

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**Fakulta humanitních studií**

**Bakalářská práce**

**„Vyváženost a nestrannost názorových rubrik v deníku MF Dnes a Právo v roce 2008“**

**Autorka:** Tereza Pokorná

**Vedoucí práce:** Ing. Petr Pavlík, Ph.D

**Praha, 2009**

## PODĚKOVÁNÍ

Velice ráda bych poděkovala všem, kteří mi při vzniku této práce pomáhali, především vedoucímu práce Ing. Petru Pavlíkovi, Ph.D. za zájem, připomínky a čas, který mé práci věnoval.

Čestné prohlášení:

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a souhlasím s jejím eventuálním zveřejněním v tištěné nebo elektronické podobě.

V Praze, dne 15. 9. 2009

.....  
Tereza Pokorná

# OBSAH

<b>OBSAH</b> .....	<b>4</b>
<b>1. ÚVOD</b> .....	<b>6</b>
<b>2. TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>8</b>
<b>2.1. Média</b> .....	<b>8</b>
2.1.1. <i>Co jsou média</i> .....	8
2.1.2. <i>Koncept mediace</i> .....	9
2.1.3. <i>Funkce médií</i> .....	10
2.1.4. <i>Veřejná role médií a veřejný zájem v médiích</i> .....	13
2.1.5. <i>Normativní teorie chování médií</i> .....	14
2.1.5.1. Rovnost médií .....	17
2.1.5.2. Rozmanitost (diverzita) médií .....	17
2.1.5.3. Normativní požadavky na obsahovou kvalitu médií .....	18
2.1.5.3.1. <i>Objektivita</i> .....	19
2.1.5.3.2. <i>Vyváženost</i> .....	20
2.1.5.4. Předpojatost .....	21
2.1.6. <i>Média a etika</i> .....	23
2.1.6.1. Etika obecně .....	23
2.1.6.2. Novinářská etika .....	23
2.1.6.3. Vývoj novinářské etiky v ČR po roce 1989 .....	25
<b>2.2. Konstruování reality v mediálním obsahu</b> .....	<b>26</b>
2.2.1. <i>Reprezentace sociální skutečnosti</i> .....	27
2.2.2. <i>„Gatekeeping“ neboli „hlídání u brány“</i> .....	30
2.2.3. <i>Vliv ekonomických faktorů</i> .....	31
2.2.4. <i>Vliv politických faktorů</i> .....	31
<b>2.3. Nastolování témat a zarámování</b> .....	<b>33</b>
2.3.1. <i>Nastolování témat - „agenda setting“</i> .....	33
2.3.2. <i>Zarámování</i> .....	34
2.3.3. <i>Priming neboli vypíchnutí</i> .....	35
<b>2.4. Stručný úvod do problematiky tištěných médií</b> .....	<b>35</b>
2.4.1. <i>Vznik a vývoj periodického tisku</i> .....	36
<b>2.5. Shrnutí</b> .....	<b>37</b>
<b>3. ANALYTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>38</b>
<b>3.1. Stanovení metodologických východisek</b> .....	<b>38</b>
<b>3.2. Výběr vzorku</b> .....	<b>38</b>
<b>3.3. Průběh analýzy</b> .....	<b>39</b>

<b>3.4.</b>	<b>Stručné seznámení s analyzovanými deníky .....</b>	<b>40</b>
3.4.1.	<i>Historie deníku MF Dnes.....</i>	40
3.4.2.	<i>Historie deníku Právo.....</i>	41
<b>3.5.</b>	<b>Analýza deníků MF Dnes a Právo .....</b>	<b>42</b>
3.5.1.	<i>Variabilita témat.....</i>	42
3.5.2.	<i>Pozornost věnovaná jednotlivým stranám a variabilita jejich zástupců.....</i>	44
3.5.2.1.	Variabilita zástupců politických stran .....	46
3.5.2.2.	Zastoupení reprezentantů jednotlivých politických stran dle funkcí .....	48
3.5.2.3.	Pozornost věnovaná jednotlivým politickým stranám: koalice vs. opozice .....	51
3.5.3.	<b><i>Ladění deníků vůči jednotlivým politickým stranám.....</i></b>	<b>52</b>
3.5.3.1.	Celkové ladění článků .....	52
3.5.3.2.	Ladění dílčích výroků .....	56
3.5.3.3.	Míra vstřícnosti a míra kritičnosti .....	57
3.5.3.4.	Záležitosti s pozitivní a negativní konotací .....	60
3.5.3.5.	Citace.....	62
3.5.3.5.1.	<i>Výskyt citací.....</i>	63
3.5.3.5.2.	<i>Citování aktéři.....</i>	63
3.5.3.5.3.	<i>Vyznění citací v kontextu článku.....</i>	63
3.5.4.	<b><i>Zobrazení zástupců a politických stran.....</i></b>	<b>64</b>
3.5.4.1.	Charakteristika zástupců politických stran v článku .....	64
3.5.4.2.	Označení zástupců politických stran .....	65
3.5.4.3.	Adjektiva použitá v souvislosti se zástupci a politickými stranami .....	68
<b>3.6.</b>	<b>Shrnutí výsledků analýzy.....</b>	<b>70</b>
<b>4.</b>	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>72</b>
<b>5.</b>	<b>LITERATURA .....</b>	<b>73</b>
<b>6.</b>	<b>PŘÍLOHY .....</b>	<b>74</b>
6.1	<b>Kódovací kniha.....</b>	<b>74</b>
6.2.	<b>Kódovací instrukce.....</b>	<b>83</b>

# 1. ÚVOD

K této práci mě přivedl v první řadě můj zájem o mediální problematiku. Média hrají v současných moderních společnostech stále významnější roli. Podílejí se svým působením na socializaci jednotlivců, na jejich včleňování do společnosti, a tím na utváření podoby společnosti a vztahů, které v ní fungují (Burton, Jirák, 2001).

Jednou z významných stránek působení médií v moderní společnosti, je jejich vliv na politické rozhodování. Jsou totiž hlavním a často jediným zdrojem informací o politice a politicích (Jirák, Köpplová, 2003). Právě tohoto aspektu vlivu médií se bude moje práce týkat.

Jak upozorňují Burton a Jirák (2001), mezi médii a státem existuje jistý vzájemný vztah. Političtí představitelé jsou pro média významným zdrojem informací, na nichž jsou média závislá. Tohoto svého postavení jakožto významných zdrojů informací jsou si političtí představitelé vědomi a mají tak tendenci vytvářet si skupiny přijatelných novinářů, jimž informace poskytují. Současně jsou však i oni závislí na médiích. Média jim umožňují se zviditelňovat, prezentovat své názory a postoje a získávat si tak důvěru jednak ostatních politiků ale především voličů (Burton, Jirák, 2001).

Vzhledem k předpokládanému vlivu médií na jednotlivce a společnost jsou na média kladeny jisté normativní požadavky. V oblasti zpravodajství a publicistiky s politickou tematikou se jedná především o požadavek objektivity a vyváženosti, tedy aby média nepůsobila předpojatě, tzn. postojově či ideologicky neinklinovala k jednomu východisku (Jirák a Köpplová, 2003).

Předpojatost médií se pak může projevit např. v hodnocení určité sporné události nebo referování o některých volebních kandidátech častěji než o jiných. Podle toho, jaké názory nebo aktéry média při selekci témat prosazují, je možné rozpoznat politickou tendenci určitého média (Schulz a kol. 2004).

Pro svoji práci jsem zvolila deník MF Dnes a deník Právo. Obecným předpokladem je, že deník MF Dnes straní spíše pravicovým stranám a deník Právo spíše stranám levicovým. Ve své práci se tedy pokusím pravdivost tohoto předpokladu ověřit, a to na příkladu náhodně zvolených komentářových článků z roku 2008. Budu tedy sledovat, kterým politickým stranám a jejich zástupcům věnují zmíněné deníky v těchto článcích pozornost a jakým způsobem zde o nich referují. Komentářové články jsem zvolila z toho důvodu, že jsou prostředkem k spolupůsobení médií na tvorbu názorů, stejně jako prostředkem ke kritice a kontrole politických mocí (Schulz a kol., 2004). Zároveň jsou jedním ze stylistických útvarů,

v němž mohou novináři podle profesních pravidel vyjadřovat své názory a proto, na nich lze dobře sledovat vyváženost a politickou orientaci daných deníků.

Metodou, jíž jsem zvolila pro svůj výzkum, je obsahová analýza. Jedná se tedy o kvantitativní výzkum. Konkrétně budu analyzovat 23 vydání obou deníků ze stejných dnů, jež jsem vybrala náhodným výběrem ze všech vydání z roku 2008.

Práci jsem si rozvrhla takto: v první, teoretické části práce pojednám o základních teoretických východiscích a pojmech (koncept mediace, veřejná role médií, normativní teorie chování médií atd.), z nichž bude analýza vycházet. V druhé, analytické části práce se pak budu věnovat samotné obsahové analýze.

## 2. TEORETICKÁ ČÁST

V této části práce pojednávám o základních teoretických východiscích a tezích, o nichž se domnívám, že jsou vzhledem k tématu a výzkumu mé bakalářské práce relevantní a vymezují základní pojmy, s kterými budu v analytické části pracovat.

### 2.1. Média

#### 2.1.1. Co jsou média

Jirák a Köpplová (2003) definují média jako „...společenské instituce, které se velkou měrou podílejí na zajišťování komunikace<sup>1</sup> ve veřejné sféře, čímž přispívají k rozvoji, ustanovení a proměně kultury, tedy sdílených významů, hodnot a výkladů světa“ (str. 52). Slovo „médiu“ je latinského původu a znamená prostředek, prostředník, zprostředkující činitel apod. Obory, které se zabývají mezilidskou, sociální komunikací označují pojmem „médiu“ to, co „zprostředkovává někomu nějaké sdělení, tedy komunikační médiu“ (Jirák, Köpplová, 2003, str. 16).

Thompson (2004) považuje komunikační média za „konkrétnější soubory institucí a produktů, které se běžně zahrnují pod označení ‚masová komunikace‘<sup>2</sup>“ (str. 26) a orientují se na produkci a šíření symbolických sdělení v prostoru a čase. Pro produkci a šíření symbolických sdělení využívají technická média<sup>3</sup>, tj. určité hmotné prvky, jejichž prostřednictvím je informace nebo symbolický obsah zachycen a přenesen od podavatele k příjemci (str. 21). Komunikační média dle něj mají tyto charakteristické rysy (Thompson, 2004):

- a. Zahrnují technické a institucionální prostředky pro produkci a šíření obsahů

---

<sup>1</sup> Jirák a Köpplová (2003) rozlišují 6 typů komunikace podle toho, v jaké rovině organizace společnosti komunikace probíhá: *intrapersonální* (komunikace se sebou samým, např. zvažování různých možností řešení apod.), *interpersonální* (komunikace mezi dvěma až třemi lidmi), *skupinová* (komunikace uvnitř nějaké ustavené skupiny), *meziskupinová* (komunikace mezi ustavenými skupinami), *institucionální/organizační* (komunikační procesy v rámci politického systému, uvnitř určité organizace apod.), *celospolečenská* (komunikační procesy potenciálně dostupné všem příslušníkům určité společnosti) – její součástí je i mediální komunikace.

<sup>2</sup> Pojem „masový“ odkazuje k velkému počtu, rozsahu či množství lidí nebo produktů, „masovými médii“ se obvykle rozumí instituce, které šíří symbolický obsah směrem k rozsáhlému nesourodému a široce rozptýlenému publiku (McQuail, 1999, str. 31). Thompson však pojem masová komunikace považuje za problematický, protože jednak vyvolává představu, že mediální produkty jsou pasivně přijímány velkým množstvím jedinců, a jednak proto, že masová komunikace nemá dialogickou povahu a označení „komunikace“ je proto do jisté míry nevhodné a zcela nevhodné pro označení nových druhů informačních a komunikačních sítí. Proto dává Thompson přednost pojmem „mediovaná komunikace“ či „médiu“ a pojem „masová komunikace“ používá pro označení „institucionalizované produkce a všeobecně dostupného šíření symbolického zboží pomocí fixace a přenosu symbolického obsahu“ (Thompson, 2004, str. 28).

<sup>3</sup> Základními vlastnostmi technických médií jsou podle Thompsona schopnost uchovat symbolické sdělení, reprodukovat je a prostorově a časově je oddělit od kontextu jeho produkce a jejich užívání vyžaduje proces kodifikace, tedy užívání souboru norem a postupů pro zakódování a dekodování informace nebo symbolického obsahu (Thompson, 2004).



- b. Komodifikují symbolická sdělení, jež produkují, tj. činí z nich předmět ekonomického zhodnocování
- c. Zavádějí strukturovaný předěl mezi produkcí symbolických sdělení a jejich příjmem - kontext produkce je oddělen od kontextů příjmu
- d. Rozšiřují dostupnost symbolických sdělení v čase a prostoru
- e. Jejich produkty jsou dostupné velkému množství jedinců

Jiráček a Köpplová (2003) dále dělí komunikační média na primární a sekundární. Primárními komunikačními médii, tedy zprostředkovateli sdělení mezi účastníky komunikace, jsou „...kódy, které se při komunikaci používají, tedy přirozený jazyk jako je např. čeština“ (Jiráček, Köpplová, 2003, str. 17). S rozvojem lidské společnosti se však zvětšovaly požadavky na komunikaci - rostla potřeba přenášet sdělení na větší vzdálenost, v co nejkratším čase, co největšímu počtu lidí, zaznamenávat je apod., a jelikož primární komunikační média těmto požadavkům nevyhovovala, vyvinuly se pro tyto účely tzv. sekundární komunikační média, tj. „...obrázky, písmo, tisk, nejrůznější prostředky mechanického, analogového či digitálního nahrávání, telefon a počítačové komunikační sítě“ (Jiráček, Köpplová, 2003, str. 17).

### **2.1.2. Koncept mediace**

Média tedy zprostředkovávají neboli mediují kontakt se společenskou realitou. Mediace obecně je proces, při němž mezi dvě strany vstupuje nějaký prostředník (Jiráček, Köpplová, 2001). Koncept mediace pak upozorňuje na skutečnost, že veškeré médii zprostředkované materiály jsou pouze jistou reprezentací skutečnosti, nejsou to původní předlohy, ale jsou uměle sestavené – zkonstruované (Burton, Jiráček, 2001). „[M]édia nevyhnutelně mění vše, čeho se zmocňují. To, co se objeví na stránce či na obrazovce není skutečný originál, nýbrž jedna z možných verzí jeho výkladu či zpracování...Média mediují čili zprostředkovávají vše čeho se chopí....Proto číst článek není totéž jako být přítomen na místě události, kterou popisuje. Proto je nutné zkoumat stupeň mediace, tedy míru zprostředkování, jelikož ten může ovlivnit naše chápání určitého sdělení“ (Burton, Jiráček, 2001, str. 123-124).

McQuail (1999) definuje mediaci jako proces, jenž zahrnuje jednak zprostředkování událostí, kterým nemůžou být příjemci přítomni osobně, dále snahu různých aktérů, jako jsou politici, inzerenti, odborníci apod. příjemce kontaktovat ke svému prospěchu a konečně, zprostředkování, jež umožňuje příjemcům utvářet si představu o cizích skupinách a kulturách (McQuail, 1999).

Jiráček a Köpplová (2003) představují poněkud odlišnou definici mediace, jedná se podle nich o hlavní funkci médií, která spočívá v tom, že média jednak zprostředkovávají komunikaci mezi jednotlivými skupinami, vrstvami atd. v moderní společnosti, a jednak zprostředkovávají příslušníkům určité společnosti představu o tom jak je tato společnost uspořádána a jaké je v ní rozložení sil moci a odpovědnosti, čímž se podílejí se na formování společenských vztahů (Jiráček, Köpplová, 2003).

Podle Burtona a Jiráčka (2001) je mediace „neodstranitelná vlastnost mediální komunikace“ (str. 124), kterou lze postihnout a vyložit jako proces mající tři aspekty: text – užití znaků a významů; kontext – situační a komunikační; subtext – ideologie, diskurs (Tolson, 1996. in: Burton, Jiráček, 2001).

McQuail (1999) dále předkládá několik metafor, jež nabízejí různé způsoby, jak nahlížet na mediální zprostředkovávání skutečnosti a tedy různé způsoby, jak chápat roli médií, od neutrálního informování až po snahy o manipulaci a ovládnutí (McQuail, 1999):

- a. Média jako „okno, jímž lze vidět události a zkušenosti bez zásahu jiných lidí“ (str. 89);
- b. Média jako „zrcadlo událostí ve společnosti“, tedy představa věrného odrazu skutečnosti, který může být však poněkud zkreslený;
- c. Média jako „filtr (či strážný - gatekeeper) který bezděčně či záměrně třídí vybrané části získané zkušenosti a upozorňuje na ně a zároveň jiné náhledy a názory potlačuje“ (str. 89);
- d. Média jako „ukazatel, průvodce či vykladač, který ukazuje směr a dává smysl matoucím či útržkovitým sdělením“ (str. 89);
- e. Média jako „fórum či platforma sloužící k předkládání informací a myšlenek a zpětných reakcí na ně“ (str. 89);
- f. Média jako „plátno či bariéra, která tím že nabízí falešný obraz světa, může odříznout od skutečnosti“ (str. 89).

Další známou metaforou pro roli médií, již je dobré zmínit, je

- g. Média jako hlídací pes (watch-dog) demokracie, podle níž mají média kontrolní funkci ve vztahu k výkonu státní moci i soukromé a jejich posláním je odhalovat veškeré zneužívání moci a postavení (Reifová a kol., 2004).

### **2.1.3. Funkce médií**

Otázkou, o níž se ve spojitosti s médii často hovoří, je, jaké mají plnit funkce, tedy to, jaký je jejich úkol, účel jejich existence a motiv jednání. Podle McQuaila (1999) může funkce médií

„...odkazovat jak k více méně objektivním úkolům médií, tak k cílům či využití předpokládanými uživateli média“ (str. 102).

Thompson (2004) mluví o funkci médií v souvislosti, že komunikační média umožnila vznik tzv. zprostředkované interakce a masová komunikační média vznik tzv. zprostředkované kvaziinterakce. Tyto typy interakce srovnává s interakcí tváří tvář, která se odehrává v kontextu společné přítomnosti, je svou povahou dialogická a její účastníci používají větší počet symbolických kódů (gesta, intonace, výraz tváře apod.), které umožňují lepší porozumění. Zprostředkovaná interakce již vyžaduje použití nějakého technického média, které zajistí přenos informací nebo symbolických obsahů, je dialogická, avšak její účastníci bývají zpravidla vzdáleni prostorově anebo časově, a v jejím rámci lze použít omezený rejstřík symbolických kódů. Oba tyto typy interakce jsou zaměřeny na zcela konkrétní jednotlivce. Zprostředkovaná kvaziinterakce také vyžaduje použití technického média, její účastníci jsou též vzdáleni prostorově anebo časově, využívá zúžený rejstřík symbolických kódů, avšak od interakce tváří v tvář a zprostředkované interakce se liší především tím, že se zaměřuje na neurčitý soubor potenciálních příjemců a je svou povahou monologická, tedy že tok komunikace je jednosměrný – směrem od média k příjemcům nikoli naopak (Thompson, 2004).

McQuail (1999) předkládá typologii základních funkcí médií ve společnosti, která vychází z funkcionalistické teorie<sup>4</sup>, jež byla vytvořena H. Lasswellem a Ch. Wrightem, a kterou doplnil o pátou funkci, funkci získávání. Média podle něj tedy mají následující funkce (McQuail, 1999):

1. *Informační funkce* – poskytování informací o událostech a podmínkách ve společnosti a ve světě; naznačování mocenských vztahů; podpora inovací a pokroku a usnadňování adaptace;
2. *Funkce korelace* – vysvětlování, vykládání a komentování významů událostí a informací; koordinace izolovaných činností; vytváření konsenzu; nastolování priorit a statusu;
3. *Funkce kontinuity (či socializace)* – přenášení dominantní kultury; objevování subkultur a nových trendů ve vývoji kultury; prosazování a udržování přijatelnosti hodnot;
4. *Zábavní funkce* – zdroj pobavení, rozptýlení, uvolnění; oslabování sociálního napětí

---

<sup>4</sup> Funkcionalistická teorie vychází z předpokladu, že jakákoli trvalá a institucionalizovaná činnost, musí sloužit nějakému dlouhodobému účelu a přispívat k normálnímu fungování společnosti (Merton, 1957, in: McQuail, 1999).

5. *Funkce získávání (či mobilizace)* – agitace za společenské cíle ve sféře politiky, války, ekonomiky, práce, náboženství.

Za určité rozšíření McQuailovy typologie lze podle mě považovat typologii funkcí médií, kterou předkládají Burton a Jiráček (2001). Podle nich se „funkce médií liší v závislosti na typu společnosti, kulturním kontextu a sociálních, politických a ekonomických podmínkách“ (str. 140). Základními funkcemi médií podle nich jsou:

- a. Zábavní funkce – „médiá poskytují publiku zábavu a rozptýlení“, přičemž „odvádějí jeho pozornost od vážných sociálních problémů a nerovností“ (str. 142);
- b. Informační funkce – „médiá poskytují publiku nezbytné informace o světě“, „pomáhají mu utvářet si představu o světě, o jeho geografické, společenské a politické existenci“, „strukturují publiku určitý pohled na svět a svým způsobem publikum pacifikují“ (str. 142);
- c. Kulturní funkce – „médiá předkládají publiku materiály, které odráží naši kulturu a stávají se součástí její součástí“ (str. 142). Tyto materiály kulturu udržují a dále předávají, tj. zajišťují kulturní kontinuitu a daný stav ale také podporují kulturní změnu a růst. To vše ve prospěch dominantní kultury na úkor rozmanitosti subkultur;
- d. Sociální funkce – „médiá poskytují publiku příklady ze života společnosti, jejího jednání, společenské interakce a společenských skupin“ (str. 142). Přispívají k socializaci, nabízejí publiku vzory jednání a vztahů, jejichž pochopení a zvládnutí jim pomáhá stát se úspěšnými členy společnosti. Představy a vztahy, které příjemcům předkládají, vedou k tomu, že předkládaný pohled na společnost chápou jako přirozený a to jim brání chovat se jinak a osvojit si alternativní názory;
- e. Politické funkce – „médiá poskytují příjemcům představu o politických událostech, tématech a aktivitách“ (str. 143). Umožňují příjemcům pochopit fungování politiky v jejich prostředí a konstruktivněji se politicky, např. při volbách rozhodovat. Mohou utvářet veřejné mínění tím, že na něco upozorňují, zdůrazňují a ukazují způsoby jak na příslušné téma nahlížet. „Tím jsou média také schopna formovat názory na politické události a témata“ (str. 143). Také mohou plnit propagandistickou funkci.

Tyto dvě pojetí typologie funkcí médií předkládám z toho důvodu, že se domnívám, že obě jsou svým způsobem přínosné pro pochopení fungování médií ve společnosti. V souvislosti s tématem mojí práce je relevantní především otázka, zda mnou analyzované deníky plní informační a politickou funkci.

#### **2.1.4. Veřejná role médií a veřejný zájem v médiích**

V souvislosti s funkcemi médií se často vedou diskuze o tom, jakou roli by měla média zastávat ve společnosti. Pojetí veřejné role médií se obecně týká představy, že činnost médií by měla prospívat společnosti jako celku, tedy že média by měla jednat v zájmu celé společnosti a nikoli v zájmu soukromém, resp. individuálním či skupinovém (Reifová a kol., 2004).

McQuail (1999) chápe veřejnou roli médií tak, že média „... před svými proklamovanými organizačními cíli přednostně plní některé úkoly přispívající k širšímu a dlouhodobému prospěchu společnosti jako celku, zvláště v kulturních a politických záležitostech“ (McQuail, 1999, str. 161 – 162). Veřejný zájem chápe jako „výsledek procesu demokratické diskuze a rozhodování, tudíž nikdy jako jednou provždy daný, ale stále se měnící, vyvíjející, o němž je třeba neustále diskutovat<sup>5</sup>. Z tohoto pohledu by „...v demokratických společnostech měly existovat podmínky k tomu, aby bylo možné odkázat na všeobecně sdílené hodnoty, zvážit konkrétní okolnosti a z pohledu celkového či dlouhodobého prospěchu společnosti prohlásit, že média by něco měla a něco neměla dělat“ (McQuail, 1999, str. 162).

I Croteau a Hoynes (2006) upozorňují, že přes skutečnost, že v mediálním průmyslu jde vždy především o zisk<sup>6</sup>, se obecně uznává, že snaha o jeho dosažení musí být médiím vyvažována plněním veřejné role. Od médií v demokratické společnosti se dle nich neočekává, že budou spotřebitelům pouze nabízet zboží jako firmy v jiných oblastech průmyslu, ale že budou sloužit tzv. veřejnému zájmu, tedy že budou splňovat čtyři základní charakteristiky: diverzitu – odrážet celou škálu názorů a zkušeností přítomných v dané společnosti; inovativnost – podoba a obsah médií by se měla průběžně měnit; závažnost – média mají přinášet základní informace o významných otázkách ve společnosti a nevšední

---

<sup>5</sup> McQuail dále zmiňuje další dvě pojetí veřejného zájmu, jedná se o tzv. *většinové pojetí veřejného zájmu*, podle něž by se instituce měly podřizovat „vůli lidu“, protože veřejný zájem je chápán jako to, co zajímá veřejnost, z čehož pro média plyne, že prioritou by měly mít ty služby a obsahy, které jsou oblíbenější u veřejnosti a tzv. *unitární neboli absolutistické pojetí veřejného zájmu*, podle něž je veřejný zájem podřizen jedné prvořadě hodnotě nebo ideologii dané společnosti (McQuail, 1999).

<sup>6</sup> Týká se především soukromých médií, ale ani veřejnoprávní média nemohou ekonomickou stránku věci ignorovat.

zábavu; nezávislost – měla by poskytovat informace a názory nezávislé na těch, kdo mají moc (Croteau, Hoynes, 2006).

Pro moji práci je důležité především pojetí veřejné role médií, jež představili F. S. Siebert, T. Peterson a W. Schramm. Veřejná role médií podle nich spočívá především ve třech funkcích (Siebert, Peterson a Schramm, 1956, in: Schulz a kol., 2004, str. 51):

1. informativní funkce – média mají umožňovat občanům, aby se na základě obširných informací podíleli na politickém procesu.
2. artikulační funkce, či funkce veřejného fóra – média mají umožnit jednotlivcům a skupinám šířit fakta a názory a současně mohou těm, jež vládou umožnit poznat názory rozšířené mezi lidmi.
3. kontrolní funkce – média mají střežit nebo kritizovat ty, kteří vykonávají moc nebo ohrožují demokracii<sup>7</sup>.

### ***2.1.5. Normativní teorie chování médií***

Normativní teorie chování médií se zabývají tím, jak by měla média fungovat v zájmu společnosti, jakou roli by měla ve společnosti zastávat a jaké chování se tedy od nich očekává, a to zvláště vůči státu. Pojednávají tedy o tom co je žádoucí ve vztahu mezi tzv. strukturou médií (otázky, jako jsou svoboda médií ve vztahu ke státu nebo četnost nezávislých kanálů) a jejich jednáním (způsob, jakým se média vyrovnávají se zvolenými nebo určenými informačními či zábavnými úlohami) (McQuail, 1999).

Normativní teorie chování médií jsou tedy soubory požadavků, očekávání a hodnocení, jež má určitá společnost spojená s fungováním médií v jejím rámci. Tyto normativní teorie jsou společensky a dobově podmíněné (Trampota, 2006). V normativních teoriích jsou formulovány požadavky na jednání médií, čímž slouží jako určitý nástroj regulace médií - kontroly hodnot, které média dávají do oběhu (Reifová a kol., 2004). Byly vytvořeny proto, že bylo nutné činnost médií ve vztahu ke společnosti určitým způsobem legitimizovat.

V demokratických společnostech, jsou normativní požadavky na chování médií spojovány s představou služby veřejnému zájmu. Z toho důvodu jsou normativní teorie pro moji práci důležité, protože mým cílem je zkoumat, jak plní daná média svou veřejnou roli, především zda jsou vyvážená a nepředpojatá a zda plní své funkce, především funkci politickou, o níž mluví Burton a Jiráček (2001).

---

<sup>7</sup> V této souvislosti se mluví o úkolu médií kontrolovat politické instituce, tj. o jejich roli hlídacím psa demokracie (watchdog), viz výše

Kořeny normativních teorií chování médií lze vysledovat v roli, která byla připisována tisku v době vzestupu „moderní“ společnosti s demokraticky volenou vládou. Tehdy se v Evropě na tisk obecně nahlíželo buď jako na nástroj politické liberalizace a sociálněekonomického pokroku, nebo jako na legitimní prostředek opozice k zavedenému mocenskému uspořádání (McQuail, 1999). V 19. století pak byla kritizována komercializace tisku, která byla spojována s honbou za senzacemi a upadající úrovní kvality informování. Dalším terčem kritiky se stala rostoucí tisková impéria, u nichž se předpokládal příklon k politické pravici a využívání tisku a dalších médií autoritářskými režimy za účelem politického ovládnutí a kontroly (McQuail, 1999).

Normativní teorie se ovšem, jak už jsem zmínila, liší podle toho, v jakém společenském kontextu média působí: „Každé uspořádání společnosti, každý režim, s sebou přináší představu o fungování médií, jež by pro něj bylo žádoucí vzhledem k největší stabilitě daného rozdělení moci“ (Jirák, Köpplová, 2003, str. 61). Normativní teorie chování médií převažující v dané společnosti se projevují ve státem podporované mediální struktuře, v mediální legislativě, etických kodexech, v profesních kodexech mediálních společností a ve veřejných debatách (Jirák, Köpplová, 2003).

Mediální analytici F. S. Siebert, T. Peterson a W. Schramm formulovali čtyři základní normativní teorie jednání médií, které se liší podle politického uspořádání společnosti (Siebert, Peterson a Schramm, 1956. in: McQuail, 1999):

- I. Teorie společenské odpovědnosti tisku
- II. Libertariánská teorie
- III. Autoritářská teorie
- IV. Sovětská teorie.

Ad. I. *Teorie společenské odpovědnosti tisku* – teorie formulovaná T. Petersonem vychází z toho, že média nejsou pouze ekonomické subjekty, nýbrž že mají vůči společnosti, v níž působí, závazek, odpovědnost za službu, kterou jí poskytují. Média, mají tedy jednat v zájmu společnosti. Vychází tedy z pojetí veřejného zájmu. Svoboda médií je podle této teorie možná do té míry, do jaké je podpořena společensky odpovědným jednáním médií. Za ně lze považovat například to, že na sebe média berou roli „hlídacího psa“ (Reifová a kol., 2004). Dále by podle této teorie měla média nabízet různé pohledy na určitý problém (Jirák, Köpplová, 2003), měla by být nepředpojatá, informativní a nezávislá, vlastnictví médií je věcí veřejnou a neměla by podporovat zločin, násilí či občanské nepokoje. Média by měla sloužit jako fórum pro zveřejnění myšlenek, měla by být svobodná ale samoregulovaná a měla by

dodržovat etické kodexy a profesionální zásady. V případě nutnosti může společnost vůči médiím zasáhnout ve veřejném zájmu (McQuail, 1999).

