

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Diplomová práce

2017

Veronika Maleňáková

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Analýza politického zpravodajství českých deníků
během parlamentních voleb v roce 2017**

Diplomová práce

Autor práce: Veronika Maleňáková

Studijní program: Mediální studia

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

Rok obhajoby: 2018

Prohlášení

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

V Praze dne 4. 1. 2018

Veronika Maleňáková

Bibliografický záznam

MALEŇÁKOVÁ, Veronika. *Analýza politického zpravodajství českých deníku během parlamentních voleb v roce 2017*. Praha, 2017. 94 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Vlastimil Nečas, Ph.D.

Rozsah práce: 118 867 znaků

Anotace

Diplomová práce „Analýza politického zpravodajství českých deníků během parlamentních voleb v roce 2017“ zkoumá pomocí obsahové analýzy mediální pokrytí tématu voleb v denících Lidové noviny, Hospodářské noviny, Mladá fronta DNES, Právo a Blesk. V teoretické části je nastíněna úloha médií v politickém životě společnosti a z toho vyplývající společenská odpovědnost, která v období před volbami nabývá ještě vyšší důležitosti. Na základě teoretických poznatků dostupné literatury jsou popsány normativní požadavky na média, z nichž se při analýze zaměřím na normativní požadavek objektivitu a její kritérium nestrannosti, sycené kategoriemi vyváženost a neutralita. Dále bude zkoumáno, zda média dodržela legislativní normativní požadavky na média, z nichž se k tématu předvolebního zpravodajství tištěných médií váže *Zákon č. 247/1995 Sb. o volbách do Parlamentu České republiky*. Další část práce je věnována rámcování mediálního obsahu, které může mimo jiné poukázat na odklon od informování společnosti o relevantních politických otázkách důležitých pro politické rozhodování. Nedílnou součástí teoretické části jsou zahraniční výzkumy vážící se k tomuto tématu, jenž byly podkladem pro zhotovení vlastního výzkumu a jeho operacionalizaci.

Annotation

The thesis „Analysis of political news in Czech newspapers during the parliamentary elections of 2017“ examines the media coverage of the election in the daily newspapers Lidové noviny, Hospodářské noviny, Mladá fronta DNES, Právo and Blesk. This will be done using content analysis. The theoretical part outlines the role of the media in the political life of society and social responsibility which results from it and becomes even more important before an election. On the basis of the theoretical knowledge of the available literature, normative media requirements are described and I focus on normative requirement of objectivity and its criterion of impartiality, which is based on balance and neutrality. Furthermore, I will analyse the compliance with legislative normative requirements, in particular the regulation *Zákon č. 247/1995 Sb. o volbách do Parlamentu České republiky*

which relates to media reporting pre-election. Another part of the thesis is devoted to the framing of media content, which can lead to a departure from informing society about the relevant political issues crucial for political decisiveness. An integral part of the theory is foreign research of a similar vein, which was the basis for the operationalisation and the making of my own research.

Klíčová slova

Zpravodajství, volby, normativní požadavky, společnost, objektivita, nestrannost, mediální rámcování

Keywords

News, elections, normative requirements, society, objectivity, impartiality, media framing

Title

Analysis of political news in czech newspapers during the parliamentary elections of 2017

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu své diplomové práce PhDr. Vlastimilu Nečasovi, PhD. za četné konzultace a cenné rady.

Obsah

Úvod.....	3
1 Média a politika v předvolebním období.....	5
1.1 Principy zavedené v liberálních demokraciích.....	6
2 Normativní požadavky na média	7
2.1 Legislativní formy požadavků na média	8
2.2 Objektivita	11
2.2.1 Koncept objektivity	12
2.2.2 Objektivita a výzkum	16
2.2.3 Objektivita jako nedosažitelný ideál	17
2.3 Předpojatost	18
3 Teorie rámcování	20
3.1 Definice rámcování podle R. Entmana.....	22
3.2 Typologie rámcování.....	23
3.3 Obecné rámce v předvolebním zpravodajství a jejich výzkum.....	25
3.3.1 Vliv rámcování předvolebního zpravodajství	28
3.4 Identifikace rámců	29
4 Analytická část.....	32
4.1 Základní teoreticko-metodologická východiska výzkumu.....	32
4.2 Výzkumné otázky	33
4.3 Výzkumný vzorek	37
4.4 Metodologie.....	38
4.5 Interpretace výsledků	39
4.5.1 Základní popis dat	39
4.5.2 Analýza nestrannosti	39
4.5.3 Shrnutí.....	51
4.5.4 Analýza zákonných požadavků.....	52
4.5.5 Analýza rámcování.....	53
4.5.6 Shrnutí.....	60
4.5.7 Diskuze a budoucí výzkum	61
Závěr	63
Summary	65

Použitá literatura	67
Seznam obrázků, tabulek a grafů	77
Seznam příloh.....	78
Přílohy.....	80

Úvod

Média jsou základním komunikačním kanálem sloužícím jako zdroj informací o politickém dění, v období před volbami jsou tedy také hlavním zdrojem informací potřebných pro politické rozhodování občanů. Ve společnosti tak mají média nezastupitelnou roli a z toho také vychází určitá očekávání o jejich chování. V liberálně-demokratických společnostech, jakou se stala na konci minulého století také Česká republika, jsou to především normativní požadavky objektivit, vyváženosti a nestrannosti (Trampota 2006).

Jak již ale prokázalo několik výzkumů, tyto normativní požadavky nejsou mnohdy naplněny a média se uchylují k určitým formám předpojatosti (např. Druckaman a Parkin 2005, Kenney a Simpson 1988). Z důvodu, že objektivita médií je v době před volbami hojně diskutovaným tématem a samotní politici si někdy stěžují na předpojatost médií, jsem se rozhodla provést analýzu politického zpravodajství vybraných tištěných médií. Při analýze budu vycházet z pojetí objektivit podle Westerstahla (1983) a zaměřím se na dodržení jejího kritéria nestrannosti a s ní spojenou vyvážeností a neutralitou. Dále budu také sledovat dodržení legislativních normativních požadavků na tisková média spojených s parlamentními volbami a rámcování obsahu, které může poukázat na odklon od informování společnosti o relevantních politických otázkách důležitých pro politické rozhodování.

Tato práce bude rozčleněna do čtyř kapitol. V první kapitole se zaměřím na roli médií v politickém životě společnosti a s tím spojená očekávání o jejich chování. V další kapitole budou popsány normativní požadavky na média, které se váží k české, liberálně-demokratické společnosti. Pozornost bude věnována především legislativním normativním požadavkům a normativnímu požadavku objektivit. Budou představeny různé přístupy k objektivitě, její teoretické vymezení a možnost zkoumání na příkladu konkrétních výzkumů. Pro úplnost výkladu bude přiblížena také teorie předpojatosti a její možné formy. Třetí kapitola bude věnována mediálnímu rámcování, a to vymezení tohoto konceptu, jeho definici, typologii rámců a různým přístupům k výzkumu rámcování. Zaměřím se také na možný negativní vliv rámcování předvolebního zpravodajství, a to

konkrétně na participaci občanů na politickém životě společnosti a cynismus vůči politice, jak popsaly Capella a Jamieson (1997) a bylo potvrzeno již několika výzkumy (de Vreese 2004, Rhee 1997).

Analytická část práce se bude věnovat vlastnímu výzkumu obsahu tištěných médií, a to konkrétně deníků Lidové noviny, Hospodářské noviny, Mladá fronta DNES, Právo a Blesk, které jsou nejčtenějšími deníky zaměřujícími se mimo jiné také na politiku. Analýza bude rozčleněna do tří částí. První z nich bude analýza nestrannosti, dále analýza legislativních normativních požadavků a třetí částí bude analýza rámcování. Vlastní výzkum bude založen na teoretických poznatcích odborné literatury a na předchozích výzkumech relevantních pro toto téma.

Oproti tezi došlo v práci k několika změnám. První z nich je upuštění od zkoumání skryté či otevřené podpory jedné politické strany nebo konkrétního kandidáta. Na základě přečtení relevantní odborné literatury jsem došla k závěru, že projevení otevřené podpory není pro české prostředí obvyklé a tato tradice je typická spíše pro britská či americká média. Otevřenou podporu mezi českými médii můžeme pozorovat zpravidla pouze u Haló novin, které jsou ve své podstatě stranické. Otevřeně se k podpoře jednoho z kandidátů voleb zatím přihlásily některé deníky pouze při prvních přímých prezidentských volbách, to však následně vyvolalo společenskou debatu o tom, zda je takovéto jednání tisku správné. Jejich otevřené vyjádření podpory můžeme přičítat unikátnosti první přímé volby prezidenta, kde proti sobě ve druhém kole voleb stáli dva kandidáti zaujímající výrazně odlišné politické postoje, a můžeme předpokládat, že při parlamentních volbách se tento fenomén neobjeví.

Druhou změnou je výběr analyzovaných deníků, mezi které byly za účelem větší komplexnosti výzkumu a možnosti zobecnění výsledků zahrnuty kromě Lidových novin, Hospodářských novin a Práva také Mladá fronta DNES a Blesk. Z toho důvodu pak došlo k poslední změně, a to omezení výběrového souboru k analýze. Z původních tří měsíců byl zkrácen na necelé dva měsíce, právě v té době totiž začala hlavní část předvolební kampaně většiny politických stran (ČTK, 2017), a můžeme tak předpokládat vyšší pokrytí tématu voleb ve zpravodajství. Soubor k analýze byl pak zredukován na základě náhodného výběru.

1 Média a politika v předvolebním období

Vztah médií a politiky patří zvláště v předvolebním období k citlivým tématům veřejné politické diskuse. Média jsou základním komunikačním kanálem informujícím o aktuálním (nejen) politickém dění ve společnosti a zprostředkovatelem sdělení mezi politickými aktéry a širokou veřejností. Zároveň jsou také prostorem pro střet rozdílných ideových názorů a politických přesvědčení a hrají v rámci zprostředkování politiky klíčovou roli.

Pro voliče jsou základní oporou orientace v názorech, hodnotách a přesvědčeních aktérů politického života a reprezentantech politických stran a hnutí. Jak uvádí Jiráček „Velká většina občanů prožívá politický život společnosti a své země zpovzdálí, jako pozorovatelé, prostřednictvím tištěných médií, rozhlasů a televizí – tedy skrze pouze jeden typ veřejné manifestace“ (Jiráček 2001, s. 203). Samotné politické strany, parlament a vláda s voliči také nevstupují do kontaktu přímo, ale komunikují zprostředkovaně skrze masová média. Strany potřebují média proto, aby mohly voličům přiblížit své cíle a představit jim kandidáty. Jejich prostřednictvím se ale také dozvídají, jaká je nálada ve společnosti ve vztahu k nim samotným a k jejich politickým stranám a také se informují o vyjádřeních a jednáních druhých politiků (Schulz 2011, s. 13).

Média tak mají ve vztahu k politickému dění v mnoha směrech nezastupitelnou roli. Vzrůstající pronikání médií do politické sféry vede až k úvahám o „republikách řízených médii“, tedy o mediokracii, v níž se média zmocňují některých funkcí politických institucí (Jiráček, Říchová 2000, s. 5). Dalším důležitým pojmem zdůrazňujícím úzký vztah médií a politiky je mediatizace, kterou Störmbäck (2008) vysvětluje jako proces vzájemného ovlivňování a přizpůsobování mezi politickými aktéry a médii. Jiráček pak popisuje mediatizaci šířeji, a to jako „prosycení a propojení komunikačních procesů médii“ (Jiráček 2005). Ve spojitosti s mediatizací uvádí: „Jakkoliv si (médiá) veřejnou komunikaci přizpůsobují, možná až deformují – tak ji fakticky umožňují. Současné společnosti jsou tak složité organismy, že ve skutečnosti nemají jinou možnost komunikace než právě a jedině masová a síťová média – tak tedy vpravdě umožňují politický a ekonomický život společnosti,

umožňují například organizování tak složitých procesů, jako je rozhodování o rozdělení moci ve volbách“ (Jirák 2005).

1.1 Principy zavedené v liberálních demokraciích

Kvůli nezastupitelné roli médií (nejen) v politickém životě společnosti jsou s nimi vždy spojena určitá očekávání týkající se jejich chování. Tato očekávání závisejí na mnoha faktorech. Jinak jsou normativní požadavky na média nastaveny v totalitním režimu, jinak ve státech s ustavenou liberální demokracií. I v rámci jednoho typu systému však lze rozpoznat mezi státy rozdíly podmíněné odlišnou historií, politickým vývojem i kulturou (Trampota 2006). Vzhledem k tomu, že se po sametové revoluci v roce 1989 v České republice etablovala právě liberální demokracie, budu se dále věnovat požadavkům na média s ní spojená.

Je zřejmé, že v liberálně-demokratické společnosti je důležité, aby disponovala spolehlivými zdroji informací, na jejichž základě by se občané mohli orientovat ve světě a činit odpovědná rozhodnutí (např. právě při výběru volených zástupců a zákonodárců). Taková společnost proto ve velké míře spoléhá na zpravodajství zprostředkované médii a spojuje s ním řadu očekávání, jak by měly zpravodajské obsahy a jejich vztah k realitě vypadat a jaké jsou správné postupy novinářů při zpracovávání událostí do zpráv.

U očekávání spojených s médii v rámci liberálních demokracií lze nalézt dva opakující se principy, a to důraz na svobodu projevu a odpovědnost médií vůči společnosti. Tyto principy podle McQuaila odrážejí hodnoty moderních západních společností, mezi něž zahrnuje svobodu, rovnost, solidaritu a řád (1992, s. 67).

Média tedy mají jednat tak, aby dodržovala princip společenské odpovědnosti. Základ teorie společenské odpovědnosti tisku položila již v roce 1947 americká Komise pro svobodu tisku. Ta přisoudila tisku specifické společenské povinnosti vycházející z jeho dominantní a svým způsobem privilegované pozice ve společnosti. Tyto povinnosti zahrnují poskytování úplného a spolehlivého záznamu denních událostí, oddělování faktů od komentářů, závazek být fórem pro výměnu kritiky a komentářů a přinášení reprezentativního obrazu společnosti (McQuail 2016, s. 115).

Teorii společenské odpovědnosti médií popsali ve své knize Čtyři teorie tisku také Siebert, Peterson a Schramm (1956)¹. Tato teorie chápe média jako instituce, které mají směřovat k ideálu společensky přínosného jednání (například ve zpravodajství k ideálu objektivitě), jelikož mají jakýsi závazek ke společnosti jako celku. Média řídicí se touto teorií (nebo působící ve společnosti, jenž tento náhled na média prosazuje) by měla nabízet odlišné pohledy na společenské problémy.

Model „společenské odpovědnosti nebo veřejného zájmu“ médií později zahrnul do svých čtyř modelů chování médií i Denis McQuail (2009, s. 197-198).²

V liberálně-demokratické společnosti mají média plnit také úlohu tzv. „hlídacího psa demokracie“, tedy mají kontrolovat stát, a to „prostřednictvím neovlivněného, nezávislého prezentování informací a názorů“ (Trampota 2006, s. 139).

2 Normativní požadavky na média

Očekávání spojená s chováním médií, jak bylo popsáno výše, nazýváme normativní požadavky. Normativních požadavků na média v liberálních demokraciích je velké množství a jsou uplatňovány na více úrovních mediálního systému. Podle Trampoty jsou to normativní požadavky:

- „jako představy každodenních příjemců zpráv;
- jako provozní kodexy mediálních společností;
- jako součást mediálního vzdělávání;
- jako legislativní úpravy a regulační mechanismy spojené s fungováním regulačních orgánů;
- jako profesionální mediální kritika nebo profesně-etické kodexy profesních sdružení“ (Trampota 2006, s. 143).

Trampota dále uvádí, že v praxi nabývají tyto požadavky podoby kvalitativních ukazatelů práce novinářů a jejich výstupů. V liberálně-demokratických

¹ Vedle teorie společenské odpovědnosti médií uvádí teorii liberální, autoritářskou a sovětskou. Tyto teorie však byly později také předmětem rozsáhlé kritiky (McQuail 1983, Altschull 1984, Hachten 1981).

² Vedle modelu společenské odpovědnosti nebo veřejného zájmu uvádí liberálně-pluralistický nebo tržní model, profesní model a alternativní model.

společnostech se nejčastěji jedná o kvalitativní kritéria objektivit, vyváženosti a nestrannosti (Trampota 2006, s. 143)

Pro účel této práce se nebudu věnovat všem normativním požadavkům na všech úrovních mediálního systému, avšak zaměřím se na ty, které se váží k mému tématu, tedy mediálním obsahům ve zpravodajství. Dále tak budou rozvedeny legislativní normativní požadavky a profesionální mediální kritika vztahující se k objektivitě ve zpravodajství.

2.1 Legislativní formy požadavků na média

Jedním ze zdrojů normativních požadavků na média je stát. Ten normativní požadavky formuluje do podoby zákonů upravujících především systém fungování médií, ale částečně i jejich obsah. V této kapitole bude stručně popsána mediální legislativa České republiky.

V České republice vedle sebe působí veřejnoprávní a soukromá média (duální systém vysílání). Tento model se týká pouze vysílacích médií, tedy televize a rozhlasu, v oblasti tisku působí pouze média soukromá. Trh s vysílacími médií jako celek je regulován **Zákonem č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání**. Regulace vysílacích médií je přísnější než regulace médií tiskových. Souvisí to s technickými limity, které omezují možný počet vysílacích médií, zatímco tiskových médií může být takřka neomezené množství. Na trhu vysílacích médií je tedy třeba větší regulace ze strany státu z důvodu omezeného počtu vysílacích frekvencí, na kterých je možné je provozovat. Tento zákon uděluje práva a povinnosti provozovatelů vysílání a právně ustavuje Radu pro rozhlasové a televizní vysílání, která je regulačním orgánem rozhodujícím o udělování i odnímání licencí k původnímu vysílání, nebo registrací k převzatému vysílání. Rada zároveň kontroluje plnění povinností pro provozovatele vysílání vyplývajících z tohoto zákona.

Dalšími důležitými zákony v oblasti vysílacích médií jsou **Zákon č. 483/1991 Sb. o České televizi** a **Zákon č. 484/1991 Sb. o Českém rozhlasu**, které regulují veřejnoprávní média. V těchto zákonech jsou (mimo jiné) formulovány povinnosti České televize a Českého rozhlasu jako provozovatelů vysílání ze zákona plnících

službu veřejnosti. Mezi nimi můžeme nalézt i kvalitativní požadavek vyváženosti a objektivity, a to přesně v §2 odst. 2, kde je uvedeno, že jedním z hlavních úkolů veřejné služby je „poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů“. Jako další úkoly veřejné služby můžeme zmínit například přispívání k právnímu vědomí nebo rozvíjení kulturní identity obyvatel. Těmito zákony je také ustavena Rada pro Českou televizi nebo Český rozhlas a jejich dozorčí komise, které jsou regulačními a kontrolními orgány České televize nebo Českého rozhlasu. Dále je na jejich základě regulován způsob volby, způsob možného odvolání a odpovědnost generálního ředitele České televize nebo Českého rozhlasu a také způsob financování činnosti těchto veřejnoprávních médií. Hlavním zdrojem financování veřejnoprávních médií jsou přitom koncesionářské poplatky, které jsou přesně specifikované **Zákonem č. 348/2005 Sb. o rozhlasových a televizních poplatcích.**

Co se týká médií a jejich služby veřejnosti, měli bychom zmínit také **Zákon č. 517/1992 Sb. o České tiskové kanceláři.** Ta je rovněž veřejnoprávním médiem, avšak s tím rozdílem, že poskytuje služby obrazového a slovního zpravodajství za úplatu hromadným sdělovacím prostředkům a fyzickým i právnickým osobám, avšak nesmí tak činit prostřednictvím rozhlasového a televizního vysílání. Podobně jako v Zákoně o České televizi nebo Zákoně o Českém rozhlasu jsou zde také formulovány úkoly České tiskové kanceláře jako veřejnoprávního média, je na jeho základě ustavena Rada pro Českou tiskovou kancelář, regulován způsob volby nebo odvolání generálního ředitele a způsob financování její činnosti.

Pro doplnění ještě uvedeme **Zákon č.132/2010 o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání.** Ty se přitom od klasického televizního vysílání liší především rozdílnou mírou svobody výběru pořadů a kontrolou obsahu ze strany příjemce služby. S televizním vysíláním však mají společné to, že jsou určeny k příjmu podstatné části široké veřejnosti a mohly by na ni mít určitý dopad. Zákon o audiovizuálních mediálních službách zavádí regulaci a podmínky poskytování komerčních videoslužeb na internetu, a to regulaci webových stránek obsahujících videa, které jsou provozovány jako placená služba, či webů, které jsou sice volně

přístupné, ale provozovatel na nich prodává reklamní prostor, a zároveň jejich obsah plní redakce, za niž nese provozovatel odpovědnost.

Přejdeme-li k tiskovým médiím, nejdůležitějším zákonem je v této oblasti tiskový zákon, tedy **Zákon č. 46/2000 Sb. o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku**. Periodickým tiskem se tímto zákonem přitom rozumí noviny, časopisy a jiné tiskoviny vydávané pod stejným názvem, se stejným obsahovým zaměřením a v jednotné grafické úpravě nejméně dvakrát v kalendářním roce. Tiskový zákon ukládá povinnost evidence periodického tisku, stanovuje vydavatele jako osobu odpovědnou za obsah periodického tisku a stanovuje jeho povinnosti s tím spojené, jako je uvedení povinných údajů o periodiku na každém jeho výtisku, dodání povinného počtu výtisků zákonem stanoveným příjemcům, plnění práva na odpověď a práva na dodatečné sdělení nebo uveřejnění důležitých a neodkladných oznámení státního orgánu a orgánu územní samosprávy. Zákon také uděluje vydavateli v rámci redakčního tajemství právo na ochranu jeho zdroje informací a stanovuje sankce za porušení tohoto zákona.

Zmínit bychom měli také **Zákon č. 106/1991 Sb., o neperiodických publikacích**. Stejně jako v tiskovém zákoně je zde ustavenou odpovědnou osobou vydavatel a ten je povinen zajistit, aby každý výtisk neperiodické publikace obsahoval povinné identifikační údaje, aby byl dodán povinný počet výtisků zákonem stanoveným příjemcům a aby byl nabídnut alespoň jeden výtisk této neperiodické publikace ke koupi knihovnám uvedeným v tomto zákoně. Zákonem jsou pak stanoveny také sankce za nedodržení těchto povinností.

Důležitým mediálním zákonem je také **Zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů** (autorský zákon). Tento zákon vymezuje chápání díla i jeho autora či spoluautorů a řeší téma ochrany autorských práv a také jejich kolektivní správu.

Pro účel této diplomové práce, jejímž tématem je předvolební zpravodajství, uvedu také **Zákon č. 247/1995 Sb. o volbách do Parlamentu České republiky**, ten totiž udává mimo jiné povinnosti médií ve spojitosti s parlamentními volbami. Na základě tohoto zákona musí být vyhrazen všem kandidujícím stranám vysílací čas ve veřejnoprávních médiích pro jejich předvolební kampaň, a to konkrétně

celkem 14 hodin, které se mezi jednotlivé kandidáty rozdělí rovným dílem a termíny vysílacích časů určí losem. Dále také zákon zakazuje zveřejňování předvolebních a volebních průzkumů těsně před volbami, což je závazné pro všechna média. V paragrafu §16 odst. 7 je uvedeno, že „V době počínající třetím dnem přede dnem voleb do Parlamentu České republiky a končící ukončením hlasování nesmějí být žádným způsobem zveřejňovány výsledky předvolebních a volebních průzkumů.“ Zda bylo toto zákonné nařízení dodrženo, budu zjišťovat také ve svém výzkumu.

2.2 Objektivita

Za nejčastěji artikulované požadavky na zpravodajství v liberálně-demokratické společnosti můžeme považovat požadavek objektivity, vyváženosti a nestrannosti. Tyto normy se vztahují ke způsobu zpracovávání informací o událostech a konečné podobě zpravodajských obsahů. Na rozdíl od základních principů legitimizujících fungování mediálního systému se tedy netýkají podmínek fungování zpravodajství, ale jejich konkrétních projevů, respektive výstupů. (Trampota 2006, s. 143-144). Normativním požadavkem objektivity a dále vyváženosti a nestrannosti, které jsou podle Westerstahlovy teorie (1983) chápány jako její dílčí kategorie (blíže viz kap. 2.2.1 *Koncept objektivity*), se tak budu dále podrobněji zabývat.

K objektivitě můžeme nalézt nejméně dvojí přístup. Můžeme na ni nahlížet jako na součást žurnalistické profese, kdy je možné objektivitu dosáhnout, nebo se jí alespoň do jisté míry přiblížit, a to prostřednictvím dodržení určitých profesních postupů. Z tohoto pohledu jde tedy o komunikační konvenci zajišťující kvalitu. Z pohledu mediálních studií je však silně artikulován názor, že objektivita je nedosažitelným ideálem (např. Tuchman, Fiske), jako pojem zastírá subjektivní povahu zpravodajství a jde o součást ideologie dané společnosti. Vzhledem k silnému zakotvení objektivity jako kvalitativního nároku na zpravodajství si však i mediální studia musela nalézt postup pro její zkoumání. V tomto smyslu můžeme nalézt pro objektivitu dva rozdílné významy. Na jedné straně je vnímána jako užívání faktů a zobrazování reality tak, aby co nejvíce odpovídalo reálnému stavu věcí. Na druhé straně je termín užíván také jako odkaz k souboru profesních postupů, které mají zajistit, aby se výsledná podoba mediálního obsahu zakládala

co nejvíc na pravdě (Trampota 2006, s. 144). Při svém výzkumu budu vycházet z pojetí objektivitu jako součásti žurnalistické profese, kdy je možné se dodržáním určitých profesních postupů objektivitě do určité míry alespoň přiblížit.

