

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Diplomová práce

2024

Bc. Jakub Fujáček

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

**Proměny mediálního obrazu České pirátské strany mezi
lety 2020 a 2022 v regionálních denících**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Jakub Fujáček

Studijní program: Žurnalistika

Vedoucí práce: PhDr. Petr Just, Ph.D.

Rok obhajoby: 2024

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil 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 29. července 2024

Bc. Jakub Fujáček

Bibliografický záznam

FUJÁČEK, Jakub. *Proměny mediálního obrazu České pirátské strany mezi lety 2020 a 2022 v regionálních denících*. Praha, 2024. 78 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Petr Just, Ph.D.

Rozsah práce: 109 120 znaků

Abstrakt

Česká Pirátská strana se po založení v roce 2009 postupně vypracovala na světově nejúspěšnější pirátskou stranou. Letos zároveň uplynulo 15 let od jejího založení. V současné době mají Piráti své zastoupení v parlamentu, v radách měst i krajů, v europarlamentu a dokonce i ve vládě. Tato diplomová práce pomocí kvantitativních a kvalitativních metod zkoumá proměny mediálního obrazu Pirátů ve dvou nejvýznamnější tištěných denících ve Středočeském kraji. Tedy v Mladé frontě DNES a Deníku v letech 2020, 2021 a 2022. V těchto letech se v České republice konaly troje různé volby. Analytická část práce hledá odpovědi na tři hlavní otázky. Zaprvé, jak se proměňoval mediální obraz Pirátů v průběhu času? Zadruhé, jak moc se lišilo vyznění článků v obou periodících, z nichž každé patří jinému vlastníkovi? A zatřetí, proměňoval se zájem o Piráty v závislosti na typu voleb? Díky podrobné analýze dohromady 150 textů otištěných v průběhu 42 předvolebních dní rozložených do tří let práce vytvořila také několik vedlejších produktů, které mohou v budoucnu sloužit dalšímu zkoumání. Dozvěděli jsme se, jaká další témata média v době probíhající celosvětové koronavirové epidemie zajímala a jak nim tištěné noviny přistupovaly.

Abstract

After its founding in 2009, the Czech Pirate Party has gradually developed into the world's most successful pirate party. This year also marks the 15th anniversary of its founding. Today, the Pirates are represented in the Parliament, in city and regional councils, in the European Parliament and even in the government. Using quantitative and qualitative methods, this thesis examines the changes in the media image of the Pirates in the two most important printed newspapers in the Central Bohemian Region. That is, in Mladá fronta DNES and Deník in 2020, 2021 and 2022. In these years, three different elections were held in the Czech Republic. The analytical part of the thesis seeks answers to three main questions. First, how has the media image of the Pirates changed over time? Second, how much did the articles in the two periodicals, each of which is owned by a different owner, differ? And third, did interest in the Pirates change depending on the type of election? Through a detailed analysis of a total of 150 texts printed during 42 pre-election days spread over three years, the thesis also produced several by-products that may serve for further research in the future. We learned what other topics were of interest to the media during the ongoing global coronavirus epidemic and how print newspapers approached them.

Klíčová slova

Česká pirátská strana, mediální obraz, regionální tisk, volby, Mladá fronta DNES, Deník

Keywords

Czech Pirate Party, media image, regional print, elections, Mladá fronta DNES, Deník

Title/název práce

Changes in the Media Image of the Czech Pirate Party in Regional Print Media in the Period 2020-2022

Proměny mediálního obrazu České pirátské strany mezi lety 2020 a 2022 v regionálních denících

Poděkování

Poděkování na tomto místě patří vedoucímu diplomové práce PhDr. Petru Justovi, Ph.D. za jeho ochotu při konzultacích a další cenné rady během studia. Rád bych poděkoval také mé rodině za podporu ve studích.

Obsah

ÚVOD	10
1. TEORETICKÁ VÝCHODISKA	12
1.1. MEDIÁLNÍ OBRAZ	12
1.2. VLIV MASOVÝCH MÉDIÍ NA VEŘEJNÉ MÍNĚNÍ	12
1.3. PROMĚNY MYŠLENÍ O VLIVU MÉDIÍ	13
1.4. RÁMCOVÁNÍ – FRAMING	14
1.4.1. <i>Obecné a specifické rámce</i>	15
1.5. NASTOLOVÁNÍ AGENDY – AGENDA SETTING	15
1.6. ZPRAVODAJSKÉ HODNOTY – NEWS VALUES	16
1.7. VLIV VLASTNICKÝCH STRUKTUR NA MÉDIA	18
1.7.1. <i>Ekonomické vlivy</i>	18
1.7.2. <i>Politické vlivy</i>	19
2. POLITICKÉ REALIE	18
2.1. PIRÁTSKÉ STRANY: POČÁTKY POLITICKÉHO FENOMÉNU	18
2.2. ČESKÁ PIRÁTSKÁ STRANA	20
2.2.1. <i>Politická orientace</i>	20
2.2.2. <i>Založení strany a začátky v politice</i>	21
2.2.3. <i>První volby a významné milníky</i>	23
2.2.4. <i>Volební rok 2017 a pirátská euforie</i>	27
2.3. SOUČASNÁ POZICE: OD EUFORIE KE ČTYŘEM POSLANCŮM	28
2.3.1. <i>Volby do Senátu a krajských zastupitelstev v roce 2020</i>	28
2.3.2. <i>Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2021</i>	29
2.3.3. <i>Volby do Senátu a obecních zastupitelstev v roce 2022</i>	30
3. METODOLOGIE	32
3.1. METODIKA VÝZKUMU	32
3.2. ZVOLENÉ VÝZKUMNÉ METODY	32
3.3. STANOVENÍ VÝZKUMNÉHO SOUBORU	32
3.4. VÝZKUMNÉ OTÁZKY A STANOVENÍ HYPOTÉZ	34
3.5. KÓDOVÁNÍ	34
3.6. KÓDOVACÍ MANUÁL	35
4. ANALYTICKÁ ČÁST	37
4.1. MEDIÁLNÍ OBRAZ PIRÁTŮ V MF DNES V ROCE 2020	37
4.2. MEDIÁLNÍ OBRAZ PIRÁTŮ V MF DNES V ROCE 2021	39
4.3. MEDIÁLNÍ OBRAZ PIRÁTŮ V MF DNES V ROCE 2022	41
4.4. MEDIÁLNÍ OBRAZ PIRÁTŮ V DENÍKU V ROCE 2020	44
4.5. MEDIÁLNÍ OBRAZ PIRÁTŮ V DENÍKU V ROCE 2021	45
4.6. MEDIÁLNÍ OBRAZ PIRÁTŮ V DENÍKU V ROCE 2022	48
4.7. SROVNÁNÍ MLADÉ FRONTY DNES A DENÍKU	49
4.8. VYHODNOCENÍ HYPOTÉZ	54
ZÁVĚR	56
POUŽITÁ LITERATURA	58
LITERATURA	58
INTERNETOVÉ ZDROJE	59
TIŠTĚNÁ PERIODIKA	65
MLADÁ FRONTA DNES	65
DENÍK	66
SEZNAM POUŽITÝCH GRAFŮ A TABULEK	69

Úvod

Vznik fenoménu pirátských stran se váže k lednu roku 2006, kdy byly spuštěny webové stránky první Pirátské strany ve Švédsku (Piratpartiet). Ta vznikla jako reakce na tamní změnu autorského zákona. Ještě v témže roce začaly pirátské strany po původním švédském vzoru vznikat i jinde: ve Spojených státech, Rakousku a dalších zemích. A v roce 2009 vznikla odnož Pirátské strany také v České republice. Zprvu antisystémová a aktivistická strana postupně sbírala příznivce i volební zkušenosti. Tři roky po založení České pirátské strany (ve volbách roku 2012) získala jedno křeslo v Senátu, čímž se stala celosvětově první pirátskou stranou, která měla svého zástupce v národním parlamentu. Další výraznější úspěch pak přišel v roce 2017, kdy se Piráti ze třetího místa poprvé dostali do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR, se ziskem 10,79 procenta hlasů měla strana po volbách ve sněmovně 22 křesel. Mimo hlavní město Prahu, které vedl od listopadu 2018 (do února 2023) pirátský primátor Zdeněk Hřib, byly ale výsledky strany v komunálních a krajských volbách v první dekádě existence zanedbatelné, což může souviset i s tím, že Piráti nenabízeli voličům dostatek lokálních a regionálních témat. Původní záměr této práce byl zkoumat mediální obraz Pirátů v nejvýznamnějších tištěných denících ve Středočeském kraji pouze před senátními a komunálními volbami v roce 2022. Časový odstup a patnáctileté výročí od založení strany, které Česká pirátská strana oslavila v červnu 2024, nám ale nabízí prostor pro širší zkoumání proměn předvolebního mediálního obrazu Pirátů v čase. Proto došlo po dohodě s vedoucím práce k přeformulování původní myšlenky i názvu této práce, což se logicky promítlo i do její struktury. Ve výzkumné části se budeme ptát a odpovídat na následující otázky: Jak se proměňoval předvolební mediální obraz České pirátské strany mezi třemi po sobě jdoucími volebními lety 2020, 2021 a 2022? Kolik článků a s jakým vyzněním se o Pirátech v jednotlivých letech napsalo? Může mít na mediální obraz vliv vlastnická struktura novin? A jak ovlivnila mediální obraz strany celosvětová koronavirová epidemie? Na tyto i další otázky především ve vztahu k médiím se pokusíme odpovědět na následujících stránkách.

Hlavním záměrem analýzy a tedy i cílem této práce je zkoumat, jakým způsobem se proměňoval mediální obraz Pirátů vytvářený nejdůležitějšími tištěnými regionálními deníky ve Středočeském kraji ve třech po sobě jdoucích letech, se zaměřením na volby do Poslanecké sněmovny a Senátu. A sice: (1.) V období těsně předcházejícím volbám do

Senátu a zastupitelstev krajů v říjnu 2020. (2.) Před volbami do Poslanecké sněmovny v říjnu 2021. A (3.) před volbami do Senátu a obecních zastupitelstev na přelomu září a října 2022. A to na konkrétním referenčním příkladu nejčtenějších seriózních tištěných deníků – Mladé fronty DNES vycházející pod vydavatelstvím Mafra ve středočeské mutaci a jedenácti lokálních titulech vycházejících ve středních Čechách pod značkou Deník, které vydává Vltava Labe Media. Pomocí metody kvantitativní analýzy zjistíme, kolik prostoru poskytly Pirátům sledované noviny v době vrcholící předvolební kampaně, tedy během takzvané horké kampaňové fáze. A díky kvalitativní obsahové analýze pak získáme také ucelený přehled o tom, jak pozitivně, negativně, ambivalentně či neutrálně obě vydavatelství o Pirátech referovala. Získané výsledky z obou titulů nakonec podrobíme vzájemnému srovnání a závěrem je ukotvíme do časového rámce. Ještě předtím bude však zapotřebí představit teoretický rámec, na který bude výzkumná část přirozeně navazovat.

1. Teoretická východiska

1.1. Mediální obraz

Mediální obraz je souhrnné označení pro vyznění všech zpráv a informací, které o dané osobě, události, fenoménu, nebo třeba jako v našem případě politické straně v období před volbami, vytvořila média. Pojem mediální obraz použil poprvé ve své knize *Public Opinion (Veřejné mínění)* z roku 1922 americký novinář, komentátor a filozof Walter Lippmann. Podle něj jsme schopni vnímat okolní svět pouze zprostředkovaně skrze média a kulturu. Lippmann hlavní tezi knihy ilustruje na platónském mýtu o jeskyni, který vypráví, že pro obyvatele uvězněné uvnitř jeskyně představuje nabídnutá iluze jedinou uvěřitelnou a známou skutečnost. A Lippmann je přesvědčen, že stejně jako s jeskynnými lidmi je to v době masových médií¹ i s příjemci mediálních obsahů, kteří jsou odkázáni na interpretaci světa právě skrze média (Lippmann 1965 a Lippmann 1997). S mediálním obrazem se pojí také dva základní pojmy představené v následujících kapitolách. Jde o rámcování a nastolování agendy.

Tento koncept hned v úvodu teoretické části blíže rozvádíme i proto, že budování pozitivního mediálního obrazu je přirozenou součástí každé politické kampaně. A jak píše Vojtěch Bednář v knize *Krizová komunikace s médii*, špatný mediální obraz naopak vede k nežádoucím efektům v reálném světě bez ohledu na to, jaká je skutečnost a co jej způsobilo (Bednář 2012, s. 37).

1.2. Vliv masových médií na veřejné mínění

Ačkoli se pohled na vliv masových médií na lidské vnímání a jednání v průběhu času mění, prakticky celé studium masové komunikace je od počátku založeno na předpokladu významných účinků na příjemce obsahu. *Každodenní zkušenost nám poskytuje nespočetné drobné příklady vlivu médií. Oblékáme se podle předpovědi počasí, alespoň někdy nakupujeme podle reklamy, jdeme na film, o kterém se píše v novinách, nejrůznějšími způsoby reagujeme na mediální zpravodajství. (...) Žijeme v prostředí nasyceném mediálními zvuky a obrazy, kde státní správa, politický život i obchod fungují na základě předpokladu, že víme, co se děje v širším světě. Málokdo z nás by si nevzpomněl na osobní*

¹ Masovými médii se dle Jiráka a Köpplové rozumí periodický tisk (noviny a časopisy určené široké veřejnosti), rozhlasové a televizní vysílání a veřejně dostupná sdělení na internetu (Jirák a Köpplová 2009, s. 21).

zkušenost, kdy získal významné informace nebo si vytvořil názor díky médiím (McQuail 2009, s. 468 až 469).

Ani odborníci se ale nemohou dohodnout, v jakém rozsahu a míře k ovlivňování publika médií skutečně dochází. Podle McQuaila si *můžeme být jisti, že ke konkrétním účinkům dochází dnes a denně, a přesto nejsme schopni vidět či předpovídat úhrnný výsledek, ani se po proběhnutí události dozvědět, kolik obecného obrazu o ní lze přisoudit médiím* (tamtéž).

1.3. Proměny myšlení o vlivu médií

V mediálních studiích se většinou pracuje se čtyřmi historickými fázemi, stádii vývoje uvažování o účincích médií. **První fáze** (*všemocná média*) sahá od přelomu 19. a 20. století až do pozdních třicátých let. Tehdy se médiím přisuzovala moc utvářet mínění a přesvědčení, měnit životní návyky a aktivně ovlivňovat chování, a to víceméně podle vůle těch, kdo mají nad médií a jejich obsahem kontrolu (Bauer a Bauerová 1960, dle McQuail 2009).

Takové přesvědčení ale nebylo založeno na vědeckém zkoumání, nýbrž pouze na sledování mimořádné popularity tisku a nových médií (filmu a rozhlasu). Na pozadí přesvědčení o všemocných médiích ale začal probíhat ve dvacátých a třicátých letech systematický výzkum používající experimentální metody a opírající se o sociální psychologii. Vzniklo mnoho knih o moci propagandy, například Harold D. Lasswell napsal na základě zkušeností z první světové války knihu *Techniky vojenské propagandy ve světové válce* (*Propaganda Technique in the World War*, 1927).

Druhá fáze (*teorie médií vystavena zkoušce*) trávající od 30. let do 60. let 20. století se vyznačuje přechodem k empirickému výzkumu médií a vedla k přehodnocení původního paradigmatu o všemocných médiích. Tato epocha je typická zkoumáním vlivu různých typů obsahu a médií – zkoumáním vlivu konkrétních filmů a od 50. let se výzkum začal soustředit i na televizi.

Při zkoumání způsobu, jakým média reprezentují realitu, je nezbytné zmínit také dva základní používané přístupy: reflexivní přístup a konstruktivistická přístup. Reflexivní přístup, jak ho definuje Stuart Hall (1997), zdůrazňuje existenci objektivní reality, kterou lze jednoznačně popsat. Podle tohoto přístupu je reprezentace reality pouze odrazem věcí a jejich významů vytvořených v reálném světě. Vstupuje do hry až po tom, co jsou věci a jejich významy již utvořeny v reálném světě. Reflexivní přístup předpokládá, že význam je

obsažen v objektu, osobě, myšlence nebo události v reálném světě, a jazyk slouží pouze jako zrcadlo odrážející již existující význam.

Naopak konstruktivistický přístup, který je v oblasti výzkumu médií široce rozšířený, se opírá o přesvědčení, že sociální a mediální reality jsou konstruovány. Tento přístup má své kořeny v oblasti sociologie a sémiotiky. Konstruktivismus uznává společenský charakter jazyka a tvrdí, že význam je vytvářen pomocí reprezentačních systémů, jako jsou pojmy a znaky. Konstruktivisté nezpochybňují existenci hmotného světa, ale tvrdí, že to není hmotný svět, který nese význam. Místo toho je to jazykový systém nebo jakýkoli jiný systém, který slouží k reprezentaci našich pojmů. Lidé využívají tyto reprezentační systémy ke konstrukci významu a k účinné komunikaci s ostatními. Stuart Hall, zastánce reflexivního přístupu, zdůrazňuje, že pravý význam události vzniká až v procesu, kdy lidé událostem tento význam sami přiřazují. Podle něj neexistuje žádný základní pravdivý význam, ale je to spíše výsledek sociálních aktérů, kteří využívají pojmové systémy své kultury k vytváření smysluplné komunikace o světě (tamtéž).

1.4. Rámcování – framing

Rámcová analýza nebo analýza rámce je široce využitelné označení pro různé přístupy ke zkoumání sociální konstrukce reality, tak jak ji popsal Petr L. Berger s Thomasem Luckmannem v knize *Sociální konstrukce reality* (1966). Česky vyšla kniha roku 1999. Autoři tvrdili, že realita, kterou vnímáme, je vytvářena společensky a kulturně, což přímo souvisí také s konceptem mediálního obrazu. Rámce jsou podle nich vytvářeny a udržovány interakcí mezi jednotlivci a skupinami v průběhu sociálního procesu. Tyto rámce ovlivňují naše vnímání reality, naše chování a sociální struktury obecně (tamtéž). Tato teorie má hluboké důsledky pro sociologii a porozumění tomu, jak lidé vytvářejí a udržují smysluplný význam ve společnosti.

Základní kámen široce využitelné teorie rámcování potom jako první položil americký sociolog Erving Goffman v díle *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* (1974). Přičemž samotný rámec Goffman chápal jako kulturně determinovanou definici reality, která umožní lidem porozumět objektům a událostem. Do oblasti mediálních studií koncept rozvinul později až Robert Entman. *Rámcování v podstatě zahrnuje výběr a významnost. Rámcovat znamená vybrat některé aspekty vnímané reality a zvýraznit je při komunikaci textu takovým způsobem, aby se podpořila konkrétní definice problému,*

interpretace příčiny, morální hodnocení a/nebo doporučené řešení pro popisovanou událost (Entman 1993, s. 52).

1.4.1. Obecné a specifické rámce

Pokud jde o bližší zkoumání rámců, současná teorie pracuje s několika přístupy k jejich dělení. Jednu z typologií představil dánský profesor politické komunikace Claes de Vreese, který rozlišuje rámce v médiích podle povahy a obsahu. Na *rámce obecné* (generické), které lze aplikovat na různá témata v odlišných kulturních prostředích. A v mediálních výzkumech užívanější *rámce specifické*, které jsou typické a jedinečné pro daný problém nebo událost (de Vreese 2005, s. 51 až 62). Pracujeme-li v mediálním výzkumu se specifickými rámci, podle de Vreese nám to umožní zaměřit se na podrobnosti vztahující se k jednomu úzce vymezenému problému, což je pozitivní, na druhé straně ale spatřuje i nevýhody. Použití specifických rámců na rozdíl od těch obecných totiž znesnadňuje zobecnění a srovnání výsledků rámcové analýzy (tamtéž).

Podrobnějšímu rozpracování teorie obecných rámců se věnoval americký politolog Shanto Iyengar. Ten se zaměřoval hlavně na vliv televizní a politické zpravodajství a rozlišil dva typy mediálně užívaných obecných, nebo chcete-li generických rámců, a to *rámce epizodické* a *tematické* (Iyengar 1991, s. 62). Rámce epizodické, jak vyplývá už z jejich názvu, ilustrují problémy na konkrétních příkladech, zatímco tematické rámce zasazují problémy nebo události do širších historických, geografických nebo kulturních kontextů. Na základě svých poznatků zjistil, že právě epizodické rámce jsou v politickém zpravodajství mnohem běžnější. Z jeho definice epizodických rámců ale zároveň vyplývá, že používání těchto rámců může vést k přílišnému zjednodušování sledovaných problémů a politických událostí (tamtéž).

Výsledky navazujícího robustního výzkumu rámování v politickém zpravodajství publikovaly na přelomu tisíciletí ve vědeckém časopise *Journal of Communication* autorky Holli Semetko a Patti Valkenburg. Ty vysledovaly, že novináři nejčastěji používali rámce *odpovědnosti, konfliktu, ekonomických následků, morálky a lidského rozměru* (Semetko a Valkenburg 2000)

1.5. Nastolování agendy – agenda setting

Pro naši práci je důležité také pochopení pojmu *nastolování agendy*. Ten chápeme jako vyzdvihávání vybraných témat zpravodajskými médii. Výraz byl poprvé v souvislosti

s médií a politikou použit v článku Maxwella E. McCombse a Donalda L. Shawa s názvem *The agenda-setting function of mass media (Nastolování agendy jako funkce masových médií)* v roce 1972.

Jeho autoři se v něm zabývali výsledky výzkumu nerozhodnutých voličů, který prováděli v univerzitním městečku Chapel Hill v Severní Karolíně v USA během probíhající volební kampaně před prezidentskými volbami 1968. Během tří týdnů sledovali vývoj postojů nerozhodnutých voličů. A zjistili, že došlo téměř k dokonalé korelaci, tedy souvztažnosti, mezi pěti nejsledovanějšími tématy nabízenými médii a pěti nejzdůrazňovanějšími tématy, která připomínali sami nerozhodnutí voliči. McCombs a Shaw z výsledků jejich výzkumu vyvodili, že média nastolují veřejnosti (respektive voličům) její agendu. Jejich původní představa, že o prosazení tématu rozhoduje pouze četnost výskytu tématu v médiích, byla ale později překonána (Jirák a Köpplová 2009, s. 354).

