

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií

Jana Leichterová

**Vybrané příklady institucionalizované
žurnalistické podpory (tzv. endorsement)
před volbami v České republice po roce 1989**

Bakalářská práce

Praha 2016

Autor práce: **Jana Leichterová**

Vedoucí práce: **PhDr. Václav Moravec, Ph.D.**

Rok obhajoby: **2016**

Bibliografický záznam

LEICHTEROVÁ, Jana. *Vybrané příklady institucionalizované žurnalistické podpory (tzv. endorsement) před volbami v České republice po roce 1989*. Praha, 2016. 90 str. Diplomová práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Václav Moravec, Ph.D.

Abstrakt

Princip otevřené podpory je tradiční součástí mediálního pokrytí voleb anglosaských zpravodajských médií, kdy redakce často doporučí volbu konkrétního kandidáta jménem celého titulu. Uvedené doporučení se nazývá *endorsement* a předkládaná bakalářská práce si klade za cíl uvést tento pojem do českého kontextu. V teoretické části je popsána problematika objektivity médií, přičemž klasická typologie předpojatosti Denise McQuaila je doplněna o novější díla autorů jako je John Street, Elizabeth Dwoskin či Bernard Keane. Práce mapuje historický vývoj otevřené podpory, ať už v podobě politických pamfletů či stranického tisku. Empirická část je založena na vlastním výzkumu tří volebních událostí a jejich pokrytí v pěti českých denících. Výzkum je realizován metodou analýzy mediálních obsahů pomocí vlastní kódovací knihy a následnou komparací výstupů. Ke zkoumání byly vybrány volby do Poslanecké sněmovny v roce 1996 a 2006 a první přímá volba prezidenta v roce 2013. Zkoumanými zpravodajskými médii jsou Hospodářské noviny, Lidové noviny, MF Dnes, Právo a Blesk. Výstupem výzkumu je představení trendu otevřené podpory a *endorsementu* v českém prostředí od 90. let do současnosti.

Abstract

Endorsement as a form of media support for a specific political actor is a traditional part of a media sphere in the United States of America and the United Kingdom, especially in a period preceding important elections. In the Czech Republic, this concept is generally considered to be new. The main aim of this thesis is to establish the concept of endorsement within the context of Czech media. The theoretical part of the thesis is based on the theory of media bias by Denis McQuail and his typology of this concept, supplemented by the current work of John Street, Elizabeth Dwoskin, Bernard Keane and more. The thesis gives a concise idea of the history of endorsement and media support, especially in Europe with a special focus on the territory of the present-day Czech Republic. The second part of the thesis consists of the author's own research. The author examined the media coverage of three elections with the aim of a trend analysis during the time. That is why the elections into the Chamber of Deputies in 1996 and 2006 and the presidential election in 2013 were selected. The research was conducted with a usage of a content analysis of five Czech daily newspapers: Hospodářské noviny, Lidové noviny, MF Dnes, Právo and Blesk. The outcome of the research is a description of the endorsement and the media support in Czech newspapers from the '90s until the present days.

Klíčová slova

Endorsement, otevřená podpora, objektivita, předpojatost, politika, volby, analýza mediálních obsahů

Keywords

Endorsement, media support, objectivity, bias, politics, elections, content analysis

Rozsah práce: 107 050 znaků

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu. Souhlasím s tím, aby má práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.

V Praze dne 13. 5. 2015

Jana Leichterová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu své bakalářské práce PhDr. Václavu Moravcovi, Ph.D., za podporu a odborné vedení.

SCHVÁLENO

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce									
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:									
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Leichterová Jana	Razítko podatelny: <table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"> Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd </td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;">- 4 -06- 2015 -1-</td> </tr> <tr> <td>Čj: 3615</td> <td> Příloh: _____ Skartovaná heslo: _____ </td> </tr> <tr> <td colspan="2">Přiděleno: _____</td> </tr> </table>	Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	- 4 -06- 2015 -1-	Čj: 3615	Příloh: _____ Skartovaná heslo: _____	Přiděleno: _____	
Univerzita Karlova v Praze Fakulta sociálních věd									
Došlo dne:		- 4 -06- 2015 -1-							
Čj: 3615		Příloh: _____ Skartovaná heslo: _____							
Přiděleno: _____									
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2012									
E-mail diplomantky/diplomanta: leichterova.jana@seznam.cz									
Studijní obor/forma studia: Žurnalistika/prezenční studium									
Předpokládaný název práce v češtině: Vybrané příklady institucionalizované žurnalistické podpory (tzv. endorsement) před volbami v České republice po roce 1989									
Předpokládaný název práce v angličtině: Selected examples of institutionalized journalistic support (endorsement) before the elections in the Czech Republic after 1989									
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013): (diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí) LS 2015/2016									
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): Bakalářská práce uvede zahraniční fenomén mediální podpory politických aktérů do českého kontextu na příkladu třech vybraných celonárodních voleb v České republice po roce 1989. <i>Endorsement</i> jako vyjádření podpory je dlouhodobě užívanou strategií na poli marketingu, unikátní je však jeho použití ze strany konkrétních médií směrem k politickým aktérům, typicky v předvolebním období. Tento fenomén je rozpoznáván v kontextu střední Evropy v několika posledních desítkách let a teprve relativně nedávno začal být aktivně pojmenováván. Ve Spojených státech amerických je však běžnou součástí fungování mediální sféry a společensky přijímaným faktem. Historický vývoj, kontext zahraničních i domácích médií a samozřejmě i rozporuplnost tohoto fenoménu z hlediska teorie mediálních studií (viz teoretický požadavek na objektivitu a nestrannost médií) tato bakalářská práce představí a doplní třemi stručnými případovými studii. Praktická část mapuje troje konkrétní volby v České republice, a to do Poslanecké sněmovny v roce 1996 a 2006 a první přímou volbu prezidenta republiky v roce 2013. Tyto troje volby byly vybrány s ohledem na časovou osu, aby výsledky mediální analýzy mohly ukázat proměnu přístupu médií k předvolební soutěži od 90. let po současnost. Předvolební soutěž bude analyzována prostřednictvím mediálních obsahů pěti českých deníků s celostátním dosahem po dobu vždy jednoho týdne před samotnými volbami.									
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): Úvod <i>Úvod do zkoumané problematiky v kontextu situace.</i> I. Metodologická část <ol style="list-style-type: none"> 1. Cíle 2. Metodologie 3. Terminologie <i>Nejdříve bude definován cíl bakalářské práce a jeho měřitelnost, současně bude popsána užitá</i>									

metodologie výzkumu v druhé části práce. Vzhledem k nedostatečnému pokrytí tématu v české odborné literatuře mediálních studií bude součástí této kapitoly část věnovaná ustanovení české terminologie.

II. Teoretická část

1. Teoretické přístupy k objektivitě médií
2. Historický vývoj fenoménu *endorsementu*
3. Český kontext

Fenomén endorsementu je součástí širší problematiky objektivitě médií; teoretický přístup bude vycházet ze studií D. McQuaila. V kapitole věnované historii mediální podpory politických aktérů bude stručně charakterizován historický vývoj endorsementu především v anglosaských zemích (tj. Spojených státech amerických a Spojeném království Velké Británie a Severního Irsku). V českém, respektive československém prostředí, lze počátek endorsementu vysledovat až po roce 1989, neboť v tzv. předlistopadové době zde existovala výhradně angažovaná žurnalistika marxistického modelu.

III. Empirická část

V empirické části bude provedena analýza žurnalistických obsahů pěti vybraných periodik v období bezprostředně předcházejícím vybraným příkladům voleb.

1. Volby do Poslanecké sněmovny 1996
2. Volby do Poslanecké sněmovny 2006
3. Prezidentské volby 2013

Závěr

Shrnutí teoretických poznatků a výsledků analýzy.

Literatura a prameny

Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):

Empirická část bude postavena na analýze pěti celoplošných deníků: Mladá fronta DNES, Lidové noviny, Právo, Hospodářské noviny a Blesk. Analyzované období je pracovní týden před volbami, respektive pět dní, a to včetně prvního dne voleb. Konkrétně to znamená: pro volby do Poslanecké sněmovny v roce 1996 období od 27. do 31. května 1996; pro volby do Poslanecké sněmovny v roce 2006 29. května až 2. června 2006 a pro prezidentské volby 7. až 11. ledna 2013 (první kolo) a 21. až 25. ledna 2013 (druhé kolo).

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Zvoleným postupem zpracování je deskripce a komparace analyzovaných žurnalistických obsahů zaměřená na vyřčenou i nevyřčenou podporu politickým aktérům v předvolebním období.

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

STREET, John. *Mass Media, Politics and Democracy*. 2nd Edition. Houndmills: Palgrave Macmillan, 2011. Kniha zpracovává proces propojení médií a politiky s důrazem na to, jak velký vliv média mohou na politiku mít a kdo je reálným držitelem této moci. Druhé, rozšířené vydání z roku 2011 obsahuje více současných příkladů s celosvětovým rozsahem. Obzvláště přínosné pro tuto bakalářskou práci jsou kapitoly o vlivu médií na volební výsledky.

MCQUAIL, Denis. *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*. London: SAGE Publications, 1992. Základní literatura pro teoretické studium médií, která přináší mnoho dodnes zásadních poznatků (např. čtyři teorie tisku). Pro tuto práci je ale důležitější, že se McQuail

věnoval i problematice objektivitv médií a na jeho poznatky je dodnes odkazováno v moderní mediální literatuře.

EMERY, Michael, EMERY, Edwin, ROBERTS, Nancy L. *The Press and America. An Interpretive History of the Mass Media.* Boston: Ally & Bacon, 2000. Tato kniha je pro tuto bakalářskou práci přínosná z historického hlediska. Mapuje vývoj tisku ve Spojených státech Amerických, které jsou známé jako kolébka a zároveň současný nejvýznamnější příklad společensky akceptovaného stranění médií jednotlivým politickým stranám. Těmto charakteristikám současných i již zaniklých titulů se ostatně kniha také věnuje.

GRABER, Doris A. *Media Power in Politics.* Washington: Congressional Quarterly, 1990. Sbírká třiceti sedmi esejí od nejrůznějších autorů ukazuje sílu médií na politiku, většinou (ne však výhradně) v americkém kontextu. Obzvláště přínosná pro tuto bakalářskou práci je třetí část, která se věnuje přímo dopadům médií na volební výsledky.

ČALOUD, Dalibor, et al. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2006.* Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2006. Kniha je příkladem literatury zpracovávající jednotlivé případy v bakalářské práci z hlediska politologického. Tento příspěvek mapuje volby do Poslanecké sněmovny v roce 2006 a je na politologické poměry knihou nezvyklou: zabývá se totiž i rolí médií v předvolebním období, a to nejenom jako nositele politické kampaně, ale i jako svévolného aktéra.

TRAMPOTA, Tomáš, VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií.* Praha: Portál, 2010. Kniha je základní metodologickou příručkou při výzkumu médií, a to jak na akademickém, tak komerčním poli. Představuje ty nejběžnější a nejužívanější přístupy ke studiu médií, přičemž každé teoretické zpracování je doplněno praktickým popisem aplikace metody a příklady z praxe.

Diplomové 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)

KEJLOVÁ, Tamara. *Analýza zpravodajství českých periodik během prezidentských voleb v roce 2013 v ČR.* 2014. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociální věd. Vedoucí práce: Vlastimil Nečas.

Datum / Podpis studenta/ky

A. 6. 2015


.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

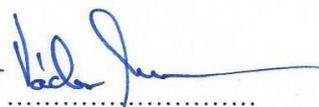
Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

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.

PhDr. Václav Moravec, Ph.D.

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

4. 6. 2015 
.....

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

Obsah

ÚVOD.....	1
1. METODOLOGICKÁ ČÁST.....	3
1.1 CÍLE	3
1.2 METODOLOGIE.....	3
1.2.1 Zkoumaný vzorek.....	3
1.2.1.1 Události	3
1.2.1.2 Období.....	4
1.2.1.3 Vybraná média	5
1.2.2 Nástroje	6
1.2.3 Kódovací kniha.....	7
2. TEORETICKÁ ČÁST	12
2.1 TEORETICKÉ PŘÍSTUPY K OBJEKTIVITĚ ZPRAVODAJSKÝCH MÉDIÍ.....	12
2.1.1 Objektivita	12
2.1.2 Předpojatost	14
2.2 MÉDIA A POLITIKA	16
2.3 OTEVŘENÁ PODPORA – FENOMÉN ENDORSEMENTU.....	17
2.3.1 Historický vývoj.....	18
2.3.2 Tradice anglosaských zemí.....	19
2.3.3 Český kontext.....	21
3. EMPIRICKÁ ČÁST	23
3.1 VOLBY 1996	23
3.1.1 Blesk	23
3.1.2 Právo	25
3.1.3 MF Dnes.....	27
3.1.4 Hospodářské noviny	28
3.1.5 Lidové noviny	29
3.1.6 Srovnání.....	31
3.2 VOLBY 2006	32
3.2.1 Blesk	33
3.2.2 Právo	34
3.2.3 MF Dnes.....	36
3.2.4 Hospodářské noviny	37
3.2.5 Lidové noviny	39
3.2.6 Srovnání.....	40

3.3	VOLBY 2013	42
3.3.1	<i>Blesk</i>	43
3.3.2	<i>Právo</i>	44
3.3.3	<i>MF Dnes</i>	46
3.3.4	<i>Hospodářské noviny</i>	48
3.3.5	<i>Lidové noviny</i>	49
3.3.6	<i>Srovnání</i>	51
	ZÁVĚR	54
	SUMMARY	57
	POUŽITÁ LITERATURA	59
	PRAMENY	60
	ON-LINE ZDROJE	62
	SEZNAM PŘÍLOH	65
	PŘÍLOHY	66

ÚVOD

V neděli 28. října 2012 si více jak milion Američanů otevřelo své nedělní vydání The New York Times a v editorialech si přečetlo, že by měli znovuzvolit Baracka Obamu do prezidentského úřadu.

„(Naše) ekonomika se zvolna uzdravuje po zhroucení v roce 2008 a země může utrpět další recesi, pokud bude přijata špatná politika. (...) Ideologické výpady zprava podkopávají zásadní zdravotní reformu přijatou v roce 2010. (...) Dokonce i samotné právo volit je napadáno. Toto je kontext voleb a stejně tak, jako je neúprosná (skutečnost), je jasná i volba.“¹

Redakce načrtla čtenáři temnou vizi Ameriky pod vládou republikánského prezidenta. Nejdůležitější a nejčtenější názorový text vydání končil: „(...) Nadšeně doporučujeme prezidenta Baracka Obamu pro zvolení do druhého volebního období a věříme, že jeho vítězství bude následováno novým Kongresem ochotným pracovat na politice, kterou Amerika potřebuje.“²

Tento jev, se kterým se setkali nejenom čtenáři The New York Times, ale i desítek dalších novin a časopisů, se nazývá *endorsement*. Doporučit před důležitými volbami kandidáta jménem celého titulu je americkým zvykem a nikdo se nad ním nepozastavuje. Proč se ale, když před první přímou volbou prezidenta ČR v roce 2013 praktikovala česká zpravodajská média podobný přístup, strhla debata o tom, zda mohou mít média politický názor, zda se mají angažovat v politických bojích, či zda mají (a zda vůbec můžou) zůstat objektivní? Rozhořčení čtenářů bylo navíc prezentováno z pozice „něco takového zde ještě nebylo“ – je ale tato pozice oprávněná?

Předkládaná bakalářská práce nemá ambice odpovědět na normativní a etické otázky spojené s principem *endorsementu*. Cílem práce je uvést pojem *endorsement* do českého kontextu na příkladu třech vybraných celonárodních voleb v České republice po roce 1989. Autorka chce postihnout fenomén *endorsementu* v českém prostředí jak teoreticky, tak empiricky. Je *endorsement* záležitostí několika posledních let, nebo bylo možné se s otevřenou podporou a *endorsementem*, jako specifickou otevřenou podporou jménem celého titulu, setkat už v 90. letech? Jaké podoby má otevřená podpora v českých

¹ Barack Obama for Re-election. [online] In: *The New York Times*. 27. 10. 2012. [Citováno dne 10. 5. 2016.]

² Tamtéž.

zpravodajských médiích a jak je četná? Na tyto otázky se autorka pokusí odpovědět pomocí závěrů svého výzkumu.

Propojení médií a politické sféry je téma nejenom akademické, ale i společenské. Vzájemné ovlivňování, role mediálních i politických aktérů, vliv na třetí subjekt v podobě mediálního příjemce-voliče, to jsou oblasti, které autorku práce zajímají především. A otázka *endorsementu*, principu v anglosaských zemích důvěrně známého a v českém kontextu často vnímaného jako příklad nebezpečné neobjektivity, je pro autorku prioritní.

Teoretická část představuje problematiku objektivitu a předpojatosti médií, což jsou oblasti s *endorsementem* přímo spjaté, a vedle anglosaské tradice otevřené podpory uvádí tuto problematiku do českého kontextu. V této části vychází autorka především s klasických i nových děl Denise McQuiala, textů Johna Streeta, Bernarda Keaneho, Elizabeth Dwoskin a Jörgena Westerståhla. Z českých autorů se tématu věnuje především Vlastimil Nečas, Jan Jirák a Tomáš Trampota, dějinný kontext byl čerpán z knih Jakuba Končelíka, Petra Orsága a Pavla Večeři. Při přípravě výzkumu se autorka opírala o metodologické knihy Winfrieda Schulze, Tomáše Trampoty a Marty Vojtěchovské a Bernarda Berelsona či Renáty Sedlákové.

Výzkum je realizován pomocí analýzy mediálních obsahů v období těsně před volbami. Byla definovaná výzkumná období 5 dnů před samotnými volbami a volební události byly vybrány tak, aby rovnoměrně pokrývaly období od vzniku samostatné České republiky po současnost – jedná se o volby do Poslanecké sněmovny v roce 1996 a 2006 a o první přímou volbu prezidenta v roce 2013. K analýze bylo vybráno 5 celonárodních zpravodajských titulů s denní periodicitou: Hospodářské noviny, Lidové noviny, MF Dnes, Právo a Blesk. Vzhledem ke zkoumanému vzorku a období je tedy předmětem analýzy 100 vydání českých deníků.

Autorka vyhledala obsahy vztahující se k volbám a identifikovala v nich znaky nejenom otevřené podpory, ale také podpory skryté. Výsledky obsahové analýzy jsou následně komparovány, což umožní učinit závěry ohledně celého zkoumaného období napříč jednotlivými zpravodajskými médii.

Oproti předkládaným tezím je ve struktuře práce změna v Metodologické části. Autorka se po konzultaci s vedoucím práce rozhodla z důvodu omezené kapacity práce upustit od kapitoly Terminologie. Její potenciální obsah je součástí Teoretické části, která definuje otevřenou podporu i *endorsement*.

1. METODOLOGICKÁ ČÁST

1.1 CÍLE

Cílem bakalářské práce je uvést pojem *endorsementu* do českého kontextu na příkladu třech vybraných celonárodních voleb v České republice po roce 1989 a zmapovat problematiku otevřené podpory. Naplnění cíle je uvažováno pomocí zodpovězení výzkumné otázky: Praktikují česká zpravodajská média princip *endorsementu*? Tato hlavní výzkumná otázka je rozvinuta doplňujícími otázkami:

- Je princip *endorsementu* v českém kontextu záležitostí několika málo posledních let, nebo je možné ho identifikovat i v 90. letech a na začátku nového tisíciletí?
- Jaké podoby nabývá otevřená podpora v českých zpravodajských médiích?
- Jaká je četnost otevřené podpory v českých zpravodajských médiích?

1.2 METODOLOGIE

Obsahem práce je vlastní výzkum trendu *endorsementu*, který je doplněn teoretickou částí představující základní přístupy k problematice otevřené podpory a k objektivitě zpravodajských médií. Empirická část obsahuje výzkum založený na obsahové analýze mediálního pokrytí tří volebních událostí. Na základě této diachronní analýzy jsou stanoveny závěry ohledně vývoje *endorsementu* a otevřené podpory v českém prostředí od 90. let minulého století do současnosti.

1.2.1 Zkoumaný vzorek

K případovým studiím byly vybrány troje volby tak, aby rovnoměrně pokryly období od 90. let do současnosti. Zkoumány byly volby do Poslanecké sněmovny v roce 1996 a v roce 2006 a první přímá volba prezidenta v roce 2013, a to v pěti denících národního dosahu.

1.2.1.1 Události

Přímá volba prezidenta z roku 2013 byla vybrána záměrně na základě předpokladu, že právě v tomto předvolebním období dosáhla přímá podpora politických aktérů v médiích svého dosavadního vrcholu (dle obecného přesvědčení je přímá volba

prezidenta v roce 2013 dokonce prvním případem výskytu *endorsementu* v českých médiích) a výzkum tohoto případu může proto působit příkladně a průkazně v porovnání s chronologicky předcházejícími volbami.

Jednalo se však o první přímou volbu prezidenta České republiky, proto bylo nutné pro starší období vybrat jiný typ voleb. Na základě teorie voleb prvního a druhého řádu byly vybrány volby do Poslanecké sněmovny. Hlavním cílem politiků je uspět ve volbách prvního řádu a získat odměnu v podobě podílu na vládnutí. Volby prvního řádu se vyznačují silnější předvolební kampaní a vyšší volební účastí, jsou národního charakteru a všechny další volby na daném území se odehrávají v pomyslném stínu těchto voleb.³ Česká společnost empiricky tyto teze v případě voleb do Poslanecké sněmovny potvrzuje,⁴ proto je možné předpokládat, že při volbách do Poslanecké sněmovny ČR bude: 1. tato událost pokrývána v médiích největším prostorem a bude jí napříč společností věnována největší pozornost a 2. je v takovém případě větší pravděpodobnost výskytu otevřené podpory politickým aktérům, ať už stranám či jednotlivcům, ze strany médií, neboť jak píše Winfried Schulz: „*Volební boj je (...) v první řadě komunikačním procesem.*“⁵

Protože volba prezidenta reprezentuje mediální situaci po roce 2010, tedy poslední třetinu zkoumaného období, volby do Poslanecké sněmovny byly vybrány tak, aby bylo možné sledovat trend otevřené podpory od počátku 90. let do současnosti. Analýza proto byla provedena na volbách do Poslanecké sněmovny v roce 1996 a 2006.

1.2.1.2 *Období*

Z důvodu limitovaného rozsahu bakalářské práce není předmětem zkoumání úplné pokrytí jednotlivých voleb v médiích. Zkoumané období je omezeno na pět dnů přímo předcházejících prvnímu volebnímu dnu. Vzhledem k tomu, že v České republice

³ HIX, Simon a Michael MARSH. Punishment or Protest? Understanding European Parliament Elections. [online] In: *The Journal of Politics*. 69 (2). S. 495–510. [Citováno dne 6. 5. 2016.]

⁴ Jedním z kritérií k určení důležitosti přikládáné různým typům voleb je volební účast. Dle údajů Českého statistického úřadu byla volební účast v roce 1996 ve volbách do Poslanecké sněmovny 76,41 %, ve volbách do Senátu 35,03 % v prvním kole a 30,36 % v druhém kole a pro srovnání ve volbách do zastupitelstev obcí v roce 1994 (neboť v roce 1996 se tyto volby nekonaly) 62,26 %. V roce 2006 byla volební účast do Poslanecké sněmovny 64,47 %, do Senátu 42,09 % v prvním kole a 20,37 % v druhém kole a do zastupitelstev obcí 46,38 %. Volební účast do Poslanecké sněmovny je stabilně, i mimo uváděné příklady, nejvyšší ze všech typů voleb v České republice. (Zdroj: Volby.cz. [online] *Český statistický úřad*. [Citováno dne 27. 3. 2016.]

⁵ SCHULZ, Winfried, Lutz M. HAGEN, Jakub KONČELÍK, Helmut SCHERER a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2004. S. 11

jsou volby tradičně vypisovány na pátek a sobotu, předmětem analýzy jsou denní vydání vybraných zpravodajských médií od pondělí do pátku (včetně).

Konkrétně se tedy jedná o tato období: V případě voleb do Poslanecké sněmovny v roce 1996 období od 27. do 31. května 1996, v případě voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2006 období od 26. května do 2. června 2006. Prezidentské volby v roce 2013 byly dvoukolové, předmětem zkoumání je mediální pokrytí obou kol, zkoumáno bylo tedy období od 7. do 11. ledna 2013 pro první kolo a 21. až 25. ledna 2013 pro kolo druhé.

Pět pracovních dnů, tedy dnů se standardním, ne víkendovým vydáním vybraných titulů, ukazuje vrcholící politickou kampaň a její odraz ve zpravodajských médiích. Na základě vstupní výzkumné sondy je možné předpokládat, že právě v tomto období, které bezprostředně předchází samotným volbám, budou v médiích k nalezení příklady otevřené podpory.

1.2.1.3 *Vybraná média*

Z důvodu žádoucí aplikovatelnosti výsledků bylo vybráno pět titulů tišených zpravodajských médií splňujících následující požadavky: Zaprvé, titul musí vycházet s denní periodicitou a sám sebe identifikovat jako deník. Zadruhé, médium musí být celoplošné, vycházet v nezměněné, případně jen částečně alternující podobě, na celém území České republiky (v případě regionálních příloh nejsou tyto přílohy předmětem zkoumání). Analýza byla proto zpracována na titulech Hospodářské noviny, Lidové noviny, Mladá fronta DNES, Právo a Blesk.

Hospodářské noviny vydává *Economia, a. s.*, jako svůj vlajkový titul. Hospodářské noviny samy sebe identifikují jako zpravodajské a analytické médium. „*Ze všech českých deníků dávají největší prostor ekonomickým a byznysovým informacím, finančním trhům a servisu pro podnikatele.*“⁶ Jejich průměrný denní prodaný náklad za leden 2015 činil dle Kanceláře ověřování nákladu tisku 31 255 výtisků.⁷

Mladou frontu DNES vydává mediální skupina MAFRA a identifikuje svůj vlajkový titul jako „*seriózní deník*“, který přináší „*aktuální a kvalitní zpravodajství,*

⁶ Hospodářské noviny. *Economia*. [online] [Citováno dne 27. 3. 2016.]

⁷ Periodický tisk / Leden 2015. [online] *ABC ČR - Kancelář ověřování nákladu tisku*. [Citováno dne 27. 3. 2016.]

užitečné servisní informace i oddechové čtení.“⁸ Její průměrný denní prodaný náklad za leden 2015 činil 158 823 výtisků.⁹

Mediální skupina MAFRA vydává rovněž deník Lidové noviny, který se „profiluje jako kvalitní celostátní zpravodajský list se speciálním zájmem o politiku, ekonomiku, kulturu a vzdělání.“¹⁰ Průměrný denní prodaný náklad činil 39 682 výtisků.¹¹

Právo je titulem vydavatele Borgis, a. s., s podtitulem „nezávislé noviny“,¹² s průměrným denním prodaným nákladem 89 495 výtisků.

Posledním ze zkoumaných titulů je deník Blesk, vydávaný mediální domem Czech News Center, a. s. Blesk je dle informací vydavatele „nejprodávanějším a také nejčtenějším deníkem na trhu“,¹³ což potvrzuje i průměrný denní prodaný náklad za leden 2015, který činil 253 516 výtisků.¹⁴ Navzdory bulvárnímu obsahu byl tento titul zařazen do analýzy, neboť jeho obsah zasáhne největší počet obyvatel ČR a tedy potenciálních voličů. Relevantnost analýzy je v tomto případě vysoká.

1.2.2 Nástroje

Ke zkoumání definovaného vzorku médií ve vybraném období byla použita technika obsahové analýzy. Obsahová analýza se řadí ke kvantitativnímu výzkumu,¹⁵ je „tradičním nástrojem zkoumání mediálních obsahů“¹⁶ a je vhodná k práci s větším objemem textů. Tato metoda je vysoce strukturovaná,¹⁷ což především znamená, že díky přesně specifikovanému postupu a následné statistické práci s výsledky je výzkum snadno ověřitelný a není postavený na subjektivních vjemech. Používá se primárně pro zjištění tematické agendy médií, k výzkumům dlouhodobých trendů a ke komparaci dat napříč různými médii.

Obsahovou analýzu jako první metodologicky ukotvil americký sociolog Bernard Berelson ve své knize *Content Analysis in Communication Research*, ačkoliv analýzy

⁸ Mladá fronta DNES. [online] *Mediální skupina MAFRA*. [Citováno dne 27. 3. 2016.]

⁹ Periodický tisk / Leden 2015. [online] *ABC ČR - Kancelář ověřování nákladu tisku*. [Citováno dne 27. 3. 2016.]

¹⁰ Lidové noviny. [online] *Mediální skupina MAFRA*. [Citováno dne 27. 3. 2016.]

¹¹ Periodický tisk / Leden 2015. [online] *ABC ČR - Kancelář ověřování nákladu tisku*. [Citováno dne 27. 3. 2016.]

¹² *Právo*. [online] [Citováno dne 27. 3. 2016.]

¹³ O nás. [online] *Czech News Center*. [Citováno dne 27. 3. 2016.]

¹⁴ Periodický tisk / Leden 2015. [online] *ABC ČR - Kancelář ověřování nákladu tisku*. [Citováno dne 27. 3. 2016.]

¹⁵ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. S. 291

¹⁶ TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. S. 103

¹⁷ SCHULZ, Winfried, Lutz M. HAGEN, Jakub KONČELÍK, Helmut SCHERER a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2004. S. 19–30.

obsahu mediálních komunikátorů se praktikovaly už od 19. století.¹⁸ Už tehdy se vymezily dva základní přístupy v obsahové analýze, a to „komparace postavená na synchronní analýze dvou komunikátorů, nebo diachronní analýze trendu.“¹⁹

Pro empirickou část bakalářské práce byla metoda obsahové analýzy vybrána s ohledem na cíle práce. K určení trendu *endorsementu* od 90. let do současnosti napříč pěti nejvýznačnějšími českými deníky je potřeba zpracovat celkem 100 jednotlivých vydání, tudíž kvalitativní metod pro takový objem dat není použitelná. Obsahová analýza výzkumníkovi umožní zpracovat pokrytí událostí (v tomto případě voleb) v jednotlivých zpravodajských médiích za dané období a následně s nimi pracovat, vzájemně je komparovat a interpretovat je.

Nevýhodou obsahové analýzy, stejně jako většiny kvantitativních výzkumných metod, je pak jistá ignorace drobných vztahů a podtextových významů mezi zkoumaným materiálem. Stejně tak je potřeba si při výzkumu uvědomovat, že není možné dosáhnout plné objektivity metody. Obzvláště v případě této bakalářské práce, kdy je například jednou ze zkoumaných proměnných subjektivní vnímání implicitní podpory vůči politickým aktérům. Autorka práce si je těchto limitů výzkumné metody vědoma a přípravou kódovací knihy (její funkce a podoba je detailně popsána dále v textu) se snažila subjektivitu své práce minimalizovat.

1.2.3 Kódovací kniha

Při realizaci samotného výzkumu autorka postupovala dle základní metodologické literatury k analýze médií, především pak podle knih *Metody výzkumu médií* od Tomáše Trampoty a Martiny Vojtěchovské, *Výzkum médií: nejvyužívanější metody a techniky* od Renáty Sedlákové a *Analýza obsahu mediálních sdělení* od kolektivu autorů Winfrieda Schulze, Helmuta Scherera, Lutze Hagena, Ireny Reifové a Jakuba Končelíka.

Realizace obsahové analýzy spočívá v kódování textů – ve vybraných vzorcích (vydání daných titulů v určeném období) hledáme předem definované údaje, které naplňují určené proměnné, a zaznamenáváme, jakých variant tyto proměnné nabývají. Pracujeme vždy s jednotlivými kódovacími jednotkami, tudíž z celého vydání vybereme ke kódování ty texty, které splňují podmínky – v konkrétním případě této práce se jedná o texty, které se vztahují k volbám či k politickým aktérům ve volbách kandidujícím.

¹⁸ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejvyužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. S. 292

¹⁹ Tamtéž.

Systémovost obsahové analýzy se projevuje tím, že veškeré údaje jsou pečlivě zaznamenávané do předem připravených kódovacích listů, kde je zřetelně označeno, o jaké kódovací jednotky se jedná, jaké jsou zkoumané proměnné a jaké jsou možné varianty, kterých můžou proměnné nabývat. Veškerá výzkumníková práce je zpětně dohledatelná a ověřitelná.

