibližně sto let věnovali studiu několika hypotéz, které zkoumají, jaké konkrétní faktory mají na přetváření události ve zprávu vliv. Jednou z nich je tzv. koncept *zpravodajských hodnot*, který zkoumá objektivní kritéria, která by událost měla splňovat, aby se stala zprávou. Další teorií je teorie *gatekeepingu*, která pro změnu zkoumá rozhodovací procesy lidí pracujících v médiích a jejich motivy. Oba tyto koncepty vyúsťují v hypotézu, která je v mediální teorii známá jako *agenda-setting* a která je základním principem vzniku konstruované skutečnosti ve zprávách.

Zpravodajské hodnoty

Už v roce 1690 vznikla v Německu první disertační práce, která se věnovala novinářství. Tobias Peucer v ní vyjmenoval typy zpráv, které jsou podle jeho soudu hodny zapamatování, i ty, které považuje za bezvýznamné a informovat by se o nich

⁷ OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9, s. 19

tedy nemělo. Do první kategorie řadil zázraky, nezvyklé přírodní úkazy, nové vynálezy, významné politické události, změny vlád nebo úmrtí důležitých postav a také církevní a vědecké záležitosti. Za nevhodné pro zveřejňování považoval každodenní lidské konání, soukromý život šlechty a také zprávy o věcech, které škodí dobrým mravům nebo víře.⁹

Touto svojí prací tak Tobias Peucer už v 17. století nastolil otázku, kterou se v následujících staletích věnovalo mnoho mediálních teoretiků, a sice podle jakých kritérií by měl novinář vybírat události, které si zaslouží stát se zprávou a které naopak pro mediální prostor nejsou dostatečně atraktivní. Mezi nejcitovanější z těchto výzkumníků patří např. Galtung a Rugeová, McQuail, Hall a další. V některých aspektech, které by měla daná událost splňovat, aby se objevila v médiích, se jejich teorie liší. V mnoha rysech se naopak shodují, např. v tom, že by událost měla být jednoznačná a pro recipienta snadno uchopitelná, měla by být nečekaná nebo výjimečná, měla by probíhat v aktuálním a krátkém časovém intervalu, měly by v ní hrát roli osobnosti, skupiny nebo národy, které jsou obecně považovány za důležité a měla by mít kulturně blízko k příjemci.¹⁰ Čím více zpravodajských hodnot událost splňuje, tím se zvyšuje její šance stát se zprávou. Větší šanci dostat se do zpravodajství také mají například události, ke kterým má televizní stanice obrazový materiál nebo události z míst, kde má redakce přítomného reportéra. S těmito technickými kritérii počítají ve své definici Westerstahl a Johansson, kteří za zpravodajské hodnoty považují ideologii (národního zájmu), blízkost (geografická, kulturní a obchodní), důležitost (osob či zemí, o nichž se informuje), přístup (technické možnosti novinářů dostat se k potřebným informacím) a dramatickosti.¹¹

Gatekeeping

Dalším aspektem, který se podílí na výsledné podobě zprávy, jsou rozhodovací procesy pracovníků mediální organizace. Zpráva od svého zárodku v podobě události obvykle projde přes celou řadu osob, které zasahují do obsahové i formální stránky její

⁸ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7, s. 106

⁹ KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X, s. 118

¹⁰ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7, s. 20

finální podoby. Od osoby reportéra, který zachytí medializovanou událost na místě ze svého subjektivního pohledu, dodá události charakter zpravodajského útvaru se všemi formálními náležitostmi a následně ji v redakci zasadí do kontextu podle svého uvážení, přes editora, který zprávu může krátit, upravovat, doplňovat další kontextuální rámec apod., až po šéfa vydání, který rozhodne o umístění zprávy v rámci novin a šéfredaktora, všechny tyto osoby (v některých redakcích je jich méně, v jiných jich může být pro změnu více) ovlivňují, jaká finální podoba se dostane k recipientovi a jakým způsobem ji bude recipient vnímat.

Rozhodovací procesy, které na jednotlivých úrovních v hierarchii mediální organizace probíhají, zkoumali mediální teoretikové už od 50. let 20. století. Na počátku této dekády se americký sociolog David M. White rozhodl pozorovat, podle čeho se novináři při výběru témat rozhodují a zda je tato činnost spíše intuitivní či promyšlená. David M. White také poprvé použil výraz *gatekeeping*, resp. *gatekeeper* k pojmenování mediálních pracovníků, kteří se při výběru témat chovají jako vrátní. Jinými slovy rozhodují o tom, která témata do mediální organizace vpustí a které zprávy posléze vypustí z organizace ven k publiku. White na základě zpětného hodnocení článků zamítnutých novinářem došel k několika závěrům. Důvody zamítnutí zprávy rozdělil na obsahové (událost nebo informace nebyla dostatečně zajímavá) a organizační (pro zprávu nebyl v médiu dostatek prostoru). Největší šanci projít „branou vrátného“ měly lidsky jímavé příběhy (*human interest stories*) a politické zprávy. Přednost dostávaly také zprávy s menším počtem aktérů a menším množstvím statistických údajů a také jasné a stručné zprávy.¹²

Trampota ve své publikaci odkazuje na čtyři etapy *gatekeepingu* podle R. M. Browna. Ten říká, že v první etapě dochází k *extrakci* neboli výběru konkrétních informací z informačního universa. Ve druhé etapě, tzv. *koncentrace*, novinář redukuje materiál, který k tématu nasbíral podle požadavků času, nákladů apod. V další fázi dochází k *pročištění*, tedy k vyloučení irelevantních nebo nežádoucích elementů z obsahu. V poslední fázi pracovník mediální organizace spojuje informaci s jinými, zasazuje ji do kontextu a výsledkem je pak *konečná formulace*.¹³ V závislosti na

¹¹ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8, s. 26

¹² Tamtéž, s. 38-39

¹³ Tamtéž, s. 40

zvyklostech konkrétní mediální organizace může tyto činnosti vykonávat jeden člověk, nebo se na finalizaci zprávy podílí redaktor s fotografem, rešeršistou, editorem, popř. dalšími kolegy.

David M. White v první fázi svého výzkumu došel k názoru, že výběr témat novinářem je spíše intuitivní než promyšlený. Pamela Shoemakerová rozdělila vlivy na rozhodování gatekeepera do čtyř kategorií.

Individuální úroveň reflektuje redaktorovy představy o tom, co lze definovat jako zprávu a také jeho vnímání novinářské profese. Dále uvádí *úroveň rutin a organizace*. Těmi rozumí „pravidla, která usnadňují médiím zpracovávat velké množství informací a zároveň zaručují, že se média chovají předvídatelným způsobem.“ Další úrovní jsou *vlivy mediální organizace*, mezi něž řadíme technologickou povahu média, strukturu a hierarchii v rámci organizace atd.¹⁴

Agenda-setting

O proces gatekeepingu se opírá *agenda-setting* neboli nastolování agendy. Tato hypotéza tvrdí, že média mají vliv na obsahy myšlení a veřejného a politického diskurzu. Mohou tak záměrně či nezáměrně exponovat určité události více než jiné a současně určovat jejich důležitost ve vztahu k jiným událostem.¹⁵ Je zřejmé, že většinu témat nejsme schopni si přímo odžít, neboť některé události jsou nám jednoduše geograficky příliš vzdálené, nemáme dostatečné časové možnosti apod. Proto jsme do značné míry závislí na zpravodajských médiích, která nám tyto události prostřednictvím svých reportérů mohou interpretovat. Jinými slovy naše informovanost o věcech veřejných je z nemalé části závislá na tom, co se dozvíme z médií. Zabýváme-li se tedy veřejnou agendou, zabýváme se zprostředkovanou zkušeností, kterou jsme si poskládali ze zpráv.

¹⁴ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8, s. 43

¹⁵ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7, s.

Jsou to právě redaktoři, editoři a další pracovníci mediálních institucí, kdo každý den vybírá, která témata dostanou prostor v médiích a která nikoli. Kromě toho, že mají na starosti samotnou selekci zpráv, mohou ovlivňovat recipientovo vnímání i jinými prostředky, například tím, jak velký prostor v daném médiu téma dostane, na kterou stránku (v tisku) nebo jako kolikátou v pořadí (v televizi a rozhlasu) zprávu umístí, jakou zvolí velikost titulku, popř. doprovodný obrazový materiál a podobně. Jinými slovy, jak se jim podaří upoutat pozornost publika. Na základě těchto faktorů pak veřejnost začne některá témata považovat za důležitější, proto mediální teoretikové tvrdí, že novináři ovlivňují významnost témat ve veřejné agendě.

Kromě vlivů, které nastoluje mediální agenda, ovlivňují veřejnou agendu i jiné okolnosti. Mohou to být naše osobní zkušenosti související s daným tématem, názory našich blízkých nebo naše osobní zájmy. Zajímavým faktorem je v tomto kontextu vzdělání obyvatelstva. Podle Maxwella McCombse osoby s vyšším vzděláním mají větší tendenci přebírat mediální agendu a přijímat ji za vlastní.¹⁶ Vyplývá to mimo jiné z dalšího McCombsova tvrzení, že konzumace médií vychází z přirozené potřeby člověka orientovat se. „Čím větší je potřeba jednotlivce orientovat se v oblasti veřejných věcí, tím je pravděpodobnější, že bude naslouchat agendě masových médií,“ vysvětluje McCombs.¹⁷

Vliv mediální agendy se u různých témat liší. U některých převažuje vliv naší osobní zkušenosti, u jiných jsme zase prakticky odkázaní na média, která jsou naším jediným zdrojem. Typicky se jedná o vzdálenější témata, například zahraniční události, státní rozpočet a podobně. Vliv osobní zkušenosti převládá u témat jako školství, zdravotnictví, daňová politika, inflace, důchodová politika atd.

O tom, že má tato hypotéza své místo v teoretické části této práce, svědčí i okolnosti jejího vzniku. Termín agenda-setting se totiž poprvé objevil v roce 1972 v článku Maxwella E. McCombse a Donalda L. Shawa *The agenda setting function of the mass media* v časopise *Public Opinion Quarterly*. Článek shrnoval poznatky autorů z výzkumu změn postojů voličů během předvolební prezidentské kampaně v roce 1968

¹⁶ MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2, s. 74

¹⁷ Tamtéž, s. 92

ve vztahu k mediální produkci. Výzkum dokázal korelaci mezi mediální agendou a tématy zdůrazňovanými ve veřejné diskuzi. Z toho autoři výzkumu vyvodili, že masová média nastolují veřejnosti agendu. Podobné hypotézy se ovšem objevily už ve 20. letech 20. století v textech Roberta E. Parka¹⁸ nebo Waltera Lippmana¹⁹.

Agenda-setting vychází z předpokladu, že připoutat pozornost veřejnosti může jen zlomek témat, která se o ni uchází, a zároveň se snaží odpovědět na otázku, proč se určité informace stanou součástí veřejné debaty a jiné nikoli. Fakt, že se do zpravodajských médií dostane jen malá část toho, co se ve skutečnosti ve světě děje, má minimálně dva logické důvody. Jedním z nich jsou limity zpravodajských institucí, tedy omezený prostor v médiích (popř. vysílací čas) a také kapacita novinářů. Veřejnost naproti tomu v počtu konzumovaných zpravodajských témat limitují časové a psychologické kapacity. V tomto kontextu mediální teoretikové odhadují, že ve veřejné agendě lze v jednu chvíli udržet 5–7 témat, někteří jsou dokonce skromnější a uvádějí 2–6 témat.²⁰ Z těchto odhadů si můžeme udělat obrázek o poměrně silné konkurenci, která na poli témat panuje.

Teorie agenda-setting v dalších desetiletích výzkumu pokračovala dalšími vývojovými stupni. Za zmínku stojí nastolování agendy atributů. V první fázi jsme se zabývali jednotlivými tématy, událostmi nebo osobnostmi. Nyní ale předpokládáme také to, že tato témata, tyto události a tyto osobnosti disponují vlastnostmi a charakteristikami, které nazýváme atributy. Jako příklad McCombs uvádí politické kandidáty. S každým kandidátem (objektem) se do médií dostávají také jeho atributy, kterými může být politická ideologie, biografické údaje, postoje a názory, zkušenosti atd. McCombs dále tvrdí, že výrazné atributy konkrétních témat se v čase proměňují a že témata, která jsou prominentní v mediální prezentaci, jsou prominentní i v názorech veřejnosti.²¹ Nastolování agendy atributů tak celou teorii posouvá o kus dál, neboť média už v tuto chvíli nejen předurčují, o čem se mluví, ale také mohou ovlivňovat stanoviska veřejnosti k jednotlivým tématům. Toho si jsou vědomi mediální poradci

¹⁸ americký sociolog zabývající se sociologií města; 1864 – 1944

¹⁹ americký novinář a filosof, jehož stěžejním dílem se stala publikace *Public Opinion* z roku 1922; 1889 – 1974

²⁰ MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2, s. 72-74

²¹ Tamtéž, s. 121-126

politiků, a proto se (nejen) v předvolebních kampaních snaží mediální agendu kontrolovat.

Na nastolování agendy mají kromě novinářů v dané mediální organizaci vliv také tzv. elitní média. Mohou to být velké celostátní deníky a televize, můžeme sem ale zcela určitě zařadit i tiskové agentury. Právě produkce tiskových agentur totiž každodenně ovlivňuje výběr témat ostatních zpravodajských médií.

1.2 Média a veřejné mínění

Vývoj zkoumání účinků médií prošel ve 20. století několika fázemi. Od názoru, že „všemocné médium ovlivňuje bezbranné recipienty,“ přes popírání jakéhokoli účinku médií až po tezi, že jedinec si vybírá mediální obsahy podle toho, jaké potřeby chce jejich konzumací uspokojit, a tedy že si účinky médií de facto sám vybírá. Nejnovější výzkumy docházejí ke shodě, že účinky médií jako fenomén jsou nezpochybnitelné, nicméně jejich síla závisí na úrovni jednotlivců, na osobnosti recipienta a na situačním kontextu mediální konzumace.²² Popsat účinky konkrétních obsahů na konkrétní jednotlivce nebo skupiny je ale příliš složité, neboť do hry vstupuje velké množství dalších faktorů, které mohou být proměnlivé. Různí autoři ale prostřednictvím svých výzkumů docházeli k nejrůznějším závěrům, například že ženy lze prostřednictvím mediálních obsahů přesvědčit snáze než muže nebo že u recipienta s rostoucím věkem klesá pravděpodobnost změny názorů ve směru k názoru komunikátora.²³

O tisku jako o nástroji, který konstruuje významy a ovlivňuje přístup lidí k událostem, mluvil Walter Lippman už na počátku 20. století. Tvrdil totiž, že lidé jednají na základě obrazů, které jim předkládají média, nikoli na základě skutečných událostí. William I. Thomas tuto hypotézu posunul ještě dále tvrzením, že „je-li určitá situace lidmi definovaná jako reálná, stává se reálnou ve svých důsledcích.“ Toto

²² KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X, s. 159-161

²³ Tamtéž, s. 173-174

tvrzení můžeme chápat také tak, že důležitější než objektivní stav světa je to, jak jej lidé vnímají, jak ho interpretují a jak mu rozumí.²⁴

Sedláková ve svém textu poukazuje na „začarovaný kruh“ ve vztahu mediální reality a veřejného mínění. Tvrdí, že média se snaží reprezentovat obsahy odrážející veřejné mínění společnosti a přibližovat se tak názorově publiku. Paradoxní přitom je, že samotné veřejné mínění podle výše uvedených tezí vzniká daleko častěji na základě mediální reality než na základě bezprostřední zkušenosti s konkrétními jevy a událostmi. Ještě větší význam vlivu médií na veřejné mínění přisuzuje Birminghamská škola, podle níž média do svých sdělení vkládají názory odpovídající dominantním vrstvám ve společnosti. Podle této hypotézy „šíření a utvrzování preferovaného významu napomáhá jeho opakování, a sdělovaný význam se tak stává pro běžného příjemce přirozeným, samozřejmým a nezpochybňovaným a získává status normy.“²⁵

Veřejným míněním rozumíme souhrn názorů, postojů a hodnocení, kterými se společnost vyjadřuje k určitému tématu.²⁶ Pokud tedy názory, postoje a hodnocení společnosti determinují do značné míry média, můžeme říct, že média ovlivňují veřejné mínění (jež je silným médiem mínění individuálního). Největší potenciál mají v tomto ohledu samozřejmě média masová, neboť mají největší plošný zásah. Média díky svému vlivu mohou sloužit jako nástroj osvěty, ale dokáží také šířit fámy a dezinformace.²⁷

Média jsou si jistě svého vlivu vědoma, stejně jako jsou si ho vědomi jejich vlastníci a bezpochyby i osoby činné ve veřejném prostoru. Díky své všudypřítomnosti proto disponují potenciálem pro politickou a ekonomickou manipulaci.²⁸ Média jsou samozřejmě neodmyslitelnou součástí předvolebních kampaní, zprostředkovávají voličům informace ohledně toho, zda a nakolik jimi zvolení zástupci plní své předvolební sliby a jsou de facto prostředníky pro komunikaci voličů s politiky. Všechny tyto aktivity patří k úkolu médií plnit funkci tzv. hlídacího psa demokracie.

²⁴ FORET, Martin, Marek LAPČÍK a Petr ORSÁG. *Média dnes: reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008. ISBN 978-80-244-2023-3. s. 149-151

²⁵ Tamtéž, s. 153

²⁶ URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, 230 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3563-4, s. 120

²⁷ Tamtéž, s. 10

²⁸ Tamtéž, s. 57

Nicméně i samotní politici umí s médii pracovat a najímají si mediální poradce, specialisty na PR a další odborníky, kteří jim pomáhají v lepším případě vylepšovat jejich mediální obraz, v horším tento obraz manipulovat ve prospěch svých osobních cílů. V každém případě je mediální obraz veřejně činných osob velmi důležitým faktorem, který ovlivňuje jejich budoucí kariéru. V případě vysoce postavených politiků, mezi něž bezesporu patří hlava státu, může mediální obraz dokonce ovlivňovat ideologické směřování země (prezident se názorově orientuje směrem na Západ či směrem na Východ, pro EU nebo proti EU atd.) a postavení země v očích ostatních zemí.

Jak bylo již zmíněno výše, Česká tisková kancelář zaujímá v českém mediálním prostoru zásadní postavení, a proto má i nezpochybnitelný vliv na veřejné mínění. Ať už se média s názory prezidenta ztotožňují či je odmítají, ať už se přiklání na kteroukoli stranu politického spektra, velká část jejich zpráv vychází z produkce ČTK, která ze své podstaty slibuje jistou objektivitu a nezájatost.

2 Metodologická část

2.1 Cíle výzkumu

Cílem analýzy mediálního obrazu Miloše Zemana ve zpravodajství ČTK za první rok v jeho prezidentské funkci je zhodnotit vývoj mediálního zájmu o prezidenta v rámci vymezeného časového období a upozornit na trendy a souvislosti, které mohou mít vliv na utváření veřejného mínění. Zvláštní pozornost je věnována rozboru konkrétních témat, která se ve zpravodajství ČTK v souvislosti s prezidentem objevují, dále trendu vývoje tematické agendy v čase a tomu, která témata byla nejčastěji medializovaná. Ke srozumitelné interpretaci výsledků nám poslouží dílčí pilíře v podobě odpovědí na výzkumné otázky. Dalším cílem výzkumu bude vyhodnotit, zda témata, o kterých ČTK v souvislosti s Milošem Zemanem informuje, jsou spíše pozitivní, neutrální nebo negativní.

2.2 Výzkumná jednotka a vzorek

Základní jednotkou měření je zpráva z produkce ČTK, v níž se objevuje spojení „Miloš Zeman“ ve všech jeho gramatických obměnách. Celé jméno prezidenta je v klíčových slovech uvedeno z důvodu eliminace textů o osobách shodného příjmení.

První rok Miloše Zemana ve funkci prezidenta a zároveň základní výzkumné období této práce lze vyjádřit kalendářním intervalem 8. března 2013 až 8. března 2014. Zabývám-li se v práci jednotlivými měsíci prvního roku Miloše Zemana v prezidentské funkci, operuji vždy s časovými intervaly uvedenými v tabulce č. 1. Takto stanovené intervaly označuji jako 1. měsíc až 12. měsíc.

Tabulka č. 1: Intervaly výzkumného období

1. měsíc	8. 3. 2013 – 8. 4. 2013
2. měsíc	9. 4. 2013 – 8. 5. 2013
3. měsíc	9. 5. 2013 – 8. 6. 2013
4. měsíc	9. 6. 2013 – 8. 7. 2013
5. měsíc	9. 7. 2013 – 8. 8. 2013
6. měsíc	9. 8. 2013 – 8. 9. 2013
7. měsíc	9. 9. 2013 – 8. 10. 2013
8. měsíc	9. 10. 2013 – 8. 11. 2013
9. měsíc	9. 11. 2013 – 8. 12. 2013
10. měsíc	9. 12. 2013 – 8. 1. 2014
11. měsíc	9. 1. 2014 – 8. 2. 2014
12. měsíc	9. 2. 2014 – 8. 3. 2014

Při vyhledávání v infobance ČTK²⁹ využívám pro účely této práce následující filtry: *region*: Celý svět; *servisy*: Domácí. Dále specifikuji pouze *klíčové spojení* pro fulltextové vyhledávání: Miloš Zeman a *období* podle potřeby (celé sledované období či jednotlivé měsíce).

²⁹ Infobanka ČTK umožňuje na adrese ib.ctk.cz všem registrovaným uživatelům fulltextové vyhledávání napříč segmenty její produkce

Nyní je na místě sjednotit pro účely této práce terminologii týkající se typů zpráv, které ČTK produkuje. Pojmenování *zpráva* je totiž v souvislosti s ČTK užíváno jak ve významu obecném (např. *ČTK vydává několik typů agenturních zpráv*), tak konkrétním (např. *mezi tyto typy patří headliny, fleše i zprávy*). Pro zjednodušení tedy pro obecnou variantu volím pojmenování *zpravodajské sdělení* a pro konkrétní variantu zachovávám pojmenování *zpráva* (např. *Ve sledovaném období ČTK vydala 5189 zpravodajských sdělení, z toho 3440 zpráv*). Více se jednotlivými typy agenturních produktů zabývám v následující kapitole.

2.2.1 ČTK

Česká tisková kancelář vznikla v roce 1992 jako následnická instituce Československé tiskové agentury, která na našem území působila už od roku 1918. Postavení a působnost ČTK upravuje zákon č. 517/1992 Sb. Zpravodajské úkony ČTK zákon definuje následovně:

§2

1. Posláním tiskové kanceláře je poskytovat objektivní a všestranné informace pro svobodné vyjádření názorů.

2. Tisková kancelář poskytuje službu veřejnosti šířením slovního a obrazového zpravodajství z České republiky a ze zahraničí.

3. Stejnou službu poskytuje tisková kancelář i do zahraničí.

§ 3

1. Tisková kancelář poskytuje za úplaty slovní a obrazové zpravodajství ostatním hromadným sdělovacím prostředkům i jiným právnickým a fyzickým osobám.

2. Tisková kancelář zřizuje síť odboček, zpravodajů a spolupracovníků v České republice a v zahraničí.

3. Tisková kancelář je oprávněna vykonávat za podmínek stanovených právními předpisy podnikatelskou činnost, která nesmí ohrozit její poslání.

4. Tisková kancelář nesmí provozovat rozhlasové a televizní vysílání ani nesmí mít majetkovou účast na obchodním jmění fyzické nebo právnické osoby, která je provozuje.³⁰

S ohledem na veřejnoprávní povahu ČTK existují mechanismy, které činnost agentury kontrolují. Tím hlavním je Rada ČTK, orgán, jehož sedm členů volí Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR a jehož prostřednictvím se uplatňuje právo veřejnosti na kontrolu ČTK. Jednou z funkcí Rady ČTK je jmenování a odvolávání ředitele agentury.³¹

Česká tisková kancelář je významným nástrojem masové komunikace v českém prostředí. Její přímý vliv na publikum je sice minimální,³² velkou část produkce ČTK ale přejímají ostatní média, čímž se účinnost přenášeného sdělení násobí. Podle analýzy společnosti Newton media z roku 2013 služeb ČTK využívají hlavní celostátní deníky průměrně v 18 % svých příspěvků, ať už převzetím celé zprávy nebo její části. Lidové noviny ve sledovaném období uváděly ČTK jako zdroj dokonce u 29 % svých příspěvků a deník E15 u 33 %.³³

V současné době je hodně diskutovaným fenoménem vlastnictví českých médií soukromými podnikateli či dokonce osobami činnými ve vysokých politických funkcích. V této souvislosti se mluví o možném střetu zájmů a potenciální hrozbě pro objektivitu těchto médií. Na rozdíl od soukromých médií tyto obavy nejsou v případě ČTK na místě. Agentura je ekonomicky nezávislá na státu, není zatížena vlastníky a

³⁰ Předpis č. 517/1992 Sb.; *Zákon České národní rady o České tiskové kanceláři*; dostupný z: http://i4.cn.cz/ctk/PDF/Zakon_c_517-1992_Sb._o_CTK.pdf

³¹ ŠMÍD, Milan a Ludmila TRUNEČKOVÁ. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2009, 205 s. ISBN 978-80-246-1661-2, s. 136

³² Přímý vliv ČTK uplatňuje prostřednictvím zpravodajských serverů ČeskéNoviny.cz a SMS/MMS servisu

³³ POLÍVKA, Ondřej. *Četkařské zprávy v celostátních denících*. In: *Newton Media* [online]. 2013 [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://www.newtonmedia.cz/cs/mediainfo-cz/analyzy/cetkarske-zpravy-v-celostatnich-denicich/detail>

dokonce ani reklamou. Prostředky získává z poskytování svých služeb a z další podnikatelské činnosti.³⁴

Textová zpráva

Nejstarším a nejvýznamnějším agenturním produktem je textové zpravodajství. Vedle něj dnešní agentury produkují také obrazové zpravodajství, infografiku, zvukové zpravodajství a video zpravodajství. Vůbec první zprávy se značkou ČTK vyšly v Praze 28. října 1918.

Každá zpráva z produkce ČTK je opatřena identifikačními prvky, tzv. metadaty. Metadata umožňují selekci a tematické třídění zpráv, tudíž usnadňují práci nejen pracovníkům agentury, ale zejména odběratelům. Při otevření zprávy v infobance ČTK v prvním řádku vidíme *datum vydání a časový údaj*. Tato informace umožňuje řadit zprávy podle časové posloupnosti nebo vymezovat časové období při zadávání dotazu. Hned na dalším řádku se nachází *titulek*, jehož hlavní funkcí je zprávu prodat, respektive stručně sdělit, o čem zpráva pojednává.

