

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Kristýna Barbora Straňáková**

**Manipulační praktiky ve vybraných českých  
denících při volbách do PSP ČR  
v roce 2010**

*Diplomová práce*

Praha 2011

Autor práce: **Kristýna Barbora Straňáková**

Vedoucí práce: **Prof. PhDr. Jiří Kraus DrSc.**

Datum obhajoby: **2011**

## **Bibliografický záznam**

STRAŇÁKOVÁ, Kristýna Barbora. *Manipulační praktiky ve vybraných českých denících při volbách do PS PČR v roce 2010*. Praha, 2011. 88 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Prof. PhDr. Jiří Kraus DrSc.

## **Anotace (abstrakt)**

Práce se zabývá manipulačními praktikami v politickém zpravodajství v období před volbami do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky v květnu roku 2010. Popisuje typy komunikace z hlediska jejich schopnosti ovlivnění a věnuje pozornost účinkům médií a jejich vlivu na publikum. Zabývá se i teoretickým rámcem problematiky manipulačních metod i technik a jejich příčinám. Definiuje působení médií z hlediska záměrů a hodnotí aktuální situaci v České republice včetně existujících kontrolních mechanismů. Součástí práce je komparativní analýza, která se věnuje podrobnému kvalitativnímu rozboru textů zveřejněných v denících Mladá fronta Dnes a Právo ve sledovaném období a jejich srovnání.

## **Abstract**

This thesis deals with the manipulating practices in the political media coverage in the period before the elections to the House of Parliament of the Czech Republic in May 2010. It describes the types of communication in terms of its ability to influence and focuses on the effects of the media and its impact on the audience. It also deals with the theoretical framework of the issues of manipulating methods and techniques and their causes. It defines the function of media in terms of intentions and evaluates the current situation in the Czech Republic, including the existing control mechanisms. A part of this thesis is a comparative analysis that focuses on a detailed qualitative analysis of texts published in the dailies Mladá fronta Dnes and Právo and their comparison during the period under consideration.

## **Klíčová slova**

agenda setting, gatekeeping, komunikace, manipulace, média, publikum, účinky médií, zpravodajství

## **Keywords**

agenda setting, audience, communication, gatekeeping, manipulation, media, media effects, news

## **Rozsah práce**

142 494 znaků

## **Prohlášení**

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

V Praze dne 15. května 2011

Kristýna Barbora Straňáková

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala Prof. PhDr. Jiřímu Krausovi DrSc. za vedení i spravedlivé a věcné připomínky k textu.

**Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV**  
**Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce**

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENTKA:**

**Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:**

Straňáková Kristýna Barbora

**Razítko podatelny:**

**Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:**

2009

**E-mail diplomantky/diplomanta:**

stranakovab@centrum.cz

**Studijní obor/typ studia:**

Mediální a komunikační studia/Mediální studia

**Předpokládaný název práce v češtině:**

Manipulační praktiky ve vybraných českých denících při volbách do PS PČR v roce 2010

**Předpokládaný název práce v angličtině:**

Manipulating practices in selected Czech newspapers during the elections into the the Chamber of Deputies of the Parliament of the Czech Republic in 2010

**Předpokládaný termín dokončení:**

**LS 2011**

**Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování:**

Manipulace je často spojená se snahou zjednodušit, sjednotit nebo propojit některé jevy. V její vědomé podobě se vyskytuje v reklamě, u upoutávek, u politických projevů a někdy i v novinových článcích, příspěvcích v rozhlase nebo televizních reportážích. Novináře ovlivňuje prostor a čas i instrukce, který na svůj příspěvek dostane od šéfredaktora nebo editora. Bývalý zahraniční redaktor ČTK Ivan Feranec k problému napsal: „Informace je zboží, které je třeba vyrobit s co nejmenšími náklady... Stále větší bezmyšlenkovitost a přeměna práce novinářů na něco podobajícího se práci v továrně za pásem usnadňuje přeměnu na progandistickou odbočku státní moci a PR oddělení podniků a finančních skupin.“

Mnozí autoři upozorňují, že činiteli manipulace v médiích jsou instituce nebo politici, protože samotní novináři nemají na vlastní názor čas. Manipulaci dělí Maciej Howiecki a Tadeusz Zasepa do pěti základních skupin: určení pořádku prezentace (agenda-setting), jev spirály mlčení, efekty třetí osoby, skrytého přesvědčování a mediální inscenace. Podstatnou roli má podle většiny autorů také gatekeeping.

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

Cílem práce bude rozebrat manipulační praktiky v současných českých médiích se zaměřením na vybrané české seriózní deníky. Diskutovány budou různé formy a metody manipulace i jejich konkrétní použití v praxi – a to při volbách do PS PČR v roce 2010. Teoretické poznatky budou využity při komparativní analýze mediálních jevů. V jejím rámci bude sledováno, jakých manipulačních praktik se jednotlivé deníky dopouštějí, pakliže vůbec, a v jakém rozsahu.