Kódovací kniha pro výzkum v této práci má celkem 15 proměnných, k tomu 4 sub-proměnné, které doplňují informaci k základní proměnné. Proměnná je v kódovací knize označena vždy P_n , kdy n je číslo proměnné. Každá proměnná má svůj název a definované varianty, kterých může proměnná nabývat. V případě 8 proměnných nejsou varianty předem určené, ale musejí se samostatně doplnit na základě výzkumu. Jedná se například o rubriku, v níž je kódovací jednotka (tzn. zkoumaný text) ve zpravodajském médiu zařazena. Každý jednotlivý kódovací list, který byl ve výzkumu použit k zaznamenávání výsledků, je označen názvem zkoumaného titulu a datem vydání.

Tabulka 1 - Kódovací kniha. Zdroj: autorka.

Název média:

Vydání:

Číslo proměnné	Název proměnné	Varianty, kterých proměnná může nabývat
P1	Titulek	<i>(doplnit)</i>
P2	Autor	<i>(doplnit)</i>
P3	Titulní strana	Ano/Ne
P3a		Jiná strana: Číslo strany <i>(doplnit)</i>
P4	Žánr	Zpravodajství/Publicistika
P4a		Publicistický žánr: komentář/sloupek/poznámka/analýza/článek/reportáž/interview
P5	Rubrika	<i>(doplnit)</i>
P6	Velikost	celá strana a více/půl strany/čtvrt strany/méně
P7	Fotografie/ilustrace	Ano/Ne
P8	Popisek fotografie	Jméno kandidáta <i>(doplnit)</i>
P8a		Politické uskupení <i>(doplnit)</i>
P9	Obsah textu	Jméno kandidáta <i>(doplnit)</i>
P9a		Politické uskupení <i>(doplnit)</i>
P10	Akcentování voleb	Ano/Ne
P11	Volební průzkum	Ano/Ne <i>(doplnit)</i>
P12	Vyznění textu	Pozitivní/Negativní/Neutrální <i>(doplnit)</i>
P13	Hodnocení jednání	Pozitivní/Negativní/Žádné <i>(doplnit)</i>
P14	Podpora implicitní	Ano/Ne <i>(doplnit)</i>
P15	Podpora explicitní	Ano/Ne <i>(doplnit)</i>

První dvě proměnné slouží k identifikaci textu – jedná se o název a o autora textu. Stejně důležitou informací pro identifikaci textu je pak jeho pozice v médiu, a to jak číslem strany (včetně informace, zda byl na titulní stránce – buď celý, částečně či alespoň prostřednictvím upoutávky), tak rubrikou.

Pro výzkum *endorsementu* je pak rubrika, kde byl text umístěn, a s ní spojený i žánr výjimečně nosnou informací. Je potřeba rozlišovat mezi *endorsementem* v názorových textech a ve zpravodajství (kde by se, samozřejmě, dle základních nároků na seriózní žurnalistiku žádný vyskytovat neměl – více viz 2.1 Teoretické přístupy k objektivitě zpravodajských médií).

V proměnné „Žánr“ je pak identifikace nejenom rozdělením publicistický/zpravodajský text, ale v případě publicistiky jsou kódované jednotky rozdělené ještě do sub-kategorií jednotlivých publicistických žánrů. Primárním důvodem k tomu je rozdílná hodnota vyjádřené podpory například skrze rozhovor (interview) a skrze komentář.

K základním, identifikačním proměnným patří ještě velikost článku (rozdělená na celou stranu a více, půlstranu, čtvrt strany a méně než čtvrt strany) a zda je k textu připojena fotografie. Obrazový materiál je v současných médiích používán čím dál tím častěji, pro čtenáře je srozumitelnějším nositelem informace.²⁰ Čtenář tak s větší pravděpodobností začne číst text doprovobený jednoznačným a výrazným obrazovým materiálem, ať už v podobě fotografie, info-grafiky či kreslené karikatury. Doprovodný obrazový materiál hraje roli i v případě zkoumání objektivity, kdy u textů, věnovaných více politickým kandidátům, může obrazově jednoznačně převládat zobrazování jednoho z aktérů. Jelikož u čtenářů často vizuální vjem předchází samotnému čtení článku, může tak zkreslovat přenos informace.

Proměnná číslo 9, respektive 9a, je nazvaná „Obsah textu“ – analogicky k „Popisku textu“, který se váže k proměnné „Fotografie“. U obou proměnných nás totiž zajímá to samé: kterým politickým kandidátům se text věnuje? Kódováno je zde uvedení jména kandidáta i jednoznačný popis bez explicitního jmenování. Zvláště v prezidentské volbě z roku 2013, kde v druhém kole se jednalo o souboj dvou kandidátů, bylo celkem snadné odlišit na základě několika málo charakteristických znaků, o kterém z kandidátů text pojednává. Kódovány jsou tedy i případy, kdy čtenář bez sebemenších problémů oduší, na koho autor textu odkazuje, aniž by v textu bylo explicitně zmíněné jméno kandidáta. Kódován může být politický aktér ve smyslu politika jednotlivce i ve smyslu politické strany.

²⁰ FILIPOVÁ, Marta. Vizuální studia: Obsahy, východiska, metody. In: FORET, Martin, Marek LAPČÍK, Petr ORSÁG (eds.). *Média dnes: Reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2008.

U obou proměnných je uvedena sub-proměnná „Politické uskupení“. To proto, že v případě voleb do Poslanecké sněmovny (dva ze tří zkoumaných případů) se v českém kontextu jedná o volbu politických stran, spíše než jednotlivých osobností (navzdory preferenčnímu hlasování). V případě textů, které pojednávají o kandidátech těchto voleb, je informace o jejich příslušnosti ke konkrétní politické straně výjimečně důležitá, neboť podpora ze strany médií bývá u tohoto typu voleb směřována k politické straně spíše než k jednotlivci.

Proměnná číslo 10, „Akcentování voleb“, je kódována z důvodu textů, které vyjdou v předvolebním období, ale svým obsahem se voleb netýkají. Pojednávají o kandidátovi, aniž by zdůrazňovali, že se utká o post v rámci blížících se voleb, nicméně svým obsahem mohou jeho volební úspěch ovlivnit. Nicméně, je zde odůvodněný předpoklad, že takových textů bude ve zkoumaném období minimum.

Současná česká legislativa usměrňuje používání předvolebních průzkumů, a to zákazem jakéhokoliv zveřejňování průzkumů tři dny před otevřením volebních místností. Zákon o volbě prezidenta republiky doslova říká: „*V době počínající třetím dnem přede dnem volby prezidenta a končící ukončením hlasování nesmějí být žádným způsobem zveřejněny výsledky předvolebních nebo volebních průzkumů.*“²¹ Stejně omezení se vztahuje i na druhý zkoumaný typ voleb, volby do Poslanecké sněmovny ČR.²²

Použití volebního průzkumu v textu, ať už zpravodajského či publicistického charakteru, může mít značný vliv na čtenáře a jeho budoucí hlasování (i když o reálném dopadu předvolebních průzkumů se vedou odborné diskuze), především je akademiky zdůrazňován vliv na nerozhodnuté voliče a vliv „magické“ uzavírací klauzule 5 % pro volby do Poslanecké sněmovny.²³ V případě, že v textu je odkazováno na předvolební průzkum, je kódován i aktér, který je uváděn, že v předvolebním výzkumu vede. V této proměnné jsou kódovány i sázkařské průzkumy, ačkoliv ty nespádají pod danou legislativu. Psychologický efekt na voliče ale může být podobný.

Poslední čtyři proměnné se od předchozích nejvíce odlišují. Jde především o způsob jejich kódování. Autorka práce si je naprosto vědoma subjektivnosti těchto

²¹ Zákon č. 275/2012 Sb., ze dne 18. července 2012, o volbě prezidenta republiky a o změně některých zákonů (zákon o volbě prezidenta republiky), § 35, odst. 6.

²² Zákon č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky a o změně a doplnění některých dalších zákonů, § 16, odst. 3.

²³ VINOPAL, Jiří. Povaha předvolebních průzkumů a jejich role v rozhodování voličů. [online] In: *Naše společnost. Časopis Centra pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR*. 4 (1). S. 3–8. [Citováno dne 2. 4. 2016.]

proměnných a omezení plynoucích z takového výzkumu. Význam těchto proměnných je však naprosto zásadní a pro tuto práci stěžejní.

Proměnná číslo 12 kóduje celkové vyznění textu, přičemž může nabývat hodnot „pozitivní“, „negativní“ a „neutrální“. Jedná se o celkový dojem, který text zanechá ve čtenáři. V případě hodnot „pozitivní“ a „negativní“ je kódován i kandidát, v jehož prospěch či nepospěch text vyznívá.

Samostatnou proměnnou tvoří „Hodnocení jednání aktéra“, která se vztahuje na kritiku či chválu jednotlivých kandidátů, o nichž text hovoří. V předvolebním období jsou velice časté texty, které informují o jednání kandidátů, a často obsahují explicitní či implicitní hodnocení tohoto jednání – a to bez ohledu na žánrové zařazení novinářského textu. Tato proměnná nabývá hodnot „pozitivní“, „negativní“ a „žádné“, když se žádné hodnocení nevyskytuje. Pokud ano, je zase kódováno i jméno kandidáta.

Tyto proměnné (P12 a P13) se liší od posledních dvou. Text vyznívající pozitivně vůči konkrétnímu kandidátu či pozitivní hodnocení jednání kandidáta neznamena podporu kandidáta. Jak upozorňuje Winfried Schulz, *„je naprosto legitimní, pokud například noviny v některém z komentářů kritizují či chválí cíle jednotlivých stran a kandidátů.“*²⁴

Poslední dvě proměnné se konečně dotýkají přímo problému otevřené podpory. Proměnná číslo 14 kóduje podporu implicitní, tedy takovou, která je v textu obsažena, aniž by bylo jednoznačně řečeno, že autor textu / titul jako takový podporuje daného kandidáta. Jedná se o skrytou podporu, která je v českém kontextu mnohem běžnější než podpora otevřená. Spadá do problematiky neobjektivnosti a předpojatosti médií (viz kapitola 2.1.2 Předpojatost).

Otevřenou, nebo jinými slovy explicitní podporu kóduje proměnná číslo 15. V tomto případě je v textu hledáno jednoznačné a nezaměnitelné vyjádření, který z kandidátů je lepší. Může být doprovázeno vyjádřením podpory či přímo doporučením voličům – ne však nutně. Za *endorsement* jako institucionalizovanou podporu je pak považován takový text, který toto prohlášení opírá o autoritu titulu. Otevřená podpora pak není vyjadřována pouze autorem listu, nemá podobu „já volím“ nebo „já vám doporučuji volit“, mluví za celé zpravodajské médium. Výjimkou jsou texty šéfredaktora, který pokud tento status v textu nedementuje, je reprezentantem redakce a listu.

²⁴ SCHULZ, Winfried, Lutz M. HAGEN, Jakub KONČELÍK, Helmut SCHERER a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2004. S. 12

2. TEORETICKÁ ČÁST

2.1 TEORETICKÉ PŘÍSTUPY K OBJEKTIVITĚ ZPRAVODAJSKÝCH MÉDIÍ

Každá společnost přistupuje ke zpravodajským médiím se souborem určitých požadavků. Tyto požadavky mají hodnotící charakter, nazýváme je normativními teoriemi médií.²⁵ Mění se v čase a v závislosti na typu společnosti; jinak k médiím přistupují liberálnědemokratické státy, jinak autoritářské či dokonce totalitární režimy. Ale i v demokratických společnostech západního typu pojímali média a požadavky vůči nim jinak před sto lety a dnes. To, co jako konzumenti i jako mediální odborníci očekáváme od médií, je předmětem neustálé změny.

Tomáš Trampota definoval 4 úrovně mediálního systému, ke kterým se mohou normativní teorie vztahovat:

- je to především mediální systém jako celek,
- status média,
- konkrétní typ média
- a v neposlední řadě typ mediálního obsahu (jiné normativní nároky jsou kladeny na zpravodajství a jiné na publicistiku).²⁶

2.1.1 Objektivita

Základními a nejčastěji vyjadřovanými požadavky na výstupy, respektive na konečné mediální obsahy jsou dle Trampoty „*kvalitativní kritéria vyváženosti, objektivy a nestrannosti.*“²⁷ Ale co je objektivita? Co je vyváženost? Pro každého mediálního aktéra může ležet takové equilibrium někde jinde – a aktérem může být jak čtenář, tak autor mediálního obsahu, zpravodaj, sloupkař, redaktor, editor, majitel média a tak dále. Je objektivita reálně dosažitelná? Nebo se jedná o jakýsi ideál a naším cílem může být jen se mu co nejvěrněji přiblížit?

Odborná mediální veřejnost se v současnosti kloní spíše k poslednímu tvrzení.²⁸ Objektivita mediálních obsahů je a vždy bude relativní. „*Už sám výběr skutečností, které*

²⁵ TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. S. 139–140

²⁶ Tamtéž, s. 140

²⁷ Tamtéž, s. 143

²⁸ TUCHMAN, Gaye. Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. In: *American Journal of Sociology*. 1972, 77 (4); Několik poznámek k objektivitě.

*mají být sděleny, je proces neobjektivní.*²⁹ Podle Denise McQuaila existují skutečnosti, které ovlivňují objektivitu zpravodajství už ve fázi výběru zprávy. Může to být užší spolupráce s aktéry, kteří vytváří zprávy (např. vláda, armáda a podobně), „větší pozornost místům, kde se obvykle rodí zpravodajské události,³⁰ či fakt, že čím dál tím větší podíl v dnešních médiích získávají PR materiály.

Tím, že o události referujeme, jí přikládáme důležitost, a to je subjektivní proces. Nemluvě o řazení relace, instituci titulní strany (co se objeví na titulní straně novin, je nejdůležitější událostí dne³¹). Navíc, jak tisk, tak audiovizuální média, v menší míře pak internet, jsou limitovány objemem informací, které mohou příjemci zprostředkovat. Nikdy není možné předat vyčerpávající informaci o skutečnosti, předat všechna fakta – neboť „každá událost obsahuje nekonečně mnoho faktů.“³² A je téměř nemožné se při předání informace příjemci vyhnout jakémukoliv, byť sebemenšímu náznaku hodnocení. Tato v principu neobjektivnost je zakódovaná hluboko v nás, je to naše morálka, naše víra, v náboženském i zcela sekulárním smyslu, kontext doby a prostředí, ve kterém žijeme.

V žurnalistické praxi existuje ale ještě druhý přístup, který pracuje s objektivitou jako se souborem pravidel, která, pokud budou naplňována, zaručují kvalitní, profesionální a snad i objektivní novinářskou práci. V první řadě jde o striktní oddělení fakt a názorů, vyvážený přístup k protichůdným názorovým proudům jako zdrojům informací, vědomá snaha o co neobjektivnější postoj, včetně jisté dávky skepse, podložení tvrzení odkazem k nežurnalistickým autoritám, přesnost, jasnost a úplnost sdělení, dodržování jazykové a terminologické neutrality.³³ Řada médií tuto oblast koriguje vlastními etickými kodexy.

Základy tohoto přístupu stojí na teoretickém konceptu objektivitu, který v 80. letech minulého století představil švédský politolog Jörgen Westerståhl. Objektivita se podle něho skládá ze dvou základních složek: 1. faktičnosti a 2. nestrannosti. V případě faktičnosti zkoumáme naplnění dvou kritérií: pravdivosti a relevance. Stejně je tomu

OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 2011.; TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006.; KOMÁREK, Michal. Proč média předstírají, že nepředstírají. [online] *Literární noviny*. 13. 2. 2013. [Citováno dne 19. 4. 2016.]

²⁹ Několik poznámek k objektivitě. OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 2011. S. 12.

³⁰ MCQUAIL, Denis. *Žurnalistika a společnost*. Praha: Karolinum, 2016. S. 145

³¹ STREET, John. *Mass media, politics and democracy*. New York: Palgrave, 2001. S. 21.

³² Tamtéž, s. 18.

³³ Několik poznámek k objektivitě. OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 2011. S. 11–13.; TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. S. 145–149.

v případě nestrannosti, kdy je požadavek na vyváženost a na neutrální prezentaci.³⁴ Objektivní zpráva podle Westerstáhla tedy uvádí úplné, pravdivé a nezkrácené informace, které jsou relevantní pro pokrytí dané události. Zároveň médium poskytuje vyvážený přístup ke konfliktním stranám a vědomě udržuje neutrální postoj při referování o nich.

Tuchmanová nicméně upozorňuje, že řada z těchto pravidel se v novinářské praxi transformovala do podoby „rituálů“, jejichž důsledkem je delegování odpovědnosti z novináře na zdroj a alibistický postoj k proklamované objektivitě, kdy stačí prostoduše splnit daná pravidla a dál se již novinář svou objektivností či neobjektivností nemusí zabývat.³⁵

2.1.2 Předpojatost

Předpojatost, či anglicky *bias*, je pro člověka naprosto přirozenou záležitostí. Používáme ji ve své běžné komunikaci prakticky neustále. Tak proč, když přijde na otázku médií, je něčím strašidelným a zavrženíhodným, něčím, čím se média zpronevěřují vzývané objektivnosti?

Předpojatost je systematická zaujatost v prospěch či neprospěch jedné strany či názorového postoje.³⁶ Není to pouze politický fenomén, předpojatost můžeme v médiích nalézt v genderových otázkách, ve vztahu k rasovým, etnickým a náboženským skupinám nebo vůči celým státům a jejich obyvatelům.

Veřejnost je však nejvíce citlivá na politickou předpojatost. Proč? John Street vysvětluje, že *„odpověď leží ve způsobu, jakým je předpojatost vázána k základním předpokladům o ‚moci‘ a ‚demokracii‘. V demokracii předpokládáme, že žádná skupina nebo soubor zájmů není systematicky upřednostňován a že informace poskytované občanům jsou pravdivé a nestranné.“*³⁷

Často je tvrzeno, že pokud média referují předpojatě, má to negativní vliv na fungování demokracie. John Street ale uvádí, že předpojatost jako taková není sama o sobě špatná. Pouze a právě proto, že novináři o sobě prohlašují, že jsou nepředpojatí a že jejich práce je objektivní, se předpojatost stala objektem zájmu, ať už politických,

³⁴ WESTERSTÄHL, Jürgen. Objective News Reporting. In: *Communication Research*. 1983, 10 (3).

³⁵ TUCHMAN, Gaye. Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. In: *American Journal of Sociology*. 1972, 77 (4).

³⁶ STREET, John. *Mass media, politics and democracy*. New York: Palgrave, 2001. S. 17.

³⁷ Tamtéž, s. 16.

mediálních či veřejných aktérů.³⁸ Předpojatost jako problém podle něj ve skutečnosti souvisí s tím, jak společnost vnímá a jaké nároky má na žurnalistiku.

Podle Vlastimila Nečase leží rozdíl ve vnímání předpojatosti jako problému na štěpící linii objektivismu a subjektivismu. Obě skupiny tvrdí, že média vykazují znaky předpojatosti. Neshodnou se však na zdroji. Podle objektivistů je možné se předpojatosti v žurnalistice vyvarovat naplňováním pravidel objektivní žurnalistiky, produkčními mechanismy a vzděláním novinářů. Druhá skupina naopak vnímá předpojatost jako základní součást lidského vnímání reality a tedy jako nevyhnutelný důsledek žurnalistické práce.³⁹

S tím koresponduje i přístup Douglase Kellnera, který tvrdí, že veškerý mediální obsah je ideologický (a politický obsah obzvlášť) a jako takový musí být vnímán a kriticky posuzován.⁴⁰

Typologie předpojatosti

Denis McQuail rozlišuje čtyři typy předpojatosti v médiích. Rozděluje je přitom na základě dvou dimenzí: 1. zda je předpojatost explicitní, či skrytá, a 2. zda je výsledkem vědomého jednání, nebo je nezáměrná.⁴¹ Průnikem vznikají následující čtyři typy mediální předpojatosti:

- **Angažovaná** podpora (angl. *partisanship*) je typ vědomé a explicitní podpory, ať už v podobě „doporučujících“ článků, nebo nepokrytého hájení určitých zájmů. Takový obsah nalézáme i u zpravodajských médií, která se sebe-identifikují jako neutrální, a samozřejmě ve stranickém tisku (viz období první republiky v kapitole 2.3.3 Český kontext). Podle McQuaila by takové příspěvky měly být vždy zřetelně odděleny od zpravodajských. Do této kategorie spadají názorové texty či příspěvky, které otevřeně podporují daného politického kandidáta – tedy takové texty, které jsou subjektem zájmu této práce.

³⁸ STREET, John. *Mass media, politics and democracy*. New York: Palgrave, 2001. S. 16–20.

³⁹ NEČAS, Vlastimil. Research of Bias in Selected Journals: A Meta-Analysis. In: *Bodhi: An Interdisciplinary Journal*. 2008, 2 (1). S. 117.

⁴⁰ KELLNER, Douglas. *Media culture: cultural studies, identity, and politics between the modern and the postmodern* [online]. London: Routledge, 1995. [Citováno dne 13. 4. 2016.]

⁴¹ MCQUAIL, Denis. *Media performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: SAGE Publications, 1999. S. 193.

- **Propaganda** je typ předpojatosti, kdy příspěvek vědomě a záměrně favorizuje jednu ze stran, aniž by ale tato podpora byla explicitně vyjádřena. Tento typ předpojatosti je téměř až zákeřný vůči příjemci, neboť jím záměrně manipuluje. Pro příjemce je těžko rozeznatelné, že obsah, který je mu prostředkován, je předpojatý.
- **Nezáměrná předpojatost** (angl. *unwitting bias*) je, jak již z názvu vyplývá, typem nezáměrné neobjektivity, která ale může být otevřeně přiznaná. Způsobená je většinou nucenou selekcí informací, kdy se různým obsahům přiřazuje různou důležitost – přičemž ale dochází k situaci, že je určitý typ informací systematicky vynecháván. Důvodem může být také dlouhodobé čerpání ze stejných, omezených zdrojů.
- **Ideologie.** V této kategorii je předpojatost skrytá a nezáměrná a většinou je možné ji odhalit pouze při velice pečlivé analýze obsahu. Do příspěvku se promítá normativní soubor idejí, názorů a hodnot, které jsou vlastní novináři, redakci, skupině obyvatel či nejčastěji celé společnosti. Projevem může být například reflektování události vůči obecné představě „normálnosti“, ale už jenom rozhodnutí, že daná událost stojí za informování, je projevem žebříčku hodnot.⁴²

2.2 MÉDIA A POLITIKA

Média a politika se k sobě vztahují od samého počátku existence těchto dvou entit. Politika je s médii – a především těmi masového typu – velice úzce provázána. Nejzřetelněji se pak tato skutečnost projevuje společně se vznikem politických stran a vzniku moderní politiky tak, jak ji známe dnes.⁴³ Stejně jako antičtí politici přesvědčovali občany přímo na veřejných prostranstvích, přesvědčují dnes političtí aktéři (ať už jedinci, či subjekty jako politické strany) své voliče skrze média.

Tento vztah se pochopitelně vyvíjel. Omezíme-li se na moment jen na středoevropský kontext, počátek 20. století je charakteristický stranickou žurnalistikou, kdy příslušnost ke stranickému ideovému proudu prorůstala celou společností, média nevyjímaje. V současnosti máme nejbliže k postoji, který západní

⁴² MCQUAIL, Denis. *Media performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: SAGE Publications, 1999. S. 193–195.; STREET, John. *Mass media, politics and democracy*. New York: Palgrave, 2001. S. 20–22.

⁴³ JIRÁK, Jan. Média a politika. [online] *Metodický portál RVP*. [Citováno dne 18. 4. 2016.]

společnosti formovaly a usilovaly o něj v průběhu celého století, a to je žurnalistika profesionální a objektivní, neovlivňovaná žádnými, interními ani externími zájmy. Nejblíže má k tomuto ideálu žurnalistika hájící veřejný zájem, tedy veřejnoprávní média. Ale i na ty je, stejně jako na komerční média, vyvíjen velký, legální i nelegální tlak.⁴⁴

Tento vztah je ale i obrácený, média vytvářejí tlak na politiky a ti se více či méně podvolují. Vedle investigativní žurnalistiky, kdy novináři slouží jako vzývaní „hlídací psi demokracie“, je to i čistě zájem o mediální pozornost – politici se učí s médii pracovat a přizpůsobují se tempu žurnalistické práce (zřetelným příkladem jsou redakční uzávěrky v tištěných médiích, časy zpravodajských relací apod.).

2.3 OTEVŘENÁ PODPORA – FENOMÉN ENDORSEMENTU

Endorsement je multidisciplinární pojem, který se v oboru médií a komunikace uplatňuje jak v žurnalistice, tak v marketingu. Jedná se o otevřenou podporu jednoho aktéra vůči druhému aktérovi, ale také výrobku, službě, ideji či souboru hodnot. Zatímco v mediálních studiích pracujeme s pojmem *endorsement* ve smyslu otevřené podpory ze strany médií, na poli marketingu se bavíme o tzv. *celebrity endorsementu*, kdy podporu vyjadřuje společenská autorita, celebrita.⁴⁵ Pro účely této práce avšak pod pojmem *endorsement* rozumíme výhradně otevřenou podporu vyjádřenou zpravodajským médiem jako takovým směrem k politickému aktérovi, ať už politické straně nebo politikovi-jedinci.

Otevřenou podporu řadíme k neobjektivní žurnalistice, je druhem předpojatosti. Na základě McQuialovy typologie spadá otevřená podpora do kategorie angažované podpory (viz Typologie předpojatosti).⁴⁶ Znamená to, že podpora v obsahu je zcela vědomá, záměrná a explicitně vyjádřená. V případě *endorsementu* ve vztahu médium – politický aktér má nejčastěji podobu „doporučujících“ názorových textů, kdy je jménem titulu, redakce či šéfredaktora zprostředkováno voličům doporučení, koho volit.

Fenoménem *endorsementu* je zavedený především v anglosaských zemích, ve Spojených státech amerických a ve Spojeném království, kde má dlouhodobou tradici

⁴⁴ JIRÁK, Jan. Média a politika. [online] *Metodický portál RVP*. [Citováno dne 18. 4. 2016.]

⁴⁵ AWASTHI, K. Ashwini a Sapna CHORARIA. Effectiveness of Celebrity Endorsement Advertisements: The Role of Customer Imitation Behaviour. In: *Journal of Creative Communications*. 10 (2). S. 215–234.

⁴⁶ MCQUAIL, Denis. *Media performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: SAGE Publications, 1999. S. 193–195.

na pomezí otevřené podpory a stranického tisku. V ostatních zemích, Českou republiku nevyjímaje, se objevuje především v předvolebním období. V českém kontextu se *endorsement* prosadil především v roce 2013 při příležitosti první přímé prezidentské volby.

2.3.1 Historický vývoj

Dějiny *endorsementu* nalézáme především v etapách stranického tisku. Ale už v 17. století se setkáváme s prvními znaky otevřené podpory, a to v publicistických letácích či pamfletech, jejichž hlavním účelem bylo ovlivnit názor čtenáře.⁴⁷ Jejich styl byl velice agresivní a po politické korektnosti nebylo ani památky. Politická identifikace byla jednoznačná a explicitní. Velký vliv tento druh tiskovin měl především v obdobích významných dějinných zvrátů, především nesli-li s sebou obrat v názorových hodnotách. Takovými obdobími jsou pak kupříkladu americká válka za nezávislost či Velká francouzská revoluce.⁴⁸

V 18. století se v království Velké Británie⁴⁹ prosazuje první stranická žurnalistika, kdy byl na stranách periodik zprostředkováván vyhrocený konflikt mezi příznivci parlamentních frakcí toryů a whigů.⁵⁰ Právě noviny se staly nástrojem boje mezi vládní skupinou a opozicí. „*Tištěná média v tomto systému dostala novou funkci, stala se prostředníkem politické komunikace.*“⁵¹ Na základě politicko-ideového štěpení vznikaly první politické revue, které můžeme identifikovat jako přímé předchůdce stranického tisku (především proto, že v tomto období ještě neexistují politické strany jako takové) a jako „*počátek moderní politické žurnalistiky v anglosaských zemích.*“⁵² Stály na silných komentářích, které podporovaly danou politiku, často byly polemické a vyostřené. Tyto tituly se opíraly o zvučná jména anglických literátů, jako byl Daniel Defoe a Jonathan Swift. Provázanost žurnalistických a literárních osobností je ostatně typická i pro počátky moderní žurnalistiky v českém prostředí.⁵³

Na evropském kontinentu bránily vzniku komentářových, angažovaných, politických novin či přinejmenším jejich vznik stěžovaly absolutistické monarchie se

⁴⁷ VEČEŘA, Pavel. *Úvod do dějin tištěných médií*. Praha: Grada Publishing, 2015. S. 38, 41

⁴⁸ Tamtéž.

⁴⁹ Správný dobový název předchůdce současného Spojeného království, viz United into One Kingdom. [online] *UK Parliament Website*. [Citováno dne 18. 4. 2016.]

⁵⁰ VEČEŘA, Pavel. *Úvod do dějin tištěných médií*. Praha: Grada Publishing, 2015. S. 50

⁵¹ Tamtéž, s. 60

⁵² Tamtéž, s. 61

⁵³ KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA, Petr ORSÁG. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál 2010. S. 15–27.

svou státní cenzurou. Proto například dříve než ve Francii se s tímto typem žurnalistiky setkáváme v amerických koloniích, kde už v první polovině 18. století vznikají *The New-England Courant* a *The Pennsylvania Gazette* bratrů Franklinových,⁵⁴ právě jako první exempláře politicky názorového, kritického tisku na novém kontinentu.

Ve středoevropském prostoru se v tisk promítá soupeření konzervativních, liberálních a demokratických názorových skupin, o politické kritice ale nemůže být zatím řeč. Habsburská monarchie až do roku 1848 úspěšně potlačovala jakoukoli svobodnou politickou diskuzi na stranách novin a časopisů.⁵⁵

Formu tiskovin určuje samozřejmě i technologický pokrok. Takže zatímco na počátku 19. století, kdy nebylo možné předávat informace dostatečně rychle v dostatečně velkém množství, převládaly komentáře, které jako formát přirozeně dávají větší prostor názorové žurnalistice, na přelomu století se situace mění. Pro 19. století může být typické, že žurnalistická práce v první řadě odráží autorův náhled na svět, včetně jeho politických názorů, kdežto ve 20. století se dostáváme do situace, kdy je kladen mnohem větší důraz na objektivní žurnalistiku a normativní požadavky.

Velice záhy ale přinejmenším část mediální obce dochází k názoru, že stoprocentní objektivita je nedosažitelným ideálem. A že snaha o ní, kdy dochází k ztracení stranické žurnalistiky, může přinést i nevýhody – Keane upozorňuje, že předpojatý komentář, který podporuje konkrétního politického aktéra, má za úkol vysvětlit, předložit argumenty a důkazy pro své tvrzení. Zatímco objektivní žurnalistika, která se snaží zůstat naprosto neutrální, takovou argumentaci postrádá a snadněji v příjemci mediálního sdělení podpoří nezáměr o politické dění.⁵⁶

2.3.2 Tradice anglosaských zemí

Média ve Spojených státech amerických a ve Spojeném království Velké Británie a Severního Irska mají dlouhou tradici politického *endorsementu*. Mediální systémy v těchto zemích řadíme k liberálnímu modelu dle dvojice Hallin–Mancini, tedy k modelu, k němuž se snaží dlouhodobě přibližovat i česká média. Vyznačuje se zpravodajskými

⁵⁴ VEČEŘA, Pavel. *Úvod do dějin tištěných médií*. Praha: Grada Publishing, 2015. S. 62–63.

⁵⁵ JIRÁK, Jan. Média a politika. [online] *Metodický portál RVP*. [Citováno dne 18. 4. 2016.]

⁵⁶ KEANE, Bernard. Is There any Benefit in Partisan Media? [online] *Crikey*. 19. 9. 2011. [Citováno dne 19. 4. 2016.]

médii nezávislími na politických stranách, médií v pozici „hlídacích psů“ a neutrálním zpravodajstvím. Názorové texty jsou vždy zřetelně odděleny od zpravodajské části.⁵⁷

Navzdory paradigmatu nezávislých nestraničích médií má fenomén *endorsementu* původ právě v těchto zemích. Ačkoliv se s otevřenou podporou setkáváme i v jiných zemích, v Evropě by vedle Spojeného království byla největším příkladem Spolková republika Německo, v anglosaském prostředí je *endorsement* nejsilnější, nejstabilnější a nejvíce institucionalizovaný. A také nejznámější.