Postupem času se naopak ustálilo přesvědčení, že o ustavení či nastolení tématu ve veřejném prostoru rozhoduje více faktorů. Prvním z nich je *rámcování (framing), způsob zpracování tématu, nabídnutá interpretace a dobový společenský, politický a kulturní kontext*. V neposlední řadě pak také *priming*, neboli vypíchnutí či zdůraznění konkrétního tématu nad ostatní. *S ,primingem‘ souvisí také ,zesilující‘ efekt médií (tím, že média věnují nějakému tématu zvýšenou pozornost, zvyšují tím v krátkodobém horizontu jeho důležitost) a ,potvrzující‘ účinek (pokud média potvrdí něco, o čem se člověk pouze domnívá, že to tak je, přijme to dotyčný jako pravdu)*, upozorňují Jirák s Köpplovou (tamtéž).

1.6. Zpravodajské hodnoty – news values

Nejen rozpoznání rámců, ale také *zpravodajských hodnot – news values*, nám při následné praktické analýze novinových článků usnadní pochopit, proč novináři přistupují k tématům daným způsobem a proč kladou důraz na některé aspekty popisovaných událostí. Musíme ale dodat, že se na výsledném obsahu, formě a vnímání textů nepodílejí pouze píšící redaktori, ale také pracovníci na dalších redakčních pozicích. Typickým příkladem takové profese v denících jsou editoři, kteří zodpovídají za publikovaný obsah, podílejí se na plánování zpravodajské agendy, dohlížejí na dodržování etických norem, zajišťují přesnost a vyváženost zpravodajství a spolupracují s novináři na rozvíjení témat. Někde existuje ještě pozice takzvaného vedoucího vydání, který určuje prioritu jednotlivých témat, rozhoduje o

pozici umístění článku uvnitř vydání – například, zda bude článek otištěn na titulní straně, čímž si získá více pozornosti.

Ačkoli je diskuze o výběru zpráv mnohem starší. Ve *Slovníku mediální komunikace* od Ireny Reifové (2004, s. 76) se dočteme, že diskuze o žádoucím výběru zpráv můžeme sledovat už od 17. století². Termín zpravodajské hodnoty zřejmě použil jako první Walter Lippmann, který definoval pět základních zpravodajských hodnot: *jednoznačnost, překvapení, prostorovou blízkost, osobní zaujetí a konflikt* (Lippmann 1965 a Lippmann 1997).

První empirický výzkum na téma zpravodajských hodnot ale přinesla až v roce 1965 dvojice norských vědců Johan Galtung a Marie Rugeová, kteří analyzovali složení zahraničního zpravodajství v Norsku. A zjišťovali, jaké faktory mají zprávy společné. Na základě toho představili dvanáct faktorů, které předurčily události ke zpravodajskému zpracování. Jednalo se podle nich o následující faktory: *frekvenci, jednoznačnost, etnocentrismus, souznění, překvapení, kontinuitu, variaci, vztah k elitním národům, vztah k elitním osobám, personalizaci, negativitu a práh pozornosti*. Jednotlivé faktory rozdělili do tří kategorií: *organizační, rámcové a sociokulturní* (Jirák a Köpplová 2009, s. 176).

Na jejich práci později navázali i další analytici. Například Winfried Schulz rozdělil devatenáct různých faktorů v šesti oblastech. Autorka slovníku mediální komunikace Irena Reifová popisuje zpravodajské hodnoty jako *všechny znaky, které rozhodují o zařazení zprávy do zpravodajství; vlastnosti extramediální události, které určují pravděpodobnost toho, zda událost projde branou médií a bude převedena na zprávu a dále jako taková mediována* (Reifová 2004, s. 76).

Podle teoretika masové komunikace Denise McQuaila (2009, s. 526) *novináři a další lidé pracující ve zpravodajských organizacích vytvářejí a užívají mediální rámce, přičemž neustále jednání se zdroji a při referování o událostech používají ‚zpravodajské hodnoty‘ a ‚zpravodajský úhel pohledu‘*. Zpravodajské hodnoty popisuje jako *kritéria, s jejichž pomocí*

² Michael Kunczik připomíná požadavek Christiana Weise oddělovat v žurnalistice pravé od nepravého datovaný již do roku 1676. James Watson zase upozorňuje, že se německý autor Kaspar Stieler zmínil o faktorech důležitosti, blízkosti, dramatičnosti a negativity už v roce 1695 ve své knize *Zeitungslust und Nutz (Potěšení a užitek z novin)* (Reifová 2004, s. 76).

novináři a redaktoři ve zpravodajských organizacích určují, zda konkrétní zprávu uveřejnit, či nikoli.

V komerčních médiích je podle něj ale hlavní hodnotou to, zda má daná zpráva potenciál zaujmout publikum. Jsou však i jiné hodnoty, mezi nimi skutečná důležitost zprávy nebo tlak vlivných zájmů (McQuail 2009, s. 586). Zejména tlak vlivných zájmů a jeho působení, byť může být často skryté, na zařazení zprávy do vydání rozhodně nemůžeme podceňovat.

1.7. Vliv vlastnických struktur na média

Produkce mediálních výstupů je ovlivněna formou mediálního vlastnictví a s tím souvisejícím ekonomickým prostředím. Soukromá média a jejich obsah se stávají předmětem obchodování, a tedy zbožím. Vlastníkům médií, ať už jednotlivcům nebo velkým mediálním domům, jde stejně jako u jiné formy podnikání o generování zisku. To úzce souvisí s pojmem *market-driven journalism* neboli s *marketizací* žurnalistiky. Tržně řízené žurnalistice jde tedy o zisk a udržení si zákazníka v podobě konzumenta obsahu spíše než o službu v podobě informování veřejnosti (McManus 1994).

1.7.1. Ekonomické vlivy

Jak uvádí Václav Moravec (2020, s. 239), žurnalistika čelí vlivům na několika úrovních, z nichž jedním je institucionální vliv ekonomické povahy, který hraje stále významnější roli. Zpravodajská média musejí fungovat s vymezenými finančními prostředky a být schopna sledovat a naplňovat poptávku potenciálních publik (Trampota 2006). Moravec zdůrazňuje, že tvorba a produkce obsahu je již zmíněným podnikáním a že novináři jsou v rolích zaměstnanců ovlivňovaných těmi, kteří vlastní a řídí organizaci. Vlastníci tedy rozhodují o obsahu, což lze chápat jako omezování autonomie žurnalistiky (Moravec 2020, s. 240). Zmiňuje také pojem *komodifikace* žurnalistiky, který je úzce spjatý s *marketizací*. *Výstupy novinářské tvorby jsou komoditou nabízenou na prodej na stále přeplněnějším a fragmentovaném informačním trhu. Jako takové – stejně jako všechno ostatní zboží – musejí mít pro případné zákazníky užitnou hodnotu a směnnou hodnotu. Jako komodita musejí žurnalistické obsahy vzájemně soupeřit o podíl na trhu,* uvádí Moravec (tamtéž)

Zdroje financování médií mohou mít více podob. Velký vliv na mediální obsah totiž uplatňují také inzerenti. Jak píše McQuail, *je rozdíl mezi příjmem získaným přímo od publika, které si koupí konkrétní vydání, a příjmem, jenž vydání fakticky zaplatí (především reklama a sponzoring). Vzájemná proporce těchto dvou typů příjmů ovlivňuje*

pravděpodobný stupeň nezávislosti šéfredaktorů a novinářů, stejně jako vztahy s publikem. Peníze placené za zprávy přímo posluchači/čtenáři jsou nejméně omezující, nejvíce osvobozují redakci (McQuail 2016, s. 139). I na české mediální scéně je možné v poslední době pozorovat snahu o co největší monetizaci obsahu spočívající ve jeho zpoplatňování, zavádění obsahu pouze pro předplatitele či nabízení prémiových služeb. Online média totiž musí čelit také zvyšujícímu se tlaku velkých technologických společností typu Google, Meta nebo Seznam (Žaloudek 2022).

Zdroj financování či příjmů pokládá McQuail za nejdůležitější ekonomický faktor. Mezi další faktory řadí úroveň konkurence na trhu. Čím je totiž soutěž o publikum větší, tím sílí i tlak na mediální organizace a redakce, aby dodávaly zprávy kladoucí maximalizaci většinového zájmu a pozornosti nad ostatní kritéria zpravodajství (McQuail 2016, s. 140). Jako třetí faktor uvádí cenu informací, kdy platí, že nová unikátní informace stojí více než stará zpráva. Proto platí, že všechna rozhodnutí o produkci zpráv jsou především rozhodnutími o rozdělení omezených zdrojů času a finančních prostředků (tamtéž).

Logika komerční produkce zpráv vyžaduje, aby média usilovala o vytváření obsahu, který má co nejmenší náklady, chrání zájmy sponzorů a inzerentů a zároveň získá co nejširší publikum, za jehož oslovení jsou sponzoři a inzerenti ochotni platit, uvádí McQuail (2016, s. 141). Posledním, podle McQuaila možná nejvýznamnějším faktorem, je také socioekonomický profil publika. Média totiž potřebují na konzumenty co nejpřesněji cílit a inzertní trh vyžaduje rozlišování publik podle třídy, výše příjmů nebo vkusu. Z logiky ekonomické motivace plyne, že dochází k cílení především na příjmově vyšší konzumenty (tamtéž).

1.7.2. Politické vlivy

Vrátíme-li se k uplatňování vlivu na média, jak je popisuje Moravec, kromě vlivů čistě ekonomické povahy je nutné zmínit i vliv politický. Hovoříme o skutečnosti, kdy majitel média otevřeně straní určitému politickému subjektu. Moravec mluví o politicky angažovaném vlastníkovi a spojuje ho s fenoménem *berlusconizace*, kdy vlastníci médií mají přímé politické zájmy a vstupují do nejvyšších pater politiky po vzoru mediálního magnáta a bývalého italského premiéra Silvia Berlusconiho (Moravec 2020, s. 242). *Politicky angažovaný vlastník čelí pokušením přímého ovlivňování obsahu prostřednictvím svých podřízených po ose hierarchie. Vliv majitele-politika může být uplatňován i nepřímo,*

v případech, kdy si jsou redaktori vědomi zájmů vlastníka a podřizují jim způsoby informování o událostech (tamtéž). Spolu s Moravcem uvádíme příklad z českého prostředí.

V roce 2013 oznámil převzetí jedné z největších mediálních skupin, společnosti Mafra, tehdejší lídr politického hnutí ANO Andrej Babiš. Později se stal ministrem financí a následně i předsedou vlády. Poté, co se stal Babiš novým vlastníkem Mafry, veřejně deklaroval, že do chodu svých médií nebude nijak zasahovat. To záhy porušil, když volal redaktorovi Lidových novin Janu Kálalovi (Lidovky.cz 2013). Později pravidelně docházelo ke zveřejňování účelových textů a textů vyznívajících ve prospěch tehdejšího premiéra týkající se mnoha jeho kauz (Neovlivní.cz 2018). Dnes již Andrej Babiš mediální skupinu Mafra nevlastní. Na začátku roku 2024 ji převzala skupina Kaprain podnikatele Karla Pražáka (E15 2024).

2. Politické reálie

2.1. Pirátské strany: počátky politického fenoménu

Pirátské strany se začaly objevovat v Evropě v první dekádě 21. století. V obecné rovině sledujeme, že fenomén jejich zrodu přichází ruku v ruce s digitální revolucí (masovým rozšířením internetu) a především rostoucí potřebou společnosti odpovědět na otázky týkající se internetové svobody a občanských práv v digitálním prostředí. Hlavním nástrojem jejich komunikace, organizace i propagace je zpravidla internet, i proto bývají občas označovány za *internetové strany* (Brunclík 2010).

Pirátské strany mají své kořeny ve Švédsku, kde byla v lednu roku 2006 založena úplně první Pirátská strana (Piratpartiet). Podhoubí této nové politické síly, která se od počátku vymezovala vůči tradičním politickým stranám, se v zemi začalo formovat na pozadí debat o podobě nového a přísnějšího autorského zákona, který řešil například problematiku autorství a sdílení audiovizuálních souborů na internetu. Založení švédské Piratpartiet předcházelo vznik diskuzní platformy Piratbyrå (Pirátská kancelář). V kontextu doby s jejím založením neoddelitelně souvisela také existence pirátského serveru The Pirate Bay³, podle kterého byla posléze strana pojmenována a jenž se stal zásadním spouštěčem i pro pozdější formování pirátských stran v dalších zemích (Křivánková 2014, s. 17 až 25).

Zakladatel a historicky první předseda švédské Piratpartiet Rickard Falkvinge vnímal, že se tématu nové autorské legislativy dostávalo obrovské pozornosti médií a zájmu veřejnosti, zatímco švédští politici tento fakt nijak nereflektovali. A tak začal přemýšlet, jak dosáhnout změny. Odpovědí mu bylo právě založení internetové stránky a následně politické strany – Piratepartiet, která se měla už za několik málo měsíců, v září 2006, zúčastnit prvních voleb do Švédského parlamentu (Riksdagu). To se mu podařilo. Velká očekávání ale zprvu vystřídalo zklamání a první relativní neúspěch, když Piratepartiet nezískala v úplně prvních (parlamentních) volbách ani jedno křeslo. Obdržela totiž jen 0,63 procenta hlasů (Anderson 2009). To, co se zprvu jevilo jako neúspěch, se však později ukázalo být kruciólním momentem pro začátek éry pirátských stran, která odstartovala právě ve Švédsku.

³ Pirate Bay (v překladu Pirátská zátoka) je švédský internetový server sloužící k rozšiřování nelegálních kopií uměleckých děl, zejména filmů a hudby. V roce 2003 ho založila organizace Piratbyrå. V roce 2009 byla čtveřice zakladatelů odsouzena na rok vězení a musela zaplatit pokutu řadě firem včetně Warner Bros, Sony Music Entertainment, EMI a Columbia Pictures (Reiner, Fišer 2009).

V následujících letech se pak fenomén pirátských stran rozšířil do desítek dalších zemí, v nichž se Piráti postupně etablovali, včetně České republiky, kde se strana začala podílet na zákonodárné (od roku 2017) a později i na výkonné moci (od roku 2021). O tom ale více až v jedné z následujících kapitol.

Na první opravdový volební úspěch si sice musela švédská Piratepartiet po založení v lednu 2006 počkat ještě tři roky, tedy do evropských voleb v červnu 2009, v nichž si zajistila jedno z osmnácti křesel švédského zastoupení v Evropském parlamentu. Její ideje ale začaly ve světě rezonovat takřka okamžitě. Už několik měsíců po založení strany ve Švédsku začaly vznikat v zahraničí její odnože deklarující prosazování pirátské politiky. Jednalo se zejména o prosazování prakticky absolutní svobody jednotlivce na internetu a odmítání klasické koncepce duševního vlastnictví. To byla základní pirátská myšlenka, která všechny Pirátské strany spojovala. Jako jedna z prvních vznikla (už 6. června 2006) Pirátská strana Spojených států amerických, kterou zakládal student University of Georgia Brent Allison. Allison chtěl zcela změnit pravidla a způsob sdílení informací na internetové síti. V době založení strany řekl časopisu Wired: *Tato strana se snaží zvýšit povědomí o problémech, o které se dosud zajímali jen geekové a právníci* (Downie 2011). Stejně jako další pirátské strany odmítala i ta Allisonova v prvopočátku zcela koncept digitálního a duševního vlastnictví a usilovala o zrušení amerického autorského zákona *Digital Millennium Copyright Act* z roku 1998, který měl za úkol bojovat s internetovým pirátstvím. Allison chtěl zkrátit platnost autorských práv z 95 let po zveřejnění díla a ze 70 let po smrti autora na jednotnou lhůtu čtrnácti let. A současně zkrátit ochrannou patentovou lhůtu z 20 let na čtyři roky, pokud nevede patent k výraznému pokroku (tamtéž).

I v dalších zemích byla pirátská politika zpočátku postavena na zpochybňování samotného pojmu duševní vlastnictví. *Nic takového jako duševní vlastnictví neexistuje. Je to pouze pojem, který ve svém boji používá komerční průmysl. Ani umělci nevytvářejí dílo jednoduše jen tak z ničeho. Čerpají z bohatých znalostí a kultury široké veřejnosti a jejich kombinací a modifikací konstruují něco nového*, řekl v jednom z rozhovorů Andreas Popp, někdejší přední představitel Pirátské strany Německa (Piratenpartei Deutschland) (Bartels 2009, s. 132).

Už zakladatel Pirátské strany Švédska, která dala impuls pro zakládání ostatních stran, Richard Falkvinge přitom zdůvodňoval založení strany právě obavou z kriminalizace lidí, kteří stahují hudbu či filmy z internetu, mnohdy v rozporu se zákony na ochranu duševního

vlastnictví, jak dodává politolog Miloš Brunclík (2010). V článku *Pirátské strany: nový fenomén v politice* Brunclík dále připomíná, že se pirátské strany z různých koutů světa (v roce 2010 existovaly ve více než 40 zemích světa) sdružují v Pirátské internacionále (Pirate Parties International), založené v roce 2006, jejímž úkolem je *podporovat, propagovat a zajišťovat komunikaci a spolupráci mezi pirátskými stranami po světě* (tamtéž). Jednou ze stran zapojených do této internacionály je také Česká pirátská strana. Kontext jejího vzniku spolu s hlavními představiteli a myšlenkami přiblížíme v následujících podkapitolách.

2.2. Česká pirátská strana

Mediální obraz České pirátské strany (ČPS) a jeho proměny budou v následujících kapitolách předmětem praktické analýzy, a proto na tomto místě shrneme, co víme o začátcích a prvních volebních úspěších na domácím i evropském poli a také hlavních tématech Pirátů.

2.2.1. Politická orientace

Z hlediska politické orientace se Piráti od počátku definují většinou jako středová liberální politická strana s individuálním příklonem spíše k politické levici, ačkoli se tradičnímu dělení na pravici a levici raději vyhýbají. Cennou sondu poskytla v tomto ohledu anketa serveru iRozhlas.cz publikovaná v prosinci 2023. Politici Pirátů v ní mimo jiné odpovídali na otázku, jak by definovali Pirátskou stranu na základním politickém kompasu (pravice, levice, konzervativní, liberální). *Pokud mají odpovídat na to, jak by sebe i svou stranu ideologicky zařadili, shodnou se Piráti vesměs na liberálním a proevropském zařazení. (...) Mnozí včetně i velmi exponovaných postav pirátského vedení dokonce zdůraznili, že jsou v těchto postojích jedinou relevantní českou stranou* (Grim 2023). Slovy předsedy Ivana Bartoše jsou Piráti *jasně liberální středová strana*, přičemž samotné rozdělení na pravici a levici chápe *spíše jako velice orientační, zastaralé a neschopné zachytit trendy v politice v posledních dekádách*. Anketa ukázala, že právě dělení na konzervativce a liberály je pro Piráty jednoznačně důležitější než klasická pravolevá osa. I když třeba pirátská europoslankyně Markéta Gregorová odpověděla, že zatímco Piráty definuje *jako liberální střed, sebe jako liberální středolevici*. Dokladem předchozího tvrzení bylo i hlasování

celostátního fóra o změnách stanov, kdy delegáti na jaře 2023 odmítli formulaci, že jsou Piráti středová liberální strana, jako zbytečné nálepkování (tamtéž).

Podle politologa Lubomíra Kopečka z Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity Piráti v české politice *reprezentují určitý druh liberální strany zaměřené hlavně na městské a velkoměstské, mnohdy vysokoškolsky vzdělané a mladší voliče* (Tvrdoň 2020).

2.2.2. Založení strany a začátky v politice

Vraťme se ale na úplný začátek. Návrh na registraci strany byl na Ministerstvu vnitra ČR, jak ukládá zákon, podán 27. května a 17. června 2009 pak byla ČPS oficiálně zaregistrována, čímž se uzavřel dva měsíce trvající proces formování nové strany na domácí politické scéně (Čížek 2009). Hlavním impulsem pro vznik nového subjektu byla podle slov tehdejšího zakladatele Jiřího Kadeřávka snaha o zachování internetu jako svobodného prostoru – nástroje vnější a vnitřní svobody a místa, kde má člověk právo jak na anonymitu, tak na soukromí. *Cítíme, že některé zájmové skupiny by internet rády proměnily na nástroj moci, konzumu a dohledu nad životem občana. My jej chceme zachovat jako nástroj vnější a vnitřní svobody (...)* Jsme přesvědčeni, že pokud se nám to podaří na internetu, pak udržení stejných hodnot v reálném světě bude o hodně snazší, popsal v červnu 2009 hlavní motiv zakladatel iniciativy a duchovní otec České pirátské strany Kadeřávek (tamtéž).

První veřejné aktivity ČPS proto následně logicky souvisely s reakcí na několik legislativních návrhů týkajících se omezení svobody na internetu. Piráti se tím snažili zaujmout hlavně prvovoliče a obecně mladé lidi, což je záměr deklarovaný Kamilem Horkým, který se už při samotném založení strany na ustavujícím fóru v červnu 2009 stal prvním předsedou ČPS (tamtéž). Do úzkého okruhu zakládajících členů angažujících se při vzniku a formování ČPS patřil už od počátku kromě Kamila Horkého (tedy historicky prvního předsedy ČPS) také již zmíněný Jiří Kadeřávek (první místopředseda), Anežka Bubeníčková (druhá místopředsedkyně), Ivan Bartoš (tehdy třetí místopředseda strany, od října 2017 poslanec Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR a od prosince 2021 ministr pro místní rozvoj a místopředseda vlády pro digitalizaci v kabinetu Petra Fialy z ODS) a také Ondřej Profant (tehdy čtvrtý místopředseda, později mezi lety 2014 a 2017 zastupitel hlavního města Prahy, od roku 2017 do roku 2021 také poslanec a v aktuálním volebním období náměstek dvou ministrů), přičemž celostátní pirátské fórum zvolilo už na podzim roku 2009 Bartoše předsedou. Prvním sloganem strany byl claim *Internet je naše moře* (Zápis z ustavujícího fóra ČPS z června 2009). Zakládajícími členy strany byli aktivisté,

hackeři, IT inženýři a zastánci svobody na internetu. Mezi první viditelné aktivity Pirátů patřilo například v prosinci 2010 spuštění serveru PirateLeaks, kde ČPS začala po vzoru WikiLeaks zveřejňovat utajované vládní a korporátní dokumenty. Prvním zveřejněným dokumentem bylo 93 stran návrhů k novele autorského zákona. Následovala smlouva mezi společnostmi Krajská zdravotní, která sdružuje nemocnice v Ústeckém kraji, a společností Hospimed na nákup zdravotnických přístrojů. Koordinátorem projektu byl tehdejší místopředseda strany (od roku 2017 rovněž poslanec) Jakub Michálek (Jiříčka 2010).