Mediální manipulace mohou ovlivnit mínění masy a redaktoři deníků se s ní každý den v praxi setkávají. Objektivita novinářů podle většiny autorů zabývajících se problematikou neexistuje, byť nevědomě, často do svých reportáží a článků žurnalisté napíší zavádějící formulaci, která následně diváka, posluchače nebo čtenáře ovlivní (McNair, 2004, McQuail, 1999 aj.). Před ovlivňováním souvisejícím s mediálními výstupy nepřímou varoval už Jan Ámos Komenský, když ve svém díle Labyrint svět a ráj srdce při alegorickém popisu světa hrdina poznával i piště – novináře. „Jedna a táž pišťala jedněm tak sladce a druhým pak trpce zní.“



## **Předpokládaná struktura práce:**

1. Úvod
2. Teoretická část
  - 2.1 Masová média, manipulace, propaganda – definice, základní pojmy
  - 2.2 Dezinformace a teorie dvou zrcadel
  - 2.3 Druhy a techniky manipulace
3. Praktická část
  - 3.1 Manipulace a propaganda v ČR
  - 3.2 Vymezení problematiky ve zvolených českých denících
  - 3.3 Stručná charakteristika zvolených deníků a kritéria výběrů
4. Komparativní analýza (metody, diskuze, shrnutí)
5. Závěr
6. Seznam použité literatury, přílohy

## **Vymezení podkladového materiálu:**

MF Dnes, Právo  
duben – červen 2010

## **Metody (techniky) zpracování materiálu:**

komparativní analýza

## **Základní literatura**

**HOWIECKI, M., ZASEPA, T.: Moc a nemoc médií. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s.183**

Kniha je rozdělená do dvou samostatných oddílů: Howieckého studie nese název Dvě zrcadla. Zabývá se vzájemným ovlivňováním médií a jejich příjemců. Druhou část tvoří soubor přednášek Tadeusze Zasepy, které v mnoha směrech doplňují či konkretizují základní teoretická východiska Howieckého práce.

**JACOBS, L. R., SHAPIRO, R. Y.: Politicians Don't Pander: Political Manipulation and the Loss of Democratic Responsiveness. Chicago: The University of Chicago Press, 2000, s.448**

Autoři popisují praktiky týkající se publikování a výkladu průzkumů veřejného mínění a věnují se obecně rozšířenému předpokladu, že se volení zástupci podbízejí průzkumům. Politické sliby a rozhodnutí činí i na základě výsledků ankety.

**McNAIR, B.: Sociologie žurnalistiky. Praha: Portál, 2004, s.182**

Text, který analyzuje ze sociologického hlediska vzájemný vliv žurnalistů a lidí, kteří mají rozhodující moc, a to, jak může tento vliv působit na vývoj strategie novinářů.

**RAMONET, I.: Tyranie médií. Praha: Mladá fronta, s.232**

Dílo zachycuje tři zásadní pilíře: média, moc a komunikaci. Analyzuje, jak fenomén mediálního zpracování světa ovlivňuje pohled publika, a zároveň zachycuje proces, při kterém se mediální svět mění v realitu.

**VYBÍRAL, Z.: Psychologie lidské komunikace. Praha: Portál, 2000**

Publikace představuje monografickou prezentaci interpersonální psychologie, analyzuje lidskou komunikaci a popisuje vytvoření skutečnosti pouhou komunikací.

**TRAMPOTA, T.: Zpravodajství. Praha: Portál, 2006, s.191**

Text se zabývá teoriemi, které se vztahují k popisu produkce zpráv. Rozebírá jednotlivé faktory, které se na transformování událostí do zpráv podílejí.

**NAKONEČNÝ, M.: Sociální psychologie. Praha: Academia, 1999, s.287**

Milan Nakonečný se věnuje teoretickým a empirickým poznatkům z oboru sociální psychologie a mezilidských vztahů. Shrnuje současnou úroveň poznání v oboru sociální psychologie.

**Diplomové a disertační práce k tématu**

Diplomová práce: Strategie manipulativních sdělení v politických diskusních televizních pořadech: Věra Husáková; vedoucí práce Jiří Kraus, 2008

Bakalářská práce: Mediální reprezentace politiků ve zpravodajství: Pavla Jeřábková, vedoucí práce Tomáš Trampota, 2009

Bakalářská práce: Vývoj zprávy v jednotlivých stádiích gatekeepingu: případová studie ČT24: Barbora Jelínková, vedoucí práce Tomáš Trampota, 2009

Diplomová práce: Koncept agenda-setting v kontextu českých médií: Vlastimil Nečas, vedoucí diplomové práce Tomáš Trampota, 2005