Ad. II. *Libertariánská teorie* – neboli teorie svobodného tisku, jejímž autorem je F. S. Siebert, vychází z myšlenky svobodné vůle a představy, že tisk by měl být „volným trhem myšlenek“ (McQuail, 1999), každý má tedy mít svobodu vyjadřování a „...může kdykoli říci cokoli se mu zachce“ (Jirák, Köpplová, 2003, str. 61). Svoboda projevu a svoboda tisku jsou dle ní nejefektivnějšími nástroji, kterými se může společnost dobrat pravdy (Reifová a kol., 2004). „[P]ředstava svobodného tisku je nepotlačitelná a poskytuje pevnou obranu proti cenzuře, povolování, politické kontrole a pronásledování novinářů“ (McQuail, 1999, str. 157).

Ad. III. *Autoritářská teorie* – tato teorie formulovaná F. S. Siebertem se prosazuje ve společnostech, kde neexistuje svoboda médií a není ani považována za žádoucí hodnotu (Reifová a kol., 2004). Média jsou chápána jako prostředek pro sdělování postojů a názorů nějaké autority, především státu a slouží tak k vytváření konsenzu ve společnosti (Jirák, Köpplová, 2003). Nejvíce se uplatňuje v diktaturách a vojenských režimech, avšak ve stavu nouze (během války či živelných pohrom) se její prvky mohou uplatnit i v demokratických společnostech. Jejimi projevy jsou stanovení jasných a uzavřených mantinelů pro svobodu tisku, cenzura a udílení trestů za porušování pravidel a obecná ochrana nastoleného společenského řádu a jeho činitelů (McQuail, 1999).

Ad. IV. *Sovětská teorie* – teorii, kterou zformuloval W. Schramm, vychází z nároků, které na tisk kladli K. Marx, F. Engels a V. I. Lenin. Její základní myšlenkou je, že média mají sloužit dělnické třídě a jejím „hlavním principem je podřízenost médií jedinému legitimnímu hlasu a zástupci dělnické třídy – komunistické straně“ (McQuail, 1999, str. 154). Médii je přisouzena role kolektivního agitátora, propagandisty a vzdělavatele při budování komunismu (McQuail, 1999).

Čtyři teorie tisku nebyly však nikdy dostačující klasifikací vztahů médií a společnosti. S proměnami médií i společnosti se u masových médií vyvinuly pro společnost určité problematické rysy, které vedly ke snahám o přehodnocení či reformu normativních teorií. Mezi tyto problémy patří podle McQuaila mimo jiné koncentrace vlastnictví médií, ohrožení nezávislosti informací a názorů, rozvoj sektoru „bulvárních“ médií, nárůst nadnárodních mediálních aktivit, nástup televize jako společenské síly, vznik nových médií založených na počítačové technice (McQuail, 1999). Přes veškerou kritiku jsou však čtyři teorie tisku hodnotné a poskytují nám základní teoretický rámec. Pro moji práci je pak relevantní především teorie společenské odpovědnosti.



### 2.1.5.1. Rovnost médií

Princip rovnosti médií vychází z teorie společenské odpovědnosti a je na něm založeno několik normativních očekávání chování médií. Ve vztahu ke komunikaci a politické moci vyžaduje „aby nebyla věnována zvláštní přízeň těm, kteří mocí disponují, a aby přístup k médiím byl umožněn těm, kdo se ucházejí o nějaký úřad, a obecně také zástupcům opozičních nebo odlišných názorů, hledisek či požadavků“ (McQuail, 1999, str. 169).

Ve vztahu k obchodním partnerům médií vyžaduje princip rovnosti, aby měla média stejný přístup ke všem zadavatelům reklamy, tedy stejné ceny a obchodní podmínky. Rovnost také znamená, že k médiím mají mít přístup alternativní hlasy za stejných podmínek, jinými slovy „...rovnost volá po odstranění veškeré diskriminace či předpojatosti v množství a druhu přístupů k médiím dosažitelným pro podavatele i příjemce“ (McQuail, 1999, str. 169).

### 2.1.5.2. Rozmanitost (diverzita) médií

Jedním z normativních požadavků na jednání médií vycházejících z teorie společenské odpovědnosti je princip rozmanitosti (diverzity). Je založen na představě, že média by měla publiku zprostředkovávat rozličné a nediskriminující spektrum názorů, představ a přesvědčení o sociálním světě, stejně jako témat a to v tak bohaté šíři v jaké jsou prezentovány ve společnosti (Reifová, 2004).

McQuail (1999) požadavek diverzity definuje tak, že „...média by měla odrážet aktuální rozdělení čehokoli relevantního (témat, sociálních skupin, politických přesvědčení atd.) ve společnosti, nebo odrážet rozličné rozčlenění požadavků a zájmů publika“ (McQuail, 1999, str. 170). Princip rozmanitosti médií je dle něj zvláště důležitý, protože podporuje procesy progresivních změn ve společnosti, které má demokracie přinášet. Podle principu rovnosti je tedy ideální formou rozmanitosti médií stav, kdy všechny relevantní kandidátské skupiny nebo zájmy mají rovný podíl v přístupu k médiím nebo rovnou pozornost médií z hlediska času a prostoru (Reifová a kol., 2004).

I podle Croteau a Hoynes (2006) je diverzita jedním ze základních parametrů, jimiž plní média svou veřejnou roli: „Média slouží veřejnému zájmu do té míry, do jaké zobrazují diverzitu zkušeností a názorů v dané společnosti. Občané mohou opravdu porozumět své společnosti a činit uvědomělá rozhodnutí, jedině pokud budou vystavováni široké škále perspektiv“ (Croteau, Hoynes, 2006, str. 34). Tak se podle nich média stávají prostorem pro diskusi o starých i nových myšlenkách a významně přispívají k veřejnému životu v demokratické společnosti.

W. Hoffmann-Riem identifikoval čtyři hlavní dimenze diverzity ve vztahu k médiím:

- a) rozmanitost formátů a témat (souvisí s rozdílnými funkcemi médií),
- b) rozmanitost obsahů,
- c) rozmanitost jednotlivců a skupin v přístupu k médiím i reprezentaci v nich,
- d) rozmanitost geografického pokrytí a relevance (Reifová a kol., 2004).

Pro moji analýzu jsou důležité především druhá a třetí dimenze rozmanitosti. Mediální diverzitu lze dále rozlišovat na externí a interní (Reifová a kol., 2004). O externí diverzitu se jedná v případě, že plná míra relevantních rozdílů ve společnosti (politických, sociálních apod.) je srovnatelná se škálou jednotlivých a autonomních mediálních kanálů. Obsah jednotlivých mediálních kanálů je pak vysoce homogenní a konzistentní a vzájemně jsou jednotlivé kanály vysoce diferencované (o externí diverzitu by se jednalo např. v situaci, kdy by každá politická strana vydávala vlastní deník). O interní diverzitu se jedná v případě, že je široká škála obsahů či názorů nabízena jedním mediálním kanálem.

Domnívám se, že na situaci mediálního systému České republiky se vztahuje model interní diverzity, z čehož by podle normativních požadavků na média mělo vyplývat, že politicky nezávislé mediální kanály, jakými jsou deník MF Dnes a Právo budou poskytovat širokou škálu obsahů a názorů. Požadavky rozmanitosti médií shrnuje McQuail (1999) do následujících hlavních bodů:

1. struktura a obsah médií by měly přiměřeně odrážet různé sociální, kulturní a ekonomické skutečnosti společnosti,
2. média by měla poskytnout víceméně stejný přístup k názorům různých sociálních a kulturních menšin ve společnosti,
3. média by měla sloužit jako fórum rozdílných názorů a zájmů, které se ve společnosti vyskytují,
4. média by měla v daném okamžiku nabízet relevantní výběr obsahu a průběžně nabízet pestrost druhů obsahu odpovídající potřebám publika (McQuail, 1999).

### *2.1.5.3. Normativní požadavky na obsahovou kvalitu médií*

Nejčastěji vyslovovanými normativními nároky na obsahovou kvalitu mediálních produktů především v oblasti zpravodajství, ale i publicistiky s politickou tematikou, jsou požadavek objektivity a vyváženosti. Požadavek objektivity je v České republice dokonce součástí mediální legislativy (Jirák, Köpplová, 2003).

McQuaila (1999) k tomu říká: „média by měla poskytovat vyčerpávající zásobu relevantních zpráv a podkladových informací o událostech ve společnosti a okolním světě.

Informace by měly být objektivní ve smyslu přesnosti, poctivosti, úplnosti, pravdivosti ve vztahu ke skutečnosti, spolehlivosti a oddělování faktů od názorů. Měly by být vyvážené a nestranné“ (str. 175). Výše zmíněné normativní nároky dále v textu vysvětlím.

#### 2.1.5.3.1. Objektivita

Objektivita je ústředním pojmem ve vztahu ke kvalitě obsahu. Podle McQuaila (1999) se jí rozumí „zvláštní forma mediální činnosti a zvláštní postoj k úloze shromažďovat, zpracovávat a rozšiřovat informace“ (McQuail, 1999, str. 285). Podle něj je spojena s principem svobody médií, jelikož nezbytnou podmínkou objektivity ve smyslu nepředpojatosti a pravdivosti je nezávislost, a s principem rovnosti médií, jelikož „...objektivita vyžaduje poctivost a nediskriminační postoj ke zdrojům i k předmětům zpravodajství“ (McQuail, 1999, str. 172 – 173). Propojení se svobodou je však podle McQuaila (1999) poněkud problematické, protože svoboda v principu zahrnuje i právo být neobjektivní – právo stranit nebo být předpojatý.

Westertahl a kol. (1983. in: Trampota, 2006, str. 145 – 146) dělí objektivitu na dvě základní složky: faktičnost a nestrannost. Podle tohoto pojetí se faktičnost skládá z pravdivosti a relevance. Kritériem pravdivosti je, zda je výpověď fakticky a věcně správná, přesná a úplná. Kritériem relevance je, zda událost zasluhuje určitou pozornost, jinými slovy, zda je důležitá ve vztahu k politickému a společenskému kontextu (Schulz a kol., 2004) a zda výpověď obsahuje všechny informace a všechny aktéry, kteří jsou pro událost relevantní a jestli nic podstatného nechybí<sup>8</sup>.

Hlavními aspekty objektivity jsou podle McQuaila (1999) odstup a neutralita; absence stranění, tj. nestrannost a nepředpojatost; oddanost přesnosti a dalším kritériím pravdivosti jako je relevance a úplnost; absence skrytých motivů nebo služby třetí straně. Toto pojetí objektivity se podle mě s pojetím Westertahla a kol. poměrně překrývá. Pro mou práci je podstatné především pojetí objektivity, které říká, že „...objektivita lze v praxi dosáhnout poskytnutím stejného prostoru nebo času různým názorům na fakta či jejich odlišné podoby“ (McQuail, 1999, str. 173).

Druhá hlavní složka objektivity – nestrannost, se týká především zpracování obsažených informací, toho jestli podávají média rovný a nezkreslený pohled na událost, zda mají možnost se k události vyjádřit všichni relevantní aktéři v obdobném rozsahu a zpracování (Trampota, 2006). Složkami nestrannosti jsou v tomto pojetí vyváženost

---

<sup>8</sup> Hagen (Schulz a kol., 2004) rozlišuje dva druhy relevance, externí a interní. Externí relevancí rozumí „...nakolik téma určité zprávy působí na společnost nebo politický systém“ (str. 53) a interní relevancí rozumí „...důležitost jednotlivých faktů v souvislostech určité zprávy – fakta jsou relevantní, pokud jsou součástí úplného a srozumitelného podání události“ (str. 54).

a neutralita při prezentaci. Podle Westertahla předpokládá nestrannost „...neutrální postoj a musí jí být dosaženo kombinací vyváženosti protichůdných výkladů, pohledů nebo verzí událostí a neutrality při jejich prezentaci“ (McQuail, 1999, str. 174).

Podle Trampoty (2006) existují dva přístupy k objektivitě. První přístup na objektivitu nahlíží z hlediska žurnalistické profese a artikuluje se v něm názor, „...že objektivita je možná prostřednictvím dodržení určitých profesních, novinářských postupů a jde tedy o určitou komunikační konvenci zajišťující kvalitu zpravodajství (str. 144). Druhý přístup představují mediální studia, ve kterých panuje názor, „...že objektivita má charakter nedosažitelného ideálu a jako pojem fakticky zastírá subjektivní povahu zpravodajství, protože realitu jsme nuceni poznávat vždy prostřednictvím nějakého subjektu“ (str. 144). Ve zpravodajství se jedná například o to, že selekce událostí je vždy subjektivním rozhodnutím toho novináře, který je vybírá, a těchto subjektivních rozhodnutí si novináři ani nemusí být vědomi.

Dle Rosengrena (1980) je objektivita vždy jen relativní, a to proto, že média mají vždy určitý sklon, který udává historický, sociální, ekonomický a kulturní kontext společnosti, v níž fungují a v rámci mediálního systému dané země musejí stranit v tom smyslu, že reflektují základní hodnoty a sympatie populace, protože jinak by pro publikum přestalo být médium důvěryhodné (Trampota, 2006).

Ještě dál jde Glasser, který považuje objektivitu za ideologii a svým způsobem za formu předpojatosti, protože „...působí proti roli tisku jako hlídacího psa, proti nezávislému myšlení a proti původní odpovědnosti za důsledky reportování“ (Glasser, 1984. In: Trampota 2006, str. 148). Objektivita podle něj pomáhá získat novinářům odstup od zpravodajských událostí a legitimizuje jejich nezasahování do důležitých společenských dějů a vzdání se role sociálního aktéra (Glasser, 1984. in: Trampota, 2006).

Co se týče článků typu komentář, které jsou předmětem méj analyzy, v souvislosti s nimi nelze mluvit o objektivitě v plném jejím významu, jelikož podle profesních pravidel v nich mohou novináři vyjadřovat své osobní názory (Schulz a kol., 2004), avšak i k nim se dle mého názoru vztahuje požadavek na vyváženost, tedy rovnoměrné zastoupení předmětů komentářů, tedy témat, aktéru, politických stran, orientací apod., protože jejich legitimita se do značné míry odvíjí od služby veřejnému zájmu.

#### 2.1.5.3.2. Vyváženost

Vyvážeností se podle Reifové a kol. (2004) rozumí požadavek, aby média poskytovala stejnou možnost přístupu do výpovědí o událostech všem stranám, názorům a úhlům pohledu,

kteří jsou relevantní ke zpracovanému tématu, a aby zároveň poskytovala ve svém obsahu prostor všem relevantním tématům. Média mají totiž, jakožto společenské instituce nesoucí hodnoty společnosti, v níž působí, sklon k předpojatostem, a požadavek vyváženosti je snahou tyto předpojatosti vyvažovat a regulovat. Jak bylo řečeno výše J. Westertahl považuje vyváženost za složku nestrannosti a vztahuje ji především k procesu selekce (nebo opomíjení) z hlediska faktů a výpovědí, které mohou implikovat hodnoty nebo názory zúčastněných stran (Reifová a kol., 2004).

McQuail (1999) rozumí požadavku vyváženosti různými způsoby, které závisejí na množství, relevanci a statutu stran, jež jsou do tématu zahrnuty. Podle těchto kritérií může dle něj vést uplatňování požadavku vyváženosti k a) rovnému nebo b) proporčnímu zastoupení hlavních aktérů podle důležitosti jejich zahrnutí do události. Pozornost, která se aktérům věnuje, pak může být vyvážená jednak z hlediska měřitelného prostoru nebo času a jednak z hlediska relativní prominence, kontextu a kvality pozornosti (Reifová a kol., 2004).

Pokud jsou média do jisté míry zaujatá či stranící, může se to projevit v jejich nevyváženosti – např. v hodnocení určité sporné události nebo referování o některých volebních kandidátech častěji než o jiných. Hagen považuje za splnění požadavku vyváženosti „...rovnoměrné zastoupení politických alternativ, co do rozsahu a úpravy - tj. poměrný čas, prostor a důraz jim věnovaný“ (Schulz a kol., 2006, str. 61). I když se vždycky nedá stanovit, co je vyvážený poměr sil, je podle něj přesto smysluplné zjišťovat nakolik jsou média vyvážená, resp. jaké názory nebo aktéry prosazují při selekci témat a zpráv, protože podle toho, je možné rozpoznat politickou tendenci určitého média, a to přes jaký filtr pohlíží na realitu (Schulz a kol., 2004).

#### *2.1.5.4. Předpojatost*

Protikladem objektivity je předpojatost či stranění (bias). Jedná se o určitou deformaci v nějaké mediální reprezentaci (jevu, tématu, události apod.). Může být způsobená: (1) vědomým deformováním sdělení, (2) neuvědomovaným pomíjením nějakého aspektu, (3) hodnotovou orientací podavatele, nebo (4) vzájemnou inspirací mezi médii - tzv. strukturální předpojatost (Burton, Jiráček, 2001).

Jiráček a Köpplová (2003) chápou předpojatost poněkud odlišně, a to jako postojovou resp. ideologickou inklinaci média k již předem utvořenému postoji, např. opakující se pravidelnost ve skreslování reality, preferování určité politické strany či směru, či se může jednat o souvislost mezi politickými postoji novinářů a výběrem zpráv či jejich zpracováním.

Denis McQuail pak rozlišuje čtyři formy předpojatosti v médiích, podle toho zda se jedná o předpojatost (1) záměrnou či nezáměrnou, (2) otevřenou či latentní, (3) o ideové stranění, nebo (4) o neúmyslnou předpojatost (selektivitu), propagandu či ideologii (Reifová a kol., 2004) Je tedy, dle mého názoru, patrné, že McQuail ve svém pojetí předpojatosti více méně spojuje obě předchozí pojetí.

Předpojatost se v mediovaných textech může projevit otevřeným lhaním či deformováním obrazu, zdůrazňováním jedněch faktů a opomíjením jiných, řazením zpráv, které vypovídá o určitém hodnocení jejich důležitosti, podobně jako délka jednotlivých příspěvků, dále preferováním určitých pohledů na otázky, či určitých hodnot, například výběrem expertů kteří se k problémům vyjadřují (Burton, Jiráček, 2001). Může se projevit také již při prvotním výběru toho, co se dostane do mediálního obsahu. „Mediální organizace mají sklon k výběrové reprodukci podle kritérií, jež nejlépe vyhovují jejich vlastním cílům a zájmům“ (McQuail, 1999, str. 259). Může se jednat o kritéria profesní či řemeslná ale obvykle se přihlíží k tomu, co se nejlépe prodává a má největší pozornost publika<sup>9</sup>. Pokud se při výběru uplatňují stále stejná kritéria, stále více dochází k určité předpojatosti, tedy ke sklonu k jisté podobě výsledného obsahu na úkor jedinečnosti a nepředvídatelnosti (McQuail, 1999).

Předpojatost se obvykle sleduje u zpravodajských obsahů médií, ale projevuje se i v jiných obsazích, podle Klause Schönbacha (In: Jiráček, Köpplová, 2003), se předpojatost zpravodajského obsahu, kterou označuje pojmem *synchronizace*, projevuje tak, že jsou často zaměňovány zprávy a názory a komentáře neinterpretují fakta, nýbrž fakta jsou vybírána tak, aby podporovala komentáře, tedy že komentáře posilují redakční zaměření a orientaci listu. Podle L. Lutze a M. Hageny se také projevuje tak, že novináři ve svých příspěvcích citují nebo využívají osoby či skupiny, které argumentují v souladu s redakčním zaměřením - tzv. oportunní svědectví (Kunczik a Zipfiel, 2001. in: Jiráček, Köpplová, 2003).

Pojem předpojatost je však poněkud problematický, jelikož každá komunikace vždy vychází z kultury a z hodnot komunikátorů a ani mediální text nemůže být nikdy úplně hodnotově neutrálním odrazem skutečnosti, protože média vždy fungují v kontextu řady zájmů a platných ideologií, z něhož se nemohou vymanit.

---

<sup>9</sup> U veřejnoprávních médií, jež však nejsou předmětem mého zkoumání, je situace poněkud odlišná, zisk pro ně není hlavním kritériem, rozhodují především jiná kritéria kvality obsahu, avšak ani ona nemohou ekonomickou stránku věci ignorovat.

### 2.1.6. Média a etika

Součástí normativních požadavků na jednání médií v demokratických společnostech je, aby dodržovala etické zásady. V této části se proto budu věnovat otázce etiky obecně, otázce novinářské etiky a vývoji a současné situaci novinářské etiky v České republice.

#### 2.1.6.1. Etika obecně

Pojem etika vychází etymologicky z řeckého slova *éthos* = zvyk, obyčej, charakter. Etika se obecně zabývá studiem lidského chování či jednání a její hlavní náplní je morální rozhodování a hodnoty (Moravec, 2005).

Ve studiu etiky existují čtyři základní přístupy (Moravec, 2005): *Deskriptivní etika* popisuje mravní rozhodnutí a hodnoty dané společností, avšak nezkoumá, co je a není správné, druhý přístup, *normativní etika*, zkoumá normy mravního rozhodování lidí, na jejichž základě lidé odlišují správné od nesprávného, v *metaetickém přístupu* se diskutuje o jazyce, kterým se o morálce hovoří a jeho zdůvodnění, posledním přístupem, který je pro moji práci nejrelevantnější, je *aplikovaná etika*, která se zabývá konkrétními problémy, jež vedou k formulování a zkoumání mravních rozhodnutí a hodnot. Je možné chápat ji jako etiku profesní, mezi její oblasti patří lékařská etika, právní etika a také novinářská etika (Moravec, 2005). Podle Thompsona (2004) je třeba zkoumat aplikovanou etiku a teorii etiky ve vzájemném vztahu.

#### 2.1.6.2. Novinářská etika

„Novinářská etika je soubor sociálních, respektive profesních norem, které se vztahují k výkonu novinářského povolání, odrážejí akceptované morální hodnoty, na jejichž základě se definují postupy při práci na mediálních produktech v této oblasti, zejména v oblasti zpravodajství“ (Reifová a kol., 2004, str. 56). V podmínkách demokratické společnosti patří mezi tyto normy např. zásady úcty k pravdě, pečlivého a spolehlivého informování, potlačování postojových náklonností a vědomé zvažování dopadu vlastní činnosti a významu sdělení jednak z hlediska veřejného zájmu a jednak ochrany soukromí (Reifová a kol., 2004). Podle Moravce (2005) patří mezi hlavní a nejčastější etické problémy, s nimiž se může novinář při své práci setkat, narušování soukromí, střet zájmů, úplatky, klamání, osobní účast na zprávě a plagiátorství.

Koncept novinářské etiky se často spojuje s Weberovým rozlišením kategorií sociálního jednání hodnotově racionálního, tj. etiky odpovědnosti, která je určována vědomou orientací na vyhovění hodnotám vycházejícím z vlastního smýšlení, přesvědčení, názoru

a účelově racionálního jednání, tj. etiky přesvědčení, která je určena nadindividuálním přesahem a orientuje se na dosažení vyššího cíle (Reifová a kol., 2004). S tímto rozlišením souvisí otázka, kdo etická pravidla novinářské práce formuluje a vyžaduje jejich dodržování, zda tato pravidla na sebe berou novináři sami, tedy nesou za ně sami odpovědnost, nebo zda je formuluje vydavatel či provozovatel média, či nějaký subjekt stojící mimo mediální sféru a jsou tedy novinářům „nařizována“.

Pravidla etického chování novinářů a mediálních organizací bývají v praxi formulována v různých etických kodexech. Většina kodexů se soustřeďuje na otázky související s poskytováním spolehlivých informací, předcházením zkreslení, zatajováním, předpojatostí, senzačností atd., ale jejich cílem může být i ochrana nezávislosti novinářů před nepatřičným tlakem vydavatelů a inzerentů a nárokování práva na utajení zdrojů (Harris, 1992. In: McQuail, 1999, str. 151). Kodexy vytvořené vydavateli a šéfredaktory obvykle zdůrazňují především potřebu publikační svobody a nezávislost na partiálních zájmech (McQuail, 1999).

V České republice je pro média a novináře platný<sup>10</sup> tzv. Etický kodex podle Syndikátu novinářů ČR z 18. Června 1998. Vzhledem k tomu, že analyzuji české deníky, je pro moji práci výchozí. Etický kodex novináře je členěn do tří částí (Moravec, 2005):

- I. Právo občanů na včasné, pravdivé a neskreslené informace – zavazuje novináře ke zveřejňování jen těch informací, jejichž původ je znám, k odlišování faktů od osobních názorů, zakazuje používání nepoctivých prostředků pro získávání informací, fotografií atd.
- II. Požadavky na vysokou profesionalitu v žurnalistice - vychází z teze, že vykonávání novinářské profese musí být odpovědné vůči veřejnosti, a jejím základním předpokladem je tedy vysoká profesionalita. Tato část mluví o osobní odpovědnosti novináře za všechny jím zveřejněné materiály, definuje střet zájmů, zakazuje přijímání úplatků a dalších výhod
- III. Důvěryhodnost, slušnost a serióznost zvyšují autoritu médií – tato část zakotvuje ochranu zdroje informací, dodržování presumpce nevinny, respektování soukromí osob, nepřipustnost plagiátorství atd.

Po vzniku Etického kodexu novináře byla na podzim roku 1998 ustanovena Komise pro etiku při Syndikátu novinářů ČR, která se zabývá podáními veřejnosti na sporné postupy

---

<sup>10</sup> Syndikát novinářů ČR k jeho dobrovolnému dodržování vyzval všechny novináře v ČR. Pro jeho členy je závazný (Moravec, 2005).



žurnalistů. Podle svých stanov „komise vydává obecná doporučení, konkrétní stanoviska i odsudky k jednotlivým případům porušení novinářské etiky jako nedílné součásti novinářské profesionality, při respektování svobody slova, projevu a tisku a práva občana na informace“ (Komise pro etiku při Syndikátu novinářů ČR, 1998). Rozhodnutí komise se vztahují ke všem novinářům ze všech médií, soukromých i veřejnoprávních, členů i nečlenů Syndikátu novinářů ČR a vycházejí z Etického kodexu novináře (Moravec, 2005).

### *2.1.6.3. Vývoj novinářské etiky v ČR po roce 1989*

Prvním tištěným médiem, které na svých stránkách po roce 1989 zveřejnilo vlastní etický kodex, byl časopis Týden, a to v říjnu 1998. Kodex obsahoval ve formě otázek hlavní dilemata související s etickými rozměry práce redaktorů zpravodajského týdeníku. Důraz v něm byl kladen na principy přesnosti, nestrannosti, nepředpojatosti, různosti, respektování práva jednotlivce na ochranu soukromí, otevřenosti, konfliktu zájmů, plagiátorství atd. Doprovázel jej dovětek o tom, že časopis přijímá tento kodex v druhé půli roku 1998, kdy lze konstatovat, že závažnější debata o etice médií v České republice nevznikla (Moravec, 2005).

Významné deníky začaly kodifikovat etická pravidla své práce až po roce 2000. Z mnou analyzovaných deníků přijala MF Dnes svůj etický kodex 18. března 2002 a deník Právo nemá vlastní etický kodex a řídí se Etickým kodexem Syndikátu novinářů ČR.

Podle Moravce (2005) by „...kodifikace etických pravidel měla být výsledkem reflexe mnohaletých zkušeností redakčních týmů, reflexe zaběhaných postupů, „tradic“ jednotlivých médií, a především výsledkem hlubokého dialogu nejen uvnitř novinářské profese ale i mezi novinářskou obcí a veřejností“ (str. 61). Podle mého názoru však česká společnost k tomuto dialogu dospěje až ve chvíli, kdy budou mít česká média ve své činnosti dlouhodobější tradici a zkušenosti, z nichž budou moci vycházet, a až se i veřejnost naučí lépe rozumět mediálními sděleními a fungování médií a osvojí si takzvanou mediální gramotnost<sup>11</sup> a změní svůj přístup k médiím.

---

<sup>11</sup> Mediální gramotnost bývá definována jako série komunikačních kompetencí, které zahrnují schopnost vyhledávat, analyzovat, hodnotit a dále předávat informace v nejrůznějších formátech. Mediálně gramotný člověk je schopen maximálně využívat dostupná média pro své vzdělání, osobní rozvoj a uspokojení potřeb (Vránková, Mediální gramotnost, In: Revue pro média) [online: [http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/medialni\\_gramotnost.htm](http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/medialni_gramotnost.htm) ].

## 2.2. Konstruování reality v mediálním obsahu

Jak již bylo zmíněno, média realitu neodráží jako zrcadlo, ale konstruují určité její verze. Tato koncepce vychází z konstrukcionistické teorie reprezentace reality<sup>12</sup> a z konstruktivistického paradigmatu ve filosofii a sociologii. Podle této teorie realita jako sociální fakt do sociální komunikace vstupuje vždy jen jako interpretace reality. Média jsou jedním z nejmocnějších sociálních aktérů, kteří realitu interpretují, definují a konstruují. Z tohoto pohledu nejsou média vybavena schopností mimetického<sup>13</sup> zobrazování reality, ve svých obsazích ji neodráží, ale konstruují (Reifová a kol., 2004).

Konstruování reality v médiích pak probíhá tak, že publikum usměřuje skutečnost s mediálními významy a status skutečnosti pro něj získávají jen ty části skutečnosti, které jsou stvrzeny v mediálním zobrazení. Skutečnost je tak neustále srovnávána s mediální produkcí (Reifová a kol., 2004). Základním principem, jímž média konstruují realitu ve svých obsazích, je princip selekce témat, událostí a aktérů a princip agenda setting, jež popíší později.

Vysvětlení procesu konstruování reality v médiích nabízí hierarchický model vlivů působících na podobu obsahu mediálního sdělení. Autory modelu jsou P. Shoemakerová a D. Reese, kteří jej vytvořili na základě koncepce T. Gitlina a H. Ganse. Podle tohoto modelu vždy média ve svých obsazích realitu přetvářejí, avšak toto přetváření není výsledkem vědomého snažení, ale přirozenou neodstranitelnou vlastností produkce mediálních organizací (Reifová a kol., 2004). Zmíněný model bývá představován v pěti základních rovinách, na nichž v mediálních institucích vznikají faktory konstruování reality:

- a) rovina individuálních osobností novinářů - osobnostní psychologické vlastnosti novinářů, jejich sociální zařazení, pohlaví, národnost vzdělání atd. (souvisí s pojmy gatekeeper a gatekeeping, jimž se budu věnovat později);
- b) rovina mediálních rutin - ustálené, opakované a často neuvědomované vzorce profesního jednání novinářů, které vycházejí z nutnosti vyrovnat se s omezeními v prostředí mediální organizace (interpersonální vztahy, vztahy podřízenosti a nadřízenosti, dělby práce aj.);
- c) rovina ekonomických faktorů - vlivy související s tlaky ze strany vlastníka, vydavatele, vliv ekonomického prostředí;

---

<sup>12</sup> Teorii sociální konstrukce reality vychází především z díla P. Bergera a T. Luckmanna „The Social Construction of Reality“ (1966), v němž představili základní myšlenku, z níž sociální konstruktivismus vychází - „Společnost je výtvořem člověka, společnost je objektivní realitou, člověk je výtvořem společnosti“.