Podíváme-li se na příklad Spojených států, z hlediska politického systému nejdůležitějšími a v celonárodních médiích přirozeně nejreflektovanějšími volbami jsou volby prezidentské. Navzdory své nezávislosti na politických stranách má většina amerických novin před prezidentskými volbami potřebu vyjádřit otevřenou podporu jednomu z kandidátů. Kupříkladu před volbami v roce 2008 tak z 10 titulů s největším nákladem učinilo 8, respektive ze 100 hlavních amerických novin jich pouhých 10 *endorsement* nepoužilo (některé proto, že podporu tradičně nevyjadřují, jako například *The Wall Street Journal*, či proto, že redakce byla názorově rozdělená).⁵⁸ V roce 2012, kdy proti obhajujícímu Baracku Obamovi nastoupil za republikány Mitt Romney, ze 100 největších amerických deníků jich 76 vyjádřilo otevřenou podporu jednomu či druhému kandidátovi.⁵⁹

Nejčastější podobou *endorsementu* jsou editorially, čili úvodníky, které vyjadřují v předvolebním období stanovisko titulu či redakce. Jsou psány za redakci jako celek či osobou šéfredaktora, případně váženého editora.⁶⁰ Především v případě internetových portálů mají tyto editorially v předvolebním období nejvyšší čtenost z celého obsahu.⁶¹ Jak už bylo řečeno, v americké tradici takové texty obsahují argumentaci a svá tvrzení o kvalitách daného kandidáta podpírají nejrůznějšími důkazy.

⁵⁷ HALLIN, C. Daniel a Paolo MANCINI. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

⁵⁸ 2008 General Election Editorial Endorsements by Major Newspapers. [online] *The American Presidency Project*. 1999–2014. [Citováno dne 19. 4. 2016.]

⁵⁹ 2012 General Election Editorial Endorsements by Major Newspapers. [online] *The American Presidency Project*. 1999–2014. [Citováno dne 20. 4. 2016.]

⁶⁰ OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri, 2007. S. 223

⁶¹ DWOSKIN, Elizabeth. Do Newspapers' Presidential Endorsements Still Matter? [online] In: *Bussinessweek*. 29. 10. 2012. [Citováno dne 20. 4. 2016.]

2.3.3 Český kontext

Za první politicko-angažovanou žurnalistiku v českých zemích můžeme označit snahu tzv. národních vůdců, jako byl František Palacký, František Ladislav Rieger nebo Julius Grégr, a s nimi spojený stranicko-propagandistický tisk.⁶² Média a první stranické pokusy v českém prostředí jsou ve druhé polovině 19. století velice provázané, ať už se jedná o Národní listy skupiny mladočechů, staročeský Národ či Dělnické listy budoucí sociální demokracie. Redakce po dlouhou dobu suplovaly stranické instituce, v redakcích se soustřeďovala politická činnost a působili zde vůdci politických hnutí.⁶³

První republika je tradičně spojena s tzv. sloupovou strukturou společnosti, kdy organizace politické scény prostupuje celou společností, napříč všemi aktivitami a společenskými vrstvami. Až na několik málo výjimek (Přítomnost, Lidové noviny) byla tištěná média spojena s politickými stranami a angažovaná podpora byla běžnou praxí redakcí. Novým médiem byl rozhlas – oficiálně nestranický, ve skutečnosti zde silně převládal vliv agrární strany.⁶⁴

Přirozený vývoj byl na českém území následně přerušeno dvěma totalitárními režimy, od roku 1938 až do Sametové revoluce v roce 1989 byl mediální (a i stranický) systém zredukován a všechna oficiální média byla plně ovládaná státem, respektive vládnoucí stranou. O stavu médií během vlády komunistů bylo napsáno mnoho odborných prací,⁶⁵ proto zde historický vývoj zestručníme do prosté poznámky. Všechna média musela respektovat ideologický profil Národní fronty, Komunistická strana Československa držela v rukou veškerou reálnou politickou moc a všechna média byla pod přímým dohledem strany.⁶⁶ Rudé právo bylo oficiálním stranickým nástrojem.

V roce 1989 začala nová kapitola nejen politického ale i mediálního života v Československé, posléze České republice. Byl ustanoven liberálnědemokratický režim a média se místo ideologickými rozkazy začala řídit zákony volného trhu. „*Přítom ale média stále zůstávala součástí veřejného prostoru, dále nabízela politická témata, dále*

⁶² VEČEŘA, Pavel. *Úvod do dějin tištěných médií*. Praha: Grada Publishing, 2015. S. 62–63.

⁶³ Tamtéž.

⁶⁴ Celým názvem Republikánská strana zemědělského a malorolnického lidu.

⁶⁵ Viz BEDNARÍK, Petr a Jan CEBE. Vývoj médií v Československu od února 1948 do prosince 1950. In: *Sborník Národního muzea v Praze, řada C - Literární historie.*; CEBE, Jan a Jakub KONČELÍK. Novinářský aktivismus; protektorátní kolaborantská žurnalistika a její hlavní představitelé z řad šéfredaktorů českého legálního tisku. In: *Sborník Národního muzea v Praze, řada C - Literární historie.*; KONČELÍK, Jakub. Média pražského jara; Zrod reformy a demokratizace novinářské práce. In: *Sborník Národního muzea v Praze, řada C - Literární historie.*

⁶⁶ JIRÁK, Jan. Média a politika. [online] *Metodický portál RVP*. [Citováno dne 18. 4. 2016.]

formovala zájem veřejnosti.“⁶⁷ Odpoutáním od politických stran, respektive v českém kontextu jedné jediné, vládnoucí strany, se média stala samostatným subjektem s velkou potenciální politickou mocí motivovaným vlastními zájmy – ekonomickými i politickými.⁶⁸

Pád komunistického režimu byl pro média velkým obratem. Prosazovaly se dva hlavní principy: objektivita a nezávislost. Redakce se otevřely a do médií přišla spousta mladých, nezkušených lidí. Ačkoliv byla v mediálním prostoru téměř vzývaná objektivita a nepředpojatost, setkáváme se s fenoménem, že i po nástupu demokracie selektovala média jeden názorový proud – konkrétním případem je proces privatizace, kdy odpůrci neměli v médiích svůj hlas, média vyjadřovala praktikované politice privatizace implicitní a často i explicitní podporu.

V dnešní době existuje v českém mediálním prostoru jediný celonárodní deník, který se hlásí k politické straně, a tím jsou Haló noviny. Ostatní média proklamují svou nezávislost a objektivitu, ačkoliv Jaromír Volek upozorňuje, že ve skutečnosti si média rozdělila voliče největších českých politických stran a „*tím se více či méně stala nástroj stranicko-politické veřejné komunikace.*“⁶⁹ Tento stav nazývá „*nestranicky nezávislým straněním.*“⁷⁰ Česká média tendují k pravostředovému názorovému proudu, ačkoliv pracují s falešným obrazem nezávislosti a neutrality. Důvodem je podle něj především ekonomická motivace: média, jejich vlastníci a pracovníci jsou přesvědčeni, že jiný než objektivní postoj by jim ubral čtenáře/diváky/posluchače.

⁶⁷ JIRÁK, Jan. Média a politika. [online] *Metodický portál RVP*. [Citováno dne 18. 4. 2016.]

⁶⁸ Tamtéž.

⁶⁹ KOMÁREK, Michal. Proč média předstírají, že nepředstírají. [online] *Literární noviny*. 13. 2. 2013. [Citováno 19. 4. 2016.]

⁷⁰ Tamtéž.

3. EMPIRICKÁ ČÁST

Třetí část předkládá výsledky výzkumu, jehož metodologie a teoretická východiska byla blíže popsána v prvních dvou částech práce. Cílem je zmapovat vývoj trendu *endorsementu* a otevřené podpory v českých zpravodajských médiích od 90. let do současnosti. Předmětem zkoumání byly předvolební týdny třech voleb, do Poslanecké sněmovny v roce 1996 a 2006 a prezidentské volby v roce 2013. Zvolenou metodou je obsahová analýza, její konkrétní postup, zkoumaný vzorek, nástroje a použitá kódovací kniha jsou detailně popsány v kapitole 1.2. Metodologie.

Empirická část je rozdělena do tří kapitol dle zkoumaných voleb. Tyto kapitoly jsou následně členěny na základě titulů, na závěr jsou v kapitole „Srovnání“ komparovány výsledky za dané zkoumané období. Závěrem je pak diachronní komparace tří sledovaných období, z poloviny 90. let, prvního a druhého desetiletí nového tisíciletí.

3.1 VOLBY 1996

V roce 1996 se konaly volby do Poslanecké sněmovny ve dnech 31. května a 1. června. Sledované období začínalo pondělím 27. května a končilo pátkem 31. května, kdy byly odpoledne již otevřeny volební místnosti. V těchto volbách kandidovalo celkem 15 politických subjektů,⁷¹ přičemž 6 z nich výsledně překročilo 5% uzavírací klauzuli a rozdělilo si mandáty ve Sněmovně.

Vítězem voleb se stala Občanská demokratická strana (dále jen ODS) vedená Václavem Klausem. Už v předvolebním období byla jejím největším rivalem Česká strana sociálně demokratická (ČSSD) s předsedou Milošem Zemanem, která ve volbách skončila druhá.⁷²

3.1.1 Blesk

Deník Blesk vydal ve zkoumaném období celkem 21 textů, které se týkaly nadcházejících voleb. Z nich 16 bylo zpravodajského charakteru a 5 publicistických, přičemž dvakrát se vyskytoval komentář, stejně tak dvakrát glosa a jednou článek.

⁷¹ Politickým subjektem myslíme politickou stranu, politické hnutí či koalici stran, byla-li řádně zaregistrována k volbám.

⁷² Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 31. 5. – 1. 6. 1996. [online] Český statistický úřad: *Volby.cz*. [Citováno dne 19. 4. 2016.]

Oproti ostatním titulům Blesk věnoval volbám málo prostoru, a to nejenom počtem textů, ale i jejich velikostí. Pouze 4 texty byly větší nebo alespoň na jednu čtvrtinu strany.

Ačkoliv je Blesk médiem, které hojně využívá fotografického materiálu, pouze u 6 textů k volbám se vyskytla doprovodná fotografie a v polovině případů byla ilustrační a nezachycovala žádného politického kandidáta. Na zbylých třech byl vyobrazen Dienstbier (SD-LSNS), Klaus (ODS) a Prokop (ODA).

Nejvíce se v textech vyskytoval šéf ČSSD Miloš Zeman, celkově byl zmíněn pětkrát. Čtyřikrát psal Blesk o jeho hlavním rivalovi, Václavu Klausovi (ODS). Ve třech textech se vyskytli shodně Grebeníček (KSČM) a Dienstbier (SD-LSNS). Alespoň jednou byli zmíněni hlavní představitelé politických stran či strany jako takové v případech KSČM, KDU-ČSL, Levý blok, SPR-RSČ, ODA a DEU.

Blesk zřetelně akcentoval konflikt Zeman–Klaus, nicméně alespoň jednou se zmínil i o dalších stranách a jejich představitelích, pouze ale o těch, u kterých se předpokládala šance na překonání uzavírací klauzule, existenci menších stran ignoroval.

O 8 textech je možné prohlásit, že obsahovaly negativní či pozitivní kritiku politických aktérů, zbytek (13) žádné hodnocení aktérů neobsahoval. Nejvíce kritický byl titul vůči Zemanovi (ČSSD), toho kritizovaly 3 texty, mimo to byla kritika rozložena rovnoměrně politickým spektrem. V případě 3 pozitivních hodnocení jednání aktéra se jednalo o strany ČSSD a KSČM a politika Klause (ODS).

Co se týče neutrality titulu,⁷³ celkem 13 textů vyznívalo neutrálně, 2 pozitivně a 6 negativně vůči nějakému politickému aktérovi. Dané dva texty vyznívaly ve prospěch kandidáta Prokopa (ODA) a celé strany ODA. Negativní vyznění, stejně jako v případě negativního hodnocení, bylo rozloženo napříč politickým spektrem a nekoncentrovalo se u jedné politické strany.

Explicitní podpora se na stranách deníku Blesk vůbec nevyskytovala. Implicitní podpora byla identifikována ve dvou případech. Jednou text obsahoval nevyřčenou podporu kandidátovi Prokopovi (ODA), jednou se naopak podtextově vyhrazoval proti KSČM. Jednalo se ale o ojedinělé případy. *Endorsement* jednoznačně nebyl identifikován.

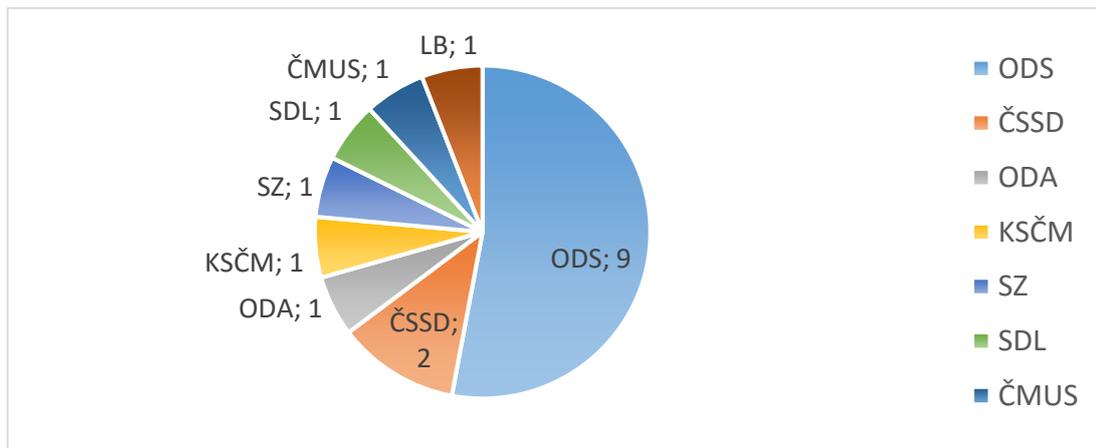
⁷³ Kódováno jako proměnná 12 – „Vyznění textu“.

3.1.2 Právo

Deník Právo se volbám v roce 1996 věnoval o poznání více (přesto je celkový počet textů k volbám relativně malý v porovnání s pokrytím pozdějších voleb), celkem vydal 53 textů k tématu.

Věnoval se i více stranám, vedle standardních a velkých ODS, ČSSD, KSČM, ODA a KDU-ČSL se alespoň jednou zmínil i o Straně zelených, republikánské SPR-RSČ, Levém bloku, Straně demokratické levice, Českomoravské unii středu a SD-LSNS. Přičemž největší důraz byl kladen na štěpení levice-pravice reprezentované konfliktem ODS–ČSSD. Prvnímu ze jmenovaných se věnovalo celkem 20 textů, socialistům pak o tři méně.

Pouze 24 textů (z 53, tedy méně než polovina) udrželo neutrální vyznění. Zbytek vyzníval pozitivně či negativně vůči některému z aktérů, v případě Práva se jednalo vždy o strany, nikdy ne o jednotlivé kandidáty. Nejvýraznějšími je zde celkem 9 textů, které vyznívaly negativně vůči ODS. Žádné další straně se nedostalo více negativní publicity.



Obrázek 1 - Negativní vyznění textu vůči politickému aktérovi. Právo, volby 1996.

Zdroj: vlastní výzkum.

Tato tendence koresponduje i s další zkoumanou proměnnou, hodnocení jednání aktérů,⁷⁴ kdy 13 textů obsahovalo kritiku vůči ODS a 2 jmenovitě Václavu Klausovi, jako čelnímu představiteli ODS. V pozitivním hodnocení jednání i v pozitivním vyznění mírně

⁷⁴ Proměnná 13 – „Hodnocení jednání aktéra“.

vystupuje ČSSD, kdy 4 texty obsahovaly pozitivní hodnocení strany a 5 textů vůči ní celkově vyznívalo jednoznačně pozitivně.⁷⁵

V deníku *Právo* nalézáme v roce 1996 celkem 11 výskytů implicitní podpory v textu. Jednoznačně nejvíce byla v textech zřetelná podpora ČSSD, a to hned třikrát v publicistických textech a jednou v textu zpravodajském. V tomto typu textu by se podpora, ani skrytá ani otevřená, z hlediska normativních požadavků žurnalistiky (viz kapitola 2.1 Teoretické přístupy k objektivitě zpravodajských médií) objevovat neměla. Ze strany titulu se tak jedná o porušení proklamované objektivitě a nepředpojatosti. Dvakrát pak byla identifikovaná implicitní podpora „proti ODS.“⁷⁶

Implicitní podpora bývá přímo vázaná i na podporu explicitní a tedy i na zkoumaný *endorsement*. Titul *Právo* explicitně vyjádřil podporu ve dvou textech, vždy v textech publicistických (v obou případech se jednalo o komentář) a vždy jménem autora textu, ne jménem celé redakce či listu. Připomeňme, že tento drobný rozdíl je ve skutečnosti velice důležitý, neboť otevřená podpora vyjádřená autorem textu má podobu subjektivního názoru jednoho redaktora, kdežto doporučení k volbám jménem celé redakce, titulu či jménem šéfredaktora má mnohem větší váhu a můžeme mluvit o institucionalizované otevřené podpoře. V případě textu Milana Adama *Hostina nad prodaným statkem*⁷⁷ se jedná o otevřenou podporu politické straně Levý blok. Druhý text, *Levice krátce před dvanáctou*⁷⁸, vyjadřuje podporu Straně demokratické levice. Autor je člen této strany a tento fakt je u textu zřetelně uveden.⁷⁹

⁷⁵ Kódováno dle proměnné 12 – „Vyznění textu“.

⁷⁶ Spojení „podpora proti“ může působit matoucím dojmem, dovolme tedy drobné vysvětlení. Implicitní podpora, stejně jako explicitní, může mít samozřejmě takovou podobu, jakou přirozeně očekáváme, tedy favorizování, podporování daného politického aktéra. Ve výzkumu se ale také objevily texty, kdy tato „podpora“ má podobu negativní vůči aktérovi. Vezmeme-li příklad explicitní podpory, místo toho, aby autor textu nabádal „volte X“, sděluje čtenáři, aby „nevolil Y“. Jedná se tedy o případy, kdy byla v textu jednoznačně identifikována snaha podtextově působit na čtenáře, ať už vědomě či nevědomě, a to negativním způsobem vůči danému politickému aktérovi. V případě druhého kola prezidentské volby (2013), kdy byli pouze dva kandidáti, znamená „podpora proti“ přímou podporu druhému kandidátovi. Ve sněmovních volbách (1996 a 2006), kdy kandiduje řada politických subjektů, není možné činit takové závěry. Variantu „podpora proti“, které může nabývat proměnná 14 a 15, je tedy nutné chápat jako odrazování čtenáře-voliče od volby daného kandidáta.

⁷⁷ ADAM, Milan. *Hostina nad prodaným statkem*. In: *Právo*. 29. 5. 1996. S. 17.

⁷⁸ MELČ, Josef. *Levice krátce před dvanáctou*. In: *Právo*. 30. 5. 1996. S. 11.

⁷⁹ Toto je ostatně běžnou skutečností, která se ve zkoumaných denících objevovala častěji. Noviny dávají na svých stranách prostor osobám mimo redakci, které se chtějí vyjádřit k politickému dění, ne výjimečně se jedná o osoby politicky činné, bývalé politiky a dokonce občas i o kandidáty v daných volbách. (Viz kapitola 3.2.2 *Právo*, kde je uveden komentář z roku 2006 psaný samotným předsedou strany ČSSD Jiřím Paroubkem. Text obsahuje explicitní podporu.)

3.1.3 MF Dnes

Celkem 57 textů, tedy jen o málo víc než Právo, věnovala tématu voleb 1996 MF Dnes. Z tohoto celkového počtu bylo 17 textů publicistických (jednoznačně převažoval žánr komentáře) a 40 zpravodajských. Ani MF Dnes nedávala tématu voleb na svých stranách příliš prostoru, drtivá většina všech textů měla rozsah čtvrt strany a menší, pouze dvakrát se objevil text na půl strany, větší ani jednou.

Jako jediný se tento titul zmínil o kandidující straně Hnutí Samosprávné Moravy a Slezska – Moravské Národní Sjednocení (negativně). Jinak převažoval klasický konflikt ODS–ČSSD, kdy ODS měla pokrytí v 19 textech a ČSSD v 16, případně zastoupený jejich hlavními představiteli Klausem a Zemanem, kdy naopak Zeman vedl nad Klausem 16 textů ku 11.

MF Dnes prezentovala vyšší počet neutrálně vyznívajících textů,⁸⁰ celkem 30. Negativně vyznívaly nejvíce texty o ČSSD (5) a ODS (4). Naproti tomu ale vůči těmto politickým aktérům vyzníval největší počet textů také pozitivně – ČSSD a ODS shodně po 5 textech. Zajímavostí je pozice KDU-ČSL, pro kterou vyznívaly pozitivně 4 texty, ale negativně pouze 2. Tento rozdíl se může zdát zanedbatelným, ale jak je možné si všimnout v tabulce vyhodnocení výzkumu (viz Příloha č. 3: Tabulka vyhodnocení – MF Dnes, 1996), negativní vyznění textu nebylo v MF Dnes nic neobvyklého, zatímco pozitivně vyznívajících text se objevil jen v případě několika málo aktérů.

Stejný trend je zřetelný i u hodnocení jednání aktérů.⁸¹ Negativně hodnocených je zde celá řada, vyniká především ČSSD se 7 kritickými texty, zatímco pozitivní hodnocení si vysloužilo jen pět subjektů. Zajímavé je, že nejvíce textů s pozitivním hodnocením má opět ČSSD. Z toho je možné vyvozovat, že ČSSD (a v závěsu ODS) bylo v MF Dnes věnováno nejvíce pozornosti, a to i kritické, hodnotící pozornosti. Nejedná se však o předpojatost, neboť tato strana je intenzivně chválena i haněna, poměr textů vyznívajících vůči ní negativně a pozitivně je vyvážený. Názorová různorodost bývá obecně ku prospěchu a kvalitě média.

Příkladů implicitní podpory bylo v textech MF Dnes nalezeno 7. Dva z nich se skrytě vyjadřovaly proti ČSSD, případně jejímu lídru Zemanovi, a jeden proti KSČM. Dva favorizovaly čistě ODS a dva pak hned několik stran: v prvním případě ODS, ODA,

⁸⁰ Na základě proměnné 12 – „Vyznění textu“.

⁸¹ Proměnná 13.

KDU-ČSL, ČSSD, KSČM a SPR-RSČ a v případě druhém ODS, ODA a KDU-ČSL. Všechny tyto texty se nacházely v názorové části listu a žánrově se jednalo o komentáře.

Poslední příklad implicitní podpory byl spojen i s podporou explicitní. Jednalo se o text *Jak volit slušnou moderní zemi* redaktora Petra Šabaty (viz Příloha č. 16: MF Dnes, 1996). Text vyšel v pátek 31. května, v první den voleb, a nacházel se v rubrice Názory, tedy v publicistické sekci, žánrově byl komentářem. V samotném textu autor neuzivá výzev „volte“ či „měli byste volit“, ani časté „já budu volit“, kdy je akcentována pozice autora textu. Je zde jednoznačný *endorsement*, kdy autor čtenáři zdůrazňuje, že v nadcházejících volbách je důležité rozhodnout tak, aby byla „zachována kontinuita“,⁸² kterou představují tři koaliční strany, ODS, ODA a KDU-ČSL. Autor předkládá argumenty, proč právě tyto tři strany, a kritizuje opoziční ČSSD.

3.1.4 Hospodářské noviny

Hospodářské noviny přišly v roce 1996 s nejméně texty k volbám – s pouhými 14. Z nich jeden byl publicistický, žánrově se jednalo o komentář, zbylých 13 bylo zpravodajského charakteru a bylo zařazeno ve zpravodajské sekci. Texty k volbám byly drobného rozsahu, většinou menší než čtvrtina strany. Hospodářské noviny také toto téma vůbec nedoprovodily fotografiemi, pouze jednou za celý týden použily infografiku, kde představily všechny kandidující subjekty.

Přesto ve svých textech pokryly širokou škálu aktérů, vedle tradičních ODS, ČSSD, KSČM, ODA či KDU-ČSL psaly též o malých stranách jako Straně československých komunistů, Celostátním aktivu občanů, Straně zelených nebo Pravém bloku. Těmto malým stranám bylo věnováno víc prostoru než ČSSD.

Ne však v pozitivním smyslu, právě vůči těmto stranám vyznívaly texty negativně.⁸³ Právý blok, zelení, SČK a CAO měli každý po dvou pro ně negativně vyznívajících textech. Pozitivní vyznění měl jeden text pro ODS, ODA a KDU-ČSL (tomuto textu se ostatně budeme věnovat o pár řádků níž). Hospodářské noviny jsou ve zkoumaném vzorku výjimečné vysokým poměrem textů bez jakékoliv zmínky o kandidátech. Jsou to texty informativního charakteru, které čtenáře zpravují například o tom, že od daného dne je zákonem zakázána jakákoliv stranická volební agitace.

⁸² ŠABATA, Petr. Jak volit slušnou moderní zemi. In: *MF DNES*. 31. 5. 1996. S. 12.

⁸³ Kódováno pod proměnnou 12 – „Vyznění textu“.

V Hospodářských novinách se nevyskytovalo žádné hodnocení jednání aktérů. Byla ale identifikována implicitní podpora, a to ve prospěch stran ODS, ODA a KDU-ČSL (jedná se o stejný text, kde bylo kódováno pozitivní vyznění pro tyto subjekty). *Jednání o spolupráci ODS, ODA a KDU-ČSL asi hned po volbách* je textem částečně převzatým od ČTK, částečně redakčním (viz Příloha č. 17: Hospodářské noviny, 1996). Implicitní podpora zde byla kódována, neboť text zpravuje o blížících se volbách a budoucím koaličním jednání takovým způsobem, jak kdyby tyto tři strany ve volbách již zvítězily a jejich zástupce byl pověřen sestavením vlády.⁸⁴ Explicitní podpora se nevyskytla.

3.1.5 Lidové noviny

Nejvíce textů k volbám v roce 1996 publikovaly Lidové noviny, celkem 98 – což je v porovnání se 14 texty Hospodářských novin⁸⁵ či 21 texty titulu Blesk⁸⁶ překvapivé. Z tohoto celkového počtu se 77 textů věnovalo zpravodajství a 21 textů publicistice, jako obvykle převažoval žánr komentáře, pouze o tři texty méně bylo v kategorii sloupku, což je charakteristický žánr pro Lidové noviny. Poprvé byla ve zkoumaném období také použita reportáž či analýza.

Převládaly malé rozměry textů, i když 7 textů dostalo prostor přes půlku strany a 19 čtvrtinu strany. Lidové noviny také více pracovaly s fotografií. Zajímavé je, že 18 fotografií (nadpoloviční většina) bylo ilustračních, bez jakéhokoliv politického aktéra.

V textech se nejvíce pozornosti dostávalo ČSSD a jejímu předsedovi Zemanovi. Dohromady se jim věnovalo 43 textů. Hlavnímu rivalovi ODS, či zprostředkovaně Klausovi, pak 30 textů. V závěsu za nimi to byla ODA a předseda Kalvoda s 26 texty. Všem ostatním politickým subjektům se dostalo o poznání méně prostoru.

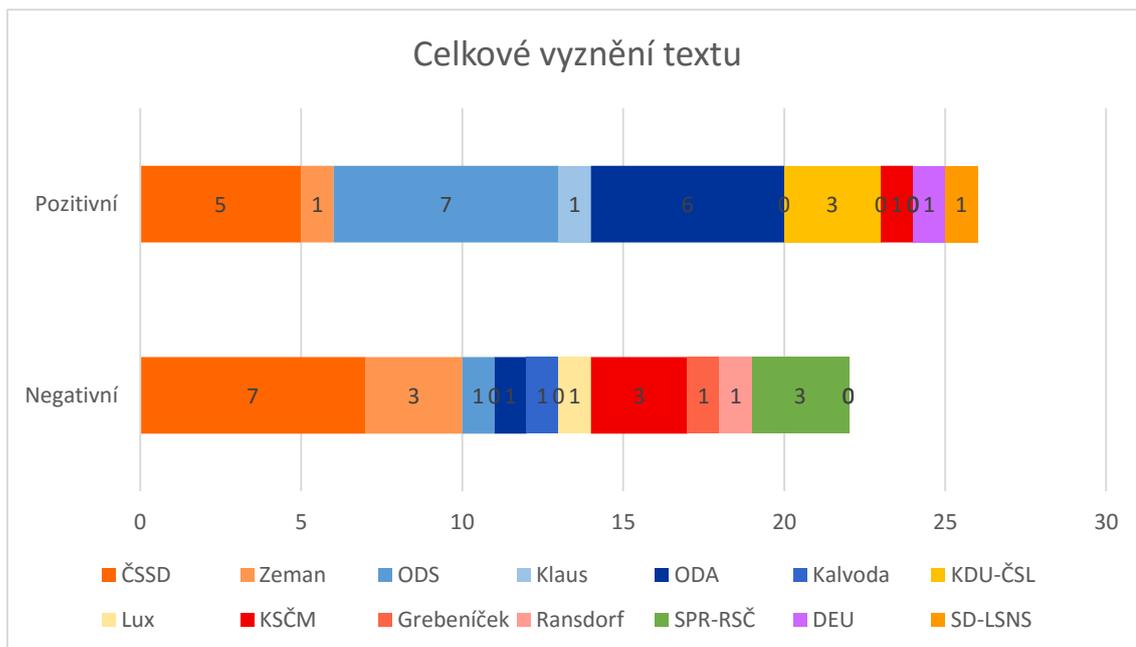
Na následujícím obrázku 2 můžeme vidět poměr negativních a pozitivních vyznění textů vůči jednotlivým politickým aktérům.⁸⁷ V Lidových novinách více textů obsahovalo pozitivní vyznění než negativní, což nebývá obvyklé, a 62 textů (z 98 celkových, tzn. 63 %) bylo zcela neutrálních.

⁸⁴ VAJNEROVÁ, Hana a ČTK. *Jednání o spolupráci ODS, ODA a KDU-ČSL asi hned po volbách*. In: Hospodářské noviny. 30. 5. 1995. S. 3.

⁸⁵ Viz kapitola 3.1.4 Hospodářské noviny.

⁸⁶ Viz kapitola 3.1.1 Blesk.

⁸⁷ Kódováno jako proměnná 12 – „Vyznění textu“.



Obrázek 2 - Celkové vyznění textu vůči politickému aktérovi, poměr pozitivních a negativních vyznění. Lidové noviny, volby 1996. Zdroj: vlastní výzkum.

Co se týče hodnocení jednání aktérů, situace byla opačná. Více textů obsahovalo negativní kritiku, v případě ČSSD 11, pokud započítáme i kritiku vůči Zemanovi tak 15, vůči KSČM 4, ODS a SPR-RSČ shodně po 3. Pozitivní hodnocení bylo pouze v případě ODS (4), ČSSD (3), ODA, KDU-ČSL (po 2), SZ a KSČM. V pozitivním hodnocení jsou rozdíly zanedbatelné, z výsledků kódování negativního hodnocení je ale zřetelné, že list byl nejvíce kritický vůči straně ČSSD a jejímu předsedovi, a to hned několikanásobně proti ostatním politickým subjektům.

Explicitní podpora se na stránkách Lidových novin nevyskytla žádná, *endorsement* tedy nebyl identifikován. Přesto je zajímavé se podívat na výsledky implicitní podpory, která byla rozpoznána hned v 12 případech. V podobě podpory „proti“ se jednalo dvakrát o KSČM (jednou proti straně jako takové, jednou proti Grebeníčkovvi) a ČSSD (také jednou proti straně a jednou proti Zemanovi). Implicitní podpora proti Zemanovi měla podobu sloupku na titulní straně⁸⁸ (viz Příloha č. 18: Lidové noviny, 1996 – 1.), za povšimnutí též stojí komentář Bohumila Pečinky s implicitní podporou proti Grebeníčkovvi s názvem *Zločinec a jeho syn*, tentokrát v názorové sekci listu.⁸⁹ Napříč všemi texty s implicitní podporou byla pětkrát podpořena

⁸⁸ STEIGERWALD, Karel. Blahobyt z dobrých slov. In: *Lidové noviny*. 27. 5. 1996. S. 1.

⁸⁹ PEČINKA, Bohumil. Zločinec a jeho syn. In: *Lidové noviny*. 27. 5. 1996. S. 6.