V únoru 2012 se Česká pirátská strana také aktivně zapojila do protestů proti mezinárodní dohodě ACTA (Anti-Counterfeiting Trade Agreement), jinak také Obchodní dohodě proti padělatelství, která byla po celé Evropě vnímána jako hrozba pro svobodu na internetu a občanská práva. V tomto příběhu začali hrát Piráti roli pozitivních hrdinů bojujícího proti omezování svobody na internetu.

V budování této role jim značně pomáhala také média. Piráti využili nabídnuté příležitosti a spolu s dalšími aktivisty a organizacemi opakovaně pořádali protesty ve všech velkých městech, čímž úspěšně přispěli k vytváření tlaku na vládu Petra Nečase z ODS, která se vzápětí rozhodla ratifikaci této sporné dohody v České republice pozastavit. V Praze se protestů zúčastnily tisíce lidí. Protesty se zapsaly do paměti veřejnosti i tím, že část protestujících nosila masky Guye Fawkesa z komiksu a filmu *V jako Vendeta*, které symbolizují hackerskou skupinu Anonymous. Piráti z tohoto tažení vyšli jako mediální vítězové. Viditelný podíl Pirátů na pozastavení schvalování smlouvy ACTA v Česku patřil nesporně k prvním výrazným úspěchům strany. A Piráti z něj těžili i během následujících měsíců, až do úplného zamítnutí smlouvy drtivou většinou v Evropském parlamentu v červenci 2012. Kontext doby dobře ilustruje třeba sloupek tehdejšího místopředsedy strany a další důležité figury Pirátů Mikuláše Ferjenčíka (mezi lety 2017 a 2021 člen Poslanecké sněmovny) publikovaný v Deníku Referendum 11. července 2012 s titulkem *Pirátská strana po ACTA* v němž doslova píše, že si *Piráti v Česku na ACTA udělali jméno*. Ferjenčík v textu polemizuje nad tím, kam by měla strana dál směřovat a tažení proti smlouvě ACTA označuje za doposud největší kampaň, kterou Pirátské strany celosvětově spoluorganizovaly, a která dala Pirátům spoustu PR poznatků a čelním představitelům potřebný mediální trénink a v neposlední řadě poskytla předsedovi strany Ivanu Bartošovi televizní praxi. Zastavila také úbytek členů trvajících od komunálních voleb v roce 2010. *Naopak, na naši palubu se přidala přinejmenším stovka nováčků a Pirátů stále přibývá. Dnes je členů Pirátské strany u nás*

216, ale pokud současný růst ještě chvíli vydrží, bude nás v klíčovém supervolebním roce 2014 podstatně více. (...) Obrátili jsme trend upadajícího mediálního zájmu. Po dlouhé době zase nastala situace, kdy se novináři sami aktivně zajímali o nás, místo toho, abychom jim informace museli servírovat až pod nos. (...) Nejdůležitější ovšem bylo, že se ukázalo, že i v České republice naše témata u veřejnosti rezonují. Několikatisícové demonstrace kvůli svobodnému Internetu jsem osobně nečekal, natož v desetistupňových mrazech, které panovaly. Výrazně jsme se tak posunuli směrem ke ‚straně propojeného životního stylu‘ jak nás definuje Rick Falkvinge, zakladatel Pirátského hnutí, napsal místopředseda strany (Ferjenčík 2012).

2.2.3. První volby a významné milníky

Piráti kandidovali do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR poprvé v roce 2010, ale získali pouze 0,80 procenta hlasů – na rozdíl od ČSSD, ODS, TOP 09, KSČM a Věcí veřejných tedy nepřekročili pětiprocentní volební kvórum pro vstup do dolní komory parlamentu a skončili na chvostu (Český statistický úřad 2010). Podobná situace se opakovala také v dalších volbách do sněmovny v roce 2013, i když s o dost těsnějším výsledkem. Piráti v nich získali 2,66 procenta hlasů, což bylo stále dost vzdálené od zisku jediného poslaneckého mandátu. Oproti předchozím volbám ale poprvé dosáhli na státní příspěvek na úhradu volebních nákladů, který stát vyplácí stranám, jež získaly alespoň 1,5 procenta hlasů, a činí 100 korun za každý započtený hlas. Pro Piráty jakožto politické začátečníky šlo o jistou cenu útěchy. Dohromady si tak při volbách do sněmovny 2013 přišli na přibližně 13,2 milionu korun, které mohli použít na další rozvoj. Do předvolební kampaně přitom investovali jen asi 300 tisíc korun (ČTK 2013). *Oproti politickým stranám, které peníze za volby a mandáty investují do politického marketingu, my peníze použijeme tak, abychom to lidem vrátili*, řekl Bartoš s tím, že peníze z voleb použijí Piráti na projekty, které lidem usnadní život. *Na billboardy a propagaci máme peníze, které jsou vybrané od našich přispěvatelů a z členských příspěvků*, dodal v listopadu 2013 předseda strany Bartoš (tamtéž).

Dalšího milníku dosáhla strana v roce 2012 prosazením prvního pirátského zástupce do Senátu Parlamentu ČR. Libor Michálek nicméně nekandidoval (v obvodu 26 – Praha 2) jako čistokrevný pirát, nýbrž jako nezávislý kandidát navržený koalicí Pirátů, Zelených a lidovců. Největší radost však zavládla právě u Pirátů, a to i kvůli tomu, že tak blízko Senátu ještě mladé mezinárodní hnutí nikdy nebylo. *Pro nás je to zároveň jakási světová premiéra. Máme*

poslance v Evropském parlamentu, vpluli jsme do Berlínského sněmu, nedávno byl ve Švýcarsku první pirát zvolen starostou a v Česku teď máme pirátského senátora, řekl magazínu Česká pozice po druhém kole senátní volby předseda Bartoš (Matějček 2012). Současně však přiznal, že by samozřejmě bylo mnohem zajímavější, kdyby byl Michálek pirátem stoprocentním, a nikoli jen třetinovým. Sám Michálek zároveň v ten samý den deklaroval, že se necítí jako zelený, lidovec ani pirát. Jsem Libor Michálek, prohlásil bývalý šéf Státního fondu životního prostředí, jenž vstoupil v širší známost i jako jeden z prvních českých whistleblowerů poté, co na podzim 2010 upozornil média a policii na podezřelé korupční prostředí uvnitř Státního fondu životního prostředí a kauzu bývalého ministra životního prostředí a místopředsedy ODS Pavla Drobila (tamtéž).

Prosadit si do horní parlamentní komory svého nominanta se Pirátům za dosavadních 15 let existence povedlo ještě několikrát. Na tomto místě můžeme zmínit zvolení jimi navržených kandidátů Lukáše Wagenknechta (2018), Davida Smoljaka, který ovšem kandidoval za hnutí STAN a pouze s podporou TOP 09 a Pirátů (2020), a nezávislé kandidátky Adély Šípové (2020). Nutno však podotknout, že ani v jednom ze všech tří zmíněných případů nešlo o člena Pirátů. Ačkoli Wagenknecht na podzim roku 2019 do strany nakonec vstoupil. V tomto ohledu stojí za připomenutí Wagenknechtův rozhovor s redaktorem serveru Seznam Zprávy z ledna 2020, kde už vystupuje jako plně integrovaný člen a předseda volebního výboru Pirátské strany. *Piráti potřebovali pomoci ohledně senátních voleb, se kterými jsem měl už dobré zkušenosti díky svému zvolení. Takže loni v létě jsem se rozhodl, že v letošních senátních volbách pomohu. Poslední kapkou k mé integraci bylo, že jsem vstoupil do strany. (...) Dlouhodobě se budeme snažit o vyhledávání kompetentních a talentovaných osobností, které by za nás kandidovaly, řekl Wagenknecht. Dodal také, že pokud jde o krajské a senátní volby, není možné během kampaně komunikovat stejná témata jako u voleb do sněmovny: Nelze nasunout centrální témata na krajskou problematiku, ta je trochu jiná. Chceme být blízko lidem, které trápí zdravotnictví, dálnice či obchvaty větších měst (Koutník 2020). Z dnešního pohledu je rovněž zajímavé, že ambice Wagenknechta v rámci strany v té době nebyly velké, nebo se to alespoň zdálo podle výše citovaného rozhovoru. Z něj pochází i následující výtažek: Otázka: *Jaké jsou vaše ambice uvnitř Pirátů?* Wagenknecht: *Bohatě mi stačí předseda volebního výboru. Otázka: Takže šéf strany Ivan Bartoš se zatím nemusí ohlížet přes rameno?* Wagenknecht: *Ne, to je nesmysl. Byl by přece bizár se teď ve straně někam drápat (tamtéž).**

Zmiňujeme to i proto, že to nakonec nebyl nikdo jiný než právě Wagenknecht, s kým se hned na následujícím volební sjezdu strany a přesně za dva roky od publikování citovaného rozhovoru (v lednu 2022), po neuspokojivém volebním výsledku v posledních sněmovních volbách, musel předseda Pirátů (a v té době už také ministr pro místní rozvoj ve vládě Petra Fialy) Ivan Bartoš utkat o vedoucí pozici v Pirátské straně. Bartoš nakonec ve druhém kole online volby porazil svého vyzyvatele Wagenknechta v poměru 662 proti 265 hlasům, tedy Bartoš 69,83 procenta a Wagenknecht 27,95 procenta hlasů. A Bartoš si tak udržel pozici předsedy nepřetržitě od roku 2016 (Piráti.cz 2022). Více si následky výbuchu Pirátů ve volbách do Poslanecké sněmovny v říjnu 2021 ale rozebereme až v příštích kapitolách.

Pokud jde o volby evropské, tedy volby do Evropského parlamentu, prvních se Česká pirátská strana zúčastnila v květnu 2014. Kandidovala v nich se společným programem všech 24 evropských Pirátských stran a sloganem *Evropa je naše moře*. Oficiální cíl voleb ale zůstal nenaplněn. Lídr kandidátky do EP a předseda strany Bartoš totiž po tom, co Piráti vystřelili vzhůru v domácích sněmovních volbách 2013, ambiciózně prohlásil za cíl získání více než 120 tisíc hlasů a vyslání minimálně dvou reprezentantů České pirátské strany do Evropského parlamentu, což se nakonec těsně nepodařilo. Ve volebním období 2009 až 2014 přitom už mělo pirátské hnutí v Evropském parlamentu zastoupení dvěma poslanci za Švédskou pirátskou stranu (Bartoš 2014). Českým Pirátům ale chybělo k dosažení 5procentní hranice a zisku alespoň jednoho křesla pouhých 3 261 hlasů. Těsně je nakonec přeskočila i strana Svobodných, která obdržela o zhruba sedm tisíc hlasů víc. Zisk 4,78 procenta hlasů ovšem Pirátům po evropských volbách zajistil další příjem téměř 2,2 milionu korun díky státnímu příspěvku na úhradu volebních nákladů (Ministerstvo financí 2015). Náklady strany na kampaň přitom nepřesáhly ani 500 tisíc korun. Piráti tedy znovu ukázali, že umí být ve vynaložených prostředcích na získání jednoho hlasu mnohem efektivnější než některé tradiční strany. Zaslouží si také zdůraznit, že ČPS měla v těchto volbách nejlepší výsledek ze všech evropských pirátských stran. Piráti si přesto po volbách stěžovali a obrátili se na soud s požadavkem na zrušení 5procentní uzavírací klauzule pro volby do europarlamentu, stejně jako několik měsíců předtím po volbách do sněmovny. *Důležité je, že Piráti jedou dál. A ačkoli jsme v celkovém počtu hlasů oproti volbám do Poslanecké*

sněmovny nevyrostli, tak procentuálně jsme vyrostli, řekl Bartoš v Radiožurnálu po volbách na konci května s tím, že to považuje za úspěch (Šulcová 2014).

O pět let později, na jaře 2019, se už České pirátské straně podařilo dveře do europarlamentu poprvé otevřít. Strana získala rovnou tři křesla a do europarlamentu vyslala lídra kandidátky Marcela Kolaju, dvojku Markétu Gregorovou a třetího na seznamu Mikuláše Peksu. *Dostali jsme se na další metu, uspěli jsme v dalších volbách, prohlásil po zveřejnění výsledků šéf strany Ivan Bartoš (Oppelt a ČTK 2019).* Výchozí pozice Pirátů ale byla v té době úplně jiná než při posledních volbách před pěti lety. Měli za sebou už téměř dvouletou zkušenost s prací ve sněmovně, kde po mimořádném úspěchu ve volbách 2017 usedlo 22 pirátských poslanců. Volbám do sněmovny v letech 2017 a 2021 se ale budeme ještě věnovat v samostatné kapitole. I proto si předseda Bartoš věřil před volbami na lepší výsledek než dosažených 14,95 procenta, což mu po volebním víkendu ochotně připomněli domácí političtí komentátoři. *Piráti sice do europarlamentu prolezli poprvé, takže se určitě můžou oslavit, zůstali ovšem hodně daleko za 20 procenty, které veřejně slíbil jejich šéf Ivan Bartoš. A podobně dopadla i ODS: ve srovnání s rokem 2014, kdy byla na dně, si sice polepšila, v podstatě ale jen zopakovala své druhé místo za ANO ze sněmovních voleb v roce 2017, napsal Petr Holec v komentáři na serveru Blesk.cz s titulkem *Babiš zvalcoval i eurovolby, Piráti zaostali a z ČSSD je zombie* (Holec 2019).* Komentátor Mladé fronty DNES Petr Kolář interpretoval pirátský zářez v evropských volbách jak v pozitivním, tak negativním směru. Připomněl, že šlo o úspěch: *Před pěti lety se Piráti do europarlamentu vůbec nedostali, skončili těsně pod pěti procenty. Nyní skončili třetí se ziskem téměř čtrnácti procent, mají tři europoslance. To je jasný důkaz správnosti jejich politiky. Ale zároveň dodal, že ambice byly vyšší: *Stejně jako občanští demokraté Piráti svůj volební potenciál v tomto typu voleb promrhali. Ostatně sám předseda Ivan Bartoš cílil na zisk dvaceti procent. Obecně se má za to, že stejně jako ODS dokážou Piráti mobilizovat své voliče, především mladé lidi, k účasti u urn. Pokud tedy skutečně zmobilizovali, co mohli, může to být s výhledem na volby do Sněmovny jejich strop* (Kolář 2019).*

Média si ale u Pirátů opět všimla i mimořádné efektivity, pokud jde o volební výdaje, a to spíše v pozitivním vyznění. Na rozdíl od vítězného hnutí ANO a drtivé většiny dalších stran totiž byly jejich celkové náklady na kampaň (asi 6 milionů korun) nižší, než státní podpora, kterou obdrželi za získané hlasy – ta činila téměř 10 milionů korun. Získání jednoho křesla je tak vyšlo nejlevněji ze všech stran. Pro srovnání: zatímco Piráti za něj utratili 2 miliony

korun, KSČM stál jeden europoslanec 8,5 milionu, hnutí ANO 5,8 milionu, SPD a koalici STAN + TOP 09 shodně 5 milionů, KDU-ČSL 2,75 milionu a ODS 2,5 milionu korun (Novinky.cz a ČTK 2019).

2.2.4. Volební rok 2017 a pirátská euforie

Jak už bylo zmíněno, zatím největšího měřitelného úspěchu dosáhla Pirátská strana ve volbách do Poslanecké sněmovny v říjnu 2017. Ty následovaly po několika relativně neúspěšných volebních pokusech předchozích let. Piráti v těchto volbách dokázali získat 10,79 procenta hlasů a dohromady 22 poslaneckých mandátů, čímž se spolu s SPD Tomia Okamury stali třetí nejpočetněji zastoupenou stranou v Poslanecké sněmovně (Český statistický úřad 2017).

Podařilo se jim získat hlasy prvovoličů a zaujmout je dynamickou konfrontační kampaní. Vymezovali se vůči ostatním stranám a sami sebe označovali za jedinou stranu, která není spojena s žádnými skandály nebo korupcí. Výrazným prvkem předvolební kampaně byl pirátský autobus Karosa v barvách vozů vězeňské služby s karikaturami politiků zapletených do známých kauz a heslem *Pusťte nás na ně*. Autobus byl nápadně podobný tomu, s nímž v roce 1996 objížděl republiku Miloš Zeman. Kritici této konfrontační kampaně namítali, že *tepe do konkrétních lidí za kauzy, které jim nebyly prokázány* (Sůsa a Plesníková 2021). Pirátům se však z pozdějšího pohledu vyplatila. Zatímco ještě v srpnu jim předvolební průzkumy slibovaly kolem 3,5 procenta hlasů, v září už se přehoupli k šesti procentům (tamtéž). Volebním výsledkem jim vynesl také zatím největší částku na státním příspěvku na úhradu volebních nákladů, a to téměř 55 milionů korun, s nimiž mohli dál pracovat (Ministerstvo financí ČR 2018).

Následovalo čtyřleté období budování pozice z opozice, když nepodpořili vládu vítěze voleb Andreje Babiše a hnutí ANO, s nímž už před volbami spolupráci odmítli. Během té doby dokázali uspět také v komunálních volbách 2018, po nichž vznikla v Praze koalice, v jejímž čele stanul na konci října jako primátor hlavního města pirát Zdeněk Hřib. Ve sněmovně se mezitím Piráti snažili v komunikaci zaměřovat na taková témata, jako je digitalizace státní správy, transparentnost, ochrana životního prostředí, reforma školství a ochrana občanských práv. Mezi jejich úspěchy v oblasti digitalizace patřilo například prosazení zákona o právu na digitální služby, který vznikl pod výborem pro veřejnou správu a regionální rozvoj, kterému předsedal Ivan Bartoš. Zákon, o němž Piráti hovořili jako o *digitální ústavě*, zaručil občanům možnost do pěti let komunikovat se státem a úřady pouze elektronicky z pohodlí

domova nebo z mobilního telefonu, což se strana snažila využít ve svůj prospěch jako pozitivní komunikační prvek. Bartoš označil prosazení legislativy za jednu ze svých osobních priorit a často ji akcentoval. *Pro mě osobně byl tento zákon, který se právem označuje jako ‚digitální ústava‘, jednou z mých hlavních priorit, jde totiž o zcela zásadní okamžik v oblasti digitalizace státu*, řekl ve sněmovně k zákonu Bartoš (Piráti.cz 2019).

2.3. Současná pozice: od euforie ke čtyřem poslancům

V této kapitole se přesuneme k posledním volbám. Nejdřív tedy k volbám do třetiny Senátu v roce 2020, potom k volbám do Poslanecké sněmovny 2021 a nakonec opět k volbám do Senátu a obecních zastupitelstev v roce 2022. Pokaždé si nastíníme, jaká byla pozice České pirátské strany před volbami, jaká témata se Piráti a jejich osobnosti snažili v rámci předvolební kampaně komunikovat a zdůrazňovat a jaký byl dosažený volební výsledek. Tato kapitola tedy poslouží k dokreslení politického a dobového kontextu v obdobích, jimiž se bude podrobněji zabývat analytická část práce. Pozice Pirátů se totiž v těchto třech letech výrazně změnila, a to především na parlamentní úrovni, kde došlo k zásadní redukci pirátského osazenstva, především vinou sněmovních voleb v roce 2021. Tyto volby si proto rozebereme nejpodrobněji.

2.3.1. Volby do Senátu a krajských zastupitelstev v roce 2020

Senátní volby v roce 2020 a jejich smysl pro Piráty jsme okrajově zmínili už v předešlé kapitole. Strana ve volbách do horní komory parlamentu prosadila dva kandidáty, tedy prakticky v souladu se všeobecným očekáváním, kdy se jim v senátních volbách doposud příliš nedařilo. Připomeňme, že zvoleni byli nezávislá kandidátka za Pirátskou stranu a advokátka Adéla Šípková kandidující v obvodu č. 30 – Kladno a scenárista David Smoljak, který kandidoval v Praze 9 za hnutí STAN s podporou TOP 09 a Pirátů. Pirátská strana ho nicméně prezentovala jako společného *koaličního kandidáta* a akcentovala jeho dosavadní práci v Senátu i jeho postoje, zejména pokud jde o *ochranu nezávislosti médií a svobody slova, ale i Senátu jakožto nezastupitelné pojistky demokracie* (Piráti.cz 2020). Celkem tedy měla strana po volbách v Senátu tři zástupce.

Výraznějšího úspěchu se podařilo Pirátům dosáhnout ve volbách do krajských zastupitelstev, jež se konaly spolu s prvním kolem senátních voleb na začátku října 2020. Svůj cíl získat alespoň 100 krajských zastupitelů dokonce překonali a skončili druzí za hnutím ANO. Šlo o ambiciózní cíl, neboť v krajích měli do té doby jen hrstku zástupců.

Chtěli jsme mít sto zastupitelů, máme jich přes sto, včetně koalice v Olomouckém kraji, kde jsme kandidovali se Starosty, radoval se po volbách předseda Pirátů Ivan Bartoš. Jsme rádi, že můžeme po Sněmovně, europarlamentu nebo pražském zastupitelstvu dělat politiku i v krajích, dodal Bartoš (Oppelt 2020). Úspěchu dosáhla strana na Vysočině, ve Středočeském kraji či v Olomouckém kraji v koalici s hnutím STAN. Hejtmanský post ale Piráti v žádném z krajů neobsadili. K tomu došlo až v únoru 2022, kdy se po změnách na radnici Plzeňského kraje stal Rudolf Špoták prvním pirátským hejtmánem mimo Prahu (Piráti.cz 2022).