**V Praze dne 11. 6. 2010**

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

**Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:**

**Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:**

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

**Souhlasím s tím, že budu vedoucím této práce.**

**Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga**

**Datum / Podpis pedagožky/pedagoga**

# Obsah

<b>ÚVOD</b>	<b>2</b>
<b>1. TEORETICKÁ ČÁST</b>	<b>5</b>
1.1 <i>Masová média, manipulace, propaganda – definice, základní pojmy</i>	5
1.1.1 <i>Persuasivní komunikace a umění přesvědčovat</i>	7
1.1.2 <i>Politická komunikace a „magická střela“</i>	8
1.1.3 <i>Manipulace a propaganda</i>	10
1.2 <i>Dezinformace a teorie dvou zrcadel</i>	12
1.2.1 <i>Obsah zpráv a jejich výběr</i>	13
1.2.2 <i>Infotainment, reklama a politická reklama</i>	14
1.3 <i>Druhy a techniky manipulace</i>	17
1.3.1 <i>Druhy manipulace</i>	18
1.3.2 <i>Techniky manipulace a záměrnost</i>	20
1.3.3 <i>Zpravodajství, ideologie a veřejné mínění</i>	23
<i>Shrnutí teoretické části</i>	24
<b>2. EMPIRICKÁ ČÁST</b>	<b>25</b>
2.1 <i>Manipulace a propaganda v ČR</i>	25
2.1.1 <i>Etické kodexy a kontrola</i>	26
2.1.2. <i>Situace v českých médiích</i>	27
2.1.3 <i>Příklady manipulativních praktik v českých médiích</i>	29
2.2 <i>Vymezení problematiky ve zvolených českých denících</i>	34
2.2.1 <i>Stručný přehled historie zvolených deníků</i>	34
2.2.2 <i>Stručná charakteristika zvolených deníků a kritéria výběru</i>	35
2.2.3 <i>Kritéria výběru</i>	36
<i>Shrnutí empirické části</i>	37
<b>3. KOMPARATIVNÍ ANALÝZA</b>	<b>38</b>
3.1 <i>Metodika, formulace a zdůvodnění hypotézy</i>	38
3.2 <i>Postup při získávání hodnoceného vzorku a výskyt</i>	39
3.3 <i>Komparativní analýza den po dni</i>	40
3.3.1 <i>Hlavní téma: volební mítinky ČSSD (3. – 7. května 2011)</i>	40
3.3.2 <i>Studentské volby a složenka TOP 09 (10. – 15. května 2011)</i>	44
3.3.3 <i>Povodňová solidarita a „tajné“ schůzky (17. května – 22. května)</i>	48
3.3.4 <i>Předvolební týden (24. – 27. května 2010)</i>	52
3.4 <i>Kontroverze jako klíč k přístupu do médií</i>	55
3.4.1 <i>Zjištění druhů a techniky manipulace</i>	56
3.4.2 <i>Výsledky voleb</i>	58
<i>Shrnutí komparativní analýzy</i>	59
<b>ZÁVĚR</b>	<b>60</b>
<i>Zhodnocení poznatků a odůvodnění stanoviska k hypotéze</i>	60
<i>Přístupy k problematice a navrhované možnosti řešení</i>	61
<b>SUMMARY</b>	<b>63</b>
<b>POUŽITÁ LITERATURA</b>	<b>64</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH</b>	<b>67</b>
<b>PŘÍLOHY</b>	<b>68</b>

*„... zrcadlo sice odráží skutečnost a přece jí více nebo méně deformuje“ Maciej Iłowiecki (Dvě zrcadla)*

## Úvod

Zjednodušení či propojení některých jevů, ale i záměrné působení na jedince či skupiny – manipulace úzce souvisí s účinky médií a její motivy jsou různé, ve vědomé a někdy i nevědomé podobě se vyskytuje v reklamě, u upoutávek, u politických projevů a v novinových článcích, příspěvcích v rozhlase nebo televizních reportážích. Žurnalisty ovlivňuje prostor, čas i instrukce, které dostanou od šéfredaktora nebo editora, i vyjádření, která jim poskytnou jejich respondenti.

Dopady manipulace v médiích jsou nejen přeceňovány, ale i podceňovány, záleží na konkrétním přístupu autorů, kteří se problematice věnují. Přitom se jedná o velmi závažný společenský jev, jehož kořeny můžeme spatřovat již v období antického Řecka, kde se v 5. století před naším letopočtem začali tehdejší občané věnovat rétorice, jejíž součástí se stalo i umění přesvědčovat.

Cílem diplomové práce je definovat manipulační praktiky a vysledovat, jakých se vybrané české tištěné deníky dopouštějí, pokud vůbec. Aby bylo možné tuto komparaci provést, bude sledované zúženo jak tematicky, tak časově, a to na období související s volbami do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky v roce 2010, sledovaný časový úsek byl po zralé úvaze zkrácen na měsíc květen (z původních 3 měsíců), a to do doby voleb, aby bylo možné věnovat dostatečnou pozornost všem jevům, které se v rámci vyhledávání vyskytly. Pro účely této práce jsem se rozhodla soustředit pouze na analýzu zveřejněných textů, nebudu se tedy zabývat analýzou fotografií. Druhá kapitola, která byla v tezí nazvaná jako praktická, byla v průběhu přípravy na doporučení vedoucího práce a po zralé úvaze přejmenována na empirickou, a to především vzhledem k jejímu obsahovému rámci, který se věnuje především empirickým poznatkům a souvislostem. Dále byly sloučeny podkapitoly týkající se vymezení problematiky ve zvolených denících, jejich charakteristiky a kritérií výběru, a to vzhledem k nedostatku pramenů, které by se tématy zabývaly.

V rámci analýzy nebude možné nalézt a potvrdit vědomou manipulaci nebo pokus o ni, bude se ovšem snažit alespoň nahlédnout na současný stav věci a pokusit se analyzovat jevy, jejichž výskyt je beze sporu nejen diskutabilní, ale především problematický, protože manipulace jako taková je spíše záležitostí ideologické podstaty a subjektivního vnímání či vkusu, než jasně vymezený pojem.