McQuail podobně objektivitu charakterizuje jako určitou formu mediální praxe a představu neutrálního postoje k úloze sběru, zpracovávání a rozšiřování informací (McQuail 2016, s. 116). Posuzujeme-li míru novinářské objektivitu, vždy tedy vlastně hodnotíme, jakým způsobem novináři pracují s informacemi a jak se to projevuje ve finální podobě obsahu médií.

2.2.1 Koncept objektivitu

Objektivita je pojem komplexní povahy, který bývá charakterizován pomocí konkretizací nižšího řádu, především pluralitou, nestranností, vyvážeností, neutralitou, věcností a faktičností, přičemž názory, které parametry konstituují objektivitu, se i mezi odborníky liší (CEMES 2013, s. 6).

Autorem jednoho z nejznámějších konceptů objektivitu je Jürgen Westerstahl (1983). Ten rozdělil objektivitu na dvě základní složky:

- 1) **Faktičnost** se skládá z kritérií **pravdivosti** a **relevance**.
- 2) **Nestrannost** sestává také ze dvou kritérií, a to **vyváženosti** a **neutrální reprezentace**.

Pro srovnání uvedu také kritéria objektivitu podle Denise McQuaila, kterými jsou:

- relevance,
- přesnost,
- spolehlivost (důvěryhodné zdroje),
- základ ve faktech (stylem a formou),
- oddělení faktů od názorů a interpretace,
- vyváženost a nestrannost mezi stranami v jakémkoliv sporu,
- neutralita formulací i prezentace. (McQuail 2016, s. 116)

Obě tato pojetí se v mnohém překrývají. První čtyři McQuailova kritéria bychom mohli zařadit pod Westerstahlovu složku faktičnosti a zbylé tři pod složku

nestrannosti. Já budu dále pracovat s konceptem objektivitity od Jörgena Westerstahla, který také McQuail uvádí jako jeden z nejucelenějších konceptů objektivitity (McQuail 2016)

Jak již bylo řečeno, Westerstahl při charakterizaci objektivitity pracuje s pojmy faktičnost, pravdivost, relevance, nestrannost, vyváženost a neutralita. Pro přehlednější popis vztahu mezi těmito jednotlivými složkami a kritérii uvedu schéma tohoto konceptu objektivitity a dále rozvedu jednotlivé pojmy, jenž zahrnuje.

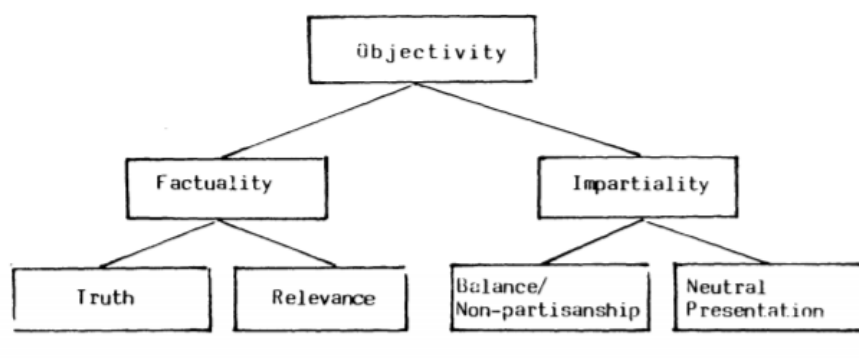


Figure 1: Scheme of the Concept of Objectivity

Obrázek č. 1: Schéma konceptu objektivitity (Westerstahl 1983)

Faktičnost a její kritérium pravdivosti postihuje faktickou správnost výpovědi, její přesnost a úplnost. Zpráva by jednoduše řečeno měla co nejvěrněji odrážet realitu. Kritérium relevance postihuje, zda jsou obsaženy všechny důležité informace a aktéři, jenž jsou pro událost relevantní. Současně relevance zahrnuje otázku potřebnosti a užitečnosti zprávy pro publikum. Hagen v tomto smyslu rozděluje relevanci na interní a externí, kdy interní relevance označuje důležitost jednotlivých faktů v souvislostech určité zprávy a externí relevance značí, nakolik téma určité zprávy působí na společnost nebo politický systém (Hagen 2011, s. 53-54).

Jak je patrné, kritéria faktičnosti, tedy pravdivost a relevanci, lze při zkoumání mediálních obsahů analyzovat jen s obtížemi, a především v případě pravdivosti je potřebné srovnání a pozorování v terénu. Hagen však poukazuje na možnost zkoumání externí relevance z pohledu nedostatečné politické relevance ve zpravodajství. Uvádí, že zpravodajství o volebních kampaních často silně zdůrazňuje soutěž mezi jednotlivými kandidáty, přináší mnoho informací o

výsledcích průzkumů veřejného mínění nebo o vystoupení jednotlivých kandidátů (v angličtině se pro tento typ zpravodajství vžil název horse-race coverage, tedy spravování o dostihových závodech). Méně pozornosti přitom média věnují politickým tématům nebo stanoviskům jednotlivých kandidátů, přestože podobné informace mají pro příjemce větší relevanci a jsou pro ně důležitější při volebním rozhodování (Hagen 2011, s. 54).

Žurnalistice dostihových závodů se budu blíže věnovat v souvislosti s rámcováním předvolebního zpravodajství a spolu s dalšími rámci typickými pro politické zpravodajství bude předmětem výzkumu.

Podíváme-li se na další kategorie objektivity, vyváženost a neutralita jsou kritéria v rámci analýzy mediálních obsahů a politické komunikace běžně užívaná (Trampota, Vojtěchovská 2010). Můj výzkum bude tedy primárně pracovat s kritérii vyváženosti a neutrality, jež Westerstahl zastřešuje pojmem nestrannost.³

Podle McQuaila „zcela nejjobecněji platí, že běžný standard nestrannosti žádá rovnováhu ve výběru a užití zdrojů, aby bylo možné reflektovat různé názory, a také prezentaci dvou (nebo více) názorů, pokud je zpochybňováno posouzení faktů“ (McQuail 2009, s. 368).

Vyvážené zpravodajství předpokládá, „že zpravodajství bude poskytovat stejnou možnost přístupu do výpovědí o událostech všem stranám, názorům a úhlům pohledu, které jsou relevantní ke zpracovanému tématu události, a zároveň poskytovat prostor všem relevantním tématům v rámci zpravodajství jako celku“ (Reifová et al. 2004, s. 314). Reifová poukazuje na to, že vyváženost může být zkoumána na dvou úrovních. Můžeme zkoumat interní vyváženost v rámci zprávy, nebo externí vyváženost v rámci širšího spektra jednotek či programů. Pro analýzu je určující stanovení těch aktérů, kteří jsou v dané události relevantní a měli by být do zprávy zahrnuti (Reifová et al. 2004, s. 315). V případě mého výzkumu předvolebního zpravodajství to budou politické strany kandidující do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR.

³ Podobně s operacionalizací objektivity pracují i další kvantitativní výzkumy mediálních obsahů, které jsou blíže rozvedeny v kapitole 2.2.2 *Objektivita a výzkum*

Vyváženost v souvislosti s předvolebním zpravodajstvím charakterizuje McQuail jako „**rovné nebo proporční** zastoupení politických stran nebo kandidátů“ (McQuail 1992, s. 225). V poměrných volebních systémech je totiž dosahování vyváženosti složitější, jelikož politických stran v parlamentu je více. Při analýze vyváženosti v takových politických systémech je tedy potřebné pracovat s poměrným zastoupením názorových proudů/politických stran podle jejich podpory ve společnosti. Jak uvádí Jirák, malé politické strany si mnohdy stěžují, že nedostávají v médiích dostatečně velký prostor. Mimo vlastní předvolební kampaně se média často soustředí především na větší parlamentní strany. Je však otázkou, zda má některé médium věnovat více prostoru malým stranám, když by to vlastně mohlo odporovat rozložení politických postojů (Jirák 2001, s. 303).

Při zkoumání vyváženosti je důležitá otázka výběru (kdo a co se ve zprávě objevuje a v jakém pořadí) a propojení subjektů s určitými přímými či nepřímými pozitivními nebo negativními asociacemi. Obě tyto části se dají měřit kvantitativní analýzou. Nejčastěji užívanou metodou zkoumání vyváženosti je posuzování, zda mediálně zpracované akce, události nebo fakta odrážejí příznivě nebo nepříznivě jednu ze stran nebo politických uskupení. Další možností je zkoumání rozsahu a četnosti využitých informačních zdrojů, přičemž absence určitých zdrojů může indikovat jednostrannou definici problému (Trampota, Vojtěchovská 2010, s. 133).

Kritérium **neutrální prezentace** značí podle McQuaila „oddělení faktů od názorů a vyhnutí se hodnotovým soudům nebo emotivním výrazům či obrazům“ (2009, s. 369). V případě voleb je tedy pro dosažení neutrální prezentace nutné zabránit favorizaci či defavorizaci jednotlivých aktérů. Jak ale podotýká McNair (2004, s. 71), od novináře se neočekává, že nemá názor a zcela se vzdává možnosti se vyjádřit. Důležité je již zmíněné oddělování faktů a názorů. Pro vyjádření názoru novináře je prostor v publicistických žánrech. Pokud se objevuje hodnocení či expresivní výrazivo ve zpravodajství, měl by být uveden jeho zdroj.

2.2.2 Objektivita a výzkum

Zkoumat, zda je mediální obsah objektivní, není příliš snadné. V ideálním případě bychom měli mít možnost porovnat událost samotnou tak, jak se stala, s jejím mediálním zpracováním. Takovou možnost ale máme jen zřídka a častěji zkoumáme objektivitu na základě mediálních obsahů (Trampota, Vojtěchovská 2010, s. 130). Tímto způsobem, jak je uvedeno v předchozí kapitole, je možné zkoumat některé prvky objektivity.

Já se zaměřím na to, kolik pozornosti bylo věnováno jednotlivým aktérům parlamentních voleb (vyváženost), jak byli tito aktéři prezentováni (nestrannost) a také na rámce, které média při referování o volbách a jejich aktérech použila. Při operacionalizaci svého výzkumu budu vycházet z předchozích výzkumů ze zahraničního prostředí, které jsou dále rozvedeny.

Podíváme-li se na pojetí objektivity zpravodajství v dosavadních výzkumech, setkáme se s pojmem předpojatost (angl. bias; tento pojem bude přiblížen v kap. 2.3. *Předpojatost*). Můžeme zmínit například studii *The Impact of Media Bias: How Editorial Slant Affects Voters* (Druckman, Parkin 2005), která sledovala mediální pokrytí senátních voleb v Minnesotě v roce 2000 a jeho vliv na voliče. Autoři tohoto výzkumu pracují také s pojmem „slant“ (v překladu sklon), který charakterizují jako „kvantitu a tón mediálního pokrytí kandidátů“, a to v souvislosti s editorskou prací. Zaměřili se přitom na prostor věnovaný jednotlivým kandidátům podle jejich zmínek v jednotlivých odstavcích, dále na prostor věnovaný přímé řeči kandidáta, na míru neutrality zobrazení kandidátů jeho určením jako negativní, neutrální, nebo pozitivní a také na hlavní téma článku a s tím související přítomnost rámců. Autoři dospěli k závěru, že jeden ze dvou analyzovaných listů se dopustil relativní předpojatosti, tudíž se odchýlil od objektivity, a pomocí exit polls dále zkoumali, zda měla tato předpojatost vliv na voliče. Závěrem výzkumu bylo, že předpojatost, která se projevila v jednom z deníků, měla vliv na hodnocení kandidátů voliči, ale nebyla prokázána přímá souvislost s jejich volebním rozhodnutím.

Dále můžeme zmínit studii *Was Coverage of the 1988 Presidential Race by Washington's Two Major Dailies Biased?* (Kenney, Simpson 1988). Zde autoři neanalyzovali pouze text, ale také fotografie, a zaměřili se na pozici článků a

fotografií podle jejich umístění buď na hlavní straně jako hlavní zpráva, na hlavní straně jako vedlejší zpráva, nebo uvnitř novin, také sledovali velikost titulku, pro kterou určili čtyři kategorie, a míru neutrality prezentace kandidáta podle jeho hodnocení jako negativní, neutrální, nebo pozitivní. Dále na základě seznamu 30 nejdůležitějších momentů kampaně obou politických stran získaného z nezávislého zdroje (Congressional Quarterly Weekly Report) zjišťovali množství pozitivních zpráv vztahujících se k těmto momentům. Autoři takto porovnávali dva významné washingtonské listy – Washington Post a Washington Times a došli k závěru, že list Washington Times se při referování o prezidentských volbách dopustil daleko větší předpojatosti než Washington Post.

Dalším výzkumem relevantním pro téma této práce je výzkum *The Slant of the News: How Editorial Endorsements Influence Campaign Coverage and Citizens' Views of Candidate* (Kahn, Kenney 2002), který se zabýval konkrétně mírou neutrality mediální prezentace kandidátů v 60 senátních předvolebních kampaních a také jeho vlivem na vnímání kandidátů voliči. Autoři neutralitu určovali na základě tónu hlavní stránky novin a jednotlivých titulků, na základě uvedení či neuvedení zdroje kritického hodnocení kandidátů a na základě rámcování hlavních témat. Autoři spojovali předpojatost s případným otevřeným vyjádřením podpory zkoumaných listů jednomu z kandidátů a sledovali proměny mediálního obsahu v čase a jeho vliv na vnímání kandidátů voliči. Výzkumem dospěli k závěru, že média, která svým obsahem vykazovala znaky předpojatosti, ovlivnila preference čtenářů.

2.2.3 Objektivita jako nedosažitelný ideál

Požadavek objektivity není pro zpravodajská média snadné dodržet. Média jsou neustále pod tlakem přicházejícím z více stran. Soukromá média jsou provozována za účelem zisku, což znamená, že jsou do jisté míry závislá na svých inzerentech. Na druhé straně jsou zde také politici, kteří se snaží do médií prosadit své názory a zajistit si pozitivní mediální obraz.

Mimo to mají zprávy vždy určitý sklon daný historickým, ekonomickým, sociálním a kulturním kontextem společnosti a odráží hodnoty dané kultury

(Trampota 2006, s. 147). Osvaldová v souvislosti s objektivitou zmiňuje, že všechny výpovědi jsou interpretací, protože patří „do kontextu nějaké verze světa a každý popis světa je vlastně i jeho hodnocením“. Fakta, z nichž je zpráva vytvořena, jsou vybrána na základě novinářových vědomostí, zkušeností a z toho plynoucího hodnocení celé situace. (Osvaldová 2011, s. 11).

Podobně Trampota uvádí, že „novinář může oddělit fakta od názorů, vždy ale záleží na něm, která fakta vybere a která vyřadí. Promyšleným výběrem a seřazením faktů lze sestavit zprávu, která straní mnohem více než otevřené vyjádření podporujícího názoru“ (Trampota 2006, s. 146). Redaktor musí navíc vždy něco vybrat do titulku, zmínit něčí názor dříve a další později.

Fiske (2010) nahlíží na koncept objektivitu dokonce jako na součást ideologie novinářské profese, která má sloužit k ospravedlnění role novinářů v liberálně-demokratických společnostech. Gay Tuchman (1972) pak označuje objektivitu za „strategický rituál“, jenž má primárně zabránit tomu, aby se redaktori dopouštěli chyb a dostávali se pod palbu kritiky.

Vzhledem k ne úplně jasnému vymezení objektivitu může být hodnocení médií z tohoto hlediska u každého jednotlivce více či méně rozdílné. Veřejnost navíc někdy ani nechce v médiích slyšet odlišný názor od toho svého a hledá spíše média, která ji budou v jejich názorech posilovat, než která ji budou vystavovat konfrontaci s odlišnými přístupy.

Jak již však bylo řečeno, zakotvení objektivitu jako kvalitativního nároku na zpravodajství je ve společnosti silné a na objektivitu můžeme nahlížet také jako na součást žurnalistické profese, kdy je možné objektivitu dosáhnout, nebo se jí alespoň do jisté míry přiblížit, a to prostřednictvím dodržení určitých profesních postupů.

2.3 Předpojatost

Objektivita bývá narušována různými způsoby. Ve výzkumech zabývajících se objektivitou, případně některou z jejích složek, se setkáme s pojmem předpojatost (ang. bias). Jiráček s Burtonem předpojatost charakterizují jako předpokládanou či doloženou deformaci v nějaké mediální reprezentaci (Jiráček, Burton 2001, s. 299).

McQuail pak uvádí, že předpojatost je konzistentní tendence odchylovat se od postupů deklarovaných jako cesta k objektivní pravdě. Předpojatost byla předmětem mnoha studií, autoři se však rozcházejí v případě samotné charakteristiky tohoto problému. (McQuail 1992, s. 191)

Sloan (2007) říká, že lidé vnímají předpojatost médií na základě vlastních přesvědčení. Otázkou tak je, jestli je vůbec možné, aby publikum dokázalo předpojatost v médiích rozeznat. Vzhledem k tomu, že lidé mají tendenci média posuzovat na základě vlastní předpojatosti, znamená to, že předpojatost nemá oporu v realitě, ale pouze v myslích diváků.

Jiráček s Burtonem rovněž uvádějí, že se jedná o problematický pojem a poukazují na to, že každá komunikace vždy vychází z kultury a hodnot komunikátorů, tedy i podavatele. Předpojatost pak vždy závisí na tom, kdo a z jakých pozic poukazuje na to, že je něco předpojaté. Předpojatost podle nich může být způsobená vědomým deformováním sdělení, neuvědomovaným pomíjením nějakého aspektu, hodnotovou orientací podavatele nebo vzájemnou inspirací mezi médii. (Jiráček, Burton 2001, s. 299-300).

Definice konceptu mediální předpojatosti existuje mnoho, já nejdříve krátce přiblížím teorii předpojatosti od Denise McQuaila (1992, s. 193-195). Ten rozlišuje předpojatost na základě dvou kritérií. Předpojatost může být buď otevřená, nebo skrytá a buď záměrná, nebo nezáměrná. Na základě toho pak jsou definovány její čtyři formy:

- 1) **angažovaná podpora** (předpojatost záměrná a otevřená),
- 2) **propaganda** (předpojatost záměrná, avšak skrytá),
- 3) **nezáměrná předpojatost** (zároveň otevřená),
- 4) **ideologie** (předpojatost nezáměrná, avšak skrytá).

Jako dalšího autora a jeho definici konceptu předpojatosti zmíním Roberta Entmana. Ten předpojatost dává do souvislosti s distribucí moci ve státě a také konceptem rámcování, jemuž se budu věnovat v další kapitole a bude i předmětem mého výzkumu.

Entman rozeznává tři druhy mediální předpojatosti:

- 1) **zkreslující předpojatost**, kterou chápe jako zkreslení či změnu zobrazení reality;
- 2) **obsahovou předpojatost**, jež se objevuje v rámci politického konfliktu a znamená zvýhodňování určitého politického aktéra;
- 3) **rozhodovací předpojatost**, kterou vztahuje k vlivu novinářova systému hodnot na text, který tvoří (Entman 2007, s. 163).

Entman dále rozlišuje pojmy obsahová předpojatost a tendenční zkreslení zpráv (angl. news slant). Tendenční zkreslení se objevuje ve zprávách, jež svým rámcováním zvýhodňují jednu stranu aktuálního nebo potenciálního politického konfliktu. Pokud je pak takové tendenční zkreslení dlouhodobé, mohou tímto způsobem média určitým politickým aktérům pomáhat k získání moci. V tomto smyslu pak definuje Entman obsahovou předpojatost, a to jako „konzistentní vzory v rámcování zprostředkované komunikace, které podporují vliv jedné strany konfliktu v procesu boje o vládní moc“ (Entman 2007, s. 165). Právě obsahová předpojatost bude stěžejní pro můj výzkum, jelikož zvýhodňováním určitého politického aktéra narušuje nestrannost zpravodajství.

3 Teorie rámcování

Ne/objektivita, respektive ne/vyváženost mediálních obsahů může být indikována také na základě tzv. mediálních rámců, které zásadním způsobem determinují vyznění jak dílčích novinářských příspěvků, tak především celé zpravodajsko-publicistické agendy (Van Gorp 2005). Rámcování odkazuje na způsob, jakým jsou organizovány události a témata a jaký smysl je jim přikládán. Aby byl novinář schopen přetvořit mnohdy nesouvislé informace do smysluplného sdělení o události, zasazuje je do určitého kontextu, sjednocuje je pod určité téma a nahlíží na ně z jistého úhlu pohledu, tedy je interpretuje. A to znamená, že na ně uplatňuje určitý rámeček. Gamson a Modigliani popisují tento proces jako centrálně organizovanou myšlenku, rámeček, který dává smysl sdělovaným částem událostí a spojuje je do konzistentního celku (Gamson, Modigliani 1989). Při rámcování určitého tématu nebo události se přitom může jednat buď o neúmyslné a pro lidskou

mysl v podstatě zcela přirozené uplatnění selektivních postupů při tvorbě dané zprávy, nebo o záměr, kdy některá ze součástí řetězce, který ovlivňuje výslednou podobu mediálních výstupů, chce oné události dodat nějaký význam.

Podívejme se však na teorii rámcování od počátku. Svůj původ má na poli sociologie a psychologie. Jedním z prvních, kdo popsal teorii interpretačních rámců, byl Gregory Bateson (1954). Ten je chápe jako meta-komunikativní úroveň komunikace, která instruuje její účastníky, jak mají číst a hodnotit určitá sdělení. V tomto smyslu jsou rámce nezbytné pro lidské myšlenkové procesy, protože omezují souvislosti, v nichž je možné situaci nebo interakci chápat a vykládat. Podobně vykládá funkci rámců další z průkopníků této teorie Erwing Goffman (1974). Ten zdůrazňuje, že nám rámce poskytují návod k tomu, jak na danou situaci reagovat, respektive jak organizovat lidské zkušenosti, abychom ji byli schopni vnímat, chápat a pojmenovat. Jinými slovy rámce vytvářejí určitá schémata sloužící k interpretaci komplexní reality. Bateson i Goffman se shodují v tom, že interpretační rámec určuje to, jak situaci definujeme i jak na ni reagujeme.

Teorie rámcování se od druhé poloviny minulého století těší vysokému vědeckému zájmu. Na koncept rámcování tak dnes můžeme nahlížet z různých úhlů. V případě mediocentrického přístupu bychom jej použili pro výzkum účinků médií. V tomto smyslu má blíže k nastolování agendy⁴. V případě sociocentrického přístupu bychom na jeho základě zkoumali mediální obsah jako výsledek působení kulturních, mocenských a jiných kontextů. K sociocentrickému přístupu se kloní například Carragee a Roefs (2004), kteří chápou teorii rámců jako součást širší kritické analýzy mocenských vztahů. Rámce mají představovat diskurzivní pole, na kterém se svádí boj o význam mezi různými aktéry. Reese podobně tvrdí, že „moc rámovat závisí na přístupu ke zdrojům, sumě znalostí a strategických spojenečtvích“ (Reese 2001, s. 11).

⁴ Autorem konceptu nastolování agendy je Maxwell McCombs, který tvrdí, že „témata, na něž je kladen důraz ve zprávách, bude postupem času vnímat jako důležitá také veřejnost. Jinými slovy, že agenda médií nastoluje veřejnou agendu“ (Maxwell McCombs 2011, s. 30). Tuto tezi spolu s Donem Shawem potvrdil jejich výzkumem Chapel Hill v Severní Karolíně v roce 1968, čímž došlo ke změně paradigmatu ve výzkumu účinků médií.

Jak je zjevné na základě zmíněných autorů a jejich rozdílných přístupů, v teorii rámcování je značná nekonzistence tohoto konceptu. Většina autorů poukazuje na neexistenci jednotného paradigmatu a časté nedůslednosti v užívání daného pojmu. Robert Entman (1993) v tomto smyslu hovoří o „roztříštěném paradigmatu“ a snaží se definice konceptu sjednotit. Pokusil se o vysvětlení termínu tak, aby měl univerzální platnost. Za výchozí pro svou práci budu považovat jeho pojetí rámcování, které dále přiblížím.

3.1 Definice rámcování podle R. Entmana

Entman chápe rámce jako procesy selekce a zvýznamňování. Zarámovat nějakou událost „znamená vybrat některé aspekty vnímané reality a zvýznamnit je v komunikovaném textu tak, aby prosazovaly určitou definici problému, kauzální interpretaci, morální hodnocení a/nebo doporučení“ (Entman 1993, s. 52). Média tedy zvýrazňují určité aspekty události, čímž zvyšují jejich význam. Těchto aspektů nebo této části informace si pak lze lépe povšimnout a je pro publikum lépe zapamatovatelná (Entman 1993, s. 53).

Rámcování probíhá podle Entmana v komunikačním procesu na čtyřech různých úrovních, přičemž pro všechny tyto pozice je klíčový výběr a zvýrazňování určitých aspektů (Entman 1993).

- **Zprostředkovatelé zpráv** vědomě či nevědomě rozhodují o tom, co napíší nebo řeknou. Jsou přitom vedeni tzv. schémata, jenž organizují jejich myšlenky a názory. Schémata Entman definuje jako výsledky procesu interpretace, které se uskutečňují v mysli člověka. Na základě předchozích zkušeností se v lidské mysli ukládají asociace a na základě nových zkušeností se pak mohou tyto asociace měnit a znovu ukládat (Entman 2004).
- V **mediálním obsahu** (textu) se objevují rámce projevující se přítomností nebo absencí určitých frází, klíčových slov, stereotypních obrazů a zdrojů informací, které posilují určitá fakta nebo soudy.