ODS, čtyřikrát ODA a třikrát KDSU-ČSL. Tři z textů s implicitní podporou napsal redaktor Lidových novin Karel Steigerwald, šlo o titulní sloupek, který se skrytě vymezoval proti Zemanovi, a dva sloupky (jeden taktéž na titulní straně, jeden v rubrice Názory) podporující ODS a ODA.⁹⁰

3.1.6 Srovnání

Ve zkoumaném období bylo zpracováno celkem 243 textů. Nejméně textů k volbám publikovaly Hospodářské noviny (14), nejvíce Lidové noviny (98). MF Dnes a Právo věnovaly tématu kolem 50 textů, Blesk se svými 21 texty blížil Hospodářským novinám. Tento rozdíl je možné vysvětlit zaměřením titulů na počátku 90. let, kdy se Hospodářské noviny profilovaly jako ekonomický deník – což přetrvává do současnosti, přesto v pozdějších zkoumaných obdobích výrazně narostl prostor věnovaný politickým záležitostem. Hospodářské noviny se také při volbách 1996 vyznačovaly vysokým počtem textů informativního volebního charakteru, kde se nevyskytoval žádný politický kandidát.

Nejvíce byl akcentován konflikt ČSSD–ODS, případně reprezentovaný předsedy těchto stran Zemanem a Klausem. Jediný titul, který se tomuto fenoménu vyhnul, byly Hospodářské noviny, které kladly důraz na malé strany. Vedle těchto dvou hlavních, konkurenčních stran byl často stavěn ještě třetí subjekt, ODA (zřetelné především v případě Lidových novin, kdy poměr textů věnovaných jednotlivým aktérům vypadal následovně: ČSSD a Zeman dohromady 43, ODS a Klaus 30, ODA a Kalvoda 26).

Co se týče proměnných 12 a 13,⁹¹ Právo publikovalo nejvíce negativních textů o ODS, v pozitivním vyznění vedla ČSSD. MF Dnes věnovala nejvíce prostoru ČSSD, nicméně poměr negativních a pozitivních textů zde byl vyvážený. V Lidových novinách převažovaly negativní texty o ČSSD, pozitivní pak o ODS, spojením proměnných pak jednoznačně vyplývá, že titul byl nejvíce kritický k ČSSD. Hospodářské noviny se vůči konfliktu ODS–ČSSD stavěly neutrálně, Blesk rozložil svou kritiku mezi jednotlivé aktéry napříč politickým spektrem, soustředil se téměř výhradně na jednotlivce a ne na celé strany.

Celkem bylo ve zkoumaném období identifikováno 33 textů s implicitní podporou pro či proti politickému aktérovi. Nejméně takových textů uvedly Hospodářské

⁹⁰ STEIGERWALD, Karel. Co divák, to blbec. In: *Lidové noviny*. 28. 5. 1996. S. 6; STEIGERWALD, Karel. Východ, západ. In: *Lidové noviny*. 31. 5. 1996. S. 1.

⁹¹ P12 – „Vyznění textu“ a P13 – „Hodnocení jednání aktéra“.

noviny (1) a deník Blesk (2). V MF Dnes bylo nalezeno 7 textů, v Právu 11 a v Lidových novinách 12. Většina textů byla publicistického charakteru a byla zřetelně oddělena v názorové sekci listu, až na tři výjimky: zprávu v Hospodářských novinách, v Blesku a v Právu. MF Dnes ve 4 textech (ze 7) skrytě podporovala ODS, stejně tak Lidové noviny, kdy se ve 4 textech (z 12) objevila implicitní podpora ODS, v dalších 4 podpora ODA (tyto texty se částečně překrývají, ve dvou textech jsou zřetelné sympatie jak pro ODS, tak pro ODA) a další 4 obsahovaly implicitní podporu proti levicovým stranám ČSSD a KSČM. V těchto případech můžeme říct, že obsah titulu ve zkoumaném období stranil pravicovým politickým stranám, především ODS.

Závěrem je třeba zdůraznit, že ve zkoumaném vzorku z roku 1996 byl identifikován *endorsement*. Otevřená podpora se objevila ve třech případech: Dva texty uveřejnil titul Právo, v komentáři *Hostina nad prodaným statkem*⁹² předkládá autor Milan Adam argumenty, proč volit uskupení Levý Blok, a nabádá k jeho volbě vlastním jménem, zatímco v komentáři *Levice krátce před dvanáctou*⁹³ Josef Melč podporuje a vyzdvihává Stranu demokratické levice, aniž by akcentoval svoji osobu. Josef Melč byl v dané době členem strany a tento fakt je u textu uveden, nicméně redakce se od jeho obsahu nedistancovala a otiskla ho ve své rubrice Publicistika, vedle textů svých redaktorů. Třetím textem je komentář redaktora MF Dnes Petra Šabaty *Jak volit slušnou moderní zemi*,⁹⁴ kde autor tvrdí, že jedinou možností, jak udržet demokracii a prosperitu České republiky, je udržet kontinuitu, a tu zajistí pouze vládnoucí strany ODS, ODA a KDU-ČSL. Tento text jako jediný odpovídá tradiční představě *endorsementu*, kdy text otevřeně podporuje politického aktéra autoritou celého titulu.

Mylnou představu, že otevřená podpora médií vůči politickým aktérům se v České republice objevila poprvé u příležitosti prezidentských voleb v roce 2013, vyvrací výsledky tohoto výzkumu na zkoumaném období před volbami v roce 1996.

3.2 VOLBY 2006

Volby do Poslanecké sněmovny se v roce 2006 konaly v pátek 2. a v sobotu 3. června. Zkoumaným obdobím byl pracovní týden od pondělí 29. května do pátku 2. června 2006. Ve volbách kandidovalo 26 subjektů, z nichž pouze 5 překročilo uzavírací

⁹² ADAM, Milan. Hostina nad prodaným statkem. In: *Právo*. 29. 5. 1996. S. 17.

⁹³ MELČ, Josef. Levice krátce před dvanáctou. In: *Právo*. 30. 5. 1996. S. 11.

⁹⁴ ŠABATA, Petr. Jak volit slušnou moderní zemi. In: *MF DNES*. 31. 5. 1996. S. 12.

klauzuli a obsadilo poslanecké mandáty.⁹⁵ Hlavními rivaly byla tradičně ODS vedená Mirkem Topolánkem a ČSSD s předsedou Jiřím Paroubkem, který v té době dokončoval funkční období jako předseda vlády. Volby vyhrála ODS o tři procentní body a pod vedením Topolánka sestavila menšinovou vládu.⁹⁶

3.2.1 Blesk

Celkem 25 článků k volbám 2006 publikoval ve zkoumaném období titul Blesk. Číslo je o něco málo vyšší než v roce 1996, přesto je v porovnání s ostatními tituly téměř zanedbatelné. Blesk tradičně neposkytuje volebním tématům mnoho prostoru, naprostá převaha textů je menší než čtvrtina strany, v tomto zkoumaném období se ale už objevily i texty velikosti jedné půl strany. Titul také více pracoval s fotografií, použil celkem 12 fotek, kterými doprovodil texty, na většině z nich byl zobrazen buď Paroubek (ČSSD), nebo Topolánek (ODS).

Blesk naprosto jednoznačně akcentoval konflikt Paroubek – Topolánek. Tito dva aktéři jsou obsaženi dohromady v 18 textech (z 25). Ustupuje i přenesený konflikt stran ČSSD–ODS, kde jsou čísla vůči ostatním kandidujícím stranám mnohem vyrovnanější. O stranách tedy titul zpravuje vyrovnaněji, pokud politické klání personifikuje na úroveň stranických představitelů, omezuje se prakticky jen na dvojici Paroubek–Topolánek.

Blesk také udržoval vcelku neutrální vyznění svých textů. Pokud texty nebyly neutrální, soustředily se většinou na ČSSD a jejího předsedu, ať už pozitivně či negativně; celkem 18 textů ale bylo vyhodnoceno jako neutrálních. Co se týče hodnocení jednání, nejvíce kritiky se dostalo Paroubkovi, což je u pozice současného předsedy vlády vcelku předpokladatelné, zbytek se vyrovnaně rozdělil mezi Topolánka, Stranu zelených, ČSSD a ODS. Pozitivně hodnoceni byli Paroubek, Topolánek a ODS jako strana shodně, všichni po dvou textech.

Explicitní podpora nebyla identifikována žádná, implicitní pak ve dvou případech. Jednou v textu zpravodajského charakteru, který skrytě stranil ODS, a jednou v komentáři redaktora Ondřeje Škocha *Zabouchli si dveře!*, kde se objevila implicitní podpora proti ČSSD⁹⁷ (viz Příloha č. 20: Blesk, 2006).

⁹⁵ Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 02. 06. – 03. 06. 2006. [online] *Český statistický úřad: Volby.cz*. [Citováno dne 4. 5. 2016.]

⁹⁶ Tamtéž; Vláda Mirka Topolánka I. (04. 09. 2006 – 09. 01. 2007). [online] *Vláda České republiky*. [Citováno dne 4. 5. 2016.]

⁹⁷ ŠKOCH, Ondřej. Zabouchli si dveře! In: *Blesk*. 30. 5. 2006. S. 2.

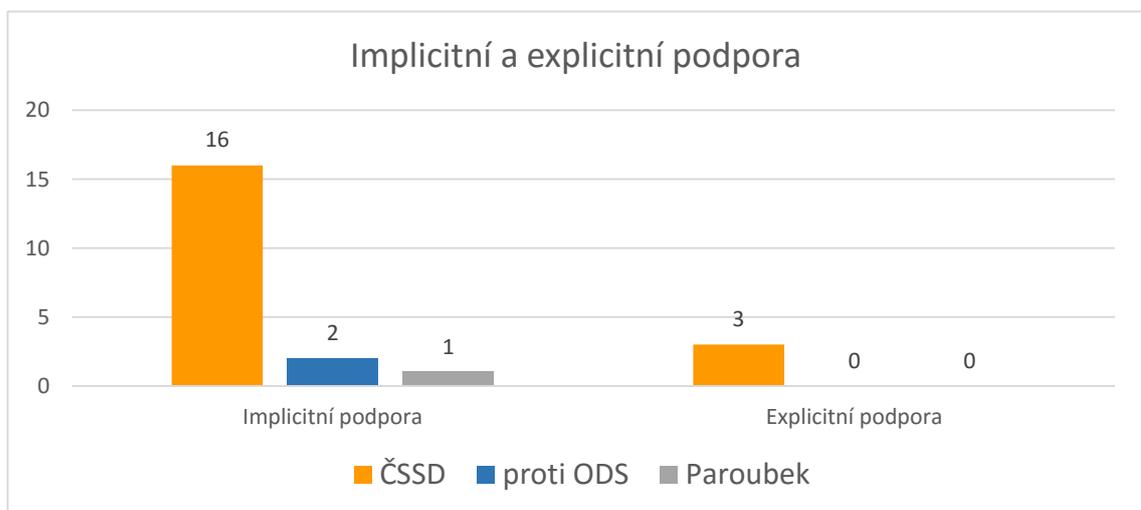
3.2.2 Právo

Deník Právo publikoval ve zkoumaném období 76 textů k volbám. Převažovalo zpravodajství (45), v publicistice pak nejvíce komentář a interview, objevily se dvě reportáže. Velké procento publicistických textů bylo umístěno ve zpravodajské sekci, většinou v rubrice Zpravodajství. Vzhledem k tomu, že právě v publicistických textech se objevují známky předpojatosti, až už explicitní či skryté, není toto řazení textů vhodné.

Většina článků byla spíše menšího rozměru, nicméně jednou byla využita celá strana a dvakrát byl publikován text o rozsahu půl strany. Oproti zkoumanému období z roku 1996 využíval list mnohem více fotografií.

Stejně jako Blesk, akorát mnohem intenzivněji (vzhledem k celkovému počtu publikovaných textů), akcentovalo Právo konflikt Topolánek–Paroubek. Předseda ČSSD Paroubek byl zmíněn v celkem 46 textech, Topolánek jako předseda ODS pak ve 34. K tomu je potřeba přidat celkem 32 textů o ČSSD a 34 o ODS. Z těchto čísel jednoznačně vyplývá, že všechny ostatní kandidující subjekty byly na stranách Práva silně upozaděny. Prostoru se dostalo už jen KSČM, Straně zelených a KDU-ČSL. Z konkrétních politiků si titul všímal vedle Paroubka a Topolánka jen Bursíka a Holubové, oba na kandidátkách Strany zelených a oba shodně 6 textů, k čemuž vede jednoduché vysvětlení: Právo se nadprůměrně věnovalo aféře s levicovou frakcí, kterou vedla Holubová, uvnitř Strany zelených, jíž Bursík předsedá.

Neutrálně vyznívajících textů publikovalo Právo 38. Rozložení sympatií je pak zcela jednoznačné, nejvíce textů vyznívalo negativně vůči ODS (15) a stejně tak nejvíce textů obsahovalo negativní hodnocení jednání ODS (26). Pozitivně vyznívaly texty nejvíce ve prospěch ČSSD (11) a Paroubka (7), stejně tak bylo nejčastěji pozitivně



Obrázek 3 - Implicitní a explicitní podpora. Právo, volby 2006. Zdroj: vlastní výzkum.

hodnoceno jednání ČSSD (8). Za zmínku tu stojí vyhodnocení neutrality zpravodajství, kdy ze 45 zpravodajských textů 25 vyznívalo neutrálně, což je 60 % zpravodajství. Právo se nevyhnulo ani skryté podpoře ve svých zpravodajských textech, a to v 5 případech.

Ve zkoumaném období bylo identifikováno 19 textů obsahující implicitní podporu, 3 z nich obsahovaly i podporu explicitní. Drtivá většina textů vyjadřovala podporu ČSSD, případně předsedovi Paroubkovi.

Texty otevřené podpory jsou zajímavé především proto, že žádný z nich nebyl psán členem redakce, který by se identifikoval jako nezávislý žurnalista, všechny byly psány členy ČSSD, v jednom případě přímo jejím předsedou, Jiřím Paroubkem, a u všech těchto textů je tato informace uvedena. Všechny texty jsou publicistického charakteru, žánrově komentáře, všechny o velikosti jedné čtvrtiny strany a uveřejněny v rubrice Publicistika, vedle standardních redaktorských komentářů.

Jak už bylo řečeno, autorem prvního textu *Stoupáme k vítězství* je předseda ČSSD Paroubek (viz Příloha č. 21: Právo, 2006 – 1.). Důvody k volební podpoře ČSSD staví autor v první řadě na kritice hlavního rivala ODS, kdy mu vytýká neférové a neslušné jednání, na potřebě jistoty, kterou umí garantovat jedině ČSSD, a na nespravedlivém mediální tlaku, kterému musí údajně ČSSD čelit.⁹⁸ Otevřená podpora je zde jednoznačná, zajímavější je, že tento text není ukázkou *endorsementu*, neboť zde médium poskytlo prostor, aby předseda mohl agitovat k volbě své strany. Doporučení k volbě zde tedy nedává samotné médium, ačkoliv poskytlo k takovému doporučení prostor ve své regulérní rubrice – a text se až na drobnou poznámku „*Autor je předseda vlády a ČSSD*“⁹⁹ neliší od komentářů redaktorů.

Autorem zbylých dvou komentářů, ve kterých se objevila explicitní podpora (v obou případech vůči ČSSD), je Zdeněk Jičínský, který do Práva přispíval pravidelně. Jeho texty se pravidelně vyjadřují kriticky vůči ODS, často obsahují implicitní podporu proti ODS či přímo pro ČSSD. V obou těchto textech, kde byla identifikována explicitní podpora, Jičínský používá dvě linie argumentace: zaprvé kritizuje ODS (pro údajně neférové praktiky jejich předvolební kampaně, uchylování se k nelegálním prostředkům kampaně, poškozování politických protivníků, tedy ČSSD, či pro politiku sociálně nepříznivou pro občany) a zadruhé vyzdvihává především hospodářské úspěchy vlády ČSSD. Důvodem k volbě ČSSD pak má pro voliče být vůle k pokračování této úspěšné

⁹⁸ PAROUBEK, Jiří. Stoupáme k vítězství. In: *Právo*. 29. 5. 2006. S. 14.

⁹⁹ Tamtéž.

vlády.¹⁰⁰ Autor textu sice nepodpořil výzvu k volbě ČSSD vysloveně autoritou celého listu, přesto je možné oba komentáře označit za *endorsement* (viz Přílohy č. 22 a 23).

3.2.3 MF Dnes

V MF Dnes bylo ve zkoumaném období publikováno 87 textů k volbám, v poměru 48 publicistických a 39 zpravodajských. Dominoval článek a komentář. MF Dnes věnovala volbám relativně hodně prostoru, především co se týče velikosti textů: 11 textů zabíralo půl strany a 13 dokonce celou stranu či víc.

Navzdory klasickému konfliktu ODS–ČSSD, který byl zřetelný i zde, se titul soustředil především na pětici největších stran, a to vedle ODS a ČSSD také na KSČM, KDU-ČSL a Stranu zelených. Těmto třech stranám se dostalo stejné míry pozornosti, každé po 18 textech. Dvakrát tolik textů však samozřejmě bylo věnováno ODS a ČSSD, kdy první z nich byla zmíněna ve 40 a druhá ve 42 textech. Nejvíce se titul věnoval Paroubkovi, čemuž odpovídala i jeho tehdejší pozice předsedy vlády, a to hned ve 49 textech. Pokud k nim přičteme 42 textů o ČSSD, vychází nám jasně, na koho byla upřena na stránkách MF Dnes největší pozornost.

Navíc je možné říct, že tato pozornost byla povětšinou neutrální, negativně vyznívaly vůči Paroubkovi pouze 3 texty a vůči ČSSD 2,¹⁰¹ což je málo, vezme-li v úvahu celkový počet textů a fakt, že podobný počet textů negativně vyzníval také proti KSČM, Kalouskovi či Topolánkovi, rozdíly byly zanedbatelné. Navíc, co se týče pozitivního vyznění, má ČSSD stejný počet textů jako ODS. Nejvíce negativně hodnoceným aktérem byl sice Paroubek a ČSSD s 22 texty dohromady,¹⁰² ale v rámci 87 textů to není přehnaně koncentrovaná kritika. Pro porovnání, k ODS bylo kritických 8 textů, ke KSČM 7, k Topolánkovi 5, stejně tak ke Straně zelených a ke KDU-ČSL 4. Celkem 75 %, tedy tři čtvrtiny všech textů s volební tematikou vydaných v MF Dnes během zkoumaného období bylo neutrálních.¹⁰³ To je v kontextu ostatních médií ve výzkumném vzorku vysoký poměr.¹⁰⁴

Implicitní podpora byla identifikována v 7 textech, 6 z nich bylo publicistických. Skrytá podpora byla cílena proti ČSSD (třikrát), proti KSČM (dvakrát), pro ČSSD

¹⁰⁰ JIČÍNSKÝ, Zdeněk. Drsná kampaň není letošní vynález. In: *Právo*. 30. 5. 2006. S. 9.; JIČÍNSKÝ, Zdeněk. Plukovník Kubice ve službách ODS. In: *Právo*. 31. 5. 2006. S. 9.

¹⁰¹ Na základě proměnné 12 – „Vyznění textu“.

¹⁰² Kódováno jako proměnná 13 – „Hodnocení jednání aktéra“.

¹⁰³ Podle proměnné 12 – „Vyznění textu“.

¹⁰⁴ Viz kapitola 3.2.6 Srovnání.

a pro ODS. Jeden případ zároveň naplňoval podmínky explicitní podpory. Jedná se o specifický text, článek, ve kterém redakce listu předložila čtenáři vždy 10 důvodů, proč volit a proč nevolit danou politickou stranu, přičemž vybrala pět největších kandidujících subjektů, ODS, ČSSD, KSČM, SZ a KDU-ČSL (viz Příloha č. 25: MF Dnes, 2006). Tuto selekci, která víceméně udává charakter téměř všech textů listu ve zkoumaném období, obhajuje redakce reálnou šancí těchto aktérů překročit 5% uzavírací klauzuli a získat mandáty ve Sněmovně. Právě takové omezené informování o kandidujících subjektech může mít reálný vliv na neúspěch malých stran ve volbách.

Kdybychom článek rozdělili, našli bychom 9 jednotlivých *endorsementů*, neboť redakce u každé strany doporučuje zvolení a stejně tak nedoporučuje zvolení a vždy předkládá podobně relevantní důvody. Výjimkou je KSČM, neboť „*redakce nenašla žádný pádný důvod, proč by měli voliči dávat své hlasy (...) KSČM.*“¹⁰⁵ Proto je text vyhodnocen jako otevřená podpora a jako *endorsement* proti KSČM.

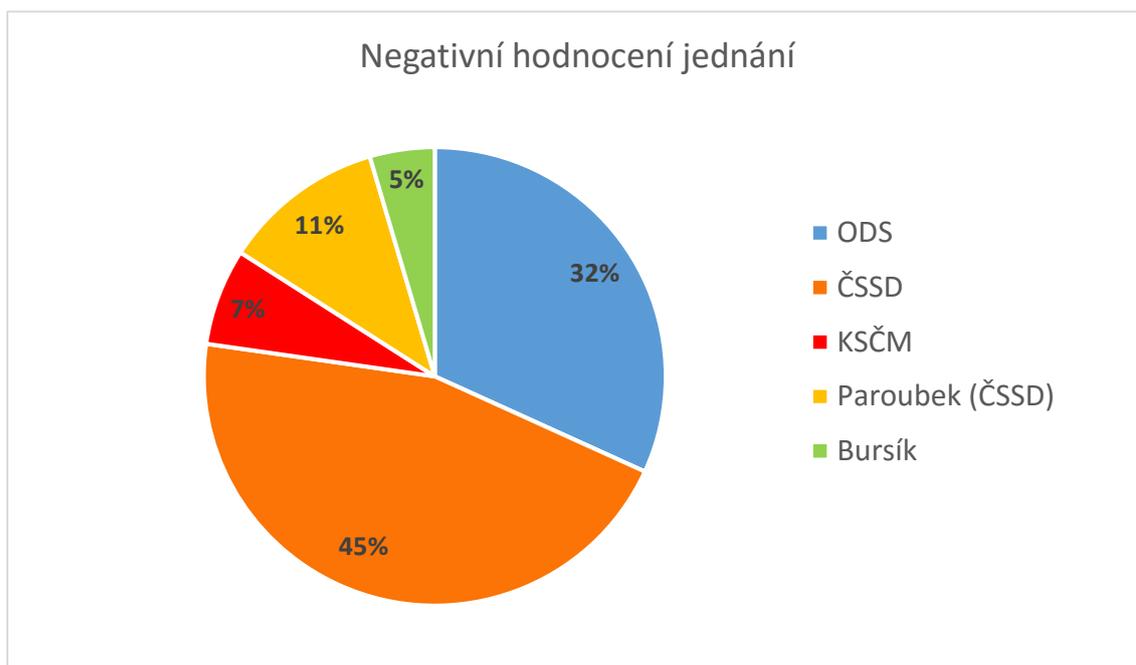
3.2.4 Hospodářské noviny

Hospodářské noviny publikovaly 53 textů k volbám, z nich 25 bylo publicistického charakteru, převážně komentáře, a 28 zpravodajského. Stejně jako ostatní média, i zde byl akcentován konflikt ČSSD–ODS, případně prostřednictvím předsedů Paroubek–Topolánek, v poměru 39 : 37, respektive 31 : 18. Stejně pozornosti se dostalo Straně zelených a KDU-ČSL, vždy po 9 textech, nebo personifikovaně Bursíkovi, jako předsedovy SZ, a Kalouskovi, jako předsedovi lidovců, vždy po 4 textech. Kromě KSČM (14 textů) a jedné zmínky o Liberální reformní straně nedostal na stránkách Hospodářských novin prostor žádný další subjekt.

Stejně jako MF Dnes, i Hospodářské noviny se vyznačovaly vysokým poměrem neutrálně vyznívajících textů, 73,5 %. Negativně vyznívajících textů bylo celkem 9, z nich 5 vyznívalo negativně vůči ČSSD a 3 vůči jejímu předsedovi. Pozitivně vyznívajících textů bylo 6 a 5 z nich vyznívalo pozitivně vůči ODS.

Hodnocení jednání aktéra se v textech vyskytovalo o poznání častěji. Jak je vidět z obrázku 4, nejvíce kritický byl titul vůči ČSSD (20 textů). Přičteme-li navíc negativní hodnocení Paroubka, získáme informaci, že více než polovina negativních hodnocení byla zaměřena na ČSSD a jejího předsedu. Pozitivní hodnocení se vyskytovalo pouze jednou, a to ve prospěch ODS.

¹⁰⁵ 10 důvodů, koho volit a nevolit. In: *MF Dnes*. 31. 5. 2006. S. B3.



Obrázek 4 - Negativní hodnocení jednání aktéra. Hospodářské noviny, volby 2006.

Zdroj: vlastní výzkum.

Vyvozovat závěry na základě vyznění textů a hodnocení jednání aktérů v nich může být zavádějící, skrytá podpora v textech už ale prozradí o orientaci listu a jeho předpojatosti více. Dle proměnné 14 byla implicitní podpora kódována čtyřikrát ve prospěch ODS a třikrát proti ČSSD. Vždy se jednalo o publicistické texty, komentáře nebo články. Ve čtyřech z nich se vyskytovala i podpora explicitní, dvakrát jako podpora ODS a dvakrát proti ČSSD. Je zde tedy možné identifikovat otevřenou předpojatost ve prospěch pravcového spektra české politické scény

Daniel Kaiser ve svém komentáři *Závěr z Kubiceho aféry: Je třeba odstavit Paroubka* poukazuje na policejní a korupční aféry spjaté údajně s ČSSD a obviňuje její členy z protizákonného jednání, opírá se především o tzv. Kubicovu aféru, která propukla v posledním předvolebním týdnu. Na závěr nabádá voliče k volbě Topolánkovy ODS¹⁰⁶ (viz Příloha č. 24: Hospodářské noviny, 2006). Jinou podobu má přímá podpora ODS v textu s názvem *Lékař: Chce to uklidnění a postupné změny*, kde je představeno volební dilema z pohledu lékařů.¹⁰⁷ Otevřená podpora je zde prezentována částečně z pohledu

¹⁰⁶ KAISER, Daniel. Závěr z Kubiceho aféry: Je třeba odstavit Paroubka. In: *Hospodářské noviny*. 31. 5. 2006. S. 10.

¹⁰⁷ SEHNOUTKA, Petr. Lékař: Chce to uklidnění a postupné změny. In: *Hospodářské noviny*. 1. 6. 2006. S. 2

konkrétního lékaře, na němž je článek vystavěn, částečně univerzálně (tedy bez personifikace autora, který by čtenáři radil na základě svého osobního názoru).

3.2.5 Lidové noviny

Celkem 87 textů k volbám uveřejnil poslední ze zkoumaných titulů, Lidové noviny. Dvojnásobně převažovala publicistika, 59 především článků, komentářů, rozhovorů a sloupků proti 28 zpravodajským textům.

Specifikem Lidovým novin bylo zaměření na malé a neznámé kandidující subjekty. Ačkoliv nejvíc pozornosti bylo, jako u všech zkoumaných vzorků, směřováno na dvojici Paroubek–Topolánek s 33 a 19 texty a v případě stran na pětici ČSSD (39), ODS (taktéž 39), KSČM (19), Stranu zelených (18) a KDU-ČSL (16 textů), Lidové noviny napsaly o všech 26 kandidujících stranách, a to alespoň dvakrát. Většinou sice v podobně volebních přehledů s minimem názorového textu, ale i tak je to mediální pozornost, jež je tradičně malým subjektům upírána na úkor velkých vládních stran.

V negativním vyznění¹⁰⁸ pak dominovaly texty negativní vůči Paroubkovi, s odstupem následovány KSČM, ODS a ČSSD, na straně pozitivního vyznění byla situace o něco vyrovnanější, Topolánek 4 texty, Paroubek 2, stejně tak ODS, Langer (ODS), Karas (KDU-ČSL) a KDU-ČSL, vždy jeden pozitivně vyznívající text ve prospěch každého z nich. Nejvíce kritické byly Lidové noviny taktéž vůči Paroubkovi, spolu s negativním hodnocením jednání ČSSD celkem 20 textů.¹⁰⁹ Na druhé straně vůči ODS a Topolánkovi bylo kritických 11 textů, 12 započítáme-li i jeden text negativně hodnotící poslance ODS Langeru. V případě pozitivního hodnocení získali hlavní rivalové stejně: Paroubek a ČSSD dohromady 3 texty, stejně tak ODS s Topolánkem, KČM a Strana zelených pak po jednom pozitivním textu.

Implicitní podporu vyjadřovali redaktoři Lidových novin většinou v podobě „proti“. Nejvíce textů implicitně odrazovalo od volby ČSSD a KSČM. Všechny texty byly publicistického charakteru, žánrově převažoval komentář. Explicitní podpora se objevila ve 3 případech a všechny byly proti KSČM, což je mezi zkoumanými vzorky unikátní názorová pozice.

Sloupek Veselina Vačkova je typickou ukázkou *endorsementu* tak, jak je známý v anglosaském prostředí. Sloupek je na titulní straně, tudíž supluje šéfredatorský

¹⁰⁸ Proměnná 12 – „Vyznění textu“.

¹⁰⁹ Podle proměnné 13 – „Hodnocení jednání aktéra“.

editorial, a vyjadřuje názor redakce. Zajímavý je i tím, že poukazuje na existenci institucionalizované politické podpory médií v českém prostředí: „Zdejší redakce (...) neradí, koho volit, ale varují, kdo může být nebezpečný pro vývoj v zemi.“¹¹⁰ Podle redakce Lidových novin je to KSČM, která se může dostat k vládě skrze ČSSD,¹¹¹ proto titul odrazuje od volby obou těchto stran.

Text *Hrozí návrat komunistů. Nevolme ztrátu paměti* je naopak netradiční, neboť je prohlášením skupiny veřejně známých osob, tzv. studentských vůdců z doby komunismu, mezi jinými Šimona Pánka a Moniky Pajerové, kteří otevřeně varují před KSČM na základě historické zkušenosti¹¹² (viz Příloha č. 26: Lidové noviny, 2006 – 1.) Posledním je pak komentář Tomáše Klvaně s přímočarým názvem *Znemožněme komunistům podíl na vládě*, který navazuje na výzvu studentských vůdců (viz Přílohy č. 27 a 28). Autor je totiž jedním z autorů výzvy *Hrozí návrat komunistů (...)* a v komentáři o den později vysvětluje svou osobní motivaci a důvody, proč nevolit KSČM, a apeluje na voliče, aby volili demokratické principy prostřednictvím demokratických stran (čímž dává najevo, že KSČM za demokratickou nepovažuje).¹¹³

3.2.6 Srovnání

Ve zkoumaném období se tématu voleb věnovalo celkem 328 textů, což je téměř 50% nárůst oproti roku 1996. Politická témata byla oproti 90. létům více akcentovaná (tematické rámování nebylo sice předmětem výzkumu, ale v tomto desetiletém období jednoznačně přibylo v českých médiích domácí politiky na úkor zahraniční). Nejvíce textů publikovaly Lidové noviny a MF Dnes, oba tituly shodně po 87, Právo 76, Hospodářské noviny 53 a Blesk jen o málo víc než v roce 1996, celkem 25 textů. Poměrově také přibylo publicistiky, 166 publicistických textů proti 162 zpravodajským, tedy lehce přes 50 %, kdežto v roce 1996 tvořila publicistika sotva čtvrtinu.