Téma manipulačních praktik jsem zvolila právě z důvodu jeho problematičnosti, kterou vyvolává samotná otázka výskytu i jeho odhalování. Určení, zda se jedná o manipulaci nebo ne (pomineme-li případy, kdy je úmysl odhalen nebo průhledný jako například u reklamních spotů), je zatím v mnoha případech spíše otázkou vkusu a hranice daného recipienta, než přesně charakterizovaný a popsáný jev, protože hranice mezi nezáměrným porušením objektivitu, objektivitou jako takovou a nezáměrnou či záměrnou manipulací jsou velmi těžko odhalitelné a často i sporné. Debatě o hranici objektivitu by se mohli mediální odborníci, filologové nebo i veřejnost věnovat desítky let a nedospěli by k jasnému závěru. Podle Tomáše Trampoty mají na zpravodajství vliv „*individuální vlastnosti novináře*“<sup>1</sup> a ačkoli nebyl v rámci České republiky proveden relevantní průzkum, lze předpokládat, že jsou v redakcích českých médií zastoupeny pouze některé sociální skupiny obyvatelstva, což může mít na definitivní podobu zpravodajství také vliv.

Mohou být vůbec novináři stoprocentně objektivní? A když nejsou objektivní, je to manipulace? V jakých případech? Tyto i další otázky stále čekají na odpovědi. Tato práce se alespoň pokusí pomocí komparativní analýzy i kvalitativních technik odhalit některé články (případně i konkrétní formulace nebo vyjádření), které si, věřím, můžeme minimálně dovolit označit za diskutabilní. Doufám, že práce může být přínosem pro novináře, kteří se sami účastní tvorby novin a podléhají všem tlakům – ať už časovým, prostorovým, zájmovým nebo i jiným. Dané příklady mohou sloužit jako ukázky způsobu psaní (prezentace událostí, vyjádření respondentů), kterému je dobré se vyvarovat.

---

<sup>1</sup> Trampota, T.: *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 50

K napsání práce mě inspirovalo především dílo *Dvě zrcadla*, které napsal v českém prostředí nepříliš známý polský publicista Maciej Iłowiecki. Již v době bakalářského studia jsem zaznamenala odlišnosti v informování českých deníků nejen o kontroverzních kauzách, které budí emoce, ale i v rámci běžné agendy. Některé příklady možných manipulativních jevů jsem zaznamenala i v průběhu psaní bakalářské práce, malou část z nich si dovolím prezentovat i v diplomové práci (a to v širším kontextu než původně), která se ovšem problematice věnuje konkrétněji a zabývá se otázkou manipulace v rámci politického zpravodajství. Podle Blanky Říkové stále chybí souhrnné analýzy, které by dostatečně zhodnocovaly propojení médií s politikou, jeho dopady i důležitost<sup>2</sup>. Tyto analýzy ovšem nemohou vzniknout bez dlouhodobého úsilí a spolupráce politologů, sociologů a mediálních odborníků, lze ovšem alespoň částečně vysledovat možné účinky a dopady.

Otázkou účinků médií i manipulací jako takovou se zabývá i zabývala řada zahraničních i českých autorů – Denis McQuail, Ignacio Ramonet, Ladislav Bittman, Brian McNair, Tomáš Trampota, Barbara Köpplová, Jan Jiráček a mnoho dalších. Další studium a výzkum v této problematice je podle mě i přesto důležitý, protože „*evoluce*“ médií i způsobů manipulace ještě zdaleka neskončily.

---

<sup>2</sup> Říková, B.: *Úvod do současné politologie*. Praha: Portál, s. 161 -176

## 1. Teoretická část

Masová média pomáhají publiku při kognici současného světa, ovšem podle Denise McQuaila<sup>3</sup> jsou také potenciálním prostředkem vlivu a ovládní. Úvodem je nezbytné definovat základní pojmy, kterými se bude práce zabývat.

### 1.1 Masová média, manipulace, propaganda – definice, základní pojmy

Paradigma dominance – tedy jeden z modelů žurnalistiky, které předkládá například Brian McNair ve své Sociologii žurnalistiky<sup>4</sup> – vnímá novinářství jako jev, který neslouží veřejnosti, ale dominantním, soukromým a sobeckým zájmům jednotlivce nebo skupiny.

Definici samotných masových médií přináší Barbara Köpplová a Jan Jiráček, kteří je popisují jako „...*hromadné sdělovací prostředky, tedy souhrn médií užívaných v procesu masové komunikace, které multiplikuji sdělení veřejného charakteru a rozšiřují je směrem k širokému, rozptýlenému a rozmanitému a individuálně neurčenému anonymnímu publiku...*“<sup>5</sup> Podle Köpplové a Jiráčka směřují sdělení od jednoho zdroje k publiku a jsou schopná ve společnosti vytvořit nové vazby: „...*například integrují – spojují lidi podle politické orientace...*“<sup>6</sup>, přičemž publikum je skupina lidí spojená z více či méně neznámých jedinců, na které masová média působí. Publikum se přitom shlukuje kolem určitého média právě podle politické orientace.

Komunikace médií nebo prostřednictvím médií je jednou z forem společenské komunikace a probíhá prostřednictvím tisku, rozhlasu, televize a internetu – její dosah je mnohem větší než u zbylých dvou druhů komunikace – tedy interpersonální a institucionální. Toto základní rozdělení komunikace přináší polský publicista Maciej Iłowiecki<sup>7</sup>. Někteří autoři (například Jiráček a Köpplová) typologii mezilidské neboli společenské komunikace rozdělují do více skupin podle jiných kritérií a vnímají i další

<sup>3</sup> McQuail, D.: *Úvod do masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, s. 21

<sup>4</sup> McNair, B.: *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004, s. 28

<sup>5</sup> Osvaldová, B., Halada, J. a kol.: *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999, s. 104

<sup>6</sup> Köpplová, B., Jiráček, J.: *Mediální studia a předmět jejich zájmu*. [www.rvp.cz/clanek/282/542](http://www.rvp.cz/clanek/282/542) (cit. 5. 4. 2011)