- Rámce na straně **příjemce** třídí jeho uvažování a následné závěry, mohou, ale nemusí odrážet rámce obsažené v komunikovaném textu a záměr komunikátora.
- Také **kultura** s sebou nese jakési společné rámce, které jsou obsažené v diskurzu a myšlení většiny lidí v rámci určité sociální skupiny.

Podle Entmana vliv rámců úzce souvisí právě s kulturou. Publikum v textu nejnásadněji rozezná metafory a mýty, které dlouhodobě rezonují v kultuře dané společnosti (Entman 2004). Entman však podotýká, že zdůraznění aspektu nějaké skutečnosti ze strany komunikátora nutně neznamená, že si příjemce daného sdělení rámce vůbec povšimne, a to kvůli existenci jeho vlastního schématu. Významnost je podle něj produktem interakce mezi textem a příjemcem sdělení, tudíž přítomnost rámce v textu nemusí mít vliv na uvažování příjemce (Entman 1993).

3.2 Typologie rámcování

Nejnámější typologie rámců pochází od Claese de Vreese (2005), který rozlišuje rámce specifické a rámce obecné.

Specifické rámce jsou takové, které se váží k určitému konkrétnímu tématu a v tomto smyslu jsou nepřenositelné na jiné téma. Výzkumník si v takovém případě vybere určité téma a následně zjišťuje, jaké rámce se při prezentaci tohoto tématu v médiích vyskytují. Jako příklad můžeme uvést studii Roberta Entmana (1991), který porovnával dvě katastrofy civilních letadel způsobené armádou. V prvním případě se jednalo o sestřelení korejského civilního letadla sovětským vojenským letounem (1983), v druhém případě šlo o sestřelení íránského civilního letadla americkým vojenským plavidlem (1988). Jednalo se tedy o dvě rozdílné události na stejné téma a Entman sledoval rámcování těchto událostí americkými médii. Ve výzkumu došel k závěru, že sestřelení civilního letadla způsobené americkou armádou bylo rámcováno jako „neštěstí“ a „omyl“, kdežto sestřelení civilního letadla způsobené tehdejším Sovětským svazem bylo rámcováno jako „úmysl“ a „útok“, což poukazuje na neobjektivitu daných amerických médií.

Výhodou specifických rámců pro výzkum je, že díky nim je možné postihnout detaily a specifické rysy daného tématu. De Vreese však poukazuje také na to, že

právě vysoká míra specifčnosti a detailnosti takových rámců znemožňuje jejich zobecnění a porovnání v širším kontextu. Absence tohoto porovnání pak často vede výzkumníky ke snadnému nalezení toho, co v analyzovaných textech hledají. Výzkumníci pak mají také tendenci vytvářet unikátní set rámců pro každou studii (de Vreese 2005, s. 55).

Obecné rámce naproti rámcům specifickým přesahují hranice jednoho tématu, mají obecnou platnost a dají se generalizovat v čase a napříč různými kulturními kontexty i druhy médií. Semetko a Valkenburg uvádí, že obecné rámce se „dají snadno přenášet na jiná zkoumaná témata, dokážou se vypořádat s rozsáhlými vzorky a pomáhají rozkrývat rozdíly mezi různými typy médií, jako je např. televize versus tisk, či různými styly médií, jako je např. bulvární versus seriózní tisk“ (Semetko, Valkenburg 2000, s. 95).

Při výzkumu obecných rámců má badatel předem dané rámce, které již byly popsány, a tyto rámce pak hledá ve zkoumaných mediálních sděleních. Na obecné rámce se zaměřím také ve své analýze mediálních sdělení. Obecnými rámci ve zpravodajství se zabýval např. Shanto Iyengar (1991), který v letech 1981-1986 provedl výzkum mediálního pokrytí sociálních problémů chudoby, kriminality a nezaměstnanosti v americkém tisku a dospěl k závěru, že zpravodajství bylo silně zaujaté epizodickou interpretací a tyto sociální problémy byly vykreslovány pouze ve vztahu ke konkrétním událostem místo toho, aby byly zasazeny do širšího kontextu. Autor v tomto výzkumu vycházel z vlastního rozdělení rámců na **epizodické a tematické**, kdy epizodické rámce se zaměřují na konkrétní případy a události, kdežto tematické rámce popisují dané téma v sociálních nebo kolektivních intencích a dávají mu tak širší kontext.

Semetko a Valkenburg (2000) navrhly způsob výzkumu obecných rámců, na jehož základě by bylo možné studovat vývoj a změny ve zpravodajství v čase a také napříč různými mediálními systémy. Jako hlavní rámce ve zpravodajství identifikovaly:

- 1) **rámec konfliktu** zdůrazňující konflikt mezi jednotlivci, skupinami, institucemi nebo i zeměmi;

- 2) **rámec lidského zájmu** vážící se ke konkrétním lidským příběhům nebo ukazující emocionální stránku nějaké události nebo problému;
- 3) **rámec odpovědnosti** spojující událost nebo problém s konkrétní osobou, skupinou nebo vládou, která za to nese odpovědnost;
- 4) **rámec morálky** prezentující událost nebo problém v kontextu náboženských principů nebo morálních zásad;
- 5) **rámec ekonomických důsledků** prezentující událost v souvislosti s ekonomickými důsledky, které bude mít na jednotlivce, skupinu nebo společnost.

Tyto rámce Semetko a Valkenburg hledaly v rámci svého výzkumu ve zpravodajství tištěných médií a televize a došly ke zjištění, že nejčastěji užívanými rámci jsou rámec odpovědnosti, následovaný rámcem konfliktu a rámcem ekonomických důsledků (Semetko, Valkenburg 2000).

3.3 Obecné rámce v předvolebním zpravodajství a jejich výzkum

Vedle obecných rámců vyskytujících se ve zpravodajství můžeme odlišit ještě obecné rámce typické pro předvolební zpravodajství, které přiblížím na příkladu konkrétního výzkumu.

Schuck (2010) ve svém výzkumu zaměřeném na rámcování voleb do Evropského parlamentu v roce 2009 identifikoval charakteristické vlastnosti předvolebního zpravodajství, které se vyskytují ve všech předvolebních kampaních, a na jejich základě formuloval čtyři rámce objevující se v předvolebním zpravodajství: rámec konfliktu, strategický rámec, rámec dostihových závodů a rámec metapokrytí.

Rámec konfliktu staví aktéry dané události nebo tématu proti sobě. Přítomnost konfliktu je základním kritériem pro to, aby se příběh stal zprávou. Není to však jen proto, že konflikt je jednou ze zpravodajských hodnot, které formulovali Galtung a Ruge (1965), ale také proto, že konflikt je indikátorem profesionálního standardu vyváženosti zpravodajství. Konflikt je pro politiku demokratických zemí zásadní a je součástí demokratického rozhodování. Pokud si lidé uvědomují, že konflikt vychází z politické soutěže různých idejí, může to mít pozitivní vliv na jejich

participaci na politickém životě společnosti (de Vreese, Tobiasen 2007). Nicméně některé studie ukázaly, že konfliktní rámcování zpravodajství může podporu politiky ze strany občanů ovlivnit i negativně (Vliegthart 2008).

Dalším rámcem typickým pro předvolební zpravodajství je podle Schucka (2010) **strategický rámec**. Vývoj politických kampaní směrem k větší profesionalizaci a uplatňování politických marketingových strategií vede ke zvýšenému zájmu novinářů o to, co se děje za těmito kampaněmi (Capella, Jamieson 1997). Zprávy obsahující strategický rámec popisují strategické chování politických aktérů, to, jak prezentují jednotlivé problémy nebo události, aby zlepšili svou pozici v očích veřejnosti. Vystavení publika strategickému rámcování voleb může podle některých autorů zapříčiňovat jeho cynismus vůči politice a rozhodnutí nezúčastnit se voleb (de Vreese, Boomgaarden 2008).

Rámec dostihových závodů (horse-race) bývá mnohdy spojován se strategickým rámcem (de Vreese 2011), shodně totiž dává důraz více na politickou hru než na věcné informování o předvolebních kampaních. Rámec dostihových závodů ale podle Schucka (2010) nemusí nutně zahrnovat taktiku politických aktérů, proto se rozhodl jej sledovat odděleně. Pro rámec dostihových závodů je charakteristické referování o výsledcích předvolebních průzkumů, a to se zdůrazněním výhry či prohry jednotlivých aktérů. Několik studií již potvrdilo, že v rámci strategického rámce média čím dál častěji užívají rámec dostihových závodů (Darras 2008, Sheaffer et al. 2008).

Rámec metapokrytí (metacoverage) se zaměřuje na roli médií v předvolební kampani. Zdůrazňuje interakci mezi politiky a médii a způsob, jakým politici přistupují k médiím a své publicitě. Tento rámec vychází z představy, že média jsou velmi důležitým aktérem politických kampaní. Vývoj zpravodajství směrem ke zdůrazňování role médií v předvolebních kampaních již potvrdila například studie od Esser a D'Angelo (2006).

Jak již bylo uvedeno, Schuck (2010) tyto rámce hledal ve zpravodajství týkajícím se voleb do Evropského parlamentu v roce 2009, a to ve všech tehdejších 27 členských zemích Evropské unie. Výsledky výzkumu ukázaly, že nejčastěji se vyskytujícím rámcem byl strategický rámec, následovaný rámcem konfliktu.

S výrazně menší četností byl přítomen rámec dostihových závodů, a ještě méně pak rámec metapokrytí. Výzkumníci dále sledovali četnost výskytu jednotlivých rámců v konkrétních zemích a snažili se zjistit, co může být její příčinou. Pátrali přitom po příčinách jako čas nebo specifické charakteristiky dané země a jejího mediálního systému. Vzhledem k omezenému rozsahu diplomové práce však nebudu výsledky výzkumu dále rozvádět.

Jak již bylo řečeno, strategický rámec a rámec dostihových závodů slučují někteří autoři dohromady, nebo je definují trochu odlišným způsobem. Jamieson (1992) strategický rámec charakterizuje na základě pěti identifikátorů:

- 1) Zpráva se zaměřuje na výhru a prohru.
- 2) Zpráva hovoří o boji, válce, zápasu nebo soutěži.
- 3) Zpráva zahrnuje účastníky, kritiku a publikum.
- 4) Zpráva se týká chování kandidátů a jejich pohledu na určité téma/událost
- 5) Zpráva pojednává o postavení kandidátů v průzkumech (čímž pod strategický rámec zahrnuje také rámec dostihových závodů).

De Vreese (2011) na základě vývoje konceptu rámcování předvolebního zpravodajství v dosavadních výzkumech přichází s pojmem „**rámec strategické hry**“ (strategic game frame), který dále dělí na dvě dimenze, a to strategický rámec a rámec hry. Strategický rámec má přitom poukazovat na strategii kampaně a taktiku aktérů, na motivy, osobnost kandidáta, jeho styl prezentace a také metapokrytí. Rámec hry pak má zdůrazňovat předvolební průzkumy, výsledky voleb, rozdělení aktérů na vítěze a poražené a užívat jazyk sportu a války. De Vreese tak do rámce strategické hry vlastně slučuje tři rámce předvolebního zpravodajství, které definoval Schuck (2010), a to strategický rámec, rámec dostihových závodů a rámec metapokrytí. De Vreese navrhuje také způsob jednotné operacionalizace zmíněných dvou dimenzí tohoto rámce pro výzkum tak, aby bylo možné zkoumat rámcování předvolebního zpravodajství napříč různými druhy médií i napříč zeměmi.

Rámce, jež byly popsány v této podkapitole, spolu s rámci typickými pro politické zpravodajství podle Semetko a Valkenburg (2000), jež byly popsány v předchozí podkapitole, budou předmětem výzkumu této diplomové práce.

3.3.1 Vliv rámcování předvolebního zpravodajství

Jak poukazuje de Vreese (2011), hlavním důvodem, proč se odborníci zajímají ve velké míře o rámcování předvolebního zpravodajství jako strategie a hry, je založeno na předpokladu, že tento typ rámcování může mít negativní vliv na demokracii. Capella a Jamieson (1997) například tvrdí, že pokud se zpravodajská média zaměřují místo věcných problémů na strategii předvolebních kampaní a osobnosti kandidátů, děje se tak na úkor podávání důležitých informací a zapříčiňuje to politický cynismus.

Zprávy rámcované jako strategie a hra sice také nějakým způsobem podávají informace o politických problémech a jejich řešení, Capella a Jamieson (1997) ale uvádí, že publikum pak má tendenci ve zprávách upřednostňovat právě strategické rysy této zprávy před věcnými informacemi. Přestože jsou jim tedy důležité politické informace poskytovány, jsou méně ochotní je vnímat. To se děje proto, že strategický rámec a rámec hry publikum odvádí od podstaty problému. Jednoduše řečeno, jsou zde předpoklady, že rámec strategické hry má negativní vliv na demokracii, protože potlačuje a redukuje politickou informovanost občanů.

Ve svém díle *Spiral of Cynicism* (1997) Capella a Jamieson tvrdí, že četný výskyt rámce strategické hry dokazuje zaměření politického procesu a jeho aktérů spíše na sebe samotné než na dobro společnosti. V důsledku toho pak argumentují, že ti, kdo konzumují takto rámcovaný politický mediální obsah, se stávají cynickými vůči politice, což bylo potvrzeno již několika studiemi (např. de Vreese 2004, Rhee 1997). Jelikož politici vidí, že konflikt a strategie získávají více prostoru ve zpravodajství, a novináři předpokládají, že tyto zprávy jsou pro publikum zajímavé, novináři i političtí aktéři minimalizují přístup veřejnosti k samotné podstatě problému a důležitým politickým informacím. Výsledkem pak je cynismus publika vůči politice nebo úplný odklon od participace na politickém životě společnosti. Tento proces Capella a Jamieson popisují jako „spirála cynismu“ (1997).

Broh (1980) pak poukazuje na negativní konsekvence konkrétně rámce dostihových závodů. Uvádí, že při takovémto druhu zpráv nejsou kandidáti hodnoceni na základě svých individuálních schopností, ale jsou srovnávání

s ostatními kandidáty na základě výhry nebo prohry a události jsou posuzovány v kontextu soupeření. Důležité politické otázky pak mohou zůstat bez povšimnutí a nepřiměřená pozornost může být věnovaná jiným záležitostem, protože pasují do konceptu tohoto rámce. Důležitými tématy se stává kandidátova image, osobnost, vztahy a strategie (Broh 1980, s. 515). Krejčí pak uvádí, že při žurnalistice dostihových závodů se zájem přesouvá na samotné výsledky průzkumů a „z hlediska objektivit volebních informací přináší tento druh zpráv povrchní a zkreslené hodnocení situace“ (Krejčí 2008, s. 124).

Nicméně o tomto vlivu rámcování nejsou přesvědčeni všichni odborníci. Někteří tvrdí, že užívání politických průzkumů má větší potenciál přimět veřejnost zajímat se o politiku a rámcování zpravodajství jako strategické hry je pro ně atraktivnější (Newton 2006, Norris 2000).

Autorka se přiklání k názoru, že rámcování zpravodajství jako strategické hry může vzbudit u veřejnosti větší zájem o politiku, nicméně takové zpravodajství odvádí pozornost od podstaty politických problémů, a voliči se tak můžou rozhodovat na základě povrchních informací namísto těch relevantních.

3.4 Identifikace rámců

Dosavadní výzkum rámcování podle de Vreese postrádá společné konceptuální vymezení a většina studií rámcování zpravodajství staví na předešlých definicích a operacionalizacích užitých při specifických výzkumech (de Vreese 2005, s. 53). Můžeme ale nalézt určitý konsenzus ohledně toho, jak rámce v textu identifikovat. Rámce v textu mohou být identifikovány pomocí induktivního nebo deduktivního přístupu.

Při **induktivním přístupu** nemá výzkumník předem dané rámce, které v textu hledá. Až v průběhu samotné analýzy textu se snaží vyhledat všechny potenciální rámce, jež se mohou v textu vyskytovat. Tato metoda bývá kritizovaná pro malý výzkumný vzorek a nemožnost výzkum zopakovat a ověřit závěry (de Vreese 2005, s. 33; Semetko, Valkenburg 2000, s. 94).

Deduktivní přístup naproti tomu vychází z předem definovaných rámců a zkoumá, nakolik se v mediálním textu vyskytují. Semetko a Valkenburg poukazují

na to, že tento přístup vyžaduje obeznámenost s rámci, které se obvykle v mediálních textech objevují. Nevýhodou tohoto přístupu pak je, že rámce, jež nejsou předem definovány, mohou být při analýze přehlédnuty (Semetko, Valkenburg 2000, s. 95).

Induktivním přístupem bývají zpravidla zkoumány specifické rámce, které se váží k určitému konkrétnímu tématu, a není zcela možné dopředu předvídat, jaké specifické rámce se v textu budou vyskytovat. Deduktivní přístup použijeme v případě zkoumání obecných rámců, jenž mají obecnou platnost a dají se generalizovat napříč časem, kulturními kontexty i druhy médií.

V praxi můžeme rámce v textu identifikovat za pomoci vyhledávání slov, jež by je mohla indikovat. Např. při hledání rámce konfliktu mohou na tento rámec poukazovat slova jako „vítězství“, „prohra“, „protivník“, „střet“ apod. (Šulcová 2010, s. 49). Můžeme volit ale také otázky, které nám pomohou výskyt daného rámce určit, jako to udělal ve svém výzkumu již zmíněný Schuck (2010). Podobně pomocí otázek identifikoval výskyt rámců v textu také Zhou (2008), a to ve svém výzkumu *Cultural Dimensions and Framing the Internet in China: A Cross-Cultural Study of Newspapers' Coverage in Hong Kong, Singapore, the US and the UK*. Např. pro určení přítomnosti rámce lidského zájmu použil tři otázky. První z nich zněla: „Poskytuje článek lidský příklad, osobní příběh nebo emocionální pohled?“, pokud odpověď na tuto otázku zněla ano, následovaly další dvě otázky: „Zdůrazňuje článek roli jednotlivců/skupin, nebo to, jak jsou dotčeni danou otázkou/událostí/problémem?“ a „Obsahuje příběh pocity pobouření, empatie, péče, sympatie nebo soucitu?“ (Zhou 2008, s. 237). Pokud byla odpověď alespoň na jednu z těchto dalších dvou otázek kladná, potvrdila se tak přítomnost rámce lidského zájmu. Otázky použité v tomto výzkumu pro identifikaci konkrétních obecných rámců budou použity také ve výzkumu této diplomové práce.

James W. Tankard určil 11 mechanismů rámcování, pomocí nichž lze v textu rámce identifikovat. Jsou jimi: 1) titulky, 2) podtitulky, 3) perexy, 4) výběr citací, 5) zvýraznění citací, 6) fotografie, 7) popisky fotografií, 8) loga, 9) statistiky a žebříčky, 10) výběr zdrojů, 11) závěry a shrnutí (Tankard 2001, s. 101).

Capella a Jamieson pak navrhli čtyři kritéria, která musí rámec splňovat (Capella, Jamieson 1997, s. 47,89):

- 1) Rámec musí mít identifikovatelné lingvistické charakteristiky.
- 2) Rámec musí být běžně pozorovatelný v žurnalistické praxi.
- 3) Rámec musí být snadno odlišitelný od ostatních rámců.
- 4) Rámec musí mít obecnou platnost a být rozpoznatelný bez návaznosti na osobnost výzkumníka.

Tato kritéria je potřebné dodržet především, hledáme-li v textu specifické rámce, které nejsou předem definované, ale musíme je z textu „vyčíst“ a identifikovat.

4 Analytická část

4.1 Základní teoreticko-metodologická východiska výzkumu

Tato diplomová práce a její výzkum vychází z teorií a konceptů zabývajících se vybranými normativními požadavky na zpravodajství v liberálně-demokratické společnosti a rámcováním zpravodajství, které může mít vliv na jejich naplnění. Z hlediska normativních požadavků se nejdříve zaměřím na nepsaný požadavek objektivitu. Na objektivitu budu nahlížet jako na soubor žurnalistických postupů, jež je možné empiricky ověřit. Vycházet přitom budu z pojetí objektivitu od Westerstahla (1983), který ji rozdělil na dvě základní složky – faktičnost a nestrannost. Z důvodu problematičnosti měření faktičnosti, jak bylo popsáno v kapitole 2.2.1 *Koncept objektivitu*, se zaměřím na nestrannost, jejímiž kritérii jsou vyváženost a neutralita. Stěžejními pro mě budou definice těchto pojmů od Denise McQuaila, který vyváženost charakterizuje jako „rovné nebo proporční zastoupení politických stran nebo kandidátů“ (McQuail 1992, s. 225) a neutralitu jako „oddělení faktů od názorů a vyhnutí se hodnotovým soudům nebo emotivním výrazům či obrazům“ (McQuail 2009, s. 369). Při sestavení výzkumných otázek a jejich operacionalizaci budu vycházet z předešlých výzkumů na podobné téma, jež jsou uvedeny v kapitole 2.2.2. *Objektivita a výzkum*.

Dále se zaměřím na to, zda byl dodržen zákonný požadavek na média ve spojitosti s parlamentními volbami, a tím je podle *Zákona č. 247/1995 Sb. o volbách do Parlamentu České republiky* zákaz zveřejňování výsledků předvolebních a volebních průzkumů v době počínající třetím dnem od začátku voleb do Parlamentu České republiky a končící uzavřením hlasování.

V další části analýzy se budu zabývat rámcováním předvolebního zpravodajství. Výchozí pro mou analýzu bude chápání rámcování podle R. Entmana, jenž rámce charakterizuje jako procesy selekce a zvýznamňování. Zarámovat nějakou událost podle něj „znamená vybrat některé aspekty vnímané reality a zvýznamnit je v komunikovaném textu tak, aby prosazovaly určitou definici problému, kauzální interpretaci, morální hodnocení a/nebo doporučení“ (Entman 1993, s. 52). Analýza se přitom zaměří na obecné rámce, jež vychází z typologie rámcování de Vreese

(2005). Obecné rámce jsou takové rámce, které mají obecnou platnost a dají se generalizovat v čase a napříč různými kulturními kontexty i druhy médií. Při analýze obecných rámců se zpravidla užívá deduktivního přístupu, kdy rámce jsou předem stanoveny a následně se zkoumá jejich výskyt v textu. Při analýze budu v mediálních textech hledat jednak rámce, jež definovaly jako charakteristické pro politické zpravodajství Semetko a Valkenburg (2000), a také rámce pojící se konkrétně s předvolebním zpravodajstvím, jež definoval de Vreese (2011) a Schuck (2010). Využití různých souborů rámců podle různých autorů umožní detailnější pochopení problému. Při sestavení výzkumných otázek a jejich operacionalizaci budu vycházet z teorie a výzkumů zmíněných v teoretické části práce, a to především výzkumu *Explaining campaign news coverage: How medium, time and context explain variation in the media framing of the 2009 European Parliamentary elections* (Schuck 2010), který je přiblížen v kapitole 3.3 *Obecné rámce v předvolebním zpravodajství a jejich výzkum*, a dále z výzkumu *Cultural Dimensions and Framing the Internet in China: A Cross-Cultural Study of Newspapers' Coverage in Hong Kong, Singapore, the US and the UK* (Zhou 2008), jehož operacionalizace je přiblížena v kapitole 3.4 *Identifikace rámců*.

4.2 Výzkumné otázky

Výzkum bude pro snadnější orientaci rozdělen do tří celků, a to analýzy nestrannosti, analýzy zákonných požadavků a analýzy rámcování. Pro výzkum bude stanoveno celkem patnáct výzkumných otázek, z nichž pět bude věnováno analýze nestrannosti, jedna analýze zákonných požadavků a devět analýze rámcování.

Analýza nestrannosti

Nestrannost dělíme podle Westerstahlova konceptu (1983) na dvě složky, kterými jsou vyváženost a neutralita. Vyváženost bude zjišťována prostřednictvím VO1, VO2 a VO3, neutralita pak prostřednictvím VO4 a VO5. Výzkumné otázky pro analýzu nestrannosti jsou formulovány takto:

VO1: Jakou pozornost věnovaly sledované deníky jednotlivým politickým stranám?

Základním způsobem, jak určit vyváženost médií, je na základě jejich pozornosti věnované jednotlivým aktérům, přičemž vyváženost je charakterizována „rovným nebo proporčním zastoupením politických stran nebo kandidátů“ (McQuail 1992, s. 225). Pozornost budu určovat na úrovni jednotlivých článků, ve kterých označím hlavního aktéra, prvního a druhého vedlejšího aktéra a další aktéry tohoto článku.

VO2 V jaké míře se jednotlivé strany vyskytovaly na titulních stranách deníků?

Za jeden z možných ukazatelů vyváženosti považují Kenney a Simpson (1998) také pozornost věnovanou politickým stranám na titulních stranách deníků. Zmiňování politického aktéra na titulní straně mu totiž přikládá určitou důležitost.

VO3: Které politické strany byly v denících citovány?

Dalším možným způsobem sledování vyváženosti zpravodajství je podle Druckmana a Parkina (2005) na základě četnosti výskytu přímé řeči zástupců jednotlivých politických stran.

VO4: Jaký byl podíl pozitivního, neutrálního a negativního hodnocení politických stran?

Tato výzkumná otázka se zaměřuje na neutralitu a vychází z výzkumu Kenneyho a Simpsona (1988), kteří na základě podílu pozitivního, neutrálního a negativního hodnocení politických kandidátů zjišťovali, zda jednotlivé deníky favorizovaly, či naopak znevýhodňovaly některé z nich. Za neutrální obsah přitom považovali takový, který se vyhnul hodnotícím soudům a expresivním jazykovým výrazům s nimi spojeným. Stejným způsobem zkoumali neutralitu mediálního pokrytí voleb také např. Druckman a Parkin (2005).