2.3.2. Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2021

Podobný úspěch, jaký se odehrál ve sněmovních volbách v roce 2017, se očekával i o čtyři roky později. Při dalších volbách se ale už nezopakoval a místo další vlny euforie přišlo zklamání. Ještě před volbami do Poslanecké sněmovny v říjnu 2021 měli Piráti v dolní komoře 22 poslanců a po hnutí ANO a ODS byli třetí nejsilnější stranou. Po čtyřech letech v opozici ale měla strana ambice dostat se poprvé do vlády a pro nadcházející volby se proto rozhodla spojit v předvolební koalici s hnutím STAN, které vedl Vít Rakušan. Strany tedy kandidovaly jako uskupení PirSTAN, v němž Piráti hráli roli toho silnějšího. Lídrem společné kandidátky byl předseda Pirátů Ivan Bartoš, o němž se v médiích bez nadsázky začalo hovořit jako o možném kandidátovi na příštího předsedu vlády. Bartoš to dokonce sám připustil už rok před volbami. *Když se v novinových titulcích objeví, že chci být premiérem, zní to spratkovsky, ale kandidát na předsedu vlády je skutečně role, kterou jsem ochoten přijmout,* řekl Bartoš v jednom z rozhovorů (iDnes.cz 2020).

Předtím kandidovala Pirátská strana do sněmovny vždy pouze samostatně. Pro spojení se STAN si proto nechala rok před volbami vypracovat analýzu, která však trpěla vážným nedostatkem, jak se posléze ukázalo. Taktéž koaliční smlouva počítala s tím, že vyzývání voličů jednotlivých stran k udělování preferenčních hlasů, tedy takzvanému kroužkování, bude zakázáno. A tím se zabrání tomu, že by kandidáti jednoho subjektu přeskákali na kandidátkách v jednotlivých krajích kandidáty druhé strany. Piráti se totiž obávali, aby výrazným osobnostem Starostů neposloužili jako *výtah k moci* v krajích, kde jsou jako strana silnější oni. A zároveň měli strach, aby je starostenské hvězdy nepřeskákaly ve svých tradičně silných regionech (Machová 2021). Zabránit tomu ale nakonec nedokázala ani pojistka v koaliční smlouvě. Pro Piráty dopadly volby debaklem.

Společná koalice sice skončila se ziskem 15,62 procenta hlasů třetí za vítězným seskupením Spolu (ODS, KDU-ČSL, TOP 09) a druhým hnutím ANO. Voliči ale výrazně kroužkovali

kandidáty hnutí STAN, kterých se do Poslanecké sněmovny dostalo 33, zatímco Piráti pouze čtyři. Noviny psaly doslova o tvrdém nárazu a kroužkovacím masakru. *Bohužel pouhé čtyři mandáty pro Piráty, což je pro nás všechny ohromná rána. Toto nikdo z nás nečekal. Vedení strany za tuto ztrátu přijímá plnou odpovědnost*, komentoval dosažený výsledek předseda Bartoš (Deník.cz a ČTK 2021). *Samozřejmě teď cítíme smutek a hněv ze ztráty 18 mandátů, tedy řady skvělých lidí, které jsme ztratili. Lidí a jejich asistentů, kteří dodávali kvalitní a poctivou opoziční práci čtyři roky i v těch nejtěžších chvílích, a díky nimž jsme rostli ve volbách do komunálu, Evropského parlamentu i krajských*, dodal (tamtéž).

Ztráta to pro Piráty byla i finanční, neboť za úspěch svého koaličního partnera tvrdě zaplatili. Z koaliční smlouvy totiž mimo jiné vyplývalo, že Piráti obsadí dvě třetiny kandidátních listin, a proto zaplatili za kampaň 32 milionů korun, zatímco STAN jen 16 milionů (Soukup 2021). I přes neúspěch Piráti od koalice se Starosty po volbách neustoupili a vyjednávali s vítězným uskupením Spolu (ODS, TOP 09 a KDU-ČSL) o složení nové vlády. Premiérem se stal předseda ODS Petr Fiala. Vládu jmenoval prezident Miloš Zeman na zámku v Lánech 17. prosince 2021 a Piráti v ní obsadili tři křesla: post místopředsedy vlády pro digitalizaci a ministra pro místní rozvoj (Ivan Bartoš), silové ministerstvo zahraničních věcí (Jan Lipavský) a křeslo ministra pro legislativu nestraníkem Michalem Šalomounem.

2.3.3. Volby do Senátu a obecních zastupitelstev v roce 2022

V Senátu máme nyní pirátské senátory Lukáše Wagenknechta, Adélu Šíповou a rovněž čtyři senátory zvolené s naší podporou. Věřím, že naši pirátskou posádku letos posílíme. Máme kvalitní kandidáty, kteří za sebou mají odpracovaný kus práce a jasně smysluplné vize pro další rozvoj naší země, prohlásil několik měsíců před volbami předseda strany Bartoš u příležitosti představení první sedmičky kandidátů do Senátu (Piráti.cz 2022). Z voleb do třetiny Senátu v roce 2022 ale vyšli Piráti naprázdno a neposílili ani o jeden mandát. Asi nejbliže byla zvolení někdejší pirátská poslankyně Dana Balcarová v Praze 6, ale s 14,97 procenty hlasů nepostoupila ani do druhého kola (Český statistický úřad 2022).

Pokud jde o komunální volby, které se ve stejném roce konaly společně s prvním kolem senátních voleb, pro Piráty skončily o něco úspěšněji. V Praze si oproti předchozím volbám do obecních zastupitelstev dokonce o procento polepšili, ale skončili až třetí za koalicí Spolu (ODS, TOP 09 a KDU-ČSL) a druhým hnutím ANO a už krátce po volbách bylo zřejmé, že pirát Zdeněk Hřib pozici primátora neudrží. Konečný výsledky voleb v Praze a zisk 13 mandátů v 65členném zastupitelstvu nicméně vyvrátil nepříznivé předpovědi. *Průzkumy*

nám předpovídaly nějakých 11 procent, ale já jsem byl přesvědčen, že v Praze budeme mít víc. Kdyby to ale bylo pod deset procent, tak by to pro nás byl signál, že musíme přidat, řekl po sečtení hlasů končící pirátský primátor Zdeněk Hřib (Karbulka 2022).

Z celostátního pohledu pak strana několik mandátů ztratila. Do zastupitelstva se však dostali ve všech krajských městech, nově i v Liberci a Olomouci. *Čísla jistě mohla být lepší, ale zase otevíráme nové možnosti ve městech, kde jsou Piráti zastoupeni nově,* řekl smířlivě předseda Bartoš (Krutilek 2022).

Někteří komentátoři ale upozorňovali, že jakkoli jsou Piráti na celostátní úrovni zavedenou stranou, volby na regionální úrovni jsou stále jejich slabou stránkou. *Myslím, že Piráti nedokázali přesvědčit voliče, že jsou etablovanou stranou v těch jednotlivých městech a obcích. Mají relativně slušný stabilní výsledek na celostátní úrovni. Trošku mi to připomíná TOP 09. Ta také ve své době, když byla tedy ještě úspěšnější než teď, měla velmi dobré výsledky na úrovni celostátní, ale na úrovni komunální se jí příliš nedařilo. Takže myslím, vidíme opakování tohoto příběhu,* zmínil v rozhovoru pro Radiožurnál komentátor Hospodářských novin Petr Honzejek (Bidrman 2022).

Období po volbách se pak zapsalo do historie rekordně dlouhým, skoro pět měsíců trvajícím vyjednáváním o nové koalici v hlavním městě, na jehož konci v polovině února 2023 vystřídal pirátského primátora Zdeňka Hřiba poslanec z ODS Bohuslav Svoboda. Koalici utvořili Piráti se Starosty a vítěznou koalici Spolu a exprimátor Hřib se stal radním pro dopravu.

3. Metodologie

3.1. Metodika výzkumu

Smyslem této práce je analyzovat, jak se proměňoval předvolební mediální obraz České pirátské strany mezi lety 2020 a 2022 v nejvýznamnějších tištěných regionálních denících ve Středočeském kraji. V této části nejprve představíme vybrané výzkumné metody, pomocí nichž budeme analyzovat novinové články, následně stanovíme hlavní výzkumné otázky a předběžné hypotézy, které v navazující analytické části buď potvrdíme, nebo vyvrátíme, a také představíme detailně výzkumný vzorek, který budeme v další části podrobovat bližšímu zkoumání.

3.2. Zvolené výzkumné metody

K provedení mediálního zkoumání jsme zvolili jako nejvhodnější široce rozšířenou kombinaci kvantitativní a kvalitativní obsahové analýzy. Pomocí kvantitativní analýzy nejprve zjistíme, kolik bylo ve zkoumaných denících v průběhu jednotlivých období otištěno článků o Pirátské straně, což nám umožní objektivně zjistit, kolik prostoru strana a její představitelé či kandidáti v médiu dostali. A protože mediální obraz nesouvisí pouze s frekvencí a mediální penetrací, ale také s vyzněním zveřejněných informací – jinak řečeno, není důležité pouze to, kolik se toho o Pirátech napsalo, ale také to, jak se o nich psalo –, články poté podrobíme kvalitativní obsahové analýze, která nám umožní odpovědět na otázku, jak se v průběhu let proměňoval mediální obraz Pirátů a jak pozitivně, nebo negativně o straně dvě regionálně silná média před volbami informovala. Získané výsledky oběma metodami potom v souladu s cíli práce podrobíme komparativní analýze také ve vztahu k vybraným médiím, díky které zjistíme, zda a jak se přístup obou vydavatelství ve vztahu k Pirátské straně lišil.

3.3. Stanovení výzkumného souboru

Pro účely tohoto výzkumu vybíráme dva nejsilnější tištěné regionální deníky ve Středočeském kraji, které jsou zároveň historicky považované za seriózní. Tedy regionální titul Deník vycházející pod vydavatelstvím Vltava Labe Media (dříve Vltava Labe Press) a středočeskou mutaci Mladé fronty DNES – Střední Čechy, kterou vydává vydavatelství Mafra. Trvajícím oblíbenosti tištěných titulů u většiny lidí potvrdil ve zkoumaném období i například výzkum čtenosti tištěných médií MEDIA PROJEKT realizovaný výzkumnými agenturami MEDIAN a STEM/MARK. A to i přes stále rostoucí nabídku snadno dostupných

internetových médií. Data získaná od 1. ledna do 17. prosince 2022 ukazují, že i přes dopady v té době rostoucí inflace dokázala tištěná média oslovit výraznou většinu populace ČR. Tiskové tituly četlo podle těchto dat více než 8 z 10 obyvatel ČR ve věku mezi 12 a 79 lety. Celkový zásah tisku výzkum uvádí 83 procent populace. Deníky a jejich přílohy oslovily celkem 60 procent populace. Ve výše zmíněném období byl nejčtenějším celostátním titulem bulvární deník Blesk s průměrem 647 tisíc čtenářů na vydání. Druhým nejčtenějším deníkem byla Mladá fronta DNES (407 tis. čtenářů) a na třetím místě deník Sport (177 tis. čtenářů). Celkem 375 tisíc čtenářů na vydání dosáhl Deník, který byl nejčtenější mezi regionálními tituly (Media projekt 2022). Dodejme, že reálná čtenost je vždy vyšší než prodaný náklad, protože počítá s tím, že si fyzické vydání přečte více lidí. Z těchto titulů jsme zvolili dva nejčtenější tištěné deníky s alespoň jednou regionální mutací relevantní pro Středočeský kraj, tedy Mladou frontu DNES vydávanou Mafrou a Deník z vydavatelství Vltava Labe Media.

První jmenované vydavatelství vlastní od září 2023 investiční skupina Kaprain podnikatele Karla Pražáka. Kromě MfD vydává také Lidové noviny a další tituly. Po celé sledované období byl ale mediální dům Mafra v majetku společnosti Agrofert spadající do svěrenských fondů ovládaných Andrejem Babišem, předsedou a zakladatelem hnutí ANO a mezi lety 2017 až 2021 premiérem ČR. Babiš po vstupu do politiky vložil Agrofert do svěrenských fondů kvůli zákonu o střetu zájmů. Podle českého rejstříku ale zůstává jeho skutečným majitelem (iRozhlas.cz 2023). Babiš jako jeden z nebohatších lidí v Česku koupil vydavatelství v době svého vstupu do politiky, což za jeho vlastnictví vyvolávalo pochybnosti o tom, zda neovlivňuje obsah a nepoužívá noviny v rámci politického boje proti svým konkurentům. Zejména po tom, co do médií unikly nahrávky jeho hovorů s novinářem MF DNES, kde spolu probírali zveřejnění kompromitujících materiálů (Seznam Zprávy 2017).

Mediální dům Vltava Labe Media vydávající nejvýznamnější regionální periodika v Česku pod značkou Deník patří investiční skupině Penta. Společníky skupiny byli ve zkoumaném období podnikatelé Marek Dospiva, Jaroslav Haščák, Jozef Oravkin, Ian Child a Eduard Maták (Aktuálně.cz 2022).

Mediální obraz Pirátů, tak jak ho chápeme a jak jsme předestřeli v úvodu této kapitoly, podrobíme zkoumání ve třech obdobích seřazených chronologicky. 1) Období horké fáze kampaně před senátními a krajskými volbami v roce 2020. 2) Období voleb do Poslanecké

sněmovny 2021. A 3) období senátních a komunálních voleb 2022. Jednotlivá období budou přesně časově ohraničena čtrnácti dny, které předcházely prvnímu dni výše jmenovaných voleb. To je zároveň doba, kdy vrcholí takzvaná horká fáze předvolební kampaně, která může mít značný dopad na velké procento nerozhodnutých voličů.

3.4. Výzkumné otázky a stanovení hypotéz

Výsledky analýzy by nám měly odpovědět na hlavní výzkumné otázky:

VO1: Jak se v průběhu tří po sobě jdoucích volebních let proměňoval mediální obraz České pirátské strany?

VO2: Lišil se mediální obraz České pirátské strany podávaný čtenářům na stránkách středočeské mutace Mladé fronty DNES a Deníku?

VO3: Vyvíjel se zájem médií o Českou pirátskou stranu v čase a v závislosti na typu voleb?

Na základě zjištěných poznatků uvedených v předcházejících částech práce jsme stanovili také sadu hypotéz, které bychom měli v následující analytické části práce buď potvrdit, nebo vyvrátit.

H1: Články o Pirátské straně v Mladé frontě DNES ovládané Andrejem Babišem byly laděny více negativně než články v Deníku

H2: Články o Pirátské straně v Deníku byly laděny více pozitivně než články v Mladé frontě DNES

H3: Před sněmovními volbami 2021 vyšlo v obou denících více článků s odkazem na Pirátskou stranu než před volbami 2020 a 2022

3.5. Kódování

Pro správný postup následující analýzy je klíčové, abychom si přesně definovali, s jakými kategoriemi budeme dále pracovat. K tomu jsme zvolili metodu takzvaného *priori kódování* (Wimmer a Dominick 2004, dle Tampota a Vojtěchovská 2010), kdy výzkumník stanoví jednotlivé kategorie ještě před samotným sběrem dat na základě teoretické nebo racionální úvahy. *Kategorizace musí být vždy vystavěna tak, aby se kategorie u každé proměnné vždy vzájemně vylučovaly, a zároveň pokrývaly všechny možnosti. Každá zkoumaná jednotka musí být zařaditelná vždy do právě jedné kategorie dané proměnné (tamtéž).*

3.6. Kódovací manuál

1. **Periodikum:** Mladá fronta DNES (MfD), Deník (Deník)
2. **Datum:** den, měsíc a rok zveřejnění článku
3. **Umístění ve vydání:** číslo strany
4. **Celkové vyznění článku (Mediaboard):** pozitivní (PO), negativní (NE), neutrální (NT), ambivalentní (AM), neznámý (NM)
5. **Vyznění pro Pirátskou stranu:** pozitivní (PO), negativní (NE), neutrální (NT), ambivalentní (AM), neznámý (NM)

Výše jsme si stanovili proměnné a jejich kategorie, které budeme sledovat u jednotlivých textů a zaznamenávat do tabulky v programu Excel. Všechny sledované články vyhledáme pomocí nástroje pro analýzu tisku Mediaboard. Vyhledání zkoumaných textů pomocí nástroje proběhne tak, že do něj zadáme vždy pevně ohraničený datum a čas a vybraná tištěná periodika. Abychom dostali skutečně relevantní výsledky pouze pro Středočeský kraj, tištěná periodika jsme si nadefinovaly následujícím způsobem: MF DNES – Střední Čechy včetně příloh a speciálů a dále jedenáct titulů vycházející v denní periodicitě ve Středočeském kraji pod značkou Deník. Tedy Pražský deník (společný pro hlavní město Praha a okresy Praha-východ a Praha-západ) a dále Boleslavský, Benešovský, Nymburský, Kolínský, Kutnohorský, Kladenský, Berounský, Rakovnický, Příbramský a Mělnický deník. Získané výsledky pak ručně očistíme o veškeré nesouvisející články a duplicity, které by mohly vzniknout opakováním některých textů ve více vydáních. Pokud vyšel stejný článek například v Pražském i Berounském deníku, započítáme ho vždy pouze jednou. Analýza bude tedy obsahovat všechny unikátní texty, které obsahovaly výraz Piráti ve všech možných pádech a tvarech. Samotný výraz Pirátská strana vyhledávat nebudeme, protože ze zkušenosti předpokládáme, že pokud by se v textech vyskytoval, tak spolu s častěji využívaným výrazem Piráti. Celkovou tonalitu neboli sentiment jednotlivých zpravodajských a publicistických textů budeme dál analyzovat pomocí vlastního nástroje aplikace Mediaboard, který strojově (pomocí algoritmů a klíčových slov) dělí texty do pěti základních kategorií – pozitivní, negativní, neutrální, ambivalentní a případně neznámý. Zde je nutné dodat, že samotné označení vyznění textu například jako negativní nemusí nutně znamenat, že vyznívá negativně vůči Pirátům. Proto jako poslední proměnnou zvolíme vyznění článku pro Pirátskou stranu. Aby se nám s výsledky snáz pracovalo, budeme po zralé úvaze vybírat ze stejných kategorií jako u předchozí kategorie a zvolíme možnost, která je z našeho pohledu nejvhodnější. Je však možné, že velká část článků s celkovým negativním či pozitivním sentimentem budou mít stejné vyznění i ve vztahu k Pirátům. Analýzou také zjistíme, jakou prioritu každý text měl, podle umístění ve vydání.

4. Analytická část

4.1. Mediální obraz Pirátů v MF DNES v roce 2020

Od 18. září do 1. října 2020 vyšlo v MF DNES – Střední Čechy celkem 15 relevantních článků obsahující výraz Piráti vztahující se k Pirátské straně. Z hlediska celkového vyznění vyhodnotil nástroj Mediaboard jeden článek jako pozitivní, osm hodnotil negativně, pět neutrálně, jeden ambivalentně a u žádného článku neshledal sentiment jako neznámý. Ve vztahu k Pirátům lze z našeho pohledu považovat pět článků za pozitivní, čtyři za negativní, šest za neutrální a ani jeden za ambivalentní nebo neznámý.

MfD	počet článků	procenta (%)
celkově	15	100
pozitivní	5	33,3
neutrální	6	40
ambivalentní	0	0
negativní	4	26,7
neznámý	0	0

Zdroj: zpracováno autorem dle údajů databáze Mediaboard

Z hlediska celkového vyznění článků vyhodnotil nástroj jako pozitivní pouze redakční článek *Senioři mohou dnes v hotelu grilovat politiky* o předvolební besedě s politiky za kulatým stolem, kterou pořádala Krajská rada seniorů Středočeského kraje (18. září 2020, s. 19). S tímto hodnocením jsme ve vztahu k Pirátům souhlasili i my, protože se v článku píše, že zástupci Pirátů přislíbili svou účast a chtějí se seniory diskutovat o tom, jak zlepšit život středočeských důchodců v oblasti dopravy, dostupnosti zdravotní péče nebo cestování, což lze považovat za vstřícný krok k této skupině obyvatel.

Pozitivní vyznění jsme shledali také u článku *Ano podle volebního modelu vede, ale ztratilo*, který zmiňuje, že preference Pirátů mezi voliči sílí (21. září 2020, s. 2). Dále pak také poměrně nekonfliktní rozhovor s *kapitánem pirátské flotily*, tedy lídrem středočeské kandidátky do krajských voleb Jiřím Snížkem, s titulkem „*Chceme do vedení kraje*“ (22. září 2020, s. 16). Pozitivní konotace pro Piráty jsme spatřovali také v článku *Z hospody v deset, nařídil nový ministr*, kde předseda Pirátské strany Ivan Bartoš kritizuje *plošné přitvrzování* opatření proti šíření koronaviru jako neopodstatněná a vymezuje se proti

rozhodnutí nového ministra zdravotnictví Romana Prymuly (24. září 2020, s. 2). Pro úplnost uvedeme i poslední námi pozitivně hodnocený článek, který se nesl v podobném duchu. Šlo o článek z 1. října 2020 (s. 3) o vyhlášení nouzového stavu a dalších restrikcích v souvislosti s šířením koronavirové infekce *U stolu v šesti lidech, zákaz plesů i zpěvu*, kde vystupuje pirátská opoziční poslankyně Olga Richterová a kritizuje vládu s tím, že *nouzový stav by měl být až poslední možností*.

Musíme konstatovat, že šíření koronavirové epidemie a související vládní restrikce byly v té době mediálně důležitým tématem. Z osmi článků, jejichž celkové vyznění hodnotil nástroj jako negativní, se pět týkalo právě šíření koronaviru. Jednoznačně negativní, a to i pro Piráty, byl například článek *Praha je červená, hrozí nouzový stav*, který zmiňuje zmatky v komunikaci pražského pirátského primátora Zdeňka Hříba ohledně vyhlášení distanční výuky ve školách (19. září 2020, s. 1). Dalším koronavirovým textem s negativním vyzněním pro Piráty je článek *Jen s testem. Rakousko omezuje Prahu* o tom, že Praha patří mezi nejrizikovější oblasti z hlediska šíření viru a primátor Hřib v něm upozorňuje, že v případě nedostatku lůžek v nemocnicích má město připravenou nouzovou variantu – umístit nakažené do tělocvičen a na internáty. V dalších člancích o nemoci covid-19 s celkovým negativním sentimentem ale Piráti velmi často figurují pouze jako respondenti, případně někdy dokonce vládní protiepidemická opatření kritizují jako neodůvodněná, což mohlo naopak u části čtenářů vyvolat dojem jejich spíše pozitivní role.