Mezi titulkem a vlastním textem zprávy najdeme údaj zvaný *domicil a signatura*. Udává zeměpisné označení místa, kde se popisovaná událost stala nebo kde byla zpráva zpracována, popř. může být v některých případech i kombinace obojího. V širším smyslu můžeme *domicil* chápat jako „zastřešující, souhrnné označení pro všechny tři prvky předřazené části zprávy – místo, datum, zkratka agentury.“³⁵ Po *domicilu* následuje samotné znění zprávy.

Ostatní metadata najdeme v nejnovější verzi infobanky v dolní liště pod zprávou, v jakémsi zápatí. Prvním údajem je tzv. *priorita*, která vyjadřuje důležitost zprávy na pětistupňové škále (1–5). S prioritou často koresponduje forma zprávy, kterou se budu zabývat v následující kapitole. Pod prioritou se nachází identifikační číslo (ID), údaj o vnitřním řazení zprávy v redakčním systému.

³⁴ ŠMÍD, Milan a Ludmila TRUNEČKOVÁ. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2009, 205 s. ISBN 978-80-246-1661-2, s. 134

³⁵ Tamtéž, s. 142-150

Pod ID najdeme *region* (nahrazuje dřívější *servis*), třímístný kód, který udává příslušnost zprávy k jednomu z pěti základních servisů ČTK (d – domácí všeobecný, m – zahraniční všeobecný, e – ekonomický se zprávami z ČR i ze zahraničí, s – sportovní se zprávami z ČR i ze zahraničí, e – exportní) a současně vypovídá o regionu, ze kterého zpráva pochází (kraje ČR či geografické oblasti ve světě).

Selekci zpravodajství podle tematických okruhů umožňuje třímístný kód, tzv. *kategorie* (všeobecný zpravodajský servis – politika, práce a odbory, kultura atd., ekonomický servis – zemědělství, turistický ruch atd.). Tu najdeme v prostředním sloupečku. Zpráva může mít i více kategorií.

V posledním sloupečku najdeme *klíčová slova*. Ta jsou důležitá nejen pro třídění zpráv v databázích, ocení je zejména uživatelé infobanky při specifikování vyhledávacího dotazu. Zároveň klíčová slova signalizují okruh informací, kterých se zpráva týká.

Fakt, že Česká tisková kancelář vydává zhruba 600 zpráv denně, většinou zdaleka neznamena, že daný den nabídl 600 událostí.³⁶ Významnější události se totiž velmi často stávají tématem hned několika zpráv, jejichž struktura se může měnit a které původní informaci doplňují o další vývoj či reakce na událost. S ohledem na různou délku, strukturu či prioritu rozlišujeme následující formáty zpráv.

Headline

Headline (anglicky titulek) je poměrně novým typem zprávy. V produkci ČTK se poprvé objevil v létě 2009. Headline předchází důležitým zprávám a představuje stručné sdělení o maximální délce 144 znaků. Agentura tak reaguje na potřeby čím dál větší rychlosti ve zpravodajství, navíc má flexibilní využití, protože se snadno vejde např. do textové zprávy nebo do tzv. tweetu. Headline může mít prioritu 1 ale i nižší, záleží na důležitosti zprávy, které předchází. Pro přehlednost je agentura rozlišuje barevně, informace s nejvyšší prioritou označuje červeně, s nižší prioritou zeleně.

³⁶ ŠMÍD, Milan a Ludmila TRUNEČKOVÁ. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2009, 205 s. ISBN 978-80-246-1661-2, s. 150

Z důvodu úspory času Headline servis rezignuje na některé formální náležitosti agenturní zprávy, jako je titulek, domicil, datum nebo signatura.

Fleš

Fleš agentura vydává do několika málo minut po headlinu s nejvyšší prioritou. Fleš potvrzuje dříve oznámenou skutečnost a rozvíjí ji o další důležité informace. Je v podstatě jádrem výpovědi a v následujících zprávách či jejich verzích často tvoří první odstavec. Fleš má prioritu 2 a vydává se již s titulkem, domicilem, signaturou atd.

Zpráva a její verze

Nejčastějším typem agenturního produktu je zpráva, která může být buď pokračování fleše, nebo samostatně oznamovat událost, která již probíhá nebo právě skončila. Zpráva má prioritu 3 nebo 4 a často ji doprovází tzv. *verze*, neboli aktualizované znění zprávy doplněné o nová fakta, reakce, citace nebo background. Zpráva obsahuje všechna metadata a nejčastěji má kompozici tzv. dvoustupňové obrácené pyramidy. První odstavec zprávy je označován jako lead (čelo) a je jádrem výpovědi, druhá část označovaná jako tělo je rozdělena do monotematicky členěných odstavců, které jsou řazeny podle důležitosti. Standardní součástí zprávy je také background (kontext).

Shrnutí

Velmi často agentura referuje o jedné události větším počtem dílčích zpráv a jejich verzí. Nejkomplexnější verzí, která nabízí rekapitulaci celé události s uceleným popisem vývoje a nejdůležitějšími momenty, je *shrnutí*. Shrnutí by mělo respektovat pracovní rytmus odběratele a termíny jeho uzávěrek.

Avízo

Nejrůznější organizace, instituce nebo například politici tiskové agentuře předem ohlašují plánované akce. Nejčastěji jde o tiskové konference pro novináře. Agentura proto předem vydává seznam ohlášených akcí, aby si mediální pracovníci mohli rozvrhnout účast na těchto akcích nebo aby věděli, kdy mohou např. tiskovou konferenci sledovat v přímém přenosu. Ne všechny očekávané události se ale vydávají jako avíza.

Dokument

ČTK vydává také tzv. dokumenty, které obsahují plné znění významných textů. Nejčastěji jde o přepisy projevů a prohlášení, smlouvy nebo seznamy. Do těchto textů agentura redakčně nezasahuje.³⁷

2.2.2 Miloš Zeman

Miloš Zeman se narodil 28. září 1944 v Kolíně, kde také mezi lety 1950 až 1959 docházel do základní devítileté školy. V letech 1950 až 1963 tamtéž navštěvoval střední ekonomickou školu.

Jak sám uvádí na svých oficiálních webových stránkách, studium na vysoké škole mu bylo nejprve zakázáno kvůli středoškolskému referátu o T. G. Masarykovi. Později ale během pracovního poměru ve strojárnách Tatra Kolín nastoupil k dálkovému studiu na Vysoké škole ekonomické v Praze, obor národohospodářské plánování. Promoval v roce 1969 s diplomovou prací na téma prognostiky. Ještě téhož roku začíná Miloš Zeman na VŠE vyučovat.³⁸

Pracovní zkušenosti Miloš Zeman získával v letech 1963 až 1967 v již zmíněné Tatře. První kontakt s politikou pak přichází v roce 1968, kdy vstupuje do Komunistické strany Československa. Ze strany byl ale podle svých slov o dva roky později vyloučen kvůli nesouhlasu se sovětskou okupací Československa a počínající normalizací.

³⁷ OSVALDOVÁ, Barbora. Zpravodajství v médiích. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9. s. 47-55

Až do nástupu do tělovýchovného podniku Sportpropag v roce 1971 není vázán pracovním poměrem. Po třinácti letech je Miloš Zeman na pokyn ÚV KSČ ze Sportpropagu propuštěn za údajnou protistranickou činnost. V roce 1984 začal pracovat v zemědělském podniku Agrodat.

V polovině 80. let se Miloš Zeman stal členem Světové prognostické společnosti. V září 1989 byl znovu propuštěn ze zaměstnání kvůli článku „Prognostika a přestavba“ publikovaném v Technickém magazínu. Od ledna 1990 byl pak zaměstnancem Prognostického ústavu Československé akademie věd.

Předzvěstí aktivního působení Miloše Zemana v československé a později české politice byla veřejná vystoupení na demonstracích na Letné a na besedách v rámci revolučních událostí roku 1989.

Na konci ledna 1990 usedl za Občanské fórum do Federálního shromáždění, kde se zároveň stal předsedou rozpočtového výboru a členem představenstva Federálního shromáždění.

Už v únoru 1993 byl Zeman poprvé zvolen předsedou sociálních demokratů a během jeho předsednictví se z ČSSD stala nejsilnější politická strana v České republice (v roce 1992 získala 7 % voličských hlasů, o čtyři roky později 27 % hlasů a za další dva dokonce 32 % hlasů). Miloš Zeman svoje předsednictví obhájil i v letech 1995, 1997 a 1999. Kandidaturu v roce 2001 již nepřijal

Zároveň působil v letech 1996 až 1998 jako předseda Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR. Po předčasných volbách v roce 1998 překvapivě uzavřel s hlavním ideovým odpůrcem, pravicovou ODS Václava Klause, takzvanou opoziční smlouvu,³⁹ která umožnila existenci menšinové vlády ČSSD v čele právě se Zemanem.⁴⁰ V roce

³⁸ Miloš Zeman - oficiální stránky. *Životopis* [online]. 2013 [cit. 2016-03-04]. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/t/zivotopis.htm>

³⁹ Plný název: Smlouva o vytvoření stabilního politického prostředí v České republice uzavřená mezi Českou stranou sociálně demokratickou a Občanskou demokratickou stranou

⁴⁰ Zeman slaví poprvé narozeniny jako prezident, bude mu 69 let. *ČTK*. 26. 9. 2013. citováno [2016-04-20]. Dostupné z: <http://ib.ctk.cz>. (Pozn.: Obsah inforbanky ČTK je dostupný pouze po zadání přístupového hesla)

2001 oznámil definitivní odchod z politiky, ale dva roky nato se vrátil, aby se poprvé ucházel o prezidentský úřad.

Poprvé Miloše Zemana ke kandidatuře na prezidenta České republiky vyzvali členové sociální demokracie v referendech na podzim 2002. Ve volbě následujícího roku byl ale vyřazen již v prvním kole. Výsledky tajné volby totiž ukázaly, že svého kandidáta nepodpořili ani všichni zástupci ČSSD. Prezidentem se tak stal Václav Klaus.

Po tomto debaklu se Zeman stahuje z politiky a jako starobní důchodce dění v politice sleduje a glosuje ze své chalupy na Vysočině. V tomto období píše knihy, nejznámější je publikace *Jak jsem se mýlil v politice*.

Na konci roku 2009 zakládá vlastní stranu s názvem Strana práv občanů – zemanovci (od března 2014 vypouští slovo *zemanovci* z názvu a zůstává SPO) a na stranickém sjezdu v březnu 2010 byl také zvolen jejím předsedou, ovšem záhy rezignuje kvůli nesplnění slibu, že strana překročí pětiprocentní hranici pro vstup do Poslanecké sněmovny. Od listopadu 2010 až dosud je Miloš Zeman čestným předsedou SPO.

Po uzákonění přímé volby prezidenta je Miloš Zeman prvním ze všech potenciálních kandidátů, který získal v petici potřebných 50 000 podpisů pro kandidaturu. V prvním kole byli jeho oficiálními protikandidáty Karel Schwarzenberg, Jan Fischer, Zuzana Roithová, Jiří Dienstbier, Přemysl Sobotka, Vladimír Franz, Jana Bobošíková a Táňa Fischerová. Vladimír Dlouhý a Tomio Okamura byli vyřazeni po kontrole podpisů ministerstvem vnitra. Ve druhém kole prezidentské volby pak Miloš Zeman porazil s 54,8 % hlasů Karla Schwarzenberga a stal se prvním přímo zvoleným prezidentem České republiky.⁴¹

Miloš Zeman je ženatý a má dvě děti – syna Davida z prvního manželství (1971–1978) a dceru Kateřinu se současnou manželkou Ivanou (od roku 1993).

⁴¹ Miloš Zeman - oficiální stránky. Životopis [online]. 2013 [cit. 2016-03-04]. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/t/zivotopis.htm>

2.3 Výzkumné metody

2.3.1 Kvantitativní obsahová analýza

Základní výzkumnou metodou pro účely této diplomové práce je kvantitativní obsahová analýza, která patří mezi nejčastěji užívané výzkumné techniky a umožňuje zkoumat obsahy s ohledem na vybrané znaky. V tomto případě budu zkoumat především trend počtu sdělení v jednotlivých měsících sledovaného období, tematické zaměření jednotlivých textů a dále budu identifikovat hlavní témata a porovnávat počet sdělení vztahujících se ke konkrétnímu tématu. Tuto výzkumnou metodu jsem zvolila z toho důvodu, že se dobře hodí pro zkoumání velkého množství textů, což je nezbytné, chceme-li sledovat dlouhodobější trendy. Kvantitativní obsahová analýza se vyznačuje vysokou mírou strukturovanosti a vysokým stupněm ověřitelnosti, tudíž by případní další výzkumníci zkoumající stejné téma měli dojít ke stejným výsledkům.⁴²

Za otce obsahové analýzy je považován americký sociolog a sociální psycholog Bernard Berelson, který ji v 50. letech 20. století definoval jako „výzkumnou techniku pro kvantitativní, systematický a objektivní popis zjevného obsahu komunikace,“ i když podobné metody se užívaly již v 19. století.⁴³ V meziválečném období a během druhé světové války pak vzrostla popularita obsahové analýzy v souvislosti se zkoumáním nových médií – rádia a televize. Uplatnění našla především ve výzkumu politické propagandy a komerční reklamy. V případě politické propagandy byla základním předpokladem představa, že komunikátor vytváří sdělení s cílem dosáhnout určitého účinku na publikum a tyto záměry bylo třeba analyzovat.

V tomto období se zkoumáním německé propagandy zabýval také Harold D. Lasswell, který jako první čistě kvantitativní postup doplnil o kvalitativní rozměr. Psychologickou optikou zkoumal symboly ve vysílání německého rozhlasu a rozlišoval jejich vyznění na negativní, neutrální a pozitivní.⁴⁴ Kritické obsahové analýze vyčítají, že pokud výzkumník reprodukuje významy jednotlivých sdělení, vzniká tak nový text, jehož finální význam bude ještě navíc záviset na interpretaci příjemce. Někteří oponenti

⁴² SCHULZ, Winfried a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3., nezměn. vyd. Překlad Barbara Köpplová. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1980-4, s. 29

⁴³ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9, s. 291

⁴⁴ Tamtéž, s. 293-294

dokonce mohou tvrdit, že „výsledek obsahové analýzy je jen specifický způsob interpretace sdělení výzkumníkem, o němž nelze říci, zda či do jaké míry se překrývá s tím, jak mu rozumí (čtou jej a interpretují) ostatní příjemci.“⁴⁵ Další kritiky směřují k tomu, že čistě kvantitativní metoda neumožňuje postihnout sociální významnost textů, kdy jeden zásadní text může mít na publikum mnohonásobně větší dopad než velké množství textů na banální téma a dále také jedno sdělení může mít odlišný účinek na různé skupiny publika. Zvláště pokud se ukazuje, že vztah mezi mediálními obsahy a jejich vnímáním recipienty není přímý.

Samotnou realizaci výzkumu metodou obsahové analýzy můžeme podle Sedlákové rozdělit do čtyř základních fází. Nejprve je třeba v přípravné fázi zodpovědět čtyři základní otázky: jaké obsahy budeme zkoumat, v jakých médiích, za jaké období a na jakých výzkumných jednotkách. V případě tohoto výzkumu budeme zkoumat textové zpravodajské obsahy v ČTK za období 8. 3. 2013 – 8. 3. 2014.

Následuje fáze přípravy pro kódování dat, kdy výzkumník stanovuje kategorie a přiděluje jim číselné hodnoty nebo kódy, aby tak prvky sdělení transformoval do statistických dat. Jako výzkumnou jednotku jsme si tedy stanovili textové zpravodajství ČTK, nyní je potřeba definovat kódovací jednotku. Kódovací jednotka je vždy menší než jednotka výzkumná a přímo se vztahuje k danému měření. Nejčastěji kódovací jednotku volíme na základě klíčových slov. Kódovací jednotku určenou pro tento výzkum detailněji specifikuji v kapitole 3.1. Součástí této fáze je také příprava kódovací knihy, která zachycuje schéma s přehledem všech proměnných a jejich definic včetně manuálu, jak při kódování postupovat. Na základě kódovací knihy by měl každý další výzkumník dojít k totožným výsledkům.

Ve třetí fázi výzkumník přechází k samotné fázi kódování, což v praxi znamená, že jednotlivé prvky kódovací jednotky přiřazuje ke zvoleným proměnným. Vhodné je doplnit výzkum také o fázi měření reliability, která dokáže odhalit, zda výzkumník udržuje stejnou optiku posuzování v průběhu výzkumu. Stačí se v některé fázi měření vrátit k již přiřazeným jednotkám a zkusit je přiřadit znovu k proměnným. Pokud oproti

⁴⁵ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9, s. 296

předchozímu přiřazování zjistíme zásadní odlišnosti, je potřeba znovu posoudit, zda byly kategorie (proměnné) zvoleny správně.⁴⁶

2.3.2 Kvalitativní obsahová analýza

V tuto chvíli považuji za nutné upřesnit terminologii, neboť část výzkumu, který pro účely této práce označuji jako kvalitativní analýzu, se ve skutečnosti liší od zažitých pojmenování metod používaných ve výzkumu médií. Kvalitativní analýza v pojetí této práce je spíše rozšířením kvantitativní obsahové analýzy o hodnotící prvky tak, jak v kapitole 2.3.2 popisují postup Harolda D. Lasswella.

Podle některých mediálních teoretiků je snaha hodnotit objektivitu či emocionální zabarvení textů prakticky nemožné, ovšem sami přiznávají, že je po takových analýzách mediálního obrazu čím dál větší poptávka, a proto se tomuto tématu nelze v metodologických publikacích zcela vyhnout. Jak odborníci věcně argumentují, kategorizace textů na pozitivně, negativně či neutrálně vyznívající nemůže být nikdy zcela objektivní a je vždy ovlivněna hodnotovou orientací výzkumníka. Nicméně pro účely této práce považuji za vhodné podstoupit riziko, že výsledky mohou být zpochybnovány jako nepřiliš reliabilní. Jak totiž uvádí Sedláková, tyto postupy byly a jsou často využívány právě pro analýzy sdělení v politické komunikaci.⁴⁷ Pro politiky je nesmírně cenné mít k dispozici komplexní mediální obraz včetně rozboru toho, jaké konotace vzbuzují zmínky o nich v souvislosti s jednotlivými tématy.

Jako jednu z nejčastějších komplikací mediální teoretikové uvádějí vnější znalost kodéra o události. Dle mého názoru ovšem konkrétně v případě této práce nejsou znalosti kodéra o události na škodu. Ve chvíli, kdy hodnotíme něčí mediální obraz, nám jde zejména o to, jak texty působí na příjemce sdělení. A lze předpokládat, že čeští občané také disponují jistými znalostmi, tudíž takto ovlivněné hodnocení může mít ve výsledku dokonce vyšší vypovídací hodnotu.

⁴⁶ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9, s. 310-319

⁴⁷ Tamtéž, s. 303–304

2.4 Výzkumné otázky a hypotézy

Cílem mého výzkumu bude najít odpověď na tyto výzkumné otázky a potvrdit nebo vyvrátit následující hypotézy.

V1: Jak se vyvíjel mediální zájem o Miloše Zemana v průběhu sledovaného období v agenturním textovém servisu?

V2: Jaká hlavní témata se ve sledovaném období nejčastěji ve spojitosti s prezidentem objevovala?

V3: Existuje ve sledovaném období korelace mezi četností zpráv a jejich hlavním tématem?

V4: Mají zprávy o prezidentovi spíše pozitivní, neutrální, negativní nebo ambivalentní vyznění?

V5: Která témata týkající se prezidenta Zemana vzbuzují pozitivní/negativní konotace?

H1: Mediální zájem v průběhu sledovaného období bude mít obecně klesající trend

H2: Do mediálního obrazu prezidenta Miloše Zemana se promítá i jeho soukromí.

H3: Názory a postoje Miloše Zemana jsou často srovnávány s názory a postoji Václava Klause jakožto Zemanova předchůdce v prezidentské funkci.

H4: Podstatnou část tematického spektra bude tvořit doznívající konkurenční boj obou kandidátů z druhého kola prezidentské volby Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga.

H5: Většina zpráv z produkce ČTK bude mít neutrální vyznění, zprávy s negativním vyzněním budou mírně převažovat nad těmi pozitivními.

3. Výzkumná část

3.1 Kvantitativní obsahová analýza

V této části práce budu na základě dat z ČTK vyhodnocovat kvantitativně vyjádřitelná data vztahující se k agenturním textům o prezidentu Zemanovi v ČTK. Agenturní archiv umožňuje zjistit celkový počet zpravodajských sdělení za vybrané období, trend počtu zpravodajských sdělení v jednotlivých měsících sledovaného období, tematické zaměření jednotlivých textů, identifikace hlavních témat nebo porovnání počtu sdělení vztahujících se ke konkrétnímu tématu. Základní jednotkou měření bude zpráva z produkce ČTK, v níž budu vyhledávat spojení „Miloš Zeman“ ve všech jeho gramatických obměnách.

Ve sledovaném období ČTK vydala celkem 5 189 zpravodajských sdělení, v nichž se objevilo klíčové slovní spojení „Miloš Zeman“, z toho 3 440x šlo o zprávy a jejich verze, 89x o headliny, 174x o fleše, 763x o souhrny, 338x o deníky, 87x o avíza, 296x o profily a 2x o protext. Z hlediska celkového počtu zpravodajských sdělení byl ze dvanácti sledovaných měsíčních intervalů nejúspěšnější 4. měsíc, tedy období od 9. června do 8. července 2013. V tomto měsíci ČTK vydala celkem 626 sdělení, z toho 417 zpráv a jejich verzí. V počtu zpráv je potom na první příčce 8. měsíc (428 zpráv). Naopak nejméně zpravodajských sdělení vyšlo v 7. měsíci, konkrétně 283 (z toho 173 zpráv a verzí). Průměrný celkový počet sdělení ve sledovaném období byl 432 (z toho 287 zpráv a verzí).

Tabulka č. 2: Vývoj mediálního zájmu v čase

	celé období	1. měsíc	2. měsíc	3. měsíc	4. měsíc	5. měsíc	6. měsíc
období	8. 3. 2013 - 8. 3. 2014	8. 3. 2013 - 8. 4. 2013	9. 4. 2013 - 8. 5. 2013	9. 5. 2013 - 8. 6. 2013	9. 6. 2013 - 8. 7. 2013	9. 7. 2013 - 8. 8. 2013	9. 8. 2013 - 8. 9. 2013
Celkem	5 189	527	295	410	626	473	428
Zprávy	3440	347	191	274	417	341	276
Headliny	89	24	7	5	4	2	5
Fleše	174	23	8	6	25	16	21
Souhrny	763	77	58	77	75	68	59
Plány	0	0	0	0	0	0	0
Deníky	338	25	23	33	35	20	34
Avíza	87	13	3	7	10	5	9
Profily	296	17	5	8	60	20	24
Protext	2	1	0	0	0	1	0

	celé období	7. měsíc	8. měsíc	9. měsíc	10. měsíc	11. měsíc	12. měsíc
období	8. 3. 2013 - 8. 3. 2014	9. 9. 2013 - 8. 10. 2013	9. 10. 2013 - 8. 11. 2013	9. 11. 2013 - 8. 12. 2013	9. 12. 2013 - 8. 1. 2014	9. 1. 2014 - 8. 2. 2014	9. 2. 2014 - 8. 3. 2014
Celkem	5 189	283	605	358	379	482	323
Zprávy	3440	173	428	215	251	319	208
Headliny	89	6	9	10	3	10	4
Fleše	174	6	24	15	6	12	12
Souhrny	763	47	73	55	54	66	54
Plány	0	0	0	0	0	0	0
Deníky	338	26	28	35	29	25	25
Avíza	87	7	6	3	10	8	6
Profily	296	18	37	25	26	42	14
Protext	2	0	0	0	0	0	0

Pro obsahovou analýzu nadále využívám pouze jeden druh agenturního obsahu, a sice *zprávy*. Většina dalších útvarů ČTK není pro účely této práce relevantní, neboť velmi často obsahově pouze předcházejí samotné zprávě a šlo by tedy o opakování stejných informací. Ze stejného důvodu očistím množinu zpráv s více verzemi a ponechám pouze verzi nejnovější. Nakonec nebudu pracovat se zprávami, kde je prezident Miloš Zeman zmíněn pouze okrajově v textu pojednávajícím o jiném tématu či osobě. Poslední výjimkou z obsahové analýzy jsou zprávy, u kterých ČTK uvádí speciální instrukci: Nepoužívejte tuto zprávu, byla upravena. Z uvedených důvodů je množina sdělení vhodných pro kvalitativní analýzu snížena z 5 189 na 1 589.

3.1.1 Kategorie

Závěrečný Po předběžném kódování jsem na základě obsahu zpráv o Miloši Zemanovi definovala dvanáct základních tematických kategorií, přičemž jsem každé kategorii přidělila proměnnou 1–12.

1. prezidentské pravomoci

Základním předpokladem je, že největší podíl textů bude spadat do této kategorie. Prezidentské pravomoci totiž definují hlavní pracovní náplň prezidenta České republiky. Do této kategorie patří všechna témata spojená s pravomocemi prezidenta vymezenými Hlavou třetí Ústavy ČR, konkrétně následujícími články.

Článek 59

(1) Prezident republiky složí slib do rukou předsedy Senátu na společné schůzi obou komor.

(2) Slib prezidenta republiky zní: "Slibuji věrnost České republice. Slibuji, že budu zachovávat její Ústavu a zákony. Slibuji na svou čest, že svůj úřad budu zastávat v zájmu všeho lidu a podle svého nejlepšího vědomí a svědomí."

Článek 62

Prezident republiky

a) jmenuje a odvolává předsedu a další členy vlády a přijímá jejich demisi, odvolává vládu a přijímá její demisi,

b) svolává zasedání Poslanecké sněmovny,

c) rozpouští Poslaneckou sněmovnu,

d) pověřuje vládu, jejíž demisi přijal nebo kterou odvolal, vykonáváním jejích funkcí prozatímně až do jmenování nové vlády,

e) jmenuje soudce Ústavního soudu, jeho předsedu a místopředsedy,

f) jmenuje ze soudců předsedu a místopředsedy Nejvyššího soudu,

g) odpouští a zmírňuje tresty uložené soudem a zahlazuje odsouzení,

h) má právo vrátit Parlamentu přijatý zákon s výjimkou zákona ústavního,

i) podepisuje zákony,

j) jmenuje prezidenta a viceprezidenta Nejvyššího kontrolního úřadu,

k) jmenuje členy Bankovní rady České národní banky.