VO5: Byla ve zpravodajských obsazích důsledně oddělována fakta od názorů?

Tato výzkumná otázka vychází z definice neutrality od McQuaila (2009, s. 369) jako „oddělení faktů od názorů a vyhnutí se hodnotovým soudům nebo emotivním výrazům či obrazům“. Pokud se ve zpravodajském článku objevuje hodnocení či

expresivní výrazivo, nemělo by vycházet z autorova názoru a měl by být uveden jeho zdroj. Na základě této výzkumné otázky budu tedy zjišťovat, zda se ve zpravodajských obsazích objevovaly hodnotící soudy nebo expresivní výrazy a zda byl jejich zdroj uveden. Uvedení zdroje hodnocení považují za stěžejní ukazatel neutrality ve svém výzkumu také Kahn a Kenney (2002).

Analýza zákonných požadavků

Další část analýzy se bude zabývat dodržením zákonných požadavků na média ve spojitosti s parlamentními volbami. Pro analýzu zákonných požadavků byla formulována jedna výzkumná otázka.

VO6: Dodržely jednotlivé deníky zákaz uveřejňování výsledků předvolebních a volebních průzkumů v zákonem stanovené době?

Zákon č. 247/1995 Sb. o volbách do Parlamentu České republiky reguluje zveřejňování předvolebních a volebních průzkumů v období před a v průběhu voleb. V paragrafu §16 odst. 7 je uvedeno: „V době počínající třetím dnem předem dnem voleb do Parlamentu České republiky a končící ukončením hlasování nesmějí být žádným způsobem zveřejňovány výsledky předvolebních a volebních průzkumů.“ Na základě této výzkumné otázky budu zjišťovat, zda byl tento zákonný požadavek analyzovanými médii dodržen.

Analýza rámcování

Při analýze rámcování budu vycházet z typologie rámců podle de Vreese (2005), který rámce rozděluje na specifické a obecné, přičemž se zaměřím na rámce obecné. Konkrétní rámce, jež budu v mediálních textech hledat, jsou určeny na základě definice rámců charakteristických pro politické zpravodajství od Semetko a Valkenburg (2000) a také definice rámců pojících se konkrétně s předvolebním zpravodajstvím od De Vreese (2011) a Schucka (2010). Rámců bude pro analýzu použitých celkem devět a pro každý z nich je za účelem větší přehlednosti stanovena samostatná výzkumná otázka. V každém článku jsou analyzovány všechny z přítomných rámců, které byly předem stanoveny, v jednom článku se jich tedy může vyskytovat více. K identifikaci rámců v textu jsou využita identifikační

kritéria, nebo pomocné otázky několika autorů (de Vreese 2011, Schuck 2010, Zhou 2008). Ty jsou uvedeny v kódovací knize, jež je součástí přílohy (*str.* 80).

VO7: Jak častý byl výskyt rámce strategické hry?

Claes DeVreese (2011) na základě vývoje konceptu rámcování předvolebního zpravodajství v dosavadních výzkumech definoval „**rámec strategické hry**“ (strategic game frame), který dále dělí na dvě dimenze, a to strategický rámec a rámec hry. Strategický rámec má přitom poukazovat na strategii kampaně a taktiku aktérů, na motivy, osobnost kandidáta, jeho styl prezentace a také metapokrytí. Rámec hry pak má zdůrazňovat předvolební průzkumy, výsledky voleb, rozdělení aktérů na vítěze a poražené a užívat jazyk sportu a války (de Vreese 2011, s. 167).

VO8: Jak častý byl výskyt rámce konfliktu?

Rámec konfliktu určili jako jeden z obecných rámců vyskytujících se v politickém zpravodajství Semetko a Valkenburg (2000) a také Schuck (2010), který ho vnímá jako charakteristický konkrétně pro předvolební zpravodajství. Rámec konfliktu se vyznačuje tím, že staví aktéry dané události nebo tématu proti sobě.

VO9: Jak častý byl výskyt strategického rámce?

Strategický rámec podle Schucka (2010) popisuje strategické chování politických aktérů, to, jak prezentují jednotlivé problémy nebo události, aby zlepšili svou pozici v očích veřejnosti.

VO10: Jak častý byl výskyt rámce dostihových závodů?

Pro rámec dostihových závodů je charakteristické referování o výsledcích předvolebních průzkumů, a to se zdůrazněním výhry či prohry jednotlivých aktérů (Schuck 2010). Tento rámec může být spojován s rámcem strategické hry (de Vreese 2011), rámec dostihových závodů ale podle Schucka (2010) nemusí nutně zahrnovat taktiku politických aktérů, bude tedy zkoumán samostatně.

VO11: Jak častý byl výskyt rámce metapokrytí?

Rámec metapokrytí (metacoverage) se zaměřuje na roli médií v předvolební kampani. Zdůrazňuje interakci mezi politiky a médii a způsob, jakým politici

přistupují k médiím a své publicitě. Tento rámec vychází z představy, že média jsou velmi důležitým aktérem politických kampaní (Schuck 2010).

VO12: Jak častý byl výskyt rámce lidského zájmu?

Rámec lidského zájmu charakterizovaly jako jeden z typických pro politické zpravodajství Semetko a Valkenburg (2000). Tento rámec se podle nich vyskytuje v článcích vážících se ke konkrétním lidským příběhům nebo ukazujících emocionální stránku nějaké události nebo problému.

VO13: Jak častý byl výskyt rámce odpovědnosti?

Rámec odpovědnosti opět definovaly Semetko a Valkenburg (2000), a to jako rámec spojující událost nebo problém s konkrétní osobou, skupinou nebo vládou, která za to nese odpovědnost.

VO14: Jak častý byl výskyt rámce morálky?

Dalším z rámců typických pro politické zpravodajství podle Semetko a Valkenburg (2000) je rámec morálky, který prezentuje událost nebo problém v kontextu náboženských principů nebo morálních zásad.

VO15: Jak častý byl výskyt rámce ekonomických důsledků?

Posledním z rámců vyskytujících se v politickém zpravodajství podle Semetko a Valkenburg (2000) je rámec ekonomických důsledků. Ten je v článku přítomen, pokud je událost prezentována v souvislosti s ekonomickými důsledky, které bude mít na jednotlivce, skupinu nebo společnost.

4.3 Výzkumný vzorek

Do výzkumného vzorku byly zahrnuty zpravodajské články týkající se parlamentních voleb a/nebo jejich kandidátů publikované v denících Lidové noviny, Hospodářské noviny, Mladá fronta DNES, Právo a Blesk. Zvolené období pro analýzu začíná pondělím 28. srpna 2017, a to z důvodu zahájení hlavní části předvolební kampaně většiny politických stran v průběhu nadcházejícího týdne (ČTK 2017). Toto období pak končí s ukončením voleb, tedy v sobotu 21. září 2017. Požadovaný počet článků k analýze byl stanoven na 500, přičemž analyzována byla vždy celá vydání jednotlivých deníků, která byla určena pomocí náhodného výběru.

Nejdříve byl zjištěn průměrný počet článků týkajících se parlamentních voleb a/nebo jejich kandidátů ve všech analyzovaných denících za jeden den. Na základě toho pak byl stanoven počet dnů, a tedy i vydání jednotlivých deníků, které je nutné do analýzy zahrnout, abychom dosáhli požadovaného počtu článků. Těchto dnů bylo 23. Následně byly pomocí funkce náhodného výběru v programu Excel vybrány dny a tím také vydání deníků, jež budou analyzovány. Konkrétní data vydání deníků jsou uvedena v následující tabulce.

Tabulka č. 1: Data vydání deníků vybraných k výzkumu

	datum vybraného vydání		datum vybraného vydání
1	28.08.2017	13	29.09.2017
2	30.08.2017	14	02.10.2017
3	04.09.2017	15	05.10.2017
4	05.09.2017	16	09.10.2017
5	11.09.2017	17	10.10.2017
6	14.09.2017	18	13.10.2017
7	15.09.2017	19	17.10.2017
8	18.09.2017	20	18.10.2017
9	20.09.2017	21	19.10.2017
10	23.09.2017	22	20.10.2017
11	25.09.2017	23	21.10.2017
12	26.09.2017		

Pokud připadlo vybrané datum na sobotu, kdy nevycházejí Hospodářské noviny, bylo v jejich případě použito nejbližší předchozí datum.

4.4 Metodologie

Výzkum bude proveden pomocí kvantitativní obsahové analýzy, která je nejvhodnější metodou pro zpracování většího množství dat, a pomůže tak nejspolehlivěji odpovědět na stanovené výzkumné otázky. V první části se bude jednat o kvantitativní analýzu nestrannosti, v druhé o kvantitativní analýzu zákonných požadavků a třetí částí bude kvantitativní analýza rámcování.

4.5 Interpretace výsledků

4.5.1 Základní popis dat

Na základě konstrukce vzorku analýzy popsané v podkapitole 4.3 *Výzkumný vzorek* bylo do výzkumu zahrnuto celkem 23 vydání každého analyzovaného deníku. V těchto 23 vydáních se nacházelo celkem 501 zpravodajských článků týkajících se parlamentních voleb a/nebo jejich kandidátů, jež byly analyzovány.

Množství článků se v jednotlivých denících lišilo, v Lidových novinách to bylo 103 článků, v Hospodářských novinách 130 článků, v Mladé frontě DNES 86 článků, v Právu 127 článků a v deníku Blesk 55 článků. Nízký počet článků v Blesku můžeme přisuzovat bulvární povaze deníku, který se více než na politická témata zaměřuje na témata společenská.

4.5.2 Analýza nestrannosti

Pro analýzu nestrannosti bylo stanoveno pět výzkumných otázek, první tři se zaměřují na vyváženost a další dvě na neutralitu. Do výzkumu bylo zahrnuto deset politických stran, které měly podle průměrných výsledků předvolebních průzkumů agentur Median (září 2017), CVVM (září 2017), STEM (říjen 2017) a Focus (říjen 2017) nejvyšší volební preference. Výsledky těchto průzkumů byly čerpány z článku zpravodajského serveru České noviny (ČTK 2017). Mezi těmito stranami jsou tedy také STAN a Strana zelených, kterým předvolební průzkumy nepřisuzovaly minimální zisk 5 % představující hranici pro vstup do parlamentu. Jelikož se ale jedná o politické strany, které již v minulosti zastávaly vysoké státní funkce, rozhodla se autorka je do výzkumu zahrnout. Skutečnost, že je můžou média vnímat jako pro společnost méně relevantní, bude však zohledněna při vyhodnocení výzkumu.

Pro zajištění reliability výzkumu bylo nutné do analýzy zahrnout také ostatní malé politické strany, jelikož výsledky výzkumu budou porovnávány s podporou politických stran ve společnosti, a to na základě výsledků předvolebních průzkumů a předchozích parlamentních voleb, kde figurují všechny politické strany. Tyto politické strany však byly v denících analyzovány souhrnně pod označením „ostatní“ a jsou takto prezentovány také při vyhodnocení výsledků výzkumu.

VO1: Jakou pozornost věnovaly sledované deníky jednotlivým politickým stranám?

Jedním z kritérií nestrannosti je podle Westerstahla (1983) vyváženost. Tu můžeme charakterizovat jako „rovné nebo proporční zastoupení politických stran nebo kandidátů“ (McQuail 1992, s. 225). Jak poukazuje Reifová (2004, s. 315), zkoumat můžeme buď interní vyváženost v rámci zprávy, nebo externí vyváženost v rámci širšího spektra jednotek či programů. Já jsem se zaměřila na vyváženost externí.

V případě poměrného volebního systému je třeba pracovat s poměrným/proporčním zastoupením, které odpovídá podpoře názorových proudů, v tomto případě politických stran, ve společnosti. S tím se pojí termín „odstupňovaná rovnost“, na který poukazuje např. Antoš (2008, s. 36). Pro určení podpory jednotlivých politických stran ve společnosti vycházím z výsledku předchozích parlamentních voleb v roce 2013 a z průměrných volebních preferencí jednotlivých stran vycházejících z předvolebních průzkumů agentur Median (září 2017), CVVM (září 2017), STEM (říjen 2017) a Focus (říjen 2017), jejichž výsledky byly čerpány z článku zpravodajského portálu České noviny (ČTK 2017). Z těchto volebních preferencí a výsledku předchozích parlamentních voleb byl vytvořen průměr vyjadřující očekávanou pozornost, kterou by měla média jednotlivým politickým stranám věnovat na základě jejich podpory ve společnosti. To je popsáno v následující tabulce.

Tabulka č. 2: Volební preference, výsledek parlamentních voleb 2013 a jejich průměr představující očekávanou pozornost médií

politická strana	volební preference	parlamentní volby 2013	Očekávaná pozornost/výskyt
ANO	27,9 %	18,7 %	23,3 %
ČSSD	13,5 %	20,5 %	17 %
SPD	7,6 %	0 %	3,8 %
ODS	9,2 %	7,7 %	8,5 %
KSČM	12,5 %	14,9 %	13,7 %
Čes. pir. strana	6,5 %	2,7 %	4,6 %
KDU-ČSL	6 %	6,8 %	6,4 %
TOP 09	5,9 %	12 %	8,9 %
STAN	3,2 %	2,3 %	2,8 %
Str. zelených	2,5 %	3,2 %	2,9 %
ostatní	5,2 %	13,5 %	9,4 %

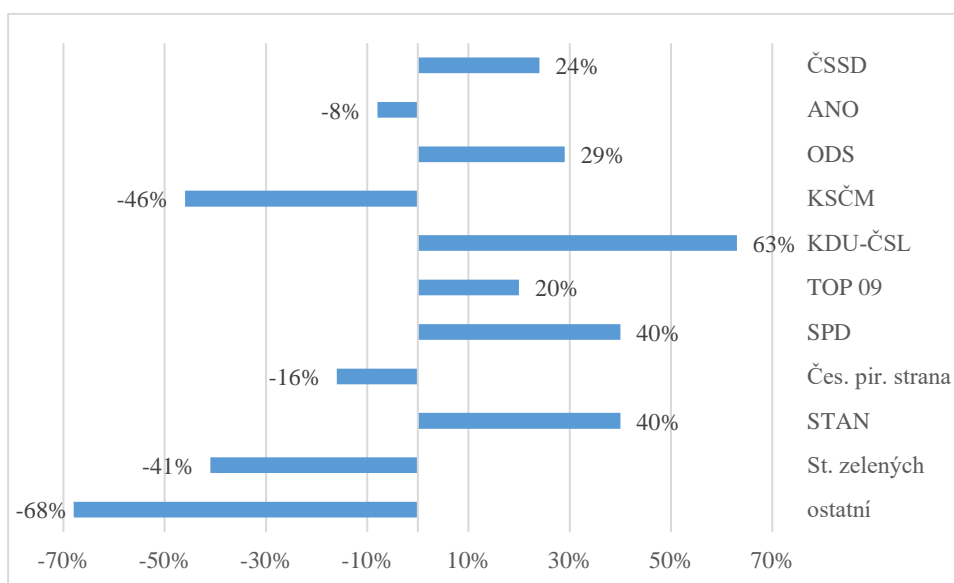
Tato očekávaná pozornost je pak srovnávána se skutečnou pozorností, kterou média politickým stranám věnovala. Za skutečnou pozornost je pro tuto výzkumnou otázku považován výskyt jednotlivých politických stran v článcích (přičemž 1 článek = 1 výskyt dané politické strany, v článku se však stran mohlo vyskytovat více). Očekávaná pozornost a skutečná pozornost věnovaná jednotlivým politickým stranám (v %) je uvedena v tabulce, která je součástí *Příloha č. 1*. Následující graf vyjadřuje jejich rozdíl, jenž představuje míru „nadreprezentace“ nebo „podreprezentace“ jednotlivých politických stran.

Jak můžeme z grafu vidět, zpravodajství analyzovaných médií jako celek bylo nevyvážené a odchylky od očekávané pozornosti výrazné. Více pozornosti, než odpovídá významu strany, se dostalo KDU-ČSL (63 %), STAN (40 %), SPD (40 %), ODS (29 %), ČSSD (24 %) a TOP 09 (20%). Naopak méně pozornosti oproti očekávání vyvozeného z významu strany bylo věnováno především ostatním stranám (-68 %), KSČM (-46 %), Straně zelených (-41 %) a České pirátské straně (-16 %). Pozornost věnovaná hnutí ANO se blížila očekávání (-8).

Více pozornosti věnované KDU-ČSL a ČSSD bychom mohli přičíst jejich účasti v končící vládě, jež není ve výzkumu zohledněna. V tom případě by ale mělo být více pozornosti věnováno také hnutí ANO, které však získalo pozornosti o něco méně, než bylo očekáváno. Jak již bylo zmíněno, STAN a Strana zelených mohli

být médií vnímáni jako méně relevantní, protože jejich podpora ve společnosti na základě volebních preferencí nedosáhla 5 %, to se však projevilo pouze u Strany zelených. STAN mohla být prisuzována vyšší relevance, jelikož ve volbách roku 2013 uspěli na společné kandidátce s TOP 09 a ve volbách roku 2017 poprvé kandidovali samostatně. Rozdíl v pozornosti věnované STAN a Straně zelených však byl značný.

Graf č. 1: Nad- a podreprerentace politických stran podle pozornosti (N=1516)



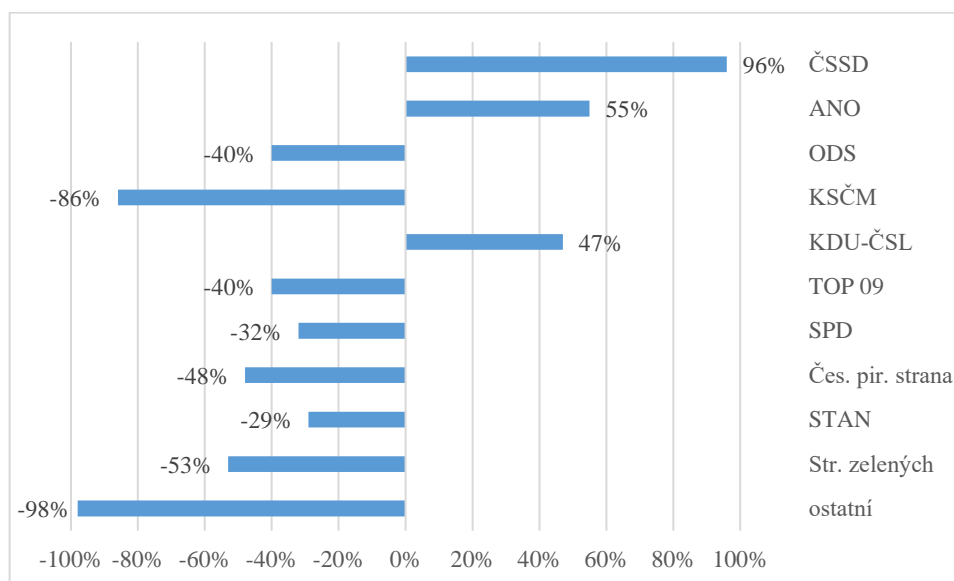
Podíváme-li se na zpravodajství v jednotlivých denících, odchylky byly ještě výraznější. Nejvíce se ve vyváženosti odchyloval deník Blesk, nejméně pak Lidové noviny. Tabulky popisující konkrétní hodnoty v jednotlivých denících jsou umístěny v *Příloha č. 2-6*.

Při analýze byla vedle výskytu dané politické strany v člancích pozorována také pozice této strany v jednotlivých člancích. Zmiňování politické strany na prvním místě či dokonce v titulku jí totiž přikládá určitou prioritu. V případě poměrného volebního systému bychom tedy mohli očekávat také poměrné zastoupení stran na pozici hlavního aktéra zprávy, kterým pro účely tohoto výzkumu rozumíme stranu uvedenou v titulku článku a/nebo zmíněnou v článku jako první a mající nejvíce pozornosti.

Pro každou stranu tedy byla stanovena vlastní proměnná, jež mohla nabývat hodnot: hlavní aktér, 1. vedlejší aktér, 2. vedlejší aktér, další aktér, nebo nepřítomno. Následující graf znázorňuje rozdíl očekávané a skutečné pozornosti věnované politickým stranám na pozici hlavního aktéra zprávy.

Zde si můžeme všimnout ještě výraznějších odchylek od vyváženosti. ČSSD bylo věnováno o 96 % více pozornosti oproti očekávání, u ANO to bylo 55 % a u KDU-ČSL 47 %. To bychom mohli opět přisuzovat jejich účasti v končící vládě. Nejvýrazněji byla „podreprezentována“ opět KSČM (-86 %) a také ostatní politické strany (-98 %), musíme však přihlídnout k jejich nízké relevanci vzhledem k nízké podpoře ve společnosti. Politickým stranám, které nebyly dostatečně zmiňovány na pozici hlavního aktéra, ale byla většinou věnována pozornost na pozici vedlejších aktérů. Tabulky popisující kompletní data jsou umístěny v *Příloha č. 7 a 8*.

Graf č. 2: Nad- a podreprezentace stran jako hlavního aktéra zpráv (N=501)



VO2: V jaké míře se jednotlivé strany vyskytovaly na titulních stranách deníků?

Za ukazatel vyváženosti považují Kenney a Simpson (1998) také vyvážený výskyt politických stran nebo kandidátů na titulních stranách deníků. Po vzoru výzkumu Kenneyho a Simpsona (1998) mohla proměnná sledující pozici článku

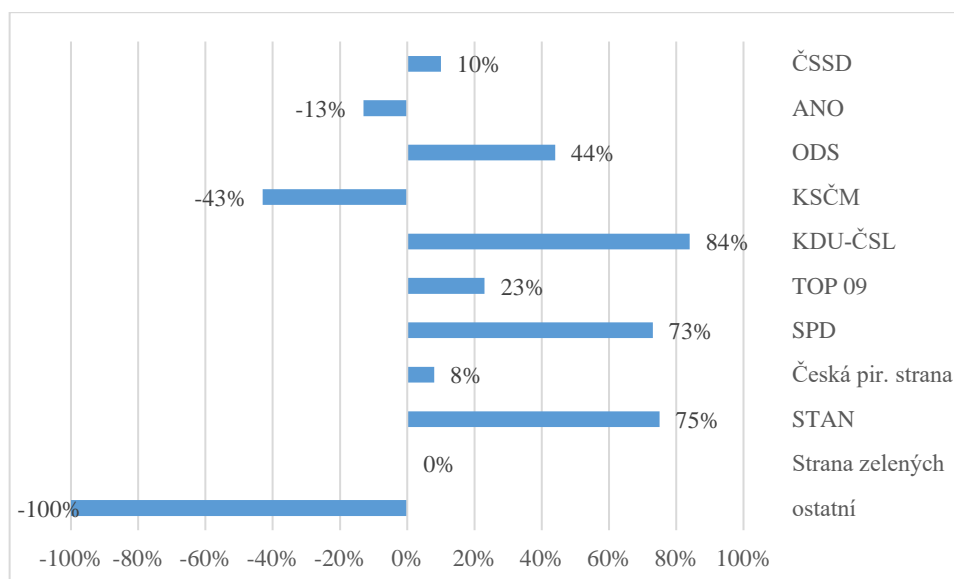
nabývat hodnot: hlavní zpráva na titulní straně, vedlejší zpráva na titulní straně, nebo zpráva na vnitřní straně novin. Vzhledem k tomu, že ale počet článků na titulní straně byl nízký, bude při vyhodnocení operováno s výskytem politických stran na titulní straně bez ohledu na to, zda se jednalo o výskyt v hlavní nebo vedlejší zprávě. Opět vycházíme z očekávané pozornosti/výskytu stran na základě jejich podpory ve společnosti, jak ukazuje *Tabulka č. 2*, přičemž jeden článek na titulní straně zmiňující politickou stranu představuje jeden výskyt dané politické strany. Graf znázorňuje rozdíl ve skutečném výskytu a očekávaném výskytu stran na titulních stranách deníků (v %), a tím „nadreprezentaci“ nebo „podreprezentaci“ politických stran. Konkrétní hodnoty jsou uvedeny v tabulce umístěné v *Příloha č. 9*.

Opomeneme-li politické strany, které mají ve společnosti jen velmi nízkou podporu, a média je tak mohou vnímat jako nerelevantní (v grafu označeny jako ostatní), nejméně pozornosti oproti očekávání bylo na titulní straně opět věnováno KSČM (-43 %), následovanou s výrazným odstupem hnutím ANO (-13 %). Naopak nejvíce pozornosti oproti očekávání náleželo KDU-ČSL (84 %), následovanou STAN (75 %), SPD (73 %), ODS (44 %) a TOP 09 (23 %). Pozornost věnovaná ČSSD (10 %) a pirátům (8 %) se blížila očekávání.

Můžeme si opět všimnout tendence upozadřovat KSČM a věnovat nad očekávání výrazně více pozornosti KDU-ČSL a také STAN či SPD. Upřednostňování KDU-ČSL můžeme přisuzovat její účasti ve vládě, u STAN pak úspěchu v minulých parlamentních volbách, jak již bylo zmíněno. Vysoký výskyt SPD v článcích na titulní straně bychom mohli odůvodnit výrazným lídrem strany, to je však pouhá úvaha, kterou by bylo třeba potvrdit kvalitativním analýzou.

Jelikož se politické strany v článcích na titulní straně vyskytovaly jen málo, nebudeme se již zabývat rozdíly mezi jednotlivými deníky.

Graf č. 3: Nad- a podprezentace stran na základě jejich výskytu na titulní straně deníků (N=293)



VO3: Které politické strany byly v denících citovány?