<sup>13</sup> Mimetický = napodobivý, přizpůsobivý, vychází z řeckého slova mimesis = napodobení nebo zobrazení skutečnosti (Petráčková, Kraus a kol., 1995).

- d) rovina politických faktorů – vlivy ze strany politických aktérů, vlivy související s provázaností mediálních organizací s mocenskými strukturami;
- e) rovina ideologická - týká se světónázorů, které tvoří intelektuální horizont novinářů, jde o předpoklady a východiska, která jsou obvykle nerefléktovaná a která nějakým způsobem odráží rozložení moci ve společnosti strukturami.

### 2.2.1. *Reprezentace sociální skutečnosti*

S konstruováním reality v médiích úzce souvisí koncept reprezentace. Koncept reprezentace se podle Burtona a Jiráka vztahuje jak k médiím – způsobu předvedení, tak k příjemcům – způsobu přijetí.

Výraz reprezentace se v souvislosti s médii používá v několika významech, které Richard Dyer shrnul do čtyř kategorií (Dyer, 1985. In: Burton, Jirák, 2001):

1. *re-representace* – význam odkazuje k výrazovým prostředkům, zvyklostem (konvencím), které se užívají při zobrazování, převádění a zpřítomňování světa příjemcům (str. 186);
2. *reprezentativnost neboli typizace* - do jaké míry jsou osoby použité v mediovaných sděleních charakteristické pro určité sociální skupiny;
3. *předvedení neboli prezentování* – kdo je za reprezentaci odpovědný a jak instituce vytvářející mediovaný text ovlivňuje prezentování;
4. *pochopení* – co si publikum myslí, že je mu prezentováno.

K reprezentaci sociální skutečnosti v médiích se váže především první význam, tedy re-representace obecných soudů a představ v podobě konkrétních výjevů či údajů a druhý význam, tedy pravidelnosti (stereotypy) v zobrazování určitých sociálních skupin. V obou se promítá převládající ideologie, tedy dominantní hodnoty, postoje a přesvědčení<sup>14</sup>. Koncept reprezentace a reprezentativnosti naznačuje, že předvádění (může jít o předvádění osob, institucí, představ a dalších aspektů dané kultury), není zpřítomňováním, ale reprezentací určitých pohledů na předváděné, jež příjemci obvykle přijímají jako normální, přirozené vlastnosti předváděného (Burton, Jirák, 2001). Oba tyto významy jsou pro moji bakalářskou práci z hlediska jejího tématu analýzy relevantní, protože budu zkoumat reprezentaci jednotlivých politických stran či jejich zástupců v obou denících.

---

<sup>14</sup> Ideologie = filozofické, náboženské, politické a jiné ideje deformované určitým partikulárním zájmem (Petráčková, Kraus a kol., 1995).

Základním principem reprezentace je opakování, které posiluje ustavenou reprezentaci, případně ji postupně upravuje. Na procesu reprezentace se kromě obrazových materiálů silně podílí užívání jazyka. Analýza reprezentace se soustředí na to, co je v mediálním obsahu přítomno a co chybí, co je explicitní a co implicitní, co je tematizované a co nikoli (Trampota, 2006).

Reprezentace rekontextualizuje sociální praxi, protože vybrané aspekty a atributy vyjímá z jejich přirozeného kontextu a vkládá je do nového. Rekontextualizací je například vybírání promluv aktérů zpráv a jejich uspořádání určitým způsobem, zachycení momentu fotografií apod. Tyto výběry a uspořádání sdělení formují jejich celkový význam a ovlivňují konečnou reprezentaci zobrazovaného (Trampota, 2006).

Média mají sklon zobrazovat některé aktéry určitým ustáleným způsobem, opakovaným výběrem a zdůrazňováním určitých atributů a opomíjení jiných. Tak vytvářejí jejich mediální reprezentace. Výběr a opomíjení jistých atributů pak vypovídá o optice konkrétního média.

Tím, že média určité skupiny lidí reprezentují určitým způsobem, organizují příjemcům chápání jednotlivých kategorií lidí a dávají jim nástroje k tomu, aby uměli zařadit určité lidi do určité kategorie, jak v médiích, tak v reálném světě. Reprezentace funguje na principu opakování a posilování, mezi základní prostředky reprezentace patří fyzický vzhled, věk, etnikum, povolání, pohlaví ale i určité typy chování, jednání, vztahů atd. To, jak je určitý typ v mediálním obsahu reprezentován s určitými vlastnostmi a určitým způsobem, naznačuje příjemcům také, co si mají o tomto typu myslet a nabízí jim soubor hodnotových soudů (Burton, Jiráček, 2001). Reprezentace se však může týkat také institucí a představ a funguje pak na stejném principu.

Reprezentace osob a sociálních skupin může mít podle ustálenosti zobrazení a vztahu k realitě charakter typů, stereotypů nebo archetypů:

### Typ

Postavy jsou sice prezentovány jako individuality, ale především reprezentují určitý typ. Jedná se o opakovanou prezentaci konkrétního projevu postavy, důraz je kladen na posílení určité vlastnosti, která se opakuje i s dalšími představiteli tohoto typu. Jde tedy o charakteristiku určitého subjektu na základě typické opakující se vlastnosti, než na základě individuálních vlastností (Trampota, 2006). Vzhledem k hloubce prokreslení postavy se však nejedná o stereotyp.

## Stereotyp

Jde o zjednodušenou a zkreslenou reprezentaci nějakého lidského projevu, rysu či postoje, která se opakovaně objevuje po delší dobu. Svým způsobem deformuje původní předlohu, její rysy zjednodušuje a současně přehání. Stereotypy jsou nositeli určitých představ a hodnotových soudů příjemců a jsou tedy „... konstitutivním prvkem sociální konstrukce reality, nositeli soudů, postojů, názorů, případně předsudků“ (Burton, Jiráček, 2001, str. 189). Stereotypy vznikají v každodenním životě a média jsou jejich významným šířitelem. Ve zpravodajství je nutnost stereotypní reprezentace vyvolána nedostatkem prostoru a nutností rychle a stručně charakterizovat aktéry zpráv. Stereotypní zobrazování může být založeno na předsudcích o zobrazované sociální skupině, které mohou být sociálně a dlouhodobě sdílené a tyto předsudky zpětně posilovat (Trampota, 2006).

Walter Lippmann vymezil čtyři funkce stereotypů (Lippmann, 1922. In: Burton, Jiráček, 2001):

- uspořádání – stereotypy uspořádávají realitu do lehce pochopitelné podoby a sehrávají klíčovou roli v tom, jak rozumíme světu a společnosti,
- zkratky – stereotypy slouží jako metonymické<sup>15</sup> „zkratky“ vedoucí rychlou cestou k významu,
- způsob odkazování ke světu – stereotypy jakožto sociální konstrukce představují určitý konsenzus v pohledu na svět, jsou výrazem dominantní ideologie, slouží k tomu, aby dodávaly vztahům a rozdělení moci ve společnosti zdání přirozenosti,
- vyjádření hodnot a postojů – stereotypy musí dosáhnout postavení shody, konsensu v dané společnosti, jen tak nabývají své společenské platnosti a mohou posilovat mocenské vztahy.

## Archetyp

Archetypy jsou opakující se reprezentace, jež jsou v dané kultuře hluboce zakořeněny, nejčastěji jde o základní hodnoty a principy dané společnosti (např. dobro, zlo, život, smrt). Můžeme o nich mluvit tam, kde jsou nejvýraznější složkou popisu.

Koncept reprezentace je pro moji práci užitečný, jelikož dovoluje při analýze mediálních obsahů klást otázku typu: „Jak je téma reprezentováno?“, „Jaké jsou k prezentaci použity výrazové prostředky a nakolik konstruují reprezentativnost zpracování tématu?“,

---

<sup>15</sup> metonymický = z řec. metonymie = přenášení významu na základě vnitřní souvislosti

„Proč je téma reprezentováno právě tímto způsobem?“, „Co se ve sdělení o tématu doopravdy říká?“ apod.

### **2.2.2. „Gatekeeping“ neboli „hlídání u brány“**

Koncept „hlídání bran“ vychází ze skutečnosti, že vždy existuje velké množství potenciálních zpráv, ale jen omezené množství z nich se může stát součástí mediálního obsahu. Označuje procesy v rámci mediálních organizací, jimiž se rozhoduje, která témata a události budou zpracovány na mediální obsahy. O výběru těchto témat a událostí rozhodují novináři, kteří jsou označováni jako tzv. vrátní - „gatekeepři“.

Termín gatekeeping navrhl sociální psycholog K. Lewin v rámci svého výzkumu procesů rozhodování při rodinných nákupech a označoval jím mechanismy, které rozhodují o tom, které zboží bude koupeno a spotřebováno (Reifová a kol., 2004). V mediálních studiích myšlenku gatekeepingu rozvinul americký sociolog D. M. White. V roce 1950 zkoumal editory regionálních amerických listů a kritéria, podle nichž rozhodovali, které z agenturami nabízených materiálů v listech použijí. Zjistil, že editoři použijí pouze jednu desetinu materiálu. Události z obsahu vylučovali ze dvou typů důvodů: obsahových – událost podle nich nestála za zveřejnění a organizačních – obvykle šlo o nedostatek prostoru. Dalším kritériem výběrů bylo také uspokojení příjemců. Hlavním zjištěním výzkumu bylo, že výběr událostí je velmi subjektivním procesem, který vychází z hodnot, zkušeností a postojů konkrétního gatekeepera (Trampota, 2006).

Na Whiteovu práci navázal W. Gieber, který za rozhodující faktor vpuštění události do obsahu nepovažoval subjektivní hodnocení gatekeeperů, ale tlak, který je vyvíjen ze strany zdrojů, aby se do novin dostaly. J. T. McNelly rozpracoval koncept několikanásobného gatekeepingu. Podle něj výběr a zpracování informací ovlivňuje více gatekeeperů než jeden na různých úrovních mediální organizace a závěrečnými gatekeepery jsou sami příjemci, kteří rozhodují o tom, čemu se bude věnovat pozornost. P. Shomekerová do konceptu gatekeepingu zahrнула kromě výběru zpráv také proces přetváření události ve zprávu (Reifová a kol., 2004).

Podle závěrů těchto výzkumů jsou tedy subjektivní názory postoje a rozhodování gatekeeperů jedním z faktorů účastnících se procesu výběru událostí, které se stanou součástí mediálního obsahu. Pro moji práci je tento koncept relevantní z toho důvodu, že předmětem mé analýzy jsou dva české deníky, jejichž obsahy jsou utvářeny na základě výběru různých lidí, z různých hledisek a různými postupy.

### **2.2.3. Vliv ekonomických faktorů**

Dalším z významných faktorů, které působí na činnost médií, jsou ekonomické faktory, a to z toho důvodu, že produkce soukromých médií je vedena především motivy zisku a ani veřejnoprávní média nemohou ekonomickou stránku věci ignorovat. To často vede k rozhodování, které má vliv na obsah. Navíc, „...většina soukromě vlastněných médií má životní zájem na fungování kapitalistického systému a inklinuje k podpoře jeho hlavních zastánců – konzervativních politických stran“ (McQuail, 1999, str. 190).

Podle Herberta Altschulla „obsah zpravodajských médií vždy odráží zájmy těch, kdo média financují“ (McQuail, 1999, str. 234). Altschull rozlišuje čtyři základní vzorce vztahů mezi obsahem médií a těmi, kdo jej financují: oficiální, obchodní, zájmové a neformální. U oficiálního vztahu je obsah určován pravidly vlády, regulace, zákony atd. U komerčního vztahu je podoba obsahu vázána na názory inzerentů a jejich komerčních partnerů. U zájmového vztahu odráží obsah média zájmy financujícího subjektu (finanční skupiny, politické strany, náboženské skupiny apod.). U neformálního vztahu odráží obsah cíle přátel, příbuzných lobbistických skupin apod., jež přispívají penězi či jiným způsobem.

Nejdůležitějšími ekonomickými činiteli, kteří přinášejí médiím provozní kapitál, jsou vlastníci a inzerenti (McQuail, 1999). V komerčních médiích mají rozhodující vliv na podobu obsahu vlastníci. Určitou rozhodovací autonomii redaktorům i přesto zajišťují profesionální konvence. Snahou vlastníků bývá ovlivnit politiku a podobu obsahu tak, aby vyhovovala jejich zájmům, a to např. tak, že určují, na jaké příjemce se má médium zaměřit a jaký objem finančních prostředků mu přidělí (Trampota, 2006). Také pokud jsou vlastníci politicky angažovaní, mohou ovlivňovat podobu obsahu. Na podobu obsahu působí již výběrem a najímáním podobně smýšlejících lidí do klíčových pozic v organizaci, kteří kontrolují novináře, aby se chovali v zájmu vlastníků médií.

Inzerenti představují druhý hlavní ekonomický faktor ovlivňující podobu obsahu, protože média jsou dnes financována především z reklamy. Vliv inzerentů se projevuje tak, že médium prodejem plochy vlastně prodává předpokládanou pozornost žádoucího publika. Snaha přilákat toto žádoucí publikum, pak ovlivňuje podobu mediálních produktů, jež se mu nabízejí (Jiráček, Köpplová, 2003).

### **2.2.4. Vliv politických faktorů.**

Dalšími důležitými faktory, které mají vliv na činnost médií, jsou faktory politické. Média totiž vždy působí v rámci určitého politického prostředí, v němž existují určitá nařízení,

kontrola a omezení, uplatňované prostřednictvím formálních i neformálních kanálů (McNair, 2004)<sup>16</sup>.

Prvním politickým faktorem působícím na činnost médií je forma politického systému dané společnosti, která určuje zákonné principy přenosu informací a stupeň legislativní volnosti kulturních činitelů. V případě totalitního systému se musí média podříditi oficiální linii režimu, nepřipouští jeho kritiku. V systému liberální demokracie, kterým je také Česká republika, v jejímž rámci provádím svou analýzu, je uplatňován nízký stupeň politické kontroly nad médii a vysoký stupeň politické tolerance kritických postojů novinářů (McNair, 2004).

Druhým faktorem je politická kultura, tedy „normy, hodnoty, postoje a postupy určující způsob, jímž se každé zpravodajské médium vymezuje vůči světu politiky“ (Wolfsfeld, 1997. In: McNair, 2004, str. 90) jež se nemusí shodovat se zákonnými rámci a nástroji charakteristickými pro daný politický systém (McNair, 2004).

Třetím politickým faktorem je ekonomický vztah média ke státu, to, zda má politický aparát kontrolu nad zdroji média a může ji využít jako nátlakový prostředek. Autoritářské země mají sklon k formě veřejného vlastnictví médií, které je financováno státem. Liberálně demokratické země se obvykle z důvodu možnosti politického zneužití veřejnému vlastnictví médií vyhýbají, výjimkou jsou některé evropské země, kde soukromé vlastnictví tisku často existuje vedle veřejného vlastnictví vysílacích médií (televize, rozhlas), přičemž přímé politické zasahování do vysílání je přísně omezováno (vláda např. stanovuje vyšší koncesionářských poplatků za vlastnictví televizního přijímače, ale nemůže přímo zasahovat do obsahu televizního vysílání) (McNair, 2004).

Média jsou v dnešní době obecně považována za významné poskytovatele zpráv a tvůrce veřejného mínění. Z toho důvodu mají politici snahu ovládat činnost médií a využívají k tomu několik prostředků. Extrémním prostředkem je použití fyzické síly, které využívají především totalitní režimy, běžným prostředkem jsou zákony, obecně lze říci, že „novináři v demokratické společnosti pracují v rámci zákonů, které usilují o definování a vymezení jejich práv a povinností a o navození patřičné rovnováhy mezi těmito často protichůdnými kategoriemi“ (McNair, 2004, str. 96). Dalším běžným prostředkem, jež využívají politici jak v totalitních tak liberálních režimech, je cenzurování. Přízeň novinářů si politici získávají neformálním lobbováním, tedy „tlaky které vyvíjejí na média ve snaze vypěstovat u nich spolupráci a potlačit jejich nepřátelství“ (McNair, 2004, str. 99),

---

<sup>16</sup> Proto, míní McNair (2004), musí média, aby mohla plnit roli „hlídacího psa“, neustále bojovat proti politickému aparátu za svou svobodu informovat o událostech a analyzovat je.



tlaky mohou být pozitivní, to v případě, že k zajištění příznivého zpravodajství se používá přesvědčování podpořené odměnami, ale také negativní ve formě politického zastrašování, obecně platí že nejméně výraznější jsou v době všeobecných voleb (McNair, 2004).

### **2.3. Nastolování témat a zarámování**

Média ovlivňují to, o čem lidé přemýšlejí a do jisté míry také to, jak o tom přemýšlejí. Činí tak především dvěma způsoby (Jiráček, Köpplová 2003, str. 181):

1. tím, že některá témata zařazují do svých obsahů a jiná nikoliv (hypotéza o nastolování témat);
2. tím, že tato témata „rámuje“<sup>17</sup>, tj. různými prostředky (např. řazením zpráv) signalizují pořadí jejich důležitosti a dalšími prostředky (především signály preferovaného čtení) signalizují jejich možnou interpretaci.

#### **2.3.1. Nastolování témat - „agenda setting“**

V politologii a sociologii se termínem agenda setting označuje „model procesu prosazování určitých témat do veřejného diskursu a současně vylučování určitých témat z tohoto diskursu, který probíhá ve vzájemné interakci tří agend – agendy veřejné, agendy politické, agendy mediální“ (Reifová, 2004, str. 16). V mediálních studiích označuje „hypotézu o vlivu, resp. účinku médií na obsah myšlení a veřejného a politického diskursu, podle níž jsou média schopna, záměrně či nezáměrně, exponovat určité události a současně určovat pořadí důležitosti určitých událostí, jež tvoří součást veřejného prostoru (Reifová, 2004, str. 16).

Hypotéza o nastolování témat byla formulována na základě výsledků výzkumů, které opakovaně ukázaly „...shodu mezi pořadím důležitosti přiřádané tématům v médiích a pořadím významnosti, které těmto tématům přisuzuje veřejnost a politici (McQuail, 1999, str. 388). Představu o tom, že média se nějakým způsobem podílejí na nastolování agendy, představili ve svých knihách již Robert E. Parker (*The Immigrant Press and Its Control*, 1922), Walter Lippman (*Public Opinion*, 1922) a Bernard Cohen (*The Press and Foreign Policy*, 1963). Autory samotného konceptu agenda setting jsou američtí mediologové Donald Shaw a Maxwell McCombs, kteří na konci šedesátých let 20. století započali výzkum, jehož cílem byla „...snaha zjistit do jaké míry existuje vztah mezi zastoupením témat v mediálních obsazích v rámci předvolební prezidentské kampaně v roce 1968 a vnímání jejich důležitosti mezi lidmi“ (Trampota, 2006, str. 115). Po dobu tří týdnů sledovali ve městě Chapel Hill

---

<sup>17</sup> anglicky „media framing“

v Severní Karolině vývoj postojů nerozhodných voličů, o nichž se dalo předpokládat, že budou nejotevřenější k informacím nabízeným v rámci kampaně, a srovnávali posuny v jejich postojích s množstvím zpravodajských článků, úvodníků, komentářů a vysílaných reportáží v devíti dostupných médiích v Chapel Hillu. Výsledkem výzkumu byla téměř dokonalá korelace mezi pěti nejsledovanějšími tématy, která nastolovala mediální agenda a pěti nezdůrazňovanějšími tématy reflektovanými ve veřejné agendě nerozhodných voličů. Z těchto výsledků vyvodili McCombs a Shaw závěr, že masová média nastolují veřejnou agendu. (Reifová, 2004).

Podle hypotézy o nastolování témat média „...tím, že vybírají a zařazují do svých obsahů některá témata a jiná opomíjejí, určují, co budou čtenáři/diváci/posluchači vnímat jako důležité“ (Trampota, 2006, str. 112-113). Podle Roberta Entmana tak ovlivňují média myšlení lidí tím, že určují, o čem lidé přemýšlejí (Entman, 1989, in: McNair, 2004). Ve veřejném prostoru se totiž vyskytuje mnoho témat, ale pozornost může získat jen omezený počet z nich. O tom, kterým tématům se nakonec bude veřejně věnovat pozornost, rozhoduje řada faktorů, mezi nimiž mají významnou úlohu právě média (Reifová a kol., 2004). Proces nastolování témat „...není zcela nestranný, je nevyhnutelně selektivní, neúplný a náchylný k předpojatosti“ (McNair, 2004, str. 55).

Schopnost médií nastolovat témata souvisí také s funkcí hlídacího psa (watch dog), protože média výběrem témat mohou upozorňovat na nebezpečí, umožňují diskuzi o odezvách na ně a předkládají politikům názory veřejnosti (McNair, 2004).

Koncept agenda setting je pro moji práci důležitý z toho důvodu, že publicistika, která je předmětem mé analýzy, se spolu se zpravodajstvím „...na prezentaci aktuálních témat podílí ze všech mediálních žánrů nejintenzivněji“ (Trampota, 2006, str. 113).

Zkoumání vztahu mezi tématy, která jsou obsahem mediovaných sdělení a tématy preferovanými veřejností a politiky se odehrává ve dvou směrech. Kvantitativní směr vychází z představy, že četnost výskytu určitého tématu v médiích vede k ustavení tohoto tématu ve veřejné agendě a kvalitativní směr vychází z představy, že o ustavení tématu ve veřejné agendě rozhoduje způsob zpracování tématu a dobový společenský, politický a kulturní kontext (Reifová, 2004).

### **2.3.2. Zarámování**

Druhým prvkem, jenž má vliv na to, které téma se stane předmětem veřejné agendy a zájmu myšlení lidí je tzv. „zarámování“ témat, tedy to jak média témata zpracovávají. Zarámování je ústřední organizační ideou mediálního obsahu, která poskytuje kontext a určuje, o čem

událost vypovídá tím, že při zpracování určité tematické události mohou média některé vlastnosti zdůraznit a jiné potlačit nebo vynechat (Trampota, 2006). „[T]ematické zarámování událostí přitom může mít podstatný vliv na to, jakým způsobem budou události vnímat příjemci“ (Trampota, 2006, str. 123). Zdůrazněním některých aspektů události v mediovaném textu „se posiluje určitá definice problému, kauzální interpretace, hodnocení nebo doporučení řešení popsané skutečnosti (Entman, 1993. In: Trampota, 2006, str. 123). Jedna událost se dá přitom zpracovat s různým zarámováním.

Existují dva typy zarámování, epizodické a tematické. Epizodické zarámování je založeno na užívání konkrétních příkladů a tematické rámování vkládá témata do širšího nebo abstraktního kontextu (Perseová, 2001. In: Trampota, 2006).

### **2.3.3. Priming neboli vypíchnutí**

Priming neboli vypíchnutí je možno považovat za součást zarámování. Wanta vnímá priming jako proces navazující na nastolování agendy,...., který vede ke změně postoje příjemce k zobrazovanému tématu (Wanta, 1997. In: Trampota, 2006, str. 123 – 124). „V mediálních obsazích se priming může projevat určitými vodítky usměřujícími vnímání významu příjemcem“ (Trampota, 2006, str. 124). Jedná se například o zdůraznění určitých podrobností k události, zdůraznění vlastností aktéra a podobně (tamtéž).

## **2.4. Stručný úvod do problematiky tištěných médií**

Tištěná média jsou specifická tím, že jejich obsah je vázaný na papír a vznikají pomocí různých tiskařských technik. Podle pravidelnosti jejich vycházení můžeme rozlišovat tištěná média neperiodická a periodická. Periodická se dále dělí na deníky, týdeníky, čtrnáctideníky, měsíčníky a čtvrtletníky. Podle jejich dosahu a působnosti můžeme tištěná média dělit na lokální, regionální, nadregionální, celostátní a nadnárodní (Reifová a kol., 2004).

Noviny jsou nejstarším periodicky vycházejícím tištěným médiem a tradičně se charakterizují jako médium vykazující aktuálnost, tj. časovou blízkost zpravodajství k události, periodicitu, tj. dlouhodobé vydávání v pravidelných cyklech, univerzálnost, tj. obsahovou pestrost a publicitu, tj. nikým neomezenou dostupnost pro všechny (Reifová a kol., 2004).

### **2.4.1. Vznik a vývoj periodického tisku**

Kořeny rozvoje periodického tisku lze vysledovat až do druhé poloviny 15. století, kdy se začala šířit Gutenbergova technologie knihtisku<sup>18</sup>. Do roku 1480 už byly tiskárny založeny ve více než stovce evropských měst, zejména v Německu a Itálii ale také v dalších zemích. Rozvoj tiskařské technologie umožnil nástup rozmanitých periodických tiskovin, jež přinášely zprávy o nejrůznějších událostech a nabízely obsahy politické a komerční povahy.

Již brzy po vynalezení knihtisku, v polovině 15. století, se začala objevovat spousta tištěných informačních letáků, plakátů a brožur, které vycházely buď jednorázově či nepravidelně a staly se pro lid cenným zdrojem informací o blízkém i vzdáleném dění. Pravidelné, periodické vydávání tisku se začalo šířit především ve druhé polovině 16. století, počátky moderních novin se kladou však až do prvních dvou desetiletí sedmnáctého století, kdy se začaly objevovat pravidelné zpravodajské buletiny vycházející více méně v týdenní periodicitě (Thompson, 2004).

První noviny se vyznačovaly periodicitou, komerční podstatu (volně v prodeji), informačním obsahem, působením ve veřejné sféře, městským světským publikem a relativní svobodou (McQuail, 1999). Od počátku své existence byly noviny potencionálním protivníkem vládnoucí moci, proto byly omezovány a kontrolovány zákony, či finančními limity. V rámci hnutí za svobodu, demokracii a občanská práva se proto často odehrával také boj za právo svobodně publikovat (McQuail, 1999).

Noviny bývaly často užívány také jako nástroj stranických zájmů a politické propagandy. Stranické noviny byly běžným typem novin, avšak postupně byly z trhu vytlačeny novinami komerčními, které „...prokázaly, že jsou objektivnější, méně náchylné k manipulaci, zábavnější a schopny ovlivnit více čtenářů“ (McQuail, 1999, str. 35). Dnes stranický tisk přežívá v rámci jednotlivých politických stran (McQuail, 1999).

Nástup seriózního tisku se datuje do druhé poloviny 19. století, do tzv. „období buržoazie“. Současná představa o podobě seriózního tisku vychází z tehdy vydávaných buržoazních listů, na jejichž podobu mělo vliv několik faktorů: vítězství liberalismu, zrušení přímé cenzury a finančních omezení, nástup kapitalistické třídy a nových profesí, mnoho společenských a technologických změn. Hlavními rysy seriózního tisku, jenž se tehdy ustavil, se staly: formální nezávislost na státu a jiných zájmech, uznání novin jako významné instituce politického a společenského života, vysoce vyvinutý smysl pro společenskou a etickou svobodu a vývoj novinářské profese jako „objektivního“ zpravování o událostech (McQuail,

---

<sup>18</sup> Gutenberg kolem roku 1450 vyvinul techniku pro opakované odlévání stejných kovových písmen, ze kterých mohl sestavovat předlohy pro tisk textů a vynalezl tiskařský lis.

1999, str. 36). Tyto představy stále ovlivňují naše očekávání od seriózního tisku a jsou podkladem pro kritiku příliš stranických či bulvárních novin (McQuail, 1999).

## **2.5. Shrnutí**

V teoretické části jsem představila teorie a základní pojmy. Šlo především o pojem média a jejich funkce, o pojetí veřejné role a veřejného zájmu v médiích a z nich vycházející normativní požadavky, především požadavek na objektivitu a vyváženost a také etická pravidla novinářské profese. Dále se jednalo o koncept konstruování skutečnosti v mediálním obsahu a koncept nastolování témat. Z těchto teorií a konceptů budu vycházet v samotné analýze v následující analytické části práce.

### **3. ANALYTICKÁ ČÁST**

V teoretické části práce jsem popsala teoretická východiska a teze a vymezila základní pojmy, s nimiž ve své práci pracuji. V této části představím metodologická východiska práce, popíši zvolenou metodu, seznámím s analyzovanými deníky a představím vlastní výzkum.

#### **3.1. Stanovení metodologických východisek**

Cílem mé práce je zjistit, do jaké míry jsou komentářové rubriky v denících MF Dnes a Právo objektivní a vyvážené a zda se potvrdí všeobecným předpoklad, že MF Dnes straní spíše pravicovým stranám a Právo spíše stranám levicovým.

Pro účely svého výzkumu používám výzkumnou metodou označovanou jako obsahová analýza, která „je kvantitativní výzkumnou metodou pro systematický a intersubjektivně ověřitelný popis komunikačních obsahů, vycházející z vědecky podloženého kladení otázek“ (Schulz a kol., 2004, str. 30). Obsahová analýza tedy převádí verbální nekvantitativní dokument na kvantitativní údaje (Jeřábek, 1992). Jejím charakteristickým rysem je „vysoká míra strukturovanosti a s tím spojený vysoký stupeň ověřitelnosti“ a její další významnou předností je „možnost zpracovat velké množství textů (nebo jiných mediovaných obsahů) a výsledky šetření podrobit statistickým analýzám“ (Schulz a kol., 2004, str. 29). Z tohoto pohledu je tedy pro můj výzkumný projekt metodou nejvhodnější. Výsledkem obsahové analýzy je kvantitativní popis mediovaných obsahů (Schulz a kol., 2004).

Data pro analýzu získávám jednak rozborem textů novinových článků typu komentář ve vybraných denících a jednak sledováním dalších analytických proměnných ve vztahu ke komentářovým článkům (např. hlavní téma článku, celkové ladění článku apod.)

#### **3.2. Výběr vzorku**

Prvním důležitým krokem obsahové analýzy je výběr populace a výběr vzorku. Vzorek je dílčí soubor zvolených jednotek populace, který během výzkumu sledujeme. Při správném provedení náhodného výběru vzorku o závěrech a výsledcích, k nimž během výzkumu dojdeme, předpokládáme, že vypovídají o všech jednotkách, ze kterých je vzorek vybrán, tj. o populaci (Disman, 2000). V rámci mého výzkumu jsou populací všechna vydání obou deníků z roku 2008 a vzorkem, který zkoumám, je 23 vydání deníku MF Dnes a 23 vydání deníku Právo (vydání deníku MF Dnes a deníku Právo jsou vždy ze stejného dne) z roku 2008, které jsem vybrala prostým náhodným výběrem. Konkrétně jde o vydání obou deníků

z těchto dnů roku 2008: 10.1, 28.1., 5.2., 26.2., 27.2., 20.3., 14.4., 15.4., 2.5., 19.5., 20.6., 16.7., 5.8., 19.8., 27.8., 11.9., 22.9., 8.11., 12.11., 14.11., 21.11., 6.12., 20.12.