Jednoznačně negativně pak podle nás pro stranu vyzníval článek *Tajemník vyvolal emoce*. Ten pojednává o nevalné reputaci Martina Suchánka, který měl nastoupit na post nového šéfa městského úřadu Kutné Hory a zároveň figuroval na kandidátce Pirátů do blížících se podzimních krajských voleb (24. září 2020, s. 21).

Pro úplnost uvádíme ještě poslední článek, který lze ve vztahu k Pirátům považovat za vysloveně negativní. Šlo o rozhovor reportéra MF DNES Petra Koláře s Václavem Klausem mladším z hnutí Trikolóra a titulkem *Doufám, že volby nezruší*. Klaus v jedné z odpovědí kriticky upozorňuje na minulost šéfa Pirátů: *Tady máme pana Bartoše, který se v mládí účastnil akcí Antify, což jsou extremisti, kteří mlátí lidi. A je to respektovaný předseda politické strany* (19. září 2020, s. 5).

Jako příklad neutrálního článku uvádíme rozhovor s předsedou hnutí STAN Vitem Rakušanem, který dostal titulek *Nejbliž jsou nám Piráti*. Šéf Starostů v něm nevyloučil

krajskou koalici s hnutím ANO a hovoří o plánovaném sblížení s Piráty, respektive o předvolební koalici pro sněmovní volby v roce 2021 (22. září 2020, s. 4).

4.2. Mediální obraz Pirátů v MF DNES v roce 2021

Od 24. září do 7. října 2021 vyšlo v MF DNES – Střední Čechy celkem 37 relevantních článků obsahující výraz Piráti vztahující se k Pirátské straně. Z hlediska celkového vyznění vyhodnotil nástroj Mediaboard jeden článek jako pozitivní, třináct jako negativní, čtrnáct jako neutrální, pět jako ambivalentní a u čtyř uvedl sentiment neznámý. Ve vztahu k Pirátům lze z našeho pohledu považovat jeden článek za pozitivní, sedm za negativní, šestnáct za neutrální, devět za ambivalentní a čtyři hodnotíme z hlediska sentimentu také jako neznámé.

Tabulka č. 2 Počet a vyznění článků ve vztahu k Pirátům		
MfD	počet článků	procenta (%)
celkově	37	100
pozitivní	1	2,7
neutrální	16	43,2
ambivalentní	9	24,3
negativní	7	18,9
neznámý	4	10,8
Zdroj: zpracováno autorem dle údajů databáze Mediaboard		

Za jednoznačně pozitivní jsme označili stejně jako Mediaboard pouze článek *Jak na klima? Podpora jádra*, kde autorky píší, že Piráti a STAN nevidí budoucnost v jaderné energetice, ale chtějí *prosadit, aby Česko odstoupilo od spalování uhlí nejpozději do roku 2033* a citují pirátskou poslankyni Danu Balcarovou. Dále odkazují na analýzy Hnutí Duha, podle které mají Piráti a STAN druhý nejekologičtější program, hned za Zelenými (24. září 2021, s. 4). Takové konstatování lze za daných okolností považovat za pozitivně hodnotící soud.

Pokud jde o skupinu celkově negativně zbarvených článků, i zde se stejně jako v roce 2020 opakoval motiv boje s covidem-19. Sem bychom mohli zařadit i negativně laděný článek *Kandidát na ministra zdravotnictví tají, zda se očkoval* (27. září 2021, s. 2), v němž se píše, že kandidát Pirátů do sněmovny Ondřej Dostál jako jediný z dotázaných odmítl v anketě

odpovědět na otázku ohledně očkování s vysvětlením, že *jde o citlivý zdravotní údaj a právo na soukromí považuje za důležité*.

Dále můžeme zmínit například články *Jaký máte plán boje s covidem?* (27. září, s. 3) nebo *Lockdown už nebude, shodli se politici. Jaké mají plány?* (27. září, s. 1). Oba jsme však hodnotili ve vztahu k Pirátům spíš jako ambivalentní.

Pomineme-li epidemií koronaviru, velmi negativně pro Piráty vyzníval článek, který se objevil na titulní straně MF DNES v průběhu předvolebního týdne. Hned v úvodu upozorňoval, že lídr Pirátů Bartoš pohořel ve vědomostním kvízu, který byl součástí předvolební debaty lídrů, když nevěděl, jaký je nejvyšší bod Česka: *Ted' jste mě zaskočili. Smrk?* cituje deník Bartošovu rozpačitou reakci (5. října 2021, s. 1).

Negativně pro Piráty vyzníval také další článek o řešení bytové krize *Drahé byty? „Vyřešíme“*. Redaktor v něm upozorňuje na výrok mladoboleslavského poslance a trojky koaliční kandidátky Pirátů a STAN Františka Kopřivy (6. října 2021, s. 16). Kopřiva totiž na sociální síti Twitter naznačil, že by se Česko mohlo inspirovat výsledkem nedávného referenda, v němž se obyvatelé Berlína vyslovili pro vyvlastnění bytů velkých pronajímatelů. *Pokuty za neobsazené byty či zdanění bytů. Žádný z těchto rudých nesmyslů nepodpoříme*, reagoval v článku místopředseda ODS Martin Kupka.

Mezi zvláště kritické pak patřila ve vztahu k Pirátům i glosa *Mráz už přichází i z „Leningrazu“* uvedená v kontextu nebývalého úspěchu rakouských komunistů ve volbách do zastupitelstva druhého největšího rakouského města Grazu. Autor glosy Miroslav Korecký v ní zmiňuje v souvislosti s řešením bytové krize v Praze i pirátské recepty: *Společné ale mají tyto recepty i to, že jsou lákavé, zejména pro mladší generaci, která na problém s dostupným bydlením naráží nejčastěji. Vidíme to i u domácích Pirátů, kteří zatím v podobě pokusných balonků vypouštějí různá levičácká řešení bytové otázky. Pro pravici a vůbec strany, které snad ještě úplně nezavrhly tržní ekonomiku, je to bití na poplach* (30. září 2021, s. 10).

Pokud jde o typicky neutrálně hodnocené články, můžeme zmínit třeba *Kdo také chce váš hlas* (30. září 2021, s. 3) nebo *V každém případě jít k volbám* (1. října 2021, s. 10).

Jako články s ambivalentním vyzněním byly dále označeny články *Zálezet bude na malých. Kdo uspěje?* (30. září 2021, s. 10) nebo *Dohoda o Turówu se zasekla. Co dál, nejasné* (2. října 2021, s. 4) a také *Lidé chtějí kroužkovat a měnit kandidátky* (4. října 2021, s. 5). O

předvolebním rozhovoru s premiérem Andrejem Babišem bychom však ve vztahu k Pirátům mohli hovořit jako o ambivalentním jen těžko. Premiér a předseda hnutí ANO v něm den před volbami 7. října říká, že o koalici bude jednat se všemi kromě Pirátů. A na jejich adresu také dodává: *Každý, kdo chce volit SPOLU, by si měl uvědomit, že hlas pro Fialu je hlas pro tu fanatickou partu Pirátů ve vládě. Těch Pirátů, kteří budou všechno omezovat, zakazovat a diktovat nám, jak máme žít, a kteří chtějí předat svrchovanost ČR europarlamentu a jiným zemím* (7. října 2021, s. 1 a 2).

Všechny čtyři texty označené shodně neznámým sentimentem byly spíše grafickou upoutávkou na volební superdebatu serveru iDnes.cz, kde se objevila pouze jména lídrů stran, včetně volebního lídra Pirátů a Starostů Ivana Bartoše. Nešlo však o placenou inzerci, a proto jsme tato sdělení do statistiky započítali.

4.3. Mediální obraz Pirátů v MF DNES v roce 2022

Od 9. září do 22. září 2022 vyšlo v MF DNES – Střední Čechy celkem 14 relevantních článků obsahující výraz Piráti vztahující se k Pirátské straně. Z hlediska celkového vyznění nevyhodnotil nástroj Mediaboard žádný z nich jako čistě pozitivní, pět hodnotil negativně, pět neutrálně, čtyři jako ambivalentní a žádný z nich neoznačil sentimentem neznámý. Ve vztahu k Pirátům lze z našeho pohledu považovat dva za pozitivní, dva za negativní, osm jako neutrální, dva za ambivalentní a žádný z nich jsme neoznačili neznámým sentimentem.

Tabulka č. 3 Počet a vyznění článků ve vztahu k Pirátům		
MfD	počet článků	procenta (%)
celkově	14	100
pozitivní	2	14,3
neutrální	8	57,1
ambivalentní	2	14,3
negativní	2	14,3
neznámý	0	0
zdroj: zpracováno autorem dle údajů databáze Mediaboard		

Velmi negativně ve zkoumaném období vyznívaly vůči Pirátům zejména dva články reportéra Petra Koláře. První ukázkou byl rozhovor s předsedou ČSSD Michalem Šmardou z 14. září, kde Šmarda na otázku ohledně relativně nízkých preferencí ČSSD před nadcházejícími senátními a komunálními volbami odpovídá: *V klíčových místech máme fakt*

kvalitní kandidátky. Například v Praze si myslím, že jsme přišli s velice prospěšným projektem koaliční spolupráce mezi ČSSD, Stranou zelených, Budoucností a Idealisty. Kandidátkou na primátorku je Anna Šabatová, což je respektovaná osobnost. Když se na tu kandidátku podíváte, jsou tam sami lidé, kteří jsou celý život zvyklí pomáhat lidem v nouzi. Tím se liší od kandidátek ostatních. Ať už jsou to kandidátky SPOLU, Pirátů, STAN nebo dalších, jsou tam lidé spojení s velkými korupčními kauzami. Praha trpí nepořádkem na magistrátu. Velké problémy města se neřeší prostě proto, že se lidé na magistrátu neustále zaplétají do nejrůznějších průšvihů (14. září 2022, s. 4).

O den později 15. září vyšel také kriticky laděný předvolební rozhovor s předsedou Pirátů a ministrem Ivanem Bartošem, kde musel lídr strany obhajovat některé nepopulární vládní kroky a čelit ostrým otázkám, zda nemá obavy, že *ve volbách doplatí vládní strany na nečinnost při řešení energetické krize*, nebo jestli v komunálních volbách *neuškodí Pirátům i to, že ve vládě nejsou příliš výrazní* (15. září 2022, s. 4).

Je nutné zdůraznit, že některé články vyhodnocené nástrojem prvotně jako celkově negativně laděné (kvůli užitým výrazům a jazyku) nebyly kritické vůči Pirátům jako straně, i když v nich Piráti určitou roli zastupovali. Do této kategorie bychom mohli zařadit anketu *Parkování jako zaklínadlo*, v níž kandidáti na starostu Kutné Hory chválí novou městskou knihovnu a zdůrazňují potřebu řešení dopravní situace (12. září 2022, s. 14). Ten jsme nakonec hodnotili jako neutrální. Jako zástupce typicky neutrálních článků můžeme zmínit také výsledky průzkumu volebních preferencí *ANO by ve volbách mělo 30 procent* (12. září 2022, s. 2). Zajímavé je, že i v tomto období můžeme najít jeden relevantní článek, který se věnoval v té době už oslabující koronavirové krizi, konkrétně očkování proti covidu-19, s titulkem *Jsou vylepšené, ale Středočechy nelákají*, kde redaktorka MF DNES Jaroslava Šašková cituje náměstkyni ministra zdravotnictví Josefa Pavlovce (17. září 2022, s. 12). I jeho vyznění bylo označeno jako neutrální.

Jako typicky ambivalentní jsme označili krátký redakční text *Piráti: Nižší DPH u zeleniny, vyšší u sladkých nápojů* (17. září 2022, s. 2).

Za zmínku také stojí, že ve sledovaném období prvotní výběr neobsahoval ani jeden jednoznačně pozitivní článek. Po bližším přezkoumání jsme ale našli dva texty, které ukazovaly Piráty v pozitivních rolích. Zaprvé šlo o redakční text *Zapřela kmotra. A skončí*, který pojednával o následcích pražské korupční kauzy Dozimetr a odstoupení poslankyně opozičního hnutí ANO Jany Mračkové Vildumetzové z funkce místopředsedkyně

sněmovny. K odstoupení jí předtím kvůli jejím vazbám na podsvětí vyzval i předseda Pirátů Bartoš (9. září 2022, s. 6). A pro úplnost zmiňme i druhý pozitivně vyznívající článek *Lídrům vadí, že Svoboda za sebe posílá náhradníky*, kde pražští lídři Pirátů, Prahy sobě, STAN a Solidarity vyzývají dopisem volební jedničku koalice Spolu Bohuslava Svobodu, aby přišel do společné předvolební debaty, což lze vnímat jako jejich pozitivní roli (14. září 2022, s. 3). I v tomto textu je opět zmíněna kauza Dozimetr, jejíž vyšetřování na sebe strhlo po červnové razii kriminalistů na pražském magistrátu velkou pozornost. Doslova se v něm v této souvislosti píše: *V debatách přitom nevystupuje ani dvojka kandidátky SPOLU Jiří Pospíšil (TOP 09), který v poslední době čelí kritice kvůli kontaktům s podnikatelem Michalem Redlem stíhaným v kauze Dozimetr.*

4.4. Mediální obraz Pirátů v Deníku v roce 2020

Od 18. září do 1. října 2020 vyšlo ve středočeském Deníku 28 relevantních článků obsahující výraz Piráti vztahující se k Pirátské straně. Z hlediska celkového vyznění vyhodnotil nástroj Mediaboard tři články jako pozitivní, deset označil jako negativní, jedenáct neutrálně, čtyři ambivalentně a žádný z nich neoznačil sentimentem neznámý. Ve vztahu k Pirátům lze z našeho pohledu považovat čtyři z nich za pozitivní, osm za negativní, třináct jako neutrální, tři jako ambivalentní a žádný jsme neoznačili neznámým sentimentem.

Deník	počet článků	procenta (%)
celkově	28	100
pozitivní	4	14,3
neutrální	13	46,4
ambivalentní	3	10,7
negativní	8	28,6
neznámý	0	0

Zdroj: zpracováno autorem dle údajů databáze Mediaboard

Stejně jako v MF DNES pozorujeme v září a říjnu 2020 i v Deníku častou frekvenci negativně laděných článků týkajících se tématu boje proti koronaviru a s tím spojených restrikcí. Typicky negativní byly podle nás například články *Rodiče roušky ve třídách odmítají*, *Hřib je schvaluje* (18. září 2020, s. 2). Dále také článek *Hřibův tweet zmátl školy i rodiče* (19. září 2020, s. 1) věnující se nejasné komunikaci pražského primátora v kritické době, což je moment, který reflektoval i předchozí zkoumaný deník MfD. Redakce Deníku se ke komunikačním zmatkům Zdeňka Hřiba vrátila také v podobně laděném článku *Povinné roušky se znovu vrátily na venkovní akce* (22. září 2020, s. 3).

Pokud opustíme téma epidemie, spíše negativně pro stranu dále vyzníval článek *Klidné bydlení se změnilo v peklo* (21. září 2020, s. 3), kde se píše, že obyvatelé jedné z ulic v pražských Kyjích jsou zoufalí z rozšíření dětského hřiště, kvůli kterému musí strpět pištění, křik, hlasitou hudbu a výkaly. Místní jsou v článku vykreslováni jako oběti dětského hřiště ležícího na pozemku hlavního města a stěžují si, že pražští radní, včetně piráta Adama Zábranského na jejich výzvy nereagují.

Jako neutrální jsme označili například články *Podpora hnutí ANO klesá* (21. září 2020, s. 4), *Kandidáti se představí v předvolební debatě Deníku* (22. září 2020, s. 1), *Volební debata*

lídrů (24. září 2020, s. 1) a *Kandidáti na hejtmana kraje odpovídali na otázky Deníku* (1. října 2020, s. 1).

Uvedeme zde také dva příklady ambivalentního vyznění vůči Pirátům. Tímto sentimentem jsme označili například článek *Dluh městu tenistům ze Sparty zůstává, o naději ale nepřišli* o vyhlídkách kutnohorského tenisového klubu, kde figuruje v nejednoznačné roli pirátský místostarosta Vít Šnajdr (21. září 2020, s. 2), a dále také text *Hřib apeloval na Pražany*, kde pražský primátor na jednu stranu uklidňuje obyvatele hlavního města, ale zároveň hrozí, že kvůli epidemii koronaviru může dojít k zahlcení nemocničních lůžek (21. září 2020, s. 1).

Pozitivní konotace jsme v tomto období vyhodnotili u čtyř článků. Zmíníme opět jen několik příkladů. Jednoznačně jde o článek *Nejmenší rizika korupce má Praha 3*, kde vládla koalice TOP 09, STAN, Pirátů a Zelených (23. září 2020, s. 2). A dále text s titulkem *Jste v karanténě? Volit můžete. Třeba z auta*, kde si pozitivní roli Pirátů vykládáme tím, že jejich poslanci apelují na prosazení korespondenční volby. *Kromě zemí Balkánského poloostrova jsme jediným evropským státem, který nemá tuto variantu v právním řádu*, uvedl v článku pirátský místopředseda sněmovny Vojtěch Pikal (25. září 2020, s. 3).

4.5. Mediální obraz Pirátů v Deníku v roce 2021

Od 24. září do 7. října 2021 vyšlo ve středočeském Deníku 29 relevantních článků obsahující výraz Piráti vztahující se k Pirátské straně. Z hlediska celkového vyznění nevyhodnotil nástroj Mediaboard žádný z článků jako pozitivní, jedenáct označil jako negativní, třináct jako neutrální, tři ambivalentní a dva označil sentimentem neznámý. Ve vztahu k Pirátům lze z našeho pohledu považovat dva články za pozitivní, šest za negativní, dvanáct za neutrální, devět za ambivalentní a žádný jsme neoznačili sentimentem neznámý.

Tabulka č. 5 Počet a vyznění článků ve vztahu k Pirátům		
Deník	počet článků	procenta (%)
celkově	29	100
pozitivní	2	6,9
neutrální	12	41,4
ambivalentní	9	31
negativní	6	20,7
neznámý	0	0
Zdroj: Zpracováno autorem dle údajů databáze Mediaboard		

Je zjevné, že téma koronavirové epidemie v Deníku na podzim 2021 oproti prvnímu roku života v epidemii mírně ustoupilo blížícím se sněmovním volbám. Ze zkoumaného vzorku je patrné, že se noviny častěji zajímaly o témata jako programové průniky kandidujících stran nebo možné povolebním uspořádání vlády.

Za negativně laděný považujeme článek *Blamáž. Radnice stále stojí miliardu* o přípravě kontroverzního projektu nové radnice Prahy 10 (24. září 2021, s. 5). Druhý den vyšla v Pražském deníku ještě rozšířená verze článku s vyšší prioritou a lehce pozměněným titulkem *Blamáž? Radnice stále stojí miliardu* (25. září 2021, s. 5). V obou článcích jsou Piráti součástí koalice, která kritizovala předraženou radnici, ale po vyhraných volbách nedokázala najít slibované levnější řešení.

Podobně jako v Mladé frontě DNES i v Denících se v tomto období objevily články rozebírající příspěvek pirátského poslance Františka Kopřivy o vyvlastňování bytů a inspiraci Berlínem. Poslanec se za něj omluvil, ale rozjetou vlnu zastavit už nedokázal. Tady zmiňme komentář Martina Komárka *Vyvlastnit volné byty?* (1. října 2021, s. 4), ale i rozhovor redaktorky Deníku Kateřiny Perknerové s premiérem Andrejem Babišem (30. září 2021, s. 5). Babiš o Pirátech doslova říká: *Jsou to nebezpeční sociopati. Michálek, Wagenknecht, Dostál. Kopřiva chce vyvlastňovat byty jako v Berlíně. Hřib bude stavět záchody pro třetí pohlaví. Peklo.*

Některé články se silným vyzněním proti Pirátům jsme ale do statistiky stejně jako v předchozích obdobích nezapočítávali, protože šlo o články označené jako placená inzerce a jejich zadavateli byly konkurenční politické strany. Tady šlo například o negativně laděný článek *Blondýna z Bruselu* europoslankyně Dity Charanzové (zvolena za ANO) z 24. září, která na s. 2 Pražského nebo Benešovského a dalších deníků kritizovala evropské Zelené a Piráty, že chtějí zakázat některá antibiotika pro hospodářská zvířata, čímž by veterináři přišli o možnost ulevit zvířatům od bolesti. Kritika se na Piráty snášela ve vydání Pražského deníku ze stejného dne i na inzertně označené s. 8. Předsedkyně uskupení Trikolóra, Svobodní, Soukromníci Zuzana Majerová Zahradníková tam hrozí, že *Pokud se ujmou vlády mladí levičáci od Pirátů nebo nezodpovědní političtí dinosauři a bruselští patolízalové,*

odskáčou to občané i firmy zvyšováním daní. Ani tento článek jsme ze zřejmého důvodu nezapočítali.

Za neutrální jsme označili některé zpravodajské texty jako například *Do boje o poslanecký post jdou i dvě desítky Rakovničanů* (1. října 2021, s. 2) nebo *Rozhodnutí se blíží. Kdo bude premiérem?* (25. září 2021, s. 5).

Jako ambivalentní jsme označili například článek *Noty se ladí na Hradě* (24. září 2021, s. 7) nebo *Babiš se hádal s Bartošem. Fiala se jen smutně usmíval* (30. září 2021, s. 6).