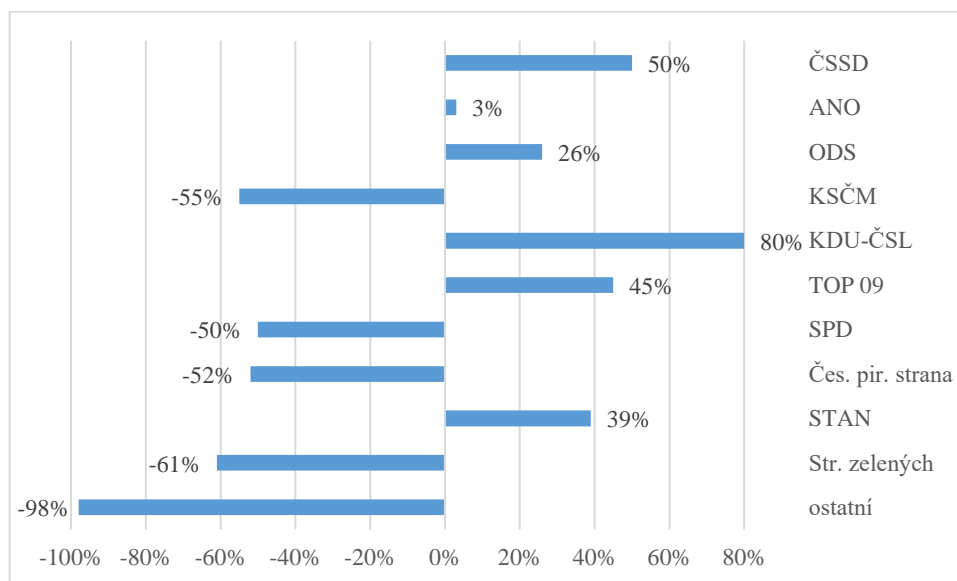
Dalším možným způsobem sledování vyváženosti zpravodajství je podle Druckmana a Parkina (2005) na základě četnosti výskytu přímé řeči zástupců jednotlivých politických stran. Za citaci politické strany tedy byla považována citace jejího zástupce, kterým mohl být politik, ale také např. tiskový mluvčí nebo člen volebního týmu, stěžejní bylo uvedení jeho příslušnosti ke straně. Citace byla také podmíněna uvedením v uvozovkách, aby byla její identifikace jednoznačná a nejednalo se o parafrázi, jež může být zkratkovitá či upravená.

Přítomnost citací politických stran byla sledována na úrovni článků, to znamená, že u každého článku bylo určeno, zda se v něm nachází, či nenachází citace dané politické strany bez ohledu na to, kolik jí/jim bylo věnováno prostoru. Při určení očekávaného výskytu citací jednotlivých stran opět vycházíme z jejich podpory ve společnosti, jak ukazuje *Tabulka č. 2*. Následující graf pak znázorňuje rozdíl mezi skutečným a očekávaným výskytem citací, který představuje „nadprezentaci“ nebo „podprezentaci“ politických stran. Konkrétní hodnoty jsou uvedeny v tabulce, jež je součástí *Příloha č. 10*.

Jak ukazuje následující graf, nejčastěji byla oproti očekávání citována opět KDU-ČSL (80 %), následovaná ČSSD (50 %), což opět pravděpodobně vychází z jejich účasti v končící vládě. Pozornost věnovaná citacím vládního hnutí ANO však byla téměř shodná s očekáváním (3 %). Častěji, než by odpovídalo významu strany, se vyskytovaly také citace TOP 09 (45 %), STAN (39 %) nebo ODS (26). Naopak nedostatečně byly citovány malé politické strany označeny souhrnně jako „ostatní“ (-98 %), jimž ale z pochopitelných důvodů nemusí být přikládán takový význam. „Podreprezentována“ byla také Strana zelených (-61 %), opět KSČM (-55 %), dále Česká pirátská strana (-52 %) a SPD (-50 %).

Výskyt citací byl v některých denících poměrně nízký, a jejich srovnání by tedy nemuselo být vypovídající.

Graf č. 4: Nad- a podreprezentace stran na základě výskytu citací (N=631)



VO4: Jaký byl podíl pozitivního, neutrálního a negativního hodnocení politických stran?

Druhým kritériem nestrannosti je neutralita (Westerstahl, 1983), kterou je možné sledovat na základě podílu pozitivního, neutrálního a negativního hodnocení politických stran, čímž zjistíme, zda byly některé z nich zvýhodňovány či znevýhodňovány (Kenney a Simpson, 1988; Druckman a Parkin, 2005). Autorka si je vědoma, že určení povahy hodnocení může být v určitých případech

problematické a do výzkumu se může promítnout subjektivní vnímání autora. Dunaway (2007) z tohoto důvodu použila pro určení povahy hodnocení ve výzkumu pomocnou otázku: „Kdybyste byl členem týmu kandidátovy kampaně, byl byste spokojen s jeho reprezentací v deníku?“ Pokud odpověď zní „ano“, článek je pozitivní, pokud „nevím“, je neutrální, pokud „ne“, článek je negativní. Tato otázka byla při kódování nápomocná především v případech, kdy se autorce nezdálo vyznění článku jednoznačné. Hodnocení politických stran bylo analyzováno na úrovni článků, to znamená, že jeden článek představoval jedno hodnocení politické strany, přičemž politických stran se v článku mnohdy vyskytovalo více. Z tohoto důvodu byla pro hodnocení každé politické strany stanovena samostatná proměnná. Tyto proměnné mohly pro pokrytí všech možností nabývat hodnot: pozitivní, neutrální, negativní, ambivalentní (hodnocení bylo rozporuplné), nelze určit (hodnocení bylo nejednoznačné), nebo nehodnoceno (strana nebyla přítomná).

Graf znázorňující povahu hodnocení jednotlivých politických stran uvádí hodnoty v procentech, přičemž sto procent u každé politické strany představuje počet článků zmiňujících danou politickou stranu (1 článek = 1 hodnocení). Počet těchto článků (n) je pro větší přehlednost uveden vždy u názvu jednotlivých politických stran.

Jak je z grafu zjevné, hodnocení politických stran bylo většinou neutrální. Největší podíl neutrálního hodnocení měla Česká pirátská strana a TOP 09 (86 %), nejmenší pak ANO (54 %). Ambivalentní hodnocení se u jednotlivých stran pohybovalo od 0 % do 8 % a povahu hodnocení nebylo možné určit celkem ve 3 % článků.

Podíváme-li se na poměr pozitivního a negativního hodnocení jednotlivých politických stran, můžeme pozorovat výraznější rozdíly. Negativní hodnocení nad pozitivním značně převažovalo u hnutí ANO, o kterém pojednávalo negativně 23 % článků a pozitivně 8 % článků. Články s negativním hodnocením se zabývaly především kauzami kolem Andreje Babiše, mezi kterými můžeme zmínit dotace na Čapí hnízdo, nahrávku vypovídající o údajném vlivu Babiše na Finanční správu, údajnou spolupráci Babiše s StB, ale také další témata spojená s jeho spolustraníky,

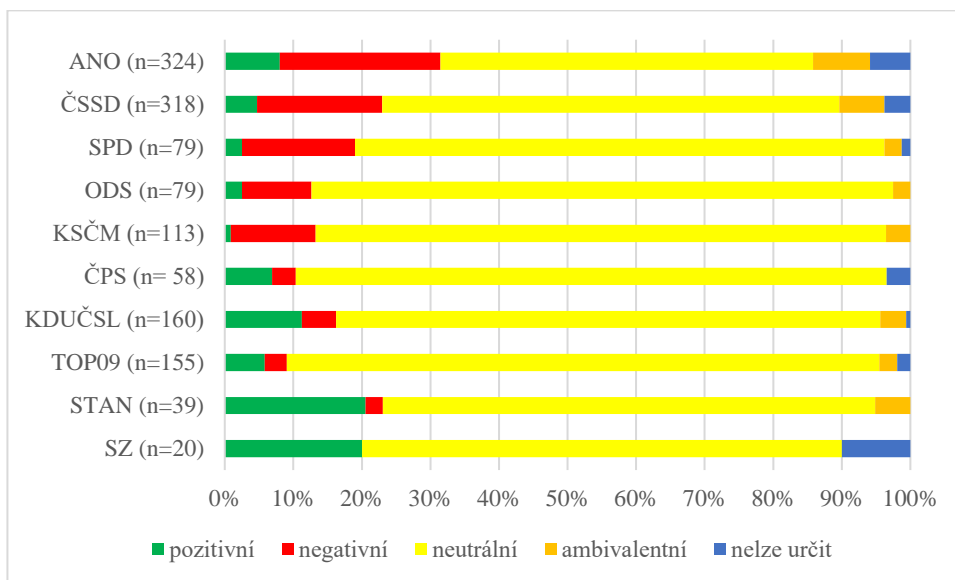
především jeho následujícím ministrem financí Ivanem Pilným. Strana ANO tak měla mezi analyzovanými politickými stranami největší podíl negativního hodnocení.

Rozdíl v poměru pozitivního a negativního hodnocení byl výraznější také u ČSSD, pozitivní bylo v 5 % a negativní v 18 % článků. Negativní hodnocení bylo možné sledovat např. v článcích zabývajících se kauzou těžby lithia, kauzou OKD, nebo dalšími aktuálními tématy a problémy končící vlády. Negativní hodnocení převažovalo také u strany KSČM (negativní 12 %, pozitivní 1 %), SPD (negativní 16 %, pozitivní 3 %) a ODS (negativní 10 %, pozitivní 3 %).

Naopak pozitivní hodnocení výrazně převažovalo u STAN, kde dosáhlo 21 %, zatímco negativní hodnocení 3 %. Podobně to bylo u Strany zelených, která byla pozitivně hodnocena ve 20 % článků a negativní hodnocení se nevyskytovalo vůbec. Je však nutné poznamenat, že množství článků zmiňujících tyto politické strany nebylo velké (STAN 39 článků, Strana zelených 20 článků), což souvisí s jejich již zmíněnou nízkou podporou ve společnosti. Přesto však byla pozornost věnovaná STAN značně vyšší, než odpovídá její podpoře ve společnosti. Pozitivní hodnocení převažovalo také u KDU-ČSL (pozitivní 11 %, negativní 5 %), České pirátské strany (pozitivní 7 %, negativní 3 %) a TOP 09 % (pozitivní 6 %, negativní 3 %).

Jelikož média většinou pojednávala o politických stranách neutrálně, nebudeme se již zabývat rozdíly mezi jednotlivými deníky, kde byl podíl pozitivního a negativního hodnocení nízký. Obecně můžeme konstatovat, že z tohoto pohledu média pojednávala o politických stranách převážně neutrálně.

Graf č. 5: Povaha hodnocení politických stran



VO5: Byla ve zpravodajských obsazích důsledně oddělována fakta od názorů?

Tato výzkumná otázka vychází z pojetí neutrality podle McQuaila, který ji charakterizuje jako „oddělení faktů od názorů a vyhnutí se hodnotovým soudům nebo emotivním výrazům či obrazům“ (2009, s. 369). Objevuje-li se tedy ve zpravodajském článku hodnocení či expresivní výrazivo, nemělo by vycházet z autorova názoru a měl by být uveden jeho zdroj. Pro hodnotící soudy a expresivní výrazy byly stanoveny dvě samostatné proměnné, které se v článku mohly vyskytovat nezávisle na sobě. Tyto proměnné mohly nabývat hodnot: přítomno a přesně zdrojováno (pokud byl jmenován zdroj hodnocení/expresivního výrazu), přítomno a nepřesně zdrojováno (pokud bylo uvedeno jen obecné označení zdroje hodnocení/expresivního výrazu, ze kterého není jasné, o koho konkrétně se jedná, např. zdroj z ministerstva, poslanec za ANO), přítomno a nezdrojováno (pokud nebyl uveden žádný zdroj hodnocení/expresivního výrazu), nebo nepřítomno (hodnotící soud/expresivní výraz není přítomen). Za neutrální obsah přítom můžeme považovat takový, ve kterém byly hodnotící soudy či expresivní výrazy zdrojovány přesně (nejednalo se tedy o názor autora), nebo nebyly přítomny vůbec.

Zcela bez hodnotících soudů bylo v předvolebním zpravodajství 35 % článků. Přesně zdrojované byly hodnotící soudy ve 49 % článků, přičemž se jednalo

zpravidla o standardní vyjádření politiků, expertů na dané oblasti nebo jiné zainteresované osoby. Nepřesně zdrojovaných hodnotících soudů bylo zanedbatelné množství (1 %), zde se jednalo zpravidla o klasickou snahu o utajení zdroje, jako příklad můžeme uvést úryvek článku *Hrad tlačí své lidi na ambasády* z Mladé fronty DNES: „Podle zdroje velmi dobře obeznámeného s děním na ministerstvu zahraničí totiž jméno bývalého hradního ředitele bezpečnosti Jana Fulíka zmiňují všemožní Nejedlého „poslové“, kdykoli je to jen trochu možné“ (Srška a Leinert 2017). Zcela nezdrojované hodnotící soudy, kdy se zjevně jednalo o projevení názoru autora, byly v 15 % článků. Zde můžeme zmínit např. úryvek z článku *Zaorálek kouzlí v Sobotkově revíru* z Lidových novin: „Zaorálek opět dokázal, proč je volebním lídrem. Na rozdíl od tradiční jedničky, již býval premiér Bohuslav Sobotka, je totiž rád mezi lidmi a působí přirozeně.“ (Tománek 2017).

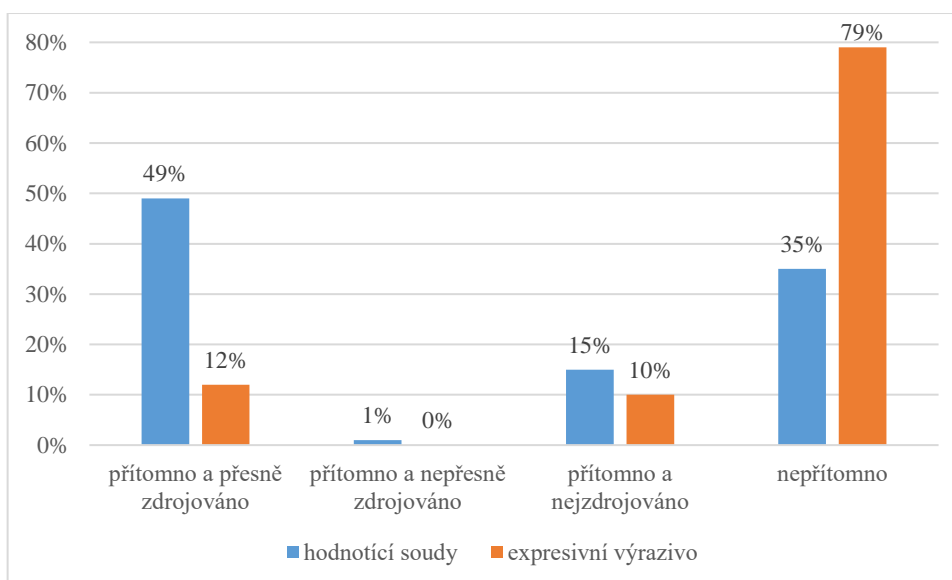
Expresivních výrazů bylo ve zpravodajství výrazně méně, v 79 % článků se nevykytovaly vůbec. Ve 12 % článků byly zdrojované přesně a jednalo se o součást výroku konkrétní osoby, například v článku *Z lithia si poslanci udělali volební mítink zdarma* deníku Právo to byl výrok Miroslava Kalouska: „Aby nás moralizoval komunistický fízl a kriminálník, kterému hrozí deset let, to jsem ještě nezažil“ (Adamičková a Königová 2017). Zbytek článků (10 %) obsahoval expresivní výrazivo, u kterého nebyl zdroj vůbec uveden, a jednalo se tak o nevhodný výběr výrazových prostředků ze strany redaktora. Typickým příkladem je úryvek z článku *Zkontrolujte ty ceny!* deníku Blesk: „A pokud šťára prokáže, že někdo nastavil nepřiměřeně vysokou cenu vzhledem k nákladům, čeká ho flastr!“ (Renovica 2017).

Podíváme-li se na hodnotící soudy a expresivní výrazy v jednotlivých denících, nejdůsledněji byly uváděny jejich zdroje v deníku Právo. Bez uvedení zdroje zde byly hodnotící soudy přítomny v 7 % článků, expresivní výrazy pak v 6 % článků. Naopak nejméně důsledně byly zdrojovány v deníku Blesk, kde hodnotící soudy byly uvedeny bez zdroje ve 20 % článků a expresivní výrazy dokonce ve 31 % článků, což samozřejmě vyplývá z bulvární povahy deníku, pro který je užívání expresivních jazykových výrazů typické. Grafy zobrazující hodnotící soudy,

expresivní výrazy a jejich zdroje v jednotlivých denících jsou umístěny v *Příloha č. 11-15*.

Co se tedy týká uvádění zdrojů hodnotících soudů a expresivních výrazů, můžeme předvolební zpravodajství analyzovaných deníků zhodnotit jako ne zcela neutrální. Zahrneme-li mezi nedostatečně zdrojované hodnotící soudy a expresivní výrazy takové, u kterých byl zdroj uveden nepřesně nebo nebyl uveden vůbec, byly hodnotící soudy nedostatečně zdrojovány v 16 % článků, expresivní výrazy pak v 10 % článků. Můžeme tedy konstatovat, že fakta od názorů nebyla zcela důsledně oddělována.

Graf č. 6: Hodnotící soudy, expresivní výrazy a jejich zdroje (N=501)



4.5.3 Shrnutí

Na základě VO1-VO3 byla zjišťována vyváženost médií, a to podle celkové pozornosti věnované politickým stranám, podle jejich výskytu na pozici hlavního aktéra zprávy, dále pozornosti věnované politickým stranám na titulních stranách deníků a také výskytu citací politických stran.

Nejvíce pozornosti, oproti očekávání založeném na podpoře strany ve společnosti, byla věnována KDU-ČSL a STAN. Vysokou pozornost věnovanou KDU-ČSL je možné odůvodnit její účastí ve vládě, která ve výzkumu nebyla

zohledněna. O STAN se mohla média výrazněji zajímat z toho důvodu, že v těchto volbách kandidovala poprvé samostatně.

Média měla naopak tendenci upozadovat KSČM, která dopadla nejhůře z politických stran ve všech sledovaných parametrech (nepočítáme-li ostatní malé politické strany, jejichž podpora ve společnosti je minimální a není jim tak přikládána důležitost). O něco méně pozornosti, než odpovídá podpoře strany ve společnosti, bylo věnováno také České pirátské straně a SPD.

Na základě VO4 a VO5 byla zjišťována neutralita médií. VO4 se zaměřila na hodnocení politických stran v člancích, které však bylo většinou neutrální. Největší podíl negativního hodnocení mělo hnutí ANO, největší podíl pozitivního hodnocení pak STAN a Strana zelených. VO5 se zaměřila na hodnotící soudy a expresivní výrazy, které by ve zpravodajství neměly vycházet z názoru autora, a je tedy nutné u nich uvádět zdroj. Ve většině článků se hodnotící soudy nebo expresivní výrazy nevyskytovaly, nebo u nich byl zdroj přesně uveden. Hodnotící soudy byly nepřesně zdrojované nebo bez zdroje v 16 % článků, expresivní výrazy pak v 10 % článků. Média tedy oddělování faktů od názorů zcela nedodržela.

4.5.4 Analýza zákonných požadavků

Zákonných požadavků na tištěná média týkajících se jejich obsahu je jen velmi málo, byla tedy stanovena jedna výzkumná otázka, která se zaměřuje na dodržení zákonného zákazu zveřejňování výsledků předvolebních a volebních průzkumů v době počínající tři dny před volbami až do jejich ukončení.

VO6: Dodržely jednotlivé deníky zákaz uveřejňování výsledků předvolebních a volebních průzkumů v zákonem stanovené době?

Tato výzkumná otázka se vztahuje konkrétně k *Zákonu č. 247/1995 Sb. o volbách do Parlamentu České republiky*, který reguluje mimo jiné zveřejňování předvolebních a volebních průzkumů v době před volbami a během voleb. V paragrafu §16 odst. 7 je uvedeno, že „V době počínající třetím dnem přede dnem voleb do Parlamentu České republiky a končící ukončením hlasování nesmějí být žádným způsobem zveřejňovány výsledky předvolebních a volebních průzkumů.“

Na základě analýzy můžeme konstatovat, že média tento zákonný požadavek dodržela a v době tří dnů před volbami již nezveřejňovala výsledky předvolebních ani volebních průzkumů. Zajímavým však může být článek *Volby: z mladých těžší extremisté* z Hospodářských novin dne 17. 10. 2017. V něm je totiž pojednáváno o průzkumu agentury Median, nejsou však sděleny volební preference jednotlivých stran, ale článek se zabývá především věkovým složením voličů stran, odhodlaností mladých lidí jít k volbám a zmiňuje také výsledky studentských voleb, avšak pouze výsledné pořadí stran.

4.5.5 Analýza rámcování

Pro analýzu rámcování bylo stanoveno celkem devět výzkumných otázek, jež vycházejí z teorie a výzkumu rámcování od De Vreese (2011), Schucka (2010) a Semetko a Valkenburg (2000). De Vreese (2011) navrhuje sjednocení výzkumu rámcování předvolebního zpravodajství a jeho účinku na publikum prostřednictvím rámce strategické hry. K tomuto rámci se vztahuje VO7. Schuck (2010) stanovil jako rámce relevantní pro výzkum předvolebního zpravodajství rámec konfliktu, strategický rámec, rámec dostihových závodů a rámec metapokrytí. K těmto rámcům se vztahují VO8-VO11. Semetko a Valkenburg (2000) považují za nejčastěji se vyskytující rámce v politickém zpravodajství rámec konfliktu, rámec lidského zájmu, rámec odpovědnosti, rámec morálky a rámec ekonomických důsledků. Jelikož rámec konfliktu považuje za významný pro výzkum předvolebního zpravodajství také Schuck (2010), tento rámec je zkoumán již prostřednictvím VO8, na ostatní rámce se pak zaměřují VO12-VO15.

V článcích byly analyzovány všechny přítomné rámce, v jednom článku se tak mohlo vyskytovat rámců více. Pro jednoznačnou identifikaci rámců byla využita identifikační kritéria vycházející z teorie či výzkumu De Vreese (2011) a Schucka (2010), nebo pomocné otázky vycházející z výzkumu od Zhou (2008). Tato identifikační kritéria a pomocné otázky jsou popsány v kódovací knize (ta je součástí *Přílohy*).

Pro přehlednější interpretaci výsledků, jejich vzájemných vztahů a vyvození závěrů budou výzkumné otázky vztahující se k teorii či výzkumu jednoho autora zodpovězeny společně.

VO7: Jak častý byl výskyt rámce strategické hry?

Rámec strategické hry De Vreese (2011) označuje jako „makrorámec“, který dále dělí na dvě dimenze - strategický rámec a rámec hry. Strategický rámec má poukazovat na strategii kampaně a taktiku aktérů, na motivy, osobnost kandidáta, jeho styl prezentace a také metapokrytí, tedy roli médií v předvolební kampani. Rámec hry pak má zdůrazňovat předvolební průzkumy, výsledky voleb, rozdělení aktérů na vítěze a poražené a užívat jazyk sportu a války.

Rámec strategické hry se vyskytoval celkem ve 27 % článků, a byl tak druhým nejčastěji se vyskytujícím rámcem. Na prvním místě byl rámec konfliktu, jenž se vyskytoval ve 37 % článků, rozdíl v četnosti výskytu těchto rámců je tedy poměrně výrazný. Nepotvrdily se tak výsledky některých předchozích výzkumů (Patterson 1993, Capella a Jamieson 1997, Farnsworth a Lichter 2011), jejichž autoři dospěli k závěru, že rámec strategické hry dominuje politickému zpravodajství. Tyto výzkumy však byly provedeny ve Spojených státech amerických, můžeme tedy tvrdit, že rámcování voleb českými médii se od těch amerických liší.

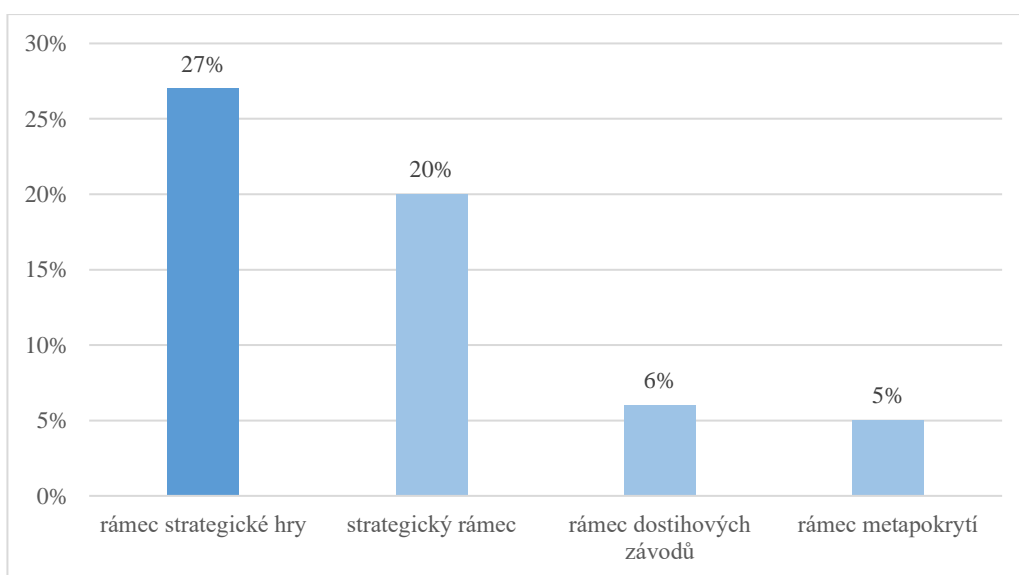
Podíváme-li se na výskyt rámce strategické hry v jednotlivých analyzovaných médiích, nejvyšší byl shodně v Mladé frontě DNES a deníku Blesk (31 %), nejnižší pak v Hospodářských novinách (20 %). Graf výskytu rámce strategické hry v jednotlivých denících je uveden v *Příloha č. 16*.