Významný podíl tvořily neutrální texty. Porovnáme-li mezi sebou jednotlivé zkoumané tituly, procentuálně nejvíce neutrální zůstal deník MF Dnes se 75 % neutrálních textů, následovaly Hospodářské noviny se 73,5 %, překvapivě Blesk se 72 % (kde je tento fakt způsoben velice nízkým podílem názorových textů – 3 z 25), Lidové noviny

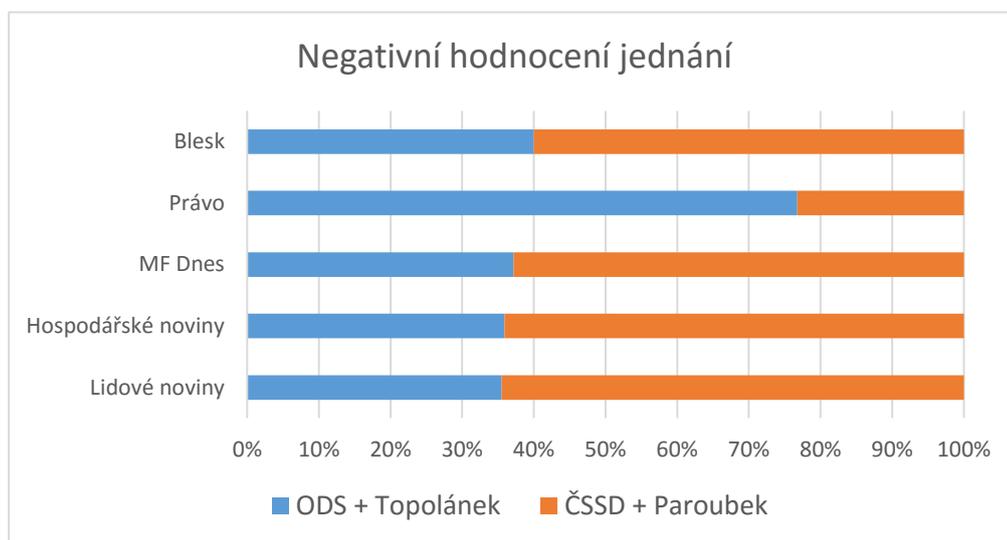
¹¹⁰ VAČKOV, Veselin. Nevolit Fausta. In: *Lidové noviny*. 2. 6. 2006. S. 1.

¹¹¹ Předseda ČSSD Paroubek totiž v předvolebním týdnu uvedl, že menšinovou vládu s podporou komunistů považuje za relevantní alternativu a je připraven o ní po volbách jednat.

¹¹² MEJSTRÍK, Martin, Šimon PÁNEK a další. Hrozí návrat komunistů. Nevolme ztrátu paměti. In: *Lidové noviny*. 31. 5. 2006. S. 11.

¹¹³ KLVANA, Tomáš. Znemožněme komunistům podíl na vládě. In: *Lidové noviny*. 2. 6. 2006. S. 1, 10.

s necelými 60 % a nakonec Právo s přesně 50 % neutrálních textů. Tři čtvrtiny textů MF Dnes, které nevyznívají ani negativně, ani pozitivně vůči žádnému politickému aktérovi, je vysoký poměr, kdežto stěží polovina neutrálních textů jako v Právu ukazuje na předpojatost titulu, zvláště uvědomíme-li si, že téměř 60 % zkoumaného obsahu tvořilo zpravodajství.

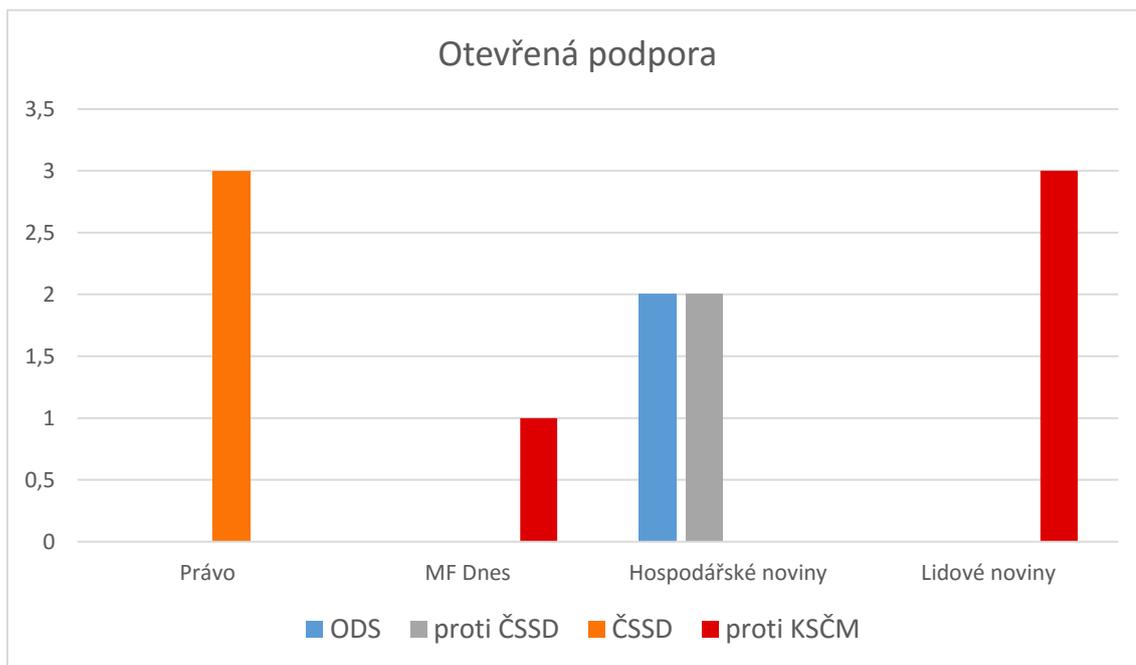


Obrázek 5 - Srovnání negativního hodnocení jednání ODS a ČSSD. Volby 2006.

Zdroj: vlastní výzkum.

Ve všech médiích byl akcentován konflikt ČSSD – ODS, případě personifikovaně skrze předsedy těchto stran. Tato koncentrace a zjednodušení předvolebního boje na dva aktéry se oproti roku 1996, kdy tento konflikt představovali Klaus (ODS) se Zemanem (ČSSD), ještě umocnila. Jak je vidět z předchozího obrázku 5, většina zkoumaných titulů se stavěla více kriticky vůči Paroubkovi a ČSSD. Vysvětlením může být fakt, že Paroubek dokončoval volební období jako předseda vlády a nabízela se tak kritika uplynulých let jeho vládnutí.

Počet otevřené podpory v textech vzrostl. V předvolebním týdnu se objevilo celkem 11 případů explicitní podpory, vždy v podobě publicistických textů. Nejvíce explicitní podpory se objevilo na stranách Hospodářských novin, celkem ve 4 textech, o jeden méně pak publikovaly Právo a Lidové noviny, pouze jeden takový text uveřejnila MF Dnes. V Blesku nebyl identifikován ani jeden případ otevřené podpory.



Obrázek 6 - Otevřená podpora ve zkoumaných médiích. Volby 2006. Zdroj: vlastní výzkum.

V roce 2006 byl zaznamenán i nárůst *endorsementu*. V Právu byly publikovány dva komentáře Zdeňka Jičínského, které jsou přinejmenším na hranici *endorsementu* (neopírají se o autoritu titulu, přesto je doporučení k volbě naprosto jednoznačné a vydávané univerzálně, tedy ne s akcentací subjektivní pozice autora textu).¹¹⁴ Jako *endorsement* proti KSČM byl vyhodnocen celostránkový článek v MF Dnes, který předkládá vždy 10 důvodů proč volit a proč nevolit jednu z pěti hlavních stran. V případě KSČM „redakce nenašla žádný pádný důvod, proč by měli voliči dávat své hlasy (...) KSČM.“¹¹⁵ Sloupek Veselina Vačka na titulní straně Lidových novin pak odrazuje od volby KSČM a ČSSD a je typickou ukázkou *endorsementu*.¹¹⁶

3.3 VOLBY 2013

V červenci roku 2012 schválil Parlament zákon o přímé volbě prezidenta republiky.¹¹⁷ Do té doby byl prezident volen nepřímo Parlamentem, na schůzi obou komor. V lednu 2013 proběhla historický první přímá volba prezidenta České republiky, což by s sebou mělo nést zvýšený zájem zpravodajských médií (jak ale zjistíme

¹¹⁴ JIČÍNSKÝ, Zdeněk. Drsná kampaň není letošní vynález. In: *Právo*. 30. 5. 2006. S. 9.; JIČÍNSKÝ, Zdeněk. Plukovník Kubice ve službách ODS. In: *Právo*. 31. 5. 2006. S. 9.

¹¹⁵ 10 důvodů, koho volit a nevolit. In: *MF Dnes*. 31. 5. 2006. S. B3.

¹¹⁶ VAČKOV, Veselin. Nevolit Fausta. In: *Lidové noviny*. 2. 6. 2006. S. 1.

¹¹⁷ Zákon č. 275/2012 Sb., o volbě prezidenta republiky a o změně některých zákonů.

v následujících kapitolách, zkoumané tituly se volbám nevěnovaly výrazně více než třeba v roce 2006).

Volba prezidenta byla dvoukolová. V prvním kole se volební soutěže účastnilo 9 kandidátů, s nejrůznějšími úrovněmi vazeb na politické strany (stranický kandidát, kandidát s podporou strany, kandidát bez stranické příslušnosti apod.), a do druhého kola postoupili kandidáti dva: Miloš Zeman (Strana práv občanů Zemanovci) a Karel Schwarzenberg (TOP 09). První kolo volby se konalo v pátek a sobotu 11. a 12. ledna 2013, druhé kolo pak o dva týdny později, v pátek a sobotu 25. a 26. ledna 2013. Miloš Zeman vyhrál s necelými 55 % hlasů¹¹⁸ a stal se prvním přímo voleným prezidentem ČR.

3.3.1 Blesk

Ve zkoumaném období před prvním kolem volby publikoval deník Blesk 21 textů k volbám a před druhým kolem pouze 19. Tento pokles textů s volební tematikou proti prvnímu kolu je ve vzorku zkoumaných zpravodajských médií unikátní, ve většině případů počet textů rostl, a to často i několikanásobně. Pro Blesk je typické minimum publicistických textů (v případě prvního kola pouhé 2, před kolem druhým 7).

Z 9 kandidátů v prvním kole Blesk do svého zpravodajství vyseletoval pouze Zemana (11 textů), Fischera (10 textů) a Schwarzenberga (8 textů), o ostatních kandidátech psal jen minimálně. Více než třetina textů zpravovala o kandidátech neutrálně, nejvíce negativně i pozitivně vyznívajících textů měl Zeman (což je způsobené i největší mírou pozornosti, které se mu dostalo), respektive nejvíce negativně vyznívajících textů bylo proti Fischerovi (4) a hned v závěsu proti Zemanovi (3).¹¹⁹ Zemana se nejvíce týkalo negativní hodnocení jednání obsažené v textech. Navzdory tomu byla Zemanovi nejvíce vyjadřována implicitní podpora, a to hned ve třech případech, dvakrát ve zpravodajském textu a jednou v publicistickém. Jednou byla skrytá podpora v publicistickém textu identifikována proti Zemanovi.

V druhém kole proti sobě soupeřili pouze dva kandidáti a Blesk věnoval naprosto stejnou míru pozornosti oběma z nich, každý byl zmíněn v 15 textech z 19. Celkem 9 textů vyznívalo neutrálně, o něco více negativních textů směřovalo proti Zemanovi, pozitivních pak pro Schwarzenberga, rozdíly ale byly minimální. Ne však v případě negativního hodnocení jednání, Zeman byl terčem kritiky celkem devětkrát, třikrát více

¹¹⁸ Volba prezidenta republiky konaná ve dnech 11. 01. – 12. 01. 2013. [online] *Český statistický úřad: Volby.cz*. [Citováno dne 8. 5. 2016.]

¹¹⁹ Kódováno jako proměnná 12 – „Vyznění textu“.

než jeho protivník. Pozitivně hodnoceni byli oba stejně, shodně po dvou textech. Implicitní podpora se objevila dvakrát, v obou případech se jednalo o text publicistický. Jednou se autor skrytě vyhrazoval proti Zemanovi a jednou byl v textu skrytě podporován.

Otevřená podpora nebyla identifikována ani v jednom ze zkoumaných období.

3.3.2 Právo

Ani deník Právo nepublikoval k prvnímu kolu volby prezidenta mnoho článků (v porovnání s ostatními tituly a s tím, kolik pozornosti věnovalo Právo ostatním zkoumaným volbám). V týdnu před prvním kolem vydalo 28 textů k volbám. V případě druhého kola je zde více jak dvojnásobný nárůst, za stejné období vydal titul 62 textů. I poměr publicistiky se zvedl z 9 textů (necelá třetina) na 28 (45 %). Především v druhém týdnu jednoznačně převažoval komentář jako publicistický žánr.

V prvním kole redukoval list škálu kandidátů na Zemana, Fischera a s mírným odstupem Schwarzenberga a Dienstbiera. Téměř 40 % textů vyznívalo neutrálně, zajímavostí je, že spíše než negativní vyznění se na stranách Práva objevovaly pozitivně vyznívající texty – nejvíce ve prospěch Zemana a Dienstbiera. Tento fakt je jednoduše vysvětlitelný levicovou orientací jak dotyčných kandidátů, tak listu.

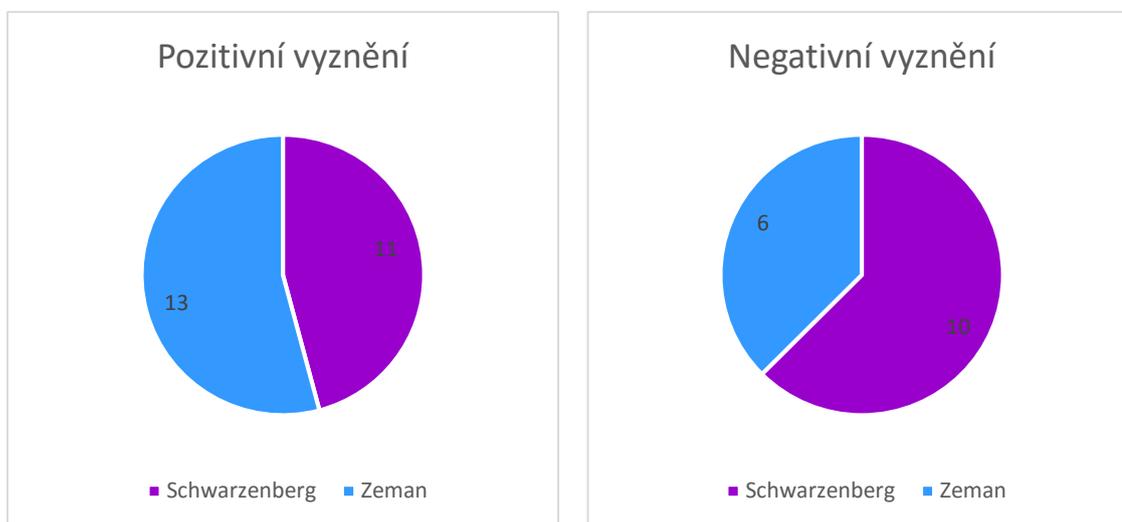
Nejvíce negativně hodnoceným kandidátem¹²⁰ byl Fischer (7 textů), následován Schwarzenbergem a Zemanem (oba shodně po 4 textech). Pozitivního hodnocení se dostalo pouze Zemanovi a Dienstbierovi. Tomu odpovídají i čísla implicitní podpory: z 5 textů, které skrytě podporovaly nějakého kandidáta, 4 podporovaly Dienstbiera a 2 Zemana. Tři z těchto textů obsahovaly i podporu explicitní, všechny vůči Dienstbierovi. Všechny tyto příklady otevřené podpory byly publicistickými texty.

V komentáři *Koho volit nebudu* kritizuje Petr Uhl jednotlivé kandidáty tak, že mu vylučovací metodou zbyde jediný volitelný: Dienstbier. Důvodem diskreditace ostatních je podle autora „mediální a finanční podpora“.¹²¹ Nicméně ani na začátku neoperuje se všemi 9 kandidáty, bez vysvětlení je selektuje na Fischera, Zemana, Schwarzenberga a Dienstbiera. Otevřená podpora zda má podobu „budu volit“, je zaštitěná pouze osobou autora textu (viz Příloha č. 29: Právo, 2013 – 1.).

¹²⁰ Na základě proměnné 13 – „Hodnocení jednání aktéra“.

¹²¹ UHL, Petr. *Koho volit nebudu*. In: *Právo*. 7. 1. 2013. S. 6.

Oproti tomu komentář *Dienstbier je šanci pro levici* předsedy ČSSD Bohuslava Sobotky (tato skutečnost je u textu uvedena) podporuje Dienstbiera, tedy sociálně demokratického kandidáta univerzálně, ne jménem autora, ale ani jménem listu¹²² (viz Příloha č. 30: Právo, 2013).



Obrázek 7 - Negativní a pozitivní vyznění textů před druhým kolem. Volby 2013.

Zdroj: vlastní výzkum.

V případě druhého kola se Právo věnovalo téměř stejně Schwarzenbergovi jako Zemanovi, rozdílem byly 4 texty navíc o Schwarzenbergovi. Schwarzenberg byl ale také o něco více kritizován a Zeman chválen.¹²³ I proměnná „Vyznění textu“ ukazovala na mírné zaujetí titulu ve prospěch Zemana, jak je vidět na předchozím obrázku 7.

Celkem 25 případů implicitní podpory bylo identifikováno v týdnu před druhým kolem. Z nich 11 skrytě podporovalo Schwarzenberga, což je ke stavu ostatních proměnných vcelku překvapivý počet, a 13 Zemana. Jeden text obsahoval implicitní podporu proti Schwarzenbergovi, což v případě dvou kandidátů znamená implicitní podporu pro Zemana. Vysoký je i počet textů s explicitní podporou: 12. Celkem čtyřikrát se objevila otevřená podpora Zemanovi a pětkrát Schwarzenbergovi. Všechny tyto texty byly publicistického charakteru, převážně komentáře či sloupky.

Specifickými texty jsou drobné rozhovory, které celkem třikrát vyšly pod názvem *Koho budete volit?*¹²⁴ a ve kterých projevovaly otevřenou podporu kandidátům veřejně

¹²² SOBOTKA, Bohuslav. Dienstbier je šanci pro levici. In: *Právo*. 7. 1. 2013. S. 6.

¹²³ Na základě proměnné 13 – „Hodnocení jednání aktéra“.

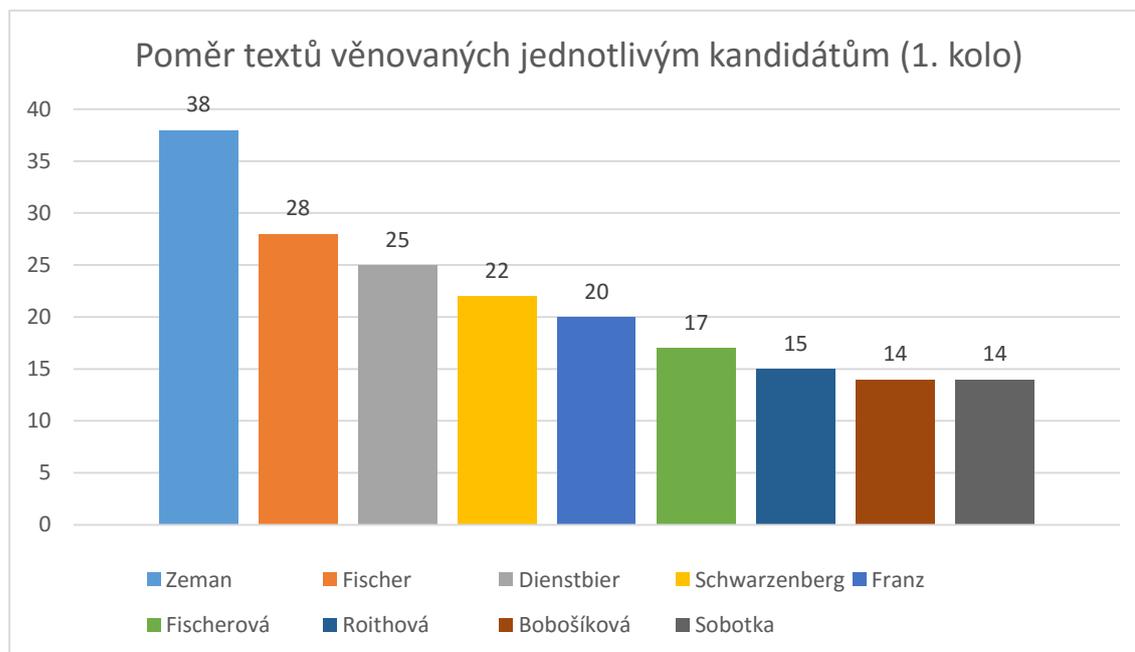
¹²⁴ *Koho budete volit?* In: *Právo*. 22. 1. 2013. S. 2.; *Koho budete volit?* In: *Právo*. 23. 1. 2013. S. 3.; *Koho budete volit?* In: *Právo*. 24. 1. 2013. S. 2.

známé osobnosti. Tyto případy nejsou započítány do předchozích uváděných čísel explicitní podpory (4 pro Zemana a 5 pro Schwarzenberga), neboť stojí na hranici mezi zkoumaným mediálním *endorsementem* a tzv. *celebrity endorsementem* (viz kapitola 2.3. Otevřená podpora – fenomén endorsementu). Poměr otevřené podpory v těchto textech je 11 : 8 pro Schwarzenberga.

3.3.3 MF Dnes

Mladá fronta Dnes patří mezi tituly s vyšším počtem textů k prezidentské volbě (samozřejmě ve zkoumaných obdobích). V týdnu před prvním kolem publikovala 66 textů, z toho víc jak 60 % publicistického charakteru, před druhým kolem pak dokonce 96, kdy přesně polovina byla publicistika a polovina zpravodajství. MF Dnes také nejvíce pracovala s velkoformátovými texty, které zabíraly celou stranu, a s fotografiemi a infografikou.

Titul se vyrovnaněji věnoval všem 9 kandidátům, i v případě druhého kola je rozdíl mezi texty o Zemanovi a o Schwarzenbergovi minimální. Před prvním kolem byl navíc vcelku vysoký podíl neutrálních textů – necelých 60 %, před druhým kolem neutralita klesla na 53 %. V prvním kole vyznělo negativně nejvíce textů proti Zemanovi (9) a Fischerovi (3), pozitivní vyznění pak měly texty ve prospěch Schwarzenberga (7) a Roithové (4), méně pak vůči Fischerové, Bobošíkové,



Obrázek 8 - Poměr textů věnovaných jednotlivým kandidátům před prvním kolem. Volby 2013. Zdroj: vlastní výzkum.

Dienstbierovi (všichni shodně po 2 textech), Zemanovi, Fischerovi a Sobotkovi (každý po jednom textu). Co se týče druhého kola, stejný počet textů (19) vyzníval negativně proti Zemanovi a pozitivně pro Schwarzenberga.

Zajímavé ale je, že tato čísla nekorespondují stoprocentně s proměnnou 13 „Hodnocení jednání aktérů“. Protože zatímco v případě „vyznění“ měl Schwarzenberg jednoznačně navrch, kritizováni byli oba kandidáti stejně hodně a chváleni málo. Rozdíl se pak ukazuje v tom, že vůči Zemanovi byl titul dvakrát tak kritický jak vůči Schwarzenbergovi.

Ve zkoumaném období před prvním kolem publikoval list 6 textů obsahující skrytou podporu. Z toho celkem 3krát byla vyjádřená ve prospěch Schwarzenberga, jednou Fischera, Dienstbiera i Roithové a jednou proti Zemanovi. Jediným příkladem explicitní podpory je sloupek Jaroslava Kmenty *Dcera naslouchala a řekla, koho volit*, kde kritizuje postupně všechny kandidáty a pozitivně vychází pouze Dienstbier, Roithová a Schwarzenberg.¹²⁵ Této trojici také na závěr vyjádří otevřenou podporu, nicméně pouze vlastním jménem, neopírá se o autoritu titulu. Nejedná se tedy o *endorsement*.

Proti tomu před druhým kolem volby obsahovalo implicitní podporu celkem 15 textů, 12 pro Schwarzenberga, 2 pro Zemana a jeden proti Zemanovi. Případů explicitní podpory bylo 5, všechny v publicistických textech, vyrovnaně pro Zemana a pro Schwarzenberga a všechny vyjadřovaly podporu jménem autora a ne média. Nejzajímavější je komentář šéfredaktora v pátečním vydání *Co nechci: Jak jsem se rozhodoval před přímou volbou prezidenta*. Čtenáři zde vyloží, jaký by podle něj měl prezident republiky být a jak se chovat. Přál by si, aby „prezidentův styl reprezentoval úctu k pravdě, svobodě, respekt k názorům druhých. Nechci styl, v němž je za účelem politického zisku dovoleno cokoli.“¹²⁶ Na závěr vyjadřuje otevřenou podporu Schwarzenbergovi v podobě „já budu volit“, respektive „nebudu volit“. Čásenský se ve svém komentáři vyhrazuje proti *endorsementu* médií. Ostatně v MF Dnes se ani v jednom zkoumaném období k volbám 2013 *endorsement* nevyskytl – šéfredaktor se už před prvním kolem vyjádřil v tom smyslu, že MF Dnes nebude dávat doporučení voličům jako jiná zpravodajská média.¹²⁷

¹²⁵ KMENTA, Jaroslav. *Dcera naslouchala a řekla, koho volit*. In: *MF Dnes*. 10. 1. 2013. S. B3.

¹²⁶ ČÁSENSKÝ, Robert. *Co nechci: Jak jsem se rozhodoval před přímou volbou prezidenta*. In: *MF Dnes*. 25. 1. 2013. S. 10A.

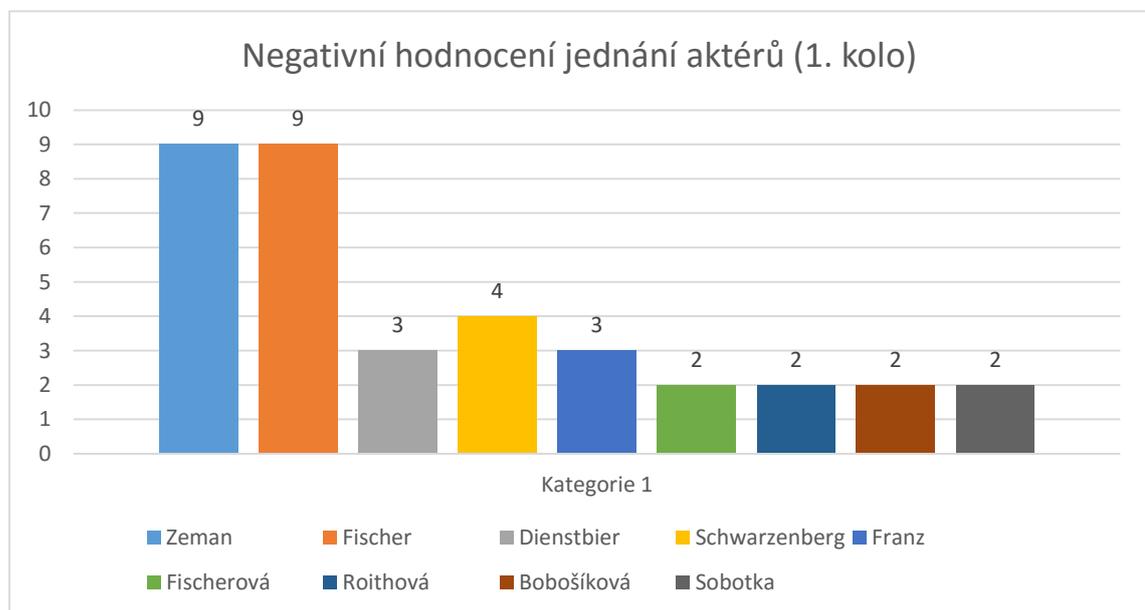
¹²⁷ ČÁSENSKÝ, Robert. *Koho volit? Co chci a co nechci: Pár otázek před rozhodnutím*. In: *MF Dnes*. 11. 1. 2013. S. 10A.

3.3.4 Hospodářské noviny

V Hospodářských novinách vyšlo před prvním kolem 32 textů k volbám a před kolem druhým 66. Převládala publicistika (68 % a 71 % všech textů), v obou zkoumaných obdobích dominoval komentář. Titul se věnoval všem kandidátům, i když převažoval konflikt Fischer–Zeman, v závěsu se Schwarzenbergem a Dienstbierem. V druhém kole převládaly texty o Zemanovi v poměru 62 : 53 o Schwarzenbergovi.

Navzdory vysokému poměru publicistických textů byla převážná část obsahu (v prvním kole dokonce 75 %) neutrální. V druhém kole převažovaly negativně vyznívající texty vůči Zemanovi (10, vůči Schwarzenbergovi pouze jeden) a pozitivně vyznívající vůči Schwarzenbergovi (14, vůči Zemanovi 6).

Co se týče negativního hodnocení jednání, nevyhnulo se nikomu. Jak je vidět z následujícího obrázku 9, vyčnívala však dvojice Zeman–Fischer, každý po 9 kritických textech. V druhém kolem bylo celkem 26 textů kritických k Zemanovi a pouze 9 ke Schwarzenbergovi. V případě pozitivního hodnocení jednání rozdíl tak dramatický nebyl, 9 textů pro Schwarzenberga a 7 pro Zemana.



Obrázek 9 - Negativní hodnocení jednání aktérů před prvním kolem. Volby 2013.

Zdroj: vlastní výzkum.

Implicitní podpora se před prvním kolem objevila v 7 textech. Čtyřikrát proti Zemanovi, jednou proti Fischerovi, třikrát ve prospěch Schwarzenberga a jednou

Roithové. Podpora explicitní se objevila ve dvou textech, v obou případech měla podobu doporučení, za které se staví celý titul.

Komentář *Zvolme prezidenta, který spojuje, ne rozděluje* je nejspíš nejcitovanějším textem, co se týče *endorsementu* v českých médiích. Jedná se o komentář Petra Šabaty, který byl uveřejněn přímo na titulní straně a doplněn grafikou, která *endorsement* v textu jediné podpořila (viz Příloha č. 31: *Hospodářské noviny*, 2013). Autor nejdříve činí výčet toho, co od prezidenta očekává a jaký by měl být. „*Neměl by společnost rozdělovat, ale spojovat. Měl by působit uměřeně a státnicky, spíš než o politické zápletky by se měl zajímat o atmosféru v zemi (...)*“¹²⁸ Následně vyjadřuje otevřenou podporu Schwarzenbergovi. Ne vlastním jménem, ale jménem listu. „*Ideálu dobrého prezidenta se podle HN nejvíce blíží Karel Schwarzenberg.*“ Zdůvodňuje, proč by nejlépe naplňoval role vytyčené v první části textu, s důrazem na schopnosti v zahraniční politice, a na závěr předkládá argumenty, proč *Hospodářské noviny* nedoporučují ostatní kandidáty. Tento text je exemplárním příkladem *endorsementu*, kdy je doporučení kandidáta opřeno o autoritu titulu a podpora je vyjadřována otevřeně jménem celého listu a podpořena věcnými argumenty.

Pro druhé kolo volby zvolily *Hospodářské noviny* jinou strategii. *Endorsement* ze strany titulu tu již není přítomný, list ale pravidelně každý den (ve zkoumaném období) otiskl v názorové sekci vedle sebe dva komentáře, většinou od veřejně známé osobnosti (Petr Pithart, Jiří Rusnok, Eliška Wagnerová, Zdeněk Škromach a další), kdy jeden z textů otevřeně podporoval Schwarzenberga a druhý Zemana.

3.3.5 Lidové noviny

Jako u většiny zkoumaných zpravodajských médií se počet textů uveřejněných Lidovými novinami k volbám v druhém kole oproti prvnímu dramaticky zvýšil. Titul publikoval v týdně před prvním kolem volby prezidenta 31 textů, přičemž 14 z nich, tedy slabá polovina, byla publicistických, a před druhým kolem 83 s poměrem 47 publicistických ku 36 zpravodajských.

Lidové noviny neselektovaly kandidáty a zpravovaly oproti ostatním zpravodajským médiím vcelku vyrovnaně. Nejvíce se list věnoval tradiční dvojici favoritů Zemanovi a Fischerovi (19 textů) a Schwarzenbergovi (18). Jen o něco méně

¹²⁸ ŠABATA, Petr. *Zvolme prezidenta, který spojuje, ne rozděluje*. In: *Hospodářské noviny*. 11. 1. 2013. S. 1.

textu se týkalo kandidátů Franze (13), Dienstbiera (12), Fischerové (11) a Roithové (10). Nejméně textů se zmínilo o Bobošíkové (7) a Sobotkovi (5).

Téměř 60 % textů v prvním kole vyznívalo neutrálně, nejvýraznější je pak náskok Schwarzenberga v pozitivně vyznívajících textech (7). Negativně vyznívaly texty shodně proti Zemanovi, Fischerovi a Franzovi, vždy po 2 textech. Proti těmto třem kandidátům byl titul nejvíce kritický i v kategorii negativního hodnocení kandidáta, kdy Zemana s Fischerem negativně hodnotí 7 textů a Franze 5. Pozitivní hodnocení se nejčastěji týká Schwarzenberga (7 případů), Roithové (3), Dienstbiera (2) a také Zemana (2).