Článek 63

(1) Prezident republiky dále

a) zastupuje stát navenek,

b) sjednává a ratifikuje mezinárodní smlouvy; sjednávání mezinárodních smluv může přenést na vládu nebo s jejím souhlasem na její jednotlivé členy,

c) je vrchním velitelem ozbrojených sil,

d) přijímá vedoucí zastupitelských misí,

e) pověřuje a odvolává vedoucí zastupitelských misí,

f) vyhlašuje volby do Poslanecké sněmovny a do Senátu,

g) jmenuje a povyšuje generály,

h) propůjčuje a uděluje státní vyznamenání, nezmocní-li k tomu jiný orgán,

i) jmenuje soudce,

j) nařizuje, aby se trestní řízení nezahajovalo, a bylo-li zahájeno, aby se v něm nepokračovalo,

k) má právo udělovat amnestii.

(2) Prezidentovi republiky přísluší vykonávat i pravomoci, které nejsou výslovně v ústavním zákoně uvedeny, stanoví-li tak zákon.

(3) Rozhodnutí prezidenta republiky vydané podle odstavce 1 a 2 vyžaduje ke své platnosti spolupodpis předsedy vlády nebo jím pověřeného člena vlády.

(4) Za rozhodnutí prezidenta republiky, které vyžaduje spolupodpis předsedy vlády nebo jím pověřeného člena vlády, odpovídá vláda.

Článek 64

(1) Prezident republiky má právo účastnit se schůzí obou komor Parlamentu, jejich výborů a komisí. Udělí se mu slovo, kdykoliv o to požádá.

(2) Prezident republiky má právo účastnit se schůzí vlády, vyžádat si od vlády a jejích členů zprávy a projednávat s vládou nebo s jejími členy otázky, které patří do jejich působnosti.⁴⁸

2. reprezentace a piety

Do této kategorie řadím texty popisující účast prezidenta Zemana na pietních a reprezentačních akcích v rámci České republiky. Zahraniční účast řadím do kategorie

⁴⁸ Ústava ČR

prezidentských povinností, jelikož při těchto akcích prezident zastupuje stát navenek. Jako příklad textu spadajícího do této kategorie uvádím účast na výstavě korunovačních klenotů, cyrilometodějských dnech na Velehradě nebo pouti na Sněžku.

3. vztahy s politiky a stranami

Prezident Zeman je známý svými výraznými postoji vůči svým politickým kolegům i vůči celým stranám. Ve sledovaném období ČTK nejčastěji psala o vztahu prezidenta Zemana a jeho protikandidáta ve druhém kole prezidentské volby Karla Schwarzenberga. Pozoruhodnou roli hrály Zemanovy vztahy také ke konci vládní krize, kdy měl prezident rozhodnout, zda se předsedou vlády stane předseda vítězné ČSSD Bohuslav Sobotka, nebo Zemanův sympatizant a statutární místopředseda ČSSD Michal Hašek. Pokud jde o politické strany, jméno Miloše Zemana zaznívá nejčastěji ve spojení se Stranou práv občanů – zemanovci, jejímž je čestným předsedou, a dále s ČSSD, v níž dlouhá léta působil jako předseda.

4. personální otázky

Tato kategorie zahrnuje především zprávy týkající se hradního personálu. Nejčastěji je zmiňován kancléř prezidenta Vratislav Mynář ať už v souvislosti s jeho angažmá v SPOZ nebo s chybějící bezpečnostní prověrkou. Dále ČTK píše o řediteli zahraničního odboru Kanceláře prezidenta republiky Hynku Kmoníčkoví nebo řediteli odboru protokolu Kanceláře prezidenta republiky Jindřichu Forejtovi.

5. ohlasy a hodnocení

Tato proměnná označuje veškerá názorová vyjádření směřovaná prezidentu Zemanovi od ostatních politiků, odborníků, umělců a dalších osobností. Zároveň do této kategorie patří názory veřejnosti představované buď průzkumy veřejného mínění nebo demonstracemi na podporu či proti hlavě státu. Právě zprávy spadající do této kategorie nejčastěji odpovídají emotivně zabarveným textům, jejichž sentiment hodnotím jako pozitivní, negativní nebo ambivalentní.

6. názory MZ

Prezident Zeman rád veřejně sděluje svoje názory na dění domácí i světové. Pokud jsem jako jednu z proměnných zvolila ohlasy a hodnocení směřující k Miloši Zemanovi, považuji za vhodné věnovat kategorii také názorům prezidenta. Hlava státu zejména na počátku prvního roku v prezidentské funkci hovořila na sjezdech politických stran, kde zároveň přispěla svým projevem. Prezident Zeman také hojně vystupuje na veřejnosti, ať už na zasedáních Senátu a Poslanecké sněmovny, vlády nebo mezi občany během návštěv krajů. Často se uchyluje ke kritice či ironickým poznámkám směrem k novinářům nebo ke svým politickým oponentům.

7. prezidentská volba

Prezidentská volba se v prvním roce prezidenta Zemana ve funkci skloňuje nejčastěji v souvislosti s financováním volebních kampaní. Zejména proto, že prezident Zeman spolu s protikandidátem z prvního kola prezidentské volby Janem Fischerem neuzavřeli své účetnictví v zákonné lhůtě. Volební tým Miloše Zemana pak navíc podle médií vedl dvě účetnictví, jedno oficiální na transparentním účtu a druhé pod SPOZ a partnerským občanským sdružením Přátelé Miloše Zemana.

8. vládní krize

Aféra okolo předsedy vlády Petra Nečase a vrchní ředitelky Sekce kabinetu předsedy vlády ČR Jany Nagyové (později Nečasové) si podle mého názoru zaslouží samostatnou kategorii, neboť odstartovala celou řadu událostí, v nichž figuroval prezident Zeman. Tato kauza započala zásahem policie na Úřadu vlády 13. června 2013 (4. měsíc prezidenta Zemana ve funkci), pokračovala odstoupením Nečasovy vlády, jmenováním úřednické Rusnokovy vlády a trvala až do 29. ledna 2014 (11. měsíc), kdy prezident jmenoval novou Sobotkovu vládu. Kromě odvolávání a jmenování vlád měl prezident Zeman na starosti vyhlášení předčasných voleb. Průběh celé této kauzy Miloš Zeman poměrně zásadně ovlivňoval. Například tím, že odmítl jmenovat předsedkyní vlády Miroslavu Němcovou, která byla podpořena 101 podpisem a namísto toho jmenoval úřednickou vládu Jiřího Rusnoka.

9. ostatní

Do kategorie „ostatní“ zařazují zprávy, které se tematicky nehodí do žádné z dalších jedenácti kategorií. Cílem správné kategorizace bylo, aby tato kategorie obsahovala co nejméně zpráv. Jako typický příklad textu patřící do této kategorie uvádím zprávu s titulkem *Muzeum Grévin nabídne voskového Krtečka i prezidenta Zemana*.⁴⁹ Řadím sem například také informace o fondu na splácení státního dluhu, který založil a do kterého se svého platu pravidelně přispívá prezident Zeman.

10. osobní

Do této kategorie patří texty informující o osobním životě Miloše Zemana, zejména o jeho rodině, zdravotním stavu a trávení volného času.

11. vztahy s institucemi

Kromě komunikace s osobami a institucemi vyplývající z prezidentských pravomocí (vláda, parlament, soudci, generálové atd.) komunikuje prezident i s dalšími, například s církví, odbory, nejrůznějšími asociacemi a spolky. Do této kategorie proto patří například dialog církve a prezidenta ohledně církevních restitucí, jednání s odbory či hospodářskou komorou a také spor s akademickou obcí ohledně jmenování profesorů.

12. návštěvy krajů

Specifickou náplní prezidentské funkce Miloše Zemana jsou návštěvy krajů. Během nich se setkává tváří v tvář s veřejností. Tato platforma prezidentovi dává velký prostor pro vyjadřování svých názorů na široké spektrum témat souvisejících s problémy jednotlivých regionů. Zároveň je tato činnost důležitou součástí prezidentovy marketingové strategie.

⁴⁹ Muzeum Grévin nabídne voskového Krtečka i prezidenta Zemana. *ČTK*. 27. 3. 2013. citováno [2016-03-11]. Dostupné z: <http://ib.ctk.cz>

Vzhledem k tomu, že velké množství zpráv zahrnuje více tematických okruhů, opatřila jsem takové zprávy více proměnnými. Např. pokud zpráva pojednává o tom, že politici kritizují spor prezidenta Zemana s ministrem zahraničí Karlem Schwarzenbergem v otázce jmenování velvyslanců, přiřazuji ke zprávě celkem tři kódy: 1 (jmenování velvyslanců je pravomocí prezidenta), 3 (vztah prezidenta s členem vlády) a 5 (ohlasy či hodnocení třetí strany). Celkový počet kódů proto záměrně neodpovídá celkovému počtu zpráv.

3.2 Kvalitativní obsahová analýza

Kvalitativní analýza už se nespolehá na čistě pozitivistické pojetí výzkumu, neboť do ní nevyhnutelně vstupuje prvek subjektivního hodnocení výzkumníka. V této části kódování přiřazuji k jednotlivým zprávám proměnné vystihující vyznění těchto zpráv. Konkrétně přisuzuji tyto kódy: P = pozitivní, Z = negativní, N = neutrální, A = ambivalentní.

Ve snaze maximálně objektivizovat tuto metodu jsem si stanovila následující kritéria přisuzování jednotlivých kódů. Vzhledem k povaze média a absenci názorových textů vycházím z předpokladu, že většina zpráv bude vyhodnocena jako neutrální. Takto hodnotím texty, které pouze popisují danou skutečnost bez jakéhokoli sentimentu a bez názorově zabarvených citací. Jako pozitivní označuji zprávy, v nichž ČTK dává prostor citacím jiných aktérů, kteří chválí prezidentovy kroky a vyjadřují se vůči němu pozitivně nebo ve výjimečných případech také v situaci, kdy ČTK zjevně klade důraz na pozitivní skutečnosti. Analogicky postupuji při hodnocení zpráv se záporným vyzněním, tedy převažují-li negativní vyjádření aktérů vůči prezidentovi a zaměřuje-li se ČTK na negativní skutečnosti. Pokud se v textu vyváženě objevují citace jak se záporným, tak pozitivním vyzněním, označuji danou zprávu jako ambivalentně vyznívající.

3.3 Řešení

3.3.1 První měsíc (8. 3. – 8. 4. 2013)

Z původního počtu 347 zpráv po očištění od verzí a irelevantních textů zůstalo pro účely obsahové analýzy 179 textů.

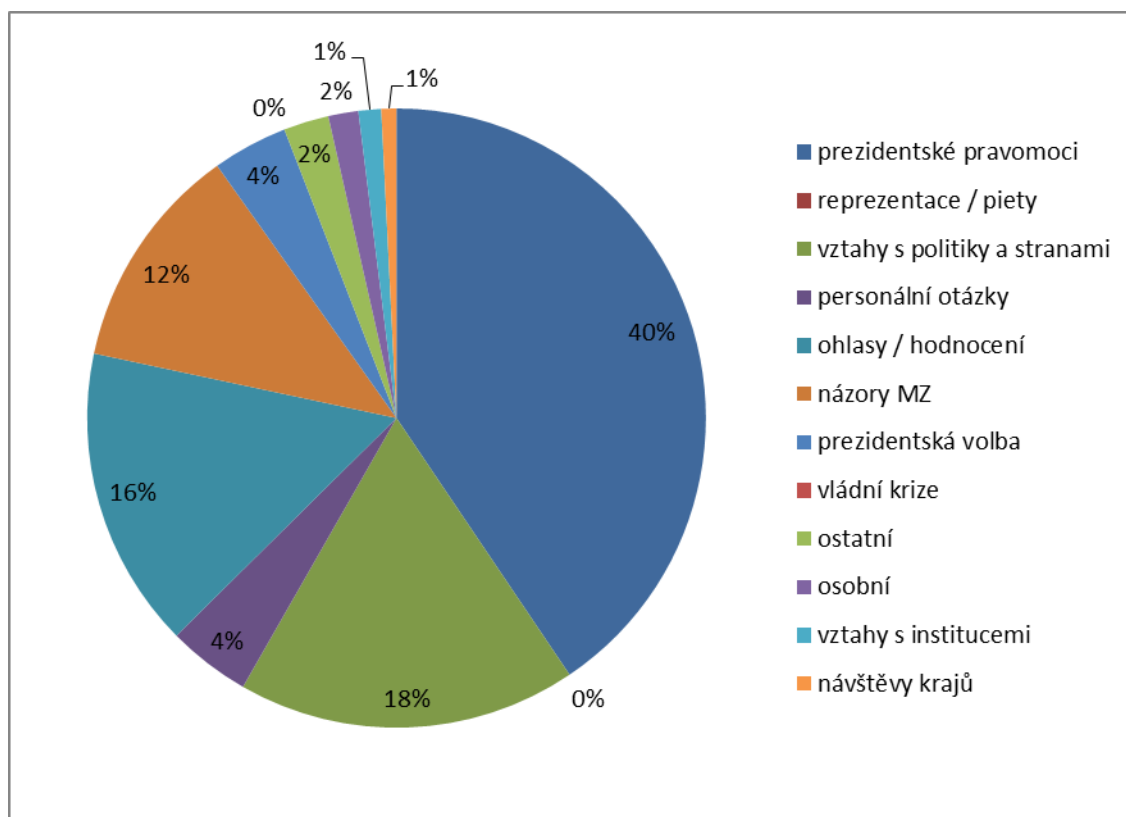
Největší zastoupení měla podle očekávání kategorie *prezidentské povinnosti*. Největší počet zpráv pojednával o inauguraci prezidenta a reakcích na jeho inaugurační projev. Do stejné kategorie řadím schůzky nového prezidenta se členy vlády a Parlamentu, návštěvu britského prince Edwarda nebo setkání s předsedou Evropské komise u příležitosti podepsání tzv. eurovalu.

Druhou nejčetnější kategorií byly *vztahy s politiky a stranami*. Za tuto četnost může prezidentova účast na dvou stranických sjezdech – ČSSD a SPOZ. S oběma stranami má Miloš Zeman úzké vazby a na obou sjezdech pronesl projev obsahující prezidentovy vize či doporučení pro budoucnost obou stran. Dalším tématem, které bylo v této kategorii hojně zastoupeno, jsou vztahy prezidenta s ministrem zahraničí a zároveň jeho protikandidátem z druhého kola prezidentské volby Karlem Schwarzenbergem. S ním se Miloš Zeman přel ve věci jmenování velvyslanců, kdy si prezident přál jmenovat Livii Klausovou na pozici velvyslankyně na Slovensku a Vladimíra Remka na pozici velvyslance v Rusku. Naproti tomu Karel Schwarzenberg by upřednostňoval kariérní diplomaty a tvrdil, že Miloš Zeman jmenování velvyslanců blokuje nebo že dokonce mění zvyklosti, podle nichž o zahraniční politice rozhoduje vláda, nikoli prezident. K této při se negativně vyjadřují také ostatní politikové.

Kategorii *ohlasy a hodnocení* plní reakce na inaugurační projev prezidenta a také kritika již zmíněného sporu o velvyslance. Kritické ohlasy vyvolala pasáž z inauguračního projevu Miloše Zemana, v níž prezident zařadil novináře po bok kmotrů a neonacistů a označil je za ostrůvky negativní deviace.

Za zmínku pak stojí také kategorie *názory Miloše Zemana*. Ty vycházely především z projevů na již zmíněných sjezdech ČSSD a SPOZ a z taktéž již zmíněného inauguračního projevu. Zeman také uděloval četné rady na schůzích Senátu a Poslanecké sněmovny či při setkání s hejtmany.

Graf č. 1: Tematická skladba (1. měsíc)



Pozitivní zmínky ve vztahu k Miloši Zemanovi pocházejí zpravidla od veřejnosti, zejména ze strany jeho příznivců, kteří se účastnili inauguračních oslav přímo na nádvoří Pražského hradu nebo slavili Zemanovo vítězství v Novém Veselí na Vysočině, kde má prezident chalupu. Premiér Petr Nečas kvitoval Zemanovo rozhodnutí podepsat tzv. euroval, tedy dodatek k Lisabonské smlouvě, který jeho předchůdce Václav Klaus považoval za „zrůdnou a absurdní věc“.⁵⁰

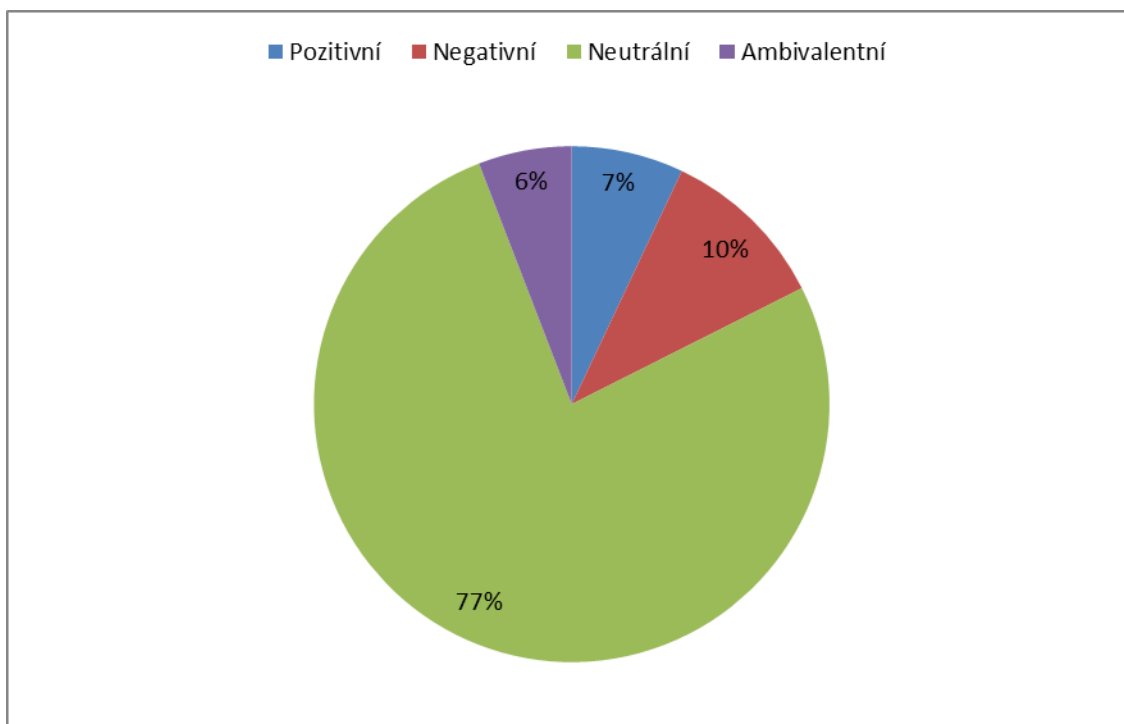
Spektrum témat, která s sebou přináší negativní konotace, je o poznání širší. Dle očekávání došlo na hodnocení inauguračního projevu, který kritizoval Karel Schwarzenberg proto, že nový prezident podle svého konkurenta neřekl nic o své budoucí politice. Politologové a deníky pak kritizovali také výrok Miloše Zemana vůči médiím. Reakcí na tento výrok byla později také petice podepsaná devíti desítkami osobností, které tvrdí, že Zemanova slova jsou útokem na svobodu projevu. Stejný výrok kritizoval také Syndikát novinářů. Negativní reakce sklídl i spor o velvyslance, ten kritizovali především zástupci ČSSD a ODS. Karel Schwarzenberg pak prezidenta

⁵⁰ Zeman na rozdíl od Klause podepíše ESM, má jej hlavně za symbol. ČTK. 10. 3. 2013. citováno [2016-03-11]. Dostupné z: <http://ib.ctk.cz>

kritizoval proto, že ho Zeman jakožto ministra zahraničí nepozval na ceremoniál ratifikace tzv. eurovalu za přítomnosti José Manuela Barossy. Média také přišla s informací o dvojím účetnictví, které vedl Zemanův volební tým během prezidentské kampaně.

Z textů vyznívajících ambivalentně bych zmínila rozdílné názory politiků na inaugurační projev, který opozice chválí a koalice v něm vidí rozpory. Dále se dostalo různého hodnocení rodinnému doprovodu prezidenta Zemana na slavnostní akt inaugurace. Zatímco premiér Nečas uvítal ratifikaci tzv. eurovalu, bývalý prezident Klaus spolu s Klausovým institutem tento akt kritizoval.

Graf č. 2: Emocionální zabarvení (1. měsíc)



3.3.2 Druhý měsíc (9. 4. – 8. 5. 2013)

Závěrečný Z původního počtu 191 zpráv zůstalo po očištění od verzí a irelevantních textů pro potřeby obsahové analýzy 105 textů.

Podobně jako v předchozím měsíci měla zhruba 40% zastoupení kategorie *prezidentské pravomoci*. Nejčastěji ČTK psala o eskalujícím sporu prezidenta s ministrem zahraničí ohledně jmenování velvyslanců a o reakci ostatních politiků na

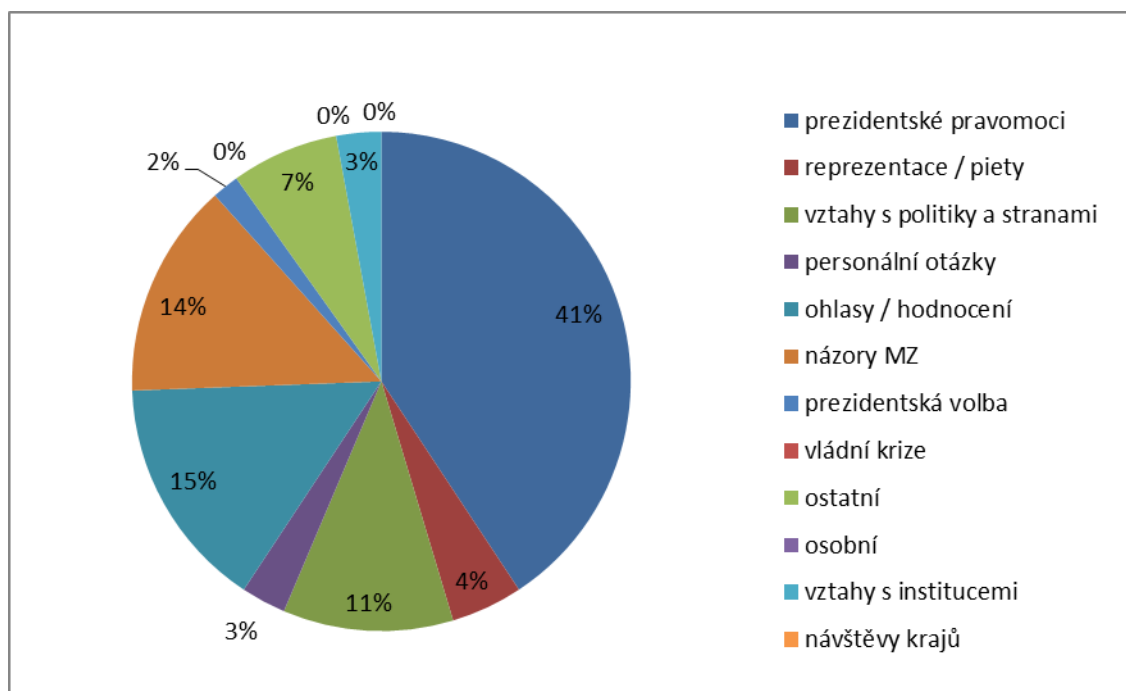
tento spor. Větší zastoupení mělo také téma navrhování a později jmenování ústavních soudců hlavou státu. Do této kategorie řadím také setkání prezidenta Zemana s předsedou Evropské rady van Rompuyem nebo prezidentovu návštěvu zasedání Poslanecké sněmovny. Zbytek zpráv tvořily informace o běžné agendě prezidenta republiky, do níž patří například podepisování zákonů.

Druhou nejvíce zastoupenou kategorií byly *ohlasy a hodnocení*. Absolutní většina zpráv z této kategorie se týkala sporů o velvyslance. Z dalších témat lze zmínit například kritiku Zemanových výroků na téma sudetských Němců. Zemanova slova pronesená během prezidentovy návštěvy Rakouska kritizoval premiér Petr Nečas. Právě předseda vlády patřil také mezi nejhlasitější kritiky sporu o velvyslance.

Názory Miloše Zemana se na celkovém počtu témat podílely zhruba 14 %. Zeman se hojně vyjadřoval ke sporu o velvyslance a také k hledání autorů kritizované amnestie, kterou podepsal jeho předchůdce Václav Klaus. Miloš Zeman také nešetřil radami a názory při svém projevu během návštěvy zasedání Poslanecké sněmovny.

Spor o velvyslance se stal nejčastějším tématem i v kategorii *vztahy s politiky a stranami*. Nejčastěji zmiňovaným aktérem je v této souvislosti opět ministr zahraničí Karel Schwarzenberg. Objevilo se také několik článků o společné večeři Klausových a Zemanových na zámku v Lánech.

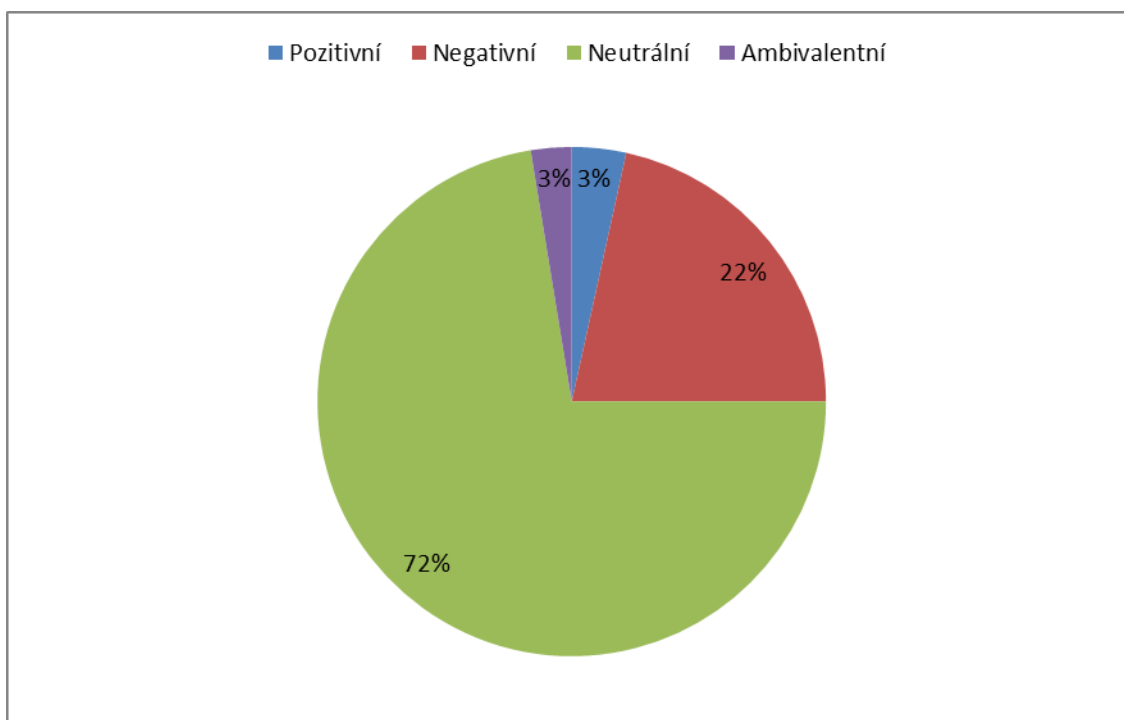
Sedmi procenty se na tematickém celku podílela kategorie *ostatní*, kam patří diskuze ohledně autorství Klausovy amnestie a v menším počtu pak například stěhování prezidenta do Lumbeho vily nebo vydání poštovní známky s portrétem prezidenta.