Rámec strategické hry v analyzovaných médiích sice nedominoval, avšak vzhledem k tomu, že byl druhým nejčastěji se vyskytujícím rámcem, jeho zastoupení bylo významné. Je tedy otázkou, zda mohl mít při této míře výskytu negativní vliv na společnost, její participaci na politickém životě a zapříčínovat politický cynismus, jak je popsáno v kapitole 3.3.1 *Vliv rámcování předvolebního zpravodajství*. Toto téma by však mohlo být zajímavým podnětem pro další výzkum. Capella a Jamieson (1997) také tvrdí, že pokud se zpravodajská média zaměřují na strategii předvolebních kampaní a osobnosti kandidátů, děje se tak na úkor podávání relevantních informací důležitých pro politické rozhodování.

Potvrdit takovéto tvrzení by však bylo možné jedině na základě kvalitativní analýzy.

Jak již bylo uvedeno, De Vreese (2011) rámec strategické hry charakterizuje jako „makrorámec“ a slučuje do něj rámec strategické hry, rámec dostihových závodů a rámec metapokrytí, jenž ve svém výzkumu Schuck (2010) sledoval odděleně. Pokud se tedy v analyzovaném textu vyskytoval strategický rámec, rámec dostihových závodů nebo rámec metapokrytí, vždy byl přítomen také rámec strategické hry. Na základě četnosti výskytu těchto jednotlivých rámců tedy můžeme zjistit, na co byl kladen při rámcování zpravodajství jako strategické hry největší důraz. Nejčastěji se po rámci strategické hry vyskytoval strategický rámec, a to ve 20 % článků, další rámce už měly výrazně nižší zastoupení, u rámce dostihových závodů to bylo 6 % a u rámce metapokrytí 5 %. Nejvíce tedy byl kladen důraz na strategické chování politických aktérů, to, jak prezentují jednotlivé problémy nebo události, aby zlepšili svou pozici v očích veřejnosti.

Graf č. 7: Výskyt rámce strategické hry všechna média (N=501)



VO8: Jak častý byl výskyt rámce konfliktu?

VO9: Jak častý byl výskyt strategického rámce?

VO10: Jak častý byl výskyt rámce dostihových závodů?

VO11: Jak častý byl výskyt rámce metapokrytí?

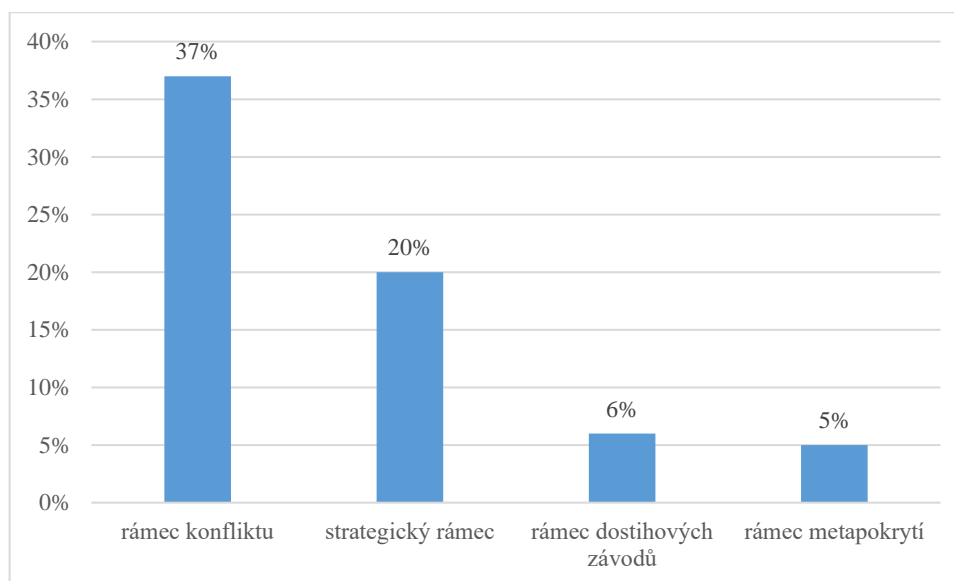
Tyto výzkumné otázky se vztahují k rámcům charakteristickým pro předvolební zpravodajství podle Schucka (2010). Rámec konfliktu staví aktéry dané události proti sobě, strategický rámec poukazuje na strategické chování politických aktérů za účelem zlepšení své pozice v očích veřejnosti, rámec dostihových závodů se vztahuje k referování o předvolebních průzkumech s důrazem na výhru či prohru jednotlivých aktérů a rámec metapokrytí se zaměřuje na roli médií v předvolební kampani.

Rámec dostihových závodů bývá mnohdy spojován se strategickým rámcem (de Vreese 2011), shodně totiž dává důraz více na politickou hru než na věcné informování o předvolebních kampaních. Rámec dostihových závodů ale podle Schucka (2010) nemusí nutně zahrnovat taktiku politických aktérů, proto jej sledoval odděleně, a stejně to bylo provedeno i v tomto výzkumu.

Podíváme-li se na výsledky výzkumu, můžeme konstatovat, že vůbec nejčastěji užívaných rámcem v předvolebním zpravodajství byl rámec konfliktu, který byl obsažen ve 37 % článků. Na druhém místě s poměrně výrazným odstupem to byl strategický rámec (20 %) a jen v malé míře se v člancích vyskytoval rámec dostihových závodů (6 %) a rámec metapokrytí (5 %). Tyto výsledky se do určité míry liší od výsledku výzkumu Schucka (2010), jenž analyzoval zpravodajství vybraných periodik před volbami do Evropského parlamentu ve všech tehdejších 27 zemích Evropské unie. Ten došel k závěru, že média v předvolebním zpravodajství nejčastěji užívala strategický rámec a po něm jen s malým rozdílem rámec konfliktu. Shodně ale došel k závěru, že třetím nejužívanějším rámcem (s výrazným odstupem) byl rámec dostihových závodů a nejméně užívaným rámec metapokrytí.

Bylo možné pozorovat poměrně výrazné rozdíly ve výskytu těchto rámců v jednotlivých denících. Zatímco rámec konfliktu dominoval v deníku Blesk (49 %), Lidových novinách (48 %), Právu (45 %) a Hospodářských novinách (24%), i když zde s výrazně nižším zastoupením, v Mladé frontě DNES byl rámec konfliktu na druhém místě (22 %) po strategickém rámci (24 %). V ostatních médiích byl strategický rámec co do četnosti výskytu na druhém místě za rámcem konfliktu, a to s výraznějším rozdílem. Rámec dostihových závodů se vyskytoval nejčastěji v Lidových novinách (10 %), nejméně pak v deníku Blesk (2 %). Výskyt rámce metapokrytí byl ve všech denících velmi nízký, bez výrazných rozdílů. Všechny analyzované deníky se při referování o roli médií v předvolebních kampaních zaměřovaly převážně na sociální sítě a způsob jejich využívání či naopak opomíjení jednotlivými politickými stranami, přičemž jim zpravidla přisuzovaly vysokou důležitost a mobilizační sílu. Graf výskytu rámců v jednotlivých médiích je uveden v Příloha č. 17.

Graf č. 8: Výskyt rámce konfliktu, strategického rámce, rámce dostihových závodů a rámce metapokrytí (N=501)



VO8: Jak častý byl výskyt rámce konfliktu?

VO12: Jak častý byl výskyt rámce lidského zájmu?

VO13: Jak častý byl výskyt rámce odpovědnosti?

VO14: Jak častý byl výskyt rámce morálky?

VO15: Jak častý byl výskyt rámce ekonomických důsledků?

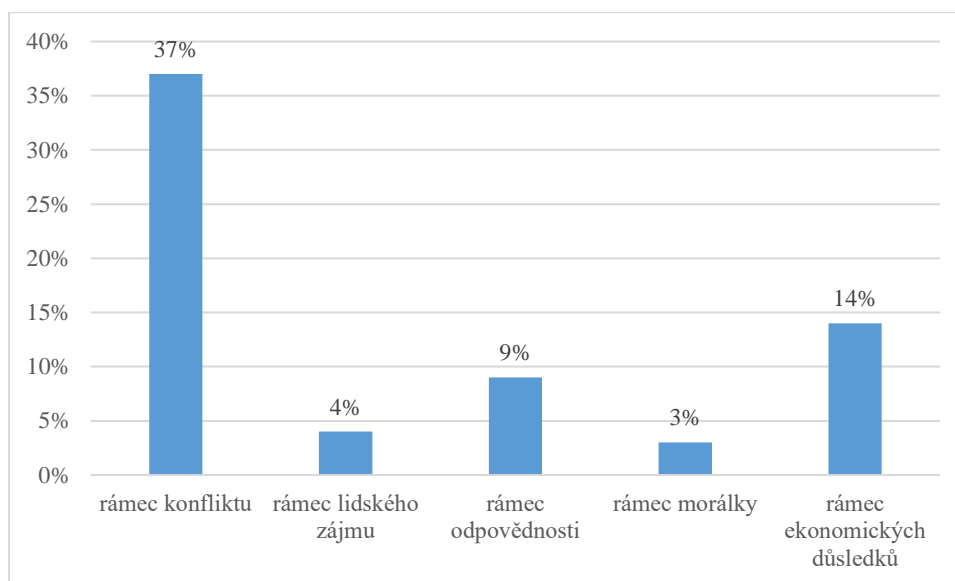
Tyto výzkumné otázky se vztahují k obecným rámcům užívaným v politickém zpravodajství podle Semetko a Valkenburg (2000). VO8 již byla zodpovězena společně s VO9-VO11, rámec konfliktu totiž považuje za typický pro předvolební zpravodajství rovněž Schuck (2010). Zde však bude rámec konfliktu uveden do kontextu rámcování politického zpravodajství, jak o něm pojednávají Semetko a Valkenburg (2000).

Vedle rámce konfliktu, jenž zdůrazňuje konflikt mezi jednotlivci, skupinami, institucemi nebo i zeměmi, je podle těchto autorek typický pro politické zpravodajství také rámec lidského zájmu vážící se ke konkrétním lidským příběhům nebo ukazující emocionální stránku nějaké události či problému; rámec odpovědnosti spojující událost nebo problém s konkrétní osobou, skupinou nebo vládou, která za to nese odpovědnost; rámec morálky prezentující událost nebo problém v kontextu náboženských principů či morálních zásad a rámec ekonomických důsledků prezentující událost v souvislosti s ekonomickými důsledky, které bude mít na jednotlivce, skupinu nebo společnost.

Jak již bylo řečeno, rámec konfliktu se vyskytoval ve 37 % článků a ve zpravodajství výrazně dominoval ve srovnání se všemi rámci, jež byly do výzkumu zahrnuty. Na druhém místě byl rámec ekonomických důsledků se 14 %, dále rámec odpovědnosti (9 %), rámec lidského zájmu (4 %) a rámec morálky, jenž se v článcích vyskytoval nejméně (3 %). Nepotvrzují se tak výsledky výzkumu Semetko a Valkenburg (2000), které došly k závěru, že nejčastěji užívaným rámcem v politickém zpravodajství je rámec odpovědnosti, po něm rámec konfliktu a na třetím místě rámec ekonomických důsledků.

Četnost výskytu těchto rámců v jednotlivých denících se však opět lišila. Rámec konfliktu, jak již bylo řečeno, se nejčastěji vyskytoval v deníku Blesk (49 %) a Lidových novinách (48 %), dále pak v deníku Právo (45 %) a s výraznějším rozdílem v Hospodářských novinách (24 %) a Mladé frontě DNES (22 %). Ve všech denících však byl rámec konfliktu ve srovnání s ostatními rámci typickými pro politické zpravodajství podle Semetko a Valkenburg (2000) dominantní. Výraznější rozdíl ve výskytu v jednotlivých denících pak můžeme pozorovat také u rámce ekonomických důsledků, jenž byl nejčastěji přítomen v Hospodářských novinách (20 %), což vychází ze zaměření deníku na ekonomická témata. Nejméně se pak rámec ekonomických důsledků vyskytoval v Lidových novinách (5 %). Rámec odpovědnosti se vyskytoval ve všech denících v podobné míře, nejvíce však v Lidových novinách (13 %) a byl přítomen především v článcích pojednávajících o politických kauzách kolem kandidátů voleb. Mezi ně můžeme zařadit kauzu ohledně vlivu Andreje Babiše na Finanční správu, kauzu těžby lithia nebo znovu otevřenou kauzu OKD. Výskyt rámce lidského zájmu byl nejvyšší v deníku Blesk (11 %), což můžeme přisuzovat především jeho bulvární povaze, s čímž souvisí snaha o působení na emoce pomocí lidských příběhů. Rámec morálky byl ve všech denících přítomen jen v zanedbatelné míře. Graf znázorňující výskyt těchto rámců v jednotlivých denících je součástí *Příloha č. 18*.

Graf č. 9: Výskyt rámce konfliktu, rámce lidského zájmu, rámce odpovědnosti, rámce morálky a rámce ekonomických důsledků (N=501)



4.5.6 Shrnutí

Pro analýzu rámcování byly použity teorie rámcování podle de Vreese (2011), Schucka (2010) a Semetko a Valkenburg (2000), na jejichž základě bylo sledováno celkem devět obecných rámců. Porovnáme-li jejich výskyt, můžeme konstatovat, že nejčastěji bylo předvolební zpravodajství rámcováno jako konflikt (37 %). Články obsahující rámec konfliktu pojednávaly především o neshodách v končící vládě i parlamentu (kauza lithium, OKD, Čapí hnízdo, schvalování rozpočtu pro rok 2018 atd.) Druhým nejčastěji se vyskytujícím rámcem byl rámec strategické hry (27 %), který de Vreese (2011) označuje jako „makrorámec“, protože podle jeho definice v sobě zahrnuje strategický rámec, rámec dostihových závodů a rámec metapokrytí. Strategický rámec se pak ve zpravodajství vyskytoval jako třetí nejčastější (20 %). Byl tedy kladen důraz také na strategické chování politických aktérů a to, jak prezentují jednotlivé problémy nebo události, aby zlepšili svou pozici v očích veřejnosti.

Dalším rámcem v pořadí podle výskytu byl rámec ekonomických důsledků (14 %), za ním pak rámec odpovědnosti (9 %), rámec dostihových závodů (6 %), rámec metapokrytí (5 %), rámec lidského zájmu (4 %) a nejmenší výskyt měl rámec morálky (3 %).

Zastoupení rámců v jednotlivých médiích se poměrně výrazně lišilo. Značné rozdíly můžeme zmínit např. u rámce konfliktu, který se v deníku Blesk vyskytoval v 49 % článků, v Lidových novinách jen o procento méně, avšak v Mladé frontě DNES pouze ve 22 % článků. Další výrazný rozdíl můžeme zmínit u rámce ekonomických důsledků, který měl v Hospodářských novinách zastoupení 20 %, zatímco v Lidových novinách jen 5 %.

4.5.7 Diskuze a budoucí výzkum

Na základě výzkumu bylo zjištěno, že analyzovaná média jako celek pojednávala o politických stranách nevyváženě. Byly patrné tendence upozadovat KSČM, což se nevýrazněji projevilo v Hospodářských novinách. Je otázkou, zda se tyto tendence ve zpravodajství projevují dlouhodobě a jsou způsobené ztrácející podporou strany ve společnosti, nebo spíše předpojatostí médií. KSČM totiž v předvolebních průzkumech získala poměrně vysoké volební preference, její zisk ve volbách byl ale nakonec výrazně nižší. Média naopak pojednávala o poznání častěji, než odpovídá podpoře strany ve společnosti, o KDU-ČSL, což může vyplývat z vládní příslušnosti strany, kterou se nepodařilo ve výzkumu zohlednit. Tyto tendence se však u dalších vládních stran (ČSSD, ANO) projevily jen v menší míře, nebo vůbec. Více pozornosti oproti očekávání bylo věnováno také STAN.

Média o politických stranách pojednávala většinou neutrálně. Největší podíl negativního hodnocení však mělo hnutí ANO, což můžeme přisoudit četným kauzám spojeným s Andrejem Babišem. Toto negativní hodnocení ovšem nahrává jeho tvrzení, že média jsou vůči němu zaujatá a kauzy jsou účelové. Ověřit zaujatost médií vůči Babišovi by žádalo podrobnější kvalitativní výzkum.

Z výsledků analýzy nestrannosti byly patrné rozdíly mezi jednotlivými deníky. Vzhledem k tomu, že však bylo deníků do výzkumu zahrnuto pět a výzkumný vzorek byl omezený, zobecňování výsledků na obsah celého deníku by nemusel být vypovídající. Další výzkum by se mohl podrobněji zaměřit na nestrannost jednotlivých médií, a zjistit tak jejich tendence zvýhodňovat, či znevýhodňovat určité politické strany.

Podíváme-li se na rámce v předvolebním zpravodajství, to bylo nejčastěji rámcováno jako konflikt a strategická hra. Je však otázkou, nakolik je toto rámcování spojeno s volbami, nebo zda se tyto tendence projevují v politickém zpravodajství obecně. Capella a Jamieson (1997) uvádí, že pokud se zpravodajská média zaměřují více na strategii předvolebních kampaní a osobnosti kandidátů, děje se tak na úkor podávání důležitých informací a může to zapříčinit politický cynismus. To již bylo potvrzeno několika studiemi (např. de Vreese 2004, Rhee 1997). Je však otázkou, nakolik musí média rámec strategické hry užívat, aby se tento vliv na společnost projevilo. Patterson (1997) poukazuje na to, že výskyt rámce strategické hry ve zpravodajství se s časem zvýšil a nyní dominuje minimálně americkému politickému zpravodajství. Dalším námětem na výzkum by tak mohlo být také porovnání rámcování několika předchozích parlamentních voleb a potvrdit, nebo vyvrátit tak tvrzení, že rámcování zpravodajství jako strategické hry se s časem zvyšuje.

Závěr

Jedním z cílů výzkumu bylo zjistit, zda média dodržela v předvolebním zpravodajství normativní požadavek nestrannosti. Výzkum se přitom zaměřil na dvě složky nestrannosti podle Westerstahlova konceptu (1983), kterými jsou vyváženost a neutralita. Pro zjištění, zda média pojednávala o politických stranách vyváženě, byla srovnávána skutečná pozornost věnovaná jednotlivým stranám s očekávanou pozorností, jež byla určena na základě podpory stran ve společnosti, a to podle předvolebních průzkumů a výsledků předchozích parlamentních voleb v roce 2013.

Ve zpravodajství byly patrné tendence upozadovat především KSČM, Stranu zelených a malé politické strany, jež byly kvůli jejich nízké relevanci souhrnně označeny jako „ostatní“. Výrazně upřednostňovány byly naopak KDU-ČSL a STAN, v některých sledovaných parametrech v menší míře také SPD či ODS. Za nejméně vyvážené můžeme považovat zpravodajství deníku Blesk, deník s nejvyváženějším zpravodajstvím jednoznačně určit nelze. Zpravodajství analyzovaných médií jako celek však můžeme označit za nevyvážené.

Neutralita byla analyzována nejdříve na základě povahy hodnocení jednotlivých stran. Média o nich však pojednávala většinou neutrálně. Nejvyšší podíl negativního hodnocení mělo hnutí ANO, negativní hodnocení nad pozitivním převažovalo také u ČSSD, SPD, ODS či KSČM. Nejvyšší podíl pozitivního hodnocení měli naopak STAN či Strana zelených, kterým však vzhledem k jejich nízké podpoře ve společnosti média nevěnovala tolik pozornosti. Pozitivní hodnocení nad negativním převažovalo také u KDU-ČSL, TOP 09 a České pirátské strany.

Neutralita byla sledována také na základě oddělování faktů od názorů, a to prostřednictvím uvádění zdroje u hodnocení či expresivních výrazů, které by ve zpravodajství neměly vycházet z názoru autora. Bylo zjištěno, že fakta od názorů nebyla důsledně oddělována a kritérium neutrality tak nebylo zcela dodrženo.

Další část analýzy zjišťovala, zda média dodržela zákaz zveřejňování výsledků předvolebních a volebních výzkumů tři dny před začátkem voleb do jejich ukončení

vycházející ze *Zákona č. 247/1995 Sb. o volbách do Parlamentu České republiky*. Tento zákonný požadavek byl všemi analyzovanými médii dodržen.

Cílem třetí části analýzy bylo zjistit, jak média předvolební zpravodajství rámcovala. Z obecných rámců, jež byly do analýzy zahrnuty, se ve zpravodajství nejčastěji vyskytoval rámec konfliktu, což nepotvrdilo zjištění Pattersona (1993), podle kterého předvolebnímu zpravodajství dominuje strategický rámec, ani zjištění Semetko a Valkenburg (2000), podle kterých politickému zpravodajství dominuje rámec odpovědnosti. Rámec konfliktu dominoval zpravodajství většiny deníků, pouze v *Mladé frontě DNES* byl častější výskyt strategického rámce. Podle některých autorů má rámcování zpravodajství jako strategie a hry negativní vliv na angažovanost společnosti na politickém životě a také snižuje objektivitu médií (Capella a Jamieson 1997). Ta se totiž zabývají strategií a osobností kandidátů na úkor poskytování relevantních informací důležitých pro politické rozhodování. Pro ověření tohoto tvrzení by však bylo nutné provést kvalitativní obsahovou analýzu, která nebyla součástí tohoto výzkumu. Pro ověření vlivu tohoto rámcování na voliče by pak bylo nutné provést analýzu percepce takového typu zpravodajství čtenáři. Tato témata by mohla být zajímavá pro budoucí výzkum. Cílem výzkumu bylo také zjistit, v jaké míře se ve zpravodajství vyskytoval rámec dostihových závodů (horse race), ten totiž podle některých autorů (Broh 1980, Krejčí 2008) má rovněž negativní vliv na čtenáře a snižuje objektivitu zpravodajství. Výskyt tohoto rámce ve zpravodajství však byl jen velmi nízký.

Summary

One of the aims of my research was to find out whether the media complied with the normative requirement of impartiality in pre-election reporting. The research focuses on two components of impartiality according to Westerstahl's concept (1983), which are balance and neutrality. In order to find out whether the reporting about parties was balanced, the actual attention paid to individual parties was compared to the expected attention that was determined by support of the parties in society.

In news reporting, there was a tendency to disfavor primarily KSČM, Strana zelených and small parties, which were analysed together as „others“. On the contrary, KDU-ČSL and STAN were strongly preferred, in some monitored parameters also SPD or ODS. The least balanced news reporting can be considered in Blesk, the newspaper with the most balanced news can not be clearly identified. However, reporting in the media I analysed can be described as unbalanced.

Neutrality was first analysed on the basis of the nature of the evaluation of the parties. However, the media mostly dealt with them neutrally. Negative evaluation prevailed when dealing with ANO, ČSSD, SPD, ODS and KSČM. Positive evaluation prevailed when dealing with STAN, Strana zelených, KDU-ČSL, TOP 09 and Česká pirátská strana. Neutrality was also analysed on the basis of separation of facts from opinions. It was found that the facts from opinions were not consistently separated and the criterion of neutrality was not fully complied.

Another part of the analysis found out whether the media complied with the ban on publishing the results of pre-election and election research three days before the election until their closure which is a part of Czech law. This has been complied by all media.

The aim of the third part of the analysis was to find out, how the pre-election news reporting was framed. News items were mostly framed as conflict. This didn't confirm the conclusion of Patterson (1993) and also the conclusion of Semetko and Valkenburg (2000). Patterson claims the dominant frame in pre-election news is strategic frame, Semetko and Valkenburg claim the dominant frame of political

news reporting is the frame of responsibility. The conflict frame was dominant in most of the newspapers that were analysed, only Mladá fronta DNES adhered to the more strategic frame.

According to some authors, framing the news as a strategy and game has a negative impact on society's engagement in political life and also reduces the objectivity of the media (Capella a Jamieson 1997). However this kind of framing wasn't dominant, so we would have to conduct more detailed research to prove this claim. Other authors also see the negative impact of horse race framing (Broh 1980, Krejčí 2008), but this frame had just a little presence in analysed pre-election news reporting.

Použitá literatura

ADAMIČKOVÁ, Nad'a, KÖNIGOVÁ, Marie. Z lithia si poslanci udělali volební mítink zdarma. *Právo*. Praha: Borgis. 17. 10. 2017, XXVII/230, s. 1. ISSN 1211-2119.

ANTOŠ, Marek. Principy voleb v České republice. Praha: Linde, 2008. 36 s. ISBN 978-80-7201-734-8.

BATESON, Gregory. *A Theory of Play and Fantasy*. Psychiatric Research Reports. Cambridge: MIT Press, 1995. 2, 39-51.

BROH, Anthony C. Horse-race Journalism: Reporting the Polls in the 1976 Election. *Public Opinion Quarterly*. Colombia: The Trustees of Colombia University, 1980. 44, 514-29.

BURTON, Graeme, JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister&Principal, 2001. 392 s. ISBN 80-85947-67-6.

CAPELLA, Joseph N., JAMIESON, Kathleen H. *Spiral of Cynicism*. The Press and the Public Good. New York: Oxford University Press, 1997. 336 s. ISBN 978-0195090642.

CARRAGEE, Kevin M., ROEFS, Wim. The Neglect of Power in Recent Framing Research. *Journal of Communication*. International Communication Association, 2004. 54(2), 214-233.