Implicitní podpora byla na stránkách Lidových novin identifikována celkem devětkrát a z toho sedmkrát ve prospěch Schwarzenberga. Dva texty pak obsahovaly skrytou podporu Roithové a jednu proti Fischerovi. Explicitní podoba měla podobu čtyř komentářů a jednoho sloupku, které všechny jménem autora v názorové sekci listu (pouze sloupek Dalibora Balšínska byl publikován na titulní straně) vyjadřovaly otevřenou podporu Schwarzenbergovi nebo Roithové, respektive text Petra Matějčka *Volba „českého Honzy“ nic dobrého nepřinese* obsahoval otevřenou podporu proti Fischerovi.¹²⁹

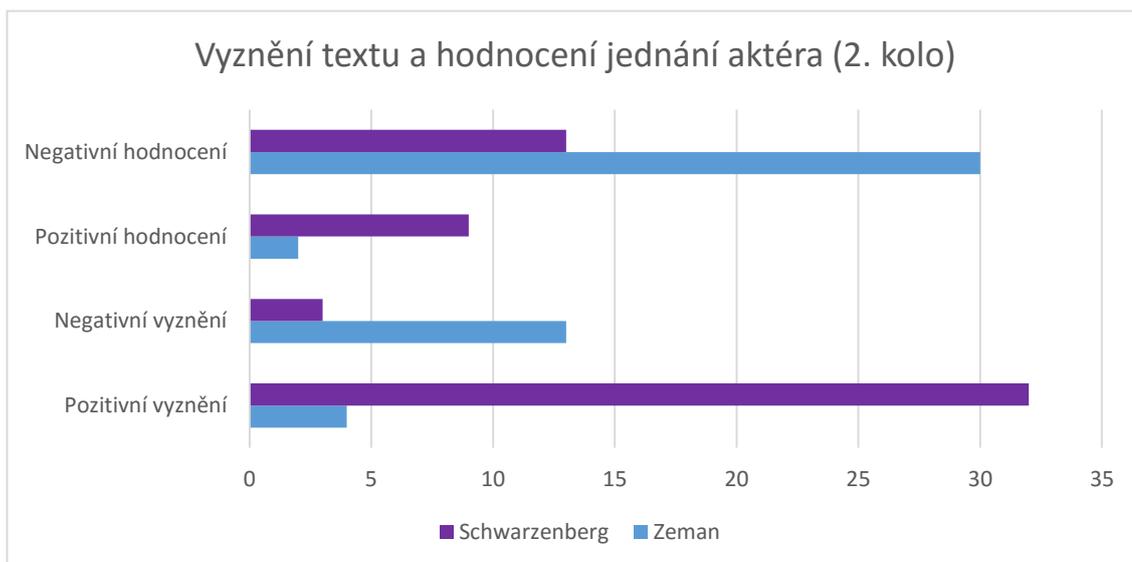
Zajímavý je velký, dvoustránkový článek *Devět kandidátů na Hrad a jejich přednosti a slabiny očima poroty LN*, který glosuje všech 9 kandidátů.¹³⁰ Zatímco tři redaktori u každého kandidáta nacházejí jednu „přednost“ a jednu „slabinu“, Jiří Peňás kritizuje a také podporuje bez ohledu na kolonky. Z jeho strany proto byla v textu identifikována otevřená podpora Schwarzenberga a Roithové.

V druhém kole byl rozdíl mezi počtem textů o Schwarzenbergovi (73) a Zemanovi (69) minimální, poměr neutrálně vyznívajících textů byl ale vcelku malý, jen málo přes třetinu. Nejvíce negativně vyznívajících textů se věnovalo Zemanovi a naopak pozitivně vyznívajících Schwarzenbergovi. Stejný trend byl jednoznačný i v proměnné 13, „Hodnocení jednání aktéra.“

Implicitní podpora byla identifikována v celkem 16 textech, v 15 případech se jednalo o skrytou podporu Schwarzenbergovi. To znamená, že 18 % celého obsahu k volbám jednoznačně, avšak skrytě podporovalo jednoho kandidáta, nemluvě o tom, že téměř 40 % obsahu vyznívalo pozitivně v jeho prospěch (bez nutně vyjádřené podpory), jak je ostatně vidět i na následujícím obrázku 10.

¹²⁹ MATĚJČEK, Petr. Volba „českého Honzy“ nic dobrého nepřinese. In: *Lidové noviny*. 11. 1. 2013. S. 12.

¹³⁰ ZLÁMALOVÁ, Lenka, Vladimír KRÍVKA, Martin ZVĚŘINA a Jiří PEŇÁS. Devět kandidátů na Hrad a jejich přednosti a slabiny očima poroty LN. In: *Lidové noviny*. 11. 1. 2013. S. 2–3.



Obrázek 10 - Vyznění textu a hodnocení jednání aktérů v druhém kole. Volby 2013.

Zdroj: vlastní výzkum.

Explicitní podpora se objevila v 5 textech. Dvakrát se jednalo o komentář, jednou o fejeton a dvakrát o sloupek. Autoři ve 4 textech otevřeně podpořili Schwarzenberga, naopak Valtr Komárek v textu *Kandidátům se neměří stejně* vysvětluje osobní důvody k volbě Zemana, čímž ho otevřeně podporuje svým jménem, ne jménem listu (viz Příloha č. 33: Lidové noviny, 2013 – 2.). Zároveň autor upozorňuje na fakt, že zpravodajská média podle něho o kandidátech referují alarmujícím odlišným způsobem.¹³¹

Sloupek Dalibora Balšínska *Dobrý prezident* zaujímá místo na titulní straně a má jen kousek k *endorsementu* vyjádřeného jménem redakce (viz Příloha č. 32: Lidové noviny, 2013). Autor svůj text uzavírá: „*Já i většina mých kolegů budeme volit Karla Schwarzenberga.*“¹³² Jedná se o otevřenou podporu, které předchází implicitní výzvy čtenářům, že mají učinit taktéž, ale zůstává podporou vyjádřenou jménem autora, ne listu.

3.3.6 Srovnání

Před prvním kolem publikovala nejvíce textů k volbě prezidenta jednoznačně MF Dnes. Celkem 66 textů, oproti Hospodářským novinám s 32, Lidovým novinám s 31, Právu s 28 a Blesku s 21 texty. Stejně tak vedla i co se týče počtu textů ve zkoumaném období před druhým kolem, kdy uveřejnila 96 textů k volbám, zatímco Lidové noviny 83, Hospodářské noviny 66, Právo 62 a Blesk 19. Zatímco u většiny titulů počet textů

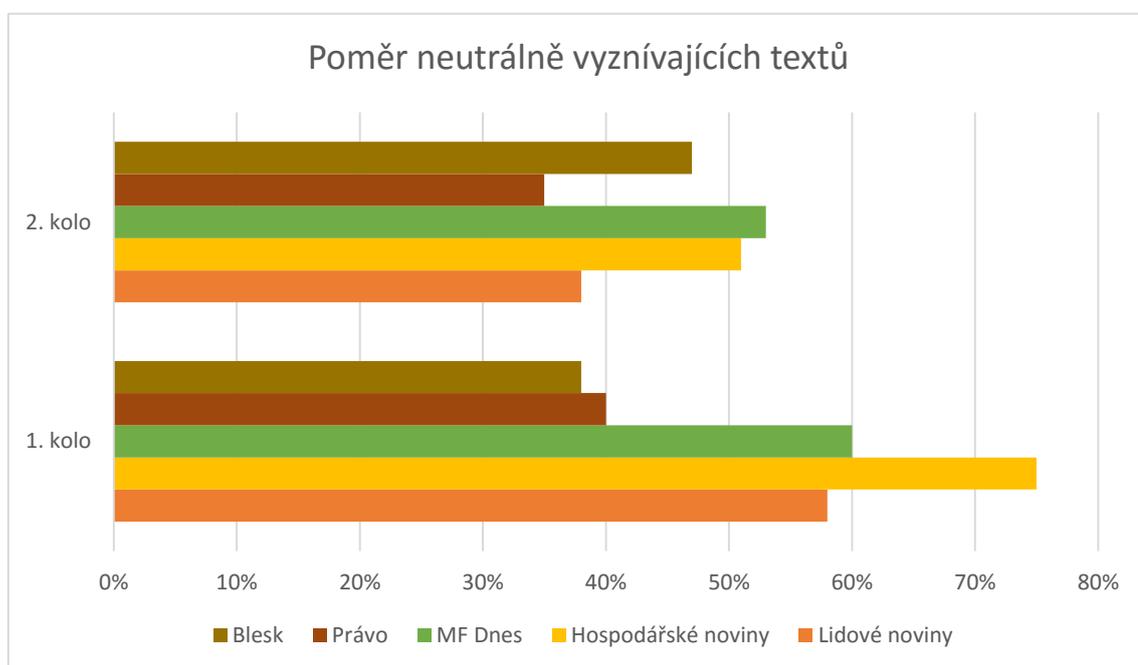
¹³¹ KOMÁREK, Valtr. Kandidátům se neměří stejně. In: *Lidové noviny*. 10. 1. 2013. S. 11.

¹³² BALŠÍNEK, Dalibor. Dobrý prezident. In: *Lidové noviny*. 11. 1. 2013. S. 1.

k druhému kolu dramaticky vzrostl, u Blesku klesl. Celkem bylo uveřejněno 178 textů v týdnu před prvním kolem a 326 textů v týdnu před kolem druhým.

Blesk a Právo selektovaly původních 9 kandidátů na tři, respektive čtyři, a zpravovaly téměř výhradně o Zemanovi, Fischerovi a Schwarzenbergovi, respektive Dienstbierovi. Oproti tomu MF Dnes, Hospodářské a Lidové noviny se věnovaly všem kandidátům (ačkoliv i zde převažoval prostor věnovaný Zemanovi, Fischerovi a Dienstbierovi).

V druhém kole všechna média publikovala vyrovnaný počet textů o Zemanovi a o Schwarzenbergovi. V jediném případě Hospodářských novin byl rozdíl o něco větší než zanedbatelný, Zeman 62 ku 53 textům Schwarzenberga.



Obrázek 11 - Poměr neutrálně vyznívajících textů. Volby 2013. Zdroj: vlastní výzkum.

Už v prvním kole byl Zeman kandidát, který u většiny médií získal nejvíce negativní pozornosti, ať už prostřednictvím negativních vyznění textů nebo negativního hodnocení jednání. Výjimkou je deník Právo, kde Zeman naopak vedl v počtu pozitivních vyznění, negativní pozornost byla obrácená proti Fischerovi. V druhém kole pak Právo také jako jediný deník publikovalo nejvíce textů pozitivně vyznívajících a pozitivně hodnotících Zemana – u ostatní titulů to bylo opačně, Zeman měl obvykle více negativně kódovaných proměnných a Schwarzenberg pozitivně kódovaných.

O to překvapivější jsou výsledky proměnné „Implicitní podpora“, kdy deník Právo, navzdory vyhodnocení P12 a P13,¹³³ na základě nichž by bylo možné interpretovat Právo jako titul předpojatý ve prospěch Zemana, publikoval 11 textů obsahujících skrytou podporu Schwarzenberga. A v případě explicitní podpory se poměr dokonce obrátil a 5 textů otevřeně podpořilo Schwarzenberga, zatímco 4 Zemana. Většina autorů těchto textů argumentuje mimo jiné Zemanovou údajnou škodlivostí pro pozici ČSSD na politickém poli, je proto možné interpretovat tyto výsledky tak, že i pro levicově orientované žurnalisty byl pravicový kandidát „menším zlem“ proti postavě Miloše Zemana.

Druhé kolo prezidentské volby bylo výjimečné vysokým počtem textů (většinou publicistických) obsahujících skrytou podporu. MF Dnes zveřejnila 15 takových textů a Lidové noviny dokonce 16 (v obou titulech vždy drtivě převažuje skrytá podpora Schwarzenberga).

Co se týče otevřené podpory, rozdíl mezi prvním a druhým kolem nebyl tak závažný, kupříkladu Lidové noviny uveřejnily více textů s otevřenou podporou před prvním kolem.

Nejzajímavějším příkladem jsou Hospodářské noviny, jejichž komentář *Zvolme prezidenta, který spojuje, ne rozděluje*¹³⁴ na titulní straně je typickou ukázkou *endorsementu*, kdy k volbě daného kandidáta – v tomto případě Schwarzenberga – je čtenář vyzván jménem celého titulu a autoritou instituce zpravodajského média jako takového.¹³⁵

¹³³ Proměnná 12 – „Vyznění textu“ a proměnná 13 – „Hodnocení jednání aktéra“.

¹³⁴ ŠABATA, Petr. Zvolme prezidenta, který spojuje, ne rozděluje. In: *Hospodářské noviny*. 11. 1. 2013. S. 1.

¹³⁵ Více k textu v kapitole 3.3.4 Hospodářské noviny.

ZÁVĚR

Předložená bakalářská práce se zabývá problematikou otevřené podpory a specificky *endorsementu*, jako typu institucionalizované podpory politického aktéra ze strany mediálního subjektu. Autorka si je vědoma limitů výzkumu i jeho následných interpretací způsobených především omezeným rozsahem práce. Cílem nebylo postihnout celou problematiku *endorsementu* a otevřené podpory, práce se věnovala úzkému vymezení výskytu *endorsementu* v českých zpravodajských médiích, jeho podobám a četnosti.

Pro přesné vymezení práce byl definován cíl: uvést pojem *endorsementu* do českého kontextu na příkladu třech vybraných celonárodních voleb v České republice po roce 1989. Autorka považuje tento cíl za splněný.

Výzkum byl zpracován metodou obsahové analýzy na vzorku pěti vybraných českých deníků, Hospodářských novin, Lidových novin, MF Dnes, Práva a Blesku. K analýze byly vybrány tři volební události tak, aby rovnoměrně pokrývaly existenci samostatné České republiky od 90. let do současnosti, tedy volby do Poslanecké sněmovny v roce 1996 a v roce 2006 a přímá volba prezidenta republiky v roce 2013. Zkoumaným obdobím bylo 5 pracovních dnů před prvním dnem voleb.

Texty v daných zpravodajských médiích byly kódovány dle vlastní kódovací knihy, autorka v nich především hledala znaky otevřené a skryté podpory subjektů kandidujících ve volbách. Výsledky analýzy byly následně komparovány a závěry se týkaly celého zkoumaného období napříč jednotlivými deníky.

Závěrečné vyhodnocení výstupů autorka uzavírá následujícím způsobem:

V roce 2013 byly ve zkoumaném období ve vybraných denících identifikovány 3 případy *endorsementu*. Dvakrát se jednalo o komentář v Hospodářských novinách a jednou v Právu. Hospodářské noviny jako titul doporučily Schwarzenberga v prvním kole volby prezidenta, Právo doporučilo Zemana ve druhém kole. Případů otevřené podpory, avšak vyjádřené jménem autora textu, nezaštitěné autoritou listu, se vyskytlo mnohonásobně víc: Lidové noviny uveřejnily 6 textů s otevřenou podporou v prvním kole a 5 ve druhém; Hospodářské noviny 2 texty (oba zároveň naplňovaly kritéria *endorsementu*) v prvním kole a v druhém kole udržovaly zajímavou strukturu dvou komentářů s otevřenou podporou vedle sebe, vždy pro jednoho a druhého kandidáta. MF Dnes publikovala před prvním kolem jednu otevřenou podporu pro trojici kandidátů Dienstbier, Roithová a Schwarzenberg a ve druhém kole celkem 5 textů,

kteře vyjadřovaly otevřenou podporu vyrovnaně Schwarzenbergovi a Zemanovi. V Právu vyšly před prvním kolem 3 texty otevřeně podporující Dienstbiera, před druhým kolem pak celkem 12 případů otevřené podpory – z nich 5 ve prospěch Schwarzenberga a 4 ve prospěch Zemana. Jeden z těchto textů otevřené podpory zároveň splňoval i podmínky *endorsementu*. Kromě toho otiskl deník Právo 4 texty, které připomínaly spíše kategorii *celebrity endorsement*. V Blesku nebyl před volbami v roce 2013 identifikován žádný případ otevřené podpory.

Před volbami v roce 2006 bylo publikováno celkem 11 textů otevřené podpory a z toho 4 naplňovaly kritéria *endorsementu*. Jednalo se o komentář v MF Dnes, který autoritou listu doporučoval nevolit KSČM. Lidové noviny uveřejnily 2 texty otevřené podpory a jeden text, který naplňoval kritéria *endorsementu* a doporučoval nevolit ČSSD a KSČM. Právo dvakrát doporučilo volbu ČSSD. Vedle toho v Hospodářských novinách vyšly 4 texty otevřené podpory, dva podporující ODS a dva proti ČSSD, nejednalo se ale o *endorsement*, ve všech případech bylo doporučení čtenářům prezentováno jménem autora. V Blesku se ani v tomto zkoumaném období otevřená podpora nevyskytovala.

Před volbami v roce 1996 byla identifikována otevřená podpora celkem 3krát. Dva texty, v nichž autoři vlastním jménem doporučují volbu malých levicových stran (Levého bloku a Stranu demokratické levice), publikovalo Právo. Ani jeden z těchto komentářů nepodporuje volbu autoritou listu, nejedná se tedy o *endorsement*. Oproti tomu text v MF Dnes naplňuje kritéria *endorsementu*, když doporučuje čtenáři volbu ODS, ODA a KDU-ČSL ve jménu celého titulu.

Je tedy možné konstatovat, že navzdory obecnému přesvědčení *endorsement* není novým fenoménem v českých zpravodajských médiích, čtenáři se s ním mohli setkat už v 90. letech. Ze zkoumaného vzorku z roku 1996 odpovídá kritériím *endorsementu* pouze jeden text, je ale nutné vzít v potaz, že zkoumané období bylo vymezeno velice úzce a předmětem výzkumu bylo pět hlavních českých deníků – při větším výzkumu by proto mohlo být odhaleno více případů. Přesto tento zkoumaný vzorek situaci relativně dobře ilustruje a je možné z něj vyvozovat obecnější závěry.

Otevřená podpora v textech zkoumaných deníků vždy měla podobu publicistického textu, žánrově převládá komentář. V českém prostředí se neprojevuje tendence publikovat názorové texty vyjadřující postoj celé redakce bez jmenovitého autora textu, ve zkoumaných zpravodajských médiích i texty doporučující kandidáta jménem celého listu mají svého autora, který je pod nimi podepsán. Navíc tato redakční

doporučení tvoří stále výraznou menšinu v rámci otevřené podpory. Převládající podoba otevřené podpory je formulována jako „já volím“, jménem autora textu.

Princip otevřené podpory, a to i podpory zaštitěné autoritou listu, je na základě výsledků výzkumu českým čtenářům známý už minimálně 20 let a jeho využití ve zpravodajských médiích rapidně roste. Ve zkoumaném období v roce 1996 byly identifikovány 3 případy otevřené podpory, v roce 2006 už 11 a v roce 2013 dokonce 16. V případě *endorsementu* se ojedinělý případ v roce 1996 rozrostl do 4 volebních doporučení v roce 2006, respektive 3 případů identifikovaných v roce 2013. Vysvětlení může ležet v zahraniční inspiraci, kdy jsou díky rostoucí globalizaci čtenářům i novinářům čím dál tím více k dispozici texty zahraničních listů, kde především v anglosaském prostředí je *endorsement* tradiční předvolební záležitostí. Vliv může hrát i politizace společnosti a proměna mediální sféry, od které je vyžadována větší angažovanost. Internetová média vytvářejí tlak na klasické papírové noviny, které se snaží odlišit exkluzivním obsahem – názorové texty takový typ obsahu představují. Otevřená podpora a předvolební doporučení jsou pak možností, jak se vyčlenit z davu a podpořit svou společensko-politickou profilaci na trhu.

Tato bakalářská práce se snažila odbornou výzkumnou metodou přispět k dosavadním vědomostem o problematice otevřené podpory a uvést ji do českého kontextu, kde autorka vnímá nedostatek české literatury k tématu. Autorka by také ráda poukázala na nové oblasti vhodné k dalšímu výzkumu.

Endorsement je v českých zpravodajských médiích možná ještě více než kdy dřív zajímavým a zkoumání hodným subjektem. Tato práce nemohla pokrýt různé formy tohoto fenoménu, zajímavý je bezesporu i etický rozměr této problematiky a také její provázání se skutečnou voličskou odezvou. Má *endorsement* médií vliv na nerozhodnuté voliče? Je tento vliv pozitivní a vede, v podobě jakéhosi „ověřeného doporučení“, ke skutečné volbě daného kandidáta? Nebo naopak posiluje skeptický postoj vůči „manipulujícím“ médiím?

SUMMARY

The aim of this bachelor thesis is to establish the concept of endorsement within the context of Czech media. Endorsement is a specific form of media support for a political actor, whether a politician or a political party. In this thesis, the difference between endorsement and media support is defined: when media support is initiated solely by the author of the examined article while endorsement is a support that stems from and is shielded by the authority of the whole newspaper.

Endorsement is a common concept with a long tradition in the United States of America and the United Kingdom. However, this field of study is not firmly rooted in Czech media studies yet. It is generally believed that endorsement is a new phenomenon for the Czech media and their consumers, whether readers or a TV/radio audience. This thesis has examined several Czech dailies from the years 1996, 2006 and 2013 with the aim to examine the presence of endorsement in Czech media from the '90s to the present days.

In the theoretical part, the thesis presents a theoretical background to the media objectivity and bias. These chapters are primarily based on the theoretical work of Denis McQuail supplemented by authors such as John Street, Elizabeth Dwoskin, Bernard Keane, Jan Jiráček, Tomáš Trampota and more. The thesis also explains different aspects and forms of media support in specific historical periods with a special focus on the territory of the present-day Czech Republic.

The core of the thesis is an original research. The aim of the research is to discover the evolution of endorsement in Czech media, its appearance and frequency. The research is conducted using the method of content analysis and the analysis outcomes are compared afterwards. The media coverage of 3 important national elections is the focus of the research. Five national daily newspapers were selected as the representative sample for the research: *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *MF Dnes*, *Právo* and *Blesk*. The examined period is defined as a 5-day-long term preceding the first election day in case of all three examined elections.

Based on the research, we can conclude that endorsement has been present in the Czech dailies since the '90s. In the 1996 sample, there was one example of endorsement: a commentary article in *MF Dnes*, which endorsed political parties ODS, ODA and KDU-ČSL for the parliamentary election. In the year 2006, there were

4 examples of endorsement found and there were three of them in the year 2013. Most of the identified endorsement articles were published in Právo, three examples in total.

The conclusion of the thesis is as follows: Despite the popular beliefs, endorsement is not a new concept in Czech media nor is direct media support. In the examined samples, there were several examples of both, usually in the form of commentary articles.

POUŽITÁ LITERATURA

BEDNAŘÍK, Petr a Jan CEBE. Vývoj médií v Československu od února 1948 do prosince 1950. In: *Sborník Národního muzea v Praze, řada C - Literární historie*. Roč. 53 (2008), č. 1–4. S. 53–56.

BERELSON, Bernard. *Content Analysis in Communication Research*. New York: Hafner Press, 1984. ISBN 978-002-8412-108.

CEBE, Jan a Jakub KONČELÍK. Novinářský aktivismus; protektorátní kolaborantská žurnalistika a její hlavní představitelé z řad šéfredaktorů českého legálního tisku. In: *Sborník Národního muzea v Praze, řada C – Literární historie*. Roč. 53 (2008), č. 1–4. S. 39–48.

EMERY, Michael, Edwin EMERY a Nancy L. ROBERTS. *The press and America: an interpretive history of the mass media*. 9. vydání. Boston: Allyn & Bacon, 2000. 698 str. ISBN 0-205-29557-6.

FILIPOVÁ, Marta. Vizuální studia: Obsahy, východiska, metody. In: FORET, Martin, Marek LAPČÍK, Petr ORSÁG (eds.). *Média dnes: Reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. 1. vydání. Olomouc: Univerzita Palackého, 2008. S. 237–248. ISBN 978-80-244-2023-3.

GRABER, A. Doris. *Media Power in Politics*. 5. vydání. Washington, D.C.: CQ Press, 2007. 454 str. ISBN 1-933116-77-3.

HALLIN, C. Daniel a Paolo MANCINI. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. ISBN 0-521-83535-6.

KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 2010. 344 str. ISBN 978-80-7367-698-8.

KONČELÍK, Jakub. Média pražského jara; Zrod reforem a demokratizace novinářské práce. In: *Sborník Národního muzea v Praze, řada C – Literární historie*. Roč. 53 (2008), č. 1–4. S. 65–70.

MCQUAIL, Denis. *Media performance: Mass communication and the public interest*. London: SAGE Publications, 1999. 350 str. ISBN 0-8039-8295-X.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vydání. Praha: Portál, 2002. 448 str. ISBN 80-7178-714-0.

MCQUAIL, Denis. *Žurnalistika a společnost*. 1. vydání. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3093-9.

NEČAS, Vlastimil. Research of Bias in Selected Journals: A Meta–Analysis. In: *Bodhi: An Interdisciplinary Journal*. 2008, 2 (1). S. 117–135.

OSVALDOVÁ, Barbora. Několik poznámek k objektivitě. OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha: Karolinum, 2011. S. 11–13. ISBN 978-80-246-1899-9.

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozšířené vyd. Praha: Libri, 2007. 263 str. ISBN 978-80-7277-266-7.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. 1. vydání. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. 539 str. ISBN 978-80-247-3568-9.

SCHULZ, Winfried, Lutz M. HAGEN, Jakub KONČELÍK, Helmut SCHERER a Irena REIFOVÁ. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2., přeprac. vyd. Praha: Karolinum, 2004. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze. ISBN 80-246-0827-8.

STREET, John. *Mass media, politics and democracy*. 1. vydání. New York: Palgrave, 2001. ISBN 03-336-9305-1.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. 1. vydání. Praha: Portál, 2010. 293 str. ISBN 978-80-7367-683-4.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. 192 str. ISBN 80-7367-096-8.

TUCHMAN, Gaye. Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. In: *American Journal of Sociology*. 1972, 77 (4). S. 660–679.

VEČEŘA, Pavel. *Úvod do dějin tištěných médií*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2015. 272 str. ISBN 978-80-247-4178-9.

WESTERSTÄHL, Jörgen. Objective News Reporting. In: *Communication Research*. 1983, 10 (3). S. 403–424.

PRAMENY

10 důvodů, koho volit a nevolit. In: *MF Dnes*. 31. 5. 2006. S. B3.

ADAM, Milan. Hostina nad prodaným statkem. In: *Právo*. 29. 5. 1996. S. 17.

BALŠÍNEK, Dalibor. Dobrý prezident. In: *Lidové noviny*. 11. 1. 2013. S. 1.

ČÁSENSKÝ, Robert. Co nechci: Jak jsem se rozhodoval před přímou volbou prezidenta. In: *MF Dnes*. 25. 1. 2013. S. 10A.

ČÁSENSKÝ, Robert. Koho volit? Co chci a co nechci: Pár otázek před rozhodnutím. In: *MF Dnes*. 11. 1. 2013. S. 10A.

JIČÍNSKÝ, Zdeněk. Drsná kampaň není letošní vynález. In: *Právo*. 30. 5. 2006. S. 9.

JIČÍNSKÝ, Zdeněk. Plukovník Kubice ve službách ODS. In: *Právo*. 31. 5. 2006. S. 9.

- KAISER, Daniel. Závěr z Kubiceho aféry: Je třeba odstavit Paroubka. In: *Hospodářské noviny*. 31. 5. 2006. S. 10.
- KLVAŇA, Tomáš. Znemožněme komunistům podíl na vládě. In: *Lidové noviny*. 2. 6. 2006. S. 1, 10.
- KMENTA, Jaroslav. Dcera naslouchala a řekla, koho volit. In: *MF Dnes*. 10. 1. 2013. S. B3.
- Koho budete volit? In: *Právo*. 22. 1. 2013. S. 2.
- Koho budete volit? In: *Právo*. 23. 1. 2013. S. 3.
- Koho budete volit? In: *Právo*. 24. 1. 2013. S. 2.
- KOMÁREK, Valtr. Kandidátům se neměří stejně. In: *Lidové noviny*. 10. 1. 2013. S. 11.
- MATĚJČEK, Petr. Volba „českého Honzy“ nic dobrého nepřinese. In: *Lidové noviny*. 11. 1. 2013. S. 12.
- MEJSTRÍK, Martin, Šimon PÁNEK a další. Hrozí návrat komunistů. Nevolme ztrátu paměti. In: *Lidové noviny*. 31. 5. 2006. S. 11.
- MELČ, Josef. Levice krátce před dvanáctou. In: *Právo*. 30. 5. 1996. S. 11.
- PAROUBEK, Jiří. Stoupáme k vítězství. In: *Právo*. 29. 5. 2006. S. 14.
- PEČINKA, Bohumil. Zločinec a jeho syn. In: *Lidové noviny*. 27. 5. 1996. S. 6.
- SEHNOUTKA, Petr. Lékař: Chce to uklidnění a postupné změny. In: *Hospodářské noviny*. 1. 6. 2006. S. 2.
- SOBOTKA, Bohuslav. Dienstbier je šancí pro levici. In: *Právo*. 7. 1. 2013. S. 6.
- STEIGERWALD, Karel. Blahobyt z dobrých slov. In: *Lidové noviny*. 27. 5. 1996. S. 1.
- STEIGERWALD, Karel. Co divák, to blbec. In: *Lidové noviny*. 28. 5. 1996. S. 6.
- STEIGERWALD, Karel. Východ, západ. In: *Lidové noviny*. 31. 5. 1996. S. 1.
- ŠABATA, Petr. Jak volit slušnou moderní zemi. In: *MF DNES*. 31. 5. 1996. S. 12.
- ŠABATA, Petr. Zvolme prezidenta, který spojuje, ne rozděluje. In: *Hospodářské noviny*. 11. 1. 2013. S. 1.
- ŠKOCH, Ondřej. Zabouchli si dveře! In: *Blesk*. 30. 5. 2006. S. 2.
- UHL, Petr. Koho volit nebudu. In: *Právo*. 7. 1. 2013. S. 6.
- VÁČKOV, Veselin. Nevolit Fausta. In: *Lidové noviny*. 2. 6. 2006. S. 1.

Zákon č. 275/2012 Sb., o volbě prezidenta republiky a o změně některých zákonů (zákon o volbě prezidenta republiky).

Zákon č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky a o změně a doplnění některých dalších zákonů, § 16, odst. 3.

ZLÁMALOVÁ, Lenka, Vladimír KŘIVKA, Martin ZVĚŘINA a Jiří PEŇÁS. Devět kandidátů na Hrad a jejich přednosti a slabiny očima poroty LN. In: *Lidové noviny*. 11. 1. 2013. S. 2–3.