Moje analýza se omezuje na články komentářového typu. Jako článek typu komentáře chápu každý článek, který se vyskytuje na komentářové stránce a který má charakter vyjádření názoru svého autora k určité události, politické straně, osobě či k jejich chování. Tyto články se v deníku MF Dnes nalézají v zásadě v rubrice „Názory“ a v deníku Právo v rubrice „Publicistika“. Umístění těchto rubrik se mění dle jednotlivých vydání, obvykle jsou však umístěny od strany 6 a výš.

### **3.3. Průběh analýzy**

V rámci mé analýzy je tedy pouze jedna kódovací jednotka, a to výše zmíněný článek komentářového typu. Analýzu jsem, vzhledem k tomu, že je jednou z mých výzkumných otázek politická orientace deníku, omezila na komentářové články, jejichž autory jsou členové či členky redakce deníků či stálí spolupracovníci a spolupracovnice, kteří do komentářových rubrik pravidelně přispívají. Především tyto články totiž vypovídají o politické orientaci daného deníku. Do analýzy tedy nezahrnuji články politiků, odborníků, čtenářů aj., které deníky ve vybraných vydáních zveřejnily, ačkoliv i z těch by se dalo leccos vysuzovat. Analýzu jsem dále omezila na komentářové články, v nichž vystupují čeští političtí představitelé a politické strany. Všechny takto relevantní články typu komentáře z vybraného vzorku vydání obou deníků jsem podrobila obsahové analýze, přičemž oba deníky jsem analyzoval zvlášť. V deníku MF Dnes bylo v rámci vybraného vzorku 23 vydání uveřejněno 50 odpovídajících komentářových článků a v deníku Právo 66 odpovídajících komentářových článků. Analýze jsem tedy podrobila dohromady 116 článků z obou deníků.

V rámci mnou výše definovaných kódovacích jednotek sleduji výskyt určitých kategorií, které popisují jejich znaky, tzv. proměnné kódovacích jednotek, jež se proměňují, tj. získávají různou hodnotu. Tyto kategorie jsou zaznamenány a blíže popsány v kódovací knize, která je přílohou práce. Vytvořila jsem je na základě jednak čtení článků z vybraných vydání a jednak na základě odborné literatury a to s cílem, aby co nejlépe odpovídaly účelům výzkumu a aby bylo s jejich pomocí možné zodpovědět mnou položené výzkumné otázky.

Kódovací kniha, kterou jsem takto vytvořila, obsahuje dva druhy proměnných. Identifikační proměnné a analytické proměnné. Identifikační proměnné slouží pouze pro identifikaci článků a umožňují analyzované články zpětně vyhledat a jejich analýzu překontrolovat (Schulz a kol. 2004).

Analytické proměnné slouží k zodpovězení otázek tématu, které bývají z části formulovány jen abstraktně a převádějí se proto na viditelnější znaky. Tento proces se nazývá operacionalizací (Schulz a kol., 2004).

Při vypracovávání kódovací knihy jsem tedy vycházela ze souboru základních otázek, např.: V jakém poměru komentářové články věnují jednotlivým politickým stranám? „Kolik prostoru věnují deníky různým stranám v komentářových člancích? K jakým kauzám se novináři v komentářových člancích vyjadřují? Ke komu jsou kritické a ke komu spíše nekritické? Atd.

Po vytvoření kódovací knihy jsem provedla samotnou analýzu. Její výsledky jsem zapisovala do záznamového archu a následně zanesla do kódovacích tabulek, jež jsem vytvořila v programu Excel a v práci je prezentuji ve formě tabulek a grafů. Současně nasbíraná data vyhodnocuji a komentuji, přičemž vycházím z teoretických konceptů, jež jsem popsala v teoretické části práce.

### **3.4. Stručné seznámení s analyzovanými deníky**

#### **3.4.1. Historie deníku MF Dnes**

„Na počátku vzniku deníku MF Dnes byla idea samostatného vydavatelství časopisů a nakladatelství knih mladé generace se zrodila během druhé světové války v ilegální skupině Hnutí mládeže za svobodu. Jejich cílem bylo umožnit mladým spisovatelům, básníkům, kritikům a novinářům najít své uplatnění a nezávisle sloužit zájmům mladé generace. Chtěli mít vlastní časopisy, nakladatelství i tiskárny. Mezi členy první redakce byl například divadelní a literární kritik Sergej Machonin nebo režisér Jan Grossmann, šéfredaktorem se stal básník Jaromír Hořec. Mimo deníku mladí radikálové založili ještě týdeník My 45, literární měsíčník Generace, studentský časopis Středoškolák a časopis Junáci, vpřed.

Zcela na počátku po svém založení v deníku pracovali redaktori bez stranické příslušnosti, v redakci pracovali tedy nestranici, pak komunisté, sociální demokrati, národní socialisté i lidovci. Lidé byli posuzováni podle výkonu, ne podle stranické příslušnosti. To se ale změnilo, když nejvyšší politická místa rozhodla o zrestátnění tiskáren a nestranný přístup byl komunisty kritizován až trestán.

V roce 1953 se Mladá fronta stala účelovým zařízením při Ústřednímu výboru Československého svazu mládeže (ÚV ČSM, pozdějšího SSM), v roce 1964 se stala hospodářským zařízením a od roku 1970 byl deník oficiálně orgánem ÚV Socialistického svazu mládeže. Vydavatelství Mladá fronta tak mělo na starosti pouze ekonomiku, personální záležitosti apod., vydavatelem byl Socialistický svaz mládeže.

SSM byla zrušena v roce 1989 v důsledku pádu komunistického režimu. Brzy po revoluci se začalo řešit, co s budoucností SSM a začaly spory kolem jeho majetku. Vláda nakonec rozhodla, že KSČ vrátí veškerý svůj majetek státu. Majetek už zrušené SSM převedl s účinností od 1. ledna 1991 Ústavní zákon č. 497/1990 Sb. veškeré vlastnictví SSM, včetně deníku Mladé Fronty, do správy státu. Tento zákon umožnil osamostatnění a privatizaci Mladé Fronty.

Redaktori Mladé fronty si vymohli, že již od pondělí 20. listopadu 1989 poskytovali relativně pravdivé informace o událostech. Přesto stále ještě mnoho materiálů šéfredaktorka Miloslava Moučková a její zástupci zcenzurovali. V revoluční atmosféře se 20. listopadu 1989 stal neformálně šéfredaktorem Libor Ševčík a podtitul



listu se změnil na „deník Československé mládeže“. Vydávání deníku Mladá fronta bylo rozhodnutím vlastníka od 1. ledna 1990 převedeno z ÚV SSM na vydavatelství Mladá fronta. Později se šéfredaktorem stal Petr Šabata. Karel Hvizďala, od května 1990 vedoucí zpravodajského oddělení, přišel s myšlenkou, že alespoň jedny noviny musí být nezávislé na státu, k čemuž je nezbytný zahraniční kapitál a privatizace. Nejprve se uvažovalo o společném projektu s inzertními novinami Annonce a Jiřím Kudláčkem. Annonce skutečně jednou nebo dvakrát jako příloha Mladé fronty vyšla.

Dne 27. července 1990 byla zřízena společnost M a F a.s. M a F založilo 64 pišících redaktorů a jedna sekretářka redakce. Vlastnické podíly místo honoráře dostali i právníci z poradních firem. Akcionáři zažádali o zápis společnosti k 1. září 1990. Dne 2. srpna 1990 oznámili ředitelce vydavatelství Mladá fronta Koškové, že od 1. září začnou vydávat nový deník a od 1. října nový týdeník s odlišnými názvy, že všichni pracovníci požádají o rozvázání pracovního poměru dohodou a že nová společnost má zájem využívat všechny služby stávajícího nakladatelství. Tento postup byl nutný proto, že převedení stávajících tiskovin SSM do soukromého vlastnictví bylo blokováno zákonem. Distributorovi, Poštovní novinové službě (PNS), redaktori oznámili, že pravděpodobně přestane vycházet Mladá fronta a že mohou předplatitelům nabídnout nové noviny Mladá fronta Dnes. Podobně probíhala i jednání s tiskárnami. Současně si privatizátoři zajistili právní ochranu názvů a značek.

Dne 22. srpna 1990 byla společnost M a F a.s. zapsána do obchodního rejstříku a tentýž den Ministerstvo kultury zaregistrovalo nový deník Mladá fronta Dnes. Dne 31. 8. 1990 tak vyšlo poslední číslo MF vydávané vydavatelstvím MF a 1. září poprvé vyšla MFD vydávaná společností MaF. Název MF Dnes byl původně rezervní, až druhý. Vymyslel ho pravděpodobně Martin Komárek.

Dne 11. 12. 1991 se spojilo vydavatelství MaF a.s. se Socpresse (patřící do francouzské tiskové skupiny Hersant) a vznikla nová a.s. MaFra, ve které MaF vlastnil majoritních 52% akcií a Socpresse 48%. V roce 1994 Francouzi zvýšili svůj podíl na 52 % akcií a ten prodali v roce 1995 německému koncernu Rheinisch-Bergische Druckerei- und Verlagsgesellschaft (RBVG), který koupil i menšinové podíly českých majitelů. RBVG je vlastníkem společnosti MaFra dodnes“ (BRITSKÉ LISTY. *O privatizaci deníku Mladá fronta*. Bakalářská práce Marty Vildové) [online].

V současné době je Deník MF Dnes jedním z nejprodávanějších českých deníků. Denně je prodáno průměrně 258 tisíc výtisků, deník čte asi 1,07 milionu lidí (podle výzkumu Media Project). Prohlašuje se za politicky neutrální, ale de facto má pravicové nebo konzervativní zaměření, bývá mu vytýkána názorová spřízněnost některých komentátorů s ODS, nebo bývá poukazováno na možný názorový vliv německých vlastníků. Nynějším šéfredaktorem deníku je Robert Čásenský. Mezi čtenáři MF Dnes převažují ekonomicky aktivní lidé (o 19 % více než v průměrné populaci), čtenáři mající vyšší než průměrné vzdělání (lidé s maturitou nebo vysokoškolským vzděláním zastoupeni o 65 % více nad průměr) a je mezi nimi také 1,9krát více těch, kteří vydělávají více než 15 000 Kč čistého měsíčně (Vildová, 2005).

### **3.4.2. Historie deníku Právo**

„Deník Právo dříve vycházel pod názvem Rudé právo, před sametovou revolucí byl stranickým tiskem KSČ. Deník Rudé právo byl založen roku 1920, kdy došlo k rozkolu mezi českými sociálními demokraty a komunisty. První číslo Rudého práva vyšlo 21. září 1920. Při sloučení sociální demokracie s KSČ v roce 1948 bylo zastaveno

vydávání sociálně demokratického deníku Právo lidu. Rudé právo v záhlaví a v tiráži uvádělo vedle čísla ročníku Rudého práva i číslo ročníku Práva lidu, čímž vyjadřovalo, že se považuje za nástupce obou periodik.

V období 1948–1989 bylo Rudé právo deníkem s nejvyšším nákladem (přesahujícím dva milióny výtisků) a sehrávalo klíčovou roli v ideologické propagandě. Posledním komunistickým šéfredaktorem Rudého práva byl Zdeněk Hoření, jeho zástupcem pak současný šéfredaktor a většinový majitel Zdeněk Porybný, který předtím působil jako zpravodaj redakce ve Washingtonu.

Porybný Hořeního ve funkci nahradil krátce po sametové revoluci na podzim 1989 a současně převzal i vedení vydavatelství Rudé právo, později vydavatelství Florenc. V září 1990 pak založil akciovou společnost Borgis a část akcií nabídl členům tehdejší redakce Rudého práva. Díky své trojjediné roli ředitele vydavatelství Florenc, šéfredaktora Rudého práva a předsedy představenstva a. s. Borgis se mu podařilo společně s dalšími členy redakce realizovat sled právních kroků, v jejichž důsledku začal od 1. ledna 1991 vydávat Rudé právo sám jako soukromý vydavatel. Podtitul „Deník KSČ“ byl pouze nahrazen obecnějším „levicový list“.

Zaměření listu se pod vedením Porybného hned od roku 1990 začalo vzdalovat jak KSČ, tak komunistické ideologii jako takové. Vymezení se vůči předlistopadové éře bylo viditelné zejména z nástupu nové generace novinářů a publicistů, často signatářů Charty 77 (Jiří Hanák, Petr Uhl, Pavel Dostál a další).

Dne 18. září 1995 pak vydavatel uskutečnil závěrečný transformační krok, který se již delší dobu očekával, a přejmenoval deník na Právo.

V současné době je šéfredaktorem stále Zdeněk Porybný (který je tak nejdéle „sloužícím“ šéfredaktorem ze všech polistopadových tištěných masmédií vůbec). Deník Právo se profiluje jako levicově orientovaný deník a je považováno za noviny blízké sociální demokracii, Právo vychází ve vydavatelství Borgis. Podle průzkumu agentur GfK Praha a Median četlo Právo v druhé polovině roku 2007 denně 459 tisíc čtenářů. Vlastnická struktura vydavatele není zveřejněna, podle údajů z různých zdrojů však Zdeněk Porybný vlastní více než 90 % akcií společnosti a z tohoto důvodu je Právo považováno za jediný deník v českých rukou“ (Wikipedie, Otevřená encyklopedie. Právo) [online].

### **3.5. Analýza deníků MF Dnes a Právo**

V této části se budu věnovat samotným výsledkům obsahové analýzy vybraného vzorku deníků MF Dnes a Právo. Představuji v ní jednotlivé analytické proměnné a zjištěné výsledky prezentuji formou grafů a tabulek a komentuji na základě teoretických konceptů z odborné literatury.

#### **3.5.1. Variabilita témat**

Analytická proměnná hlavní téma článku popisuje, jakým tématům se deníky věnovaly. Dělim ji do následujících hlavních tematických kategorií: Volby, volba prezidenta, povolební spolupráce stran, hlasování o nedůvěře vládě; Stranické sjezdy, rozkoly stran a koalice; Politická kultura; Reformy, změny a návrhy zákonů; Zahraničí a zahraniční politika; Ekonomická témata; Korupce a kriminalita. Toto rozdělení jsem stanovila na základě čtení článků, podle toho, které téma v článku převažovalo. Tato analytická proměnná je důležitá z toho důvodu, že ukazuje tematickou variabilitu obou deníků a tedy to jak jsou tematicky vyvážené ve smyslu, zda poskytují prostor všem relevantním tématům (Reifová a kol., 2004).

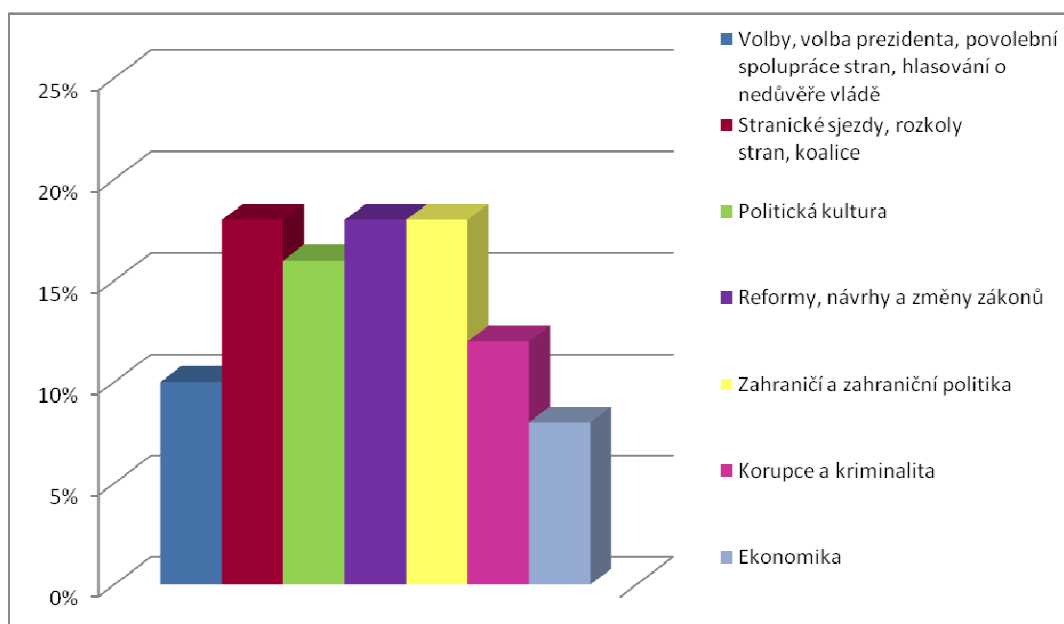
I podle Schulze je součástí veřejné role médií především informovat o všech důležitých událostech a tématech (Schulz a kol., 2004).

Jak jsem již uvedla, v deníku MF Dnes bylo ve vybraném vzorku vydání z celkového počtu 84 článků od členů redakce, či stálých spolupracovníků, uveřejněno 50 pro moji práci relevantních článků, tj. takových, v nichž se objevují političtí představitelé anebo jejich strany. Z celkového počtu článků šlo tedy o 59, 52% článků. V deníku Právo bylo ve vybraném vzorku z celkového počtu 90 článků uveřejněno 66 relevantních článků. Jednalo se tedy o 73, 33% všech článků od členů redakce či stálých spolupracovníků. Můžeme tedy říci, že v deníku Právo věnují více prostoru článkům, v nichž vystupují čeští politikové a politické strany, než v deníku MF Dnes.

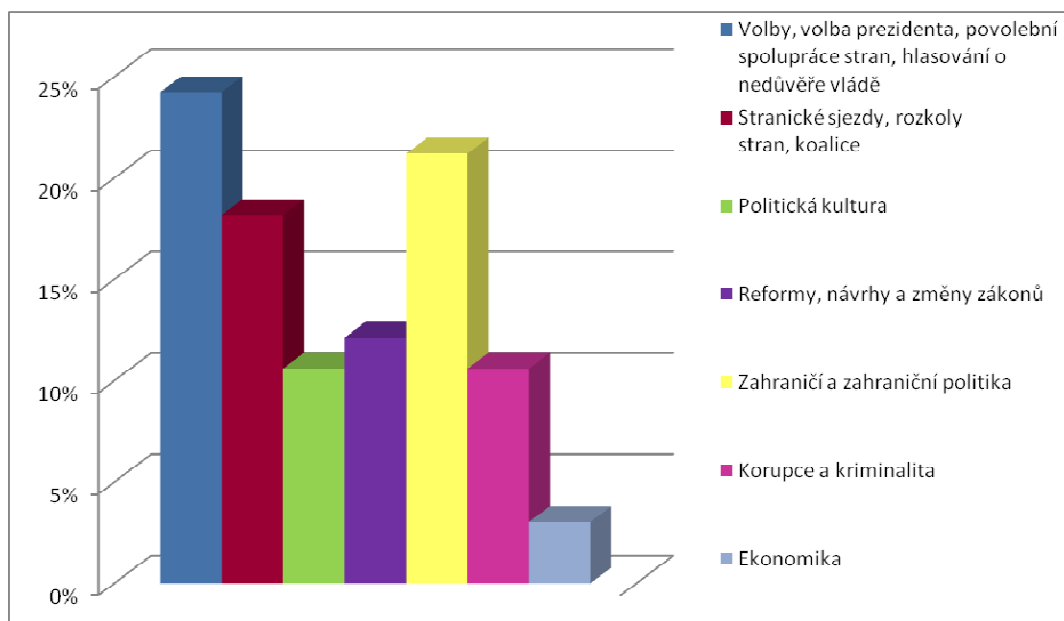
Celkově můžeme říci, že variabilita témat byla v obou denících poměrně široká. Znázorněna je na grafech 1 a 2. V deníku MF dnes byly nejvíce zastoupeny tyto tematické kategorie: témata týkající se stranických sjezdů, rozkolů stran a rozkolu koalice (18%), témata týkající se reforem a návrhů či změn zákonů (18%) a témata týkající se zahraničí a zahraniční politiky (18%). V deníku Právo byla témata týkající se stranických sjezdů rozkolů stran a rozkolu koalice zastoupena stejnou měrou jako v MF Dnes (18,18%) a podobně jako v MF Dnes byla zastoupena i témata týkající se zahraničí a zahraniční politiky (21,21%). Nejvíce zde byla zastoupena témata týkající se voleb, volby prezidenta, povolební spolupráce stran a hlasování o nedůvěře (24,24%), jež byla v deníku MF Dnes zastoupena pouze v 10% všech článků. Téma politické kultury, jež bylo v MF Dnes zastoupeno v 16% článků, bylo naopak v deníku Právo zastoupeno méně, v 10,61% všech článků, stejně tak ekonomická témata (MF Dnes – 8%, Právo – 3,03%). Podobné zastoupení v obou denících měla témata týkající se korupce a kriminality (MF Dnes - 12%, Právo - 10,6%).

Nejčastějším tématem v deníku MF Dnes byla reforma zdravotnictví (14%), v deníku Právo to byla témata, která se týkala uzavření smlouvy mezi ČR a USA o umístění radaru, podpisu Lisabonské smlouvy, volby českého prezidenta a krajských voleb na podzim roku 2008, všechna shodně se 7,58 % všech článků. V obou denících mělo poměrně velké zastoupení téma politické kultury v ČR obecně (MF Dnes – 16%; Právo – 9,1%), tedy články, které komentovaly stav a poměry v české politice. Téma reformy zdravotnictví zde bylo zastoupeno v 6,06% článků. V obou denících bylo také poměrně častým tématem vyšetřování v souvislosti s předsedou KDU-ČSL Jiřím Čunkem (MF Dnes – 6%; Právo – 6, 06%).

**Graf 1: Tematická variabilita v deníku MF Dnes (%)**



**Graf 2: Tematická variabilita v deníku Právo (%)**



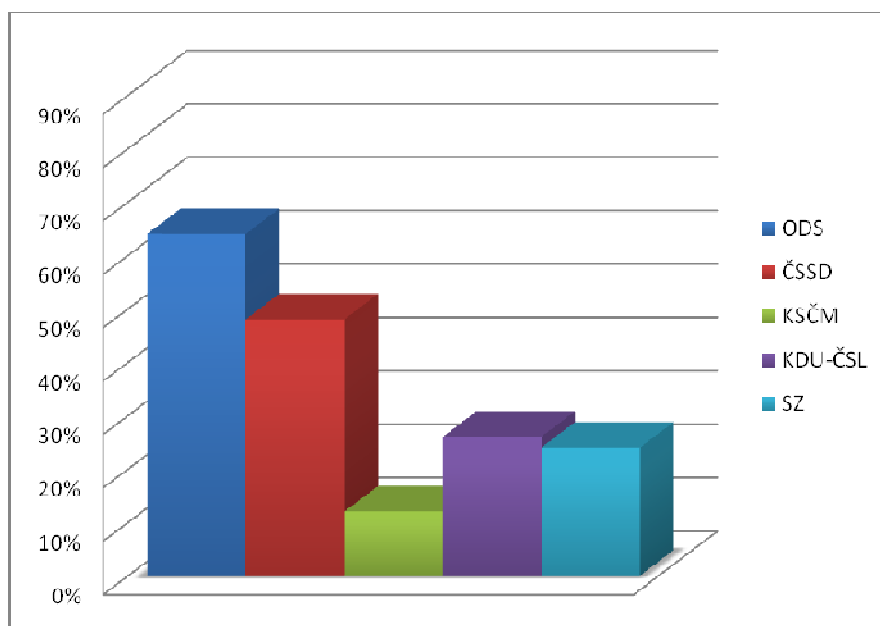
### **3.5.2. Pozornost věnovaná jednotlivým stranám a variabilita jejich zástupců**

Na základě těchto proměnných lze ověřit, zda byly analyzované deníky MF Dnes a Právo v průběhu roku 2008 vyvážené v tom smyslu, jak často zmiňovaly jednotlivé politické strany a jejich zástupce. Vyváženost v tomto případě znamená především poměrné zastoupení hlavních aktérů podle důležitosti (McQuail, 1999). V případě mé práce by se poměrné zastoupení jednotlivých politických stran a jejich zástupců v analyzovaných denících z roku 2008 mělo přibližně shodovat s četností jejich zastoupení v Poslanecké sněmovně Parlamentu

České republiky. Uvádím zde proto výsledky voleb do Poslanecké sněmovny z roku 2006: ODS – 35,38 %; ČSSD – 32,32 %; KSČM – 12,81 %; KDU-ČSL – 7,22 %; SZ – 6,29 %.

Deník MF Dnes nevěnoval ve vybraném vzorku komentářových článků pozornost zástupcům jiných politických stran, než stran parlamentních. Graf 3 ukazuje, že nejvíce věnoval pozornost ODS, a to ve 32 článcích (64 %). Za ODS s větším odstupem následovala ČSSD ve 24 článcích (48 %). KDU-ČSL byla věnována pozornost ve 13 článcích (26 %) a Straně Zelených ve 12 článcích (24 %). Nejméně pozornosti věnoval deník MF Dnes třetí nejsilnější straně v Parlamentu KSČM. Strana či její zástupci byli zmíněni pouze v 6 článcích (12 %), tedy jednou méně než nejslabší parlamentní strana SZ. Dále deník věnoval o 16% méně pozornosti ČSSD než ODS, a to přesto, že ve volbách získala pouze o 3% méně hlasů než vítězná ODS. Z toho je patrné, že deník MF Dnes nesplnil výše zmíněný požadavek na vyváženost, tedy poměrné zastoupení stran podle jejich důležitosti v Poslanecké sněmovně, a to především vůči ČSSD a KSČM.

**Graf 3: Pozornost věnovaná jednotlivým politickým stranám v deníku MF Dnes (%)**



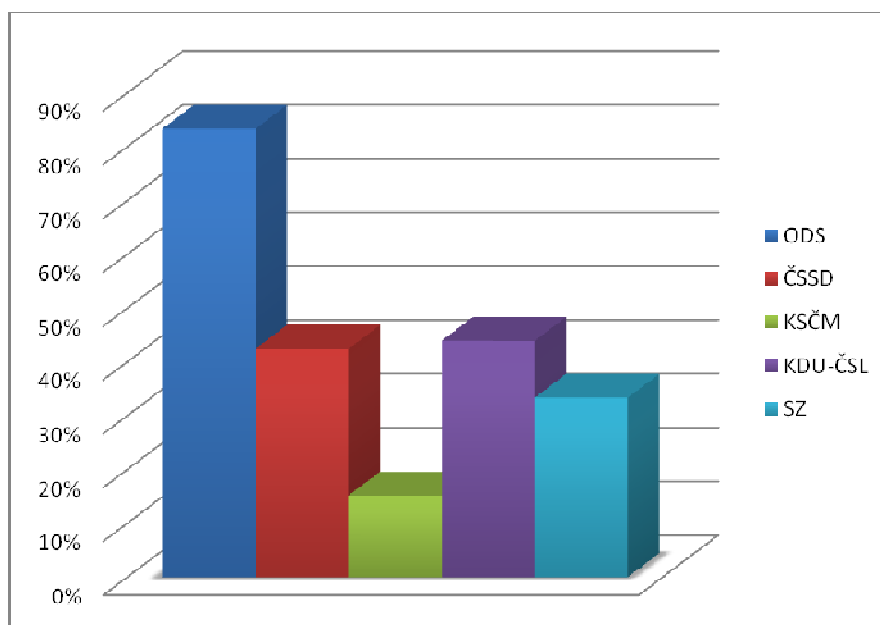
Graf 4 ukazuje jakou pozornost jednotlivým stranám či jejich zástupcům věnoval deník Právo. Také on věnoval pozornost převážně parlamentním stranám, kromě nich zmínil pouze jednu neparlamentní stranu, jednalo se o NS, a to ve 2 článcích (3,03%). Do grafu ji však vzhledem k jejímu poměrně malému výskytu nezahrnuji. Nejvíce pozornosti věnoval deník nejsilnější parlamentní straně ODS, poskytl jí ji v 55 článcích (83,33%). S velkým odstupem následovala trochu překvapivě KDU-ČSL, která se objevila ve 29 článcích

(43,94%), téměř stejná pozornost byla věnována ČSSD, a to ve 28 článcích (42,42%). Následovala SZ, která se objevila ve 22 článcích (33,33%). Podobně jako v deníku MF Dnes věnoval deník Právo nejméně pozornosti KSČM, a to v 10 článcích (15,15%).

Z toho je patrné, že deník Právo také nesplnil výše zmíněný požadavek na vyváženost, tedy poměrné zastoupení stran podle jejich důležitosti v Poslanecké sněmovně. Stejně tak požadavek na vyváženost nesplnil vzhledem k tomu, že ve velké míře věnoval pozornost především ODS, která sice byla nejsilnější parlamentní stranou, avšak deník se jí věnoval téměř jednou tolik, co druhé nejvíce zastoupené straně KDU-ČSL.

Zajímavé je také, že věnoval mnohem méně pozornosti ČSSD než by se dalo očekávat, jednak z toho důvodu, že ČSSD byla druhou nejsilnější parlamentní stranou i vzhledem k předpokládané levicové orientaci deníku Právo. Ta se zde tedy nepotvrdila. Tato zjištění však mohou souviset také s tím, že analýzu provádím na komentářových článcích, v nichž se autoři ve větší míře vyjadřují k politickým představitelům kriticky, a proto z těchto zjištění nelze vycházet, co se politické orientace deníků týče. Tu nám ukáže spíše celkové ladění článků, kritičnost a vstřícnost deníků vůči jednotlivým politickým stranám, kterým se budu věnovat v dalších částech práce.