Pozitivně vyznívající články jsme našli dva. Prvním z nich byl rozhovor s ekonomem o daňových rájích a celosvětové kauze Pandora Papers, v níž figuroval i premiér a předseda hnutí ANO Andrej Babiš (6. října 2021, s. 4). V druhé části článků vystupuje předseda Pirátů Ivan Bartoš jako kladný hrdina, když Babišovu podezřelou transakci z roku 2009 ostře kritizuje. *Babiš vypral téměř 400 milionů přes firmy v daňových rájích*, cituje předsedu Pirátské strany Deník. Druhý kladně hodnocený článek pochází ze 7. října 2021 (s. 1) a pod titulkem *První ze zelených pásů podél budoucí dálniční spojnice vznikne u Běchovic* se píše o tom, že vedení hlavního města udělalo další důležitý krok pro vybudování městského okruhu. *Primátor Zdeněk Hřib (Piráti) označil iniciativu hlavního města kolem zelených pásů za ostrý kontrast k aktivitě vlády.*

4.6. Mediální obraz Pirátů v Deníku v roce 2022

Od 9. září do 22. září 2022 vyšlo ve středočeském Deníku 27 relevantních článků obsahující výraz Piráti vztahující se k Pirátské straně. Z hlediska celkového vyznění vyhodnotil nástroj Mediaboard dva články jako pozitivní, šest jako negativní, třináct hodnotil neutrálně, čtyři jako ambivalentní a u dvou vyhodnotil sentiment jako neznámý. Ve vztahu k Pirátům lze z našeho pohledu považovat sedm článků za pozitivní, žádný z nich za vysloveně negativní, patnáct za neutrální, pět jako ambivalentní a žádný z nich jsme neoznačili sentimentem neznámý.

Deník	počet článků	procenta (%)
celkově	27	100
pozitivních	7	25,9
neutrální	15	55,6
ambivalentní	5	18,5
negativní	0	0
neznámý	0	0

Zdroj: zpracováno autorem dle údajů databáze Mediaboard

V posledně zkoumaném období jsme poprvé nenalezli žádný článek, jehož vyznění bychom mohli ve vztahu k Pirátům považovat za vysloveně negativní. Pokud jde o další kategorie, převažovaly neutrální články. U velké části zpravodajských textů můžeme neutrální vyznění předpokládat už po přečtení titulku. Například *V Čáslavi kandiduje devět stran* (9. září 2022, s. 2), *Na Summitu stavebního rozvoje se utkají kandidáti na primátora* (14. září 2022, s. 3) nebo *O výměnu řidičáku či vydání nového si lidé zažádají i přes web* (14. září 2022, s. 7) a další.

Jako typicky ambivalentní text jsme vybrali například *Město pomůže lidem v nouzi. Podpora je pomalá, tvrdí opozice* (10. září 2022, s. 2), kde Piráti vystupují v pozitivní roli, protože jsou součástí pražské koalice, která pomoc obyvatelům zasaženým inflací schválila. Ale zároveň jsou ostře kritizováni opozicí včetně ODS kvůli tomu, že radnice čekala až do voleb a opomíjí některé skupiny obyvatel. A také *Metro zdarma je populistický návrh, shodují se větší strany* (22. září 2022, s. 2), kde je role Pirátů také nejednoznačná. Primátor Zdeněk Hřib sice odmítá návrh nové strany Motoristé sobě, aby cestování metrem bylo v metropoli

zcela zdarma, ale zároveň se ukazuje ve světle racionálního politika, který říká, že *volební sliby musí být zasazeny do reálného ekonomického rámce, jinak jde o obyčejný populismus*.

Jako příklad typicky pozitivního článku uvádíme v tomto období text o oživení vodních toků ve Středočeském kraji *V potocích a říčkách přibude pstruhů. Kraj přispěl na jejich záchranu* (10. září 2022, s. 2). Zásluhy na zarybňovacím projektu si totiž v článku připisuje pirátská radní pro oblast životního prostředí Jana Skopalíková. Mezi pozitivní články jsme dále zařadili i *Vodákům povolí pít* (10. září 2022, s. 5) a pak také krátkou zprávu *SPD a Vondráček rozšiřují ruský a čínský vliv* (14. září 2022, s. 4), kde stojí, že podle analýzy Bezpečnostního centra Evropské hodnoty *opačného skóre dosáhli především Piráti včetně nynějšího ministra zahraničních věcí Jana Lipavského*.

4.7. Srovnání Mladé fronty DNES a Deníku

Ze získaných výsledků vyplývá, že MF DNES otiskla v průběhu tří zkoumaných období dohromady 66 článků, kde figurovala Pirátská strana, nejčastěji však její zástupci. Oproti tomu Deník dal Pirátům větší prostor a před volbami otiskl celkem 84 článků, v nichž byli Piráti alespoň jednou zmíněni. Zajímavé je, že v obou novinách byly nejsilněji zastoupené zprávy s neutrálním vyzněním. MF DNES jich otiskla 30 a Deník dokonce 40. Statisticky nejméně bylo naopak zpráv s neznámým sentimentem, ale ty ponechme stranou. Jak už jsme napsali, všechny čtyři články hodnocené jako neznámé byly v podstatě grafickou upoutávkou na předvolební debaty MF DNES a přidruženého internetového serveru iDnes.cz a vyskytovaly se pouze v průběhu jednoho období – před sněmovními volbami v roce 2021. Šlo tedy o specifickou kategorii, u níž nedokázal určit celkový sentiment ani nástroj Mediaboard, a z našeho pohledu bychom je mohli zařadit i do kategorie neutrálních textů. Ačkoli se nejednalo o klasické články, v upoutávkách se vyskytovalo jméno lídra Pirátů Ivana Bartoše, a proto dávalo smysl je do statistiky rovněž započítat. Jinak byla relevantní skupinou s nejmenším zastoupením v obou médiích kategorie pozitivních článků.

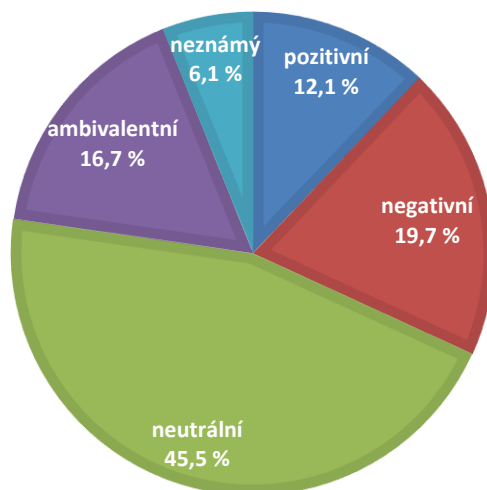
Pokud jde o srovnání těchto dvou periodik, zjistili jsme, že MF DNES otiskla vzhledem ke zkoumané politické straně dohromady 13 negativních a pouze 8 článků s pozitivním vyzněním, zatímco Deník otiskl 14 negativních a 13 pozitivních článků. To sice znamená, že Deník přinášel čtenářům o něco více negativních článků, ale poměr pozitivních a

negativních článků byl v těchto novinách vyrovnanější než u MF DNES. V Deníku bylo otištěno také více ambivalentních článků (17) než v MF DNES (11).

Jak jsme už upozornili, vyjádřeno prostým počtem přinesl Deník o v součtu o jeden negativně laděný text více než MF DNES, ale je důležité se na jednotlivé kategorie podívat i v procentuálním vyjádření. Pak zjistíme, že podíl negativně vyznívajících článků byl v MF DNES 19,7 procenta, zatímco v Deníku pouze 16,7 procenta. Současně otiskla MF DNES 12,1 procenta pozitivních článků, 45,5 procenta neutrálních a 16,7 procenta ambivalentních. Zbýlých 6,1 procenta tvořily články s neznámým sentimentem, respektive upoutávky na předvolební debaty, jak jsme vysvětlili výše. Deník otiskl ve svých jedenácti regionálních mutacích relevantních pro Středočeský kraj ve stejné době 15,5 procenta pozitivních článků, 47,6 procenta neutrálních a 20,2 procenta ambivalentních článků. Při pohledu na celkové výsledky můžeme tedy konstatovat, že MF DNES byla k Pirátům kritičtější než Deník, který současně přinesl o Pirátské straně více pozitivních zpráv, a to jak v číselném, tak v procentuálním vyjádření. Přesto můžeme říct, že podílové zastoupení jednotlivých námi zkoumaných kategorií (sentimentů) bylo až na mírné odchylky v obou denících víceméně podobné. To je patrné i při pohledu na následující grafy č. 1 a 2.

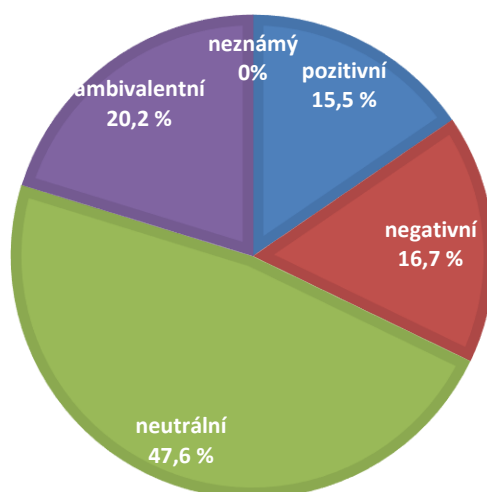
GRAF Č. 1 VYZNĚNÍ ČLÁNKŮ V MF DNES PRO PIRÁTY

■ pozitivní ■ negativní ■ neutrální ■ ambivalentní ■ neznámý



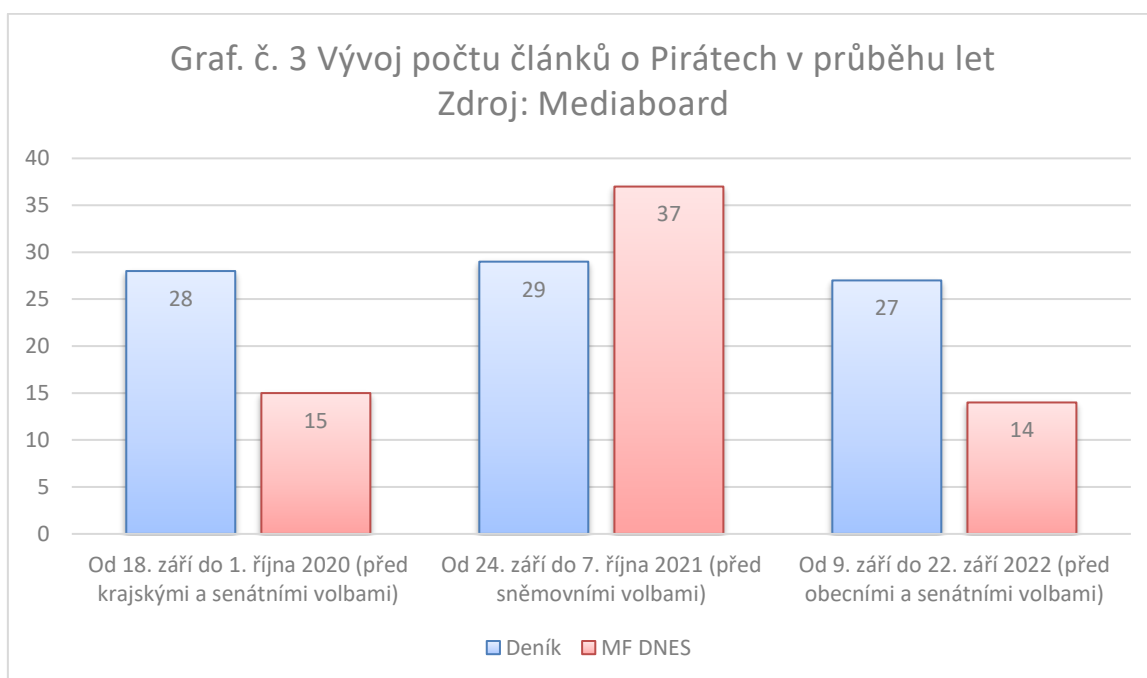
GRAF Č. 2 VYZNĚNÍ ČLÁNKŮ V DENÍKU PRO PIRÁTY

■ pozitivní ■ negativní ■ neutrální ■ ambivalentní ■ neznámý



Podíváme-li se na každé předvolební období zvlášť, zjistíme, že nejvíc relevantních článků o Pirátech bylo v obou médiích otištěno shodně před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 2021. MF DNES během čtrnácti dnů před volbami přinesla 37 článků obsahující výraz Piráti. Jak už bylo zmíněno, šlo o nejrůznější zpravodajské i publicistické texty vztahující se k politice a volbám nebo i rozhovory s představiteli Pirátské strany a jejich kandidáty, popřípadě i protikandidáty. Ve stejném období, tedy před sněmovními volbami 2021, otiskl Deník 29 článků vztahujících se k Pirátům, což představovalo u tohoto periodika rovněž

maximální naměřenou hodnotu v rámci tří zkoumaných let. Zároveň to ukazuje na mimořádný zájem médií o pokrývání agendy související se sněmovními volbami oproti volbám do obecních či krajských zastupitelstev nebo Senátu. Je však zapotřebí zdůraznit, že výraznější nárůst článků týkajících se Pirátů jsme v roce 2021 zaznamenali pouze u MF DNES, která se o Piráty před senátními a krajskými volbami 2020 a později při senátních a komunálních volbách 2022 tolik nezajímala. Oproti tomu u Deníku byla četnost článků ve všech tří letech přibližně srovnatelná, viz graf č. 3. To značí, že středočeské Deníky věnovaly přibližně stejnou pozornost jak volbám se silnou regionální provázaností, tedy senátním, krajským a obecním, tak volbám celostátním, tedy sněmovním.



To je se nám u Deníku jeví jako logické, protože jde z principu o výrazně regionální médium, zatímco Mladá fronta DNES představuje spíše prototyp klasického celostátního deníku, byť vychází v podobě krajských mutací, včetně sledovaného Středočeského kraje.

Dospěli jsme také k závěru, že nejpozitivnější mediální obraz měla Pirátská strana podle námi zaznamenaných výsledků v Deníku před senátními a komunálními volbami v roce 2022. V tomto dvoutýdenním období předcházejícím volbám nevydal Deník ani jeden článek, který bychom mohli označit ve vztahu k Pirátům za vysloveně negativní. Naopak vyšlo celkem sedm článků, které jsme hodnotili jako vysloveně pozitivní, což představuje absolutní rekord napříč všemi třemi lety. V žádném jiném období jsme jich tolik nenašli. Zároveň můžeme uvést, že obě periodika byla k Pirátům nejkritičtější před sněmovními

volbami 2021, kdy jsme u obou deníků zaznamenali nejvýraznější převis negativně laděných článků nad těmi pozitivními.

Vysledovali jsme také, jaká hlavní témata vyznívala pro Piráty nejvíce negativně a která naopak pozitivně. Zde můžeme konstatovat, že kriticky vyznívající články se před volbami zaměřovaly v obou denících na podobná témata. Tady uvedeme několik příkladů. Před volbami v roce 2020, tedy v prvním roce koronavirové epidemie, byly například v obou médiích často negativně zdůrazňovány komunikační zmatky pražského primátora Zdeňka Hříba z Pirátů ohledně opatření proti šíření viru způsobujícího nemoc covid-19. V následujícím roce se zase v obou médiích opakovaně psalo o nešťastném výroku pirátského poslance Františka Kopřivy, který Kopřiva vložil na svůj twitterový účet deset dní před volbami a uvedl v něm, že by se Česko mohlo inspirovat výsledkem berlínského referenda, v němž se obyvatelé hlavního německého města vyslovili pro vyvlastnění bytů velkých pronajímatelů. Z německých politických stran tento krok otevřeně podporovala pouze postkomunistická Levice, což jen přispělo k nálepkování Pirátů. Kopřiva byl za svůj výrok kritizován i spolustraníky, protože Piráti opakovaně vyvracely, že by pro vyvlastňování bytů zvedli v parlamentu ruku. Poslanec se za svá slova kvůli kritice po několika hodinách omluvil. To však nezabránilo tomu, aby se jeho výrok dál šířil v médiích a reagovali na něj jak komentátoři, tak političtí konkurenti. Naopak pokud šlo o pozitivně vyznívající články, výběr byl v obou periodících individuální a nevysledovali jsme u nich tematické překrývání jako u negativně laděných textů. Pro úplnost ale musíme také dodat, že ne vždy sledovali za negativním vyzněním textu vůči Pirátům záměr autora. Jistě to platilo pro některé glosy či komentáře. Ale například v případě rozhovorů, kdy se zpovídané osoby několikrát vymezovaly vůči Pirátské straně, byl vliv autora na výpověď respondenta omezený.

Podrobné výsledky pro všechna tři zkoumaná období a obě periodika zanesené do tabulek vytvořených v programu Excel jsme založili k nahlédnutí jako Přílohy č. 1 až 6 a k jejich čtení lze využít kódovací manuál uvedený na straně č. 35. Mimo námi již sumarizovaných výsledků z nich lze například zjistit, jakou prioritu měly konkrétní texty a v kolika případech se shodoval celkový sentiment článku vyzněním vůči sledovanému subjektu. Tabulky tedy mohou posloužit i jako podklady pro další výzkum.

4.8. Vyhodnocení hypotéz

Po provedení samotného výzkumu můžeme nyní přistoupit k ověření platnosti námi předem stanovených hypotéz, které jsme představili už v metodologické části práce.

H1: Články o Pirátské straně v Mladé frontě DNES ovládané Andrejem Babišem byly laděny více negativně než články v Deníku

Hypotézu číslo 1 můžeme po provedení zkoumání a vyhodnocení výsledků kvalitativní obsahové analýzy potvrdit. Jednak MF DNES otiskla větší podíl negativně laděných textů než Deník, což považujeme pro účely potvrzení hypotézy za dostatečně průkazné. A zadruhé podíl pozitivně vyznívajících textů vzhledem k Pirátské straně byl současně v tomto periodiku nižší než v Deníku, přičemž i poměr negativních a pozitivních článků považujeme za důležitý ukazatel celkového mediálního obrazu.

Při pohledu na výsledky analýzy ale nemůžeme říct, že by byl rozdíl v mediálním vyobrazení Pirátů mezi oběma deníky výrazný. MF DNES totiž otiskla 19,7 procenta negativních článků a Deník jen o něco méně, tedy 16,7 procenta. Rozdíl byl tedy pouze tři procentní body.

Pokud by však otázka zněla, zda MF DNES otiskla větší počet negativně laděných textů než Deník, museli bychom odpovědět, že tomu tak nebylo. U Deníku jsme totiž zaznamenali celkem 14 článků s negativním vyzněním, zatímco v MF DNES pouze 13.

H2: Články o Pirátské straně v Deníku byly laděny více pozitivně než články v Mladé frontě DNES

Hypotézu číslo 2 můžeme díky kvalitativní obsahové analýze jednoznačně potvrdit, jelikož Deník otiskl ve zkoumaných obdobích více pozitivních článků nejen v absolutním počtu (13 v Deníku a 8 v MF DNES), ale také v procentuálním vyjádření, kdy vidíme, že podílové zastoupení pozitivně vyznívajících textů bylo v Deníku 15,5 procenta a v MF DNES jen 12,1 procenta. Rozdíl byl tedy 3,4 procentního bodu. Stejně jako u předchozí hypotézy tedy můžeme doplnit, že nešlo o zvlášť významný rozdíl.

H3: Před sněmovními volbami 2021 vyšlo v obou denících více článků s odkazem na Pirátskou stranu než před volbami 2020 a 2022

Potvrdit můžeme také hypotézu číslo 3. K její verifikaci nám posloužila kvantitativní analýza, v rámci které jsme zkoumali četnost relevantních článků otištěných v průběhu tří po sobě jdoucích období. Tuto hypotézu se nám podařilo potvrdit u MF DNES i Deníku. Výsledky nám měly napovědět, zda lze skutečně v České republice považovat volby do

obecních či krajských zastupitelstev a Senátu z hlediska mediálního zájmu za takzvané volby druhého řádu, tedy méně důležité. A naopak volby do Poslanecké sněmovny za volby prvořadé. Pracovali jsme totiž s předpokladem, že s vnímáním vyšší důležitosti konkrétních voleb vrostle logicky počet politických článků zaměřených na jednotlivé strany a hnutí a jejich představitele ucházející se o hlasy voličů. K takovému zobecnění ale nejsou výsledky zkoumání pouze jednoho politického subjektu dostatečně průkazné. Navíc musíme dodat, že jsme výraznější nárůst počtu článků zmiňujících Piráty pozorovali pouze u MF DNES, která ve dvou týdnech před sněmovními volbami 2021 otiskla dokonce víc článků než za zbylá dvě období dohromady. To ovšem neplatí pro Deník, kde sice považujeme hypotézu také za potvrzenou, ale počet článků převyšoval ostatní roky 2020 a 2022 pouze o jednotky, viz graf č. 3. To značí, že volby, které mají silnou regionální provázanost – což bezpochyby komunální, krajské a také senátní volby jsou – se těší v Deníku srovnatelně intenzivnímu zájmu, jako volby do Poslanecké sněmovny.

Závěr

Hlavním cílem této diplomové práce bylo zjistit, jak se v průběhu let 2020, 2021 a 2022 proměňoval mediální obraz České pirátské strany na stránkách nejvýznamnějších tištěných titulů ve Středočeském kraji – Mladé fronty DNES a Deníku. V průběhu přípravy práce došlo po dohodě a v souladu s doporučením vedoucího práce také k rozšíření tématu a rozvedení analýzy do delšího časového horizontu než jeden volební rok, což nám umožnilo prozkoumat větší počet článků a dosáhnout relevantnějších výsledků. Výzkum má tedy větší vypovídací hodnotu, než jsme na úplném začátku předpokládali. S revizí předchozího záměru logicky souvisela také úprava názvu práce a odchýlení se od původně předložené teze.

Stěžejní úkol práce spočíval ve zjištění, jaký vliv měla na vyznění článků a vyobrazení České pirátské strany obě vydavatelství a jejich redaktoři a jak se mediální obraz Pirátů proměňoval v závislosti na typu voleb, od senátních a krajských voleb v roce 2020 přes volby do Poslanecké sněmovny 2021 až k volbám do obecních zastupitelstev a Senátu v roce 2022.

Postupně jsme označili a analyzovali v součtu 150 sebraných zpravodajských i názorových textů dotýkajících se Pirátské strany a jejich zástupců otištěných ve sledovaných novinách během celkem 42 předvolebních dnů. Ty nejvýraznější z nich jsme také zmínili. Na výzkumný vzorek jsme následně aplikovali kvantitativní a kvalitativní obsahovou analýzu. Výsledky jsme na konci analytické části shrnuli a podrobili je vzájemnému srovnání. Díky tomu jsme pak dokázali úspěšně odpovědět na všechny výzkumné otázky a potvrdili jsme platnost všech tří stanovených hypotéz.