Graf č. 3: Tematická skladba (2. měsíc)

Oproti předchozímu měsíci vidíme zvýšení podílu negativně laděných textů na úkor všech ostatních. V naprosté většině negativní hodnocení Miloše Zemana souviselo se sporem o velvyslance. Menšina textů s negativní konotací pak souvisela s Nečasovou kritikou výroků o sudetských Němcích. Někteří poslanci spolu s premiérem Nečasem také nehodnotili příliš lichotivě prezidentův projev v Poslanecké sněmovně. Část poslanců TOP 09 dokonce během prezidentova projevu opustila sál na protest proti způsobu, jakým se Miloš Zeman vyjadřoval o předsedovi jejich strany Karlu Schwarzenbergovi. Premiér Nečas pak projev hodnotil slovy, že prezident „kromě sebe samého nenechal na nikom jiném nit suchou.“⁵¹

Pozitivní hodnocení prezidenta vychází v tomto období především z průzkumů veřejného mínění, kde se ukazuje, že hlavě státu důvěřují tři pětiny lidí.⁵² Kladně se směrem k prezidentovi vyjadřovali také předsedové poslaneckých klubů, s nimiž Zeman zjevně našel společnou řeč. Pozitivně byly přijaty také prezidentovy návrhy na ústavní soudce.

⁵¹ Prezident ve svém projevu nenechal na nikom nit suchou. ČTK. 7. 5. 2013. citováno [2016-03-15]. Dostupné z: <http://ib.ctk.cz>

Graf č. 4: Emocionální zabarvení (2. měsíc)

3.3.3 Třetí měsíc (9. 5. – 8. 6. 2013)

Z původního počtu 274 zpráv zůstalo po očištění od verzí a irelevantních textů 119 zpráv vhodných pro analýzu.

Oproti dvěma předchozím měsícům, které si byly tematickou skladbou poměrně podobné, přichází ve třetím měsíci Miloše Zemana v prezidentské funkci mnoho tematických novinek.

Nejčteněji zastoupena byla v tomto období kategorie *ohlasy a hodnocení*. Reakce se týkaly v první části měsíce především Zemanova vystoupení při příležitosti otevření výstavy korunovačnických klenotů. Prezidentův nejistý postoj, který mluvčí Hana Burianová vysvětlovala virózou, někteří politici a následně i veřejnost přisuzovali prezidentově opilosti. Nejhlasitěji se k těmto spekulacím vyjadřoval místopředseda TOP 09 a ministr financí Miroslav Kalousek. ČTK opakovaně citovala jeho větu „já jsem to sice neviděl, ale v pátek jsem slyšel, že chybělo málo a ke korunovačnickým klenotům, koruně, žezlu a jablku, přibyla ještě šavle.“⁵³ ČTK také v hojné míře informovala o

⁵³ Zeman má virózu a léčí se doma, zpět v úřadu má být v pondělí. ČTK. 10. 5. 2013. citováno [2016-03-17]. Dostupné z: <http://ib.ctk.cz>

reakcích veřejnosti, zejména o parodizujících videích a fotomontážích, které kolovaly na sociálních sítích. Příkladem je například zpráva s titulkem *Video se Zemanem vrávorajícím u klenotů vidělo přes 800.000 lidí*.⁵⁴

Největším tématem třetího měsíce bylo bezpochyby rozhodnutí prezidenta Zemana nejmenovat profesorem akademika Martina C. Putny. Proti tomu protestovali politici (Schwarzenberg, Sobotka, Benda, Gajdůšková), akademici i studenti. Na podporu jmenování Putny profesorem dokonce vznikla petice a konaly se protestní akce proti ohrožování akademické svobody.

Kromě těchto dvou stěžejních témat nadále pokračoval spor o velvyslance, který soustavně kritizuje předseda vlády Nečas i další politici.

Druhou nejčteněji zastoupenou kategorií byly v tomto měsíci *názory Miloše Zemana*. Ten se v průběhu období vyjadřoval k nejrůznějším tématům od úmrtí jeho přítele a čestného předsedy ČSSD Valtra Komárka přes důchodovou reformu až po školství. Jméno Miloše Zemana bylo slyšet i v souvislosti s červnovými povodněmi, při nichž došlo ke střetu názorů mezi prezidentem a premiérem Nečasem. Největší počet článků obsahujících názory Miloše Zemana se ale vztahoval k tématu jmenování, respektive nejmenování Martina C. Putny profesorem.

Tento spor významně přispěl k tomu, že byly v daném měsíci hojně zastoupeny texty z kategorie *vztahy s institucemi*. Vztahy mezi prezidentem Zemanem a akademickou obcí byly touto kauzou velmi poškozeny. Kritika příliš neustala ani po tom, co prezident změnil názor a s jistými výhradami se rozhodl jmenování Martina C. Putny profesorem podepsat. Akademici celou kauzu viděli v širší perspektivě a vyjadřovali svoje obavy o akademické svobody. Výjimečně ČTK psala o vztazích prezidenta s církví či dalšími institucemi.

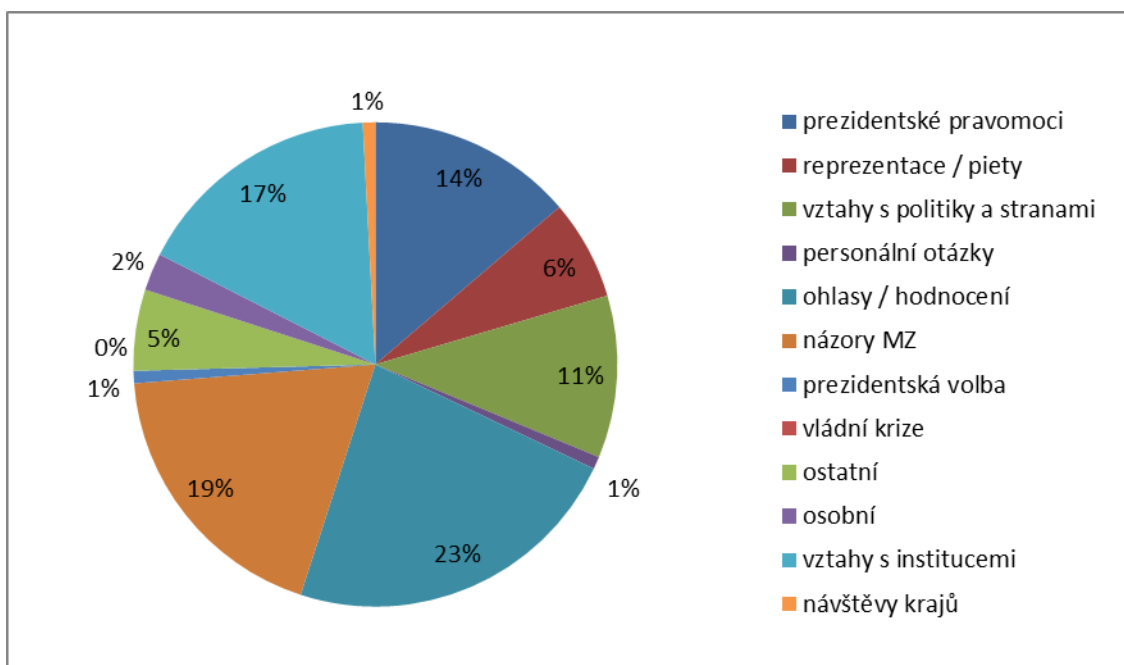
Jindy významně početná kategorie *prezidentské pravomoci* v tomto měsíci poněkud ustoupila předchozím zmiňovaným. ČTK informovala o setkání prezidenta se

⁵⁴ Video se Zemanem vrávorajícím u klenotů vidělo přes 800.000 lidí. ČTK. 15. 5. 2013. citováno [2016-03-20]. Dostupné z: <http://ib.ctk.cz>

členy vlády, o jeho návštěvě Polska, jmenování ústavních soudců a podepisování zákonů. Větší počet textů se zabýval stále trvajícím sporem o velvyslance.

Poslední kategorií, která si zaslouží být v souvislosti s třetím měsícem zmíněna, je kategorie *vztahy s politiky a stranami*. ČTK i nadále informovala o vztazích Miloše Zemana s Karlem Schwarzenbergem a jejich sporu o velvyslance. Dále v souvislosti s úmrtím Valtra Komárka zdůrazňovala jeho přátelství se současnou hlavou státu. Prezident Zeman v tomto měsíci navštívil sněm hnutí Starostové a nezávislí, kde pronesl projev.

Graf č. 5: Tematická skladba (3. měsíc)

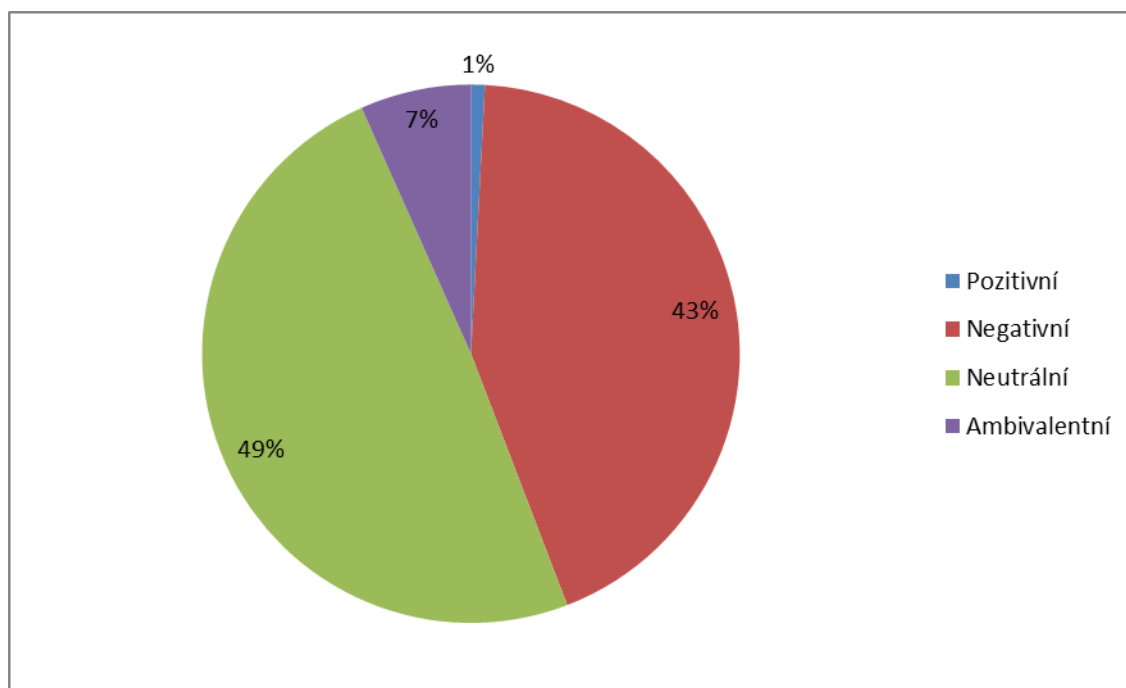


Ve srovnání s předchozími dvěma měsíci, kdy se podíl neutrálních textů pohyboval okolo 70 %, vidíme ve třetím měsíci významný pokles této kategorie. Může za to vysoký nárůst negativně laděných textů, který byl zapříčiněn kritikou rozhodnutí Miloše Zemana nejmenovat Martina C. Putnu profesorem. Zemanovi vadil Putnův transparent s nápisem „Katolické buzny zdraví Bátoru“, s nímž akademik přišel na pochod hrdosti sexuálních menšin Prague Pride. V souvislosti s tímto sporem se na hlavu státu snesla kritika z různých stran a je těžké odpovědně odhadnout, zda tento příval negativních emocí odrážel skutečnou atmosféru ve společnosti nebo zda pouze lidé nesouhlasící s tímto prezidentovým postojem dostali větší prostor se vyjádřit. Jedinou osobou, která se prezidentova rozhodnutí zastala, byl strahovský opat. Ten

prezidentovi dokonce za jeho postoj poděkoval. Poté, co Miloš Zeman změnil názor a rozhodl se jmenování Putny profesorem nadále neblokovat, se reakce sice zmírnily, ovšem kritika neopadla docela. V textech ČTK se vždy vedle souhlasných reakcí na tento krok objevovaly i reakce kritické, například kvůli hrozícímu omezování akademických svobod. Tato skupina textů pak z velké části vyznívá ambivalentně. Akademici také nepřijali pozitivně návrh prezidenta, že pravomoc jmenování profesorů bude převedena na ministra školství.

Jediným textem, který bylo možné vnímat spíše pozitivně, byla už tradičně zpráva informující o průzkumu veřejného mínění. Titulky těchto zpráv sdělují, že podle agentury STEM Zemanovi věří polovina lidí a 55 % oceňuje i jeho práci.

Graf č. 6: Emocionální zabarvení (3. měsíc)



3.3.4 Čtvrtý měsíc (9. 6. – 8. 7. 2013)

Závěrečný Z původních 419 zpráv zůstalo po očištění 169 relevantních textů.

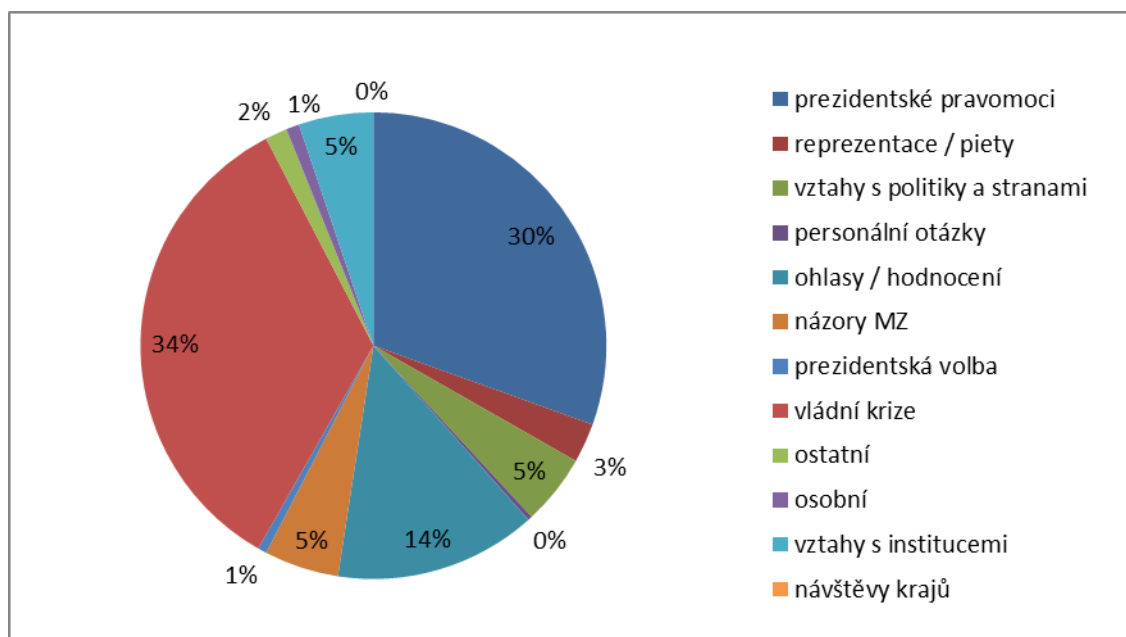
Po mnoha negativně vyznívajících textech o Miloši Zemanovi v předchozím měsíci se přesouvá pozornost od prezidenta k vládní krizi. Během ní úloha Miloše Zemana zpočátku spočívala především v setkávání se zainteresovanými stranami. Postupně jeho role nabývala na významu, neboť je kompetencí prezidenta jmenovat

předsedu vlády. Po jednáních se všemi koaličními i opozičními stranami nezbývalo politikům než čekat na finální verdikt hlavy státu, která se nakonec přes nesouhlas koalice rozhodla jmenovat předsedou tzv. úřednické vlády Jiřího Rusnoka. Vládní krize ve čtvrtém měsíci tvořila s 34 procenty největší podíl na tematickém celku zpráv zmiňujících osobu Miloše Zemana.

Třicetiprocentní zastoupení na tematickém celku měla kategorie *prezidentské pravomoci*. Většina těchto textů se také týkala vládní krize a povinností prezidenta z ní vyplývajících. ČTK nejčastěji informovala o setkání Zemana s vládou, odvolání kompromitovaného předsedy vlády Nečase a jmenování nového premiéra Rusnoka. Menší podíl textů informoval o jmenování ústavních soudců nebo o podepisování zákonů.

Třetí nejvíce zastoupenou kategorií byla kategorie *ohlasy a hodnocení*. Většina reakcí se týkala opět kroků prezidenta v souvislosti s vládní krizí. Politici, média i experti polemizovali nad tím, zda prezident jmenováním úřednické vlády navzdory většinové shodě koalice na jiném řešení nepřekračuje svoje ústavní pravomoci a zda se nesnaží nastolit prezidentský systém. V menší míře se ještě objevily informace o jmenování Martina C. Putny profesorem, přičemž v těchto zprávách ČTK nezapomíná poukázat na kritické reakce, kterým Miloš Zeman v souvislosti s touto kauzou čelil. Jako každý měsíc se objevují i výsledky průzkumů veřejného mínění, které vyznívají pro Zemana stále poměrně dobře, byť důvěra v hlavu státu oproti předchozímu měsíci mírně klesla. Do této kategorie patří také informace o demonstracích studentů a akademiků Filozofické fakulty Univerzity Karlovy proti Zemanově „vládě loutek“.

V kategorii *vztahy s institucemi* se opět objevují zprávy o kauze jmenování profesorů a také o účasti prezidenta na schůzi tripartity. Za kategorii ostatní zmíním téma obnovení Hovorů z Lán, prostřednictvím nichž se bude Zeman vyjadřovat v rozhlase k aktuálnímu dění. Navazuje tak na tradici prvního porevolučního prezidenta Václava Havla.

Graf č. 7: Tematická skladba (4. měsíc)

Z pohledu na výšečový diagram je zřejmé, že poměr jednotlivých kategorií emocionálního zabarvení se opět přiblížil k výsledkům prvního a druhého měsíce.

Zajímavým úkazem byl obrat ve výrocích Petra Nečase, který byl dosud Zemanovým výrazným kritikem, ale s počátkem vládní krize se o prezidentovi začal vyjadřovat pozitivně. Veskrze kladně se zpočátku vládní krize vyjadřovali zástupci politických stran o jednání s prezidentem. Pozitivně hodnotili návštěvu Zemana na společném jednání i zástupci tripartity.

Z negativně vyznívajících textů lze uvést doznívající kauzu jmenování profesorů, kdy sedm z pětadesáti akademiků si pro dekret na protest proti Zemanově kritice Putny nepřijelo.

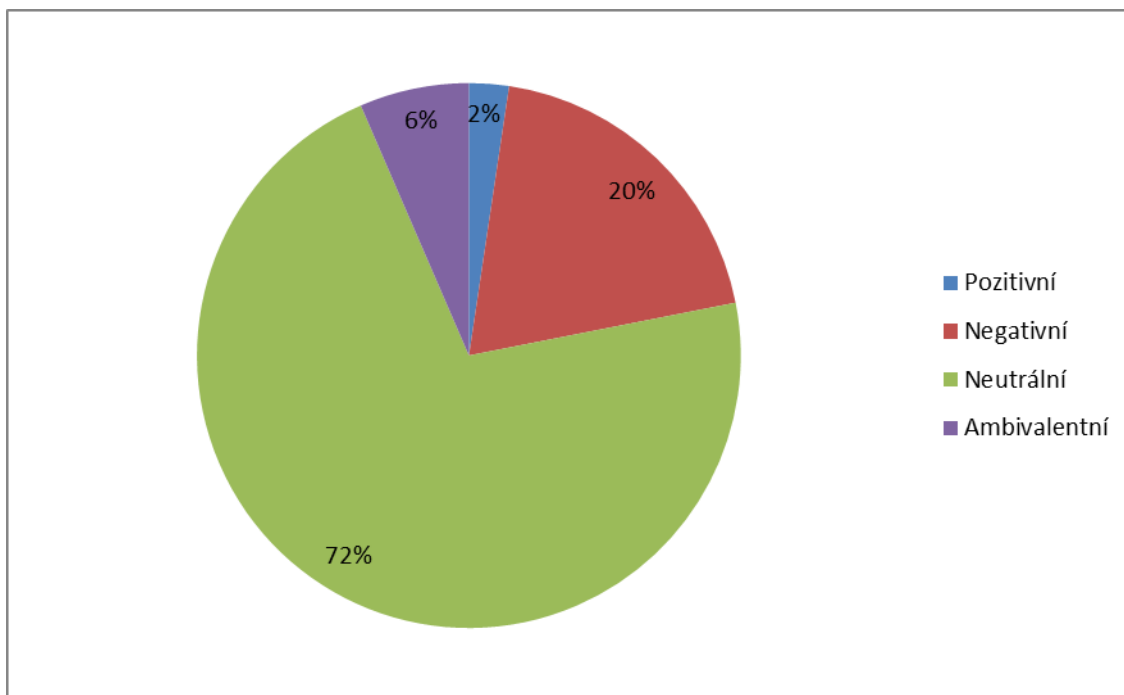
Nejvíce negativních reakcí přichází v druhé polovině čtvrtého měsíce, kdy Zeman učinil rozhodnutí jmenovat úřednickou vládu Jiřího Rusnoka. Za toto rozhodnutí jej kritizují zejména zástupci koalice, neboť tak ztrácí šanci na vládnutí, ale posléze se přidává i opoziční ČSSD. Předsedovi strany vadí to, že má prezident údajně v plánu dosadit si do vlády své přátele z SPOZ. Tradičně kroky prezidenta Zemana kritizují také komentátoři českých deníků a demonstrují proti nim studenti Filozofické fakulty Univerzity Karlovy.

Agentura v tomto měsíci vydává vlastní analýzu situace okolo vládní krize, kde publikuje názor, že Zeman vyvolává nejistotu. Prezident totiž navzdory shodě vládní koalice na řešení krize poměrně dlouho nebyl ochoten zveřejnit svoje rozhodnutí, jak situaci vyřešit. Zeman ve čtvrtém měsíci v prezidentské funkci uhradil dluh za volební kampaň, média v této souvislosti připomínají ne příliš transparentní dvojí účetnictví.

ČTK také poprvé od zvolení nové hlavy státu přináší výsledky průzkumu veřejného mínění, který sděluje, že s prací Zemana je polovina Čechů nespokojena.

Ambivalentně vyznívají například další výsledky průzkumů veřejného mínění, podle nichž polovina obyvatel prezidentovi věří, ale počet od minulého průzkumu mírně poklesl. Některé komentáře k Zemanovu rozhodnutí jmenovat Rusnoka předsedou vlády také vyznívají ambivalentně.

Graf č. 8 Emocionální zabarvení (4. měsíc)



3.3.5 Pátý měsíc (9. 7. – 8. 8. 2013)

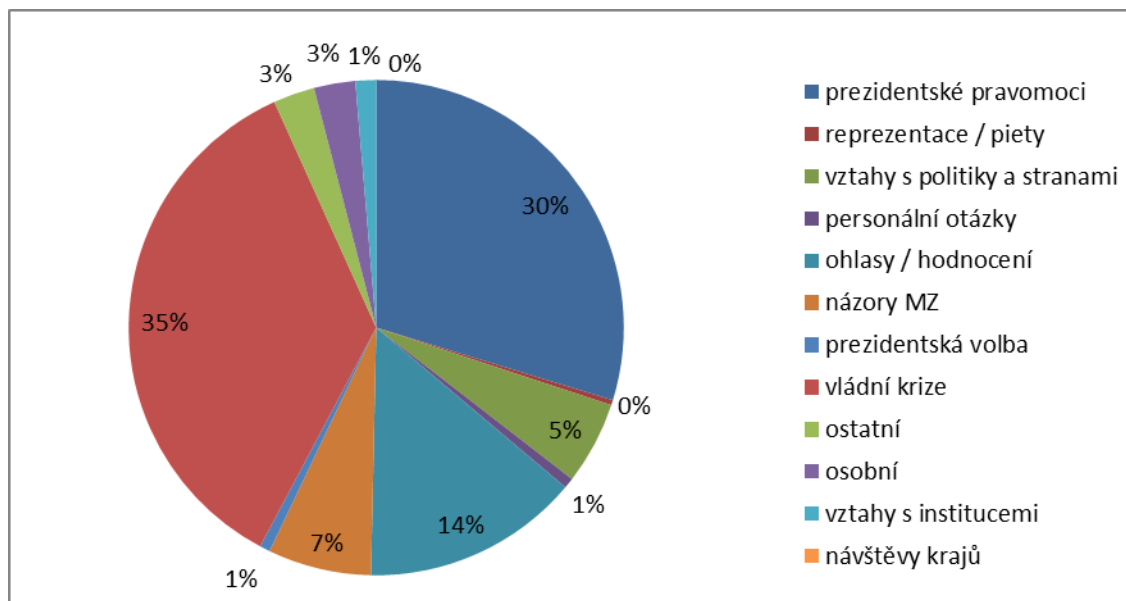
Pro obsahovou analýzu pátého měsíce Miloše Zemana v prezidentské funkci využívám 153 relevantních textů z původních 341.

Výšečový diagram zachycující tematickou skladbu pátého měsíce ukazuje, že se prezidentova agenda příliš nezměnila. Většinový podíl z tematického celku opět patřil *vládní krizi*. Počátkem sledovaného období ČTK informovala o jmenování Rusnokovy vlády. Další část měsíce věnoval prezident vyjednávání s poslanci o podpoře Jiřího Rusnoka. Na konci období probíhala sněmovní schůze, na níž prezident promluvil k poslancům a snažil se je přesvědčit, aby úřednické vládě vyslovili důvěru. Nakonec Miloš Zeman poslancům oznámil, že nebude jmenovat nového předsedu vlády, dokud neskončí vyšetřování Jany Nagyové. Vedle toho někteří politici (např. exprezident Klaus) negativně hodnotili účinkování Jana Fischera v Rusnokově vládě, neboť stále nebyly objasněny okolnosti splácení jeho volební kampaně.