**Graf 4: Pozornost věnovaná jednotlivým politickým stranám v deníku Právo (%)**



#### 3.5.2.1. Variabilita zástupců politických stran

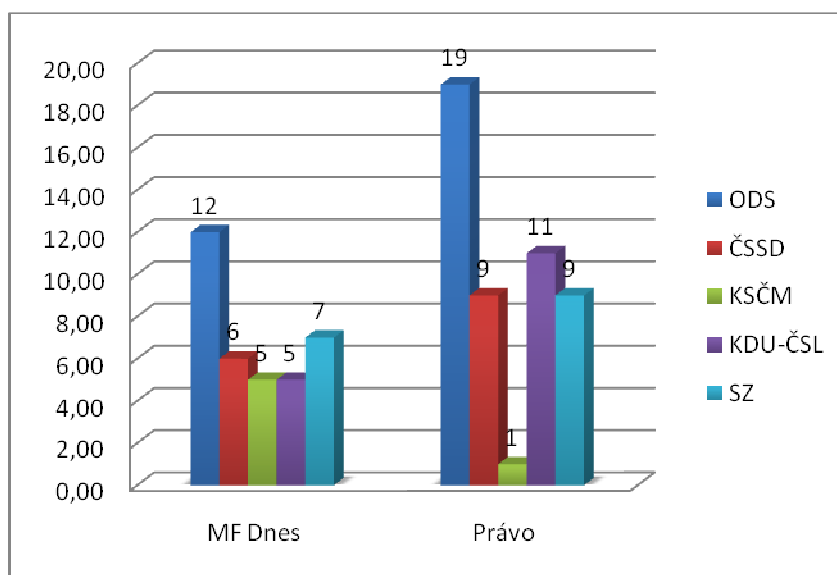
Pokud jde o variabilitu jednotlivých zástupců politických stran, v MF Dnes se celkem objevilo 35 politiků, přičemž, jak vidíme na grafu 5, nejvíce zastoupenou stranou byla ODS,

počtem celkem 12 politiků, za ní poměrně velkým odstupem následovala SZ se 7 politiky. Zde je třeba podotknout, že mezi zástupce Strany zelených jsem zahrnovala také Karla Schwarzenbergera, který, ač bez stranické příslušnosti, byl zvolen za tuto stranu a také jí byl nominován na post ministra zahraničních věcí. O polovinu méně než ODS byla v MF Dnes zastoupena ČSSD, tedy 6 zástupci. KSČM spolu s KDU-ČSL byly obě shodně zastupovány 5 politiky. Nejvíce variabilní bylo tedy zastoupení KSČM (průměrně 0,83 politiků na článek), následovali zástupci SZ (0,58), za nimi zástupci KDU-ČSL (0,38) spolu se zástupci ODS (0,38) a nejméně variabilní bylo zastoupení ČSSD (0,25). Tato variabilita je znázorněna na grafu 6. Celkově můžeme tedy říci, že variabilita zástupců politických stran je v deníku MF Dnes poměrně nízká a že se zde věnuje pozornost převážně stejným politickým představitelům a nebo je zmiňována pouze strana jako celek.

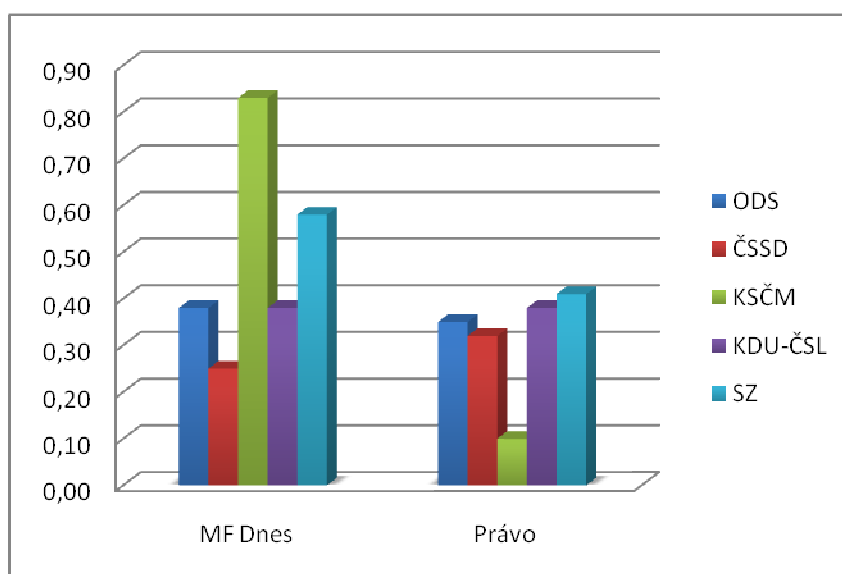
V deníku Právo se objevilo celkem 52 zástupců politických stran. Nejvíce zastoupenou stranou zde byla ODS s počtem 19 zástupců, za ní následovala KDU-ČSL zastoupena 11 politiky. Stejný počet 9 politiků zastupoval ČSSD a SZ. KSČM byla zastoupena pouze jedním politikem (graf 5). Nejvíce variabilní bylo tedy zastoupení SZ (průměrně 0,41 politiků na jeden článek), následovala KDU-ČSL (0,38), ODS (0,35) a ČSSD (0,32). Velmi malou variabilitu zástupců zde vidíme u KSČM, kde na 10 článků, v nichž se strana objevila připadl pouze jeden zástupce (graf 6). Podobně jako u MF Dnes tedy můžeme říci, že variabilita zástupců politických stran je v deníku Právo poměrně nízká a že se zde věnuje pozornost převážně stejným politickým představitelům a nebo je zmiňována pouze strana jako celek.

Pokud srovnáme variabilitu zástupců stran v deníku MF Dnes a Právo (graf 6), jasně vidíme, že v deníku Právo je (s výjimkou KSČM) variabilita zástupců jednotlivých stran poměrně podobná, na rozdíl od variability zástupců stran v deníku MF Dnes, kde vidíme mezi jednotlivými stranami větší rozdíly. To znamená, že deník Právo je v tomto smyslu o něco vyváženější než deník MF Dnes.

**Graf 5: Počet zástupců jednotlivých politických stran v deníku MF Dnes a Právo**



**Graf 6: Variabilita zástupců politických stran v deníku MF Dnes a Právo**



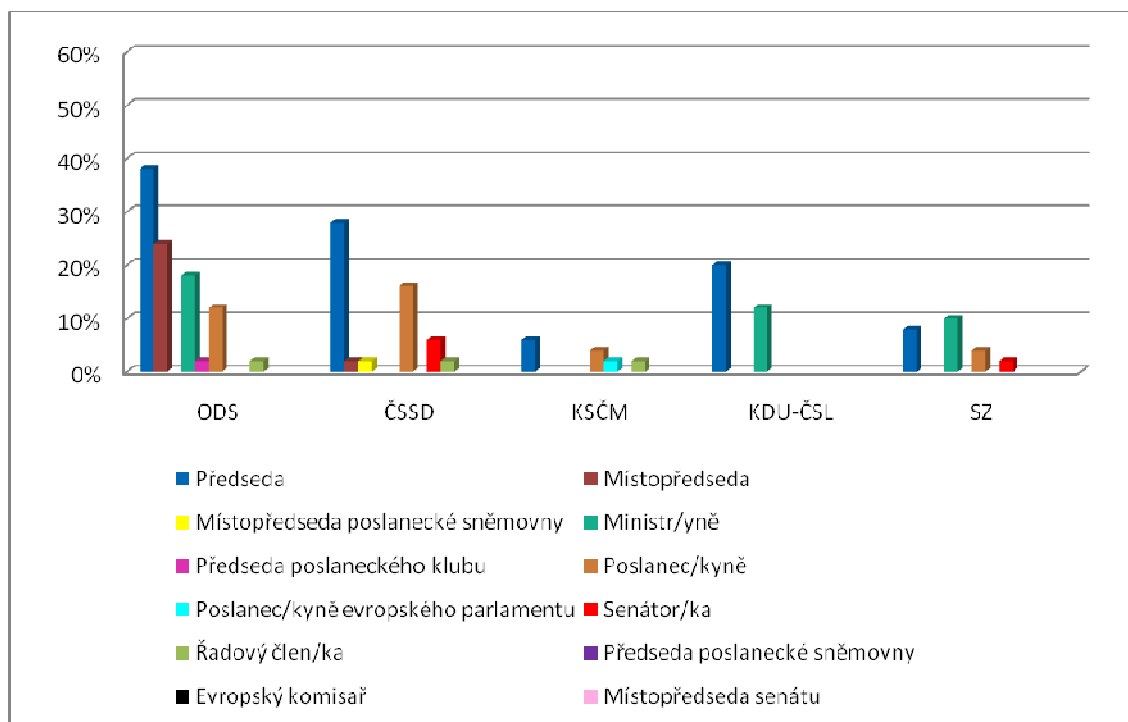
### 3.5.2.2. Zastoupení reprezentantů jednotlivých politických stran dle funkcí

Další analytickou proměnnou, již sleduji, je, jak byly v denících jednotlivé politické strany zastoupeny svými reprezentanty podle funkcí. Na grafu 7 vidíme toto zastoupení v deníku MF Dnes. Pokud se zaměříme na výskyt předsedů jednotlivých stran, tak vidíme, že nejvíce se v článcích vyskytoval předseda ODS a současně český premiér Mirek Topolánek, který se zde zároveň vyskytoval nejvíce ze všech politiků, konkrétně v 19 článcích (38%). Předseda druhé nejsilnější parlamentní strany ČSSD, Jiří Paroubek byl druhým nejvíce se objevujícím politikem, byl mu věnován prostor ve 14 článcích (28%). Po něm následoval předseda



KDU - ČSL, jenž se objevil v 10 článcích (20%). Předseda SZ se pak s větším odstupem objevil pouze ve 4 článcích (8%) a předseda KSČM Vojtěch Filip pouze ve 3 článcích (6%). Desetiprocentní hranici překročili také ministr za ODS Julínek a poslanec za ČSSD Rath. Oba politici se objevili v 8 článcích (16%) a oba byly také druhými nejvíce se vyskytujícími zástupci své strany. Tento jejich vysoký výskyt, je způsoben především tím, že oba politici byli spojováni s častým tématem reformy zdravotnictví. Desetiprocentní hranici také překročil místopředseda ODS Pavel Bém, byl zmíněn celkem v 6 článcích (12%) a to především v souvislosti s rozkolem ODS. Naopak hranici deseti procent nepřekročil žádný ze zástupců KSČM a SZ.

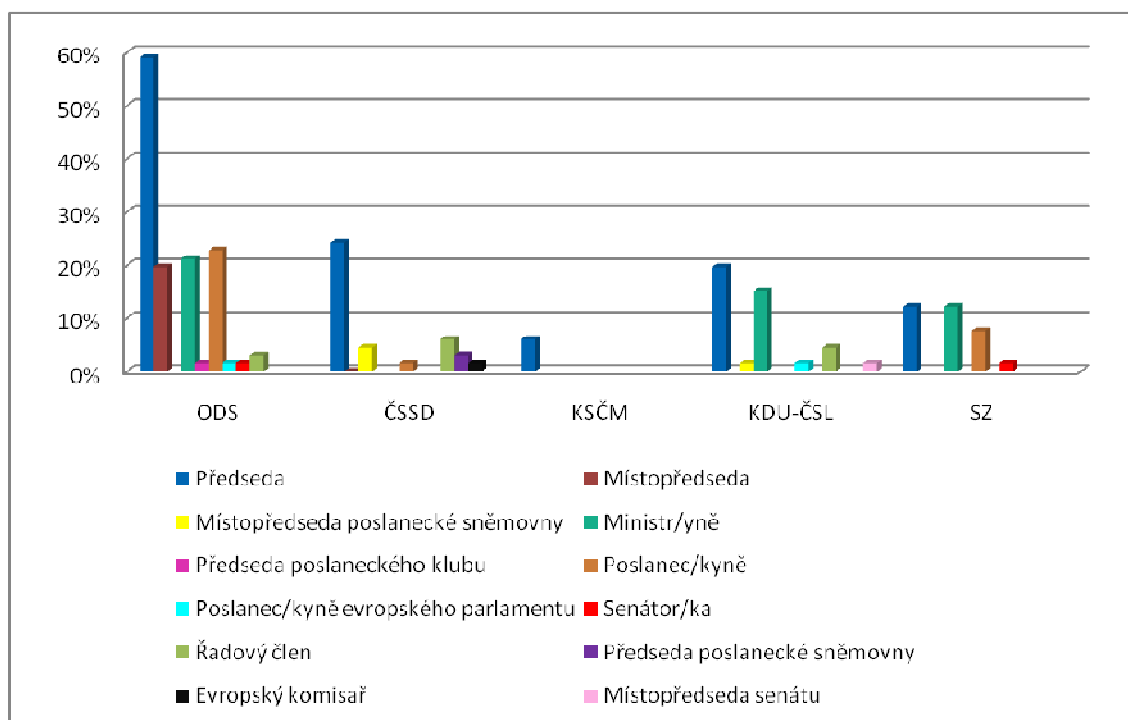
**Graf 7: Zastoupení jednotlivých politických stran dle funkcí v deníku MF Dnes (%)**



Na grafu 8 je zobrazeno zastoupení politických stran dle funkcí v deníku Právo. Vidíme, že nejvíce se vyskytující politikem zde byl také premiér a předseda ODS Mirek Topolánek, který se objevil v 39 článcích (59,09%). S obrovským odstupem za ním následuje předseda ČSSD Jiří Paroubek, jenž se vyskytoval v 16 článcích (24,24%). Následuje předseda KDU-ČSL Jiří Čunek vyskytující se ve 13 článcích (19,70%). Předseda SZ se objevil v 8 článcích (12,12%) a předseda KSČM Vojtěch Filip ve 4 článcích (6,06%). V deníku Právo se tedy předseda ODS Topolánek vyskytoval neúměrně více k výskytu ostatních politiků.

Druhým nejvíce se objevujícím zástupcem ODS, jenž zároveň jako jediný další zástupce ODS, krom jejího předsedy, překročil desetiprocentní hranici, byl ministr zdravotnictví Julínek. Konkrétně se vyskytl v 11 článcích (16,67%). Jeho vysoký výskyt opět patrně souvisí s velmi často diskutovaným tématem reformy zdravotnictví. Je však zajímavé, že kromě předsedů ostatních politických stran, nepřekročili desetiprocentní hranici žádní jejich zástupci. Druhým nejvíce se vyskytující zástupcem ČSSD byl místopředseda Poslanecké sněmovny Lubomír Zaorálek, jenž se objevil ve 3 článcích (4,55%), druhým nejvíce se vyskytující politikem KDU-ČSL byl ministr Kalousek ve 4 článcích (6,06%) a druhým nejvíce se vyskytující politikem za SZ byl ministr Karel Schwarzenberg v 5 článcích (7,58%). KSČM v deníku Právo zastupoval pouze její předseda Filip. Zdá se tedy, že deník Právo preferuje především lídry politických stran než jejich jiné zástupce. Zajímavé také je, že poslanec ČSSD David Rath, jenž se v MF Dnes vyskytoval v 16% článků a byl spojován především s reformou zdravotnictví, se v deníku Právo objevil pouze jednou (1,51%), přesto, že reforma zdravotnictví byla i zde často komentovaným tématem.

**Graf 8: Zastoupení jednotlivých politických stran dle funkcí v deníku Právo (%)**

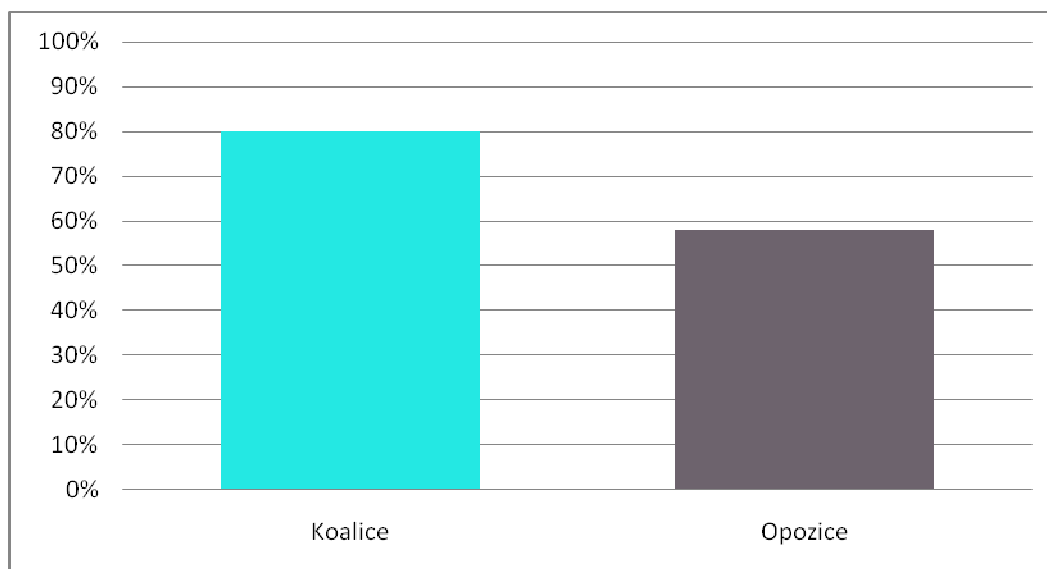


### 3.5.2.3. Pozornost věnovaná jednotlivým politickým stranám: koalice vs. opozice

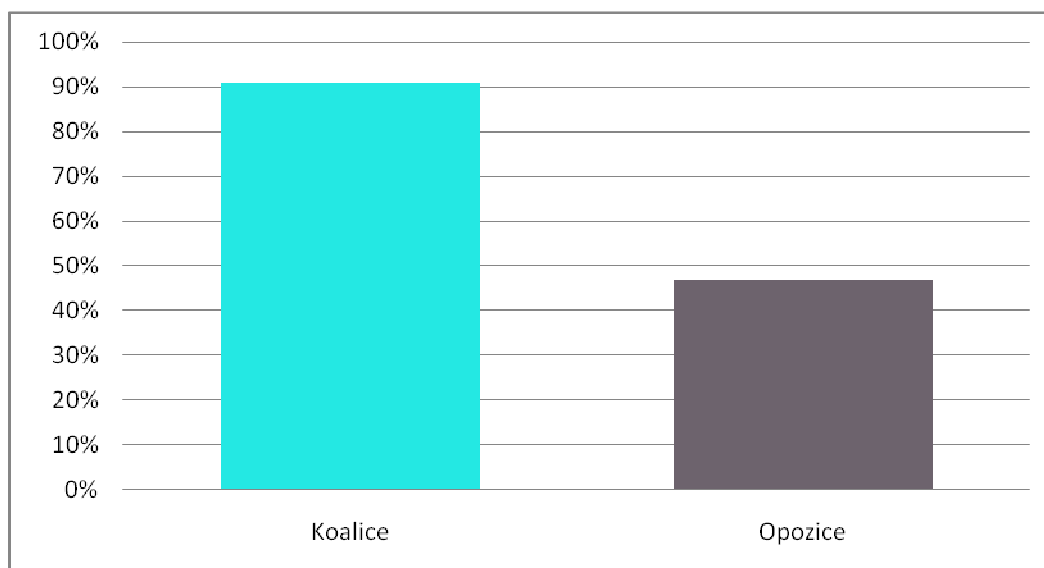
Vyváženost a nestrannost deníků lze posuzovat nejen na základě vyváženosti vůči jednotlivým politickým stranám. Dalším významným kritériem je jakou pozornost věnovaly deníky politickým stranám z hlediska jejich příslušnosti k vládní koalici a opozici. Po volbách v roce 2006 utvořili koalici ODS, KDU-ČSL a SZ, opozičními stranami se tedy staly ČSSD a KSČM.

Na grafu 9 a 10 je znázorněno kolik pozornosti věnovaly oba deníky koaličním a opozičním stranám. V deníku MF Dnes se o koaličních stranách psalo ve 40 článcích (80%) a o opozičních stranách ve 29 článcích (58%). V Deníku Právo se o koaličních stranách psalo v 60 článcích (90,91%) a o opozičních stranách ve 31 článcích (46,97%). Vidíme tedy že oba deníky věnovaly více pozornosti koalici a zobrazovaly tedy současné rozložení moci. Je však evidentní, že rozdíl mezi koalicí a opozicí byl mnohem větší v deníku Právo. Je však třeba podotknout, že důvodem, proč se o vládních stranách psalo častěji než o stranách opozičních, může být prostý fakt, že vládou a jsou tedy ve větší míře v centru zájmu společnosti a tedy i novinářů. Nicméně to zároveň znamená, že aktivitám opozice je věnováno podstatně méně prostoru.

**Graf 9: Pozornost věnovaná jednotlivým politickým stranám v deníku MF Dnes (%): koalice vs. opozice**



**Graf 10: Pozornost věnovaná jednotlivým politickým stranám v deníku Právo (%):  
koalice vs. opozice**



Podobně bych mohla sledovat kolik pozornosti věnovaly deníky pravicovým a kolik levicovým stranám. Výsledky by se pak shodovaly s výsledky výše, protože koalice byla tvořena pouze pravicovými stranami (ODS, KDU-ČSL, SZ) a opozice pouze stranami levicovými (ČSSD, KSČM).

### **3.5.3. Ladění deníků vůči jednotlivým politickým stranám**

Dalším kritériem, na jehož základě můžeme zkoumat vyváženost obou deníků je to, jak konstruují politické aktéry a jejich strany. Hagen míní, že podle toho, jaké názory nebo aktéry média prosazují, je možné rozpoznat jejich politickou inklinaci (Schulz a kol., 2004). Jak už bylo řečeno, všeobecným předpokladem je, že deník MF Dnes straní stranám pravicovým a deník Právo stranám levicovým. Pravdivost tohoto předpokladu tedy budu zkoumat v této části práce.

#### **3.5.3.1. Celkové ladění článků**

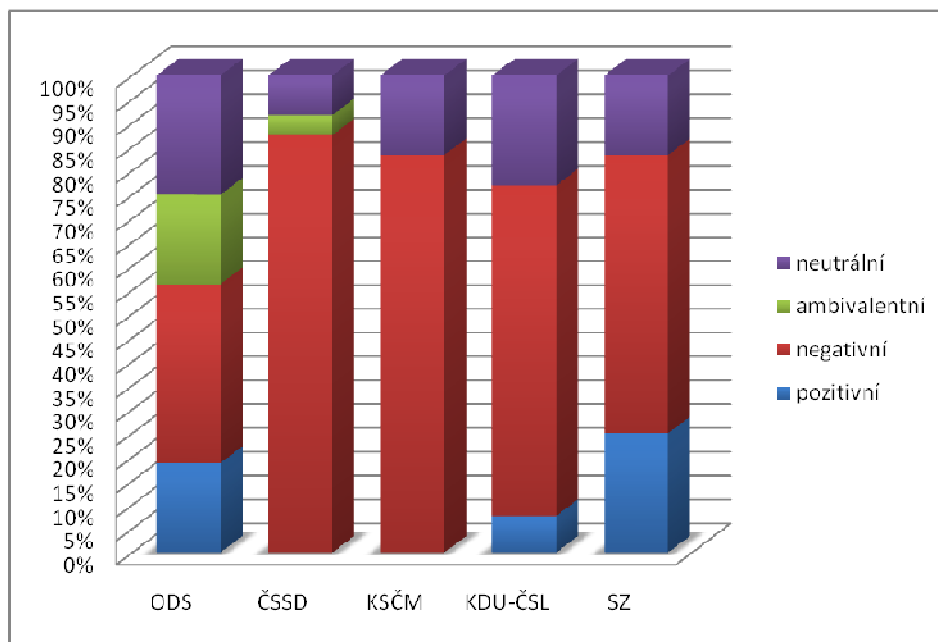
Tato analytická proměná vypovídá o celkovém ladění článků vůči jednotlivým politikům a stranám. Dělí se na kategorie pozitivní, negativní, ambivalentní a neutrální (blíže viz příloha kódovací instrukce).

Na grafu 11 je znázorněno, jak byly laděny články vůči jednotlivým politickým stranám v deníku MF Dnes. Z grafu je na první pohled patrné že nejvyváženěji se v deníku psalo o ODS. Bylo zde vůči ní uveřejněno 6 pozitivních (18,75%), 12 negativních (37,5%), 6

ambivalentních (18,75%) a 8 (20%) neutrálních článků. Naopak vůči ostatním politickým stranám byl deník nevyvážený. K druhé nejsilnější parlamentní straně ČSSD uveřejnil 21 negativních (87,5%), 1 ambivalentní (4,17%) a 2 neutrální (8,33%) články, pozitivně laděný článek neuveřejnil žádný. Vůči KSČM uveřejnil pouze 5 negativně (83,33%) a 1 neutrálně laděný článek (16,67%), vůči KDU-ČSL 1 pozitivně (7,69%), 9 negativně (69,23%) a 3 neutrálně laděné články (23,08%) a vůči SZ 3 pozitivně (25%), 7 negativně (58,33%) a 2 neutrálně laděné články (16,67%).

Z výše uvedeného tedy vyplývá, že deník byl ke všem stranám spíše kritický, avšak, vidíme že nejvíce kritický byl ke straně ČSSD a naopak v nejméně k ODS. Podobně byl k ČSSD spolu s KSČM nejméně vstřícný, neuveřejnil vůči nim žádný pozitivně laděný článek. Naopak k ODS uveřejnil 18,75% pozitivně laděných článků a po SZ (25%) byl k této straně nejvstřícněji naladěný. Je tedy zřejmé že deník MF Dnes stranil především ODS a byl velmi kritický vůči levicovým stranám ČSSD a KSČM, což podporuje předpoklad o jeho pravicové orientaci.

**Graf 11: Celkové ladění článků vůči jednotlivým politickým stranám v deníku MF Dnes**

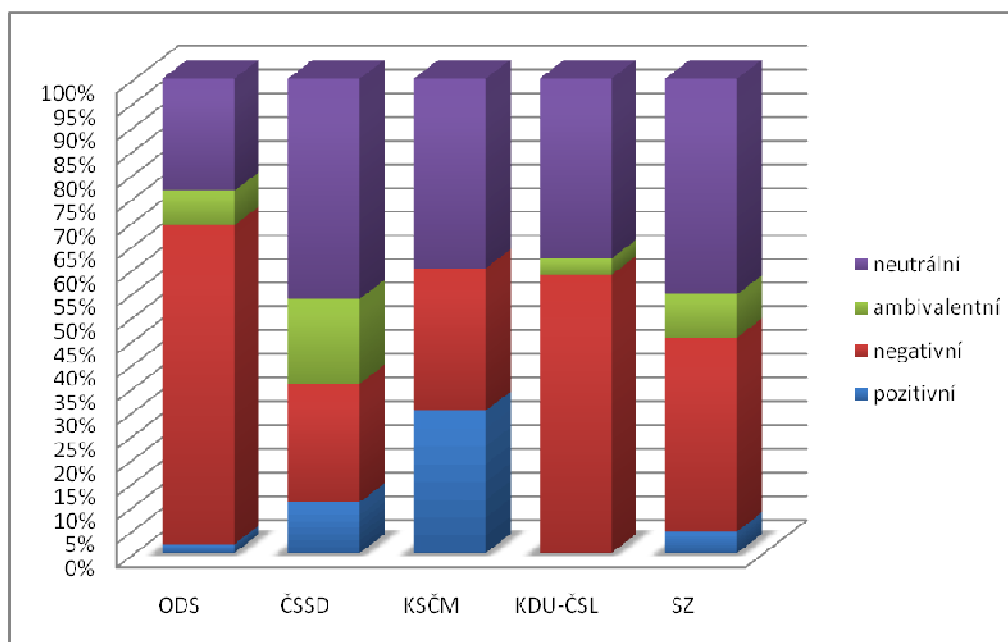


Ladění článků vůči jednotlivým politickým stranám v deníku Právo je znázorněno na grafu 12. Vůči ODS uveřejnil 1 pozitivně (1,81%), 37 negativně (67,27%), 4 ambivalentně (7,27%) a 13 neutrálně (23,64%) laděných článků. Vůči ČSSD uveřejnil 3 pozitivně (10,71%), 7 negativně (25%), 5 ambivalentně (17,86%) a 13 neutrálně (46,42%) laděných článků. Vůči KSČM 3 pozitivně (30%), 3 negativně (30%) a 4 neutrálně (40%) laděné články,

vůči KDU-ČSL to bylo 17 negativně (58,62%), 1 ambivalentně (3,45%) a 11 neutrálně (37,93%) laděných článků a vůči SZ 1 pozitivně (4,55%), 9 negativně (40,91%), 2 ambivalentně (9,09%) a 10 neutrálně (45,45%) laděných článků.

I deník Právo byl tedy ke všem stranám převážně kritický, je však zajímavé, že vůči ČSSD vyznívala většina článků neutrálně. Dále je zřejmé, že oproti deníku MF Dnes psal deník Právo o jednotlivých stranách poněkud vyváženěji. Pokud se jedná o jeho kritičnost vůči stranám, nejkritičtější byl k ODS (67,27%) a nejméně kritický k ČSSD (25%) a naopak nejméně vstřícný byl ke KDU-ČSL, neuveřejnil vůči ní žádný pozitivně laděný článek. Nejvstřícnější byl ke KSČM. Zdá se tedy, že se také potvrzuje levicová orientace deníku Právo. Z výše uvedeného však plyne, že deník Právo se snaží i v názorových rubrikách zachovávat relativně vyvážený přístup, zatímco deník MF Dnes má sklon spíše k jednomu úhlu pohledu.

**Graf 12: Celkové ladění článků vůči jednotlivým politickým stranám v deníku Právo**

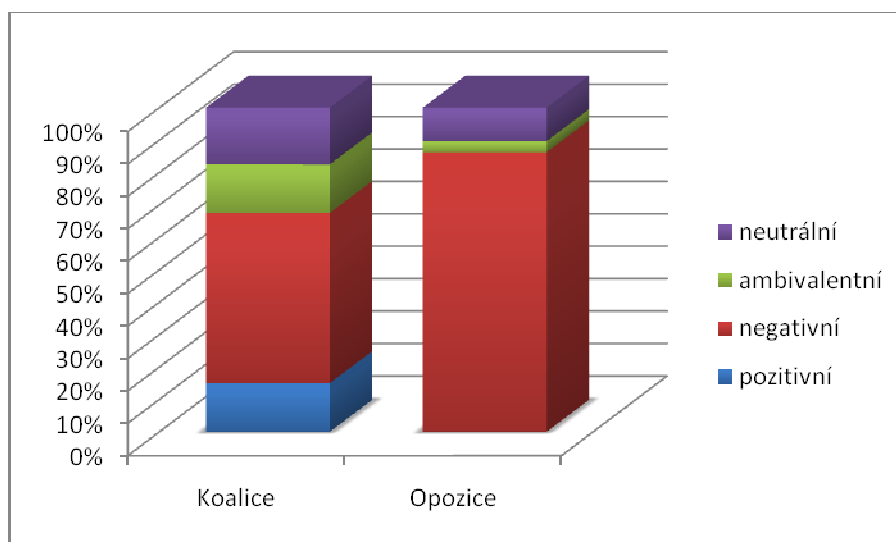


Podobně lze sledovat v obou denících celkové ladění článků vůči koaličním a opozičním stranám. Je znázorněno na grafech 13 a 14. V deníku MF Dnes bylo vůči koalici zveřejněno 6 pozitivních (15%), 21 negativních (52,5%), 6 ambivalentních (15%) a 7 neutrálních (17,50%) článků a vůči opozici 25 negativních (86,21%), 1 ambivalentní (3,45%) a 3 neutrální (10,34%) články.