ON-LINE ZDROJE

2008 General Election Editorial Endorsements by Major Newspapers. [online] *The American Presidency Project*. 1999–2014. [Citováno dne 19. 4. 2016.] Dostupné z: http://www.presidency.ucsb.edu/data/2008_newspaper_endorsements.php

2012 General Election Editorial Endorsements by Major Newspapers. [online] *The American Presidency Project*. 1999–2014. [Citováno dne 20. 4. 2016.] Dostupné z: http://www.presidency.ucsb.edu/data/2012_newspaper_endorsements.php

AWASTHI, K. Ashwini a Sapna CHORARIA. Effectiveness of Celebrity Endorsement Advertisements: The Role of Customer Imitation Behaviour. [online] In: *Journal of Creative Communications*. 10 (2). S. 215–234. [Citováno dne 13. 4. 2016.] Dostupné z: <http://crc.sagepub.com.ezproxy.is.cuni.cz/content/10/2/215.full.pdf+html>

Barack Obama for Re-election. [online] In: *The New York Times*. 27. 10. 2012. [Citováno dne 10. 5. 2016.] Dostupné z: <http://www.nytimes.com/2012/10/28/opinion/sunday/barack-obama-for-president.html>

DWOSKIN, Elizabeth. Do Newspapers' Presidential Endorsements Still Matter? [online] *Bussinessweek*. 29. 10. 2012 [Citováno dne 20. 4. 2016.] Dostupné z: <http://www.bloomberg.com/news/articles/2012-10-29/do-newspapers-presidential-endorsements-still-matter>

HIX, Simon a Michael MARSH. Punishment or Protest? Understanding European Parliament Elections. [online] In: *The Journal of Politics*. 69 (2). S. 495–510. [Citováno dne 6. 5. 2016.] Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/10.1111/j.1468-2508.2007.00546.x>

Hospodářské noviny. [online] *Economia*. [Citováno dne 27. 3. 2016.] Dostupné z: <http://economia.ihned.cz/produkty-a-sluzby/hospodarske-noviny/>

JIRÁK, Jan. Média a politika. [online] *Metodický portál RVP*. [Citováno dne 18. 4. 2016.] Dostupné z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/556/MEDIA-A-POLITIKA.html/>

KEANE, Bernard. Is There any Benefit in Partisan Media? [online] *Crikey*. 19. 9. 2011. [Citováno dne 19. 4. 2016.] Dostupné z: <http://www.crikey.com.au/2011/09/19/is-there-any-benefit-in-partisan-media/>

KELLNER, Douglas. *Media culture: cultural studies, identity, and politics between the modern and the postmodern*. [online] London: Routledge, 1995. [Citováno dne 13. 4. 2016.] Dostupné z: <http://site.ebrary.com/lib/cuni/Doc?id=10057689>

KOMÁREK, Michal. Proč média předstírají, že nepředstírají. [online] *Literární noviny*. 13. 2. 2013 [Citováno dne 19. 4. 2016.] Dostupné z: <http://literarky.cz/politika/rozhovory/13447-pro-media-pedstiraji-e-nepedstiraji>

Lidové noviny. [online] *Mediální skupina MAFRA*. [Citováno dne 27. 3. 2016.] Dostupné z: http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_produkty-a-sluzby_lidove-noviny.htm&menu=

Mladá fronta DNES. [online] *Mediální skupina MAFRA*. [Citováno dne 27. 3. 2016.] Dostupné z: http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_produkty-a-sluzby_mlada-fronta-dnes.htm

O nás. [online] *Czech News Center*. [Citováno dne 27. 3. 2016.] Dostupné z: <http://www.cncenter.cz/clanek/1323/o-nas>

Periodický tisk / Leden 2015. [online] *ABC ČR - Kancelář ověřování nákladu tisku*. [Citováno dne 27. 3. 2016.] Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk-1/?filterYear=2015&filterMonth=1>

Právo. [online] [Citováno dne 27. 3. 2016.] Dostupné z: <http://www.pravo.cz/>

United into One Kingdom. [online] *UK Parliament Website*. [Citováno dne 18. 4. 2016.] Dostupné z: <http://www.parliament.uk/about/living-heritage/evolutionofparliament/legislativescrutiny/act-of-union-1707/overview/united-into-one-kingdom/>

VINOPAL, Jiří. Povaha předvolebních průzkumů a jejich role v rozhodování voličů [online]. In: *Naše společnost: Časopis Centra pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR*. Ročník 4 (2006), číslo 1. S. 3–8. ISSN 2336-1646. [Citováno dne 2. 4. 2016.] Dostupné z: http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c3/a3996/f11/Nase%20spolecnost%202006_1.pdf

Vláda Mirka Topolánka I. (04. 09. 2006 – 09. 01. 2007). [online] *Vláda České republiky*. 30. 4. 2009. [Citováno dne 4. 5. 2016.] Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/clenove-vlady/historie-minulych-vlad/prehled-vlad-cr/1993-2007-cr/mirek-topolanek-1/prehled-ministru-24638/>

Volba prezidenta republiky konaná ve dnech 11. 01. – 12. 01. 2013. [online] *Český statistický úřad: Volby.cz*. [Citováno dne 8. 5. 2016.] Dostupné z: <http://volby.cz/pls/prez2013/pe2?xjazyk=CZ>

Volby.cz. [online] Český statistický úřad. [Citováno dne 27. 3. 2016.] Dostupné z: <http://www.volby.cz/>

Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 31. 5. – 1. 6. 1996. [online] *Český statistický úřad: Volby.cz*. [Citováno dne 19. 4. 2016.] Dostupné z: <http://volby.cz/pls/ps1996/u64>

Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 02. 06. – 03. 06. 2006. [online] *Český statistický úřad: Volby.cz*. [Citováno dne 4. 5. 2016.] Dostupné z: <http://volby.cz/pls/ps2006/ps2?xjazyk=CZ>

SEZNAM PŘÍLOH

- Příloha č. 1: Tabulka vyhodnocení – Blesk, 1996 (tabulka)
Příloha č. 2: Tabulka vyhodnocení – Právo, 1996 (tabulka)
Příloha č. 3: Tabulka vyhodnocení – MF Dnes, 1996 (tabulka)
Příloha č. 4: Tabulka vyhodnocení – Hospodářské noviny, 1996 (tabulka)
Příloha č. 5: Tabulka vyhodnocení – Lidové noviny, 1996 (tabulka)
Příloha č. 6: Tabulka vyhodnocení – Blesk, 2006 (tabulka)
Příloha č. 7: Tabulka vyhodnocení – Právo, 2006 (tabulka)
Příloha č. 8: Tabulka vyhodnocení – MF Dnes, 2006 (tabulka)
Příloha č. 9: Tabulka vyhodnocení – Hospodářské noviny, 2006 (tabulka)
Příloha č. 10: Tabulka vyhodnocení – Lidové noviny, 2006 (tabulka)
Příloha č. 11: Tabulka vyhodnocení – Blesk, 2013 (tabulka)
Příloha č. 12: Tabulka vyhodnocení – Právo, 2013 (tabulka)
Příloha č. 13: Tabulka vyhodnocení – MF Dnes, 2013 (tabulka)
Příloha č. 14: Tabulka vyhodnocení – Hospodářské noviny, 2013 (tabulka)
Příloha č. 15: Tabulka vyhodnocení – Lidové noviny, 2013 (tabulka)
Příloha č. 16: MF Dnes, 1996 (obrázek)
Příloha č. 17: Hospodářské noviny, 1996 (obrázek)
Příloha č. 18: Lidové noviny, 1996 – 1. (obrázek)
Příloha č. 19: Lidové noviny, 1996 – 2. (obrázek)
Příloha č. 20: Blesk, 2006 (obrázek)
Příloha č. 21: Právo, 2006 – 1. (obrázek)
Příloha č. 22: Právo, 2006 – 2. (obrázek)
Příloha č. 23: Právo, 2006 – 3. (obrázek)
Příloha č. 24: Hospodářské noviny, 2006 (obrázek)
Příloha č. 25: MF Dnes, 2006 (obrázek)
Příloha č. 26: Lidové noviny, 2006 – 1. (obrázek)
Příloha č. 27: Lidové noviny, 2006 – 2. (obrázek)
Příloha č. 28: Lidové noviny, 2006 – 3. (obrázek)
Příloha č. 29: Právo, 2013 – 1. (obrázek)
Příloha č. 30: Právo, 2013 – 2. (obrázek)
Příloha č. 31: Hospodářské noviny, 2013 (obrázek)
Příloha č. 32: Lidové noviny, 2013 – 1. (obrázek)
Příloha č. 33: Lidové noviny, 2013 – 2. (obrázek)

PŘÍLOHY

Příloha č. 1: Tabulka vyhodnocení – Blesk, 1996 (tabulka)

Rok:	1996
Titul:	Blesk
Celkový počet článků:	21
Publicistika:	5
z toho	komentář 2x, glosa 2x, článek
Zpravodajství:	16
Politici aktéři v textech:	Zeman (ČSSD) 5x, Klaus (ODS) 4x, Grebeníček (KSČM) 3x, Dienstbier (SD-LSNS) 3x, Ortman (Levý blok) 2x, Kalvoda (ODA), Prokop (ODA), Gross (ČSSD), Buzková (ČSSD), Ruml (ODS), Sládek (SPR-RSČ), Hromádková (DEU), Mlynář (Levý blok), Balín (KSČM), Lux (KDU-ČSL)
Akcentace voleb:	21 (všechny)
Volební průzkum:	1 (proti ČSSD)
Vyznění textu:	
neutrální	13
pozitivní	Prokop, ODA
negativní	Klaus, Zeman, Kalvoda, Dienstbier, Lux, Grebeníček, Hromádková, ČSSD, KSČM
Hodnocení jednání:	
žádné	13
pozitivní	Klaus, ČSSD, KSČM
negativní	Zeman (3x), Klaus, Kalvoda, Dienstbier, Lux, Grebeníček, KSČM
Implicitní podpora:	Prokop (publ.), proti KSČM (zprav.)
Explicitní podpora:	/

Příloha č. 2: Tabulka vyhodnocení – Právo, 1996 (tabulka)

Rok:	1996
Titul:	Právo

Celkový počet článků:	53
Publicistika:	18
z toho	komentář 12x, interview 4x, fejeton, sloupek
Zpravodajství:	35
Politici aktéři v textech:	Zeman (ČSSD) 15x, Grulich (ČSSD), Buzková (ČSSD), Ruml (ODS) 3x, Klaus (ODS) 10x, Lux (KDU-ČSL) 4x, Grebeníček (KSČM) 4x, Ransdorf (KSČM), Kalvoda (ODA) 2x, Ortman (LB), Mlynář (LB) 2x
(strany)	ODS 20x, ČSSD 17x, ODA 10x, KSČM 10x, SD-LSNS 4x, KDU-ČSL 4x, SDL 4x, LB 4x, SZ, ČMUS
Akcentace voleb:	53 (všechny)
Volební průzkum:	ODS, proti ODS, KSČM
Vyznění textu:	
neutrální	24
pozitivní	ČSSD 5x, ODA 3x, ODS 2x, SD-LSNS 2x, SPR-RSČ, KSČM, KDU-ČSL, LB
negativní	ODS 9x, ČSSD 2x, SZ, ČMUS, SDL, ODA, KSČM, LB
Hodnocení jednání:	
pozitivní	ČSSS 4x, ODS 3x, OSA, KDU-ČSL
negativní	ODS 13x, ČSSD 5x, ODA 3x, KSČM 2x, LB, SZ, ČMUS, SDL, KDU-ČSL, Klaus (ODS) 2x, Zeman (ČSSD), Lux (KDU-ČSL)
Implicitní podpora:	proti ODS (publ.) 2x, SD-LSNS (publ.), ODA (publ.), KDU-ČSL (publ.) ČSSD (publ.) 3x, ČSSD (zprav.), LB (publ.), SDL (publ.)
Explicitní podpora:	LB, SDL

Příloha č. 3: Tabulka vyhodnocení – MF Dnes, 1996 (tabulka)

Rok:	1996
Titul:	MF DNES

Celkový počet článků:	57
Publicistika:	17
z toho	komentář 14x, poznámka 2x, fejeton
Zpravodajství:	40
Politici aktéři v textech:	Zeman (ČSSD) 16x, Klaus (ODS) 11x, Lux (KDU-ČSL) 5x, Kalvoda (ODA) 5x, Ransdorf (KSČM) 3x, Ruml (ODS) 2x, Grebeníček (KSČM) 2x, Suchánek (ODS), Němec (ODS), Kliment (LB), Zieleniec (ODS), Dienstbier (SD-LSNS), Dlouhý (ODA), Švorcová (KSČM), Zemina (ODS), Sládek (SPR-RSČ), Buzková (ČSSD)
(strany)	ODS 19x, ČSSD 16x, ODA 12x, KDU-ČSL 10x, KSČM 6x, SD-LSNS 7x, SPR-RSČ 5x, DEU 4x, SZ 2x, LB 2x, ČMUS, Hnutí Samosprávné Moravy a Slezska - Moravské Národní Sjednocení
Volební průzkum:	ODS, proti ODS, pořadí ODS - ČSSD - KDU-ČSL
Vyznění textu:	
neutrální	30
pozitivní	ČSSD 5x, ODS 5x, KDU-ČSL 4x, ODA 2x, SD-LSNS, SPR-RSČ, KSČM, Zeman
negativní	ČSSD 5x, ODS 4x, KDU-ČSL 2x, KSČM 2x, SPR-RSČ 2x, LB, SD-LSNS, HSMS-MNS, DEU, Zeman (ČSSD)
Hodnocení jednání:	
pozitivní	ČSSD 3x, ODS 2x, KSČM, ODA, KDU-ČSL
negativní	ČSSD 7x, ODS 5x, SPR-RSČ 4x, KDU-ČSL 3x, SD-LSNS 2x, KSČM 2x, HSMS-MNS, DEU, ODA, Zeman (ČSSD), Suchánek (ODS)
Implicitní podpora:	proti Zemanovi, proti KSČM, ODS 2x, proti ČSSD, ODS/ODA/KDU-ČSL, ODS/ODA/KDU-ČSL/ČSSD/KSČM/SPR-RSČ - všechno publicistické texty
Explicitní podpora:	ODS/ODA/KDU-ČSL

Příloha č. 4: Tabulka vyhodnocení – Hospodářské noviny, 1996 (tabulka)

Rok:	1996
Titul:	Hospodářské noviny
Celkový počet článků:	14
Publicistika:	1
z toho	komentář
Zpravodajství:	13
Politici aktéři v textech:	Kalvoda (ODA), Klaus (ODS), Koukal (ODS) + 5 textů úplně bez pol. aktérů
(strany)	ODS 4x, Pravý blob 3x, Strana zelených 3x, Strana československých komunistů 3x, Celostátní aktiv občanů 3x, KDU-ČSL 3x, ODA 3x, KSČM 2x, DEU 2x, ČSSD, SD-LSNS, ČMUS,
Vyznění textu:	
neutrální	11
pozitivní	ODS, ODA, KDU-ČSL
negativní	PB 2x, SZ 2x, SČK 2x, CAO 2x
Hodnocení jednání:	
pozitivní	/
negativní	/
Implicitní podpora:	ODS/ODA/KDU-ČSL (publ.)
Explicitní podpora:	/

Příloha č. 5: Tabulka vyhodnocení – Lidové noviny, 1996 (tabulka)

Rok:	1996
Titul:	Lidové noviny

Celkový počet článků:	98
Publicistika:	21
z toho	komentář 8x, sloupek 5x, článek 3x, interview 2x, analýza, reportáž, fejeton
Zpravodajství:	77
Politici aktéři v textech:	Zeman (ČSSD) 15x, Klaus (ODS) 10x, Kalvoda (ODA) 7x, Grebeníček (KSČM) 6x, Lux (KDU-ČSL) 6x, Sládek (SPR-RSČ) 3x, Ransdorf (KSČM) 2x, Hromádková (DEU) 2x, Dienstbier (SD-LSNS) 2x, Kasal (KDU-ČSL), Ruml (ODS), Kolářová (ODS), Suchánek (ODS), Ortman (LB), Mlynář (LB), Paroubek (ČSSD), Balín (KSČM), KLavica (KSČM), Dlouhý (ODA), Venclík (Nezávislí)
(strany)	ČSSD 27x, ODS 20x, ODA 19x, KSČM 13x, KDU-ČSL 9x, SD-LSNS 8x, ČMUS 5x, SPR-RSČ 5x, LB 5x, SDL 3x, DEU 2x, SZ 2x, Česká pravice, Důchodci za životní jistoty
Vyznění textu:	
neutrální	62
pozitivní	ODS 7x, Klaus (ODS), ODA 6x, ČSSD 5x, Zeman (ČSSD), KDU-ČSL 3x, KSČM, DEU, SD-LSNS
negativní	ČSSD 7x, Zeman (ČSSD) 3x, KSČM 3x, Grebeníček (KSČM), Ransdorf (KSČM), SPR-RSČ 3x, ODA, Kalvoda (ODA), Lux (KDU-ČSL)
Hodnocení jednání:	
pozitivní	ODS 3x, Klaus (ODS), ČSSD 2x, Zeman (ČSSD), KDU-ČSL 2x, ODA 2x, SZ, KSČM
negativní	ČSSD 11x, Zeman (ČSSD) 4x, KSČM 4x, Grebeníček (KSČM), ODS 3x, Klaus (ODS), SPR-RSČ 3x, ODA, Kalvoda (ODA), KDU-ČSL, Lux (KDU-ČSL), LB, Venclík (Nezávislí)
Implicitní podpora:	proti Zemanovi, proti ČSSD, ODS 2x, proti Grebeníčkovvi, proti KSČM, ODS/ODA/KDU-ČSL 2x, ODS/ODA 2x, KDU-ČSL, ODA, (všechno publ.)
Explicitní podpora:	/

Příloha č. 6: Tabulka vyhodnocení – Blesk, 2006 (tabulka)

Rok:	2006
Titul:	Blesk

Celkový počet článků:	25
Publicistika:	3
z toho	komentář, článek, interview
Zpravodajství:	22
Politici aktéři v textech:	Paroubek (ČSSD) 12×, Topolánek (ODS) 6×, Bursík (SZ) 1×, Kasal (KDU-ČSL) 1×, Váňa (ČSSD) 1×, Havel (ČSSD) 1×, Němcová (ODS) 1×, Gandalovič (ODS) 1×, Václavek (ČSSD) 1×
(strany)	ČSSD 9×, ODS 8×, SZ 5×, KSČM 4×, KDU-ČSL 1×
Vyznění textu:	
neutrální	18
pozitivní	Paroubek (ČSSD) 2×, ODS 1×
negativní	ČSSD 3×, Paroubek (ČSSD) 1×
Hodnocení jednání:	
pozitivní	ODS 2×, Topolánek (ODS) 2×, Paroubek (ČSSD) 2×
negativní	Paroubek (ČSSD) 4×, Topolánek (ODS) 2×, ODS 2×, SZ 2×, ČSSD 2×, KDU-ČSL 1×, Váňa (ČSSD) 1×, Václavek (ČSSD) 1×
Implicitní podpora:	proti ČSSD (zpravodajský), ODS (publicistický)
Explicitní podpora:	/

Příloha č. 7: Tabulka vyhodnocení – Právo, 2006 (tabulka)

Rok:	2006
Titul:	Právo
Celkový počet článků:	76
Publicistika:	31
z toho	komentář 22x, interview 7x, reportáž 2x
Zpravodajství:	45
Politici aktéři v textech:	Paroubek (ČSSD) 46x, Topolánek (ODS) 34x, Bursík (SZ) 6x, Holubová (SZ) 6x, Kalousek (KDU-ČSL) 5x, Filip (KSČM) 5x, Vidím (ODS) 2x, Langer (ODS) 2x, Váňa (ČSSD) 2x, Nečas (ODS) 2x, Gross (ČSSD) 1x, Macek (ODS) 1x, Hašek (ČSSD) 1x, Orgoníková (ČSSD) 1x, Němcová (ODS) 1x, Gandalovič (ODS) 1x, Svoboda (KDU-ČSL) 1x, Bém (ODS) 1x, Dolejš (KSČM) 1x, Konečná (KSČM) 1x, Chytka (ODS) 1x
(strany)	ODS 34x, ČSSD 32x, KSČM 13x, SZ 11x, KDU-ČSL 7x, US-DEU 2x, Nezávislí demokraté 1x, SNK-ED 1x
Vyznění textu:	
neutrální	38
pozitivní	ČSSD 11x, Paroubek (ČSSD) 7x, ODS 2x, KSČM 1x
negativní	ODS 15x, Topolánek (ODS) 2x, ČSSD 1x, SZ 1x, SNK-ED 1x, Holubová (SZ) 1x
Hodnocení jednání:	
pozitivní	ČSSD 8x, Paroubek (ČSSD) 3x, KSČM 2x, Topolánek (ODS) 1x, ODS 1x
negativní	ODS 26x, Topolánek (ODS) 7x, Paroubek (ČSSD) 5x, ČSSD 5x, SZ 3x, KDU-ČSL 2x, Bursík (SZ) 1x, Filip 1x, KSČM 1x, Holubová (SZ) 1x
Implicitní podpora:	ČSSD (publ.) 11x, ČSSD (zprav.) 4x, proti ODS (publ.), Paroubek (ČSSD) 2x (publ.), ČSSD a KSČM 1x (zprav.)
Explicitní podpora:	ČSSD 3x (publ.),

Příloha č. 8: Tabulka vyhodnocení – MF Dnes, 2006 (tabulka)

Rok:	2006
Titul:	MF DNES

Celkový počet článků:	87
Publicistika:	48
z toho	článek 24x, komentář 20x, interview 1x, analýza 1x, editorial 1x, fejeton 1x
Zpravodajství:	39
Politici aktéři v textech:	Paroubek (ČSSD) 49x, Topolánek (ODS) 28x, Bursík (SZ) 16x, Kalousek (KDU-ČSL) 13x, Tlustý (ODS) 5x, Filip (KSČM) 5x, Holubová (SZ) 4x, Langer (ODS) 2x, Váňa (ČSSD) 1x, Miklas (KDU-ČSL) 1x, Privarčák (Folklor i společnost), Páralová (ODS) 1x, Škromach (ČSSD) 1x, Janeček (SZ) 1x, Jacques (SZ) 1x, Opálka (KSČM) 1x, Recman (KSČM) 1x, Havel (ČSSD) 1x, Vacek (SZ) 1x, Králík (SNK-ED) 1x, Železný (Nez. dem.) 1x, Volfová (Nez. dem.) 1x, Vidím (ODS) 1x, Váňa (ČSSD) 1x, Dolejš (KSČM) 1x, Urban (ČSSD) 1x, Blažko (Právo a spravedlnost) 1x, Ulmanová (Rovnost šancí) 1x, Nečas (ODS) 1x, Němcová (ODS) 1x
(strany)	ČSSD 48x, ODS 40x, KSČM 18x, SZ 18x, KDU-ČSL 18x, Folklor a spravedlnost 1x, SNK-ED 1x, Rovnost šancí 1x, Česká pravice 1x, LiRA 1x, Helax-Ostrava se baví 1x
Vyznění textu:	
neutrální	66
pozitivní	ODS 2x, ČSSD 2x, KDU-ČSL 2x, Topolánek (ODS) 1x
negativní	Paroubek (ČSSD) 3x, KSČM 3x, ČSSD 2x, Kalousek (KDU-ČSL) 2x, Nezávislí 1x, Rovnost šancí 1x, ODS 1x, SZ 1x
Hodnocení jednání:	
pozitivní	ODS 2x, Paroubek (ČSSD) 1x, ČSSD 1x, KSČM 1x, KDU-ČSL 1x, SZ 1x, Topolánek (ODS) 1x
negativní	ČSSD 11x, Paroubek (ČSSD) 11x, ODS 8x, KSČM 7x, Topolánek (ODS) 5x, SZ 5x, Kalousek (KDU-ČSL) 2x, Nezávislí 1x, Tlustý (ODS) 1x, Urban (ČSSD) 1x
Implicitní podpora:	proti ČSSD 3x (publ.), ČSSD 1x (zprav.), ODS 1x (publ.), proti KSČM 2x (publ.)
Explicitní podpora:	proti KSČM 1x (publ.)

Příloha č. 9: Tabulka vyhodnocení – Hospodářské noviny, 2006 (tabulka)

Rok:	2006
Titul:	Hospodářské noviny

Celkový počet článků:	53
Publicistika:	25
z toho	komentář 16x, článek 5x, reportáž 2x, interview 1x, analýza 1x
Zpravodajství:	28
Politici aktéři v textech:	Paroubek (ČSSD) 31x, Topolánek (ODS) 18x, Bursík (SZ) 4x, Kalousek (KDU-ČSL) 4x, Váňa (ČSSD) 3x, Langer (ODS) 3x, Filip (KSČM) 2x, Nečas (ODS) 2x, Vidím (ODS) 2x, Němcová (ODS) 1x, Gandalovič (ODS) 1x, Dolejš (KSČM) 1x, Ibl (ČSSD) 1x, Holubová (SZ) 1x, Rath (ČSSD) 1x
(strany)	ČSSD 39x, ODS 37x, KSČM 14x, SZ 9x, KDU-ČSL 9x, LIRA 1x
Vyznění textu:	
neutrální	39
pozitivní	ODS 5x, ČSSD 1x,
negativní	ČSSD 5x, Paroubek (ČSSD) 3x, KSČM 1x
Hodnocení jednání:	
pozitivní	ODS 1x
negativní	ČSSD 20x, ODS 14x, Paroubek (ČSSD) 5x, KSČM 3x, Bursík (SZ) 2x,
Implicitní podpora:	ODS (publ.) 4x, proti ČSSD (publ.) 3x
Explicitní podpora:	ODS (publ.) 2x, proti ČSSD (publ.) 2x

Příloha č. 10: Tabulka vyhodnocení – Lidové noviny, 2006 (tabulka)

Rok:	2006
Titul:	Lidové noviny
Celkový počet článků:	87
Publicistika:	59
z toho	článek 21×, komentář 16×, interview 9×, sloupek 6×, editorial 4×, analýza 2×, recenze, reportáž
Zpravodajství:	28
Politici aktéři v textech:	Paroubek (ČSSD) 33×, Topolánek (ODS) 19×, Bursík (SZ) 8×, Kalousek (KDU-ČSL) 7×, Holubová (SZ) 4×, Filip (KSČM) 3×, Cibulka (Pravý blok) 2×, Langer (ODS) 2×, Julínek (ODS), Svoboda (KDU-ČSL), Hrdina (Balbínova poetická strana), Bahník (Právo a spravedlnost), Váňa (ČSSD), Nečas (ODS), Rovný (ČSNS), Karas (KDU-ČSL), Janeček (KDU-ČSL), Čada (ČSSD), Třešňák (ČSSD), Recman (KSČM), Sedá (ČSSD), Dolejš (KSČM), Jacques (SZ), Říman (ODS), Kasl (SNK-ED), Matějková (SZ), Stropnický (SZ)
(strany)	ODS 39×, ČSSD 39×, KSČM 19×, SZ 18×, KDU-ČSL 16×, SNK-ED 6×, PB 5×, US-DEU 5×, Nezávislí demokraté 4×, Folklor i společnost 4×, Balbínova poetická strana 4×, Rovnost šancí 3×, Strana zdravého rozumu 3×, 4Vize 3×, Nezávislí 3×, LiRA 3×, Humanistická strana 3×, ČSNS 3×, Koruna česká 2×, Moravská strana rovných šancí 2×, Moravané 2×, Právo a spravedlnost 2×, České hnutí za národní jednotu 2×, Národní strana 2×, Koalice pro ČR 2×
Vyznění textu:	
neutrální	54
pozitivní	Topolánek (ODS) 4×, Paroubek (ČSSD) 2×, ODS 2×, Langer (ODS), Karas (KDU-ČSL), KDU-ČSL
negativní	Paroubek (ČSSD) 11×, KSČM 5×, ODS 3×, ČSSD 3×, US-DEU, Bahník (PaS), KDU-ČSL, SNK-ED
Hodnocení jednání:	
pozitivní	Paroubek (ČSSD) 2×, SZ 2×, ODS 2×, KSČM 2×, ČSSD, Topolánek (ODS)
negativní	Paroubek (ČSSD) 13×, ODS 8×, ČSSD 7×, KSČM 5×, Topolánek (ODS) 3×, Kalousek (KDU-ČSL), Hrdina (BPS), Langer (ODS), US-DEU, KDU-ČSL
Implicitní podpora:	proti ČSSD 3× (publ.), proti KSČM (publ.), Topolánek (publ.), Paroubek (publ.), proti ODS a ČSSD (publ.), ODS (publ.)
Explicitní podpora:	proti KSČM 3× (publ.)

Příloha č. 11: Tabulka vyhodnocení – Blesk, 2013 (tabulka)

Rok:	2013
Titul:	Blesk (1. kolo)

Celkový počet článků:	21
Publicistika:	2
z toho	sloupek 2×
Zpravodajství:	19
Politici aktéři v textech:	Zeman 11×, Fischer 10×, Schwarzenberg 8×, Dienstbier 4×, Franz 4×, Sobotka 3×, Bobošíková 3×, Roithová 3×, Fischerová 2×
Vyznění textu:	
neutrální	8
pozitivní	Zeman 4×, Schwarzenberg 2×, Sobotka, Roithová, Fischerová
negativní	Fischer 4×, Zeman 3×, Schwarzenberg 2×, Franz, Bobošíková
Hodnocení jednání:	
pozitivní	Zeman 2×, Fischer, Schwarzenberg, Franz, Dienstbier, Fischerová, Roithová, Bobošíková, Sobotka
negativní	Zeman 5×, Fischer 4×, Schwarzenberg 3×, Franz 3×, Dienstbier 2×, Fischerová, Roithová, Bobošíková, Sobotka
Implicitní podpora:	Zeman 2× (zprav.), Zeman (publ.), Roithová (publ.), Schwarzenberg (zprav.), proti Zeman (publ.)
Explicitní podpora:	/

Rok:	2013
Titul:	Blesk (2. kolo)

Celkový počet článků:	19
Publicistika:	7
z toho	sloupek 3×, interview 2×, reportáž, komentář
Zpravodajství:	12
Politici aktéři v textech:	Zeman 15×, Schwarzenberg 15×
Vyznění textu:	
neutrální	9
pozitivní	Schwarzenberg 3×, Zeman 2×,
negativní	Zeman 4×, Schwarzenberg 2×
Hodnocení jednání:	
pozitivní	Schwarzenberg 2×, Zeman 2×
negativní	Zeman 9×, Schwarzenberg 3×
Implicitní podpora:	Zeman (publ.), proti Zeman (publ.)
Explicitní podpora:	/

Příloha č. 12: Tabulka vyhodnocení – Právo, 2013 (tabulka)

Rok:	2013
Titul:	Právo (1. kolo)

Celkový počet článků:	28
Publicistika:	9
z toho	komentář 6×, sloupek, fejeton, interview
Zpravodajství:	19×
Politici aktéři v textech:	Zeman 22×, Fischer 20×, Schwarzenberg 15×, Dienstbier 11×, Franz 5×, Fischerová 4×, Bobošíková 4×, Sobotka 3×, Roithová 3×,
Vyznění textu:	
neutrální	11×
pozitivní	Zeman 6×, Dienstbier 4×, Schwarzenberg 3×, Fischer 3×
negativní	Schwarzenberg 3×, Fischer 2×, Zeman
Hodnocení jednání:	
pozitivní	Zeman 2×, Dienstbier 2×
negativní	Fischer 7×, Schwarzenberg 4×, Zeman 4×, Franz, Sobotka, Dienstbier
Implicitní podpora:	Dienstbier 4× (publ.), Zeman (publ.), Zeman (zprav.)
Explicitní podpora:	Dienstbier 3× (publ.)

Rok:	2013
Titul:	Právo (2. kolo)

Celkový počet článků:	62
Publicistika:	28
z toho	komentář 16×, sloupek 7×, interview 5×
Zpravodajství:	34
Politici aktéři v textech:	Schwarzenberg 56×, Zeman 52×,
Vyznění textu:	
neutrální	22×
pozitivní	Zeman 13×, Schwarzenberg 11×
negativní	Schwarzenberg 10×, Zeman 6×
Hodnocení jednání:	
pozitivní	Zeman 9×, Schwarzenberg 6×
negativní	Schwarzenberg 24×, Zeman 22×
Implicitní podpora:	Zeman 9× (publ.), Zeman 4× (zprav.), Schwarzenberg 8× (publ.), Schwarzenberg 3× (zprav.), proti Schwarzenberg (zprav.),
Explicitní podpora:	Zeman 4× (publ.), Schwarzenberg 5× (publ.), speciál interview 4× (Schwarzenberg : Zeman 11 : 8)

Příloha č. 13: Tabulka vyhodnocení – MF Dnes, 2013 (tabulka)

Rok:	2013
Titul:	MF Dnes (1. kolo)

Celkový počet článků:	66
Publicistika:	42
z toho	sloupek 20×, interview 13×, komentář 7×, reportáž, článek
Zpravodajství:	24
Velikost	menší 29×, 1/4 15×, 1/2 11×, 1/1 11×
Politici aktéři v textech:	Zeman 38×, Fischer 28×, Dienstbier 25×, Schwarzenberg 22×, Franz 20×, Fischerová 17×, Roithová 15×, Bobošíková 14×, Sobotka 14×
Vyznění textu:	
neutrální	39×
pozitivní	Schwarzenberg 7×, Roithová 4×, Bobošíková 2×, Fischerová 2×, Dienstbier 2×, Zeman, Fischer, Sobotka
negativní	Zeman 9×, Fischer 3×, Franz, Fischerová, Sobotka, Bobošíková
Hodnocení jednání:	
pozitivní	Roithová 2×, Dienstbier 2×, Sobotka 2×, Fischer, Schwarzenberg
negativní	Zeman 18×, Fischer 7×, Dienstbier 5×, Schwarzenberg 4×, Roithová 4×, Bobošíková 4×, Franz 3×, Fischerová 3×, Sobotka 3×
Implicitní podpora:	Schwarzenberg 3× (publ.), Dienstbier 2× (publ.), Fischer (zprav.), Roithová (publ.), proti Zeman (publ.)
Explicitní podpora:	Schwarzenberg (publ.), Roithová (publ.), Dienstbier (publ.)