Druhou nejvíce zastoupenou kategorií byly *prezidentské povinnosti*. Ty v tomto období do značné míry determinovala právě vládní krize, šlo tedy zejména o jmenování vlády a schůze s vládou či poslanci. Kromě tohoto ústředního tématu se objevovaly informace o jmenování velvyslanců, k němuž prezident Zeman přistoupil poté, co se spor s Karlem Schwarzenbergem vyřešil odchodem ministra zahraničí z vlády. ČTK informovala také o jmenování ústavních soudců a o zákonech podepsaných prezidentem Zemanem.

Čtrnáctiprocentní zastoupení pak měla kategorie *ohlasy a hodnocení*. Zajímavostí tohoto měsíce byla informace o tom, že TOP 09 chce ústavní změnou nově vymezit pravomoci prezidenta v reakci na údajné Zemanovo balancování na hraně ústavních pravomocí. Hospodářské noviny přišly s informací, že někteří sponzoři Zemanovy předvolební kampaně údajně kryli skutečné dárce. Největšími kritiky byli tento měsíc Miroslav Kalousek a Miroslava Němcová. Těm se nelíbilo, že prezident obešel sněmovní většinu a premiérem jmenoval Jiřího Rusnoka. Kritizovali také schůzku prezidenta s šéfem Vrchního státního zastupitelství v Olomouci Ivo Ištvanem. Podle Kalouska prezident přijetím Ištvana otevřeně přiznal přímou souvislost policejního zásahu před šesti týdny s politickými změnami, o které Zeman usiluje.

Názory Miloše Zemana byly již méně zastoupenou kategorií, přesto na ně v tomto období celá republika netrpělivě čekala. Zejména pak na rozhodnutí, komu nabídne možnost sestavit vládu, pokud Rusnokův kabinet nezíská důvěru.

Graf č. 9: Tematická skladba (5. měsíc)

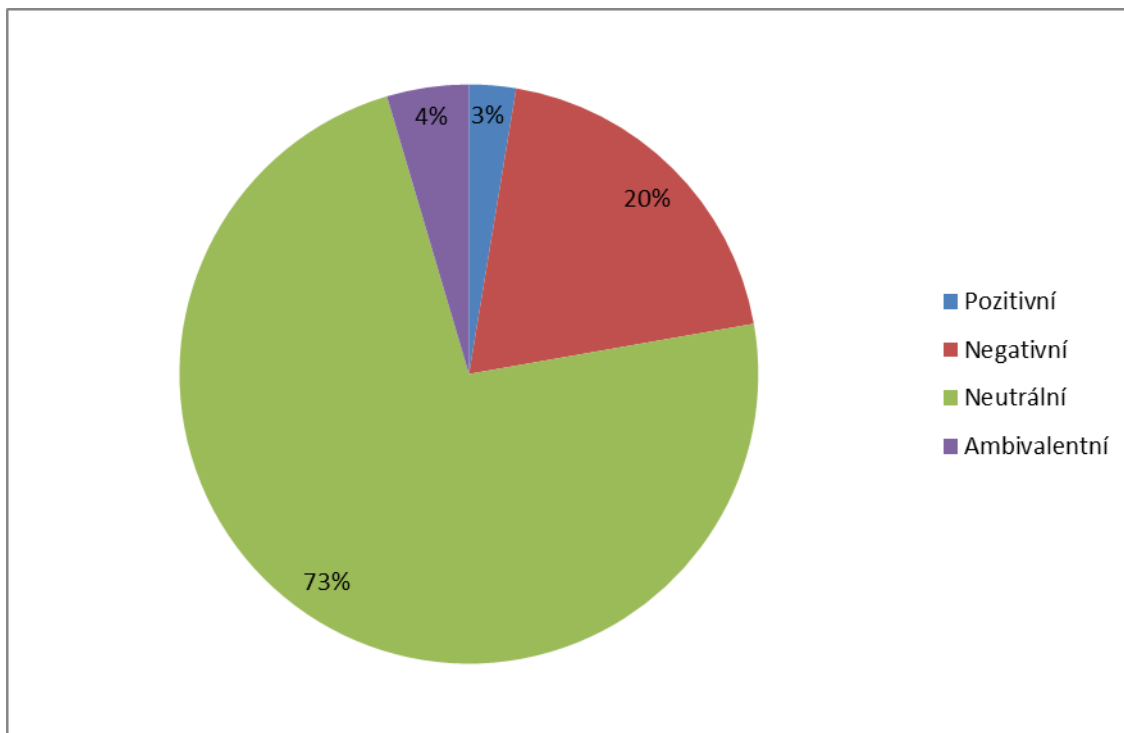
Ani tento měsíc nepřinesl žádné zásadní zvraty a poměr různě emocionálně zabarvených textů se drží okolo průměrných hodnot prvního, druhého a čtvrtého měsíce.

Pochvalné reakce na adresu Miloše Zemana a jeho kroků přicházejí od předsedy úřednické vlády Jiřího Rusnoka, což ovšem vzhledem k okolnostem a dlouhodobému názorovému souznění těchto mužů nelze považovat za překvapení. Dobré vztahy s prezidentem udržuje také senátor za ČSSD Zdeněk Škromach a vyjadřuje se proto k prezidentovi také pozitivně. Kladně vyznívají texty o Zemanově návštěvě hospice v Červeném Kostelci, který navštívil s kardinálem Dukou. Duka při této příležitosti ocenil Zemanův dlouhodobý zájem o péči o seniory a důstojné podmínky jejich dožití.

Stejně jako nepřekvapí kladné hodnocení od Zdeňka Škromacha, nepřekvapí ani kritiky ze strany Karla Schwarzenberga a Miroslava Kalouska. Prezidenta v souvislosti s řešením vládní krize kritizovala často také Miroslava Němcová, zejména za jeho požadavek, aby podpisy poslanců pro vytvoření vlastní vlády byly notářsky ověřené. Negativně hodnotila také prezidentovu schůzku s Ivo Ištvanem. Ministr zahraničí Rusnokovy vlády soudil, že se Miloši Zemanovi nepovedl „bonmot“ Alláhu Akbar při návštěvě Německa. Hospodářské noviny postavily prezidenta do negativního světla článkem o krytí skutečných dárců Zemanovy kampaně.

Reakce na prezidentovo řešení vládní krize se ozývají i ze zahraničních médií. Ty stejně jako ohlasy expertů můžeme hodnotit jako ambivalentní, zatímco česká média píší o Zemanovi jako o mocichtivém politikovi a spíše jeho kroky kritizují.

Graf č. 10: Emocionální zabarvení (5. měsíc)



3.3.6 Šestý měsíc (9. 8. – 8. 9. 2013)

Po očištění od irelevantních textů zbylo pro obsahovou analýzu 135 z celkových 276 zpráv.

Více než třetina z nich se týkala *prezidentských pravomocí*, a to nejčastěji ve vztahu k vládní krizi. Prezident Zeman přijímal demisi Rusnokovy vlády, rozpouštěl Sněmovnu a oznamoval datum konání předčasných voleb. I v tomto období se řešila otázka ústavních soudců a nakonec prezident jmenoval druhou skupinu velvyslanců včetně Klausové a Remka, kvůli kterým trval několikaměsíční spor Zemana se Schwarzenbergem. Další texty pouze zmiňovaly hlavu státu v souvislosti s podepisováním zákonů.

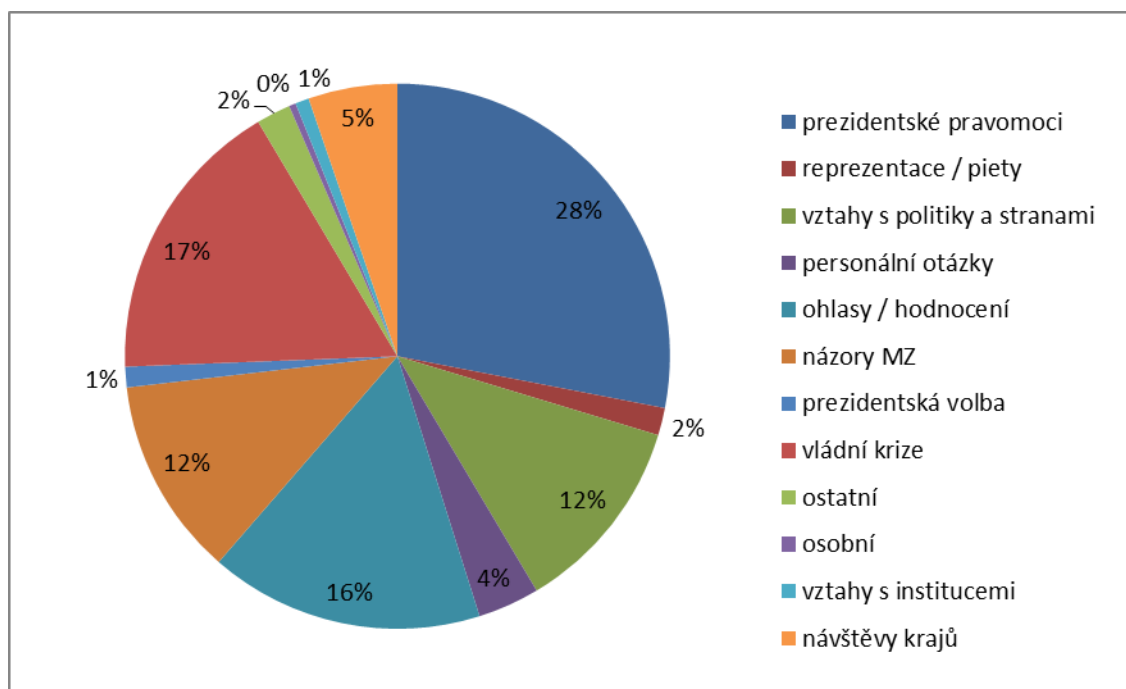
Vládní krize se ocitla ve fázi, kdy Rusnokova vláda po nezískání důvěry podala demisi, Poslanecká sněmovna se shodla na svém rozpuštění a prezident vyhlásil termín

předčasných voleb. Na Zemanovo vyjádření, že premiérem jmenuje představitele, nikoli nutně předsedu vítězné strany, reagovala ČSSD jakožto favorit voleb prohlášením, že strana bude v takovém případě stát jednotně za Bohuslavem Sobotkou. ČTK totiž opakovaně zdůrazňuje vřelé vztahy Zemana a statutárního místopředsedy sociální demokracie Michala Haška v tom smyslu, že by předseda Sobotka nemusel být samozřejmým kandidátem.

V souvislosti s nadcházející předvolební kampaní mnozí politici i odborníci zastávají názor, že by se prezident neměl angažovat v kampani SPOZ. Jako jeden z takových projevů někteří označují prezidentovu návštěvu ve Zlínském kraji, první ze série návštěv regionů. Právě ve Zlínském kraji vede prezidentův kancléř Vratislav Mynář stranickou buňku SPOZ. Část krajských zastupitelů za KDU-ČSL se dokonce odmítla zúčastnit úvodního setkání s prezidentem právě proto, že jeho cestu považují za politickou a předvolební. ČTK poukazuje na to, že Zemana během návštěvy doprovázela skupinka členů SPOZ. Někdejší předseda vlády a bývalý předseda Senátu Petr Pithart se do Zemana opřel kvůli jeho výroku o ztrátě nedůvěry v Nejvyšší soud.

V kategorii *vztahy s politiky a stranami* se nejčastěji objevovalo jméno Karla Schwarzenberga v souvislosti s doznívajícím sporem o velvyslance, dále jméno Michala Haška ve spojení s nadcházejícími volbami a otázkou možného budoucího předsedy vlády. ČTK zdůrazňuje jeho nadprůměrné vztahy s prezidentem.

Z názorů Miloše Zemana stojí za zmínku vyjádření nedůvěry v Nejvyšší soud, odmítnutí případné koalice ČSSD a TOP 09 nebo naopak vyslovení názoru, že čeští vojáci by se měli účastnit mise OSN v Golanských výšinách. Zeman také kritizoval již zmíněné krajské zastupitele za KDU-ČSL, kteří se ve Zlíně odmítli zúčastnit setkání s prezidentem.

Graf č. 11: Tematická skladba (6. měsíc)

I v tomto měsíci se procentuální rozložení jednotlivých kategorií drží okolo průměru, z čehož lze vyvozovat, že zkoumaným obdobím nerezonovala žádná zásadní událost, která by si vyžádala vlnu mediálních reakcí.

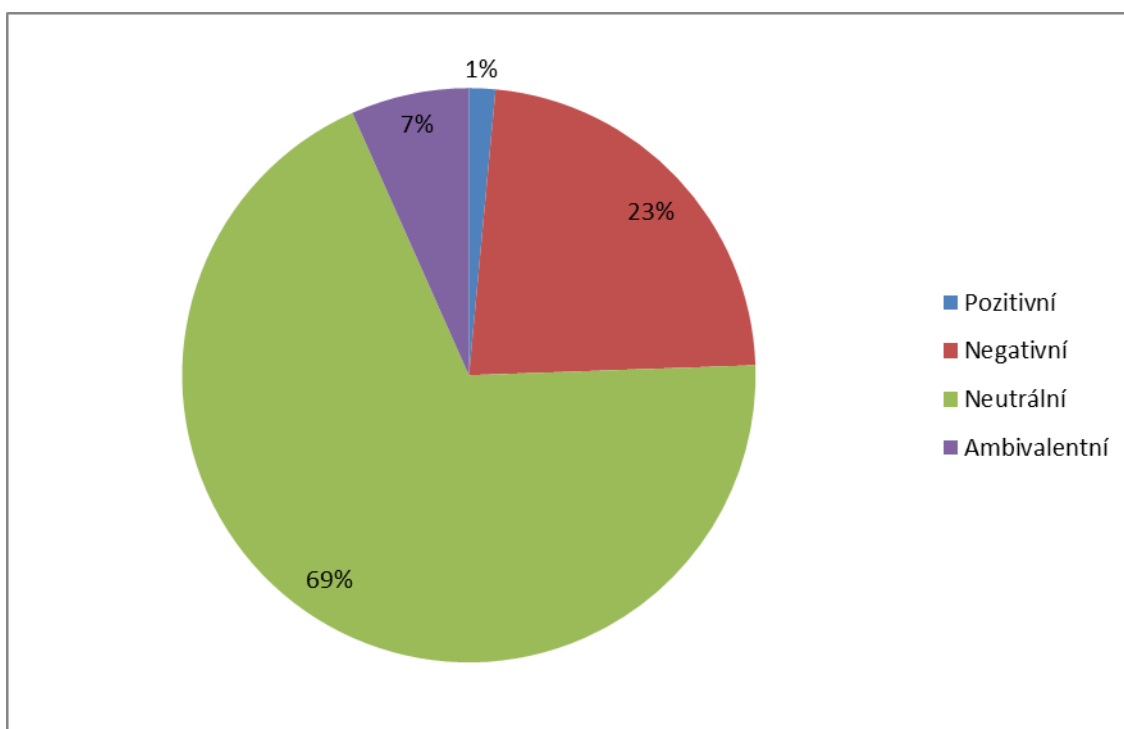
Na rozdíl od mnohých politiků hodnotili lidé podle průzkumu veřejného mínění Zemanův postup při řešení vládní krize spíše pozitivně. Kladně reagovali zástupci politických stran na termín předčasných voleb, byť někteří odborníci dávali najevo své obavy z blízkosti jejich termínu se státním svátkem a školními prázdninami.

Naopak záporné reakce přicházely v tomto období především ze strany médií respektive komentátorů, kteří jsou v souvislosti s vládní krizí přesvědčeni o záměru Miloše Zemana nastolit prezidentský systém. Stejný názor vyjadřuje také Miroslava Němcová nebo Martin Bursík, který kvůli aktuálnímu stavu na politické scéně odešel ze Strany zelených. Deníky dále spekulují, že Zeman zvolil termín předčasných voleb tak, aby nahrával spíše levicovým stranám. Kritika zaznívá z různých stran také kvůli tomu, že se prezident údajně angažuje nebo bude angažovat v předvolební kampani SPOZ. V souvislosti s plánovanou návštěvou Izraele ČTK připomíná Zemanovo přirovnání palestinského předáka Jásira Arafata k Adolfu Hitlerovi. Tento výrok vzbudil velmi

negativní reakce Palestinců. Kritika zazněla také od předsedkyně Nejvyššího soudu Ivy Brožové na adresu Zemanova vyjádření nedůvěry v tuto instituci.

Ambivalentně vyznívající texty jsou například ty, v nichž ČTK informuje o svém vlastním průzkumu mezi politiky, zda si přejí zpřesnění pravomocí prezidenta. SPOZ tuto myšlenku hájí, zbytek stran spíše kritizuje. Nejednoznačné byly také reakce veřejnosti na přímá setkání s prezidentem ať už během pouti na Sněžce nebo při návštěvě Zlínského kraje.

Graf č. 12: Emocionální zabarvení (6. měsíc)



3.3.7 Sedmý měsíc (9. 9. – 8. 10. 2013)

Po očištění od irelevantních textů zůstává pro účely analýzy 90 ze 173 zpráv. Sedmý měsíc byl obdobím s nejnižším počtem textů obsahujících klíčové slovo *Miloš Zeman* a zároveň byl poměrně klidný, co se týká tematické skladby.

Nejvíce zastoupenou kategorií byly *prezidentské pravomoci*, kdy se větší počet zpráv věnoval diplomatickým otázkám. Prezident Zeman přijal šefa ukrajinské diplomacie, monackého prince a barskou političku Su Ťji, naopak s dalajlámou se nesetkal. Dále prezident vyjel na státní návštěvu Izraele. Dalšími tématy, o kterých ČTK

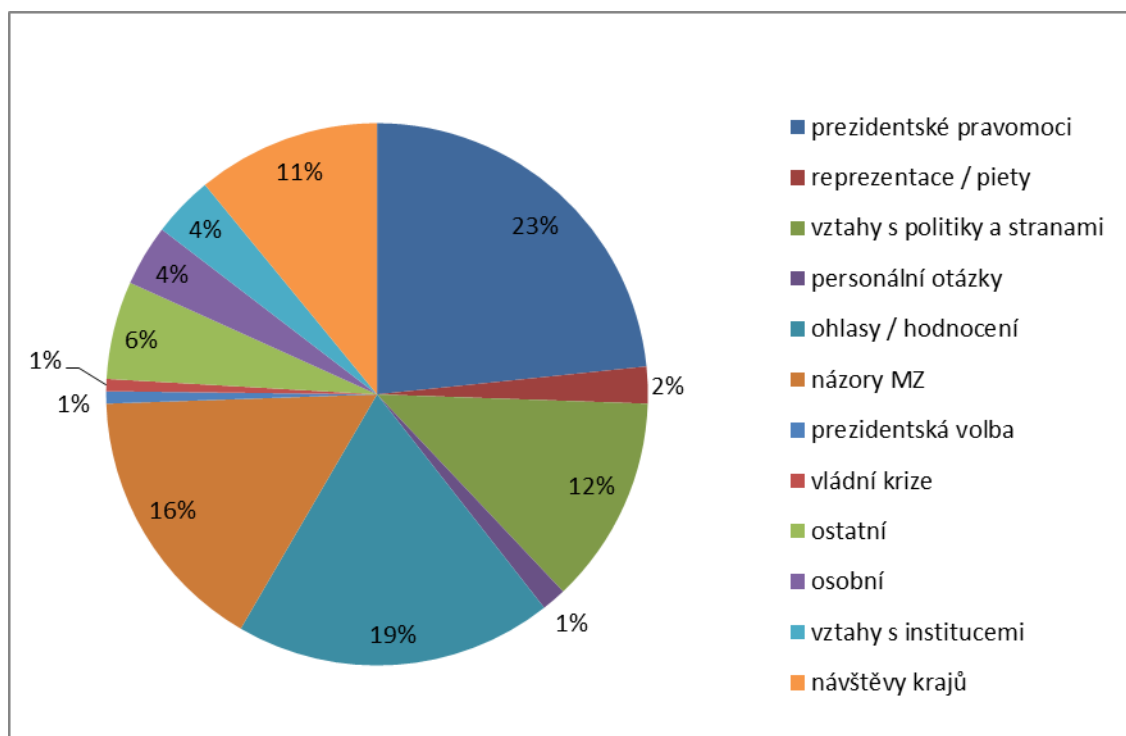
v souvislosti s prezidentskými pravomocemi informovala, bylo už tradičně jmenování soudců a podepisování zákonů.

Devatenácti procenty se na tematickém celku podílela kategorie *ohlasy a hodnocení*. Texty pojednávaly například o reakcích veřejnosti na návštěvu prezidenta ve svých krajích a kritické ohlasy si Zeman získal za výrok, že by se české velvyslanectví v Izraeli mohlo přesunout z Tel Avivu do Jeruzaléma. Tento výrok kritizovala mj. Organizace islámské spolupráce, Organizace pro osvobození Palestiny, stínový ministr zahraničí Lubomír Zaorálek (ČSSD) nebo místopředsdkyně ODS Miroslava Němcová. Palestinci tvrdí, že Zeman svými názory narušuje mírový proces na Blízkém východě. Z průzkumů veřejného mínění tento měsíc vyšel prezident veskrze kladně, dokonce je podle průzkumu CVVM (Centrum pro výzkum veřejného mínění) nejdůvěryhodnějším politikem.

Pokud jde o kategorii *názory Miloše Zemana*, ty se týkaly především zahraničněpolitických otázek. ČTK informovala o tom, že prezident Zeman kritizuje zacházení s vězněnou expremiérkou Julií Tymošenkovou. Své názory na méně zásadní témata prezident často prezentuje při návštěvách krajů podle toho, s kým má možnost se právě setkat. Ve firmách potýkajících se s nedostatkem kvalifikované pracovní síly například kritizuje vzdělávací systém, na jihomoravských vinicích zase sděluje svůj názor na různost kvality vína. Do této kategorie patří i výše zmíněný Zemanův názor na přesunutí české ambasády v Izraeli.

V kategorii *vztahy s politiky a stranami* je nejčastěji zmiňována SPOZ v souvislosti s vnitrostranickými spory. Během sedmého měsíce v prezidentské funkci Miloš Zeman navštívil Jihomoravský kraj, Moravskoslezský kraj a naplánoval cestu do Středočeského kraje včetně návštěvy rodného Kolína.

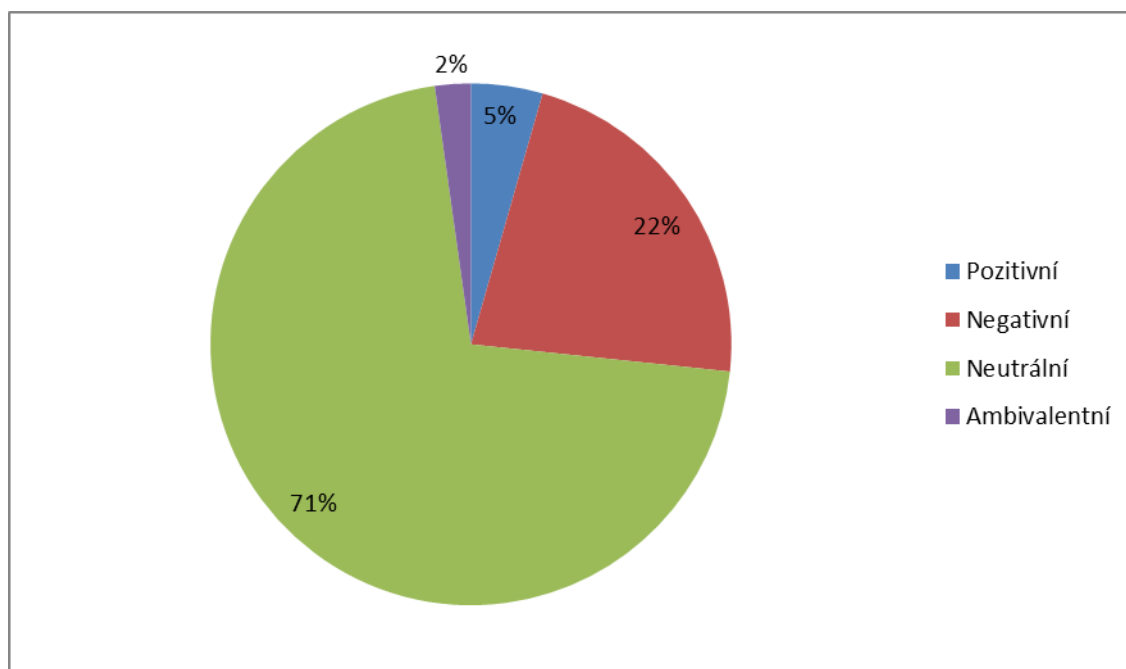
Za kategorii ostatní zmíním pouze jednání o situaci v OKD a o budoucnosti dolu Paskov, kterého se prezident zúčastnil. O spekulacích ohledně účasti prezidentovy dcery na porno večírku ČTK informuje pouze jednou zprávou.

Graf č. 13. Tematická skladba (7. měsíc)

Co se týká emocionálního vyznění zpráv, sedmý měsíc opět příliš nepřekvapil a jednotlivé kategorie si udržují víceméně stejný podíl.

Z pozitivně laděných zpráv je třeba zmínit publikované výsledky průzkumů veřejného mínění. ČTK nejprve informovala, že důvěra v prezidenta Zemana mírně vzrostla a o několik dní později vydala zprávu, že je Zeman dokonce nejdůvěryhodnějším českým politikem. Na konci období jsme se z ČTK také dozvěděli, že nejen veřejnost, ale i lidé z politických institucí nejvíce věří prezidentovi.

Naopak negativní konotace vzbuzují zpočátku spíše jednotlivosti, například se opět opakuje tvrzení, že prezident zneužívá návštěvy krajů jako předvolební kampaně SPOZ. Akademici jsou nespokojení, neboť kvůli zatím neschválenému zákonu o jmenování profesorů ministrem školství se podzimní jmenování odkládá na neurčito, aby profesory nemusel jmenovat prezident. Jediným větším tématem je kritika Zemanových výroků o české ambasádě v Izraeli. Za tu prezident sklídl vlnu kritiky jak od Palestinců, tak od českých politiků.

Graf č. 14: Emocionální zabarvení (7. měsíc)**3.3.8 Osmý měsíc (9. 10. – 8. 11. 2013)**

Po informačně úspornějším měsíci přichází pro změnu období s největším počtem zpráv zahrnujících klíčové spojení *Miloš Zeman*. Z celkových 428 zpráv jich zbylo po očištění 190.