<sup>7</sup> Iłowiecki, M., Zasępa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 14

aspekty komunikace, například i míru vztahu rovnosti nebo nerovnosti jejích účastníků, v typech komunikace v rámci více jednotlivců nebo skupin pak vnímají odlišnosti mezi například meziskupinovou a celospolečenskou komunikací<sup>8</sup>, kterou média zprostředkovávají pomocí technologie nebo v širším slova smyslu i pomocí všech komunikačních prostředků, které komunikaci zajišťují a dovolují její uskutečnění. „*Mediální komunikace nejvíc závisí na tradici a kultuře celé společnosti, na kultuře společenského života a stavu demokracie, i na etických principech lidí pracujících v masmédiích,*“<sup>9</sup> domnívá se Maciej Howiecki. Navíc, přihlédneme-li k paradigmatu dominance, je vliv masové komunikace vysoký a může změnit veřejné mínění.

Cílené ovlivňování lidí probíhá nejčastěji pomocí propagandy a manipulace, kterým se bude práce dále věnovat. Každý člověk navíc musí znát jedince nebo skupinu, se kterými komunikuje a působí na ně. Pro mediální odborníky i novináře je stěžejní i obor psychologie lidské komunikace, který se v rámci kognice světa zabývá veškerými typy komunikace. „*Psychologii lidské komunikace zajímají záměry komunikujících, funkce jejich komunikace a motivace k ní, dorozumění i nedorozumění v procesu komunikace a účinky na psychiku jak příjemce, tak produktora, k nimž dochází při předávání sdělení (slovních i neslovních) či společném sdílení situace,*“ tvrdí Zbyněk Vybíral<sup>10</sup>. Úloha psychologie lidské komunikace v médiích je podle něj nesporná. Samostatným druhem psychologie lidské komunikace, která hraje v přesvědčování hlavní roli, je persuasivní komunikace.

---

<sup>8</sup> Jirák, J., Köpplová, B.: *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 36-39

<sup>9</sup> Howiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 14

<sup>10</sup> Vybíral, Z.: *Psychologie lidské komunikace*. Praha: Portál, 2000, s. 19



### 1.1.1 Persuasivní komunikace a umění přesvědčovat

Právě persuasivní komunikaci je pro účely této diplomové práce nezbytné charakterizovat, protože ji mohou používat, byť třeba ve skrytu, v psané formě, i deníky, jejichž analýza bude následovat, a současně politici, ať už ve svých vyjádřeních, tak i ve snaze získat v daných denících „svůj prostor“. Je to navíc právě politická komunikace, která persuasi (odborníky nazývanou též persvaze) vnímá jako svůj každodenní chléb, protože jak tvrdí Jarmila Doubravová, jedná se vlastně o odrůdu propagace: „*Pro tento typ komunikace je typické využití celého spektra prostředků argumentačních, jazykových, gestických a zvukových, a to jak ve formě bezprostřední komunikace, tak komunikace prostřednictvím obrazu, zvuku nebo médií vůbec.*“<sup>11</sup>

Ján Grác naopak vnímá přesvědčování jako samostatný způsob ovlivňování, mezi které patří taktéž například sugesce, ale i kritika nebo pochvala, považuje ho za takový typ ovlivňování, při kterém recipient dobrovolně, zainteresovaně a zúčastněně ujišťuje o zdůvodněnosti nějakého stanoviska, přičemž podstatnou roli hraje právě ona dobrovolnost, se kterou se přisvědčovatel pracuje. „*Skutečnost, že člověk při svém rozhodování a konání vždy rozeznává, kdy se rozhodl relativně svobodně a kdy pod vlivem vnějšího tlaku nebo dokonce násilí, má za následek, že není možné hovořit o formování přesvědčení tam, kde recipient nemá vědomí dobrovolného přijetí nebo odmítnutí toho, čím se na něj působí,*“<sup>12</sup> tvrdí Grác.

Politická garnitura samotná by bez umění přesvědčovat jistě neuspěla, moderní strany si najímají poradce, aby s nimi právě umění přesvědčovat procvičovali. „*Ars persuadendi*“ je mimo svého ryze pozitivního přínosu vnímáno podle Jiřího Krause také negativně, což dokládají synonyma slovesa přesvědčovat, které se v českém jazyce objevují: „*Vedle neutrálních synonym jako ovlivňovat a získávat (na stranu mluvčího) sem totiž patří také sloveso přemlouvav (signalizující přítomnost převážně emocionální argumentace sloužící lichocení, lákání, chválení, vyhrožování nebo různým dalším formám nátlaku) a také negativně hodnotící sloveso manipulovat.*“<sup>13</sup> Sloveso se podle Krause příliš významově blíží pojmu balamutit neboli mást a kalit pak vede k negativní konotaci.