CEMES. *Analýza předvolebního vysílání Českého rozhlasu v období před krajskými a senátními volbami konanými v říjnu 2012*. Český rozhlas [online]. září 2013 [cit. 11-08-2017]. Dostupné z: <http://media.rozhlas.cz/binary/03023918.pdf>

ČTK. *S koncem prázdnin odstartuje řada stran předvolební kampaň*. České noviny [online]. 26. srpna 2017 [cit. 11-08-2017]. ISSN: 1213-5003. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/s-koncem-prazdnin-odstartuje-rada-stran-predvolebni-kampan/1520011>

ČTK. *Volby podle průzkumů vyhraje ANO, ve Sněmovně má být osm stran*. České noviny [online]. 15. října 2017 [cit. 11-10-2017]. ISSN: 1213-5003. Dostupné z:

<http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/volby-podle-pruzkumu-vyhraje-ano-ve-snemovne-ma-byt-osm-stran/1538619>

DARRAS, Eric. Free Journalism under Control: Election Coverage in France. In: STRÖMBÄCK, Jesper, KAID, Lynda L., *The Handbook of Election News Coverage around the World*, London: Routledge, 2008. 452 s. ISBN 9780805860368.

DRUCKMAN, James N., PARKIN, Michael. The Impact of Media Bias: How Editorial Slant Affects Voters. *Journal of Politics*. 2005. 67(4), 1030-1049.

DUNAWAY, Johanna. *Examining Institutional and Political Influences on Slanted Campaign News Coverage*. Conference Papers – American Political Science Association, 2007.

EHL, Martin, WIRNITZER, Jan, HOUSKA, Ondřej. Volby: z mladých těží extremisté. *Hospodářské noviny*. Praha: Economia, 17. 10. 2017, XXVIII/200, s. 1, ISSN 0862-9587.

ENTMAN, Robert M. Framing US Coverage of International news: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents. *Journal of Communication*, 1991. 43(4), 51-58.

ENTMAN, Robert M. *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. *Journal of Communication*, 1993. 43(4), 51–58.

ENTMAN, Robert M. *Projections of Power: Framing News, Public Opinion and U.S. Foreign Policy*. Chicago: University of Chicago Press, 2004. 240 s. ISBN 978-0226210728

ENTMAN, Robert M., 2007. Framing Bias: Media in the Distribution of Power. *Journal of Communication*. 57(1), 163–173

ESSER, Frank, D'ANGELO, Paul, 2006. Framing the Press and Publicity Process in U.S., British, and German General Election Campaigns: A Comparative Study of Metacoverage. *The International Journal of Press/Politics*, 2006. 11(3), 44-66.

FISKE, John. *Introduction to Communication Studies*. London: Routledge, 2010. 248 s. ISBN 9781136870187.

GALTUNG, Johan, RUGE, Mari H. The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba, and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, 1965. 2(1), 64–91.

GAMSON, William A., MODIGLIANI, Andre. Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *The American Journal of Sociology*, 1989. 95(1), 1-37.

GOFFMAN, Erving. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper&Row, 1974. 600 s. ISBN 978-0-06-090372-5.

HAGEN, Lutz. Informační kvalita a její měření. In: SCHULZ, W., REIFOVÁ, I., *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2011. 149 s. ISBN 978-80-246-1980-4.

IYENGAR, Shanto. *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press, 1991. 206 s. ISBN 978-0226388557.

JAMIESON, Kathleen H. *Dirty Politics: Deception, Distraction, and Democracy*. New York: Oxford University Press, 1992. 335 s. ISBN 0-19-507854-3.

JIRÁK, Jan. Medializace jako strašák politiky, In: Kabele J., Mlčoch L.: *Institucionalizace (ne)odpovědnosti: globální svět, evropská integrace a české zájmy*. Praha: Karolinum, 2001. 363 s. ISBN 80-246-0378-0.

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

JIRÁK, Jan. *Obrana médií*. RVP [online]. 22. března 2005 [cit. 2017–10–15]. ISSN: 1802-4785. Dostupné z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/198/OBRANA-MEDII.html/>

KAHN, Kim F., KENNEY, Patrick J. The Slant of the News: How Editorial Endorsements Influence Campaign Coverage and Citizens' Views of Candidates. *The American Political Science Review*, 2002. 96(2), 381–394.

KENNEY, Keith, SIMPSON, Chris. Was Coverage of the 1988 Presidential Race by Washington's Two Major Dailies Biased?. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1993. 70(2), 345-355.

KREJČÍ, Jindřich. *Kvalita sociálněvědních výběrových šetření v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2008. 195 s. ISBN 9788074190018.

McCOMBS, Maxwell. *Agenda setting: nastolování agendy - masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál, 2009. 251 s. ISBN: 9788073675912.

McNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004. 184 s. ISBN 80-7178-840-6.

McQUAIL, Denis. *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage Publications, 1992. 350 s., ISBN 0-8039-8294-1.

McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2009. 639 s. ISBN 978-80-7367-574-5.

McQUAIL, Denis. *Žurnalistika a společnost*. Praha: Karolinum, 2016. 256 s. ISBN 9788024630939.

NEWTON, Kenneth. May the Weak Force be with you: The Power of the Mass Media in Modern Politics. *European Journal of Political Research*, 2006. 45(2), 209–234.

NORRIS, Pippa. *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. 398 s. ISBN 978-0521793643.

OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 2011. 146 s. ISBN 9788024618999.

PATTERSON, Thomas E. *Out of Order*. New York: Vintage, 1993. 336 s. ISBN 978-0679755104.

REESE, Stephen. *Framing Public Life*. Mahwah: Taylor & Francis, 2001. 416 s. ISBN 978-0805849264.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7.

RENOVICA V., ČTK. Zkontrolujte ty ceny!. *Blesk*. Praha: Czech News Center, 29. 9. 2017, XXVI/225, s. 4, ISSN 1210-5333.

RHEE, June W. Strategy and Issue Frames in Election Campaign Coverage: A Social Cognitive Account of Framing Effects. *Journal of Communication*, 1997. 47(3), 26–48.

SEMETKO, Holli A., VALKENBURG, Patti M. Framing European politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 2000. 50(2), 93–109.

SHEAFER, Tamir, WEIMANN, Gabriel, TSFATI, Yariv. Campaigns in the Holy Land: The Content and Effects of Election News Coverage in Israel. In: STRÖMBÄCK, Jesper, KAID, Lynda L., *Handbook of Election News Coverage around the World*, London: Routledge, 2008. 452 a. ISBN 978-0805860375.

SCHUCK, Andreas et al. Explaining Campaign News Coverage: How Medium, Time and Context Explain Variation in the Media Framing of the 2009 European Parliamentary Elections. *Journal of Political Marketing*, 2013. 12(1), 8-28.

SCHULZ, Winfried. Volby jako politický proces. In: SCHULZ, Winfried, REIFOVÁ, Irena, *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2011. 149 s. ISBN 978-80-246-1980-4.

SLOAN, David, MACKAY, Jenn B. *Media Bias: Finding It, Fixing It*. North Carolina: McFarland & Company, 2007. 264 s. ISBN 978-0786430420.

SRNKA, Vojtěch, LEINERT, Ondřej. Hrad tlačí své lidi na ambasády. *Mladá fronta DNES*. Praha: MAFRA, 18. 10. 2017, XXVIII/231, s. 4. ISSN 1210-1168.

STRÖMBÄCK, Jesper. Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 2008. 13(3), 228–246.

ŠULCOVÁ, Ladislava. *Rámování mediálních obsahů*. Praha: Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2010. 96 s. Vedoucí diplomové práce Mgr. Vlastimil Nečas.

TANKARD, James W. The Empirical Approach to the Study of Media Framing. In: REESE, Stephen, *Framing Public Life*. Mahwah: Taylor & Francis, 2001. 416 s. ISBN 978-0805849264.

TOMÁNEK, Tomáš. Zaorálek kouzlí v Sobotkově revíru. *Lidové noviny*. Praha: MAFRA. 18. 9. 2017, XXX/216, s. 3. ISSN 0862-5921.

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

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

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

Van GORP, Baldwin. Where is the Frame? Victims and Intruders in the Belgian Press Coverage of the Asylum Issue. *European Journal of Communication*, 2005. 20(4), 484-507.

VLIEGENTHART, Rens, SCHUCK, Andreas, BOOMGAARDEN, Hajo, DE VREESE, Claes. News Coverage and Support for European Integration, 1990-2006. *International Journal of Public Opinion Research*, 2008. 20(4), 415-39.

VREESE, Claes H. de. News Framing: Theory and Typology. *Information Design Journal + Document Design*, 2005. 13(1), 51-62.

VREESE, Claes H. de. The Framing of Politics as Strategy and Game: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings. *Journalism*, 2011. 13(2), 162-177.

VREESE, Claes H. de, BOOMGAARDEN, Heike. A Spiral of Cynicism for Some: The Conditional Relationship between Strategic News Coverage, Political

Cynicism and Turnout. *Paper presented at the Midwest Political Science Association Conference*, Chicago, Il., 2008.

VREESE, Claes H. de, TOBIASEN, Mette. Conflict and Identity: Explaining Turnout and Anti-integrationist Voting in the Danish 2004 Elections for the European Parliament. *Scandinavian Political Studies*, 2007. 30(1), 87–114.

WESTERSTÅHL, Jörgen. Objective News Reporting. *Communication Research*, 1983. 10(3), 403–424.

Zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuální službě na vyžádání

Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání

Zákon č. 247/1995 Sb. o volbách do Parlamentu České republiky

Zákon č. 37/1995 Sb. o neperiodických publikacích

Zákon č. 46/2000 Sb. o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon)

Zákon č. 483/1991 Sb. o České televizi

Zákon č. 484/1991 Sb. o Českém rozhlasu

Zákon č. 517/1992 Sb. České národní rady o České tiskové kanceláři

ZHOU, Xiang. Cultural Dimensions and Framing the Internet in China: A Cross-Cultural Study of Newspapers' Coverage in Hong Kong, Singapore, the US and the UK. *International Communication Gazette*, 2008. 70(2), 117–136.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Veronika Maleňáková

Razítko podatelny:

Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd	
Došlo dne:	30 -01- 2017 -1-
Čj:	827 Příloh:
Přiděleno:	

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

2015

E-mail diplomantky/diplomanta:

33184205@fsv.cuni.cz

Studijní obor/forma studia:

Mediální studia/prezenční

Předpokládaný název práce v češtině:

Analýza politického zpravodajství českých deníků během parlamentních voleb v roce 2017

Předpokládaný název práce v angličtině:

Analysis of political news in czech newspapers during the parliament election in the year 2017

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013)

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)

ZS 2017/2018

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):

V demokratických zemích je považována objektivita a nestrannost médií za jejich důležitou charakteristiku. Ještě větší důraz na tyto hodnoty by měl být kladen v politickém zpravodajství, především pak před volbami. Ve své diplomové práci se budu zabývat specifickými aspekty předvolební mediální agendy vybraných českých deníků, zejména předpojatostí (angl. bias), dále poměrem věnovaného prostoru jednotlivým kandidátům a charakteristikami horse race žurnalistiky. Na dané téma bylo již napsáno mnoho odborné literatury, pro potřeby této práce se zaměřím především na odbornou literaturu vztahující se k vybraným aspektům zpravodajství, které budou sledovány v praktické části, a dříve uskutečněné výzkumy zabývající se rámcováním předvolebních kampaní ve zpravodajství.

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):

Cílem práce je analyzovat mediální výstupy vybraných českých deníků týkající se parlamentních voleb v roce 2017. Při analýze se chci zaměřit na několik charakteristik těchto voleb. Důraz bude kladen především na objektivitu a nestrannost jednotlivých příspěvků, které jsou považovány za jedny ze základních normativních požadavků na zpravodajství v liberálně demokratických společnostech (Trampota, 2006), případně na objevující se bias. V takovém případě se zaměřím také na to, zda se jednalo o skrytou, či otevřenou podporu. Dále se analýza bude zabývat poměrem prostoru věnovanému jednotlivým kandidujícím stranám a také charakteristikami předvolebního politického zpravodajství jako horse race žurnalistiky tak, jak ji definoval A. C. Broh (1980). Ten uvádí, že kandidáti jsou nuceni se vyjadřovat k ostatním kandidátům, události jsou posuzovány v kontextu soupeření a výběr vítěze se stává důležitým tématem. Příběh však tvoří závod samotný, nikoliv jeho vítěz. Takovéto pojmání předvolebního boje může mít pro čtenáře negativní konsekvence. Podle J. Krejčího (2008) z hlediska objektivity tento druh zpráv přináší povrchní a zkreslené hodnocení situace. Častější bývá i chybná interpretace výsledků výzkumů, které se místo nástroje k popisu reality mnohem více stávají událostí samy o sobě. Výzkumy se pak podílejí na vytváření nové dimenze reality, která více než do politiky nebo vědy patří do oblasti zábavního průmyslu.

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

1 Úvod

2	Teoretická část
2.1	Normativní požadavky na zpravodajství
2.2	Principy médií a politiky
2.3	Specifika žurnalistiky v předvolebním období
3	Výzkumná část
3.1	Výzkumný vzorek a metodologie
3.2	Analýza a interpretace
4	Závěr
Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):	
Pro analýzu budou použity články vybraných deníků týkající se parlamentních voleb roku 2017, nebo jednotlivých kandidujících stran. Deníky vybranými pro analýzu jsou Lidové noviny, Hospodářské noviny a Právo. Články budou vybrány náhodným výběrem z období tří měsíců před termínem parlamentních voleb.	
Metody (techniky) zpracování materiálu:	
Kvantitativní obsahová analýza	
Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):	
McQUAIL, Denis. Media performance: mass communication and the public interest. repr. London: SAGE Publications, 1995, 1999, 350 pp., ISBN 0-8039- 8295-x	
Publikace se mimo jiné věnuje normativním požadavkům na zpravodajství, jako je objektivita, vyváženost a nestrannost. Autor dále také definuje čtyři základní formy předpojatosti.	
TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006, první vydání, 192 s., ISBN 80-7367-096-8.	
Publikace se věnuje zpravodajství obecně, jeho fungování, tvorbě zpráv, výzkumu. Obsahuje rovněž kapitolu věnovanou reprezentaci a stereotypu nebo normativním požadavkům zpravodajství, mezi něž patří objektivita, vyváženost a nestrannost. Vyjmenovány jsou rovněž typy předpojatosti.	
JIRÁK, Jan; ŘÍCHOVÁ, Blanka. Politická komunikace a média. Praha: Univerzita Karlova, 2000. 163 s., ISBN 80-246-0182-6.	
Sborník základních textů k problematice vztahu politického rozhodování a médií. Zabývá se mimo jiné funkcí politické komunikace, novým pohledem na masová média a demokracii a hledáním rámce norem pro chování médií.	
Explaining campaign news coverage: How Medium, Time and Context Explain Variation in the Media Framing of the 2009 European Parliamentary Elections. Conference Papers — International Communication Association. 2011 Annual Meeting, pp. 1–35.	
Výzkum sleduje, jak média pokryla volby do Evropského parlamentu v roce 2009. Závislými proměnnými jsou 4 charakteristické rámce, jež média použila k informování o volbách, a to rámec konfliktu, rámec strategie kandidátů, rámec „horse-race“ a rámec metacoverage.	
ENTMAN, Robert M. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication. 1993, 43 (4), pp. 51– 58.	
Základní text týkající se multidisciplinární teorie rámcování. Definuje proces rámcování a rámce samotné. Zabývá se také tím, jakým způsobem rámce vznikají a jak jsou v textu manifestovány.	
BENOIT, William L. News Coverage of Political Campaigns. Communication in Political Campaigns, 2007, pp. 177–212.	
Studie zkoumá výsledky výzkumů zabývajících se obsahem různých médií během politických kampaní a dochází k závěru, že lidé se z médií častěji dozvídají, jak si daný kandidát vede (rámec horse-race), než o jeho charakteru a politickém programu.	
Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách)	

za posledních pět let)

JAROCHOVA, Erika. Politická vyváženost zpravodajství v tisku. Praha, 2015. 44 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Filozofická fakulta. Katedra sociologie. Vedoucí diplomové práce Mgr. Petr Lupač, Ph.D.


KEJLOVÁ, Tamara. Analýza zpravodajství českých periodik během prezidentských voleb v roce 2013 v ČR. Praha, 2014. 113 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Vlastimil Nečas, Ph.D.

PŠENIČNÁ, Petra. Nestrannost českého denního tisku: studie Lidových novin. Praha, 2009. 125 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií. Vedoucí bakalářské práce Ing. Petr Pavlík, Ph.D.

CHARVÁT, Jan. Volby do Evropského parlamentu 2009 v agendě deníku Lidové noviny a Právo. Praha, 2010. 72 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jan Křeček, Ph.D.

Datum / Podpis studenta/ky

Maleňáková Veronika

30.1.2017 

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 vedoucím této práce.

Nečas Vlastimil

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

29. 7. 2017

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

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

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Seznam obrázků, tabulek a grafů

Obrázek č. 1: Schéma konceptu objektivit (Westerstahl 1983)

Tabulka č. 1: Data vydání deníků vybraných k výzkumu

Tabulka č. 2: Volební preference, výsledek parlamentních voleb 2013 a jejich průměr představující očekávanou pozornost médií

Graf č. 1: Nad- a podprezentace politických stran podle pozornosti (N=1516)

Graf č. 2: Nad- a podprezentace stran jako hlavního aktéra zpráv (N=501)

Graf č. 3: Nad- a podprezentace stran na základě jejich výskytu na titulní straně deníků (N=293)

Graf č. 4: Nad- a podprezentace stran na základě výskytu citací (N=631)

Graf č. 5: Povaha hodnocení politických stran

Graf č. 6: Hodnotící soudy, expresivní výrazy a jejich zdroje (N=501)

Graf č. 7: Výskyt rámce strategické hry všechna média (N=501)

Graf č. 8: Výskyt rámce konfliktu, strategického rámce, rámce dostihových závodů a rámce metapokrytí (N=501)

Graf č. 9: Výskyt rámce konfliktu, rámce lidského zájmu, rámce odpovědnosti, rámce morálky a rámce ekonomických důsledků (N=501)

Seznam příloh

Příloha č. 1: Nad-/podreprezentace politických stran podle věnované pozornosti – všechna média (tabulka)

Příloha č. 2: Nad-/podreprezentace politických stran podle věnované pozornosti – Lidové noviny (tabulka)

Příloha č. 3: Nad-/podreprezentace politických stran podle věnované pozornosti – Mladá fronta DNES (tabulka)

Příloha č. 4: Nad-/podreprezentace politických stran podle věnované pozornosti – Hospodářské noviny (tabulka)

Příloha č. 5: Nad-/podreprezentace politických stran podle věnované pozornosti – Právo (tabulka)

Příloha č. 6: Nad-/podreprezentace politických stran podle věnované pozornosti – Blesk (tabulka)

Příloha č. 7: Nad-/podreprezentace politických stran jako hlavního aktéra zpráv – všechna média (tabulka)

Příloha č. 8: Pozice politických stran v článcích – všechna média (tabulka)

Příloha č. 9: Nad-/podreprezentace politických stran na základě jejich výskytu na titulní straně deníků – všechna média (tabulka)

Příloha č. 10: Nad-/podreprezentace politických stran na základě výskytu citací – všechna média (tabulka)

Příloha č. 11: Hodnotící soudy, expresivní výrazy a jejich zdroje – Lidové noviny (graf)

Příloha č. 12: Hodnotící soudy, expresivní výrazy a jejich zdroje – Mladá fronta DNES (graf)

Příloha č. 13: Hodnotící soudy, expresivní výrazy a jejich zdroje – Hospodářské noviny (graf)

Příloha č. 14: Hodnotící soudy, expresivní výrazy a jejich zdroje – Právo (graf)

Příloha č. 15: Hodnotící soudy, expresivní výrazy a jejich zdroje – Blesk (graf)

Příloha č. 16: Výskyt rámce strategické hry v jednotlivých denících (graf)

Příloha č. 17: Výskyt rámce konfliktu, strategického rámce, rámce dostihových závodů a rámce metapokrytí v jednotlivých denících (graf)

Příloha č. 18: Výskyt rámce konfliktu, rámce lidského zájmu, rámce odpovědnosti, rámce morálky a rámce ekonomických důsledků v jednotlivých denících (graf)

Příloha č. 19: Kódovací kniha

Přílohy

Příloha č. 1: Nad-/podreprezentace stran podle věnované pozornosti - všechny deníky (N=1516)

Nad-/podreprezentace stran podle věnované pozornosti - všechny deníky (N=1516)			
politická strana	skutečný výskyt	očekávaný výskyt	nad-/podreprezentace
ČSSD	319	258	24 %
ANO	326	353	-8 %
ODS	166	129	29 %
KSČM	113	208	-46 %
KDU-ČSL	160	98	63 %
TOP 09	162	135	20 %
SPD	81	58	40 %
Čes. pir. strana	59	70	-16 %
STAN	59	42	40 %
Str. zelených	26	44	-41 %
ostatní	46	142	-68 %

Příloha č. 2: Nad-/podreprezentace politických stran podle věnované pozornosti – Lidové noviny (tabulka)

Nad-/podreprezentace stran podle věnované pozornosti - Lidové noviny (N=322)			
politická strana	skutečný výskyt	očekávaný výskyt	nad-/podreprezentace
ČSSD	64	55	18 %
ANO	70	75	-7 %
ODS	39	27	44 %
KSČM	25	44	-43 %
KDU-ČSL	36	21	71 %
TOP 09	33	29	14 %
SPD	17	12	42 %
Čes. pir. strana	14	15	-7 %
STAN	11	9	22 %
Str. zelených	4	9	-56 %
ostatní	9	30	-70 %

Příloha č. 3: Nad-/podreprezentace politických stran podle věnované pozornosti –
Mladá fronta DNES (tabulka)

Nad-/podreprezentace stran podle věnované pozornosti - Mladá fronta DNES (N=306)			
politická strana	skutečný výskyt	očekávaný výskyt	nad-/podreprezentace
ČSSD	64	52	23 %
ANO	58	71	-18 %
ODS	33	26	27 %
KSČM	27	42	-36 %
KDU-ČSL	24	20	20 %
TOP 09	33	27	22 %
SPD	23	12	92 %
Česká pir. Strana	12	14	-14 %
STAN	12	9	33 %
Strana zelených	6	9	-33 %
ostatní	15	29	-48 %

Příloha č. 4: Nad-/podreprezentace politických stran podle věnované pozornosti –
Hospodářské noviny (tabulka)

Nad-/podreprezentace stran podle věnované pozornosti - Hospodářské noviny (N=303)			
politická strana	skutečný výskyt	očekávaný výskyt	nad-/podreprezentace
ČSSD	73	52	40 %
ANO	80	71	13 %
ODS	28	26	8 %
KSČM	14	42	-67 %
KDU-ČSL	39	19	105 %
TOP 09	29	27	7 %
SPD	17	12	42 %
Česká pir. Strana	9	14	-36 %
STAN	5	8	-38 %
Strana zelených	3	9	-77 %
ostatní	6	28	-79 %

Příloha č. 5: Nad-/podreprezentace politických stran podle věnované pozornosti –
Právo (tabulka)

Nad-/podreprezentace stran podle věnované pozornosti - Právo (N=427)			
politická strana	skutečný výskyt	očekávaný výskyt	nad-/podreprezentace
ČSSD	83	73	14 %
ANO	84	99	-15 %
ODS	49	36	36 %
KSČM	31	58	-47 %
KDU-ČSL	45	27	67 %
TOP 09	49	38	29 %
SPD	21	16	31 %
Česká pir. strana	21	20	5 %
STAN	22	12	83 %
Strana zelených	12	12	0 %
ostatní	10	40	-75 %

Příloha č. 6: Nad-/podreprezentace politických stran podle věnované pozornosti –
Blesk (tabulka)

Nad-/podreprezentace stran podle věnované pozornosti - Blesk (N=159)			
politická strana	skutečný výskyt	očekávaný výskyt	nad-/podreprezentace
ČSSD	35	27	30 %
ANO	35	37	-5 %
ODS	17	14	21 %
KSČM	16	22	-27 %
KDU-ČSL	16	10	60 %
TOP 09	18	14	29 %
SPD	3	6	-50 %
Česká pir. strana	3	7	-57 %
STAN	9	4	125 %
Strana zelených	1	5	-80 %
ostatní	6	15	-60 %

Příloha č. 7: Nad-/podreprezentace politických stran jako hlavního aktéra zpráv – všechna média (tabulka)

Nad-/podreprezentace stran jako hlavního aktéra zpráv – všechna média (N=501)			
politická strana	skutečný výskyt	očekávaný výskyt	nad-/podreprezentace
ČSSD	167	85	96 %
ANO	181	117	55 %
ODS	26	43	-40 %
KSČM	10	69	-86 %
KDU-ČSL	47	32	47 %
TOP 09	27	45	-40 %
SPD	13	19	-32 %
Čes. pir. strana	12	23	-48 %
STAN	10	14	-29 %
Str. zelených	7	15	-53 %
ostatní	1	47	-98 %

Příloha č. 8: Pozice politických stran v člancích – všechna média (tabulka)

politická strana	hlavní aktér	1. vedlejší aktér	2. vedlejší aktér	další aktér	celkem zmínek
ČSSD	167	76	33	42	319
ANO	181	90	27	28	326
ODS	26	32	36	72	166
KSČM	10	14	30	59	113
KDU-ČSL	47	22	27	64	160
TOP 09	27	38	30	67	162
SPD	13	11	10	47	81
Čes. pir. strana	12	8	9	30	59
STAN	10	6	7	36	59
Str. zelených	7	4	0	15	26
ostatní	1	0	0	45	46