Po krátké odmlce se v plné síle vrací zprávy informující o *vládní krizi*. Ty v tomto období tvořily s dvaceti procenty největší podíl na tematickém celku. Ve větší míře se o vládní krizi začalo psát v souvislosti s termínem sněmovních voleb, který připadl na 25. – 26. října 2013. ČTK píše zejména o spekulacích týkajících se budoucího předsedy vlády, pokud by tento vzešel z vítězné ČSSD. Mluví se totiž o tom, že Miloš Zeman má dlouhodobě daleko přátelštější vztah se statutárním místopředsedou Haškem než s předsedou Sobotkou. Strana ale před volbami jasně deklarovala, že by v případě vítězství ve volbách navrhla jmenovat premiérem Sobotku. Dále se také objevily zprávy o tom, zda existuje vztah mezi volebním debaklem SPOZ a její vazbou na prezidenta, případně kdo koho mohl v očích veřejnosti poškodit. Největší téma spojené s vládní krizí ale přichází teprve ve chvíli, kdy se v médiích objevují nepotvrzené informace o schůzce prezidenta se zástupci vedení ČSSD, na níž podle některých spekulací měli politici plánovat odstranění předsedy Sobotky ze strany a

uvolnění premiérského křesla pro Michala Haška Účastníci schůzku se Zemanem nejprve popírali, nakonec ji ale kvůli nesoudržnosti museli přiznat.

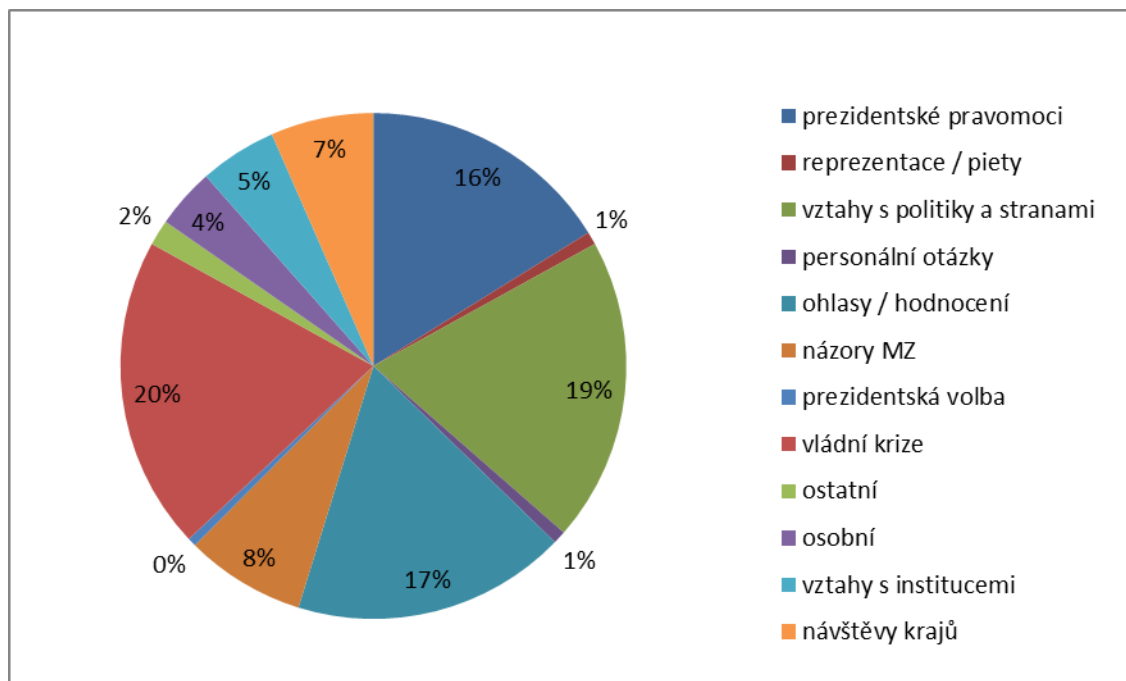
Téměř stejným podílem jako vládní krize byla zastoupena i kategorie *vztahy s politiky a stranami*. Jak lze odvodit z předcházejícího odstavce, nejčastěji je prezident Zeman zmiňován ve spojitosti s SPOZ a ČSSD, konkrétně pak ČTK píše zejména o vřelých vztazích prezidenta s Haškem. V tomto období se Zemanovi konečně podařilo jmenovat Livii Klausovou velvyslankyní na Slovensku, v této souvislosti ČTK připomíná prezidentovy spory s předsedou TOP 09 Karlem Schwarzenbergem.

Sedmnácti procenty je zastoupena kategorie *ohlasy a hodnocení*. V prvních dnech sledovaného období doznávaly kritiky Zemanových výroků ohledně české ambasády v Izraeli. Následovalo velké množství ohlasů na rozhodnutí hlavy státu nepozvat na předávání státních vyznamenání dva rektory českých univerzit, s nimiž má prezident osobní spory. Na protest proti tomuto rozhodnutí svoji účast odmítla i řada dalších rektorů a negativně tento Zemanův krok hodnotili i politici a odborníci. Šlo tak po odmítnutí jmenovat Putnu profesorem o další poškození vztahů prezidenta s akademickou obcí. Státní vyznamenání si také kvůli nesouhlasu s některými kroky Miloše Zemana odmítl převzít hudebník Vladimír Mišík a kvůli Zemanovu postoji ke komunismu letos prvně své kandidáty na ocenění nenavrhl Konfederace politických vězňů. Někteří politici také komentovali tzv. lánskou schůzku v tom smyslu, že se prezident Zeman nemá co vměšovat do vnitřních záležitostí ČSSD.

Kategorie *prezidentské pravomoci*, která se ve většině ostatních měsíců umísťovala na vrcholu tematického zastoupení, je tentokrát poprvé až na čtvrtém místě. ČTK nejčastěji informuje o pravomocích souvisejících s diplomacií (resp. s pravomocí prezidenta zastupovat republiku navenek), ať už jde o jmenování velvyslanců v Rakousku, na Slovensku či např. v Paraguayi, o Zemanova prohlášení ohledně Češek unesených v Pákistánu, o setkání prezidenta s jeho rakouským protějškem Fischerem či o plánované návštěvě Ukrajiny. Velkou měrou bylo zastoupeno téma udělování státních vyznamenání a jmenování generálů, obligátním tématem zůstává podepisování zákonů.

Kvůli zdravotním problémům Miloše Zemana byly odloženy některé návštěvy krajů.

Graf č. 15: Tematická skladba (8. měsíc)



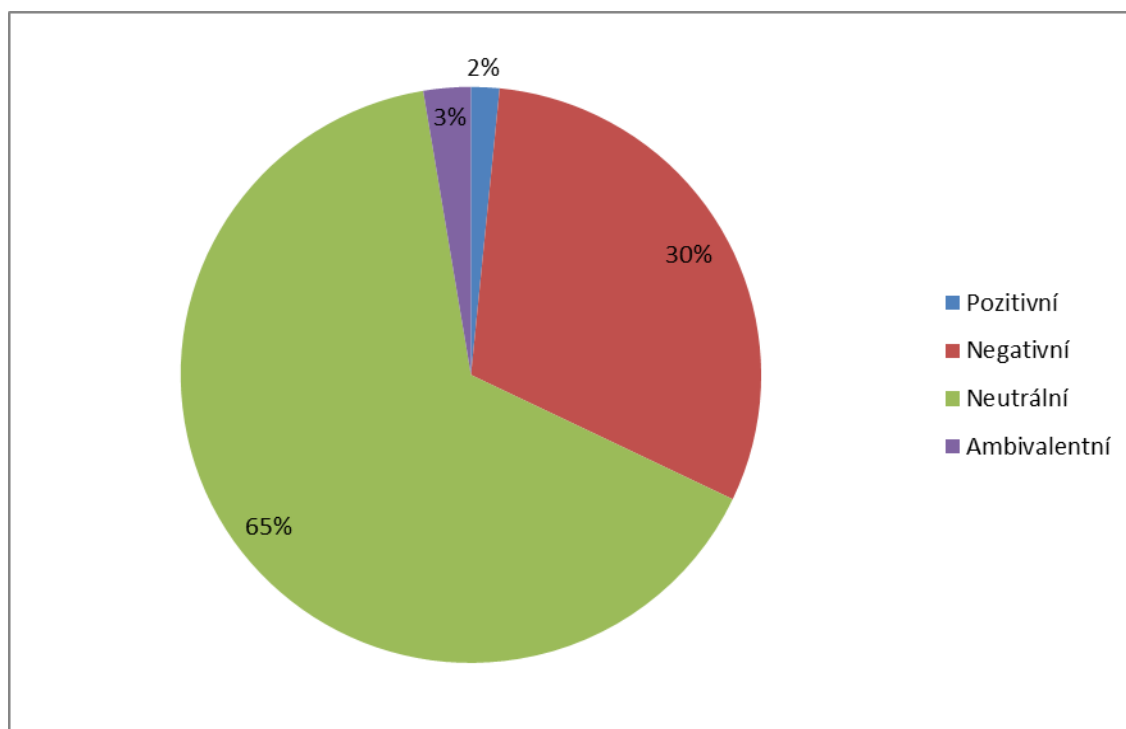
Z celkových 190 zpráv spíše pozitivně nebo pozitivně vyznívaly tři. Na počátku sledovaného období experti hodnotí kladně název Czechia, který pro označení České republiky prezident použil při návštěvě Izraele. Na počátku měsíce se také ještě předseda ČSSD Sobotka vyjadřoval v tom smyslu, že se těší na vyjednávání s Milošem Zemanem o nové vládě. Souznění s hlavou státu ve věci výstavby dvou jezů ke splavnění Labe si pochvaloval hejtman Oldřich Bubeníček

V tomto období pozorujeme mírný nárůst negativně zbarvených textů, za což může nejčastěji kritika rozhodnutí prezidenta nepozvat vybrané rektory na slavnostní předávání státních vyznamenání. Kriticky vyzněly i zprávy o tom, že Vladimír Mišík odmítl přijmout vyznamenání kvůli nesouhlasu s některými kroky Miloše Zemana, stejně tak informace, že Konfederace politických vězňů toho roku poprvé neposlala prezidentovi žádné kandidáty na ocenění kvůli Zemanovu postoji ke komunismu. Někteří lidé se také ohrazovali proti rozhodnutí prezidenta ocenit bývalého člena KSČ s šéfa slušovického zemědělského družstva Františka Čubu. Další kategorií zpráv s negativním vyzněním byly ty o lánské schůzce prezidenta se zástupci vedení ČSSD. Kritikům nejčastěji vadilo vměšování prezidenta do vnitřních záležitostí strany a

ovlivňování povolebního vyjednávání. Spíše pro zajímavost uvádím některé jednotlivé negativně vyznívající zprávy, například o tom, že umělec David Černý umístil svoji sochu vztyčeného prostředníčku doprostřed Vltavy tak, aby prostředníček směřoval k Hradu. Tímto výmluvným gestem chtěl dát najevo svůj postoj vůči krokům Miloše Zemana. Umělecké vyjádření postihlo i místo bývalého Stalinova pomníku na Letné, kde občanské sdružení Dekomunizace instalovalo velkou plachtu s portrétem prezidenta Putina. Účelem této akce mělo být varování před ideologickým směřováním České republiky na východ, o což se podle organizátorů snaží současná hlava státu. Zemanovy výroky o tom, že kouření neškodí zdraví, začne-li člověk kouřit až po sedmadvacátém roku života, pro změnu kritizovali čeští lékaři. Rakouský občan českého původu Philipp Janýr podal na Zemana dokonce trestní oznámení pro údajnou vlastizradu. Zeman a několik dalších lidí včetně Michala Haška podle Janýra pomáhal ruským firmám zmocnit se exekutivní a zákonodárné moci v České republice.

Ambivalentně vyznívají již tradičně zprávy o reakcích veřejnosti na prezidentovy návštěvy krajů, kdy příznivci Zemana vítají a odpůrci proti němu protestují.

Graf č. 16: Emocionální zabarvení (8. měsíc)



3.3.9 Devátý měsíc (9. 11. – 8. 12. 2013)

Závěrečný Pro obsahovou analýzu devátého měsíce Miloše Zemana v prezidentské funkci jsem použila 97 relevantních textů z celkových 215.

Tematickou strukturu zpráv ve zkoumaném období ovlivnil fakt, že prezident Zeman byl po zranění kolene na rekonvalescenci v Lánech, tudíž se neobjevoval tak často na veřejnosti a nevyjadřoval se tolik k aktuálnímu dění.

Nejvíce zastoupeným tématem tak byly *prezidentské pravomoci*. ČTK hodně psala o vyjednávání Zemana s pravděpodobným kandidátem na premiéra Bohuslavem Sobotkou o podobě budoucí vlády, kterou bude prezident jmenovat. Zmiňovaní politici se během sledovaného období sešli na lánském zámku hned čtyřikrát. Zeman Sobotkovi přislíbil, že jej jmenuje předsedou vlády, do jejího složení ale podle svých slov bude prezident mluvit. Hlava státu se kromě Sobotky sešla také s možným ministrem financí Andrejem Babišem. Z této kategorie pak lze zmínit také jmenování Vladimíra Remka velvyslancem v Rusku. Remek byl dalším z velvyslanců blokových sporem Zemana s exministrem Schwarzenbergem. Jednu ze svých pravomocí, udělování milostí, převedl prezident na ministerstvo spravedlnosti.

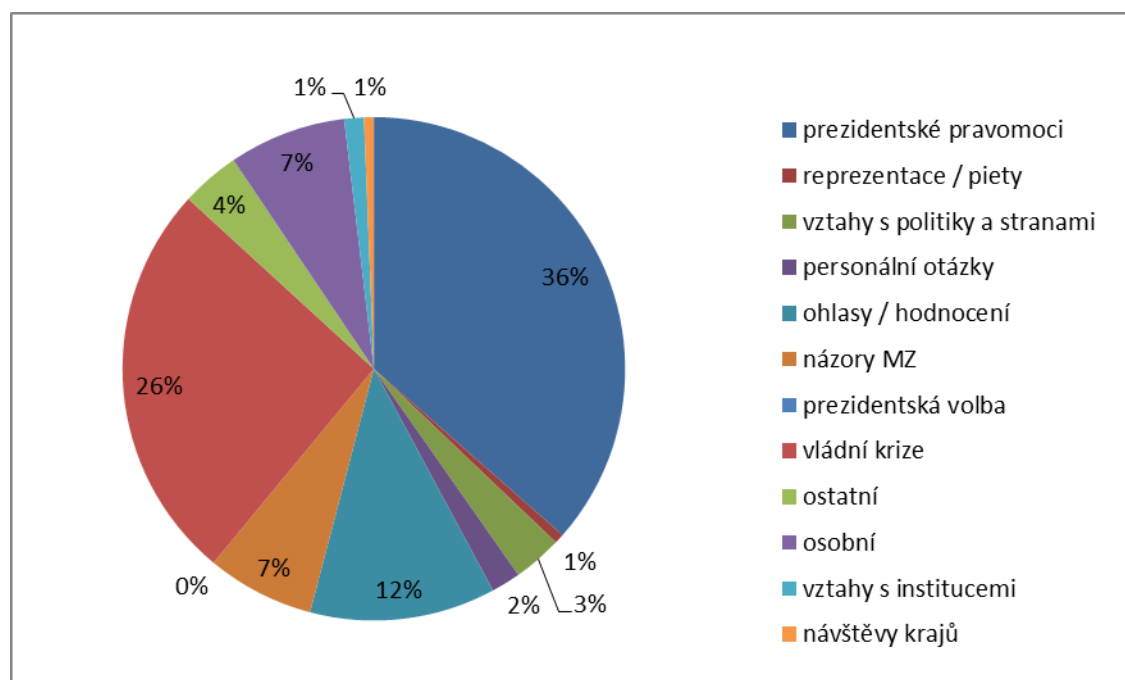
Šestadvaceti procenty zastoupeným tématem byla *vládní krize*, která už se v tomto období chýlí ke svému vyřešení. Jak již bylo zmíněno v předchozím odstavci, v souvislosti s prezidentem se jednalo o texty zmiňující vyjednávání s předsedou vítězné strany a debaty o jmenování vlády.

Ze třetí nejvíce zastoupené kategorie *ohlasy a hodnocení* stojí za zmínku dvě satirické akce reflektující současnou hlavu státu. Nejprve to byl karnevalový průvod, který se konal u příležitosti připomínky událostí 17. listopadu 1939 a 1989 a v němž jel zkarikovaný prezident Zeman na invalidním vozíku s andělskými křídly. Organizátoři tak chtěli poukázat na bariéry, s nimiž se musí potýkat lidé na vozíčku. Tělesně postižených se Miloš Zeman dotknul výrokem, že jmenovat předsedu vlády z invalidního vozíku by bylo nedůstojné. ČTK také informovala o přesunutí politického kabaretu s názvem *Miloš Ubu aneb ...málem králem* z prken Národního divadla na holešovickou scénu La Fabrika. V listopadu se poprvé objevily výsledky průzkumů

veřejného mínění, podle nichž veřejnost Zemana hodnotí spíše negativně. Právník Pavel Hasenkopf podal žalobu na současnou hlavu státu za to, že ho nařkla z autorství kritizované pasáže Klausovy amnestie.

Významnou událostí tohoto měsíce bylo jmenování Jiřího Ovčáčka tiskovým mluvčím prezidenta.

Graf č. 17: Tematická skladba (9. měsíc)

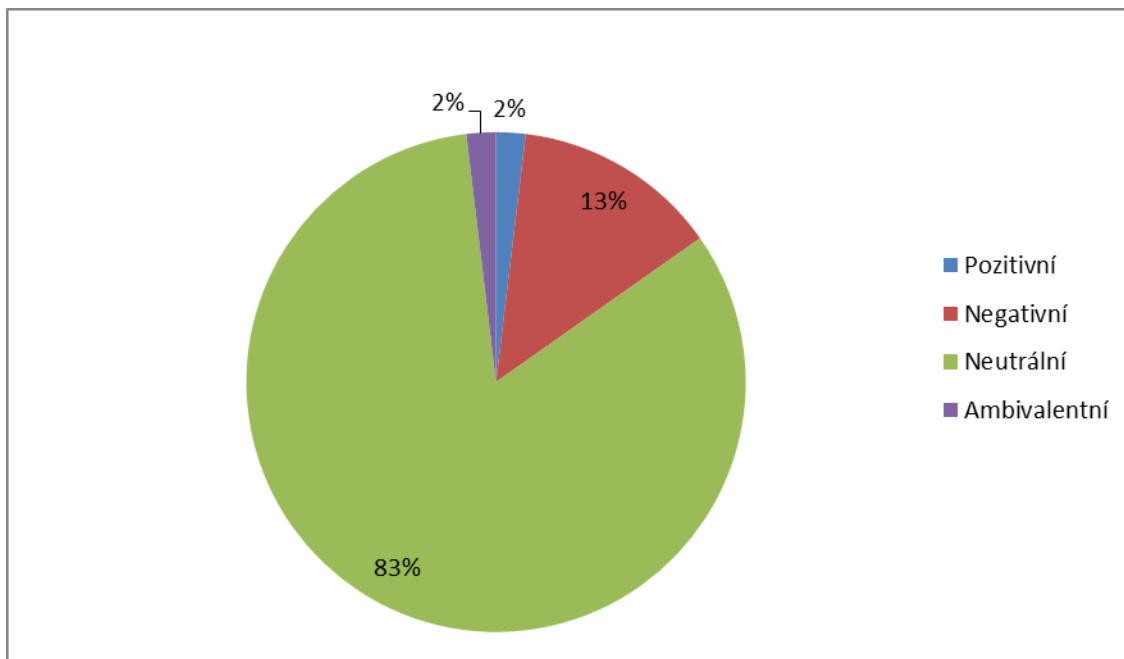


Pozitivně vyznívající texty byly v tomto měsíci dva, v obou si budoucí premiér Bohuslav Sobotka pochvaloval spolupráci s Milošem Zemanem na vyjednávání o podobě budoucí vlády.

Z kruhového diagramu je jasně vidět, že podíl neutrálně laděných textů v tomto měsíci narostl na úkor těch negativně vyznívajících. Kategorie „negativní“ dokonce s třináctiprocentním podílem dosáhla druhé nejnížší hodnoty od prvního měsíce (10 %). V tomto měsíci se neodehrály žádné mediálně propírané kauzy a svoji roli jistě sehrál i fakt, že prezident Zeman byl po tom, co si zranil koleno, více než měsíc na rekonvalescenci v Lánech a na veřejnosti vystupoval minimálně. Přesto se hlavě státu podařilo vzbudit vlnu antipatií od tělesně postižených, kteří kritizovali jeho výrok, že není důstojné jmenovat předsedu vlády z invalidního vozíčku. Do této kategorie se také

poprvé dostaly výsledky průzkumů veřejného mínění, neboť podle nich prezidenta hodnotí záporně i část jeho voličů a důvěra v hlavu státu výrazně klesla.

Graf č. 18: Emocionální zabarvení (9. měsíc)



3.3.10 Desátý měsíc (9. 12. 2013 – 8. 1. 2014)

V desátém měsíci využívám pro obsahovou analýzu 120 relevantních textů z celkových 251.

V tomto období opět pokračují vyjednávání s Bohuslavem Sobotkou o podobě budoucí vlády, proto jsou nejvíce zastoupenými kategoriemi *prezidentské pravomoci* a hned za nimi *vládní krize*. Sobotka již Zemanovi představuje podobu koaliční smlouvy podepsané hnutím ANO, ČSSD a lidovci a zároveň prezidentovi předkládá návrh na složení vlády. Prezident opět vnáší do situace atmosféru nejistoty svými prohlášeními, že nutně nemusí schválit všechny Sobotkovy návrhy na obsazení ministerských postů. Stále není dořešena budoucnost Andreje Babiše, neboť prezident Zeman nejprve požadoval od všech budoucích ministrů lustrační osvědčení. Babiš vedený na Slovensku ve svazcích StB by s tímto potenciálně mohl mít problém. Nakonec ale Zeman obrátil a vyjádřil se, že pokud v prosinci projde prvním sněmovním čtením zákon o státní službě, bude to pro prezidenta dostatečná garance pro jmenování Babiše ministrem financí i bez lustračního osvědčení. Novelizovaný zákon o státní službě lustrační osvědčení od členů

kabinetu nevyžaduje. Ještě 8. ledna 2014 ale tato podmínka nebyla splněna. Kromě jmenování soudců a podepisování zákonů se prezidentské pravomoci objevují v bilančních textech, které na konci roku 2013 připomínají Zemanovo dosavadní počínání v prezidentské funkci.

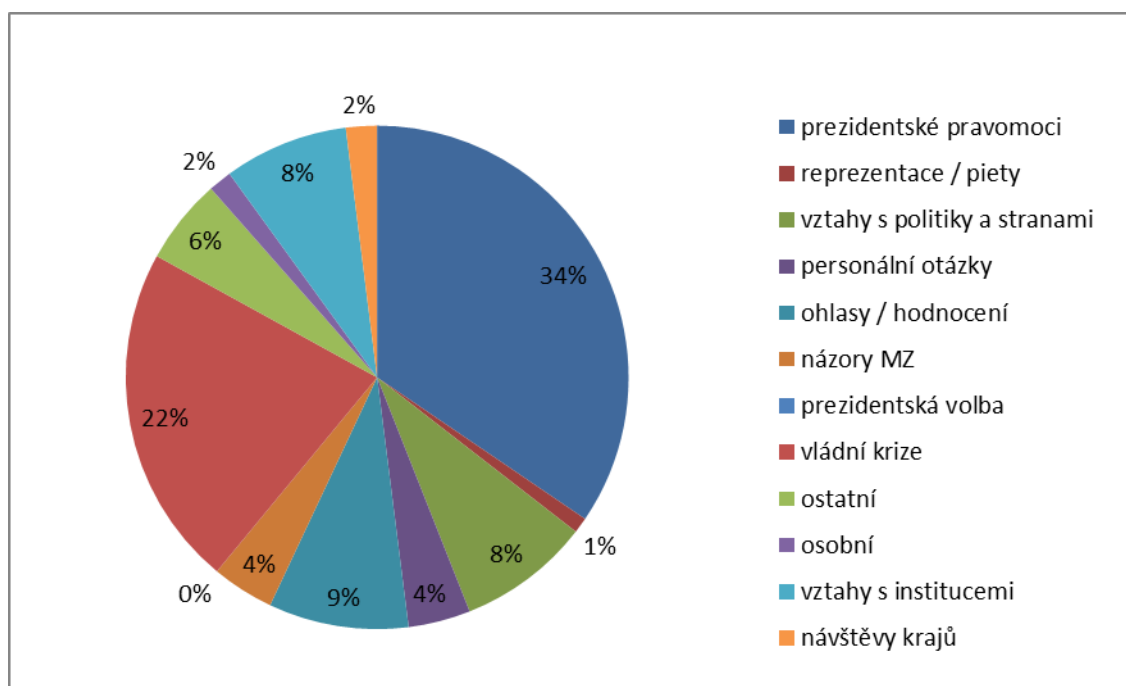
Oproti ostatním měsícům byl tento poměrně chudý na *ohlasy a hodnocení*. Přesto se díky velkému zastoupení prvních dvou kategorií tato stala třetí nejvíce zastoupenou na tematickém celku. V průzkumech veřejného mínění si Zeman oproti předchozímu měsíci mírně polepšil, přesto ale výsledky zdaleka nedosahují hodnot z prvního pololetí Zemanova vládnutí. Hodnocení si prezident vysloužil za svoje vánoční poselství. To politici hodnotí poměrně kladně, nicméně vytýkají, že v projevu chyběla vize a byl čistě bilanční. Média už Zemanovu řeč hodnotí více kriticky a považují ji za sebestřednou. Václav Klaus poselství svého nástupce nesledoval, vadilo mu, že Zeman mění tradice a namísto 1. ledna k občanům hovoří na Vánoce. Průzkumy sociálních médií a komentářů na zpravodajských serverech ale ukázaly, že nejkritičtější byla k Zemanovu projevu veřejnost. 80,5 % komentářů na těchto komunikačních kanálech podle agentury vyznívalo negativně. ČTK informuje také o zajímavé kauze, kdy policie řeší postup krkonošského penzionu, jehož spolujitelka odmítla v létě při Svatovavřínecké pouti pohostit prezidenta. Policie toto vyšetřuje jako podněcování k nenávisti nebo omezování osobních práv a svobod.

Zemanovy vztahy s politiky a stranami se řešily v souvislosti se jmény, která budoucí předseda vlády Sobotka navrhl na posty ministrů. Objevovaly se spekulace, že by některá z nich mohla prezidentovi vadit právě kvůli osobním vztahům či nevyřešeným politickým sporům. Nejvíce se hovořilo o Lubomíru Zaorálkovi, Jiřím Dienstbierovi nebo Martinu Stropnickém.

Během tohoto měsíce se hlava státu několikrát setkala s kardinálem Dominikem Dukou, například u příležitosti výročí úmrtí Václava Havla nebo kvůli řešení církevních restitucí. Dále se stále ještě debatovalo o tom, kdo by měl v budoucnu jmenovat profesory. Prezident Zeman se této pravomoci chce po kauze okolo jmenování Martina C. Putny vzdát.