Zjistili jsme například, že články v Mladé frontě DNES ovládané v té době podnikatelem a předsedou hnutí ANO Andrejem Babišem byly vůči Pirátům laděny více negativně než články v Deníku. A současně, že články v Deníku byly vůči Pirátům vstřícnější, respektive byly pro Piráty častěji pozitivní. Ačkoli rozdíly nebyly tak výrazné, jak jsme původně předpokládali. V Mladé frontě DNES byl podíl negativních článků vyšší pouze o 3 procentní body a na druhé straně v Deníku byl podíl pozitivních článků vyšší jen o 3,4 procentního bodu. Dále se nám podařilo zjistit, že nejvíce kritické byly k Pirátům v obou novinách články před sněmovními volbami v roce 2021, kdy jak v Mladé frontě DNES, tak v Deníku vyšel zároveň i největší počet článků odkazujících na Pirátskou stranu, čímž jsme potvrdili i poslední hypotézu. Ta předpokládala, že právě v období voleb do Poslanecké sněmovny bude frekvence článků vztahujících se k Pirátské straně nejvyšší. Výrazněji se to však

potvrdilo pouze v případě Mladé fronty DNES, kterou můžeme považovat za příklad klasického celostátního deníku. Oproti tomu Deník, který považujeme za silně regionální médium, věnoval senátním, krajským a obecním volbám přibližně stejnou pozornost jako volbám sněmovním, což je nejlépe vidět na grafickém znázornění. K tomu, abychom mohli s jistotou potvrdit, že mediální zájem o jednotlivé politické strany a jejich představitele stoupá s vnímáním důležitosti voleb uvnitř našeho politického systému, bychom ale potřebovali větší množství dat z více různých časových období i periodik a hlavně zohledňující i další kandidující politické strany a hnutí.

Jako vedlejší produkt analýzy se nám podařilo zjistit, že zkoumaná média se protínala, pokud šlo o tematickou agendu negativně laděných článků, které se v Mladé frontě DNES a Deníku často opakovaly. Naopak u článků, které jsme vyhodnotili jako pozitivně vyznívající, byl tematický výběr u obou periodik ve většině případů unikátní. Tedy zjednodušeně řečeno, novináři neprokazovali při ve výběru negativně laděných zpráv a událostí takovou originalitu, jako v člancích, které zahrnovaly pozitivní aspekty Pirátské strany a jejích politických aktérů.

Použitá literatura

Literatura

- BEDNÁŘ, Vojtěch. *Krizová komunikace s médii*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2012. 192 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3780-5.
- BERGER, P. L. a LUCKMANN, T. *Sociální konstrukce reality*. Vyd. 1. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 80-85959-46-1.
- GOFFMAN, E. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New Harper & Row, 1974. ISBN 0674316568.
- HALL, Stuart. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. SAGE Publications, 1997. ISBN 0761954325.
- JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. 413 s. ISBN 978-80-7367-466-3.
- LIPPMANN, Walter. *Public Opinion*. Free Press: New York, 1965 (1. vyd. 1922, 1. obnovené vyd. 1949).
- LIPPMANN, Walter. *Public Opinion*. Simon and Schuster, 1997. ISBN 0684833271.
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. 639 s. ISBN 978-80-7367-574-5.
- MORAVEC, Václav. *Proměny novinářské etiky*. Academia, 2020. ISBN 978-80-200-3111-2.
- REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7.
- SEMETKO, Holli A. a VALKENBURG, Patti M. „Framing European politics: A content analysis of press and television news“. In: *Journal of Communication*, 50 (2). 2000, s. 93–109.
- TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Portál, 2010. 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.
- TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. 191 s. ISBN 80-7367-096-8.
- IYENGAR, Shanto. *Is anyone responsible?: how television frames political issues*. Chicago: The University of Chicago Press, 1991. ISBN 0226388530.

Internetové zdroje

Aktuálně a ČTK. *Česká média si rozebrali magnáti. Podívejte se, kdo vlastní deníky, weby i televize.* Aktuálně.cz [online]. 2022 [cit. 2024-07-12]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/majitele-medii-v-cesku-noviny-weby-televize-kdo-vlastni/r~67160c86faff11e9ac60ac1f6b220ee8/v~sl:d84d5da5cc17ae540bb7e338b0bb1782/>.

ANDERSON, Nate. *Political pirates: A history of Sweden's Piratpartiet.* Ars Technica [online]. 2009 [cit. 2023-11-29]. Dostupné z: <https://arstechnica.com/tech-policy/2009/02/rick-falkvinge-is-the-face/>.

BARTELS, Henning. *Die Piratenpartei: Entstehung, Forderungen und Perspektiven der Bewegung.* Contumax Verlag [online]. Berlin, 2009 [cit. 2024-03-23]. Dostupné z: <http://ebooks.contumax.de/01-piratenpartei.pdf>

BARTOŠ, Ivan. *Volby do Evropského parlamentu 2014.* Piráti.cz [online]. 2014 [cit. 2024-06-15]. Dostupné z: <https://wiki.pirati.cz/volby/2014/start>.

BIDRMAN, Vojtěch. *Honzejk: ANO utrpělo úspěch, Piráti připomínají TOP 09. Senátní volby jsou čistá povinnost.* iRozhlas.cz [online]. 2022 [cit. 2024-07-06]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/volby/komunalni-a-senatni-volby-2022-petr-honzejk_2209251033_nov.

BRUNCLÍK, Miloš. *Pirátské strany: nový fenomén v politice.* Naše společnost, 8(1).pp.21-29. ISSN 1214-438. 2010 [cit. 2024-03-23]. Dostupné z: <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/cvvm/casopis-nase-spolecnost/prehled-clanku/63-2010-1/1156-piratske-strany-novy-fenomen-v-politice>.

Česká pirátská strana. *Nový pirátský hejtman Plzeňského kraje Rudolf Špoták: Chceme dokončit důležité projekty a otevřít kraj lidem.* Piráti.cz [online]. 2020 [cit. 2024-06-23]. Dostupné z: <https://www.pirati.cz/jak-pirati-pracuji/novy-piratsky-hejtman-plzenskeho-kraje-rudolf-spotak-chceme-dokoncit-dulezite-projekty-a-otevrit-kraj-lidem/>.

Česká pirátská strana. *Piráti odstartovali kampaň do senátních voleb. Představili první sedmičku kandidátů a kandidátek i jejich priority.* Piráti.cz [online]. 2022 [cit. 2024-07-06]. Dostupné z: <https://www.pirati.cz/jak-pirati-pracuji/pirati-odstartovali-kampan-do-senatnich-voleb-predstavili-prvni-sedmicku-kandidatu-a-kandidatek-i-jejich-priority/>.

Česká pirátská strana. *Piráti podpořili Davida Smoljaka v kandidatuře do Senátu. Koaliční kandidát Pirátů, STAN a TOP 09 chce nadále chránit nezávislá média v zemi.* Piráti.cz [online]. 2020 [cit. 2024-06-23]. Dostupné z: <https://www.pirati.cz/jak-pirati-pracuji/pirati-podporili-davida-smoljaka-v-kandidature-do-senatu-koalicni-kandidat-piratu-stan-a-top-09-chce-nadale-chranit-nezavisla-media-v-zemi/>.

Česká pirátská strana. Tisková zpráva. *Piráti na svém sjezdu zvolili předsedu. Stal se jím znovu Ivan Bartoš.* Piráti.cz [online]. 2022 [cit. 2024-06-13]. Dostupné z: <https://www.pirati.cz/jak-pirati-pracuji/pirati-na-svem-sjezdu-zvolili-predsedu-stal-se-jim-znovu-ivan-bartos/>.

Český statistický úřad. *Výsledky voleb a referend.* Volby.cz [online]. 2010 až 2022 [cit. 2024-06-16]. Dostupné z: <https://www.volby.cz>.

ČÍŽEK, Jakub. *Česká pirátská strana je oficiální.* Czech news center [online]. 2009 [cit. 2023-11-29]. Dostupné z: <https://www.zive.cz/Bleskovky/Ceska-piratska-strana-je-oficialni/sc-4-a-147547/default.aspx>.

ČTK a OPPELT, Robert. *Dostali jsme se na další metu, hodnotí eurovolby šéf Pirátů.* iDnes.cz [online]. 2019 [cit. 2024-06-16]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/pirati-eurovolby-bartos-euro-parlament-volby.A190527_011032_volby-ep2019_maka.

ČTK. *Čtyři mandáty jsou ohromná rána. Vedení přijímá zodpovědnost, napsal Bartoš.* Deník.cz [online]. 2021 [cit. 2024-07-06]. Dostupné z: <https://www.denik.cz/volby-ps-2021-osobnosti/pirati-ivan-bartos-volby-stan-20211011.html>.

ČTK. *Piráti chtějí peníze za volby použít na dobročinné projekty.* Deník.cz [online]. 2013 [cit. 2024-06-13]. Dostupné z: https://www.denik.cz/z_domova/pirati-chteji-penize-za-volby-pouzit-na-verejne-projekty-20131130.html.

DOWNIE, James. „*What is the Pirate Party – and why is it helping Wikileaks?*“ The New Republic [online]. 2011 [cit. 2023-11-29]. Dostupné z: <https://newrepublic.com/article/81963/pirate-party-wikileaks>.

E15 a ČTK. *Kaprain dokončil převzetí Mafry a Synthesie, souhlasily všechny antimonopolní úřady.* E15.cz [online]. 2024 [cit. 2024-07-12]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/technologie-a-media/kaprain-dokoncil-prevzeti-mafry-a-synthesie-souhlasily-vsechny-antimonopolni-urady-1413357>.

ENTMAN, Robert M. *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. Journal of Communication. Journal of communication [online]. 1993, Autumn 1993, 43, 4, s. 51-58 [cit. 2023-05-07]. ISSN 0021-9916. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/1423/podzim2018/POL256/um/Entman_1993_FramingTowardclarificationOfAFracturedParadigm.pdf.

FERJENČÍK, Mikuláš. *Pirátská strana po ACTA*. Deník Referendum [online]. [cit. 2024-07-11]. Dostupné z: <https://denikreferendum.cz/clanek/13552-piratska-strana-po-acta>.

GRIM, Jakub. *Kam kráčí Piráti? „Jsme jedinou skutečně liberální proevropskou stranou v Česku,“ říkají*. iRozhlas.cz [online]. 2023 [cit. 2024-06-18]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/kam-kraci-pirati-jsme-jedinou-skutecne-liberalni-proevropskou-stranou-v-cesku_2312010500_jgr.

HOLEC, Petr. *Babiš zvalcoval i eurovolby, Piráti zaostali a z ČSSD je zombie*. Blesk.cz [online]. 2019 [cit. 2024-06-15]. Dostupné z: <https://www.blesk.cz/clanek/zpravy-komentare/607765/komentar-babis-zvalcoval-i-eurovolby-pirati-zaostali-a-z-cssd-je-zombie.html>.

iDnes.cz. *Bartoš: „Chci být premiér“ zní spratkovsky, ale jsem připraven řídit vládu*. iDnes.cz [online]. 2020 [cit. 2024-06-26]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/pirati-ivan-bartos-stan-koalice-vlada-premier-spratkovsky-koronavirus-blatny.A201124_190715_domaci_vov.

iRozhlas a ČTK. *Babiš prodal Mafru, Synthesii a Londu miliardáři Pražákovi. Cena se odhaduje na víc než 10 miliard*. iRozhlas.cz [online]. 2023 [cit. 2024-07-12]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/mafra-kaprain-odkup-medialni-spolecnosti-synthesia_2309011327_fos.

JIŘIČKA, Jan. *Pirátská strana spustila PirateLeaks, ukázala vliv OSA na autorský zákon*. iDnes.cz [online]. 2010 [cit. 2024-06-11]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/piratska-strana-spustila-pirateleaks-ukazala-vliv-osa-na-autorsky-zakon.A101221_165539_domaci_jj.

KARBULKA, Lukáš. *Piráti si v Praze polepšili, post primátora ale nejspíš neobhájí*. Lidovky.cz [online]. 2022 [cit. 2024-07-06]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/domov/volby-komunalni-senatni-pirati-hrib-praha-primator.A220925_100243_ln_domov_hma.

KOLÁŘ, Petr. *Vítězové a poražení. Jak je rozpoznat v letošních evropských volbách.* iDnes.cz [online]. 2019 [cit. 2024-06-16]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/eurovolby-2019-vitez-hnuti-ano-jak-rozpoznat-viteze-voleb.A190527_102254_domaci_niv.

KOUTNÍK, Ondřej. *Nový strateg Pirátů: Problémem není jen Babiš, ale i Kellner a další korporace.* SeznamZpravy.cz [online]. 2020 [cit. 2024-06-13]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/novy-strateg-piratu-problemem-neni-jen-babis-ale-i-kellner-a-dalsi-korporace-86148>.

KRUTILEK, Ondřej. *Čísla jistě mohla být lepší, řekl Bartoš. V Praze Piráti drží třetí příčku.* iDnes.cz [online]. 2022 [cit. 2024-07-06]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/pirati-volby-komunalni-volby-volby-2022.A220922_171913_domaci_onkr.

KŘIVÁNKOVÁ, Eva. *Pirátské strany v Evropě.* Masarykova univerzita [online]. Brno, 2014 [cit. 2024-03-23]. Diplomová práce. Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce KANIOK, Petr. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/tn1ih/>.

Lidovky.cz. *Nevědí, s kým mají tu čest, stěžoval si Babiš na LN. Pak se omluvil.* Lidovky.cz [online]. 2013 [cit. 2024-07-12]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/domov/nevedi-s-kym-maji-tu-cest-stezoval-si-babis-na-ln-pak-se-omluvil.A130628_173145_ln_domov_rak.

MACHOVÁ, Martina. *Obavy z kroužkování. Piráti řeší, aby je Starostové nepřeskákali.* SeznamZpravy.cz [online]. 2021 [cit. 2024-07-06]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/zakaz-krouzkovani-pirati-se-boji-ze-je-starostove-pri-volbach-preskoci-136118>.

MATĚJČEK, Petr. *Libor Michálek: První pirátský senátor?* Lidovky.cz [online]. 2012 [cit. 2024-06-13]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/ceska-pozice/libor-michalek-prvni-piratsky-senator.A121020_181947_pozice_80503.

MCCOMBS, MAXWELL, E., and SHAW, Donald L. „*The Agenda-Setting Function of Mass Media.*“ *The Public Opinion Quarterly* 36, no. 2 (1972): 176–87. [cit. 2024-03-23]. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/2747787>.

MCMANUS, John. *Market-driven journalism: Let the citizen beware?* Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1994. Dostupné z: <https://us.sagepub.com/en-us/nam/market-driven-journalism/book4394>.

Ministerstvo financí ČR. *Příspěvek na úhradu volebních nákladů politickým stranám, politickým hnutím a koalici za volby do Evropského parlamentu konané ve dnech 23. a 24. května 2014.* Mfcr.cz [online]. 2015 [cit. 2024-06-15]. Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/rozpocetova-politika/podpora-z-narodnich-zdroju/politicke-strany-a-hnuti/prispevky-ze-statniho-rozpocetu-uhrazene-20299#22>.

Ministerstvo financí ČR. *Příspěvky ze státního rozpočtu uhrazené politickým stranám a politickým hnutím celkem v roce 2017.* Mfcr.cz [online]. 2018 [cit. 2024-06-16]. Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/rozpocetova-politika/podpora-z-narodnich-zdroju/politicke-strany-a-hnuti/prispevky-ze-statniho-rozpocetu-uhrazene-30677#2>.

Neovlivni.cz. *Vedlejší efekty zprávy OLAF: Dezinformace k záchraně premiéra.* Neovlivni.cz [online]. 2018 [cit. 2024-07-12]. Dostupné z: <https://neovlivni.cz/vedlejsi-efekty-zpravy-olaf-dezinformace-k-zachrane-premiera/>.

Novinky a ČTK. *Na eurovolbách vydělají Piráti a ODS, ANO ztratí až 20 milionů.* Novinky.cz [online]. 2019 [cit. 2024-06-16]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-na-eurovolbach-vydelaji-pirati-a-ods-ano-ztrati-az-20-milionu-40284476>.

OPPELT, Robert. *Sen o stovce zastupitelů se Pirátům splnil, budou vyjednávat o koalicích.* iDnes.cz [online]. 2022 [cit. 2024-06-23]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/bartos-pirati-maji-ambiciozni-ale-realne-cile-volby-krajske-senatni-2020.A201003_164128_domaci_lre.

REINER, Tomáš a FIŠER Miloslav. *Zakladatelé pirátského serveru Pirate Bay půjdou na rok do vězení.* Novinky.cz [online]. 2009 [cit. 2024-04-06]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/internet-a-pc-software-zakladatele-piratskeho-serveru-pirate-bay-pujdou-na-rok-do-vezeni-40224407>.

SeznamZpravy. *Politikou otrásá nahrávka, jak Babiš úkoluje novináře MF Dnes.* SeznamZpravy.cz [online]. 2017 [cit. 2024-07-12]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/politikou-otrasa-nahravka-jak-babis-ukoluje-mf-dnes-30926>.

SOUKUP, Jaroslav. *Starostové kroužkováním zmasakrovali Piráty.* Novinky.cz [online]. 2021 [cit. 2024-07-06]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/volby-do-poslanecke-snemovny-starostove-krouzkovanim-zmasakrovali-piraty-40374403>.

SŮSA, Richard a PLESNÍKOVÁ, Lucie. *Internet je naše moře. Jak Piráti plují českou politikou*. Novinky.cz [online]. 2021 [cit. 2024-06-16]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/volby-internet-je-nase-more-jak-pirati-pluji-ceskou-politikou-40362377>.

ŠULCOVÁ, Helena. *Pětiprocentní hranice při volbách je diskriminační, říká předseda České pirátské strany*. Dvacet minut Radiožurnálu [online]. 2014 [cit. 2024-06-15]. Dostupné z: <https://radiozurnal.rozhlas.cz/petiprocentni-hranice-pri-volbach-je-diskriminacni-rika-predseda-ceske-piratske-6290754>.

TVRDOŇ, Jan. *Pokud se výrazně nezmění, narazili Piráti na svůj strop. V krajských volbách mají hendikep, říká politolog*. DeníkN.cz [online]. 2020 [cit. 2024-06-17]. Dostupné z: <https://denikn.cz/266819/pokud-se-vyrazne-nezmeni-narazili-pirati-na-svuj-strop-v-krajskych-volbach-maji-hendikep-rika-politolog>.

Unie vydavatelů. *Přehled výsledků výzkumu MEDIA PROJEKT* [online]. 2023 [cit. 2024-07-06]. Dostupné z: https://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/2023_02_09%20-%20MEDIA%20PROJEKT%20-%20Základn%C3%AD%20výsledky%20za%201_%20až%204_%20kvartál%202022.pdf.

Zápis z ustavujícího fóra ČPS. Club Hotel, Průhonice, ze dne 28. června 2009 [online]: https://wiki.pirati.cz/_media/cf/cps_zapis1.pdf.

ŽALOUDEK, Petr. *Meta spustí omezení jako Google. Prazvláštní krok, říkají online vydavatelé*. Marketing & Media [online]. 2022 [cit. 2024-07-12]. Dostupné z: <https://mam.cz/novinky/media-a-trh/2022-12/meta-omezi-jako-google-nahledy-obsahu-prazvlastni-rikaji-online-vydavatele/>.

Tištěná periodika

Mladá fronta DNES

ČTK. *ANO podle volebního modelu vede, ale ztratilo*. MF DNES. 21.9.2020, s. 2.

HROMKOVÁ, Dominika. ŠIMKOVÁ, Alžběta. *Jak na klima? Podpora jádra*. MF DNES – Střední Čechy. 24.9.2021, s. 4.

KOLÁŘ, Petr. *Doufám, že volby nezruší*. MF DNES – Střední Čechy. 19.9.2020, s. 5.

KOLÁŘ, Petr. *Mé poslední volby. Ty nejdůležitější*. MF DNES – Střední Čechy. 7.10.2021, s. 1 a 2.

KOLÁŘ, Petr. *Nejbliž jsou nám Piráti*. MF DNES – Střední Čechy. 22.9.2020, s. 4.

KOLÁŘ, Petr. *Předseda ČSSD Michal Šmarda: Někdy je nutné „zašaskovat“*. MF DNES – Střední Čechy. 14.9.2022, s. 4.

KOLÁŘ, Petr. *Volby nejsou referendem o vládě*. MF DNES – Střední Čechy. 15.9.2022, s. 4.

KORECKÝ, Miroslav. *Mráz už přichází i z „Leningrazu“*. MF DNES – Střední Čechy. 30.9.2021, s. 10.

KUBELKA, Aleš. *„Chceme do vedení kraje“*. MF DNES. 22.9.2020, s. 16.

KUBELKA, Aleš. *Parkování jako zaklínadlo*. MF DNES – Střední Čechy. 12.9.2022, s. 14.

KUBELKA, Aleš. *Tajemník vyvolal emoce*. MF DNES – Střední Čechy. 24.9.2020, s. 21.

KVASNÍČKA, Jakub. *Praha je červená, hrozí nouzový stav*. MF DNES – Střední Čechy. 19.9.2020, s. 1.

NĚMEC, Jiří. *V každém případě jít k volbám*. MF DNES – Střední Čechy. 1.10.2021, s. 10.

POSPÍŠILOVÁ, Eva. *Jen s testem. Rakousko omezuje Prahu*. MF DNES – Střední Čechy. 25.9.2020, s. 3.

POSPÍŠILOVÁ, Eva. *Lidé chtějí kroužkovat a měnit kandidátky*. MF DNES – Střední Čechy. 4.10.2021, s. 5.

Red. *ANO by ve volbách mělo 30 procent*. MF DNES – Střední Čechy. 12.9.2022, s. 2.

Red. *Dohoda o Turóvu se zasekla. Co dál, nejasné*. MF DNES – Střední Čechy. 2.10.2021, s. 4.

Red. *Jaký máte plán boje s covidem?* MF DNES – Střední Čechy. 27.9.2021, s. 3.

Red. *Kdo také chce váš hlas?* MF DNES – Střední Čechy. 30.9.2021, s. 3.

Red. *Lídrům vadí, že Svoboda za sebe posílá náhradníky.* MF DNES – Střední Čechy. 14.9.2022, s. 3.