Deník se tedy stavěl jak ke koalici tak k opozici spíše kriticky, je však patrné, že vůči opozici se stavěl značně kritičtěji. Z grafu je také patrné, že o koalici se v deníku MF Dnes

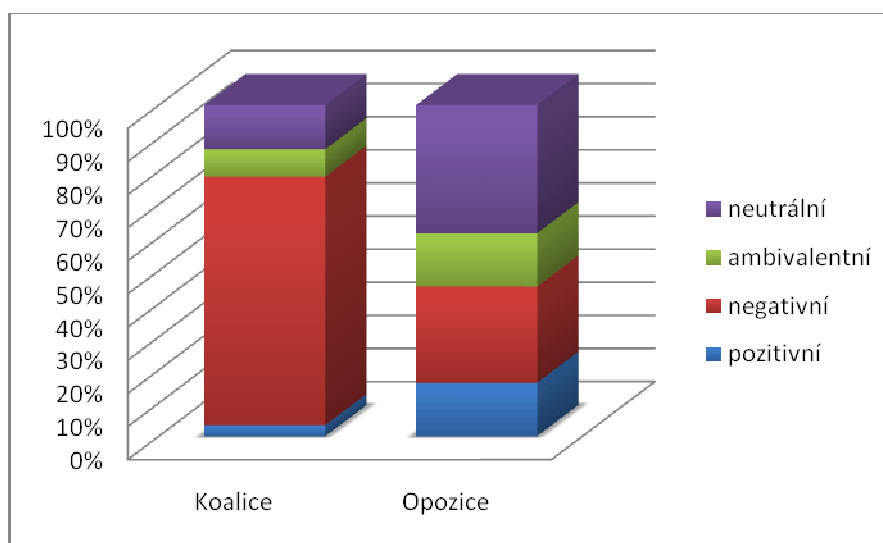
psalo vyváženěji než o opozici. Co se týče vstřícnosti deníku, k opozičním stranám byl značně nevstřícný v porovnání se stranami koaličními. Jelikož, jak už jsem zmiňovala, tvořili koalici jen pravicové strany a opozici jen levicové, vyplývá z výše napsaného, že deník MF Dnes stranil pravicovým stranám a ke stranám levicovým se stavěl velmi kriticky. I zde se tedy potvrzuje pravicová orientace deníku MF Dnes.

**Graf 13: Celkové ladění článků v deníku MF Dnes: koalice vs. opozice (%)**



Deník Právo zveřejnil vůči koalici 2 pozitivně (3,33%), 45 negativně (75%), 5 ambivalentně (8,33%), 8 neutrálně laděných článků a vůči opozici 5 pozitivně (16,13%), 9 negativně (28,03%), 5 ambivalentně (16,13%) a 12 neutrálně (38,71%) laděných článků. Ke koalici se deník stavěl spíše kriticky, zatímco k opozici spíše neutrálně. Ke koalici byl také více kritický a méně vstřícný než k opozici. U deníku právo se nám tedy také potvrzuje jeho levicová orientace. Nicméně je patrné, že aktivity koalice nahlížel shovívavěji, než MF Dnes aktivity opozice.

**Graf 14: Celkové ladění článků v deníku Právo: koalice vs. opozice (%)**



### 3.5.3.2. Ladění dílčích výroků

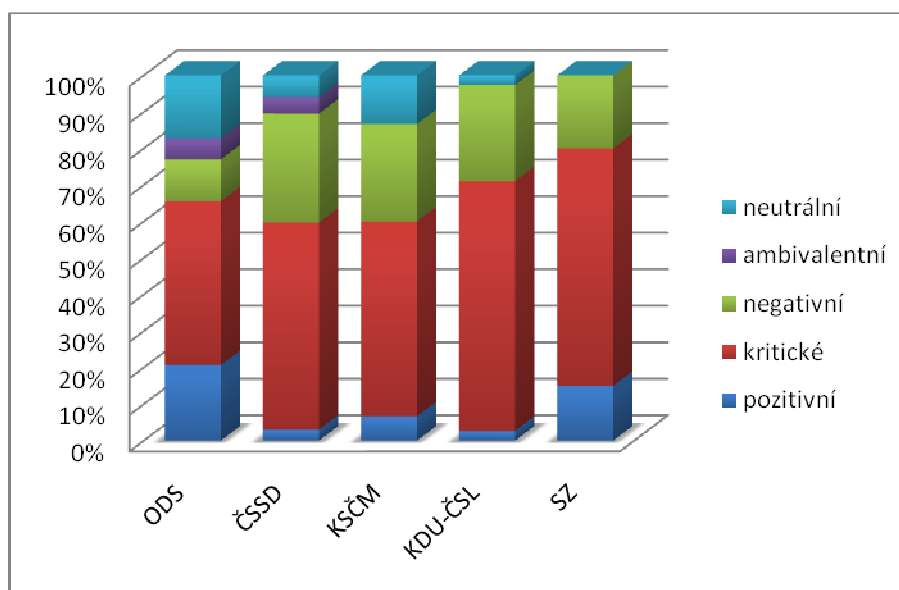
Abychom zjistili, jak deníky MF Dnes a Právo konstruovali a hodnotili jednotlivé politické zástupce a strany, můžeme kromě celkového ladění článků sledovat také to, jak vůči nim byly laděny dílčí výroky. Ladění dílčích výroků dělím na kategorie pozitivní, kritické, jednoznačně negativní, ambivalentní a neutrální (podrobněji viz příloha kódovací instrukce).

Na grafech 15, 16 je znázorněno jak byly dílčí výroky vůči jednotlivým stranám v denících laděny. Vidíme, že v deníku MF Dnes převažovaly vůči všem stranám kritické výroky, přičemž nejvíce jich bylo vůči KDU-ČSL (68,42%) a nejméně vůči ODS (44,83%). Pokud jde o jednoznačně negativní výroky, nejvíce jich bylo vůči ČSSD (29,85%) a nejméně vůči ODS (11,49%). Nejvíce pozitivně laděných výroků bylo směřováno vůči ODS (20,69%) a nejméně vůči KDU-ČSL (2,63%). Zdá se tedy, že deník MF Dnes evidentně stranil ODS.

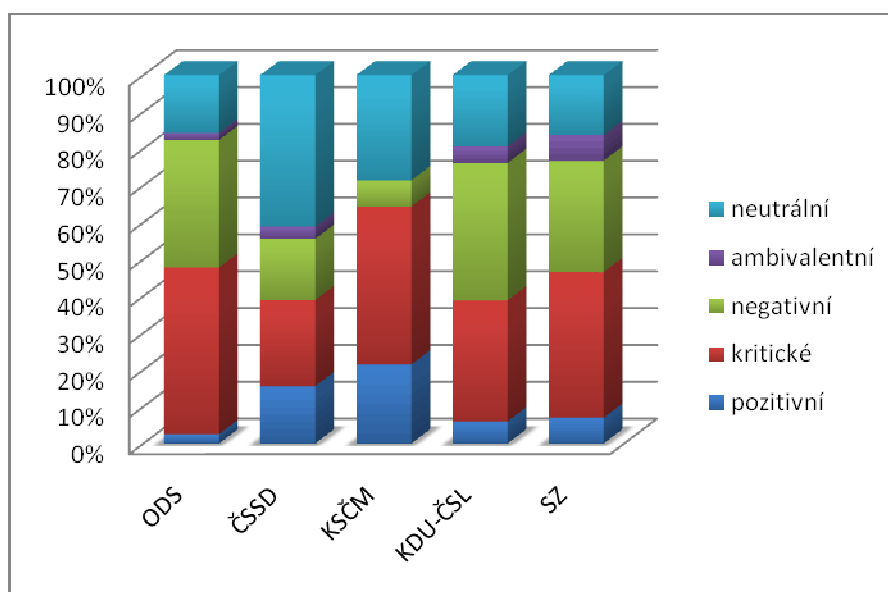
Vidíme, že v deníku Právo byl poměr různě laděných výroků o něco vyváženější (uveřejněna byla větší míra neutrálně laděných výroků). I zde však převažovaly vůči stranám kritické výroky. Nejvíce jich bylo vůči ODS (45,28%) a nejméně vůči ČSSD (23,33%). Negativních výroků bylo nejvíce vůči KDU-ČSL (37,31%) a nejméně vůči KSČM (7,14%). Co se týče pozitivně laděných výroků, nejvíce jich bylo směřováno vůči KSČM (21,42%) a nejméně vůči ODS (2,51%). Deník Právo tedy také nebyl vyvážený a stranil spíše levicovým stranám, avšak oproti deníku MF Dnes byl celkově vyváženější.



**Graf 15: Ladění dílčích výroků vůči jednotlivým politickým stranám v deníku MF Dnes**



**Graf 16: Ladění dílčích výroků vůči jednotlivým politickým stranám v deníku Právo**



### 3.5.3.3. Míra vstřícnosti a míra kritičnosti

Dále můžeme sledovat, jaká byla vůči stranám celková míra vstřícnosti a míra kritičnosti. Míru vstřícnosti a kritičnosti pak zjišťujeme tak, že počet pozitivních a kritických/negativních výroků vydělíme celkovým počtem výroků vůči dané politické straně.

Na grafech 17 a 18 jsou porovnány míra vstřícnosti a míra kritičnosti vůči jednotlivým stranám v obou denících. Vidíme, že míra vstřícnosti ani míra kritičnosti nejsou rovnoměrně rozloženy. V deníku MF Dnes je nejvyšší míra vstřícnosti vůči ODS (20,69%), nejnižší pak vůči ČSSD (2,99%) a KDU-ČSL (2,63%). Míra vstřícnosti vůči KSČM je 6,67% a vůči SZ

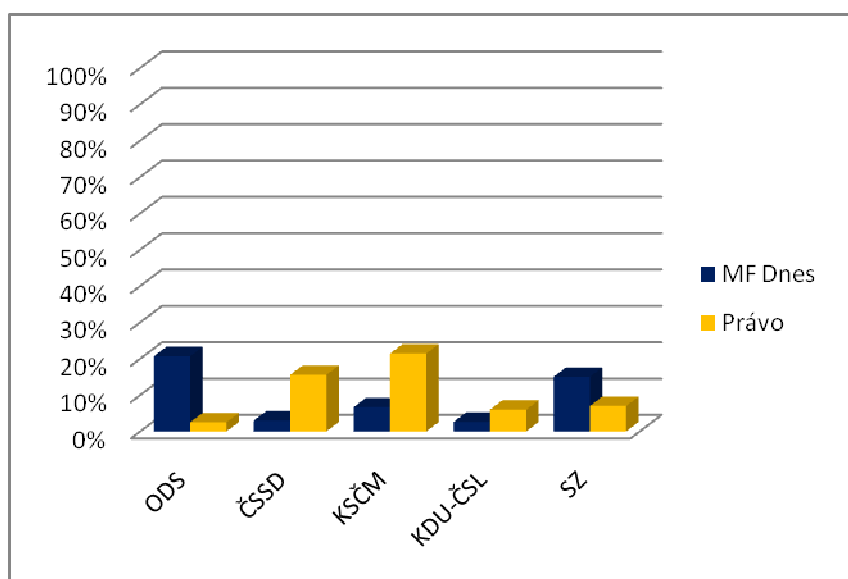
15%, tedy mezi dvěma výše zmíněnými extrémami. V deníku Právo byla nejvyšší míra vstřícnosti vůči KSČM (21,42%), poměrně vysoká byla vůči ČSSD (15,56%) a naopak nejnižší byla vůči ODS (2,51%) a nízká vůči KDU-ČSL (5,97%) a SZ (7%) (graf 17).

Pokud jde o míru kritičnosti (graf 18), v deníku MF Dnes byla nejvyšší vůči KDU-ČSL (94,74%), velmi vysoká však byla také vůči ČSSD (86,57%), SZ (85%) a KSČM (80%), nejnižší pak byla vůči ODS (56,32%). V deníku Právo byla nejvyšší míra kritičnosti vůči ODS (79,87%) následované KDU-ČSL (70,15%) a SZ (70%). Nejnižší byla míra kritičnosti vůči ČSSD (40%). Vůči KSČM byla 50%.

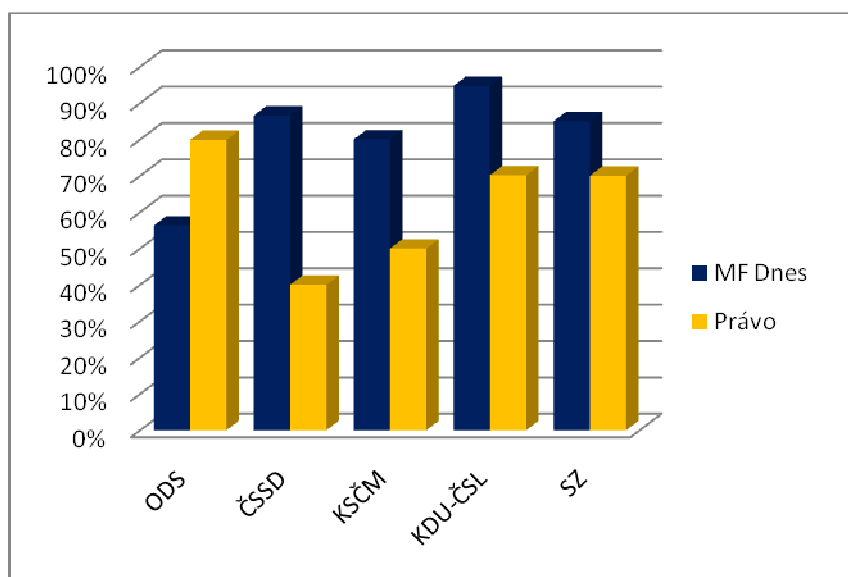
Z výše uvedeného tedy vidíme, že Deník MF Dnes byl evidentně nejvíce nakloněn ODS a nejméně KDU-ČSL, což je poněkud překvapivé, jelikož se jedná o pravicovou stranu, může to však do jisté míry souviset s faktem, že o KDU-ČSL se ve velké míře psalo ve spojitosti s aférou týkající se jejího předsedy Jiřího Čunka a pak také v souvislosti s jejími koaličními neshodami s ODS, již se zdá být deník, jak jsme viděli, poměrně nakloněn. Deník Právo byl pak nejvíce nakloněn KSČM a ČSSD a naopak nejméně ODS. I zde se tedy potvrzuje levicová orientace tohoto deníku.

Z grafů je také dále patrné, že deník MF Dnes je k politickým stranám obecně více kritický a méně vstřícný než deník Právo. Také, že deník MF Dnes je kritičtější k levicovým stranám než deník Právo ke stranám pravicovým a naopak, že deník MF Dnes je méně vstřícný ke stranám levicovým než deník Právo ke stranám pravicovým. Zdá se tedy, že deník MF Dnes má i v tomto případě větší tendenci k jednomu úhlu pohledu než deník Právo.

**Graf 17: Míra vstřícnosti vůči jednotlivým politickým stranám: MF Dnes vs. Právo (%)**

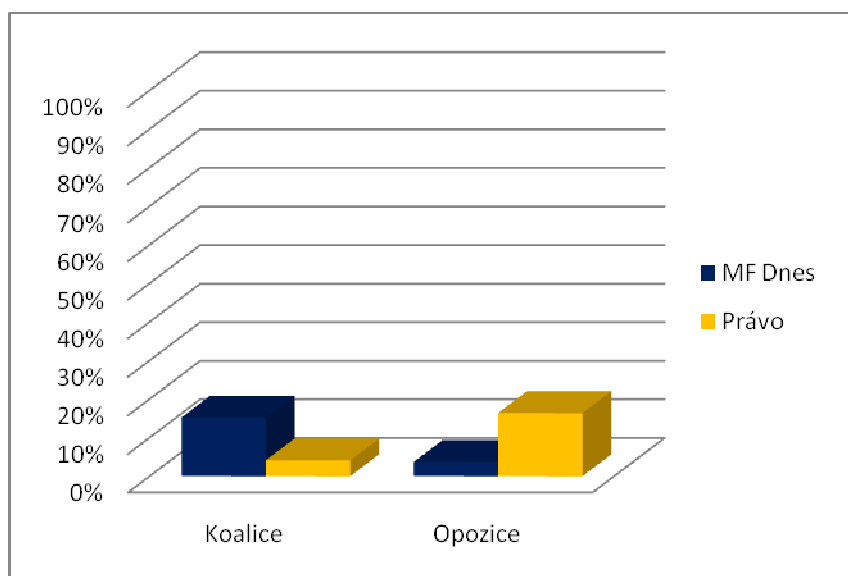


**Graf 18: Míra kritičnosti vůči jednotlivým politickým stranám: MF Dnes vs. Právo (%)**

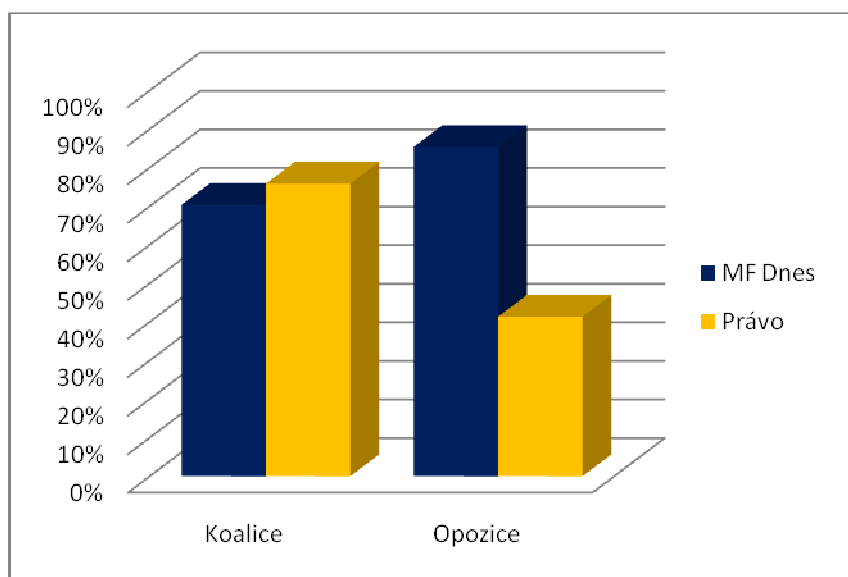


Na grafu 19 a 20 je znázorněno, jaká byla v denících míra vstřícnosti a míra kritičnosti ke koaličním a k opozičním stranám. Vidíme že deník MF Dnes byl ve větší míře vstřícnější (15,17%) a současně v menší míře kritický (70,34%) ke koalici než k opozici (míra vstřícnosti - 3,66%, míra kritičnosti – 85,37%). V deníku Právo je tomu právě naopak, ve větší míře vstřícnější (16,35%) a současně v menší míře kritický (41,35%) byl k opozičním stranám než ke koaličním (míra vstřícnosti – 4,09%, míra kritičnosti – 75,84%). Jak však vidíme, jsou rozdíly v míře vstřícnosti a v míře kritičnosti mezi koalicí a opozicí v deníku Právo větší než v deníku MF Dnes.

**Graf 19: Míra vstřícnosti vůči koalici a opozici: MF Dnes vs. Právo (%)**



**Graf 20: Míra kritičnosti vůči koalici a opozici: MF Dnes vs. Právo (%)**



#### 3.5.3.4. Záležitosti s pozitivní a negativní konotací

Dalším kritériem, na jehož základě je možné zkoumat jak deníky konstruují a hodnotí jednotlivé politické strany, je to, v jaké míře v článcích zmiňují záležitosti, které mají pro politické strany či jejich zástupce pozitivní či negativní konotace. Na grafu 21 vidíme, že v deníku MF Dnes se objevily pouze záležitosti s pozitivní konotací pro stranu ODS a to v 9,38% všech článků, kde se strana vyskytovala. V deníku Právo se v největší míře objevily záležitosti s pozitivní konotací pro ČSSD, a to v 7,14% všech článků s touto stranou a dále jen pro ODS (1,82%).

Jak vidíme na grafu 22, v deníku MF Dnes se objevovaly v největší míře záležitosti s negativní konotací pro KDU-ČSL, a to v 53,85% všech článků, kde se strana či její zástupci objevili. Převážně se jednalo o aféry týkající se předsedy Jiřího Čunka<sup>19</sup> (38,46%). Na druhém místě se v největší míře objevovaly záležitosti s negativní konotací pro ČSSD, a to v 45,83% všech článků, v nichž se strana vyskytovala. Převažovala záležitost ohledně koupě bytu

<sup>19</sup> Jednalo se o několik věcí současně. Především o Čunkovo trestní stíhání ve věci přijetí půlmilionového úplatku od společnosti H&B REAL v roce 2002, jež započalo 16. ledna 2007 a bylo zastaveno 16. listopadu 2007, dále o žalobu, jež na něj byla podána v červenci 2007 pro střetu zájmů, za což mu byla 17. 1. 2008 uložena pokuta ve výši 20 tisíc korun, dále o jeho rasistické výroky vůči Romům a nakonec o zjištění, že Jiří Čunek v devadesátých letech pobíral sociální dávky, přestože ve stejné době prokazatelně disponoval milióny korun. V souvislosti s posledně jmenovanou aférou Čunek odmítal vysvětlit, jak peníze získal, na dávky si nevzpomínal a v její souvislosti podal trestní oznámení, ale nedokázal vysvětlit, na koho a z jakého důvodu. Tehdejší předseda vlády Topolánek žádal, aby Čunek buď obvinění vysvětlil, anebo opustil vládu. Obvinění nevysvětlil a 17. 11. 2007 byl nucen podat demisi. Nadále ovšem řídil ministerstvo pro místní rozvoj. KDU-ČSL trvala na návratu svého předsedy do vlády a spekulovalo se, že na oplátku podpoří v nadcházejících prezidentských volbách kandidáta ODS Václava Klause. Proti byla SZ. V březnových prezidentských volbách roku 2008 byl nakonec Václav Klaus potvrzen ve funkci prezidenta a následovně 2. dubna 2008 znovu jmenoval Jiřího Čunka ministrem pro místní rozvoj (Wikipedie, Otevřená encyklopedie. Jiří Čunek) [online].

bývalého významného člena strany Stanislava Grosse a jeho pozdější obchodování s akciemi<sup>20</sup> (16,67%). S velkým odstupem následovaly záležitosti s negativní konotací pro ODS, jež byly zmíněny ve 21, 88% všech článků, kde se strana vyskytovala. Převažovala aféra týkající se poslance Moravy<sup>21</sup> (6,25%). Záležitosti s negativní konotací pro SZ se objevily v 16,67% všech článků, kde byla strana zmiňována a vždy se jednalo o „e-mailovou“ aféru předsedy Bursíka<sup>22</sup>. Pro KSČM se zde neobjevila ani jedna záležitost s negativní konotací.

V deníku Právo, jak ukazuje graf 22, byly také v největší míře zmiňovány záležitosti s negativní konotací pro KDU-ČSL, konkrétně ve 27,59% všech článků, kde se strana objevila. I zde se převážně jednalo o aféry Jiřího Čunka (17,24%). S menším odstupem následovaly záležitosti s negativní konotací pro ODS, jež se objevily ve 21,82% všech článků s touto stranou. Záležitosti pro ČSSD negativní se objevily v 14,29% všech článků s touto stranou a i zde se převážně jednalo o záležitost ohledně koupě bytu Stanislavem Grosse a o jeho pozdější obchodování s akciemi (7,15%). Pro SZ se záležitosti s negativní konotací objevily v 9,09% všech článků s touto stranou. Také v deníku Právo se neobjevily žádné záležitosti s negativní konotací pro KSČM.

Z výše uvedeného vyplývá, že oba deníky shodně zmiňovaly v největší míře záležitosti s negativní konotací pro KDU-ČSL, což evidentně souvisí s faktem, že v roce 2008 byla aféra týkající se Jiřího Čunka v centru zájmu médií. Také ale vidíme, že deník MF Dnes v mnohem větší míře zmiňoval záležitosti s negativní konotací pro ČSSD než pro ODS a deník Právo naopak. Rozdíl byl však mnohem markantnější v deníku MF Dnes, z čehož se

---

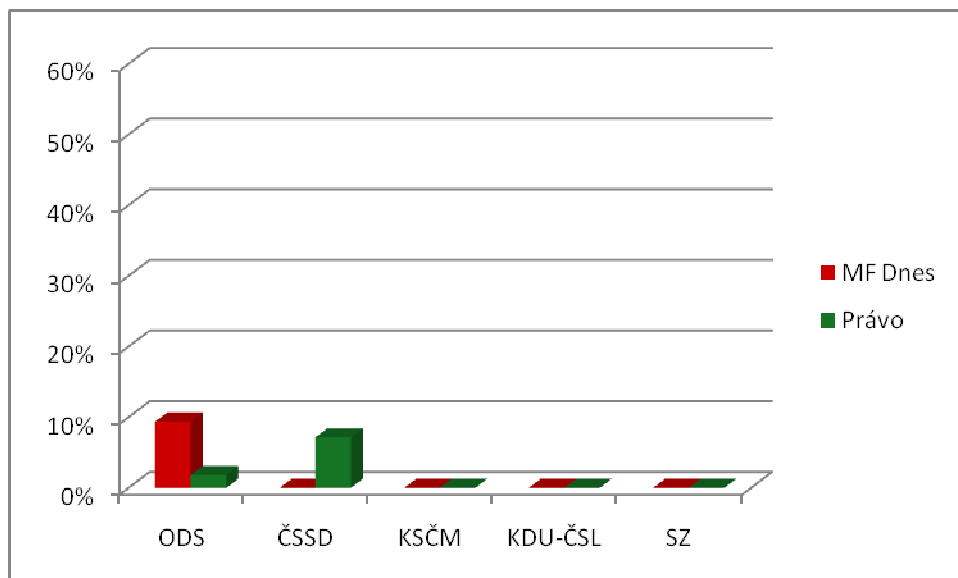
<sup>20</sup> V případě koupě bytu se jednalo o aféru z roku 2005, kdy tehdejší předseda vlády Gross nedokázal věrohodně vysvětlit, z jakého zdroje financoval svůj byt za 4,2 mil. Kč. To nakonec vedlo koncem dubna 2005 k jeho demisi a v září 2005 k jeho rezignaci na post předsedy ČSSD a definitivnímu opuštění vysoké politiky. Kauza byla nakonec v r. 2007 odložena, policie došla k závěru, že Gross se při nákupu bytu na pražském Barrandově nedopustil kráčení daní ani jiného trestného činu či přestupku. V září 2007 vyšlo najevo, že Gross na základě legálního obchodování s akciemi získal během krátké doby několik desítek milionů korun, přičemž svoji původní investici zdesetinásobil. Vzniklo tak podezření, že ve skutečnosti tyto transakce byly pouze manévry pro legalizaci černých peněz, jež Gross získal během svého působení v politice. Poslanci ČSSD žádali po Grosse vysvětlení, což však neudělal. Případ byl předán k vyšetření policii. Na začátku roku 2008 si pak za získané peníze Gross s manželkou koupili luxusní byt na Floridě a nemovitost v Praze. Tyto dvě záležitosti byly v obou denících v roce 2008 dávány do vzájemné souvislosti (Wikipedie, Otevřená encyklopedie. Stanislav Gross) [online].

<sup>21</sup> Jedná se o aféru ze září 2008, kdy poslanec Vlastimil Tlustý (ODS), jenž v r. 2008 vedl ostrý spor s vedením ODS, se ve spolupráci s reportérem Jankem Kroupou z televize Nova nechal vyfotografovat ve vířivce s cizí ženou s cílem skrytou kameru dokumentovat údajně korupční a vyděračské praktiky v české politice. Tyto kompromitující fotografie pak byly nabízeny novináři vydávajícími se za soukromou agenturu některým politikům. Zájem o ně projevil poslanec Jan Morava (ODS) a posléze je nabídl novinářům z deníku MF Dnes. Následně od reportérů žádal kompromitující materiály na další poslance. Grémium ODS vyzvalo v reakci na skandál oba poslance k rezignaci na poslanecký mandát, Morava odstoupil, Tlustý odmítl a ani pozdější snaha vyloučit jej ze strany neuspěla (Wikipedie, Otevřená encyklopedie. Jan Morava) [online].

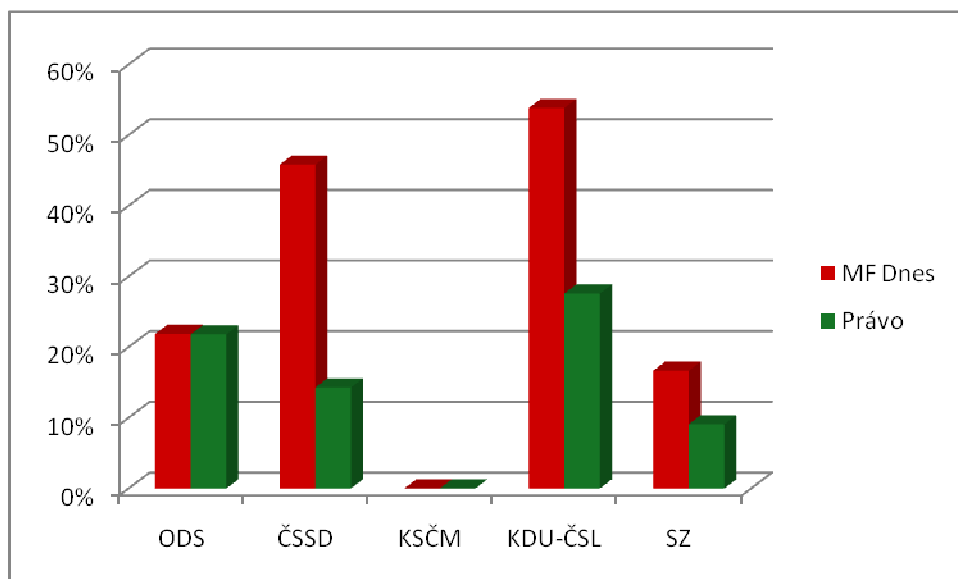
<sup>22</sup> Jedná se o záležitost, kdy poslankyně Olga Zubová (SZ) dostala jako na svůj e-mail od předsedy SZ Martina Bursíka vulgární odpověď. Bursík tvrdil, že jí e-mail nebyl určen a ani se jí netýkal.

dá usuzovat, že deník Právo působil vyváženěji. Obecně se pak dá říci, že deník MF Dnes zmiňoval různé kauzy v článcích v mnohem větší míře než deník Právo.

**Graf 21: Záležitosti s pozitivní konotací: MF Dnes vs. Právo (%)**



**Graf 22: Záležitosti s negativní konotací: MF Dnes vs. Právo (%)**



### 3.5.3.5. Citace

Dalším kritériem, na jehož základě můžeme zkoumat, jak deníky konstruují politické aktéry a jejich strany, je používání citací. Jako citace se počítá každá přímá promluva. Ve zpravodajství se citace používají ve snaze o objektivitu nebo ve snaze dodat zprávě zdání

objektivitu, v člancích typu komentáře však citace především podtrhávají celkové sdělení a ladění článku. Případně jsou používány jako východisko k polemice.

#### 3.5.3.5.1. Výskyt citací

Bez znalosti věci by se mohlo zdát, že v člancích typu komentáře se citace obecně spíše nevyskytují, nicméně můj výzkum ukazuje, že to zdaleka není pravda. Konkrétně deník MF Dnes uveřejnil 12 článků (24%), kde se vyskytovaly citace a deník Právo uveřejnil 19 článků (28,79%), kde se vyskytovaly citace. V deníku MF Dnes tak bylo zveřejněno celkem 21 citací, tj. v průměru 0,42 citace na jeden článek a v deníku Právo celkem 30 citací, tj. 0,45 citace na jeden článek. Vidíme tedy, že oba deníky využívají citací poměrně vyrovnaně a na komentáře poměrně často.