ČTK také přinesla několik zpráv o bezpečnostní prověrce hradního kancléře Mynáře. Ten opakovaně veřejně slíbil, že o ni zažádá, přičemž prezident tvrdil, že v opačném případě bude muset kancléř v jeho službách skončit. Slibované termíny Mynář několikrát nedodržel, nakonec ale o prověrku opravdu požádal. O vedoucím protokolu Forejtovi se zase psalo kvůli tomu, že údajně lhal o svém vysokoškolském vzdělání.

Graf č. 19: Tematická skladba (10. měsíc)



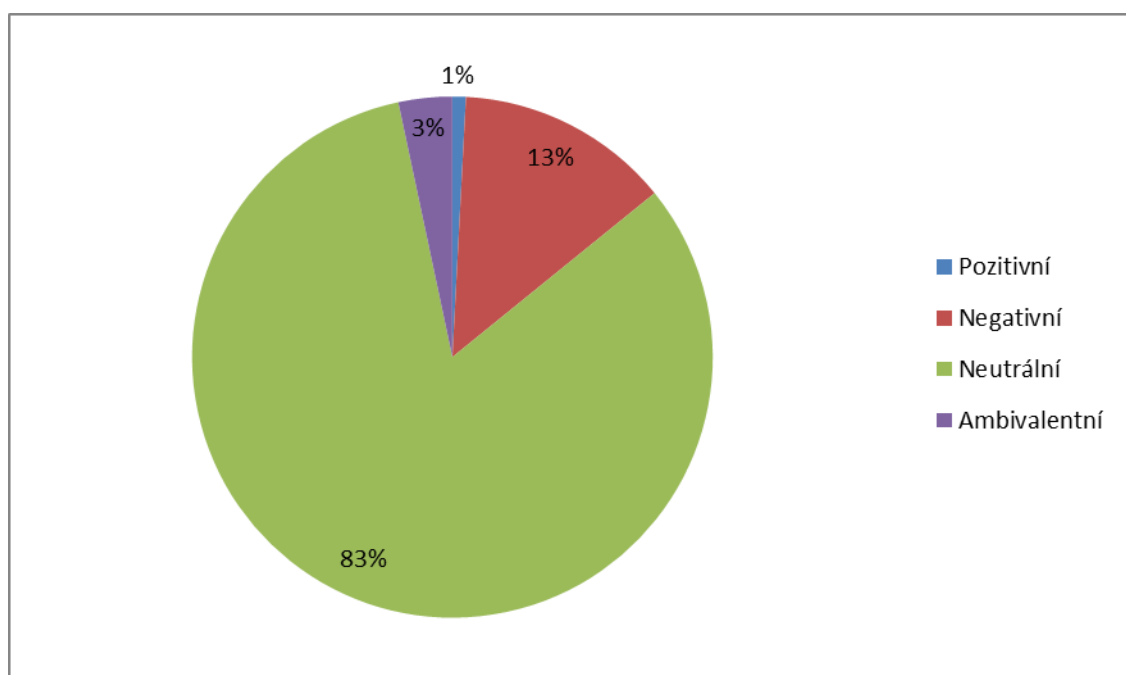
Poměr kategorií zpráv s různým emocionálním zabarvením vypadá v desátém měsíci velmi podobně jako v období předchozím. Opět můžeme vidět vysoký podíl neutrálně laděných textů a méně těch negativně vyznívajících.

Navzdory tomu, že konec roku bývá často obdobím využívaným k nejrůznějším bilancím, objevovalo se v textech ČTK v souvislosti s Milošem Zemanem velmi málo hodnotících prvků. Je ovšem nezodpovězenou otázkou, čím je tento fakt zapříčiněn. Může to být tím, že vzhledem k fázi řešení vládní krize jsou nyní ostatní témata upozaděna, to je ale pouze spekulace.

Výrazně pozitivně hodnotil schůzku s prezidentem Zemanem jeho protivník z prezidentské volby Tomio Okamura, ostatní texty vyznívaly spíše neutrálně.

Z těch negativně vyznívajících můžeme zmínit text kritizující trojnásobný růst výdajů Hradu oproti výdajům za dob Václava Klause. Kritiky se v tomto měsíci dočkal prezident za svůj vánoční projev (obsah i změnu formátu) nebo za rozhodnutí vzdát se jmenování profesorů ve prospěch ministerstev či předsedy Senátu. Ambivalentně vyznívají texty, v nichž vánoční poselství hodnotí politici. Hodnotí ho jako bilanční a nekonfliktní, nicméně bez vize. Ambivalentně vyznívají také výsledky průzkumů veřejného mínění. Zeman si sice v očích veřejnosti (podle agentur) polepšil, ale jeho popularita se stále držela poměrně nízko pod průměrem.

Graf č. 20: Emocionální zabarvení (10. měsíc)



3.3.11 Jedenáctý měsíc (9. 1. – 8. 2. 2014)

Po očištění irelevantních textů zbylo pro analýzu 143 z celkových 319 zpráv. Z grafu je patrné, že zastoupení tematických kategorií na celku se oproti předchozímu měsíci příliš neliší.

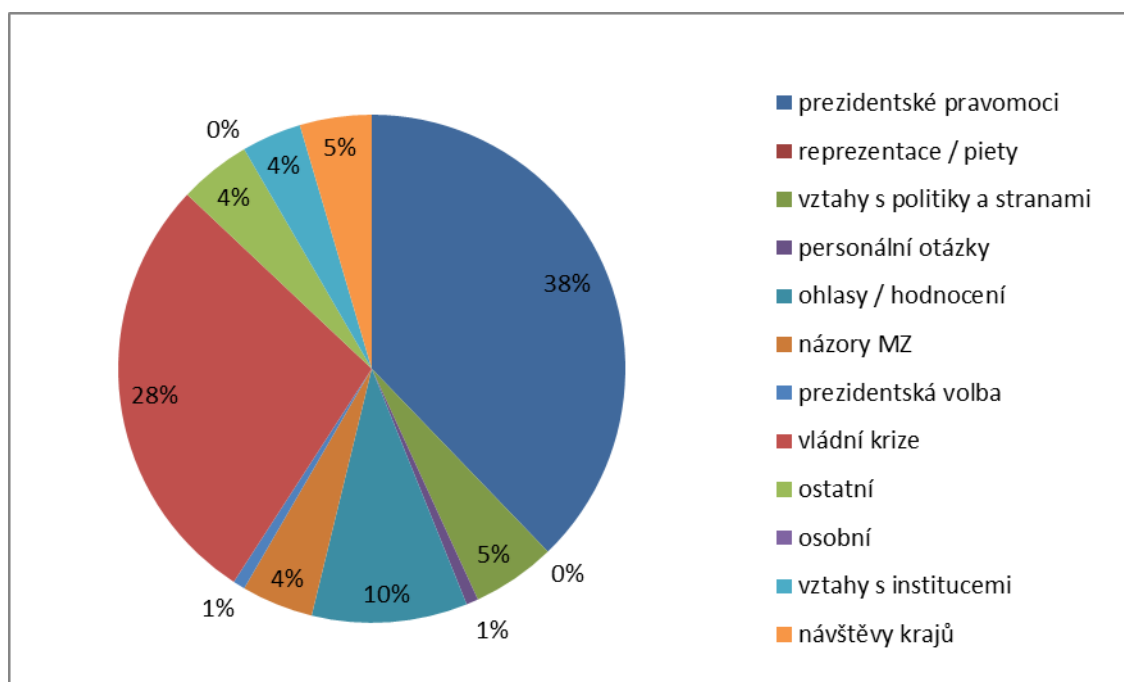
Opět byly nejvíce zastoupeny kategorie *vládní krize a prezidentské pravomoci* a i v tomto období se významně překrývaly. Politici i veřejnost stále čekali na to, až prezident jmenuje novou vládu Bohuslava Sobotky. Miloš Zeman ale svými nejasnými výroky o budoucích ministrech stále vzbuzoval nejistotu. Prezident se setkal se Sobotkou a společně projednávali prezidentovy výtky vůči některým kandidátům na

ministry, nakonec se ale budoucí premiér rozhodl nenechat se ve výběru členů kabinetu ovlivňovat a prohlásil, že koalice na kandidátech bude trvat i přes Zemanovy výhrady. Prezident tedy zahájil sérii schůzek s jednotlivými kandidáty, aby nakonec jmenoval předsedu i ministry v takové podobě, jak mu bylo navrženo. ČTK často připomíná, že nový kabinet byl jmenován až 95 dnů od voleb, což je nejdelší doba v historii samostatné České republiky.

Ke konci měsíce se v souvislosti s *prezidentskými pravomocemi* objevují některé diplomatické otázky, například schůzka Miloše Zemana s arménským prezidentem, neformální setkání s čínským a ruským prezidentem během Zimních olympijských her v Soči nebo otázky spojené s krizí na Ukrajině. Prezident Zeman má v plánu přijmout ukrajinského prezidenta Janukovyče, proti tomu protestovali Ukrajinci žijící v Praze a odpůrci prezidentova režimu.

Deseti procenty byla zastoupena kategorie *ohlasy a hodnocení*. Jednalo se zejména o reakce ministerských kandidátů na schůzky s prezidentem Zemanem a již zmíněnou kritiku prezidentova plánovaného setkání s ukrajinským protějškem.

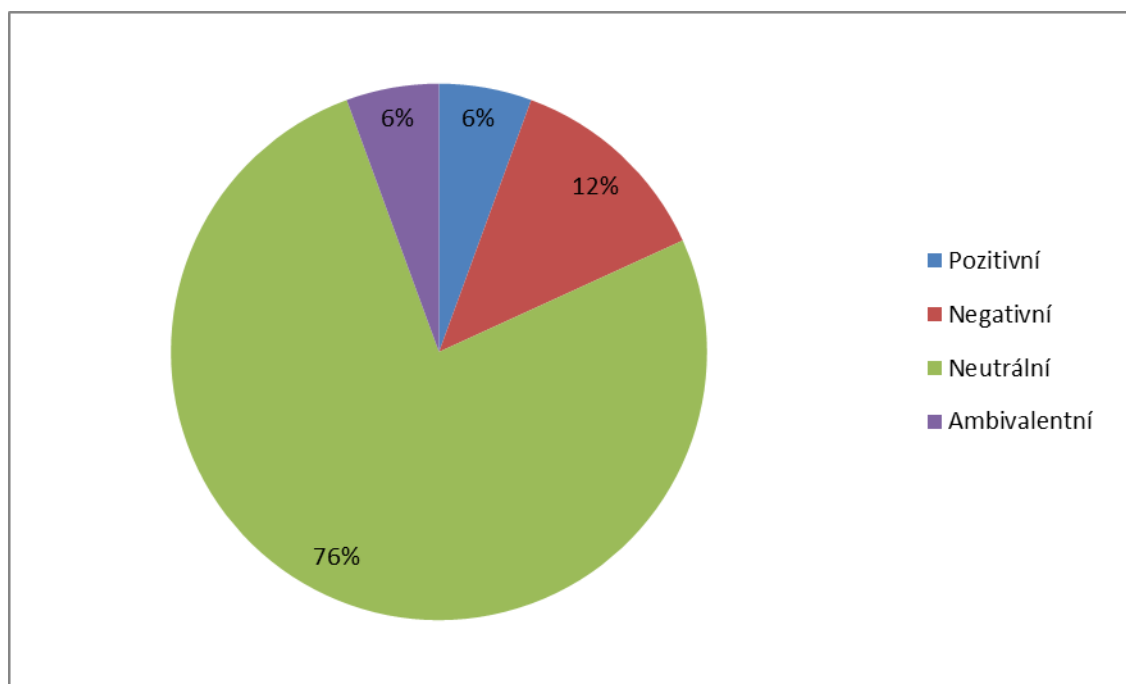
Graf č. 21: Tematická skladba (11. měsíc)



Z pohledu na kruhový diagram je vidět, že poměr jednotlivých kategorií emocionálního zabarvení se vrátil opět do průměrných hodnot.

Vzhledem k poměrně malé tematické diverzitě se většina pozitivních reakcí týkala schůzek prezidenta s kandidáty na budoucí ministry Sobotkovy vlády. Jednání se Zemanem si pochvaloval například budoucí ministr obrany Martin Stropnický, kandidát na ministra zdravotnictví Svatopluk Němeček nebo nastávající ministryně pro místní rozvoj Věra Jourová. Zeman byl v tomto měsíci také mimořádně oceněn Českým svazem bojovníků za svobodu.

Záporně vyznívající texty informovaly například o tom, že gymnastka a čestná předsedkyně Českého olympijského výboru Věra Čáslavská se kvůli prezidentovi nezúčastní oznámení české nominace na olympijské hry v Soči. Současný Hrad je podle ní prostorem, z něž je vysílána negativní energie. Čáslavská si chce uchovat vzpomínky na atmosféru Hradu z dob vládnutí Václava Havla, kde působila jako jeho poradkyně. Nadále rezonoval spor prezidenta Zemana s akademickou obcí kvůli tomu, kdo bude jmenovat profesory. Téma bylo znovu nastoleno u příležitosti jmenování rektorů, Zeman se s rektory nedohodl. Negativně vyzněly také zprávy o protestech Ukrajinců a jejich sympatizantů proti tomu, že se Zeman má setkat s ukrajinským prezidentem Janukovyčem.

Graf č. 22: Emocionální zabarvení (11. měsíc)

3.3.12 Dvanáctý měsíc (9. 2. – 8. 3. 2014)

Pro obsahovou analýzu dvanáctého měsíce bylo použito 89 relevantních textů z celkových 208.

Z nejčteněji zastoupené kategorie *prezidentské pravomoci* ČTK psala nejprve o Zemanově návštěvě zasedání Sněmovny kvůli vyslovení důvěry vládě. Při této příležitosti prezident pronesl projev hodnotící koaliční smlouvu a programové prohlášení nově jmenované vlády. V projevu například kritizoval obsahové rozdíly mezi oběma dokumenty a pozastavil se také nad tím, z jakých zdrojů chce vláda budoucí kroky financovat. Největší počet textů se ale týkal diplomatických otázek, ať už šlo o plánovanou návštěvu uzbeckého prezidenta Islama Karimova nebo ukrajinského prezidenta Janukovyče. V obou případech byl Zeman vyzván ke zrušení schůzek s těmito politiky. Karimov nakonec návštěvu České republiky odložil sám, protože většina českých zástupců včetně předsedy vlády odmítla setkání a program zahraniční návštěvy by tak nebyl naplněn. Dalším tématem z oblasti zahraniční politiky byla návštěva Evropského parlamentu, i zde Zeman pronesl projev. Na návštěvu České republiky přijel také makedonský prezident Đordě Ivanov, Zeman s ním projednával možnosti vzájemné hospodářské spolupráce obou zemí a podpořil vstup Makedonie do EU a NATO. S eskalací ukrajinského konfliktu začal Zeman kritizovat pouliční boje

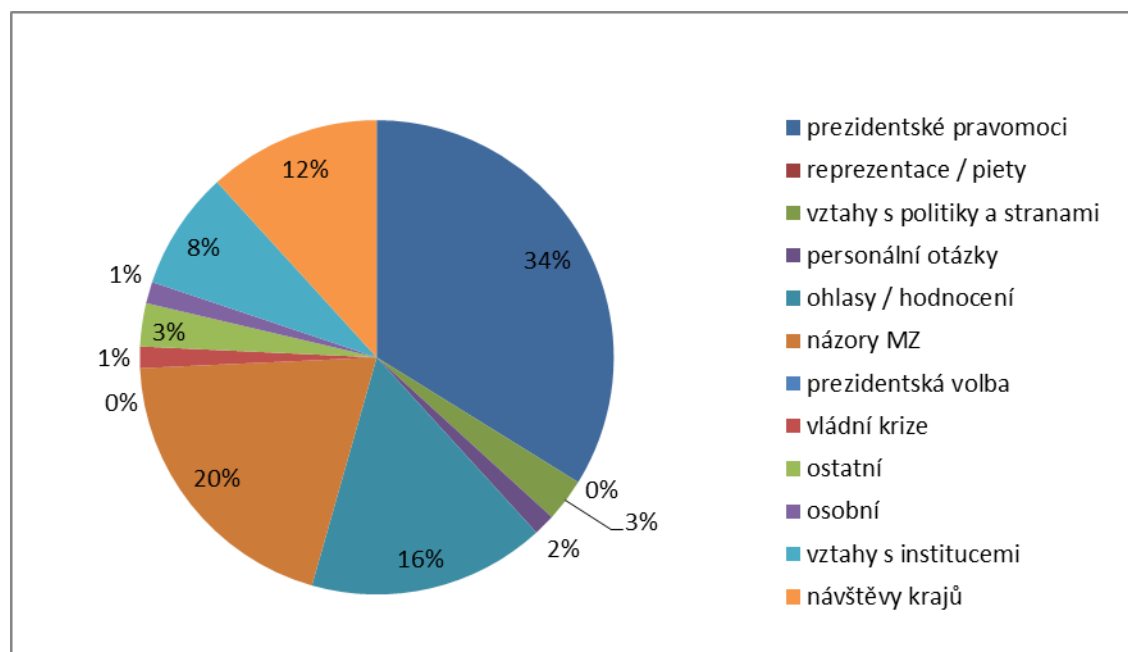
v Kyjevě i ruskou intervencí na Krymu. Konec prvního roku v prezidentské funkci završil schůzkou s bývalým předsedou britské vlády Tonym Blairem.

Obsah druhé nejvíce početné kategorie *názory Miloše Zemana* reflektuje do značné míry dění zmíněné v předchozím odstavci, kde jsem již naznačila i názorové směry hlavy státu.

Do kategorie *ohlasy a hodnocení* opět řadím průzkumy veřejného mínění, výzvu Člověka v tísni, aby prezident zrušil návštěvu Karimova či kritiku Zemanovy snahy přesunout jmenování profesorů na jiné instituce. Ke konci období se objevují bilanční hodnocení prvního roku Zemana ve funkci od politiků i veřejnosti.

Dvanáctiprocentním podílem se na tematickém celku podílely texty o *návštěvách krajů*, Miloš Zeman v tomto období navštívil Jihočeský a Olomoucký kraj. Kategorii *vztahy s institucemi* plnily zejména zprávy o sporu prezidenta s akademickou obcí.

Graf č. 23: Tematická skladba (12. měsíc)



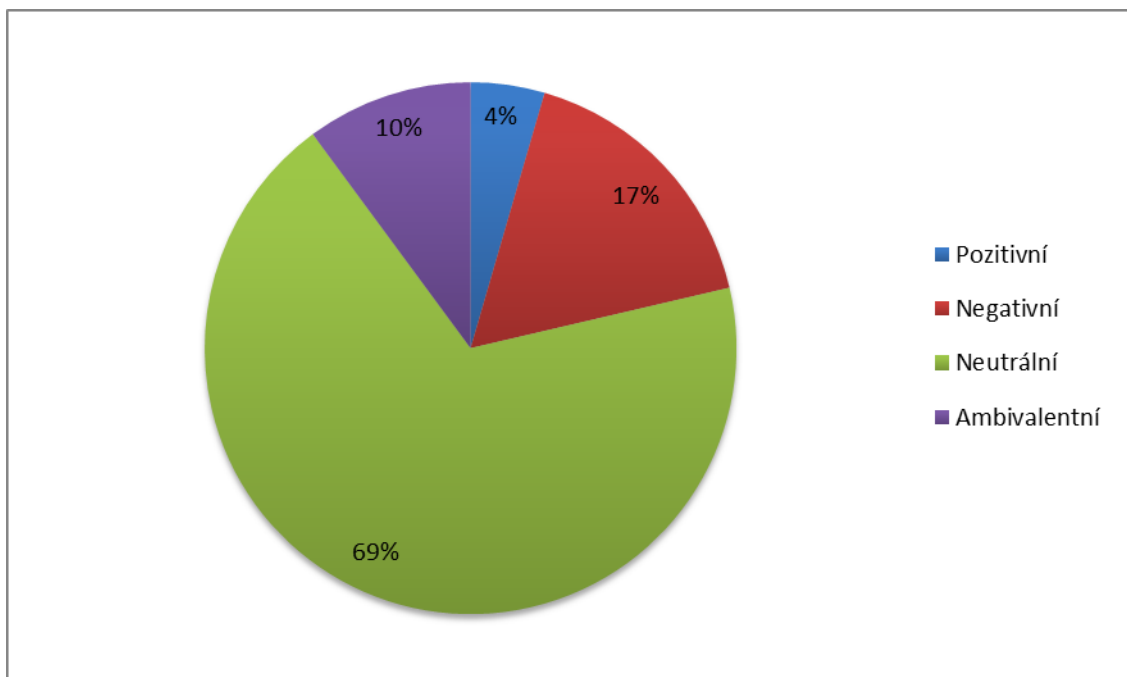
V tomto období pozorujeme mírný nárůst podílu negativně laděných textů, ale i těch pozitivně vyznívajících.

Politici se víceméně shodli na kladném hodnocení Zemanova projevu v Evropském parlamentu, naproti tomu média jeho řeč hodnotí spíše záporně. Schůzku s Milošem Zemanem si pochvaloval makedonský prezident Ivanov a premiér Sobotka ve svém bilančním hodnocení tvrdí, že Zeman pomohl zlepšit obraz České republiky za hranicemi.

Záporně vyznívají zprávy o tom, že organizace Člověk v tísni vyzývá Zemana, aby zrušil pozvání Karimova. Ukrajinci žijící v Česku pro změnu demonstrují před hradem kvůli pozvání Janukovyče. Výsledky jednoho z průzkumů přináší informaci, že lidé hodnotí prezidenta Zemana hůře než jeho dva předchůdce. Negativní konotace vzbuzují zprávy o sporu prezidenta s akademickou obcí. Miloš Zeman tvrdí, že se nikdy nezapletl s kmotry, načež Miroslav Kalousek na toto tvrzení reaguje výrokem, že tomu tak je proto, že na to měl Zeman své lidi. Kalousek se Schwarzenbergem také kritizují prezidenta za slova o tom, že přehnaný důraz na politiku lidských práv ohrožuje české investice v zahraničí.

Ambivalentně hodnotím některé z ohlasů na hlavu státu, ať už z průzkumů veřejného mínění nebo od politiků. Politici se totiž na bilančním hodnocení prezidenta Zemana neshodnou.

Graf č. 24: Emocionální zabarvení (12. měsíc)



Závěr

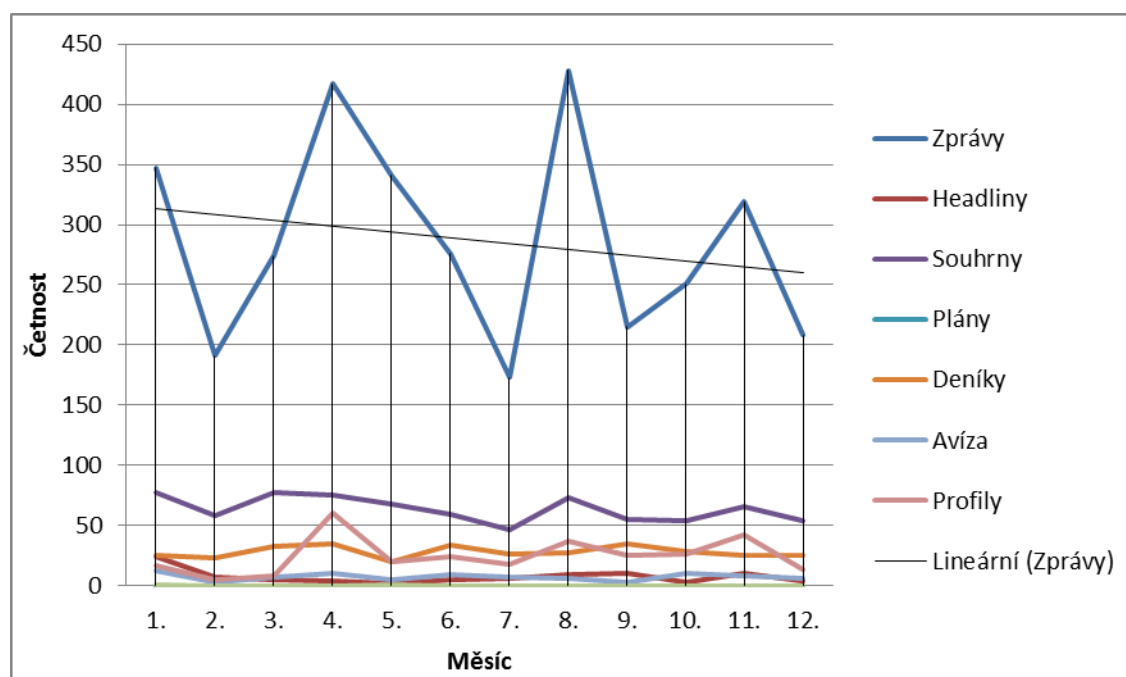
Cílem této diplomové práce bylo pomocí aplikace obsahové analýzy zkoumat mediální obraz Miloše Zemana ve zpravodajství ČTK za první rok v prezidentské funkci. Na základě analyzovaných a interpretovaných dat z předchozí kapitoly je možné zodpovědět následující výzkumné otázky, které byly definovány v kapitole 2.4.

V1: Jak se vyvíjel mediální zájem o Miloše Zemana v průběhu sledovaného období v agenturním textovém servisu?

Za dvanáct sledovaných měsíců ČTK vydala 5 189 zpravodajských sdělení odpovídajících definici výzkumné jednotky. Průměrná měsíční hodnota je tedy ~432 zpravodajských sdělení. Zpráv, kterými jsem se ve výzkumu zabývala, bylo celkem 3 440, měsíční průměr tedy odpovídá počtu ~286.

V grafu č. 28 můžeme pozorovat, že mediální zájem o Miloše Zemana byl výrazně kolísavý a mezi některými měsíci byly extrémní rozdíly v počtu vydaných zpráv – například mezi 7. měsícem (nejnižší počet vydaných zpráv) a 8. měsícem (nejvyšší počet vydaných zpráv). Nicméně v grafu je také naznačena lineární spojnice trendu, která ukazuje, že mediální zájem lze ve sledovaném období považovat spíše za mírně klesající.