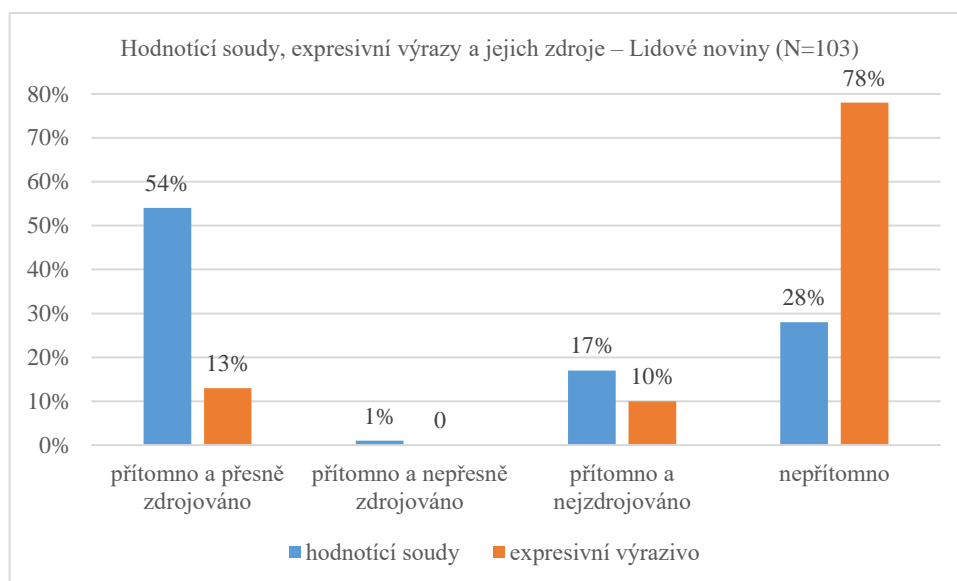
Příloha č. 9: Nad-/podreprezentace politických stran na základě jejich výskytu na titulní straně deníků – všechna média (tabulka)

Nad-/podreprezentace stran na základě výskytu na titulní straně deníků – všechna média (N=293)			
politická strana	skutečný výskyt	očekávaný výskyt	nad-/podreprezentace
ČSSD	55	50	10 %
ANO	59	68	-13 %
ODS	36	25	44 %
KSČM	23	40	-43 %
KDU-ČSL	35	19	84 %
TOP 09	32	26	23 %
SPD	19	11	73 %
Česká pir. strana	12	13	-8 %
STAN	14	8	75 %
Strana zelených	8	8	0 %
ostatní	0	28	-100 %

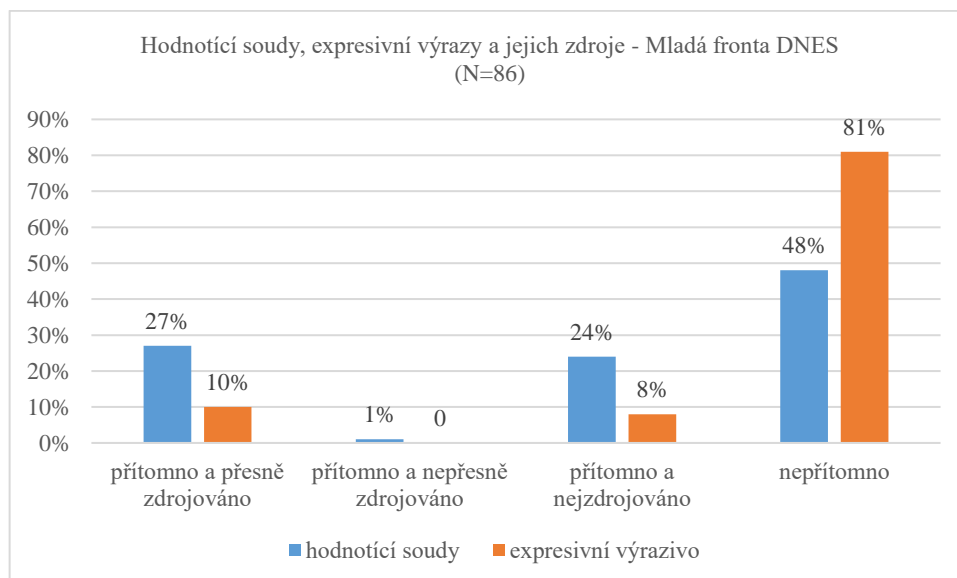
Příloha č. 10: Nad-/podreprezentace politických stran na základě výskytu citací – všechna média (tabulka)

Nad-/podreprezentace stran na základě výskytu citací – všechna média (N=631)			
politická strana	skutečný výskyt citací	očekávaný výskyt citací	nad-/podreprezentace
ČSSD	160	107	50 %
ANO	152	147	3 %
ODS	68	54	26 %
KSČM	39	86	-55 %
KDU-ČSL	72	40	80 %
TOP 09	81	56	45 %
SPD	12	24	-50 %
Čes. pir. strana	14	29	-52 %
STAN	25	18	39 %
Str. zelených	7	18	-61 %
ostatní	1	59	-98 %

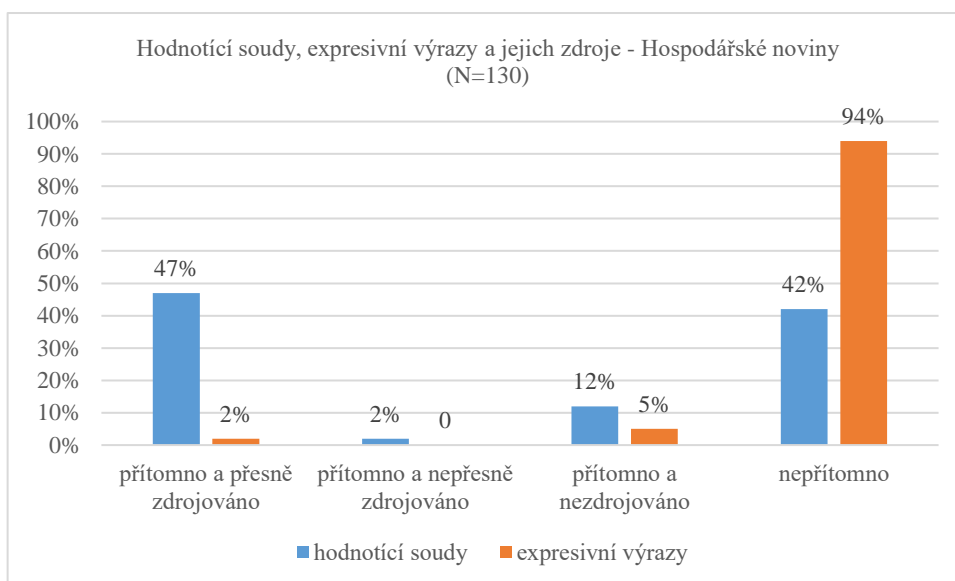
Příloha č. 11: Hodnotící soudy, expresivní výrazy a jejich zdroje – Lidové noviny (graf)



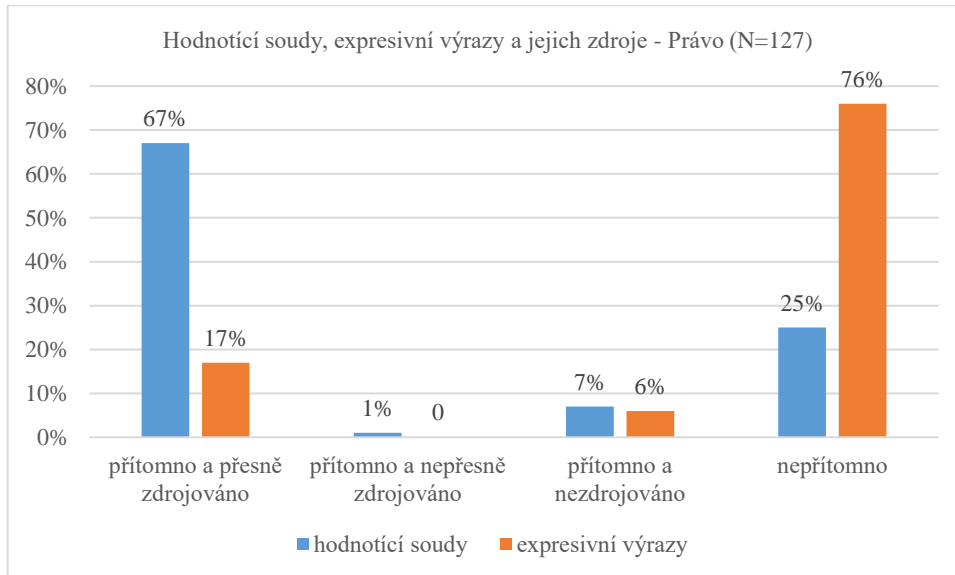
Příloha č. 12: Hodnotící soudy, expresivní výrazy a jejich zdroje – Mladá fronta DNES (graf)



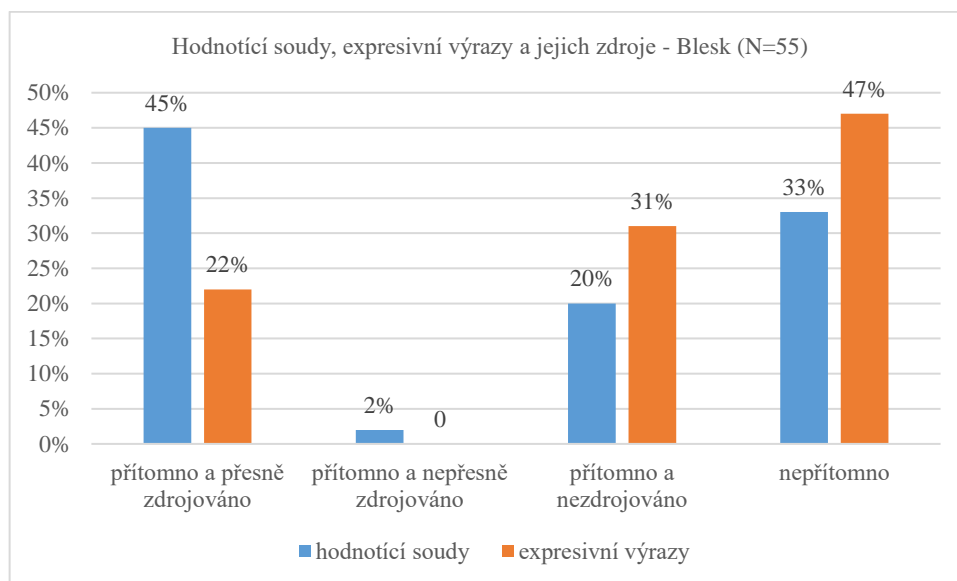
Příloha č. 13: Hodnotící soudy, expresivní výrazy a jejich zdroje – Hospodářské noviny (graf)



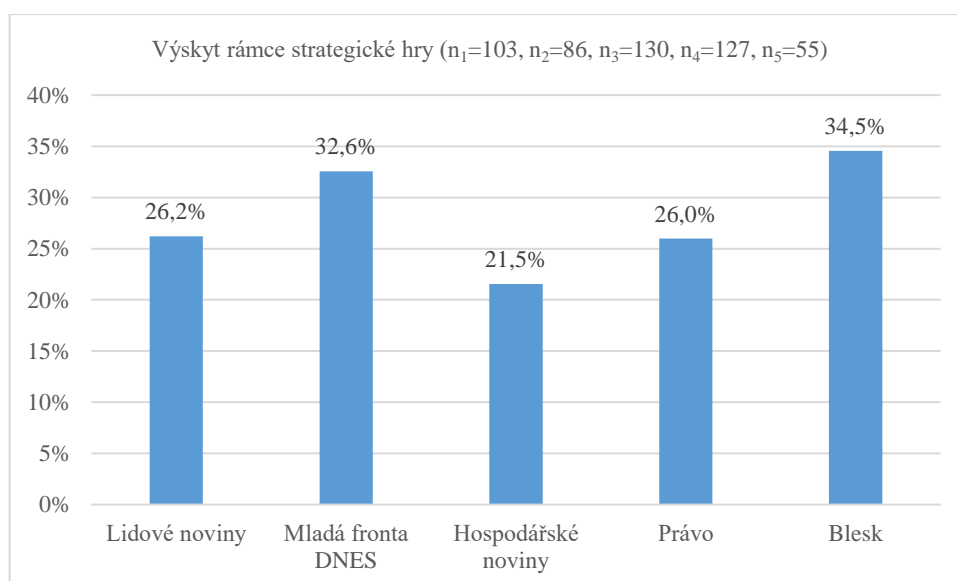
Příloha č. 14: Hodnotící soudy, expresivní výrazy a jejich zdroje – Právo (graf)



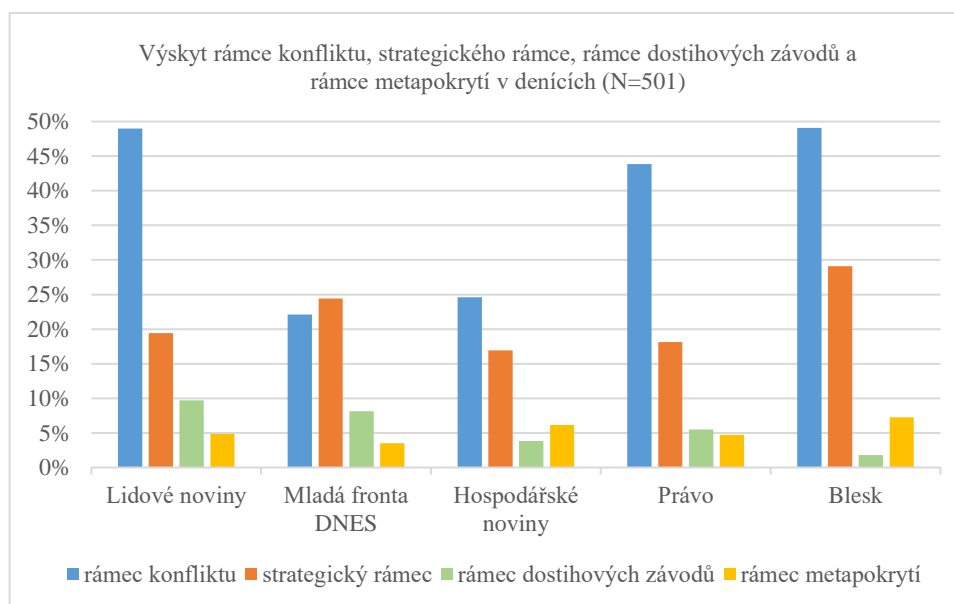
Příloha č. 15: Hodnotící soudy, expresivní výrazy a jejich zdroje – Blesk (graf)



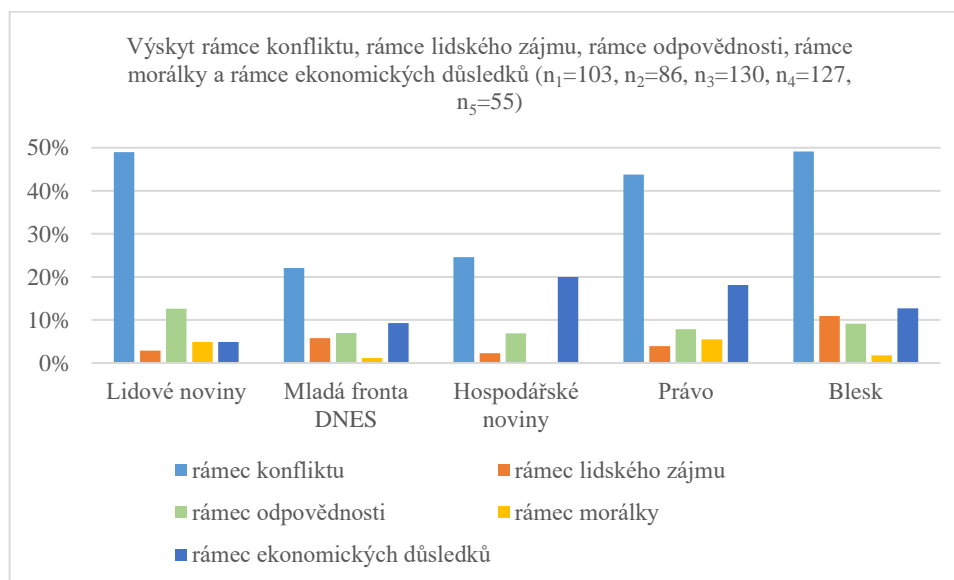
Příloha č. 16: Výskyt rámce strategické hry v jednotlivých denících (graf)



Příloha č. 17: Výskyt rámce konfliktu, strategického rámce, rámce dostihových závodů a rámce metapokrytí v jednotlivých denících (graf)



Příloha č. 18: Výskyt rámce konfliktu, rámce lidského zájmu, rámce odpovědnosti, rámce morálky a rámce ekonomických důsledků v jednotlivých denících (graf)



Příloha č. 19: Kódovací kniha

Proměnná: Datum vydání novin

formát zapisování data DD.MM.YYYY

Proměnná: název deníku

- 1 *Lidové noviny*
- 2 *Hospodářské noviny*
- 3 *Mladá fronta DNES*
- 4 *Právo*
- 5 *Blesk*

Proměnná: umístění článku

- 1 *hlavní zpráva na titulní straně*
- 2 *vedlejší zpráva na titulní straně*
- 3 *zpráva na vnitřní straně novin*

Proměnné: ANO / ČSSD / ODS / KSČM / KDU-ČSL / TOP09 / Česká pirátská strana / SPD / STAN / Strana zelených / ostatní

Tyto proměnné sledovaly četnost výskytu a četnost citování politických stran a byly kódovány totožným způsobem.

- 1 *přítomno*
- 2 *citováno*
- 0 *nepřítomno*

Proměnné: pozice ANO / ČSSD / ODS / KSČM / KDU-ČSL / TOP09 / České pirátské strany / SPD / STAN / Strany zelených / ostatních stran v článku

Tyto proměnné sledovaly pozici politických stran v jednotlivých člancích a byly kódovány totožným způsobem.

- 1 *hlavní aktér⁵*
- 2 *1. vedlejší aktér⁶*

⁵ Za hlavního aktéra byla strana považována, pokud byla uvedena v titulku článku a/nebo byla zmíněna v článku jako první a bylo jí věnováno nejvíce pozornosti.

⁶ Za prvního vedlejšího aktéra byla strana považována, pokud byla zmíněna v článku jako druhá a bylo jí věnováno méně pozornosti než hlavnímu aktérovi a zároveň více pozornosti než případnému druhému vedlejšímu aktérovi.

3 2. vedlejší aktér⁷

4 další aktér⁸

0 nepřítomno

Proměnné: hodnocení ANO / ČSSD / ODS / KSČM / KDU-ČSL / TOP09 /
České pirátské strany / SPD / STAN / Strany zelených

Tyto proměnné sledovaly povahu hodnocení politických stran.

1 pozitivní

2 negativní

3 neutrální

4 ambivalentní

5 nelze určit

0 nehodnoceno

Proměnná: hodnotící soudy a jejich zdroje

Tato proměnná sledovala hodnotící soud/y a jeho/jejich zdrojování.

1 přítomno a přesně zdrojováno⁹

2 přítomno a nepřesně zdrojováno¹⁰

3 přítomno a nezdrojováno¹¹

0 nepřítomno¹²

4 nelze určit

Proměnná: expresivní výrazivo a jeho zdroje

Tato proměnná sledovala expresivní výrazivo a jeho zdrojování. Operacionalizace byla shodná jako u předchozí proměnné sledující hodnotící soudy.

1 přítomno a přesně zdrojováno

2 přítomno a nepřesně zdrojováno

⁷ Za druhého vedlejšího aktéra byla strana považována, pokud byla zmíněna v článku jako třetí a bylo jí věnováno méně pozornosti než hlavnímu a prvnímu vedlejšímu aktérovi.

⁸ Za dalšího aktéra byla strana považována, pokud nebyla v článku zmíněna jako první, druhá, nebo třetí a bylo jí věnováno méně pozornosti než druhému vedlejšímu aktérovi.

⁹ Pokud byl jmenován zdroj hodnocení.

¹⁰ Pokud bylo uvedeno jen obecné označení zdroje hodnocení, ze kterého není jasné, o koho konkrétně se jedná, např. zdroj z ministerstva, poslanec za ANO.

¹¹ Pokud nebyl uveden žádný zdroj hodnocení.

¹² Hodnotící soud není přítomen.

3 *přítomno a nezdrojováno*

0 *nepřítomno*

4 *nelze určit*

Proměnná: předvolební/volební průzkum veřejnosti

Tato proměnná sledovala výskyt výsledků předvolebních/volebních průzkumů veřejnosti.

0 *nepřítomno*

1 *přítomno*

Proměnná: rámec strategické hry

Tato proměnná sledovala výskyt rámce strategické hry.

0 *nepřítomno*

1 *přítomno*

K identifikaci rámce v textu byly použity pomocné otázky od de Vreese (2011).

Rámec strategické hry byl v článku přítomen, pokud odpověď alespoň na jednu z těchto otázek zněla ano:

- Zmiňuje článek průzkum veřejného mínění a pozici kandidáta nebo strany v tomto průzkumu?
- Zmiňuje se článek o kandidátech nebo stranách v souvislosti s jejich potenciálním volebním výsledkem a/nebo sestavením koalice/vlády?
- Zmiňuje článek kandidáty nebo strany jako vítěze nebo poražené (ve volbách, debatách nebo obecně)?
- Užívá článek jazyk typický pro sport nebo válku? (př.: souboj, soutěž nebo výhra)
- Zmiňuje článek kandidáty a strany ve spojitosti s jejich volební strategií nebo taktikou, která jim má zajistit vítězství ve volbách, debatách, vládních vyjednáváních, pozitivní mediální obraz nebo jinou formu politického úspěchu?
- Zmiňuje článek motivy k jednání kandidátů nebo jejich stran?
- Zmiňuje článek styl prezentace kandidátů nebo jejich stran?
- Zmiňuje článek roli médií v kampani kandidáta či strany nebo vztah médií a kandidáta či strany?

Proměnná: strategický rámec

Tato proměnná sledovala výskyt strategického rámce.

0 *nepřítomno*

1 *přítomno*

K identifikaci strategického rámce byla použita kritéria, jenž pro svůj výzkum použil Schuck (2010).

Strategický rámec byl v článku přítomen, pokud bylo přítomno alespoň jedno z těchto kritérií:

- zmínění aktérova způsobu prezentace a stylu, jak si poradil s daným problémem;
- zmínění chování aktéra, které mělo stabilizovat nebo vylepšit jeho pozici v očích veřejnosti;
- zmínění metafory obsahující jazyk běžný pro hru, sport nebo válku.

Proměnná: rámec konfliktu

Tato proměnná sledovala výskyt rámce konfliktu.

0 *nepřítomno*

1 *přítomno*

K identifikace rámce konfliktu byla použita kritéria, jenž pro svůj výzkum použil Schuck (2010).

Rámec konfliktu byl v článku přítomen, pokud bylo přítomno alespoň jedno z těchto kritérií:

- přítomnost dvou nebo více stran problému nebo události,
- zmínka konfliktu nebo nesouhlasu,
- zmínka osobního útoku mezi dvěma nebo více aktéry,
- zmínka o vyčítání či obviňování.

Proměnná: rámec dostihových závodů

Tato proměnná sledovala výskyt rámce dostihových závodů.

0 *nepřítomno*

1 *přítomno*

Rámec dostihových závodů byl v textu identifikován na základě informování o výsledcích předvolebního průzkumu, a to s důrazem na výhru či prohru jednotlivých aktérů (Schuck 2010).

Proměnná: rámec metapokrytí

Tato proměnná sledovala výskyt rámce metapokrytí.

0 *nepřítomno*

1 *přítomno*

Rámec metapokrytí byl v textu identifikován na základě přítomnosti jakéhokoliv aspektu týkajícího se úlohy médií ve volební kampani nebo politických záležitostech obecně (Schuck 2010).

Proměnná: rámec lidského zájmu

Tato proměnná sledovala výskyt rámce lidského zájmu.

0 *nepřítomno*

1 *přítomno*

Rámec lidského zájmu byl v textu identifikován na základě pomocných otázek, jež pro svůj výzkum využil Zhou (2011):

1. Poskytuje článek lidský příklad, osobní příběh nebo emocionální pohled? pokud ano, pak:
2. Zdůrazňuje článek roli jednotlivců/skupin nebo to, jak jsou dotčení danou otázkou/událostí/problémem?

nebo

3. Obsahuje článek pocity pobouření, empatie, péče, sympatie nebo soucitu?

Pokud odpověď na otázku 2 nebo 3 zněla ano, pak byl přítomen rámec lidského zájmu.

Proměnná: rámec morálky

Tato proměnná sledovala výskyt rámce morálky.

0 *nepřítomno*

1 *přítomno*

Rámec morálky byl v textu identifikován na základě pomocných otázek, jež pro svůj výzkum využil Zhou (2011):

1. Pojednává článek o daném problému/události v souvislosti s morálními předpisy, např. nabízí konkrétní sociální předpisy ohledně přijatelného chování?

nebo

2. Prezentuje článek daný problém/událost za účelem péče o stav sociální morálky společnosti nebo pro podporu jejího etického chování?

Pokud odpověď alespoň na jednu z těchto otázek zněla ano, pak byl přítomen rámec morálky.

Proměnná: rámec ekonomických důsledků

Tato proměnná sledovala výskyt rámce ekonomických důsledků.

0 nepřítomno

1 přítomno

Rámec ekonomických důsledků byl v textu identifikován na základě pomocných otázek, jež pro svůj výzkum stanovil Zhou (2011):

1. Odkazuje článek na ekonomické důsledky nějakého konání?

nebo

2. Je v článku zmínka o útratách nebo výši nákladů?

Pokud odpověď alespoň na jednu z těchto otázek zněla ano, pak byl přítomen rámec ekonomických důsledků.