<sup>11</sup> Doubravová, J.: *Sémiotika v teorii a praxi*. Praha: Portál, 2002, s. 98

<sup>12</sup> Grác, J.: *Persuázia: O vplyvňovanie človeka človekom*. Martin: Osveta, 1985, s. 16-18

<sup>13</sup> Kraus, J.: *Rétorika a řečová kultura*. Praha: Karolinum, 2010, s. 15

Umění přesvědčovat spadá do disciplíny, která vznikla už ve starověkém Řecku, tedy rétoriky. Ta se podle Krause v polovině 20. století soustředila nejen na složku přesvědčovací, ale i na argumentační. „*Argument chápeme jako takové spojení výroků, které přenáší (inferuje) deklarovanou nebo předpokládanou jistotu východisek usuzování (premis) na tvrzení výsledné, obecněji platné – závěr (conclusio)*“,<sup>14</sup> píše Kraus. Argument lze tedy chápat jako podstatnou součást poznání teorie přesvědčování, protože bez znalosti pojmu a jeho souvislosti alespoň v abstraktní rovině nemůže jedinec v rámci přesvědčování dosáhnout požadovaných účinků.

Pojem přesvědčování vnímají v souvislosti s růstem společenského významu mediální komunikace Jiráček s Köpplovou jako nástroj elit, které se podle nich s jeho pomocí snaží kontrolovat průběh komunikace a ovlivnit její pomocí masy, přičemž podstatou tohoto ovlivňování, které může být i manipulací, je změna postojů: „*Podstatou záměrného působení na uživatele je přesvědčováním, manipulováním či sugerováním dosáhnout nějaké stanovené změny v jeho postojích či chování, a to v nejrůznějších oblastech veřejného i soukromého života.*“<sup>15</sup> Přesvědčovací postupy podle Jiráčka s Köpplovou používá reklama a propaganda.

### **1.1.2 Politická komunikace a „magická střela“**

Podle D. McQuaila je politická komunikace často vnímána jako účinný prostředek k dosažení cíle – tedy zprostředkování určité informace mase – a to jak v případech již zmiňovaných: reklamy i politické propagandy. Tento jev je vnímán jako ukázka převládajícího modelu paradigmatu dominance, respektive jeho větší přitažlivosti. Výzkumy se podle McQuaila orientují na účinky masových médií a tedy i snahu je vyložit a studium mediálních organizací bývá ospravedlňováno právě cílem pochopit způsob výběru publikovaných informací: „*Na stopy funkcionalistického myšlení a lineárního kauzálního modelu narazíme prakticky všude. Většina odborníků na komunikaci pohybujících se v hlavním proudu také dává přednost přesnému měření a kvantifikaci, jež jsou obvykle založeny na pozorování chování jednotlivců.*“<sup>16</sup>

<sup>14</sup> Kraus, J.: *Rétorika a řečová kultura*. Praha: Karolinum, 2010, s. 36

<sup>15</sup> Jiráček, J., Köpplová, B.: *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007, s. 176-177

<sup>16</sup> McQuail, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, s. 66-67

Pro pochopení samotné politické komunikace je potřeba se nejprve vrátit k masové komunikaci jako takové. Zkoumáním teorie masové komunikace i jejího vývoje se podle DeFleura a Ballové-Rokeachové věnovaly desítky vědců z různých disciplín a zkoumaly její vlivy z různých příčin<sup>17</sup>. Masovou komunikací se zabývaly jak sociologie, tak i pedagogika, logika nebo filozofie.

Sociologie žurnalistiky se například snaží podle Briana McNaira porozumět vlivu médií na funkce současné společnosti a zároveň se zabývá prvky společenského života a organizacemi, které společnost vytváří<sup>18</sup>. Stejně jako média působí na společnost v dané době, lidé sami mohou také na média působit a působí. Ovšem masovou komunikaci vnímá ze sociologického pohledu, jiné názory zase přináší pohled pedagogický nebo filozofický.

Pozitivistický filozof August Comte přišel s koncepcí kolektivního organismu, která počítala s dělbou práce, zároveň popsal nebezpečí její přílišné diferenciaci, jeho koncepcie pak vedla podle DeFleura a Ballové-Rokeachové k počátkům diskuze o „masové“ společnosti<sup>19</sup>, jejíž podstatnou součástí je taky debata o víře v moc médií, která podle autorů retrospektivně získala označení jako magická střela, soubor takových představ byla ale nazýván také teorií „tetovací jehly“ nebo „vysílací teorií pásu“.<sup>20</sup> Pokud by média skutečně disponovala mocí, kterou jim tato teorie přiznává, můžeme se jen dohadovat, jestli i politická komunikace zprostředkovaná médii může tak mohutně ovlivnit masy.

Z pohledu politoložky Blanky Říchové je smyslem politické komunikace „postihnout co nejširší síť vztahů propojujících společnost a mocenské instituce,“<sup>21</sup> Nelze ji ale vnímat pouze jako komunikaci prostřednictvím masových médií, ale i se zájmovými skupinami, byrokracií, společenskými skupinami, význam vidí i v takzvané face-to-face (interpersonální) komunikaci. Podle Říchové stále chybí ucelenější analýzy,

<sup>17</sup> DeFleur, M.: Ballová-Rokeachová, S.: *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1996, s. 158

<sup>18</sup> McNair, B.: *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004, s. 10

<sup>19</sup> DeFleur, M.: Ballová, Rokeachová, S.: *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1996, s. 160, 161

<sup>20</sup> DeFleur, M.: Ballová, Rokeachová, S.: *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1996, s. 175

<sup>21</sup> Říchová, B.: *Úvod do současné politologie*. Praha: Portál, s. 161-176

aby bylo možné propojení médií s politikou, jeho dopady a důležitost dostatečně zhodnotit.