Red. *Lockdown už nebude, shodli se politici. Jaké mají plány?* MF DNES – Střední Čechy. 27.9.2021, s. 1.

Red. *Piráti: Nižší DPH u zeleniny. Vyšší u sladkých nápojů.* MF DNES – Střední Čechy. 17.9.2022, s. 2.

Red. *Senioři mohou dnes v hotelu grilovat politiky.* MF DNES – Střední Čechy. 18.9.2020, s. 19.

Red. *U stolu v šesti lidech, zákaz plesů i zpěvu.* MF DNES – Střední Čechy. 1.10.2020, s. 3.

Red. *Z hospody v deset, nařídil nový ministr.* MF DNES – Střední Čechy. 24.9.2020, s. 2.

Red. *Záležet bude na malých. Kdo uspěje?* MF DNES – Střední Čechy. 30.9.2021, s. 10.

Red. *Zapřela kmotra. A skončí.* MF DNES – Střední Čechy. 9.9.2022, s. 6.

SVAČINA, Pavel. *Drahé byty? „Vyřešíme“.* MF DNES – Střední Čechy. 6.10.2021, s. 16.

ŠAŠKOVÁ, Jaroslava. *Jsou vylepšené, ale Středočechy nelákají.* MF DNES – Střední Čechy. 17.9.2022, s. 12.

VACHTL, Jiří. POSPÍŠILOVÁ, Eva. *Kandidát na ministra zdravotnictví tají, zda se očkoval.* MF DNES – Střední Čechy. 27.9.2021, s. 2.

VACHTL, Jiří. *Střet lídrů v superdebatě MF DNES a iDNES.cz.* MF DNES – Střední Čechy. 5.10.2021, s. 1.

Deník

BEREŇ, Michael. *Klidné bydlení se změnilo v peklo.* Pražský deník. 21.9.2020, s. 3.

ČTK. *Podpora hnutí ANO klesá.* Pražský deník. 21.9.2020, s. 4.

ČTK. *Povinné roušky se znovu vrátily na venkovní akce.* Benešovský deník. 22.9.2020, s. 3.

ČTK. *SPD a Vondráček rozšiřují ruský a čínský vliv.* Pražský deník. 14.9.2022, s. 4.

ČTK. *Vodákům povolí pít.* Pražský deník. 10.9.2022, s. 5.

ELSNIC, Miroslav. *O výměnu řidičáku či vydání nového si lidé zažádají i přes web*. Pražský deník. 14.9.2022, s. 7.

HOLAKOVSKÝ, Milan. *V potocích a říčkách přibude pstruhů. Kraj přispěl na jejich záchranu*. Benešovský deník. 10.9.2022, s. 2.

CHARANZOVÁ, Dita. *Blondýna z Bruselu*. Pražský deník. 24.9.2021, s. 2.

KLIČKA, Jan. *Ekonom: Daňové ráje ničí ochotu lidí platit daně*. Pražský deník. 6.10.2021, s. 4.

KOMÁREK, Martin. *Vyvládnit volné byty?* Kutnohorský deník. 1.10.2021, s. 4.

KRATOCHVÍLOVÁ, Hana. *Dluh městu tenistům ze Sparty zůstává, o naději ale nepřišli*. Kutnohorský deník. 21.9.2020, s. 2.

MAJEROVÁ ZAHRADNÍKOVÁ, Zuzana. *Jak se díváte na nekončící zadlužování státu?* Pražský deník. 24.9.2021, s. 8.

PERKNEROVÁ, Kateřina. *Babiš se hádal s Bartošem. Fiala se jen smutně usmíval*. Pražský deník. 30.9.2021, s. 6.

PERKNEROVÁ, Kateřina. *Evropský parlament chci zrušit, řekl Andrej Babiš*. Pražský deník. 30.9.2021, s. 5.

PERKNEROVÁ, Kateřina. *Jste v karanténě? Volit můžete. Třeba z auta*. Pražský deník – příloha. 25.9.2020, s. 3.

PERKNEROVÁ, Kateřina. *Noty se ladí na Hradě*. Pražský deník. 24.9.2021, s. 7.

PROKEŠ, Jan. *Blamáž? Radnice stále stojí miliardu*. Pražský deník. 25.9.2021, s. 3.

PROKEŠ, Jan. *Blamáž. Radnice stále stojí miliardu*. Benešovský deník. 24.9.2021, s. 5.

PROKEŠ, Jan. *Město pomůže lidem v nouzi. Podpora je pomalá, tvrdí opozice*. Pražský deník. 10.9.2022, s. 2.

PROKEŠ, Jan. *Metro zdarma je populistický návrh, shodují se větší strany*. Pražský deník. 22.9.2022, s. 2.

PROKEŠ, Jan. *První ze zelených pásů podél budoucí dálniční spojnice vznikne u Běchovic*. Benešovský deník. 7.10.2021, s. 3.

PROKEŠ, Jan. *Rodiče roušky ve třídách odmítají, Hřib je schvaluje*. Pražský deník. 18.9.2020, s. 2.

Red. *Hřib apeloval na Pražany*. Pražský deník. 21.9.2020, s. 1.

Red. *Kdo bude premiérem? Rozhodnutí se blíží*. Berounský deník. 27.9.2021, s. 6.

Red. *Na Summitu stavebního rozvoje se utkají kandidáti na primátora*. Pražský deník. 14.9.2022, s. 3.

Red. *Nejmenší rizika korupce má Praha 3*. Pražský deník. 23.9.2020, s. 2.

Red. *V Čáslavi kandiduje devět stran*. Kutnohorský deník. 9.9.2022, s. 2.

ROD, Josef. *Do boje o poslanecký post jdou i dvě desítky Rakovničanů*. Rakovnický deník. 1.10.2021, s. 2.

RUMLER, Martin. PROKEŠ, Jan. *Hřibův tweet zmátl školy i rodiče*. Pražský deník. 19.9.2020, s. 1.

ŠTÁSTKA, Jakub. *Kandidáti na hejtmana kraje odpovídali na otázky Deníku*. Benešovský deník. 1.10.2020, s. 1.

ŠTÁSTKA, Jakub. *Kandidáti se představí v předvolební debatě Deníku*. Benešovský deník. 22.9.2020, s. 1.

ŠTÁSTKA, Jakub. *Volební debata lídrů*. Kolínský deník. 24.9.2020, s. 1.

Seznam použitých grafů a tabulek

Grafy

Graf č. 1 Vyznění článků v MF DNES pro Piráty

Graf č. 2 Vyznění článků v Deníku pro Piráty

Graf č. 3 Vývoj počtu článků o Pirátech v průběhu let

Tabulky

Tabulka č. 1 Počet a vyznění článků ve vztahu k Pirátům (MfD 2020)

Tabulka č. 2 Počet a vyznění článků ve vztahu k Pirátům (MfD 2021)

Tabulka č. 3 Počet a vyznění článků ve vztahu k Pirátům (MfD 2022)

Tabulka č. 4 Počet a vyznění článků ve vztahu k Pirátům (Deník 2020)

Tabulka č. 5 Počet a vyznění článků ve vztahu k Pirátům (Deník 2021)

Tabulka č. 6 Počet a vyznění článků ve vztahu k Pirátům (Deník 2022)

Přílohy

Příloha č. 1 Vyhodnocení článků v MF DNES (2020)

Periodikum	Datum	Strana	Vyznění Mediaboard	Vyz. pro Piráty
MfD	18.zář	19	PO	PO
MfD	19.zář	1	NE	NE
MfD	19.zář	5	NE	NE
MfD	21.zář	2	NE	PO
MfD	21.zář	16	NT	NT
MfD	22.zář	1	NE	NT
MfD	22.zář	4	AM	NT
MfD	22.zář	16	NT	PO
MfD	23.zář	4	NT	NT
MfD	24.zář	2	NE	PO
MfD	24.zář	21	NE	NE
MfD	25.zář	3	NE	NE
MfD	30.zář	4	NT	NT
MfD	30.zář	1	NT	NT
MfD	01.říj	3	NE	PO

Příloha č. 2 Vyhodnocení článků v MF DNES (2021)

Periodikum	Datum	Strana	Vyznění Mediaboard	Vyz. pro Piráty
MfD	24.zář	4	PO	PO
MfD	27.zář	3	NE	AM
MfD	27.zář	1	NE	AM
MfD	27.zář	2	NT	NE
MfD	27.zář	2	NT	NT
MfD	27.zář	2	NE	NT
MfD	29.zář	10	NE	NT
MfD	29.zář	2	NE	AM
MfD	29.zář	14	NE	NT
MfD	30.zář	2	NT	NT
MfD	30.zář	10	NE	NE
MfD	30.zář	10	AM	AM
MfD	30.zář	3	NT	NT
MfD	01.říj	4	NM	NM
MfD	01.říj	10	NT	NT

MfD	02.říj	3	NM	NM
MfD	02.říj	2	NT	NT
MfD	02.říj	9	NT	NE
MfD	02.říj	4	AM	AM
MfD	04.říj	4	NM	NM
MfD	04.říj	2	NT	AM
MfD	04.říj	5	NT	NT
MfD	04.říj	5	AM	AM
MfD	04.říj	4	NE	NT
MfD	04.říj	1	NE	NT
MfD	05.říj	3	NM	NM
MfD	05.říj	5	NE	NT
MfD	05.říj	1 (2)	NT	NT
MfD	05.říj	1	NE	NE
MfD	06.říj	2	NT	NT
MfD	06.říj	5	NE	NE
MfD	06.říj	16	NE	NE
MfD	06.říj	4	NT	NT
MfD	06.říj	2	NT	NT
MfD	07.říj	1 (2)	AM	NE
MfD	07.říj	5	NT	AM
MfD	07.říj	10	AM	AM

Příloha č. 3 Vyhodnocení článků v MF DNES (2022)

Periodikum	Datum	Strana	Vyznění Mediaboard	Vyz. pro Piráty
MfD	09.zář	6	NE	PO
MfD	09.zář	14	AM	NT
MfD	10.zář	15	AM	NT
MfD	12.zář	2	NT	NT
MfD	12.zář	14	NE	NT
MfD	14.zář	3	NE	PO
MfD	14.zář	4	NE	NE
MfD	15.zář	4	NE	NE
MfD	16.zář	14	AM	NT
MfD	17.zář	2	NT	AM
MfD	17.zář	12	NT	NT
MfD	19.zář	2	NT	NT
MfD	20.zář	14	AM	NT
MfD	22.zář	10	NT	AM

Příloha č. 4 Vyhodnocení článků v Deníku (2020)

Periodikum	Datum	Strana	Vyznění Mediaboard	Vyz. pro Piráty
Deník	18.zář	2	NE	NE
Deník	19.zář	1	NE	NE
Deník	21.zář	2	NT	AM
Deník	21.zář	1	NE	AM
Deník	21.zář	4	NT	NT
Deník	21.zář	3	NE	NE
Deník	22.zář	1	PO	NT
Deník	22.zář	3	NE	NE
Deník	23.zář	3	PO	NT
Deník	23.zář	2	AM	PO
Deník	24.zář	1	NT	NT
Deník	24.zář	2	NT	NT
Deník	25.zář	1	AM	NT
Deník	25.zář	4	NE	NT
Deník	25.zář	3	AM	PO
Deník	25.zář	5	NT	NT
Deník	25.zář	1	NE	NE
Deník	25.zář	3	NT	NT
Deník	25.zář	12	NE	NT
Deník	25.zář	1	NT	AM
Deník	29.zář	3	NT	NT
Deník	30.zář	2	NT	NE
Deník	30.zář	4	NE	PO
Deník	30.zář	3	AM	NE
Deník	30.zář	6	NE	NE
Deník	01.říj	1	NT	NT
Deník	01.říj	10	NT	NT
Deník	01.říj	1	PO	PO

Příloha č. 5 Vyhodnocení článků v Deníku (2021)

Periodikum	Datum	Strana	Vyznění Mediaboard	Vyz. pro Piráty
Deník	24.zář	5	NE	NE
Deník	24.zář	3	NT	NT
Deník	24.zář	4	NT	NT
Deník	24.zář	7	NT	AM

Deník	24.zář	12	NE	AM
Deník	25.zář	1	NM	AM
Deník	25.zář	3	NE	NE
Deník	25.zář	5	NT	NT
Deník	25.zář	8	NE	AM
Deník	27.zář	6	NT	NT
Deník	29.zář	4	NE	AM
Deník	29.zář	4	NE	AM
Deník	30.zář	2	NT	NT
Deník	30.zář	5	NT	NE
Deník	30.zář	6	AM	AM
Deník	01.říj	2	NT	NT
Deník	01.říj	4	NE	NE
Deník	01.říj	12	NT	NE
Deník	02.říj	2	NM	NT
Deník	02.říj	1	NT	NT
Deník	04.říj	3	AM	NT
Deník	04.říj	3	NT	NT
Deník	04.říj	4	NE	AM
Deník	05.říj	2	NT	NT
Deník	06.říj	2	NT	NT
Deník	06.říj	4	NE	PO
Deník	07.říj	1 (3)	NE	PO
Deník	07.říj	2	NE	NE
Deník	07.říj	6	AM	AM

Příloha č. 6 Vyhodnocení článků v Deníku (2022)

Periodikum	Datum	Strana	Vyznění Mediaboard	Vyz. pro Piráty
Deník	09.zář	2	NT	NT
Deník	09.zář	2	NT	NT
Deník	09.zář	2	AM	NT
Deník	10.zář	2	PO	PO
Deník	10.zář	2	AM	AM
Deník	10.zář	5	NT	PO
Deník	14.zář	1	NE	AM
Deník	14.zář	4	PO	PO
Deník	14.zář	3	NE	NT
Deník	14.zář	7	NT	NT
Deník	14.zář	7	NT	PO

Deník	15.zář	2	NT	NT
Deník	15.zář	3	NE	PO
Deník	16.zář	2	NE	AM
Deník	16.zář	2	NT	NT
Deník	16.zář	2	NT	NT
Deník	16.zář	12	NT	NT
Deník	16.zář	12	NT	NT
Deník	16.zář	2	NT	PO
Deník	17.zář	8	NE	AM
Deník	20.zář	8	AM	NT
Deník	21.zář	1 (2)	NT	NT
Deník	21.zář	3	AM	NT
Deník	21.zář	4	NM	NT
Deník	22.zář	2	NT	AM
Deník	22.zář	8	NM	NT
Deník	22.zář	13	NE	PO

SCHVÁLENO

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce									
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:									
Příjmení a jméno diplomantky/ diplomanta: Jakub Fujáček	Razítko podatelny: <table border="1"><tr><td colspan="2">Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd</td></tr><tr><td>Došlo dne:</td><td>14-09-2020 -1-</td></tr><tr><td>Čj:</td><td>245 Příloh:</td></tr><tr><td>Přidělena:</td><td></td></tr></table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	14-09-2020 -1-	Čj:	245 Příloh:	Přidělena:	
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd									
Došlo dne:		14-09-2020 -1-							
Čj:		245 Příloh:							
Přidělena:									
Imatrikulační ročník diplomantky/ diplomanta: 2019									
E-mail diplomantky/diplomanta: jakubfujacek@gmail.com									
Studijní obor/forma studia: Žurnalistika/denní studium									
Název práce v češtině: Mediální obraz České pirátské strany v regionálních denících před krajskými a senátními volbami v roce 2020 ve Středočeském kraji									
Název práce v angličtině: Media image of the Czech Pirate Party in the regional daily newspaper before the 2020 regional and Senate elections in Central Bohemia									
Předpokládaný termín dokončení: LS 2020/2021									
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování: Česká pirátská strana je českou liberální politickou stranou, která vznikla v roce 2009 na základě původního švédského modelu. Od té doby se v České republice její zástupci ucházejí o veřejné funkce. Nejvýraznějších volebních výsledků Piráti dosáhli ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2017, ve kterých poprvé prolomili hranici pro vstup do dolní komory Parlamentu a získali dokonce třetí největší počet mandátů, a ve volbách do zastupitelstva hlavního města v roce 2018, po nichž obsadili post primátora. V komunálních volbách se ale Pirátům zatím dařilo úplně nejméně, pokud pomineme jejich popularitu v Praze. V minulých krajských volbách (2016) získali pouze pět zastupitelských křesel a ani v posledních senátních volbách nezaznamenali Piráti výrazné úspěchy. Je jisté, že na popularitě a volebních výsledcích každého politického subjektu — tedy nejen Pirátů — se zásadně podílejí média. Skrze ně uchazeči o veřejné funkce komunikují svůj program voličům a přesvědčují je o volbě. Kromě politických stran, které nabízí program a vlastní komunikační strategii, se na konečné podobě sdělení podílí právě média, která komunikaci zprostředkovávají a reprezentují tím obraz strany. Politici média naopak využívají, aby se jejich hlas dostal k co možná největšímu počtu potenciálních voličů. Právě mediální obraz politiků, který vytváří regionální média, může mít zásadní vliv na rozhodování voličů a konečný výsledek voleb, a to zejména těch krajských. S tím souvisí také nestrannost a vyváženost zpravodajství jednotlivých deníků, které získávají zejména před volbami výraznou moc ovlivnit veřejné mínění. To s sebou přináší také reálné dopady na společnost a s tím by měla přicházet také zodpovědnost médií.									

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy:

Práce si klade za cíl analyzovat mediální obraz České pirátské strany v období, které předchází volbám do zastupitelstev krajů a doplňovacím senátních volbám v roce 2020 — tedy volbám, které doposud pro Piráty nepatřily mezi nejuspěšnější, a také v blízkém povolebním období, během kterého se budou ustavovat krajská zastupitelstva a koalice.

Práce se bude zabývat mediálním obrazem Pirátů uvnitř nejvýznamnějších seriózních tištěných deníků ve Středočeském kraji. Pomineme-li bulvární deník Blesk, je mezi čtenáři dlouhodobě nejoblíbenější středočeská mutace Mladé fronty DNES (Mafra) spolu s regionálními Deníky (Vltava Labe Media), pod jejichž značkou v kraji vychází celkem jedenáct menších regionálních titulů.

Analytická část práce se bude vztahovat právě k těmto regionálně nejvýznamnějším tištěným deníkům. Výsledkem toho by mělo být zjištění, kolik prostoru obě vydavatelství věnovala pirátskému hnutí, což nám umožní také vzájemnou komparaci. Kromě výsledků této kvantitativní analýzy budeme moci zjistit také, jak se o Pirátech psalo, což je neméně důležité pro komplexní pohled. To nám umožní kvalitativní obsahová analýza. Konečné výsledky nám dovolí vidět jako celek to, jak v předvolebním období největší středočeské seriózní deníky zobrazovaly Piráty. Díky výsledkům budeme ale moci porovnat i případné rozdíly v tom, jaký mediální obraz pro své čtenáře obě vydavatelství vytvořila.

Předpokládaná struktura práce:

Úvod

1 Mediální obraz

1.1 Mediální reprezentace reality

1.2 Mediální konstrukce reality

2 Žurnalistika a nastolování agendy

3 Analýza mediálního diskurzu

4 Metodologie výzkumu

5 Česká pirátská strana

5.1 Vznik a historie

5.2 Dosavadní volební výsledky

5.3 Program pro volby v roce 2020

6 Mediální obraz Pirátů v regionální Mladé frontě DNES

7 Mediální obraz Pirátů ve středočeském Deníku

8 Mediální obraz povolebního uspořádání

Závěr

Vymezení podkladového materiálu:

Pražský deník (Vltava Labe Media)
Berounský deník
Benešovský deník
Boleslavský deník
Kladenský deník
Kolínský deník
Kutnohorský deník
Mělnický deník
Nymburský deník
Příbramský deník
Rakovnický deník
Mladá fronta DNES — Střední Čechy (Mafra)
Sledované období: 1. července 2020 až 31. října 2020

Metody (techniky) zpracování materiálu: V práci bude aplikována metoda kvantitativní i kvalitativní obsahové analýzy a komparace jednotlivých výsledků.

Základní literatura:

[1] BRADOVÁ, E. a kol. (2008). *Negativní kampaně a politická reklama ve volbách*. Olomouc: Periplum, 136 s.

Kniha systematicky zpracovává téma negativní reklamy a jejího vlivu na samotné politické kampaně, které předchází každým volbám.

[2] BRADOVÁ, E. *Od lokálních mítinků k politickému marketingu*. Brno, 2005. Masarykova univerzita v Brně. Mezinárodní politologický ústav.

Předvolební kampaně mají nezanedbatelný vliv na rozhodování voličů a tedy i volební výsledky. Kniha představuje a rozebírá jednotlivé části, které musí směřovat k úspěšné politické kampani. Těmi jsou samotná předvolební kampaň, proces politické komunikace a politický marketing.

[3] HALADA, J. *Marketingová komunikace a public relations*. Praha, 2015. Karolinum, 120 s.

Praktická encyklopedie pojmů umožňující výklad teoretických konceptů pro orientaci v oboru marketingové komunikace a public relations.

[4] JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha, 2015. Portál.

Mediální komunikace jako pojem zahrnující média, publikum i společenský kontext a jejich vzájemnou interakci.

[5] ŠKODOVÁ, M. (ed.), Červenka, Nečas, Kalvas, Tabery, Trampota. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. Praha, 2008. Sociologický ústav AV ČR.

Souhrn poznatků o současném stavu výzkumu problematiky nastolování témat ve veřejném prostoru.

Diplomové a disertační práce k tématu:

LANGEROVÁ, Veronika. *Česká pirátská strana – strana vícerychlostního modelu?* Praha, 2020. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

MICHALOVÁ, Ivana. *Programový vývoj České pirátské strany.* Praha, 2019. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

ŠIGUT, David. *Analýza volební kampaně ve volbách do PS PČR v roce 2017: případová studie Pirátská strana.* Praha, 2018. Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

PEKAŘ, Martin. *Česká pirátská strana v lokální politice.* České Budějovice, 2017. Diplomová práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Pedagogická fakulta.

ŠRUBAŘ, Jakub. *Česká pirátská strana: geneze a vztah k Pirátské internacionále.* Brno, 2015. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií.

Datum / Podpis studenta/ky

12.9.2020

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

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

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

PETR JUST

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga
pedagoga

12/9/2020

Datum / Podpis pedagožky/

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVĚNÍCH 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 GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.