#### 3.5.3.5.2. Citování aktéři

Tato analytická proměnná měří, kteří aktéři byli v člancích citováni. Děním ji na tyto kategorie: zástupci ODS, zástupci ČSSD, zástupci KSČM, zástupci KDU-ČSL, zástupci SZ a jiní aktéři. V deníku MF Dnes, jak jsem již uvedla, bylo zveřejněno celkem 21 citací. Z toho 3 citace (14,29%) zástupců ODS, 8 citací zástupců ČSSD (38,10%), 2 citace zástupců KSČM (9,52%), 2 citace zástupců KDU-ČSL (9,52%), 2 citace zástupců SZ (9,52%) a 4 citace jiných osob (19,05%). Vidíme tedy, že nejčastěji byli s velkým předstihem citováni zástupci ČSSD, a to přes fakt, že nebyli v člancích nejvíce se vyskytujícími aktéry.

V deníku Právo, jak jsem již zmínila, bylo zveřejněno celkem 30 citací. Z toho 11 citací (36,67%) zástupců ODS, 8 citací zástupců ČSSD (26,67%), 3 citace zástupců KD - ČSL (10,00%), 1 citace zástupců SZ (3,33%) a 7 citací jiných osob (23,33%). Zástupci KSČM zde nebyli citováni ani jednou. V deníku Právo byli tedy nejvíce citováni zástupci ODS.

#### 3.5.3.5.3. Vyznění citací v kontextu článku

Jak již jsem zmínila, v komentářových člancích jsou citace používány především, aby podtrhly celkové sdělení a ladění článku. Novináři tedy vybírají takové citace, které co nejlépe odpovídají záměru sdělení článku. Analytická proměnná vyznění citací v kontextu článku sleduje, jak byly v tomto smyslu citace daných politických aktérů v denících používány, a jak se podílely na konstruování těchto aktérů. Děním ji na kategorie pozitivní, negativní, ambivalentní a neutrální (viz příloha kódovací instrukce), k nimž citace přiřazují

podle toho, jak vyznívají v kontextu daného článku pro daného politického aktéra, jenž je citován, případně pro toho, ke komu je citace směřována.

V deníku MF Dnes vyznívaly 2 citace zástupců ODS negativně pro ODS a 1 neutrálně. 8, tedy všechny citace zástupců ČSSD vyznívaly pro ČSSD negativně. Dvě, tedy všechny zde zveřejněné citace zástupců KSČM vyznívaly vůči této straně neutrálně. Naopak všechny citace KDU-ČSL, tedy 2, vyznívaly negativně vůči této straně a stejně tak vyznívaly negativně všechny citace SZ, tedy také 2, vůči SZ.

V deníku Právo vyznívalo 10 citací zástupců ODS negativně vůči této straně a 1 neutrálně. Jedna citace zástupců ČSSD vyznívala pro ČSSD pozitivně, 3 negativně a 4 neutrálně pro ČSSD. Jedna citace zástupců KDU-ČSL vyznívala pozitivně pro KDU-ČSL a 2 negativně pro tuto stranu. Jedna citace zástupců SZ vyznívala pro tuto stranu negativně.

Vidíme tedy, že oba deníky využívaly citací spíše, aby podpořily negativní ladění článků. Je však patrné, že deník Právo netíhl tolik k jednomu úhlu pohledu jako deník MF Dnes.

Pokud jde o citace jiných osob, tak v deníku MF Dnes vyznívaly všechny, tedy 4 citace, vůči politickým stranám neutrálně. V deníku Právo vyznívalo 5 citací neutrálně a 2 citace negativně vůči ODS, přičemž se jednalo o citace zahraničních odborníků, kteří se vyjadřovali k reformě zdravotnictví a obě byly použity v jednom článku (článek z 20. 6. 2008, autor: Martin Hekrdla).

#### ***3.5.4. Zobrazení zástupců a politických stran***

Dalším kritériem, podle něž můžeme zkoumat, jak deníky konstruují politické aktéry, je to, jak jsou zástupci politických stran v obou denících prezentováni, tedy jaký je o nich vytvářen mediální obraz. Zahrnuji sem charakteristiku zástupců, označení zástupců či stran a adjektiva použitá v jejich souvislosti.

##### *3.5.4.1. Charakteristika zástupců politických stran v článku*

Tato analytická proměnná vypovídá o tom, jakým způsobem jsou zástupci politických stran v obou denících prezentováni. Charakteristikou rozumím to, jak jsou zástupci politických stran titulováni, zda jsou spojováni s určitými osobami, jaká jsou ve spojení s nimi používána adjektiva, jaké jsou jim přisuzovány aktivity, názory apod. Podle toho zda byli zástupci politických stran přímo či nepřímo charakterizováni, dělím tuto proměnnou na tyto kategorie: žádná, negativní, pozitivní a ambivalentní (viz příloha kódovací instrukce). Výskyt charakteristik počítám u dané strany z počtu výskytu jejích zástupců.



V deníku MF Dnes byli pozitivně charakterizováni pouze zástupci ODS, a to v 4,17% jejich výskytu. V největší míře negativně zde byli charakterizováni zástupci ČSSD, a to v 35,71% případů jejich výskytu, za nimi následovali zástupci SZ v 33,33% případů jejich výskytu, dále zástupci KSČM (28,57%) a zástupci KDU-ČSL (23,53%). S poměrně velkým odstupem byli negativně charakterizováni zástupci ODS, konkrétně v 14,58% případů jejich výskytu. Zástupci ODS byli také jako jediní charakterizováni ambivalentně (4,17%). Žádná charakteristika se v případě výskytu zástupců stran neobjevila následovně: ODS - 77,08%, ČSSD - 64,29%, KSČM - 71,43%, KDU-ČSL - 76,47%, SZ - 66,67%. Vidíme tedy opět, že nejvyváženěji psal deník MF Dnes o straně ODS, zatímco u jiných stran měl tendenci k jednomu úhlu pohledu. Také vidíme, že v největší míře byl deník kritický k zástupcům ČSSD a SZ a v nejmenší míře k zástupcům ODS.

V deníku Právo byli v největší míře pozitivně charakterizováni zástupci SZ, a to v 9,09% případů jejich výskytu. Následovali zástupci ČSSD (3,7%) a zástupci ODS (1,18%). V největší míře negativně zde byli poněkud překvapivě charakterizováni zástupci KSČM, a to v 25% jejich výskytu, což však může být způsobeno faktem, že se zde vyskytli pouze čtyřikrát. Za nimi následovali zástupci ODS charakterizovaní negativně v 21,18% případů jejich výskytu a dále zástupci KDU-ČSL (18,18%). S velkým odstupem následovali zástupci SZ (9,09%) a zástupci ČSSD (7,41%). Pokud jde o ambivalentní charakteristiku, ambivalentně byli charakterizováni zástupci SZ v 4,55% případů jejich výskytu, zástupci KDU-ČSL v 3,03% a zástupci ODS v 1,18% případů jejich výskytu. Žádná charakteristika se zde u zástupců stran nevyskytla následovně: ODS - 76,47%, ČSSD – 88,89%, KSČM – 75%, KDU-ČSL – 78,79%, SZ – 77,27%. Zástupci stran byli tedy v deníku Právo charakterizováni v menší míře než v deníku MF Dnes.

Vidíme tedy, že deník Právo psal o jednotlivých zástupcích stran poněkud vyváženěji než deník MF Dnes. Z výše uvedeného je zřejmé, že v největší míře byl kritický k zástupcům KSČM a ODS a v nejmenší míře k zástupcům ČSSD a SZ, tedy přesně opačně než tomu bylo v deníku MF Dnes. Zdá se tedy, že se opět potvrzuje spíše pravicová tendence deníku MF Dnes a levicová tendence deníku Právo.

#### *3.5.4.2. Označení zástupců politických stran*

Tato proměnná ukazuje, jak jsou v obou denících v komentářových rubrikách zobrazováni zástupci politických stran. Označení zástupců vznikala až v průběhu analýzy článků, kdy jsem si každé označení zapisovala. Označení mohou nést různý význam, mohou být neutrální, jako např. označení pan, ministr, premiér apod., mohou nést negativní či pozitivní konotace,

nebo mohou vyznívat ambivalentně, tedy z jistého pohledu pozitivně a z jiného negativně. Proto jsem pro větší přehlednost jednotlivá označení, která byla v denících MF Dnes a Právo použita v souvislosti se zástupci či politickými stranami, rozřadila do kategorií neutrální, pozitivní, negativní a ambivalentní.

V deníku MF Dnes bylo pro zástupce či stranu ODS použito celkem 51 označení a v deníku Právo celkem 102 označení. Z tabulky 1 vidíme, že oba deníky používaly pro zástupce ODS či stranu převážně neutrální označení (MF Dnes – 88,24%, Právo – 71,57%). Pokud jde o pozitivní označení, v obou denících bylo použito pouze jednou označení s čistě pozitivní konotací (MF Dnes – 1,96%, Právo – 0,98%), avšak za pozitivní můžeme považovat také oficiální označení jako např. premiér, zařazená do kategorie „neutrální“, protože automaticky přidávají na úctě. V MF Dnes bylo těchto oficiálních označení použito 41 (80,39%), tvořila zde tedy většinu označení ODS. V deníku Právo jich bylo použito 64 (62,75%), tedy také většina označení ODS. Z tabulky je také patrné, že deník Právo používal významně větší počet označení s negativní konotací (22,55%) než deník MF Dnes, který je spíše nepoužíval (7,84%). Ukazuje se zde tedy jasný negativní postoj deníku Právo vůči politické straně ODS a jejím zástupcům a spíše pozitivní postoj deníku MF Dnes.

**Tabulka 1: Označení zástupců a strany ODS**

<b>ODS</b>	<b>Označení</b>	<b>MF Dnes</b>	<b>Právo</b>
	Neutrální	45	73
	Pozitivní	1	1
	Negativní	4	23
	Ambivalentní	1	5

Pro zástupce či stranu ČSSD bylo v deníku MF Dnes použito celkem 33 označení a v deníku Právo celkem 19 označení. Z tabulky 2 vyplývá, že také pro označení zástupců ČSSD používaly oba deníky převážně neutrální označení (MF Dnes – 72,73%, Právo – 84,21%). Označení s pozitivní konotací bylo použito pouze jednou v deníku Právo (5,26%). Pokud jde o oficiální označení zástupců, jež přidávají na úctě, v deníku MF Dnes byla použita 3 (9,09%) a v deníku Právo 8 (42,11%). Jak je však vidno, deník MF Dnes používal mnohem více označení s negativní konotací než deník Právo (MF Dnes – 27,27%, Právo – 5,26%). I zde se ukazuje tedy jasný negativní postoj deníku MF Dnes vůči politické straně ČSSD a jejím zástupcům a naopak vstřícný postoj deníku Právo..

**Tabulka 2: Označení zástupců a strany ČSSD**

<b>ČSSD</b>	<b>Označení</b>	<b>MF Dnes</b>	<b>Právo</b>
	Neutrální	24	16
	Pozitivní	0	1
	Negativní	9	1
	Ambivalentní	0	1

Pro zástupce či stranu KSČM byla v deníku MF Dnes použita celkem 4 označení a v deníku Právo celkem 2 označení. Jak vidíme v tabulce 3, deník MF Dnes použil 2 neutrální označení (50%), 1 pozitivní (25%), a 1 negativní (25%). Deník Právo použil 1 neutrální (50%) a 1 ambivalentní (50%).

**Tabulka 3: Označení zástupců a strany KSČM**

<b>KSČM</b>	<b>Označení</b>	<b>MF Dnes</b>	<b>Právo</b>
	Neutrální	2	1
	Pozitivní	1	0
	Negativní	1	0
	Ambivalentní	0	1

Pro zástupce či stranu KDU-ČSL bylo v deníku MF Dnes použito celkem 10 označení a v deníku Právo celkem 15 označení. Jak vidíme v tabulce 4, deník MF Dnes používal ve stejné míře označení neutrální (40%) a nesoucí negativní konotaci (40%), zatímco deník Právo převážně označení neutrální (66,67%). V žádném z deníků se neobjevilo označení s pozitivní konotací. Pokud jde o oficiální označení, jež přidávají na účtě, v deníku MF Dnes byla použita 3 (30%) a v deníku Právo 10 (66,67%). V deníku Právo se však také objevila některá silně negativní označení. Zdá se, tedy, že oba deníky zaujímalý ke straně KDU-ČSL a jejím zástupcům spíše negativní postoj, což může opět souviset jednak s poměrně často se objevujícím tématem aféry týkající se lidoveckého předsedy Jiřího Čunka a jednak s rozkolem vládní koalice. Je však zřejmé, že deník Právo zaujímal na rozdíl od deníku MF Dnes poněkud vyváženější přístup.

**Tabulka 4: Označení zástupců a strany KDU-ČSL**

<b>KDU-ČSL</b>	<b>Označení</b>	<b>MF Dnes</b>	<b>Právo</b>
	Neutrální	4	10
	Pozitivní	0	0
	Negativní	4	5
	Ambivalentní	2	0

Pro zástupce či stranu SZ bylo v deníku MF Dnes použito celkem 6 označení a v deníku Právo celkem 7 označení. Z tabulky 5 vyplývá, že deník MF Dnes používal převážně ambivalentní označení (66,67%) a deník Právo převážně neutrální označení (85,71%). Žádný z deníků nepoužil označení s pozitivní konotací. Pokud jde o oficiální označení, použil je pouze deník Právo (57,14%). Naopak označení s negativní konotací použil pouze deník MF Dnes (16,67%). Vidíme, že i v tomto případě zaujímal deník Právo poněkud vyváženější přístup než deník MF Dnes.

**Tabulka 5: Označení zástupců a strany SZ**

<b>SZ</b>	<b>Označení</b>	<b>MF Dnes</b>	<b>Právo</b>
	Neutrální	1	6
	Pozitivní	0	0
	Negativní	1	0
	Ambivalentní	4	1

### 3.5.4.3. *Adjektiva použitá v souvislosti se zástupci a politickými stranami*

O tom, jak jsou zástupci politických stran a politické strany v mediálním obsahu konstruovány, vypovídá krom jejich označování, také to, jaká adjektiva jsou v jejich souvislosti používána. I adjektiva mohou být neutrální anebo nést určitou negativní či pozitivní konotaci. Adjektiva používaná v souvislosti se zástupci a politickými stranami jsem zapisovala až v průběhu samotné obsahové analýzy. Pro zjednodušení je zde uvádím, rozřazené do kategorií neutrální, pozitivní, negativní a ambivalentní na základě jejich významu v kontextu článku.

**Tabulka 6: Adjektiva použitá v souvislosti se zástupci a politickými stranami**

	<b>Adjektiva</b>	<b>MF Dnes</b>	<b>Právo</b>
<b>ODS</b>	Neutrální	2	0
	Pozitivní	3	0
	Negativní	0	5
	Ambivalentní	0	2
<b>ČSSD</b>	Neutrální	1	1
	Pozitivní	0	0
	Negativní	1	0
	Ambivalentní	0	0
<b>KSČM</b>	Neutrální	0	0
	Pozitivní	0	0
	Negativní	0	1
	Ambivalentní	0	0
<b>KDU-ČSL</b>	Neutrální	0	1
	Pozitivní	0	0
	<i>Negativní</i>	2	2
	Ambivalentní	0	0
<b>SZ</b>	<i>Neutrální</i>	1	0
	Pozitivní	0	1
	Negativní	1	1
	Ambivalentní	0	0

V souvislosti se zástupci ODS používal deník MF Dnes převážně pozitivní (60%) a neutrální (40%) adjektiva a deník Právo naopak pouze negativní (71,43%) a ambivalentní adjektiva (28,57%). Opět se tedy zdá, že deník MF Dnes je ODS nakloněn a deník Právo se k ODS staví negativně. V souvislosti se zástupci ČSSD nebylo v denících použito mnoho adjektiv. V deníku MF Dnes bylo jednou použito neutrální adjektivum *současný* (50%) a jednou *milý*, jež bylo v kontextu míněno ironicky a tedy spíše negativně (50%). V deníku Právo bylo použito pouze adjektivum *podsatý*, které bylo míněno neutrálně (100%). Strana KSČM byla v deníku Právo označena jako nespolehlivá, tedy k ní byl zaujat negativní postoj. Oba deníky použily převážně negativní adjektiva v souvislosti se zástupci a stranou KDU-ČSL (MF Dnes – 100%, Právo – 66,67%). Opět se tedy potvrzuje, že oba deníky k ní zaujímají spíše negativní postoj. V souvislosti se zástupci SZ použil deník MF Dnes jedno negativní a jedno neutrální adjektivum a deník Právo jedno pozitivní adjektivum a jedno negativní (tabulka 6).

### 3.6. Shrnutí výsledků analýzy

Z výsledků analýzy, jež prezentuji výše, je patrné, že v obou denících byla poměrně široká variabilita témat. Oba deníky byly poněkud omezené, co se do variability politických stran týče, v obou se objevovaly pouze parlamentní strany. Co se však týče zástupců politických stran dle funkcí, jejich variabilita byla v obou denících poměrně široká, avšak v deníku Právo byla o něco širší a také celková variabilita zástupců zde byla vyváženější než v deníku MF Dnes.

Co se týče pozornosti věnované jednotlivým politickým stranám, nebyly oba deníky vyvážené. Deník MF Dnes věnoval neúměrně málo pozornosti třetí nejsilnější parlamentní straně KSČM vzhledem k zastoupení v parlamentu. Vůči ostatním stranám se deník jevil poměrně vyváženě. Deník Právo věnoval neúměrně více pozornosti ODS než ostatním stranám, a naopak poměrně málo ČSSD a KSČM. Deník MF dnes se zdá v tomto ohledu vyváženější než deník Právo.

Z hlediska poskytování pozornosti koaličním a opozičním stranám, byly oba deníky spíše nevyvážené, oba věnovaly více pozornosti koaličním stranám, což však jde pravděpodobně na vrub skutečnosti, že tyto strany vládou. Nevyváženější byl však v tomto směru deník Právo. Obdobně toto platí také pro vyváženost levice vs. pravice, která se vzhledem k tomu, že koaličními stranami byly pouze pravicové strany a opozičními pouze levicové, shoduje s výše uvedeným. Z toho plyne, že deník MF Dnes věnoval, jak se předpokládalo, více pozornosti pravicovým stranám a deník Právo také.

Podívejme se nyní na charakter článků. Celkové ladění článků v deníku MF Dnes bylo negativní především k ČSSD a KSČM a pozitivně laděné vůči SZ a ODS. To koresponduje s předpokladem o jeho pravicové orientaci. Naopak celkové ladění článků v deníku Právo bylo nevyvážené především k ODS a KSČM, přičemž vůči ODS byla největší míra článků negativně laděných a vůči KSČM byla největší míra článků pozitivně laděných, což je opět v souladu s předpokladem o jeho levicové orientaci.

Také celkové ladění článků vůči opozici a koalici bylo v obou denících odlišné. Deník MF se vymezoval negativně především vůči opozici, která obdržela větší míru negativně laděných a menší míru pozitivně laděných článků než koalice. Deník Právo naopak vůči koalici. Jak už jsem zmiňovala výše tyto výsledky, platí také pro vyváženost levice vs. pravice, tedy, že deník MF Dnes stranil pravicovým stranám a deník Právo levicovým.

Vidíme tedy, že oba deníky se liší v postoji k jednotlivým stranám, ke koalici a opozici i k levici a pravici. Pokud pak srovnáme oba deníky z hlediska celkového ladění

článků, vidíme, že míra pozitivně laděných článků je v obou denících přibližně stejná, ale míra negativně laděných článků je v MF Dnes mnohem vyšší než v deníku Právo, kde je naopak mnohem vyšší míra neutrálně laděných článků.

Pokud jde o ladění dílčích výroků v rámci článků, deník MF Dnes byl méně kritický a více vstřícný především vůči ODS a naopak více kritický a méně vstřícný vůči KDU-ČSL a ČSSD. V největší míře psal taktéž o záležitostech, jež mají negativní konotaci pro KDU-ČSL a ČSSD a pozitivní pro ODS. ODS a její zástupce také zobrazoval nejvíce pozitivně a nejvíce negativně zástupce ČSSD. Dále se jinak vymezoval vůči opozici a levici, jež byly vystaveny větší míře kritičnosti a menší míře vstřícnosti než koalice a pravice.

Deník právo byl kritický a nejméně vstřícný především vůči ODS a naopak méně kritický a vstřícnější vůči ČSSD a KSČM. V největší míře psal o záležitostech s negativní konotací pro KDU-ČSL a ODS a s pozitivní konotací pro ČSSD. Zástupce ODS zároveň deník zobrazoval nejvíce negativně a naopak nejméně negativně zástupce ČSSD.

Celkově tedy deník MF Dnes věnoval zdaleka nejvíce pozornosti ODS a současně se k ní stavěl méně kriticky a více vstřícně než k ostatním stranám. Deník Právo také věnoval nejvíce pozornosti ODS, ale naopak se k ní stavěl více kriticky a méně vstřícně než k ostatním stranám. V deníku Právo však byl tento rozdíl v kritičnosti a vstřícnosti významně méně výrazný než v deníku MF Dnes. I v tomto případě se tedy potvrzuje předpoklad o pravicové orientaci deníku MF Dnes a levicové orientaci deníku Právo.

Pokud srovnáme deník MF Dnes a Právo z hlediska ladění dílčích výroků obecně, vidíme, že v deníku MF Dnes je větší míra negativních a kritických výroků než v deníku Právo, kde je naopak vyšší míra pozitivních výroků a také vyšší míra neutrálně laděných výroků. Deník MF Dnes také ve větší míře zmiňuje různé aféry a kauzy týkající se politických představitelů než deník Právo.

Výše uvedené výsledky, tedy potvrzují předpoklad o pravicové orientaci deníku MF Dnes i předpoklad o levicové orientaci deníku Právo a ukazují, že oba deníky konstruují politické strany jinak, přičemž MF Dnes straní především ODS a deník Právo ČSSD a KSČM. Analýza také ukázala, že deník Právo je objektivnější než deník MF Dnes, jenž má tendenci k jednomu úhlu pohledu.

## 4. ZÁVĚR

Cílem této práce bylo na příkladu názorových rubrik zjistit, zda byly dva významné české deníky MF Dnes a Právo vyvážené v prezentování politických stran a jejich zástupců během roku 2008 a ověřit předpoklad o jejich politické orientaci. Práce se skládala z teoretické části, kde jsem představila teorie a základní pojmy, z nichž jsem vycházela ve druhé, analytické části. Jaké motivy mě vedly k volbě tématu této práce, jsem psala v jejím úvodu.

Závěrem musím konstatovat, že psaní této práce a především analytické části mi přineslo nový vhled do toho, jak mohou média působit na vytváření představ lidí o světě a v důsledku na jejich názory a postoje. Díky tomu, že jsem analyzovala dva deníky s opačnou politickou orientací, došlo mi, jak je důležité, aby člověk nepřijímal informace pouze z jednoho zdroje, ale využíval více zdrojů a informace a názory v nich mezi sebou srovnával a utvořil si tak komplexnější představu o dané záležitosti, osobě apod. Jak jsem se totiž přesvědčila, čerpat informace z jednoho zdroje, může být poněkud zkreslené. Média nám výběrem témat i osob, jež zařazují do svých obsahů, podsouvají, co a kdo je důležitý a současně nám svými názory podsouvají jejich hodnocení. Faktem je, že v názorových rubrikách mohou dle profesních pravidel novináři své názory artikulovat, avšak i v nich by měli dodržovat nestranný přístup. To se jim však, jak jsem se přesvědčila, ne vždy daří. I novináři jsou totiž jen lidé s jistými zkušenostmi a názory, které chtě nechtě do své novinářské práce promítají. Proto je třeba se naučit kritickému přístupu vůči médiím.

V dalším výzkumu by pak dle mého názoru bylo zajímavé zaměřit se např. na to, jak se oba deníky staví k osobě prezidenta České republiky Václava Klause. V průběhu obsahové analýzy, jsem totiž zjistila, že Václav Klaus byl v roce 2008 častým aktérem komentářových článků a vzhledem k jeho politické minulosti a jeho současnému kontroverznímu působení především v zahraniční politice by bylo dle mého názoru zajímavé sledovat, jak jej tyto dva deníky s opačnou politickou orientací hodnotí.



## 5. LITERATURA

- BURTON, G., Jiráček, J. 2001. Úvod do studia médií. Brno: Barrister & Principal
- CROTEAU, D., Hoynes, W. 2006. The business of media: corporate media and the public interest. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press
- DISMAN, M. 2000. Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele. Praha: Karolinum
- JIRÁK, J., Köpplová, B. 2003. Média a společnost. Praha: Portál
- JEŘÁBEK, H. 1992. Úvod do sociologického výzkumu. Praha: Karolinum
- MORAVEC, V. 2005. „Etika a česká média“. In: 10 let v českých médiích. Praha: Portál, str. 49 – 61
- McNAIR, B. 2004. Sociologie žurnalistiky. Praha: Portál
- McQUAIL, D. 1999. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál
- PETRÁČKOVÁ, V., Kraus J. a kol. 2001. Akademický slovník cizích slov. Praha: Academia
- REIFOVÁ, I. a kol. 2004. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál
- SCHULZ, W., Hagen, L., Scherer, H., Reifová, I. 2004. Analýza obsahu mediálních sdělení. Praha: Karolinum
- THOMPSON, J. B. 2004. Média a modernita. Sociální teorie médií. Praha: Karolinum.
- TRAMPOTA, T. 2006. Zpravodajství. Praha: Portál

Webové zdroje:

BRITSKÉ LISTY. O privatizaci deníku Mladá fronta. Bakalářská práce Marty Vildové vypracovaná roku 2005 pro FHS UK. [online] (cit. 28.8. 2009).

<http://www.blisty.cz/art/23779.html>

REVUE PRO MÉDIA. Mediální gramotnost [online] (cit. 20.5. 2009).

[http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/medialni\\_gramotnost.htm](http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/medialni_gramotnost.htm)

WIKIPEDIE, Otevřená encyklopedie. Jan Morava. [online] (cit. 10.9.2009).

[http://cs.wikipedia.org/wiki/Jan\\_Morava](http://cs.wikipedia.org/wiki/Jan_Morava)

WIKIPEDIE, Otevřená encyklopedie. Jiří Čunek. [online] (cit. 10.9.2009).

[http://cs.wikipedia.org/wiki/Jiří\\_Čunek](http://cs.wikipedia.org/wiki/Jiří_Čunek)

WIKIPEDIE, Otevřená encyklopedie. Právo. [online] (cit. 28.8. 2009).

<http://cs.wikipedia.org/wiki/Právo>

WIKIPEDIE, Otevřená encyklopedie. Stanislav Gross. [online] (cit. 10.9.2009).