Z hlediska rétoriky používají politická a potažmo i mediální komunikace stejné nebo velmi podobné prostředky jako ostatní typy komunikace. Podstatné je si uvědomit, že jejich používání pro dosažení požadovaných účinků s sebou nese předpoklad znalosti publika a vhodné komunikační strategie. Ty podle Jiřího Krause směřují k závěrům, které „*mluvčí z různých důvodů nechce vyslovit, přesto se však snaží o to, aby je řečovým vystoupením co nejvíce ozřejmil.*“<sup>22</sup> Součástí komunikace je tedy i umění nevysloveného a je třeba si uvědomit, že v případě manipulace platí nutnost ovládat toto umění dvojnásobně, protože většího účinku dosáhne politik tehdy, když nejsou jeho záměry odhaleny.

### **1.1.3 Manipulace a propaganda**

Předchozí kapitola zmínila teorii masové komunikace jako nástroj k pochopení médií, ovšem její úloha nesporně spočívá také v ochraně před manipulací a propagandou, které jsou jistě jevem často zmiňovaným, ačkoli velmi problematicky uchopitelným.

Manipulovat může jedinec vědomě nebo nevědomě, může to dělat ve snaze pomoci, případně se může nechat ovlivnit jinými jedinci. Ivan Vágner se ve své knize *Televizní zprávy – psychický nátlak* zamýšlí nad tím, zda je každý jev, námi označovaný jako manipulace, skutečně manipulací. Podle jeho názoru může jít také o estetickou nebo kosmetickou úpravu skutečnosti nebo funkční nutnost. Podle Vágnera pak připomíná obdobu Platónovy jeskyně: „*Věříme, protože: 1. Informace do sebe zapadají. 2. Celou svou výchovou jsme predestinováni věřit tomuto druhu informací. 3. Alespoň malou část z toho si můžeme nebo alespoň myslíme, že můžeme, ověřit.*“<sup>23</sup>

<sup>22</sup> Kraus, J.: *Rétorika a řečová kultura*. Praha: Karolinum, 2010, s. 48

<sup>23</sup> Vágner, I.: *Televizní zprávy – psychický nátlak?* Praha: Argo, 1997, s. 18-20

Jiné paradigma vidí Maciej Howiecki. Podle něj je manipulace pravda, která se objevila jenom formálně, ale obsahuje lež<sup>24</sup>. Ve svém díle *Dvě zrcadla* se věnuje i vědomosti manipulace. Ne všichni novináři podle něj manipulují vědomě a někteří proti manipulaci dokonce bojují, i přesto ale zmiňuje i existenci masmédií a žurnalistů, které by si troufal obvinít z vědomého a velmi častého uplatňování manipulačních praktik, a to na základě analýzy jejich zpravodajství. Domnívá se, že je nutné odkrýt všechny manipulační techniky a metody, aby si lidé i samotní žurnalisté uvědomovali manipulaci a případná nevědomost jim neznemožnila podávat co nejobektivnější informace. Zatímco Howiecki vnímá manipulaci z velké části jako nevědomou, Ladislav Bittman ji považuje spíše za promyšlenou systematickou činnost<sup>25</sup>. Ignacio Ramonet zase manipulaci spojuje především se snahou vydělat a vyvolat *hyperemoce* – emoce, které ovlivní masy<sup>26</sup>.

Manipulace se velice často zaměřuje s dalším jevem, který je úzce spojen s médií – propagandou. Proto ji je třeba také zmínit. V článku *Mediální studia a předmět jejich zájmu* ji definují Jan Jiráček a Barbara Köpplová. Podle nich je propaganda „*záměrná a systematická snaha o formování představ, ovlivňování a usměrňování citů, představ, vůle postojů, názorů, mínění a chování lidí za účelem dosažení takové reakce, která je v souladu s úmysly a potřebami propagandisty*.“<sup>27</sup> Má ofenzivní charakter, a na rozdíl od manipulace je dlouhodobá, koncepční a přináší institucionalizační šíření ideologií nebo názorů. Maciej Howiecki za základ propagandy označuje ovlivňování slovem a obrazem, zrodila se podle něj z víry v účinnost slova<sup>28</sup>.

Teorii propagandy dále prohlubuje Bittmann a definici ještě rozšiřuje. Propagandu rozděluje na bílou, černou a šedou. Bílá propaganda neskrývá svou totožnost – její zdroj není tajný<sup>29</sup>. Příkladem jsou rozhlasová vysílání pro zahraniční posluchače. Černá kromě ovlivňování taky klame a nepřiznává autorství. Šedou propagandu pak definuje na pomezí obou výše zmiňovaných, například prezentace

<sup>24</sup> Howiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 33-80

<sup>25</sup> Bittman, L.: *Mezinárodní dezinformace*. Praha: Mladá fronta, 2000, s. 36, 37

<sup>26</sup> Ramonet, I.: *Tyranie médií*. Praha: Mladá fronta, 2003, s. 13, 27, 29

<sup>27</sup> Köpplová, B., Jiráček, J.: *Mediální studia a předmět jejich zájmu*. [www.rvp.cz/clanek/282/542](http://www.rvp.cz/clanek/282/542) (cit. 31. 9. 2010)

<sup>28</sup> Howiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 18

<sup>29</sup> Bittman, L.: *Mezinárodní dezinformace*. Praha: Mladá fronta, 2000, s. 82-86

firmy se zkreslenými statistickými údaji, aby pro svoje klienty a obchodní partnery působila pozitivněji.