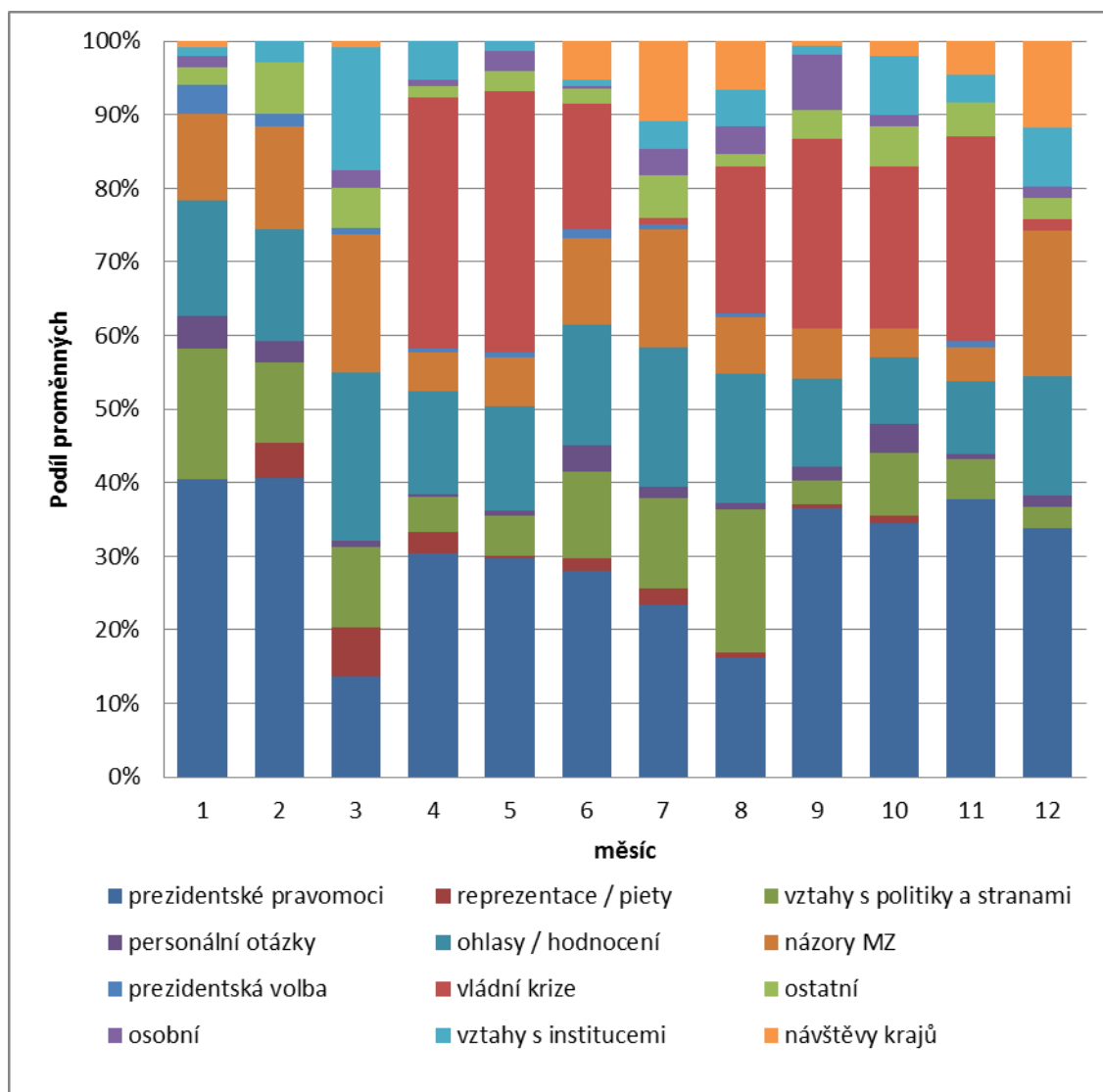
Graf č. 25: Vývoj mediálního zájmu v čase



V2: Jaká hlavní témata se ve sledovaném období nejčastěji ve spojitosti s prezidentem objevovala?

Na základě předběžného kódování jsem dospěla ke dvanácti nejvýznamnějším tématům, která jsou podrobně vypsána v kapitole 3.1.1. Z dlouhodobého hlediska můžeme říci, že ČTK v největší míře a bez velkých výkyvů v pravidelnosti informuje o tématech souvisejících s *prezidentskými pravomocemi*. Průměrný podíl této kategorie na tematickém celku se pohyboval průměrně okolo 30 procent. Stabilní podíl na tematickém celku po celé období tvořila také kategorie *ohlasy a hodnocení*, která se průměrně pohybovala mezi 10–15 procenty. O něco menší podíl měla kategorie *vztahy s politiky a stranami*. Zajímavou kategorií tvoří téma *vládní krize*. To se poprvé, a hned zhruba třicetiprocentním podílem, objevilo v tematické struktuře ve čtvrtém měsíci a s výjimkou sedmého měsíce se stabilně drželo až do měsíce jedenáctého. Podobně zprávy ohledně *návštěv krajů* se začaly objevovat až v šestém měsíci.

Graf č. 26: Vývoj rozložení témat v čase (relativní hodnoty)

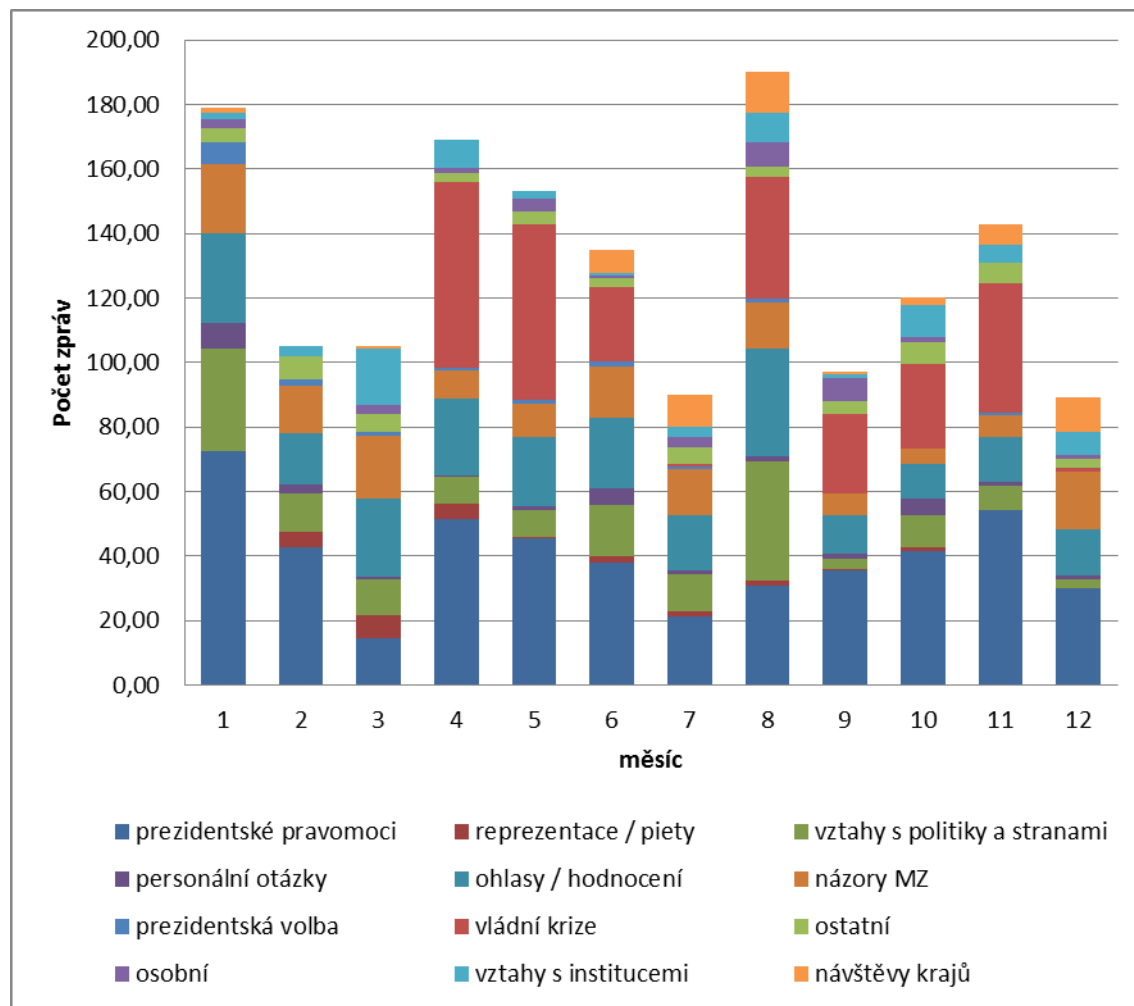


V3: Existuje ve sledovaném období korelace mezi četností zpráv a jejich hlavním tématem?

Ze dvanácti měsíců přesně šest dosáhlo vyššího počtu zpráv než 120. Tyto nadprůměrné měsíce mají jeden společný znak. V pěti z nich se významným podílem na tematickém celku podílely zprávy o vládní krizi. Můžeme tedy usoudit, že téma vládní krize zapříčinilo vysokou četnost zpráv v daných měsících. Jediným měsícem z těchto šesti nadprůměrných, v němž ČTK o vládní krizi neinformovala, je měsíc první. V tomto měsíci měla nejvyšší zastoupení tematická kategorie prezidentské pravomoci, neboť agentura podrobně informovala o aktuálním nástupu Miloše Zemana do prezidentského úřadu a o inauguračních povinnostech. Na tuto výzkumnou otázku lze

tedy odpovědět, že částečně je možné pozorovat korelaci mezi počtem zpráv a nosnými tématy.

Graf č. 27: Vývoj rozložení témat v čase (absolutní hodnoty)

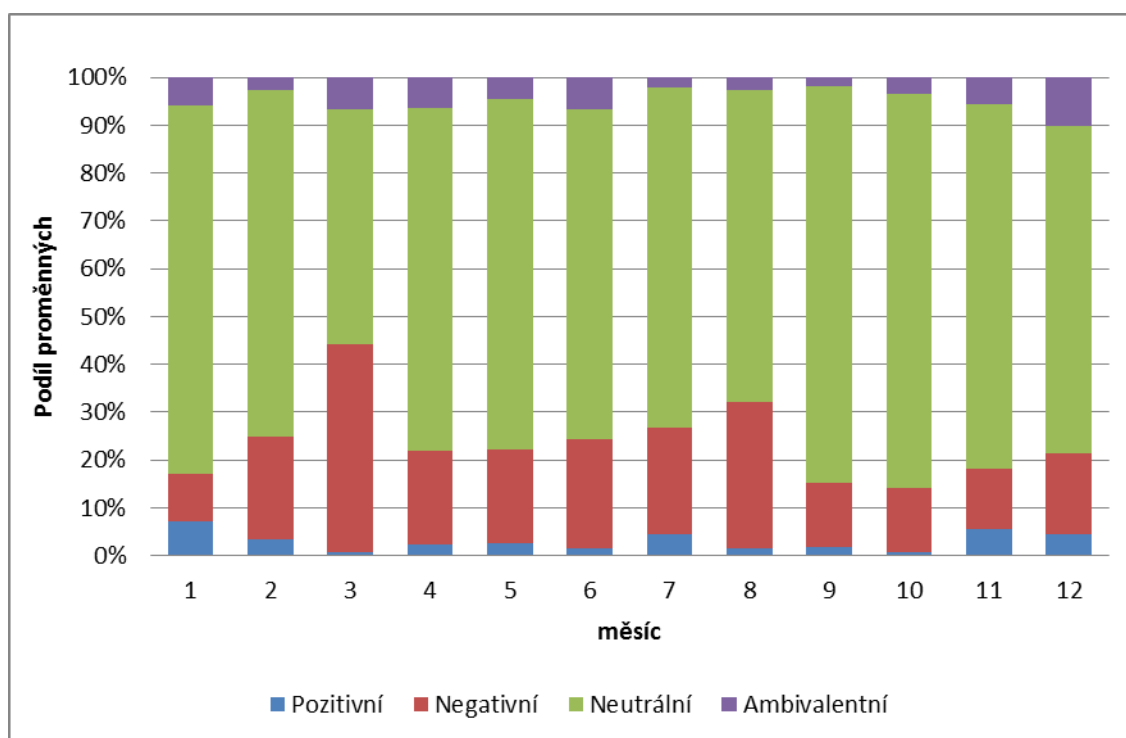


V4: Mají zprávy o prezidentovi spíše pozitivní, neutrální, negativní nebo ambivalentní vyznění?

Vzhledem k povaze ČTK bylo možné již dopředu předpokládat, že většina zpráv bude vyznívat neutrálně. Emocionální zabarvení jsem přisuzovala těm textům, v nichž se objevovaly hodnotící citace nebo v případě, že byl prezident explicitně dáván do spojitosti s nějakou kontroverzní kauzou. Odpovědí na výzkumnou otázku tedy je, že zprávy o prezidentovi mají spíše neutrální vyznění. Při pohledu na graf č. 27 ovšem můžeme porovnat podíl negativně, pozitivně či ambivalentně vyznívajících textů na tematickém celku. Vidíme, že negativně vyznívajících zpráv jsou zastoupeny v některých měsících i několikanásobně více než pozitivní či ambivalentní. Pokud z podílu

pozitivně, negativně a ambivalentně vyznívajících zpráv dedukujeme zabarvení mediálního obrazu prezidenta, pak byl jeho mediální obraz nejhorší ve třetím měsíci, kdy negativně vyznívalo 43 procent textů. Naopak v prvním měsíci jsem jako negativně vyznívajících hodnotila pouze 10 procent zpráv. U pozitivně vyznívajících textů jsou data tak nízká, že nemá smysl rozebírat jednotlivé hodnoty. Při bližším pohledu na graf je ale možné si všimnout, že čím větší je v daném měsíci podíl negativních zpráv, tím nižší je podíl těch pozitivních (a naopak).

Graf č. 28: Vývoj emocionálního zabarvení v čase (relativní hodnoty)



V5: Která témata týkající se prezidenta Zemana vzbuzují pozitivní/negativní konotace?

Největší podíl negativně vyznívajících zpráv můžeme sledovat ve třetím měsíci. Tento prudký nárůst kritiky reflektuje začátek sporu prezidenta Zemana s akademickou obcí. Spor začal rozhodnutím prezidenta nejmenovat Martina C. Putnu profesorem, kvůli čemuž sklidila hlava státu velkou vlnu kritiky od odborníků, politiků i veřejnosti. Spor pokračoval tím, že prezident nepozval dva rektory na slavnostní předávání státních vyznamenání, pročež na akt nepřijeli ani někteří další představitelé univerzit. Tuto kauzu reflektuje nárůst negativně laděných textů v 8. měsíci. Nakonec akademická obec

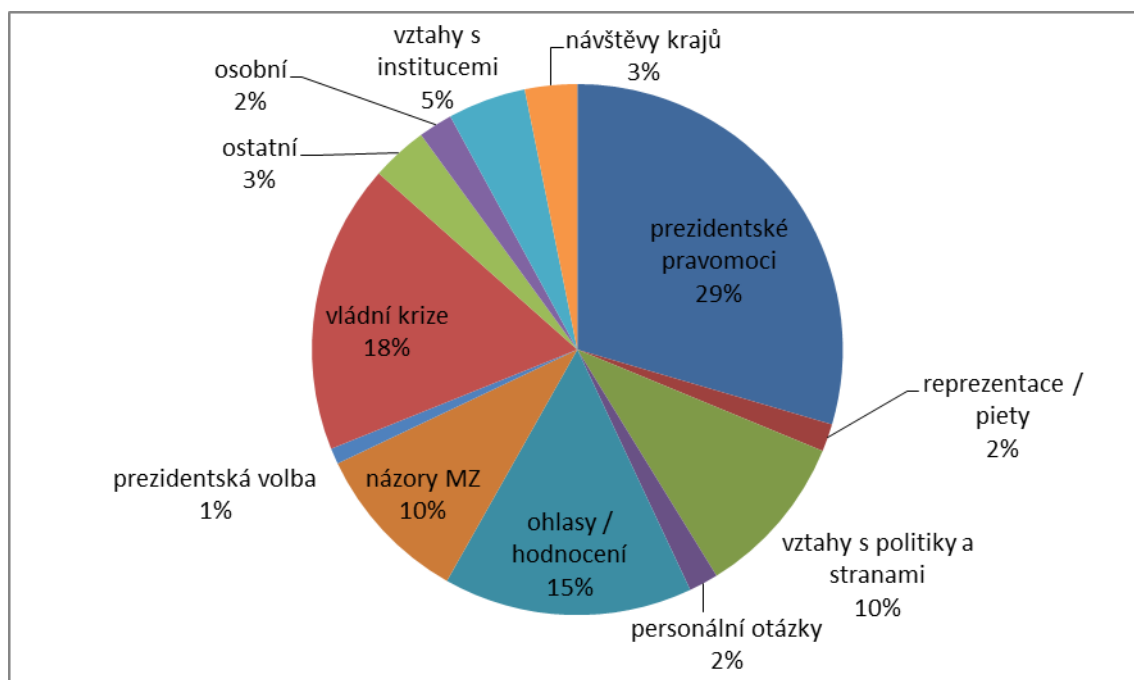
prezidenta kritizovala za snahu převelet jmenování profesorů na jinou instituci. Do již zmíněného osmého měsíce se promítly také kritické ohlasy na povolební schůzku prezidenta s vybranými představiteli vedení ČSSD v Lánech.

H1: Mediální zájem v průběhu sledovaného období bude mít obecně klesající trend.

Sledujeme-li vývoj počtu zpráv v čase, nejedná se rozhodně o plynulý a rovnoměrný pokles. Vždyť nejvíce zpráv informujících o prezidentu Zemanovi ČTK vydala až v 8. měsíci. Nicméně lineární spojnice trendu v grafu č. 25 ukazuje mírně klesající tendenci, čímž tuto hypotézu potvrzuje.

H2: Do mediálního obrazu prezidenta Miloše Zemana se promítá i jeho soukromí.

Tato hypotéza vycházela z mé osobní zkušenosti jako příjemce informací z běžných zpravodajských i publicistických kanálů. Nicméně analýza ukazuje, že do zpravodajství ČTK soukromý život prezidenta Zemana zasahuje poměrně málo. Kategorie *osobní* je v měsíční skladbě témat zastoupena dvěma procenty. Nejvýznamnějším osobním tématem, které ovlivňovalo i výkon prezidentské funkce, bylo zdraví Miloše Zemana. Během sledovaného období ČTK informovala např. o zpochybňované viróze nebo o úrazu kolena, kvůli němuž prezident zrušil několik zahraničních cest i návštěv krajů a dokonce odkládal i jmenování předsedy vlády. Několik málo zpráv věnovala ČTK také rodině Miloše Zemana. Pokud jde o emocionální zabarvení zpráv z této kategorie, většinou vyznívají neutrálně nebo ambivalentně (například neshoda na hodnocení oděvu první dámy atp.). Negativní konotace vyvolávaly snad jen spekulace o účasti prezidentovy dcery na porno večírku. Hypotéza je tedy de facto pravdivá, do mediálního obrazu prezidenta Miloše Zemana se jeho soukromí promítá, ale mluvíme-li čistě o produkci ČTK, tak jen v minimální míře.

Graf č. 29: Podíl témat na celkovém počtu zpráv

H3: Názory a postoje Miloše Zemana jsou často srovnávány s názory a postoji Václava Klause jakožto Zemanova předchůdce v prezidentské funkci.

Zde lze konstatovat, že vyjadřuje-li se prezident Zeman k tématu, ke kterému zastával výrazný postoj i jeho předchůdce, pak ČTK jejich postoje srovnává. Nejexplicitnějším a nejčastějším příkladem je postoj k Evropské unii. Prakticky hned po nástupu do funkce prezident Zeman nechal vztyčit na Hradě vlajku EU jako projev vřelého vztahu k této instituci. Tento akt ČTK ve svých zprávách dávala do kontrastu právě s negativním postojem exprezidenta Klause k EU, ten totiž unijní vlajku na Hradě odmítal. Častěji než názory a postoje srovnávala agentura fakta, například počty osobností, které oba (resp. všichni tři, i Havel) prezidenti ocenili při udělování státních vyznamenání. Dále na rozdílný přístup upozorňovala ČTK například v souvislosti s rozhodnutím prezidenta Zemana promlouvat k občanům na Vánoce, nikoli na Nový rok, jako to dělali jeho předchůdci. Tato hypotéza je pravdivá do určité míry, ČTK postoje prezidentů srovnává, ne ale příliš často.

H4: Podstatnou část tematického spektra bude tvořit doznívající konkurenční boj obou kandidátů z druhého kola prezidentské volby Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga.

Tuto hypotézu lze považovat za pravdivou. Jednou z hlavních tematických kategorií této práce byla kategorie *vztahy s politiky a stranami*. Tou se po celé sledované období prolínal spor mezi Milošem Zemanem a Karlem Schwarzenbergem ohledně jmenování velvyslanců. Dokonce i v době, kdy už Karel Schwarzenberg nebyl ministrem zahraničí a prezident Zeman měl tak de facto volnou ruku ve výběru velvyslanců, ČTK tento spor nadále zmiňovala v backgroundu zpráv souvisejících buď se jmenováním těchto sporných, ale i dalších velvyslanců nebo jako kontext zpráv o jiném názorovém střetnutí těchto politiků. Otázkou je už pouze to, zda můžeme objektivně mluvit o doznívajícím konkurenčním boji, který souvisí s prezidentskou volbou. Nelze totiž vyloučit, že by k tomuto sporu nedošlo, ani kdyby Schwarzenberg nebyl Zemanovým rivalem ve volbě. Nicméně když ČTK informuje o některém ze sporů těchto politiků, obvykle právě na tuto skutečnost upozorňuje a tím vytváří na čtenáře určitý dojem.

H5: Většina zpráv z produkce ČTK bude mít neutrální vyznění, zprávy s negativním vyzněním budou mírně převažovat nad těmi pozitivními.

Jak je velmi dobře patrné z grafu č. 28, tato hypotéza byla beze zbytku potvrzena. Podrobněji jsem tuto skutečnost rozvedla v této kapitole v odpovědi na výzkumnou otázku V4.

Summary

The goal of this thesis titled Analysis of Media Image of Milos Zeman as Portrayed by CTK during the First Year of Presidency was to acquire a complex media impression of President Zeman throughout the observed time frame as presented by the news production of CTK. This thesis aims to explore what topics relating to the President were covered by the agency, evaluate the process of media interest during the one-year period and examine whether information published had provided any kind of emotional impression.

Based on my research I reached the following conclusions. Media interest was throughout the observed time substantially uneven – this was caused by fluctuating number of various topics throughout that time. Within the one-year time horizon CTK's interest in Milos Zeman shows a slightly dropping tendency.

Topics mostly and steadily covered by CTK are focused on powers of the President as well as responses to his figure and ratings. Partially it is also possible to observe correlation between the number of news releases and crucial topics. A significant increase in the number of released news was caused by government crisis and the interest in presidential duties upon assuming presidency. Considering the nature of CTK, this thesis proves the hypothesis that the majority of news covering presidential topics resonates in a fairly neutral fashion and negatively tinted news are in certain time periods offered in much broader scale than positive ones or ones of ambivalence. A very negative impact on Zeman's media image especially had his dispute with the academia. Analysis also showed that personal life of President Zeman was covered by CTK rather sparingly.

Použitá literatura

Knižní zdroje:

FORET, Martin, Marek LAPČÍK a Petr ORSÁG. *Média dnes: reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008. ISBN 978-80-244-2023-3.

KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X.

MCCOMBS, Maxwell E. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.

OSVALDOVÁ, Barbora. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2014. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3568-9.

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

ŠMÍD, Milan a Ludmila TRUNEČKOVÁ. *Novinář a jeho zdroje v digitální éře*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2009, 205 s. ISBN 978-80-246-1661-2.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8.

URBAN, Lukáš, Josef DUBSKÝ a Karol MURDZA. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011, 230 s. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3563-4, s. 120

Elektronické zdroje:

POLÍVKA, Ondřej. *Četkařské zprávy v celostátních denících*. In: *Newton Media* [online]. 2013 [cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://www.newtonmedia.cz/cs/mediainfo-cz/analyzy/cetkarske-zpravy-v-celostatnich-denících/detail>

Miloš Zeman – oficiální stránky. *Životopis* [online]. 2013 [cit. 2016-03-04]. Dostupné z: <http://www.zemanmilos.cz/cz/t/zivotopis.htm>

Normy a zákony:

Předpis č. 517/1992 Sb.; Zákon České národní rady o České tiskové kanceláři; dostupný z: http://i4.cn.cz/ctk/PDF/Zakon_c_517-1992_Sb._o_CTK.pdf

Ústava České republiky

Prameny:

Infobanka ČTK (8. 3. 2013 – 8. 3. 2014)

Akademické práce:

HAVLOVÁ, Laura. *První rok Miloše Zemana ve funkci prezidenta očima vybraných českých týdeníků*. Praha, 2014. 84 s. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce doc. PhDr. Barbora Osvaldová

VEITOVÁ, Kateřina. *Mediální obraz USA ve zpravodajství ČTK v komparaci se zpravodajstvím korespondenta ČRo v první polovině roku 2013*. Praha, 2015. 95 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Ludmila Trunečková, Ph.D.

TVAROHOVÁ, Jana. *Míra negativního zobrazení Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga v médiích v průběhu prezidentské volby v roce 2013*. Praha, 2014. 82 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jan Křeček, Ph.D.

Seznam tabulek a grafů

Tabulka č. 3: Intervaly výzkumného období

Tabulka č. 4: Vývoj mediálního zájmu v čase

Graf č. 1: Tematická skladba (1. měsíc)

Graf č. 2: Emocionální zbarvení (1. měsíc)

Graf č. 3: Tematická skladba (2. měsíc)

Graf č. 4: Emocionální zbarvení (2. měsíc)

Graf č. 5: Tematická skladba (3. měsíc)

Graf č. 6: Emocionální zbarvení (3. měsíc)

Graf č. 7: Tematická skladba (4. měsíc)

Graf č. 8: Emocionální zbarvení (4. měsíc)

Graf č. 9: Tematická skladba (5. měsíc)

Graf č. 30: Emocionální zbarvení (5. měsíc)

- Graf č. 11: Tematická skladba (6. měsíc)
- Graf č. 12: Emocionální zbarvení (6. měsíc)
- Graf č. 13: Tematická skladba (7. měsíc)
- Graf č. 14: Emocionální zbarvení (7. měsíc)
- Graf č. 15: Tematická skladba (8. měsíc)
- Graf č. 16: Emocionální zbarvení (8. měsíc)
- Graf č. 17: Tematická skladba (9. měsíc)
- Graf č. 18: Emocionální zbarvení (9. měsíc)
- Graf č. 19: Tematická skladba (10. měsíc)
- Graf č. 20: Emocionální zbarvení (10. měsíc)
- Graf č. 41: Tematická skladba (11. měsíc)
- Graf č. 22: Emocionální zbarvení (11. měsíc)
- Graf č. 23: Tematická skladba (12. měsíc)
- Graf č. 24: Emocionální zbarvení (12. měsíc)
- Graf č. 25: Vývoj mediálního zájmu v čase
- Graf č. 26: Vývoj rozložení témat v čase (relativní hodnoty)
- Graf č. 27: Vývoj rozložení témat v čase (absolutní hodnoty)
- Graf č. 28: Vývoj emocionálního zbarvení v čase (relativní hodnoty)
- Graf č. 29: Podíl témat na celkovém počtu zpráv

Seznam příloh

Příloha č. 1: Kódovací kniha