[http://cs.wikipedia.org/wiki/Stani%20slav\\_Gross](http://cs.wikipedia.org/wiki/Stani%20slav_Gross)

## 6. PŘÍLOHY

### 6.1 Kódovací kniha

#### IDENTIFIKAČNÍ PROMĚNNÉ

##### I. Skupina:

1. Deník MF Dnes
2. Deník Právo

##### II. Datum vydání

##### III. Jméno novináře

#### ANALYTICKÉ PROMĚNNÉ

##### I. Kódovací jednotka: článek typu komentáře

1. Hlavní téma článku
  - 01 Volby, volba prezidenta, povolební spolupráce stran, hlasování o nedůvěře vládě
  - 02 Stranické sjezdy, rozkoly stran a koalice
  - 03 Reformy, návrhy a změny zákonů
  - 04 Zahraničí a zahraniční politika
  - 05 Ekonomická témata
  - 06 Korupce a kriminalita
  - 07 Politická kultura
2. Aktér článku
  - 01 Předseda ODS
  - 02 Místopředseda ODS
  - 03 Člen/ka ODS v ministerské funkci
  - 04 Senátor/ka za ODS
  - 05 Poslanec/kyně za ODS
  - 06 Předseda poslaneckého klubu ODS
  - 07 Poslanec evropského parlamentu za ODS
  - 08 Řadový člen/ka ODS
  - 09 ODS jako celek
  - 10 Předseda ČSSD
  - 11 Místopředseda ČSSD
  - 12 Senátor/ka za ČSSD
  - 13 Předseda poslanecké sněmovny ČSSD
  - 14 Místopředseda Poslanecké sněmovny za ČSSD
  - 15 Poslanec/kyně za ČSSD
  - 16 Předseda poslaneckého klubu ČSSD
  - 17 Poslanec evropského parlamentu za ČSSD
  - 18 Řadový člen/ka ČSSD
  - 19 ČSSD jako celek
  - 20 Předseda KSČM
  - 21 Místopředseda KSČM
  - 22 Senátor/ka za KSČM
  - 23 Poslanec/kyně za KSČM
  - 24 Předseda poslaneckého klubu KSČM
  - 25 Poslanec evropského parlamentu za KSČM

- 26 Řadový člen/ka KSČM
  - 27 KSČM jako celek
  - 28 Předseda KDU-ČSL
  - 29 Místopředseda KDU-ČSL
  - 30 Člen/ka KDU-ČSL v ministerské funkci
  - 31 Místopředseda Senátu za KDU-ČSL
  - 32 Senátor/ka za KDU-ČSL
  - 33 Místopředseda Poslanecké sněmovny za KDU-ČSL
  - 34 Poslanec/kyně za KDU-ČSL
  - 35 Předseda poslaneckého klubu KDU-ČSL
  - 36 Poslanec evropského parlamentu za KDU-ČSL
  - 37 Řadový člen/ka KDU-ČSL
  - 38 KDU-ČSL jako celek
  - 39 Předseda SZ
  - 40 Místopředseda SZ
  - 41 Člen/ka SZ v ministerské funkci
  - 42 Příznivce SZ v ministerské funkci
  - 43 Senátor/ka za SZ
  - 44 Poslanec/kyně za SZ
  - 45 Předseda poslaneckého klubu SZ
  - 46 Poslanec evropského parlamentu za SZ
  - 47 Řadový člen/ka SZ
  - 48 SZ jako celek
3. Ladění článku vzhledem k ODS:
- 01 Pozitivní
  - 02 Negativní
  - 03 Neutrální
  - 04 Ambivalentní
4. Ladění článku vzhledem k ČSSD:
- 01 Pozitivní
  - 02 Negativní
  - 03 Neutrální
  - 04 Ambivalentní
5. Ladění článku vzhledem k KSČM:
- 01 Pozitivní
  - 02 Negativní
  - 03 Neutrální
  - 04 Ambivalentní
6. Ladění článku vzhledem k KDU-ČSL:
- 01 Pozitivní
  - 02 Negativní
  - 03 Neutrální
  - 04 Ambivalentní
7. Ladění článku vzhledem k SZ:
- 01 Pozitivní

- 02 Negativní
  - 03 Neutrální
  - 04 Ambivalentní
8. Ladění dílčích výroků vůči ODS:
- 01 Kritické
  - 02 Jednoznačně negativní
  - 03 Pozitivní
  - 04 Ambivalentní
  - 05 Neutrální
9. Ladění dílčích výroků vůči ČSSD:
- 01 Kritické
  - 02 Jednoznačně negativní
  - 03 Pozitivní
  - 04 Ambivalentní
  - 05 Neutrální
10. Ladění dílčích výroků vůči KSČM:
- 01 Kritické
  - 02 Jednoznačně negativní
  - 03 Pozitivní
  - 04 Ambivalentní
  - 05 Neutrální
11. Ladění dílčích výroků vůči KDU-ČSL:
- 01 Kritické
  - 02 Jednoznačně negativní
  - 03 Pozitivní
  - 04 Ambivalentní
  - 05 Neutrální
12. Ladění dílčích výroků vůči SZ:
- 01 Kritické
  - 02 Jednoznačně negativní
  - 03 Pozitivní
  - 04 Ambivalentní
  - 05 Neutrální
13. Záležitosti s negativní konotací pro:
- 01 ODS
  - 02 ČSSD
  - 03 KSČM
  - 04 KDU-ČSL
  - 05 SZ
14. Záležitosti s pozitivní konotací pro:
- 01 ODS
  - 02 ČSSD
  - 03 KSČM

- 04 KDU-ČSL
- 05 SZ
  
- 15. Výskyt citací
  - 01 Ano
  - 02 Ne
  
- 16. Citování:
  - 01 Zástupci ODS
  - 02 Zástupci ČSSD
  - 03 Zástupci KSČM
  - 04 Zástupci KDU-ČSL
  - 05 Zástupci SZ
  - 06 Jiné osoby
  
- 17. Vyznění citací zástupců ODS v kontextu článku
  - 01 Pozitivní
  - 02 Negativní
  - 03 Ambivalentní
  - 04 Neutrální
  
- 18. Vyznění citací zástupců ČSSD v kontextu článku
  - 01 Pozitivní
  - 02 Negativní
  - 03 Ambivalentní
  - 04 Neutrální
  
- 19. Vyznění citací zástupců KSČM v kontextu článku
  - 01 Pozitivní
  - 02 Negativní
  - 03 Ambivalentní
  - 04 Neutrální
  
- 20. Vyznění citací zástupců KDU-ČSL v kontextu článku
  - 01 Pozitivní
  - 02 Negativní
  - 03 Ambivalentní
  - 04 Neutrální
  
- 21. Vyznění citací zástupců SZ v kontextu článku
  - 01 Pozitivní
  - 02 Negativní
  - 03 Ambivalentní
  - 04 Neutrální
  
- 22. Vyznění citací jiných osob vůči politickým stranám
  - 01 Vůči ODS pozitivní
  - 02 Vůči ODS negativní
  - 03 Vůči ODS ambivalentní
  - 04 Vůči ČSSD pozitivní

- 05 Vůči ČSSD negativní
  - 06 Vůči ČSSD ambivalentní
  - 07 Vůči KSČM pozitivní
  - 08 Vůči KSČM negativní
  - 09 Vůči KSČM ambivalentní
  - 10 Vůči KDU-ČSL pozitivní
  - 11 Vůči KDU-ČSL negativní
  - 12 Vůči KDU-ČSL ambivalentní
  - 13 Vůči SZ pozitivní
  - 14 Vůči SZ negativní
  - 15 Vůči SZ ambivalentní
  - 16 Vůči politickým stranám neutrální
23. Charakteristika zástupců ODS v článku
- 01 Žádná
  - 02 Pozitivní
  - 03 Negativní
  - 04 Ambivalentní
24. Charakteristika zástupců ČSSD v článku
- 01 Žádná
  - 02 Pozitivní
  - 03 Negativní
  - 04 Ambivalentní
25. Charakteristika zástupců KSČM v článku
- 01 Žádná
  - 02 Pozitivní
  - 03 Negativní
  - 04 Ambivalentní
26. Charakteristika zástupců KDU-ČSL v článku
- 01 Žádná
  - 02 Pozitivní
  - 03 Negativní
  - 04 Ambivalentní
27. Charakteristika zástupců SZ v článku
- 01 Žádná
  - 02 Pozitivní
  - 03 Negativní
  - 04 Ambivalentní
28. Označení zástupců ODS
- 01 Premiér
  - 02 Ministr
  - 03 Pražský primátor
  - 04 Předseda ODS
  - 05 Předseda české vlády

- 06 Lídr
  - 07 Šéf ODS
  - 08 Šéf vlády
  - 09 Místopředseda
  - 10 Předseda klubu
  - 11 Vicepremiér
  - 12 Místopředseda sněmovny
  - 13 Šéf rozpočtového výboru
  - 14 Europoslanec
  - 15 Senátor
  - 16 Šéf úřadu vlády
  - 17 První místopředseda
  - 18 Veřejný činitel
  - 19 Odvážný reformátor
  - 20 Evropan
  - 21 Liberál
  - 22 Profesor
  - 23 Pragmatik
  - 24 Člověk pravé vůle
  - 25 Salónní pražští pravičáci
  - 26 Vyděrač
  - 27 Provokatér
  - 28 Konspirátor
  - 29 Tatíček
  - 30 Chytrá horákyně
  - 31 Náš přední ekonomický expert
  - 32 Privatizační Sarka Farka
  - 33 Odhozený exministr financí
  - 34 Myslitel
  - 35 Cestovatel
  - 36 Malý český technokrat
  - 37 Chachar
  - 38 Symbol dvou katastrofálních volebních porážek
  - 39 Zlopověstný loser
  - 40 Abstinent předsedající shromáždění sommeliérů a degustantů
  - 41 Věru ctihodný to chlápek
  - 42 Skrblík
  - 43 Politická mrtvola
  - 44 První obsluha volebního klausostroje
  - 45 Malý kubice
  - 46 Fundamentalistický "rebel"
  - 47 Nezdrženlivý arogantní sprost'ák
  - 48 Myš chycená v labyrintu
  - 49 Amerikanofil
  - 50 Nešika
  - 51 Topolánkův milovaný kůň
29. Označení zástupců ČSSD
- 01 Pan
  - 02 Ing.

- 03 Doktor
  - 04 Lídr
  - 05 Předseda
  - 06 Expremiér
  - 07 Senátor
  - 08 Stínový ministr školství
  - 09 Předseda sněmovny
  - 10 Starosta
  - 11 Bývalý předseda vlády
  - 12 Šéf ČSSD
  - 13 Kormidelník ČSSD
  - 14 Politik-opozičník
  - 15 Náměstek hejtmana
  - 16 Nejvzdělanější český premiér všech dob v nejkrásnějším saku
  - 17 Učenlivý žák Paroubkův
  - 18 Souběžník Rathův
  - 19 Jasnovidec vidící na dno černé duše protivníka
  - 20 Vycházející hvězda ČSSD
  - 21 Měnový guru
  - 22 Sexy mozek
  - 23 Řečnický raketomet středního doletu
  - 24 Guru protiradaristů
  - 25 Skutečný vládce země
30. Označení zástupců KSČM
- 01 Docela schopný řečník
  - 02 Šéf
  - 03 Modernizátor
  - 04 Soudruh
  - 05 Doktor
31. Označení zástupců KDU-ČSL
- 01 Ministr
  - 02 Vůdce
  - 03 Vicepremiér
  - 04 Senátor
  - 05 Předseda
  - 06 Europoslanec
  - 07 Vicehejtman
  - 08 Vlastenec
  - 09 Výřečný politik
  - 10 Finanční kouzelník
  - 11 Populární křesťanský politik
  - 12 Přítěž, která by ohrožovala i partaj daleko pevnější
  - 13 Mocný lidovecký Richelieu
  - 14 Chudák
32. Označení zástupců SZ
- 01 Kníže
  - 02 Ministr/yně



- 03 Předseda
  - 04 Poslankyně
  - 05 Zelené političky
  - 06 Paní
  - 07 Šéf české diplomacie
33. Označení strany ODS
- 01 Nejsilnější vládní strana
  - 02 Naše pořád ještě nejsilnější pravicová strana
  - 03 Modrý bratr
  - 04 Rušitel evropského spojování
  - 05 Politická strana na pokraji kómatu
  - 06 Squadra azzura
34. Označení strany ČSSD
- 01 Nejsilnější opoziční strana
  - 02 Největší opoziční strana
  - 03 Oranžový protitah
35. Označení strany KSČM
- 01 Zvláštní strana
36. Označení strany KDU-ČSL
- 01 Dobří lidé
  - 02 Klausomilci
  - 03 Filiálka ODS, hlasování všeho druhu
  - 04 Samice vepře
37. Označení strany SZ
- 01 Lidskoprávní strana
  - 02 Nejmladší politická strana
  - 03 Beránci
  - 04 Rebelantská strana
38. Adjektiva použitá v souvislosti se zástupci či stranou ODS:
- 01 Někdejší
  - 02 Neústupný
  - 03 Neohrožený
  - 04 Půloký mezi slepými
  - 05 Drsný
  - 06 Pořouchlý
  - 07 Vynervovaný
  - 08 Mírně zmatený
  - 09 Hodně nervózní
  - 10 Neurvalý
  - 11 Kráčící v čele sprostáků
39. Adjektiva použitá v souvislosti se zástupci či stranou ČSSD
- 01 Podsaditý

- 02 Milý
- 03 Současný
  
- 40. Adjektiva použitá v souvislosti se zástupci či stranou KSČM
  - 01 V politice nespolehliví
  
- 41. Adjektiva použitá v souvislosti se zástupci či stranou KDU-ČSL
  - 01 Zlatoústý
  - 02 Ostrý
  - 03 Mazaný státnězástupcovskými mastmi
  - 04 Prorockým duchem nadán
  - 05 Klausovstřícní
  
- 42. Adjektiva použitá v souvislosti se zástupci či stranou SZ
  - 01 Nedůvtipný
  - 02 Liškou podšitý
  - 03 Světa znalý, noblesní, vzdělaný, vycvorený, hmotnými statky nezkorumpovatelný
  - 04 Neformální

## 6.2. Kódovací instrukce

### IDENTIFIKAČNÍ PROMĚNNÉ

#### I. Skupina:

1. Deník MF Dnes, 23 vydání náhodně vybraných z období od 1. ledna 2008 do 31. prosince 2008
2. Deník Právo, 23 vydání náhodně vybraných z období od 1. ledna 2008 do 31. prosince 2008

#### II. Datum vydání: den, měsíc, rok vydání článku

#### III. Jméno novináře: jméno autora článku

### ANALYTICKÉ PROMĚNNÉ

I. Kódovací jednotka: článek typu komentáře – Každý článek, který se vyskytuje na komentářové stránce a který má charakter vyjádření názoru svého autora/ky. Každý článek, kde se objevuje alespoň jeden zástupce politických stran či strana jako celek z českého prostředí. Každý článek, jehož autorem/autorkou je člen/členka redakce deníku či stálý spolupracovník/spolupracovnice.

1. Hlavní téma článku: Téma, které je pro daný článek primární, převažuje v něm
  - 01 Volby, volba prezidenta, povolební spolupráce stran, hlasování o nedůvěře vládě
  - 02 Stranické sjezdy, rozkoły stran a koalice
  - 03 Reformy, návrhy a změny zákonů
  - 04 Zahraničí a zahraniční politika
  - 05 Ekonomická témata
  - 06 Korupce a kriminalita
  - 07 Politická kultura
2. Aktér článku: Političtí představitelé či politické strany, jež se v článku objevují
  - 01 Předseda ODS
  - 02 Místopředseda ODS
  - 03 Člen/ka ODS v ministerské funkci
  - 04 Senátor/ka za ODS
  - 05 Poslanec/kyně za ODS
  - 06 Předseda poslaneckého klubu ODS
  - 07 Poslanec evropského parlamentu za ODS
  - 08 Řadový člen/ka ODS
  - 09 ODS jako celek
  - 10 Předseda ČSSD
  - 11 Místopředseda ČSSD
  - 12 Senátor/ka za ČSSD
  - 13 Předseda poslanecké sněmovny za ČSSD
  - 14 Místopředseda Poslanecké sněmovny za ČSSD
  - 15 Poslanec/kyně za ČSSD
  - 16 Předseda poslaneckého klubu ČSSD
  - 17 Poslanec evropského parlamentu za ČSSD
  - 18 Řadový člen/ka ČSSD
  - 19 ČSSD jako celek
  - 20 Předseda KSČM

- 21 Místopředseda KSČM
- 22 Senátor/ka za KSČM
- 23 Poslanec/kyně za KSČM
- 24 Předseda poslaneckého klubu KSČM
- 25 Poslanec evropského parlamentu za KSČM
- 26 Řadový člen/ka KSČM
- 27 KSČM jako celek
- 28 Předseda KDU-ČSL
- 29 Místopředseda KDU-ČSL
- 30 Člen/ka KDU-ČSL v ministerské funkci
- 31 Místopředseda Senátu za KDU-ČSL
- 32 Senátor/ka za KDU-ČSL
- 33 Místopředseda Poslanecké sněmovny za KDU-ČSL
- 34 Poslanec/kyně za KDU-ČSL
- 35 Předseda poslaneckého klubu KDU-ČSL
- 36 Poslanec evropského parlamentu za KDU-ČSL
- 37 Řadový člen/ka KDU-ČSL
- 38 KDU-ČSL jako celek
- 39 Předseda SZ
- 40 Místopředseda SZ
- 41 Člen/ka SZ v ministerské funkci
- 42 Příznivce SZ v ministerské funkci
- 43 Senátor/ka za SZ
- 44 Poslanec/kyně za SZ
- 45 Předseda poslaneckého klubu SZ
- 46 Poslanec evropského parlamentu za SZ
- 47 Řadový člen/ka SZ
- 48 SZ jako celek

3. Ladění článku vzhledem k ODS: Obecně jak konkrétní článek, kde se objevují zástupci ODS či strana ODS, vyznívá vůči ODS anebo jejím zástupcům.
  - 01 Pozitivní: Při definování významu slova „pozitivní“ se řídím definicí v Akademickém slovníku cizích slov: „obsahující, vyjadřující souhlas; stavějící se příznivě, přátelsky k něčemu nebo k někomu“ (Petráčková, Kraus, 2001, str. 612) Pozitivně laděný článek se tedy staví k zástupcům ODS či ODS jako celku příznivě a souhlasně, ukazuje je v dobrém světle, chválí je.
  - 02 Negativní: Akademický slovník cizích slov definuje slovo „negativní“: „záporný, obsahující popření; odmítavý postoj“ (Petráčková, Kraus, 2001, str. 522). Negativně laděný článek se tedy staví k zástupcům ODS či ODS jako celku záporně a odmítavě či nesouhlasně, ukazuje je ve špatném světle, kritizuje je či případně zesměšňuje.
  - 03 Ambivalentní: Akademický slovník cizích slov definuje slovo „ambivalentní“: „mající současně dvojí platnost, současně projevující protichůdné postoje k urč. osobě či věci“ (Petráčková, Kraus, 2001, str. 45). Ambivalentně laděný článek zaujímá tedy k zástupcům ODS či ODS protichůdné postoje, jak negativní tak pozitivní.
  - 04 Neutrální: Akademický slovník cizích slov definuje slovo „neutrální“: „stojící stranou sporů, konfliktů, nestranný“ (Petráčková, Kraus, 2001, str. 526). Neutrálně laděný článek se tedy k zástupcům ODS či ODS jako celku nijak nestaví, nehodnotí je či jejich činy. Je vůči nim věcný a informativní.

4. Ladění článku vzhledem k ČSSD:
  - 01 Pozitivní
  - 02 Negativní
  - 03 Ambivalentní
  - 04 Neutrální
  
5. Ladění článku vzhledem k KSČM:
  - 01 Pozitivní
  - 02 Negativní
  - 03 Ambivalentní
  - 04 Neutrální
  
6. Ladění článku vzhledem k KDU-ČSL:
  - 01 Pozitivní
  - 02 Negativní
  - 03 Ambivalentní
  - 04 Neutrální
  
7. Ladění článku vzhledem k SZ:
  - 01 Pozitivní
  - 02 Negativní
  - 03 Ambivalentní
  - 04 Neutrální
  
8. Ladění dílčích výroků vůči ODS: Obecně, jak jsou dílčí výroky v článku laděny vůči straně, k níž jsou směřovány. Dílčí výrok chápu v rámci článku jako jedno ucelené vyjádření se autora vůči dané straně.
  - 01 Kritické: Akademický slovník cizích slov definuje slovo kritika takto: „zpochybnění, distancování se, negace něčeho“ (Petráčková, Kraus, 2001, str. 431). Kritický výrok se staví nepříznivě, zpochybňuje zástupce či stranu ODS, jejich činy či názory, případně upozorňuje na rozpory v jejich tvrzeních a činech. Zahrnuji sem také výroky obsahující slova vyvolávající negativní asociace a ironické či zesměšňující výroky.
  - 02 Jednoznačně negativní: Jednoznačně negativní výrok vyjadřuje otevřeně nesouhlas či záporné hodnocení zástupců či strany ODS, jejich činů či názorů, či je odsuzuje nebo haní.
  - 03 Pozitivní: Pozitivní výrok obsahuje či vyjadřuje souhlas, staví se příznivě, přátelsky k zástupcům či straně ODS, k jejich činům či názorům, chválí je, vyzdvihuje či dokonce obhajuje.
  - 04 Ambivalentní: Ambivalentní výrok vyjadřuje k zástupcům či straně ODS současně protichůdné postoje, pozitivní i negativní.
  - 05 Neutrální: Neutrální výrok je čistě informativním, věcným výrokiem o zástupcích či straně ODS, jejich názorech či činech.
  
9. Ladění dílčích výroků vůči ČSSD:
  - 01 Kritické
  - 02 Jednoznačně negativní
  - 03 Pozitivní

- 04 Ambivalentní
  - 05 Neutrální
10. Ladění dílčích výroků vůči KSČM:
- 01 Kritické
  - 02 Jednoznačně negativní
  - 03 Pozitivní
  - 04 Ambivalentní
  - 05 Neutrální
11. Ladění dílčích výroků vůči KDU-ČSL:
- 01 Kritické
  - 02 Jednoznačně negativní
  - 03 Pozitivní
  - 04 Ambivalentní
  - 05 Neutrální
12. Ladění dílčích výroků vůči SZ:
- 01 Kritické
  - 02 Jednoznačně negativní
  - 03 Pozitivní
  - 04 Ambivalentní
  - 05 Neutrální
13. Záležitosti s negativní konotací pro: V článku je zmiňována záležitost s negativní konotací pro danou stranu. Záležitostí s negativní konotací rozumím aféry, kauzy a neúspěchy týkající se dané strany či jejich členů.
- 01 ODS
  - 02 ČSSD
  - 03 KSČM
  - 04 KDU-ČSL
  - 05 SZ
14. Záležitosti s pozitivní konotací pro: V článku je zmiňována záležitost s pozitivní konotací pro danou stranu. Záležitostí s pozitivní konotací rozumím různé úspěchy dané strany či jejich zástupců.
- 01 ODS
  - 02 ČSSD
  - 03 KSČM
  - 04 KDU-ČSL
  - 05 SZ
15. Výskyt citací: Zda se v článku vyskytovala přímá promluva.
- 01 Ano: V článku se vyskytovala přímá promluva.
  - 02 Ne: V článku se nevyskytovala přímá promluva.
16. Citování: Kdo byl citován.
- 01 Zástupci ODS
  - 02 Zástupci ČSSD
  - 03 Zástupci KSČM

- 04 Zástupci KDU-ČSL
  - 05 Zástupci SZ
  - 06 Jiné osoby
17. Vyznění citací zástupců ODS v kontextu článku: Obecně jak citace vzhledem k ODS vyznívají, za jakým účelem jsou v článku použity.
- 01 Pozitivní: Citace je východiskem pro chválu zástupců a strany ODS, podtrhuje celkové pozitivní ladění článku vůči zástupcům a straně ODS, či je použita, aby podpořila souhlas, pozitivní pohled či hodnocení zástupců či strany ODS, jejich činů či názorů.
  - 02 Negativní: Citace je východiskem pro kritiku ODS, podtrhuje celkové negativní ladění článku vůči ODS, či je použita, aby podpořila kritický pohled, nesouhlas či záporné hodnocení zástupců či strany ODS, jejich činů či názorů.
  - 03 Ambivalentní: Citace je východiskem pro kritiku a zároveň chválu ODS, vychází z ní současně dvojí, pozitivní i negativní argumentace vůči ODS.
  - 04 Neutrální: Citace má ryze věcný, informativní charakter.
18. Vyznění citací zástupců ČSSD v kontextu článku:
- 01 Pozitivní
  - 02 Negativní
  - 03 Ambivalentní
  - 04 Neutrální
19. Vyznění citací zástupců KSČM v kontextu článku:
- 01 Pozitivní
  - 02 Negativní
  - 03 Ambivalentní
  - 04 Neutrální
20. Vyznění citací zástupců KDU-ČSL v kontextu článku:
- 01 Pozitivní
  - 02 Negativní
  - 03 Ambivalentní
  - 04 Neutrální
21. Vyznění citací zástupců SZ v kontextu článku:
- 01 Pozitivní
  - 02 Negativní
  - 03 Ambivalentní
  - 04 Neutrální
22. Vyznění citací jiných osob vůči politickým stranám: Jak citace jiných osob vyznívaly pro politické strany a jejich zástupce.
- 01 Vůči ODS pozitivní: Citace obsahuje či vyjadřuje souhlas, staví se k zástupcům a straně ODS, k jejich jednání či názorům souhlasně. Citace je východiskem pro chválu zástupců a strany ODS, podtrhuje celkové pozitivní ladění článku vůči zástupcům a straně ODS, či je použita, aby podpořila autorův pozitivní pohled či hodnocení činů či názorů zástupců a strany ODS.
  - 02 Vůči ODS negativní: Citace obsahuje či vyjadřuje nesouhlas, staví se k zástupcům či straně ODS, k jejich jednání či názorům záporně či odmítavě. Citace je

východiskem pro kritiku zástupců či strany ODS, podtrhuje celkové negativní ladění článku vůči zástupcům či straně ODS. Citace je použita, aby podpořila autorův pozitivní pohled či hodnocení činů či názorů zástupců či strany ODS.

- 03 Vůči ODS ambivalentní: Citace má současně dvojí platnost či vyjadřuje současně protichůdné postoje vzhledem k zástupcům či straně ODS, k jejich chování či názorům, či z ní vychází dvojí, pozitivní i negativní argumentace vůči zástupcům či straně ODS.
  - 04 Vůči ČSSD pozitivní
  - 05 Vůči ČSSD negativní
  - 06 Vůči ČSSD ambivalentní
  - 07 Vůči KSČM pozitivní
  - 08 Vůči KSČM negativní
  - 09 Vůči KSČM ambivalentní
  - 10 Vůči KDU-ČSL pozitivní
  - 11 Vůči KDU-ČSL negativní
  - 12 Vůči KDU-ČSL ambivalentní
  - 13 Vůči SZ pozitivní
  - 14 Vůči SZ negativní
  - 15 Vůči SZ ambivalentní
  - 16 Vůči politickým stranám neutrální: Citace má ryze věcný, informativní charakter. Citace se netýká politických stran, citace neslouží k podtržení ladění článku vůči žádné politické straně, či z ní nevychází argumentace vůči žádné politické straně.
23. Charakteristika zástupců ODS v článku: Obecně jak jsou zástupci přímo či nepřímo charakterizováni. Charakteristika je spojená s označením zástupců ODS, s jejich spojením s určitými osobami či skupinami osob, s určitými přídavnými jmény použitými v souvislosti s nimi, s aktivitami a názory jim přisuzovanými.
- 01 Žádná: Zástupce není nijak charakterizován.
  - 02 Pozitivní: Pozitivní charakteristika zástupce ODS obsahuje či vyjadřuje souhlas k jeho osobě, jednání či postojům.
  - 03 Negativní: negativní charakteristika zástupce ODS obsahuje záporný či odmítavý postoj k jeho osobě, jednání či postojům.
  - 04 Ambivalentní: Ambivalentní charakteristika zástupce ODS vyjadřuje současně protichůdné emoční postoje k jeho osobě, jeho jednání či postojům.
24. Charakteristika zástupců ČSSD v článku
- 01 Žádná
  - 02 Pozitivní
  - 03 Negativní
  - 04 Ambivalentní
25. Charakteristika zástupců KSČM v článku
- 01 Žádná
  - 02 Pozitivní
  - 03 Negativní
  - 04 Ambivalentní
26. Charakteristika zástupců KDU-ČSL v článku
- 01 Žádná
  - 02 Pozitivní



- 03 Negativní
  - 04 Ambivalentní
27. Charakteristika zástupců SZ v článku
- 01 Žádná
  - 02 Pozitivní
  - 03 Negativní
  - 04 Ambivalentní
28. Označení zástupců ODS: Obecně použité výrazy k označení zástupců ODS.
- 01 Premiér
  - 02 Ministr
  - 03 Pražský primátor
  - 04 Předseda ODS
  - 05 Předseda české vlády
  - 06 Lídr
  - 07 Šéf ODS
  - 08 Šéf vlády
  - 09 Místopředseda
  - 10 Předseda klubu
  - 11 Vicepremiér
  - 12 Místopředseda sněmovny
  - 13 Šéf rozpočtového výboru
  - 14 Europoslanec
  - 15 Senátor
  - 16 Šéf úřadu vlády
  - 17 První místopředseda
  - 18 Veřejný činitel
  - 19 Odvážný reformátor
  - 20 Evropan
  - 21 Liberál
  - 22 Profesor
  - 23 Pragmatik
  - 24 Člověk pravé vůle
  - 25 Salónní pražští pravičáci
  - 26 Vyděrač
  - 27 Provokatér
  - 28 Konspirátor
  - 29 Tatíček
  - 30 Chytrá horákyně
  - 31 Náš přední ekonomický expert
  - 32 Privatizační Sarka Farka
  - 33 Odhozený exministr financí
  - 34 Myslitel
  - 35 Cestovatel
  - 36 Malý český technokrat
  - 37 Chachar
  - 38 Symbol dvou katastrofálních volebních porážek
  - 39 Zlopověstný loser
  - 40 Abstinents předsedající shromáždění sommeliérů a degustantů

- 41 Věru ctihodný to chlápek
  - 42 Skrblík
  - 43 Politická mrtvola
  - 44 První obsluha volebního klausostroje
  - 45 Malý kubice
  - 46 Fundamantalistický "rebel"
  - 47 Nezdrženlivý arogantní sprosták
  - 48 Myš chycená v labyrintu
  - 49 Amerikanofil
  - 50 Nešika
  - 51 Topolánkův milovaný kůň
29. Označení zástupců ČSSD
- 01 Pan
  - 02 Ing.
  - 03 Doktor
  - 04 Lídr
  - 05 Předseda
  - 06 Expremiér
  - 07 Senátor
  - 08 Stínový ministr školství
  - 09 Předseda sněmovny
  - 10 Starosta
  - 11 Bývalý předseda vlády
  - 12 Šéf ČSSD
  - 13 Kormidelník ČSSD
  - 14 Politik-opozičník
  - 15 Náměstek hejtmana
  - 16 Nejvzdělanější český premiér všech dob v nejkrásnějším saku
  - 17 Učenlivý žák Paroubkův
  - 18 Souběžník Rathův
  - 19 Jasnovidec vidící na dno černé duše protivníka
  - 20 Vycházející hvězda ČSSD
  - 21 Měnový guru
  - 22 Sexy mozek
  - 23 Řečnický raketomet středního doletu
  - 24 Guru protiradaristů
  - 25 Skutečný vládce země
30. Označení zástupců KSČM
- 01 Docela schopný řečník
  - 02 Šéf
  - 03 Modernizátor
  - 04 Soudruh
  - 05 Doktor
31. Označení zástupců KDU-ČSL
- 01 Ministr
  - 02 Vůdce
  - 03 Vicepremiér

- 04 Senátor
  - 05 Předseda
  - 06 Europoslanec
  - 07 Vicehejtman
  - 08 Vlastenec
  - 09 Výřečný politik
  - 10 Finanční kouzelník
  - 11 Populární křesťanský politik
  - 12 Přítěž, která by ohrožovala i partaj daleko pevnější
  - 13 Mocný lidovecký Richelieu
  - 14 Chudák
32. Označení zástupců SZ
- 01 Kníže
  - 02 Ministr/yně
  - 03 Předseda
  - 04 Poslankyně
  - 05 Zelené političky
  - 06 Paní
  - 07 Šéf české diplomacie
33. Označení strany ODS: Obecně použité výrazy k označení strany ODS.
- 01 Nejsilnější vládní strana
  - 02 Naše pořád ještě nejsilnější pravicová strana
  - 03 Modrý bratr
  - 04 Rušitel evropského spojování
  - 05 Politická strana na pokraji kómatu
  - 06 Squadra azzura
34. Označení strany ČSSD
- 01 Nejsilnější opoziční strana
  - 02 Největší opoziční strana
  - 03 Oranžový protitah
35. Označení strany KSČM
- 01 Zvláštní strana
36. Označení strany KDU-ČSL
- 01 Dobří lidé
  - 02 Klausomilci
  - 03 Filiálka ODS, hlasování všeho druhu
  - 04 Samice vepře
37. Označení strany SZ
- 01 Lidskoprávní strana
  - 02 Nejmladší politická strana
  - 03 Beránci
  - 04 Rebelantská strana

38. Adjektiva použitá v souvislosti se zástupci či stranou ODS: Obecně jaká adjektiva jsou použita v souvislosti se zástupci či stranou ODS.
- 01 Někdejší
  - 02 Neústupný
  - 03 Neohrožený
  - 04 Půloký mezi slepými
  - 05 Drsný
  - 06 Poťouchlý
  - 07 Vynervovaný
  - 08 Mírně zmatený
  - 09 Hodně nervózní
  - 10 Neurvalý
  - 11 Kráčíci v čele sprostáků
39. Adjektiva použitá v souvislosti se zástupci či stranou ČSSD
- 01 Podsaditý
  - 02 Milý
  - 03 Současný
40. Adjektiva použitá v souvislosti se zástupci či stranou KSČM
- 01 V politice nespolehliví
41. Adjektiva použitá v souvislosti se zástupci či stranou KDU-ČSL
- 01 Zlatoústý
  - 02 Ostrý
  - 03 Mazaný státnězástupcovskými mastmi
  - 04 Prorockým duchem nadán
  - 05 Klausovstřícní
42. Adjektiva použitá v souvislosti se zástupci či stranou SZ
- 01 Nedůvtipný
  - 02 Liškou podšitý
  - 03 Světa znalý, noblesní, vzdělaný, vycvorený, hmotnými statky nezkorumpovatelný
  - 04 Neformální