Rok:	2013
Titul:	MF Dnes (2. kolo)

Celkový počet článků:	96
Publicistika:	48
z toho	komentář 14×, interview 14×, sloupek 13×, analýza 4×, článek 3×
Zpravodajství:	48
Politici aktéři v textech:	Zeman 81×, Schwarzenberg 79×
Vyznění textu:	
neutrální	59×
pozitivní	Schwarzenberg 19×, Zeman 5×
negativní	Zeman 19×, Schwarzenberg 2×
Hodnocení jednání:	
pozitivní	Schwarzenberg 6×, Zeman 6×
negativní	Zeman 42×, Schwarzenberg 22×
Implicitní podpora:	Schwarzenberg 2× (zprav.), Schwarzenberg 10× (publ.), Zeman 2× (publ.), proti Zeman (publ.)
Explicitní podpora:	Schwarzenberg 3× (publ.), Zeman 3× (publ.)

Příloha č. 14: Tabulka vyhodnocení – Hospodářské noviny, 2013 (tabulka)

Rok:	2013
Titul:	Hospodářské noviny (1. kolo)

Celkový počet článků:	32
Publicistika:	22
z toho	komentář 17x, sloupek 3x, interview 2x
Zpravodajství:	10
Politici v textech:	Zeman 19x, Fischer 19x, Schwarzenberg 16x, Dienstbier 11x, Franz 7x, Sobotka 7x, Bobošíková 5x, Roithová 4x, Fischerová 4x
Vyznění textu:	
neutrální	24
pozitivní	Schwarzenberg 3x, Franz, Dienstbier
negativní	Zeman 3x, Fischer 2x
Hodnocení jednání:	
pozitivní	Schwarzenberg, Dienstbier, Franz, Roithová
negativní	Zeman 9x, Fischer 9x, Schwarzenberg 4x, Dienstbier 3x, Franz 3x, Sobotka 2x, Fischerová 2x, Bobošíková 2x, Roithová 2x
Implicitní podpora:	proti Zeman 4x (publ.), Schwarzenberg 2x (publ.), Schwarzenberg (zprav.), Roithová
Explicitní podpora:	Schwarzenberg 2x (publ.)

Rok:	2013
Titul:	Hospodářské noviny (2. kolo)

Celkový počet článků:	66
Publicistika:	47
z toho	komentář 24x, interview 6x, analýza 6x, sloupek 3x, článek 3x, recenze 2x, editorial, reportáž
Zpravodajství:	19
Politici v textech:	Zeman 62x, Schwarzenberg 53x
Vyznění textu:	
neutrální	34
pozitivní	Schwarzenberg 14x, Zeman 6x,
negativní	Zeman 10x, Schwarzenberg
Hodnocení jednání:	
pozitivní	Schwarzenberg 9x, Zeman 7x
negativní	Zeman 26x, Schwarzenberg 9x
Implicitní podpora:	Schwarzenberg 12x (publ.), Zeman 4x (publ.)
Explicitní podpora:	Zeman 4x (publ.), Schwarzenberg 4x (publ.)

Příloha č. 15: Tabulka vyhodnocení – Lidové noviny, 2013 (tabulka)

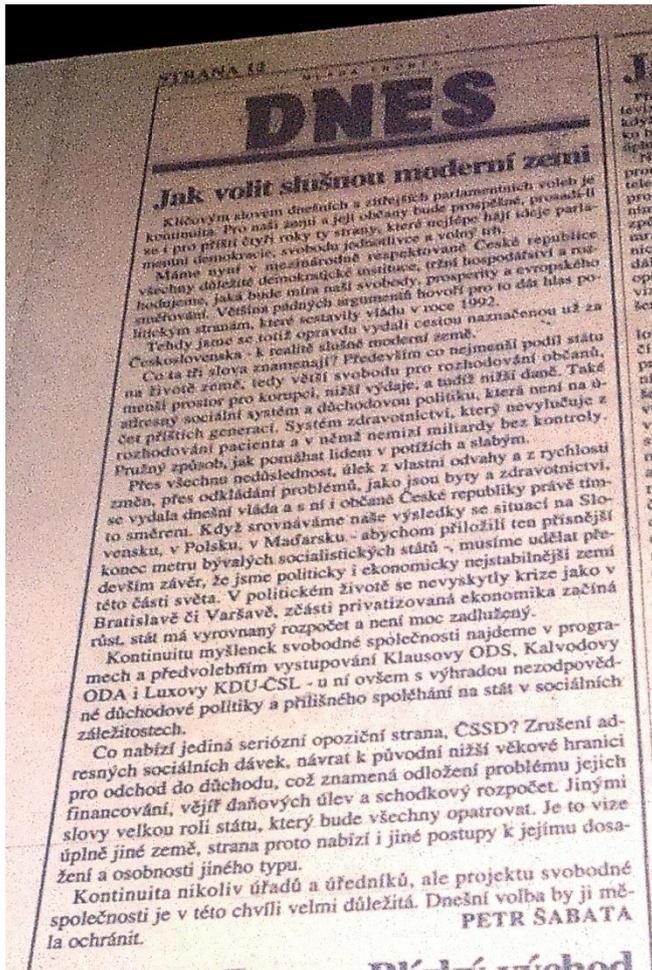
Rok:	2013
Titul:	Lidové noviny (1. kolo)

Celkový počet článků:	31
Publicistika:	14
z toho	komentář 7×, poznámka 3×, sloupek 3×, glosa
Zpravodajství:	16
Velikost	menší 12×, 1/4 8×, 1/2 9×, 1/1 2×
Politici aktéři v textech:	Zeman 19×, Fischer 19×, Schwarzenberg 18×, Franz 13×, Dienstbier 12×, Fischerová 11×, Roithová 10×, Bobošíková 7×, Sobotka 5×
Vyznění textu:	
neutrální	18×
pozitivní	Schwarzenberg 7×, Roithová 3×, Bobošíková, Zeman
negativní	Zeman 2×, Fischer 2×, Franz 2×, Fischerová
Hodnocení jednání:	
pozitivní	Schwarzenberg 7×, Roithová 3×, Dienstbier 2×, Zeman 2×, Bobošíková, Fischer, Franz, Fischerová, Sobotka
negativní	Zeman 7×, Fischer 7×, Franz 5×, Schwarzenberg 3×, Fischerová 3×, Dienstbier 2×, Roithová 2×, Bobošíková 2×, Sobotka 2×
Implicitní podpora:	Schwarzenberg 5× (publ.), Schwarzenberg 2× (zprav.), Roithová 3× (publ.), proti Fischerovi (publ.)
Explicitní podpora:	Schwarzenberg 4× (publ.), Roithová 3× (publ.), proti Fischerovi (publ.)

Rok:	2013
Titul:	Lidové noviny (2. kolo)

Celkový počet článků:	83
Publicistika:	47
z toho	komentář 20×, sloupek 10×, poznámka 7×, článek 4×, fejeton 3×, reportáž, analýza, interview
Zpravodajství:	36
Politici aktéři v textech:	Schwarzenberg 73×, Zeman 69×
Vyznění textu:	
neutrální	32×
pozitivní	Schwarzenberg 32×, Zeman 4×
negativní	Zeman 13×, Schwarzenberg 3×
Hodnocení jednání:	
pozitivní	Schwarzenberg 9×, Zeman 2×
negativní	Zeman 30×, Schwarzenberg 13×
Implicitní podpora:	Schwarzenberg 13× (publ.), Schwarzenberg (zprav.), Zeman (publ.), proti Zeman (publ.)
Explicitní podpora:	Schwarzenberg 4× (publ.), Zeman (publ.)

Příloha č. 16: MF Dnes, 1996 (obrázek)



Příloha č. 17: Hospodářské noviny, 1996 (obrázek)



(obrázek)



(obrázek)



Příloha č. 20: Blesk, 2006 (obrázek)



Příloha č. 21: Právo, 2006 – 1. (obrázek)



Příloha č. 22: Právo, 2006 – 2. (obrázek)



Příloha č. 23: Právo, 2006 – 3. (obrázek)



Příloha č. 24: Hospodářské noviny, 2006 (obrázek)



Příloha č. 25: MF Dnes, 2006 (obrázek)

VOLBY 2006

JAK SE ROZHODNOUT. MF DNES nabízí čtenářům inspiraci pro rozhodování u volební urny

10 důvodů, koho volit či nevolit

SMILER KÁLOŠEK. Ládně rozhodl: 2006 2006 - 2006. **REZNIK TOPOLÁNEK.** Přehled: 1000 Měsíční Topolánek se v Praze proměnil v Praze. **CYKLISTA BUREK.** Při volběch přehodil svůj vzhled.

Proč volit ČSSD

1. Někdy to jde.
2. Mladí lidé se rozhodli odjet, klidně do zahraničí.
3. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.
4. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.

Proč volit ODS

1. Někdy to jde.
2. Mladí lidé se rozhodli odjet, klidně do zahraničí.
3. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.
4. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.

Proč volit KSČM

1. Někdy to jde.
2. Mladí lidé se rozhodli odjet, klidně do zahraničí.
3. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.
4. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.

Proč volit KDU-ČSL

1. Někdy to jde.
2. Mladí lidé se rozhodli odjet, klidně do zahraničí.
3. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.
4. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.

Proč volit Stranu zelených

1. Někdy to jde.
2. Mladí lidé se rozhodli odjet, klidně do zahraničí.
3. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.
4. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.

Proč nevolit ČSSD

1. Někdy to jde.
2. Mladí lidé se rozhodli odjet, klidně do zahraničí.
3. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.
4. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.

Proč nevolit ODS

1. Někdy to jde.
2. Mladí lidé se rozhodli odjet, klidně do zahraničí.
3. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.
4. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.

Proč nevolit KSČM

1. Někdy to jde.
2. Mladí lidé se rozhodli odjet, klidně do zahraničí.
3. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.
4. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.

Proč nevolit KDU-ČSL

1. Někdy to jde.
2. Mladí lidé se rozhodli odjet, klidně do zahraničí.
3. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.
4. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.

Proč nevolit Stranu zelených

1. Někdy to jde.
2. Mladí lidé se rozhodli odjet, klidně do zahraničí.
3. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.
4. ČSSD je v opozici a v opozici má příležitost změnit věci.

Příloha č. 26: Lidové noviny, 2006 – 1. (obrázek)

DOKUMENT

Hrozí návrat komunistů. Nevolme ztrátu paměti

Přivalí studentští vůdci
vyladí včera v pražském Cafe Louvre prohlášení k letošním parlamentním volbám.

Před šestnácti lety od pádu totalitury hrozí návrat komunistů – žádní nářky, nebo dokonce hlavním vedoucím – do vlády. Tímto vývojem jsme znepokojeni jako občane, jako ti, kdo se každý svým malým dílem přičinili o změnu režimu.

Komunismus má za sebou desítky milionů zabíjených a zničených životů bezpočtu jiných. Zdravě politické návyky a životní profese jeho důsledky pocítuje naše společnost dodnes. Mezi námi stále žijí ti, kteří komunistům trpěli velmi osobně; vzpomínáme v neposlední řadě také na památku Českých obětí komunismu.

Demokracie nastolená svobodnými volbami v roce 1990 nám přinesla nejvolnější a nejbezpečnější

ěro národní existence. Vstoupili jsme do období nabytí prosperity. Naše společnost jistě není bez chyb, trpí korupcí a slabou politickou kulturou. Občanská společnost seprůvzniká. Domníváme se však, že žádný z těchto nedostatků neopravňuje nikoho z nás k tomu, aby přímo či nepřímo podpořil komunisty.

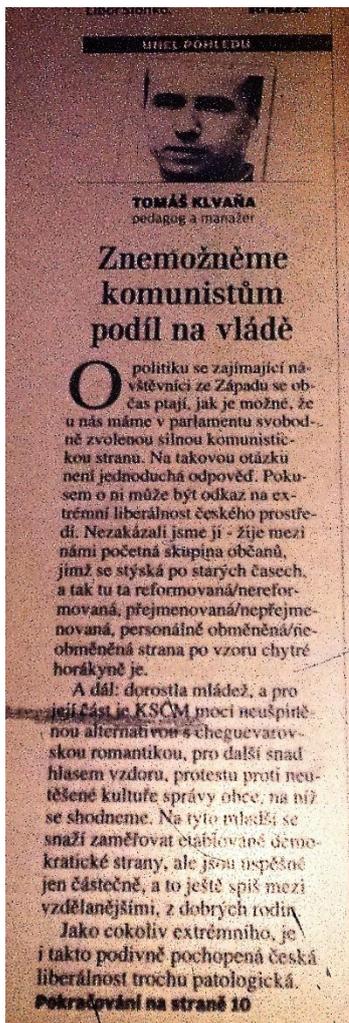
Vyzýváme proto spoluobčany, aby v pátek a sobotu šli volit, a to strany demokratické, takové, které návrat komunistů znemožní. Rozumíme tomu, že pro mnohé je volba mezi existujícími demokratickými stranami volbou negativní, volbou menšího zla. Mezi tímto menším demokratickým zlem a velkým zlem v podobě podílu komunistů na vládě je však obrovský rozdíl.

Volte, volte demokraticky, volte tak, abyste neumožnili vládnout komunisty.

Děkujeme Vám!

Martin Mejstřík, Šimon Pánek, Monika Pajerová, Tomáš Kivaňa, Václav Bartuška, Pavel Žáček

Příloha č. 27: Lidové noviny, 2006 – 2. (obrázek)



Příloha č. 28: Lidové noviny, 2006 – 3. (obrázek)



Příloha č. 29: Právo, 2013 – 1. (obrázek)

Koho volit nebudu

Petr Uhl



Převodně jsem chtěl jít k prezidentským volbám až v druhém kole, a to jen proto, abych dal hlas menšímu „zlu“.

Patřím totiž k malé skupině občanů, kteří by si přáli, aby tento stát vůbec neměl hlavu s jakýmkoliv pravomocemi, podobně jako je tomu ve Švýcarsku či ve Švédsku, a už vůbec ne ústavně neodpovědného prezidenta. S tímto feudálním přežitkem nemohu jako člověk levicový souhlasit.

Shodou okolností patřím ale i k nepočetné skupině lidí, kteří byli po roce 1969 dlouhá léta vězněni za nenásilný odpor proti normalizaci, nastolované po sovětském vojenském obsazení země. V mém případě to bylo devět let. A jedenáct dalších mě perzekvovali, když jsem chtěl trochu svobodně žít. Nejsm ale zatrpklý. Věděli jsme, na rozdíl od obětí justiční svévole dvacet let předtím, do čeho jdeme. Byli jsme stíháni za to, co jsme dělali, i když v postihu byla i spousta nezákonností.

Státní moci se dost podařilo Chartu 77 izolovat proto, že většina lidí v zemi byla poslušná. Začlenit se do společnosti nám po roce 1989 umožnila demokratická poměry. Mně navíc pomohli lidé z Občanského hnutí ve Federálním shromáždění a hlavně kolegové v ČTK. Někteří byli v době normalizace i v KSČ, jiní naopak chtěli komunisty a ty, kteří pod tlakem StB selhali, nějak trestat. Sám jsem nikdy v KSČ nebyl, nejbližší jsem měl ale k vyhozeným z KSČ. A těch tu bylo půl miliónu.

Z hlediska mé dvacetileté zkušenosti bylo ale jedno, zda někdo byl členem KSČ nebo jiné strany Národní fronty, zda absolvoval VUML (večerní univerzitu marxismu-leninismu) jako Přemysl Sobotka, zda byl v SSM jako třeba Bobošíková nebo zda „jen“ chodil k volbám. Záleželo jen na tom, jak moc sám ubližoval a jakým křivdám zbaběle přihlížel. Zjistit je to nesnadné, a já jsem to zjišťovat ani nechtěl. Při výběru a volbě lidí jsem musel ale i to jako odpovědný občan vědět.

Málokdo ale poctivě uvede, že se bál proto, že byl zbabělý. Nepřijímám výmluvy, že tu byla totalita a všichni museli poslouchat KSČ a StB. To přece není pravda!

Minulost nás dostihla i v této kampani. K prvním kolu voleb proto půjdou. Hlavní adepti jsou čtyři, díky médiím a finanční podpoře, často nepřehledné. Nechci svou neúčastí přispět k tomu, aby se prezidentem stali Fischer, Zeman či Schwarzenberg.

Fischera mám za bázlivce. Jeho přizpůsobivost mi vadí víc než jeho pravocivost a vychytralé protievropanství. Na Zemanovi uznávám jeho léta 68–70 a pak zrušení „bankovního socialismu“, ale to je málo. Svým propagováním války, odmítáním islámu a občasnými přezíravými bonmoty o inteligenci občanů je dnes blíž k radikální pravici než k populistické, české levici, k níž se sám hlásí a kam ho omylem řadí i část soc. demokratů a komunistů.

Schwarzenbergovi zase hodně sil už ubylo, i když já mu hlavně vyčítám podporu Jiřího Čunka, amerického radaru v Brdech a protipalestinských postojů státu Izrael.

Zbývá mi Dienstbier. Musím překousnout jediný jeho kaz, který vidím – pro mne je moc starý, už 44 let. V roce 1989, to mu bylo dvacet, byl ale statečný a rozumný.

Prezidentská kandidatura doprovází antikorupční tickou. Dělá to dojem, by chtěli reparát rychlých kořenek. Někteří domnívají, že to bylo okolnost, ho jara movali znám si mohli.

Na se nkvůl ným mán výč v d dic ce uvi ní ne ku o v r 1

Příloha č. 30: Právo, 2013 – 2. (obrázek)

Dienstbier je šancí pro levici

Bohuslav Sobotka



Naše země se nenachází kvůli chybným reformám pravice v dobře kondici. Stále více občanů si uvědomuje, že musí přijít zásadní změna. Takovou změnu dnes nejvíce ztělesňuje sociální demokracie se svým programem na obnovu hospodářského růstu, vzdělanosti, vytváření pracovních míst, posílení sociálních jistot a boje s korupcí.

Nejbližší příležitost pro takovou obnovu země se však nejspíše naskytne až po řádných sněmovních volbách v roce 2014, jakkoli se v opozici opakovaně snažíme, abychom tuto zemi zbarvil Nečasovy vlády vyvoláním předčasných voleb. Proto, aby po volbách do Poslanecké sněmovny došlo ke skutečné změně, ale vytváříme podmínky už dnes.

Je důležité, aby příštím prezidentem republiky byl člověk, který bude hodnotově blízký levici a pomůže sociálnědemokratické vládě realizovat program nápravy praviceových reform a obnovy fungování státu. Proto ČSSD do prezidentské volby nominovala Jiřího Dienstbiera, který získal podporu také celé řady osobností jak na levici, tak v liberálním středu, mezi Zelenými i v řadách KSČM.

Kandidát ČSSD Dienstbier je člověk, který má ve všech podstatných ohledech čistý štít. Reprezentuje hodnoty, které naše společnost po šesti letech vlády Topolánkovy, Nečasovy a Kalouskovy pravice potřebuje zdůraznit – sociální spravedlnost, rovnost před zákonem, důsledný boj s korupcí, ohled k životnímu prostředí. Ukázal se při výkonu veřejných funkcí jako člověk pevných zásad, který odmítá pojetí politiky jako pokračování byznysu.

Jde o politika ve středním věku, který už ale má dostatek zkušeností a současně potřebnou energii k tomu, aby důsledně prosazoval levicové a občanské priority ve funkci prezidenta.

Dienstbier na Hradě by znamenal zásadní předěl po období prezidenta Václava Klause. Znamenal by očistění Hradu od klientelistických vazeb, které sahají svými kořeny do dob divoké privatizace. Myslím, že potřeba skutečně radikální změny v osobě prezidenta republiky a v jeho okolí byla v posledních dnech dostatečně podtržena nepříjemnou podobou amnestie.

Zvolení Jiřího Dienstbiera by rozložilo předem připravený scénář přímé volby prezidenta republiky, který počítal s tím, že prezidentem bude buď Fischer, nebo Zeman. Už měsíce jsou lidé prostřednictvím výzkumů veřejného mínění a volebních kampaní, které stojí desítky miliónů korun, manipulováni k tomu, aby vybírali jen ze dvou jmen. Jako by nikdo jiný neměl šanci.

Zvolení Dienstbiera by v tomto směru znamenalo skutečnou demokratickou revoluci, posílilo by občanské sebevědomí a naplnilo smysl přímé volby hlavy státu, pro kterou poslanci ČSSD hlasovali. Neboť prezidenta republiky by měli vybírat občané, ne bohatí sponzoři nebo kmotři.

Pokud dnes lidé v České republice stále hlasitěji a oprávněně volají po kvalitnější demokracii, omezení korupce, lepším fungování státu, spravedlivější podobě reforem, zkrátka velké změně české politiky k lepšímu, je důležité, aby s ohledem na tyto požadavky důsledně vybírali i příští hlavu státu.

(Autor je předseda ČSSD)

KČ 25
pátek - neděle,
11. - 13. ledna 2013

CHELO 008
SK 1,10 €
SE 2,40 €

economia

V HN Víkend - magazín Hospodářských novin

TRENÉRKA MOZKŮ
Mistryně světa v paměťových disciplínách učí manažery, jak udržet v hlavě co nejvíce informací

PREZIDENTSKÁ VOLBA ON-LINE

SLEDUJTE VOLBU HLAVY STÁTU NA:
www.ihned.cz

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY

www.ihned.cz

CZK/EUR 21,830
CZK/USD 19,545
PKB 1043,00
DI 2 12411,95
FTSE 4911,51
DAX 7500,00

Zvolme prezidenta, který spojuje, ne rozděluje

Třetí český prezident by měl být rozvážný, důvěryhodný, neměl by rozeštvát ani dělat Česku ostudu. Podle Hospodářských novin je nejlepším kandidátem Karel Schwarzenberg.

Petr Šabata
ředitelství HN

Přemýšlení o volbě prezidenta republiky je pro voliče jedinečnou příležitostí svobodně a důrazně projevit do vlivu politiky, politiku osobně v zájmu. A jsou to letos jediné volby. Každý vlastní hlas, síla a pravděpodobně za čtrnáct dní ve druhém kole voličů.

Důležitou postavou české politiky, která více než nikdo nastavuje pravomoc, může však mít dalekosáhlý vliv, který ještě roste v časoch politických krizí. Ukáží nám to oba kandidáti samostatně: Václav Havel a Václav Klaus. Václav Havel byl pravomocí až na hranu tak, že zásadně ovlivňoval ekonomickou, strategickou a zahraniční politiku. A ve sporech s akcentem veřejného vystupování hlávil atmosféru ve společnosti.

Dobry prezident
Třetímu českému prezidentovi by se nemělo na sklonku mandátu stát, aby se škvalil a na obecných úřadech věroval nebo porcelán ze zá.

Neměl by společnost rozdělovat, ale spojit. Měl by působit umírně a státnicky, spíše než o politické záležitosti by se měl zajímat o atmosféru v zemi a o celkový obraz v ústí odůvodnit a její vyjasnění.

Ocházet jako Václav Klaus pojal působení na Hradě jako pokračování své mise v rodné politice. Každá vlastní postava v zahraniční politice, veterán ovládnout osobního názoru na jejich věcnou podstatu. Utvořil na justici, pokračoval psaním premiéra. V tom by měla na Hradě nastat jasná diskontinuita.

Nový prezident by měl být společně s nimi tím, kdyby přišel cizí zájmy vymanit své role, neotřádat společnost agresivními výpady a byl vypořádán s agresivními výpady a součástí české zahraniční politiky. Způsobem komunikace nového hradební pána by neměl být škval, ale demokracie a podpora práva.

Třetí český prezident musí být věrný úřadu. Je povinen Hradě, že neměl dělat ostudu ve světě a že neměl osudové nepokoje doma, ani za neschopnosti nebo za příliš útlivostí.

Jako se říká, že takový neopodstatněný prezident se vlastně slabý? Pak má Klaus. Taková hlava státu je protichůdná síla v deních karavánkách a stává se na hraně krize, v zemi může být v obdivnost Česká republika. Takové se vyskytují přemýšlením.

Časy pro hlavu státu
Česko ve Evropské unii dnes vzniká jako nepopulární členy Evropské unie a evropské



na jejím rychlosti (je podřízených parlamentních volbách v Německu nejvíce dává akce). Bez vůle a schopnosti pracovat v Evropě národní zájmy Česka skloní mimo hlavní proud. Následky pro budoucnost, bezpečnost i prosperitu České republiky budou neblahé.

Nový prezident by se měl jasně soustředit na tuto část úkolů a každou další vládu jeden číselný postoj - že totiž Česko bude aktivním hráčem v evropském prostoru, bude střížit vlastní zájmy, spolupracovat s ostatními, jako to umí třeba Polsko nebo polské země. Hlava státu a kandidát by pak mohl takovou politiku neustále upevňovat.

Druhá výjimečná situace postka prezidenta v daných podmínkách po volbách do sněmovny v roce 2014 budou pravděpodobně obě komory parlamentu i kraje pod nadhledou jedné strany - ČSOD, podporované komunisty. Měly by to být 1999 roku tu neměl takové soustředění mozk, než součástí jsou komentáře.

Co zmlád prezident, kdyby se chadla tato vláda udržet až bezdu? Měl by však rozpoznat nebezpečí, jednat s ministry, podnikat, semínky vystupovat ve veřejné debatě, provádět občanský zájem o věc, nepodporovat a nakonec třeba abdikovat.

Další role
V plánu zvláštních úkolů prezidentovi by měl nový prezident pokračovat v rozvoji a rozvoji své mise. Měl by pokračovat v rozvoji své mise v rozvoji své mise. Měl by pokračovat v rozvoji své mise v rozvoji své mise.

Karel Schwarzenberg
Jakožto druhého prezidenta se podle HN nejvíce hodí Karel Schwarzenberg. Jedná o politického šlechtice a v zahraniční politice, je by byl prezidentem umělostem, apokalyptickým a neopodstatněným, jako to po hlavi státu Klaus. Je nepřehlédnutelnou postavou české evropské politiky - díky své občanské, ekonomické a diplomatické kompetenci. Má zkušenosti s působením na Hradě v roli kandidáta Václava Havla. Neměl by mu svědčit zkušenosti a cílový pro hranu. Je se všech kandidátů nejstřízlivější, což

Více o volbě prezidenta na stránkách 2, 3, 4, 5, 6 a 9

(obrázek)

Sloupek LN

Dobry prezident

DALIBOR BALŠINEK

Zaplaf pánu bohu, že to máme za sebou. Druhé kolo prezidentské kampaně bylo totiž mimořádně „prázdne a falešné“. Dozvěděli jsme se o kandidátech něco nového? Víme, jak by chtěli spravovat naši zemi a jakou mají vizi jejího dalšího směřování?

Nebyla to média, kdo nastavoval agendu druhého kola prezidentské volby. Určoval ji Miloš Zeman, který nás zatahl do minulosti. Tedy tam, kam patří on sám. Bylo mrzké nírnat se a dezinterpretovat historii matek, otců a manželek. Každý, kdo už nějakou dobu prochází životem, si uvědomuje složitost světa i vlastní roli a odpovědnost v něm. Moudrý a poctivý člověk se učí pochopení a odpuštění.

Bohužel ani rodina současného prezidenta se k mému zklamání nevyvarovala osobních útoků, které neměly pranic společného s faktickou podstatou výkonu funkce hlavy státu. Bylo třeba těch prohlášení v hádankách a nepřímých útoků? To člověka necití.

Miloš Zeman, ten agilnější a agresivnější z obou kandidátů, jasně deklaroval, že chce být prezidentem aktivnějším, plně využivajícím případně nové legitimacy přímé volby. To se hlavně sociální demokraté a budoucí premiéři mají na co těšit.

Karel Schwarzenberg se jeví jako kandidát, který by díky české ústavě mnohem více naplňoval a pokračoval by v roli, kterou plnil nejen Václav Havel, ale paradoxně i Václav Klaus.

Co je ovšem nejdůležitější, je dopad volby na českou společnost. Ať bude výsledek jakýkoliv, dojde k jejímu rozpolcení, což při dvou kandidátech není překvapivý závěr. Je ale evidentní, že podpora Karla Schwarzenberga je autentická, spontánní, ano, i frenetická. Není však jen záležitostí intelektuálních elit a pražské kavárny, nýbrž postojem studentů a mladých, do budoucna uvažujících lidí, kteří příznivcům Miloše Zemana neublíží a české společnosti prospějí. A myslím, že tohoto vývoje by se nemusel bát ani Václav Klaus. Vy, čtenáři, dobře víte, jaké hodnoty jsou pro vás důležité, a nepotřebujete knižecí rady. Já i většina mých kolegů budeme volit Karla Schwarzenberga.



PŘEDPLATNÉ 225 555 533

(obrázek)

Kandidátům se neměří stejně

Miloš Zeman... se chová jako hrubián a hulvát... typické je urážení, použití váni termínů jako idioti, debilové... a když typicky nakloní hlavu a má oči v sloup, nevíte, zda se mu udělalo špatně, nebo dává napravo pohrdání... Karel Schwarzenberg je přesně opačný. Na prvním místě je morálka. Nežle, neřabuluje a nemanipluje s fakty. Takto a podobně se elitní reportér MF DNES nikterak neomezuje. Nepřijemější je, že zlověstnými, byť paradoxně dobře míněnými emociemi je nabíta celá pražská intelektuální fronta. Možná k tomu přispěla i instituce „podporovatelů kandidátů“, kteří svému idolu svoji oddanost vedle chvaly projevují ostrovtipnými výpady proti tomu „idiotovi odnaproti“.

Probuzení pražských intelektuálů by nemuselo být špatné. Vždy je tolik problémů a záležitostí v české demokracii, jež vyžadují analýzy, veřejné debaty, hledání nápravy. Záměrovat to však za teenagerovské, facebookové vášně nic nepřinese.

Chci jsem si jen postesknout, že mne tato vzvednutá vlna zlostných emocií mrzí. I když chci volit Zemana, neznamám to útočit na Schwarzenberga. Ze mluví špatně česky, že rád slyší na „knížecí“, to jsou jen drobnůstky ze života. O obrovských restitucích by se už diskutovat mohlo, ale není čas. Ještě hlásitější bych pak musel diskutovat o jeho vládním programu, který – zdravotní i důchodovou reformou počínaje a zvýšením DPH směřujíc – znamená výrazné okleštění životní úrovně obyvatelstva. Rozhodně však žádné úranky.

Proč v dobré víře chci volit Miloše Zemana, k tomu mě vedou zvláštěnosti současného historického období ve shodě s jeho specifickými vlastnostmi. Masaryk ve svých rozhovorech s Karlem Capkem zdůrazňuje, že „něco jiného je žít administrativu a sluhněji jí provádět; a zase něco jiného je pochopit, oč v dané době pro stát a národ jde, ukázat v těžkých a osudových chvílích cestu, určit vhodný postup – a vést“.

Konkrétně jde o to, že jsme se ocitli na jakési historické křižovatce národa českého. Lidé dnes nejsou ořesení jenom ze všech těch zdražovacích opatření vlády. Na rozdíl od ni vidí trochu dále. Chápou, že v Evrope nová konjunktura hned tak nebude. A že celá naše složitá ekonomika visí na jedné a tenké niti zahraničních automobilů. To vyvolává reálné obavy a úzkost z budoucí nezaměstnanosti – ve Španělsku automobilům navzdory je 25 procentní, v Řecku se jen za ten úsporný rok zvýšila na dvojnásobek, tj. k 20 procentům, atp. Samozřejmě nejde jen o velké automobily, ale i o desítky drobnějších závodů kooperujících – řekněme dvaceti 200 tisíc dílniček. Nebyly-li odněkud „pak „kostičky mezi kábrat“, takže doma pojdou, u nás je uzavřeno. Nežítme teď se žít v ústavě české nikatelnou a manažerům, co is tržakem půjdou na východní trhy, kde na osvědčené výrobky CKD, Skody Pizeň, Vitkovice atd. stále ještě čekají. Osvobodíme se tak i od současných 220 miliard korunů dividend, které údrze platíme do zahraničí (třymásobek celé důhové služby). To ale vyžaduje ekonomicky obřáště „vypelého a silného prezidenta s vlivem, kterým je dle mých poznatků Miloš Zeman. Proto ho chci volit, aťz bych panu Schwarzenbergovi ubíral na důstojnosti.

Autor, členství předseda ČSD, byl od prosince 1989 do června 1990 místopředsedou federální vlády

VALTR KOMÁREK
ekonom a politik



Situace vyžaduje ekonomicky obzvláště vypelého a silného prezidenta s vlivem, kterým je dle mých poznatků Miloš Zeman

”