Metody a techniky manipulace a propagandy mají mnoho společných rysů a jsou si velmi podobné, propaganda je ovšem daleko rozsáhlejší a nebezpečnější svým rozsahem, manipulace zase svou všudypřítomností a skrytým působením. Manipulačním nebo spíše manipulativním praktikám se bude věnovat samostatná kapitola.

## **1.2 Dezinformace a teorie dvou zrcadel**

Podle Ladislava Bittmana může být do jinak pravdivé informace záměrně vsunutá úmyslně zkreslená informace neboli dezinformace, která je po formální stránce pravdivá, ve skutečnosti je ale lež její nedílnou součástí. Právě dezinformace je pak nejčastějším prostředkem jak manipulace, tak propagandy. Nejrozšířenější vyjadřovací formou úmyslně šířené dezinformace je podle Bittmana jazyk, který američtí znalci médií označují jako „*doublespeak*“<sup>30</sup>. Používá termíny, které pro každého z nás mají jasný význam – například svoboda a demokracie. V případě, že tato slova slouží jako prostředek manipulace nebo propagandy, mohou ospravedlňovat nejhorší činy. Termín opět úzce souvisí s již zmiňovanými teoriemi komunikace, které lze vnímat jako snahu jevy jako *doublespeak* uspořádat i popsat.

*Doublespeak* používají například ideologové nebo byrokrati, Bittmann popisuje daný jev i na příkladech z praxe. Hovoří například o hromadném propouštění zaměstnanců, které je ospravedlňováno jako pracovní reorganizace, *doublespeak* je podle Bittmana úzce propojen i s politikou a politickou kulturou: „*Volební kampaně jsou spíše divadelním představením a propagandistickým soubojem než seriózní výměnou názorů, která by měla občanovi poskytnout informace o programu a plánech politických stran a kandidátů.*“<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Bittman, L.: *Mezinárodní dezinformace*. Praha: Mladá fronta, 2000, s. 95

<sup>31</sup> Bittman, L.: *Mezinárodní dezinformace*. Praha: Mladá fronta, 2000, s. 40-41

Bitmannovu přílišnou skepsi nesdílí polský publicista Howiecki, podle něj může dezinformace vznikat také ve snaze o estetickou úpravu skutečnosti nebo zjemnění některého termínu – tento jev popisuje spíše jako úpravu skutečnosti – jakousi kosmetickou změnu<sup>32</sup>. Přiklání se k teorii dvou zrcadel, podle které sice média mají obrovskou moc, která jim umožňuje ovlivňovat i se zlým úmyslem, zároveň si pokládá otázku, zda jsou to skutečně média, kterým se lidé přizpůsobují nebo se naopak média přizpůsobují lidem. Právě to je teorie dvou zrcadel: lidé jsou zrcadlem masových médií a naopak. Takové zrcadlo sice odráží realitu, ale obraz je více či méně deformovaný. V médiích ale daný obraz (tedy realitu) určují především slova. Na rozdíl od Howieckiho Ivan Vágner tvrdí, že tento obraz skutečnosti připravují média a zájmové skupiny naprosto záměrně, aby si vybudovali specifické publikum<sup>33</sup>.

### **1.2.1 Obsah zpráv a jejich výběr**

Zprávy jsou různorodé a některé se do médií vůbec nedostanou. Teorie dvou zrcadel se věnuje odražení reality v médiích, nevysvětluje ovšem to, proč se některé „obrazy“ v zrcadle vůbec neobjeví. Těmi se zabývá další podstatný pojem, který je spojován s manipulativními praktikami, a to je „gatekeeping“ neboli hlídání u brány. Ten je podle Denise McQuail úzce spojen s pojmem „agenda setting“ – uspořádáním zpráv: „*Pojem gatekeeping se zhusta používá pro označení procesů, jimiž se při práci v médiích provádí výběr; jedná se především o rozhodování, zdali připustit, aby konkrétní zpráva prošla branou zpravodajského média do zpravodajství.*“<sup>34</sup> Vnímá jej jako výrazný sklon zdůrazňovat subjektivní charakter při výběru zpráv za soustavného působení dvou vlivů: organizačních a ideologických, určených jak rutinou a byrokracií, tak kulturními a sociálními tlaky, které mu jsou dány především na základě sociálního a politického zakotvení daného média ve společnosti.

---

<sup>32</sup> Howiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 16-33

<sup>33</sup> Vágner, I.: *Televizní zprávy – psychický nátlak?* Praha: Argo, 1997, s. 16

<sup>34</sup> McQuail, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, s. 241

Howiecki, který se, až na extrémní případy staví spíše jako zastánce nevědomé manipulace, gatekeeping vnímá jako regulování přítoku informací<sup>35</sup>. Podle něj je zodpovědný i za kvalitu zpravodajství a má předem daná pravidla, která ovlivňují další působení zpráv. Zpravodajské síto podle něj propustí jenom ty informace, které splňují níže jmenované parametry: jednoznačnost, krátké trvání, překvapivost, aktuálnost a další. Ovšem, Howiecki tvrdí, že tyto parametry nelze nikdy splnit všechny naráz. Například překvapivost se občas vylučuje s jednoznačností a podobně. Prvotním cílem gatekeepingu je přitáhnout diváků, ve většině případů ovšem tato selekce zpráv slouží manipulaci. Howiecki tím opět ukazuje velkou víru v novináře jako osobnosti s etickým zázemím, protože ho tím, na rozdíl od McQuaila, částečně zbavuje odpovědnosti.

S gatekeepingem přímo souvisí i další termín a tím je infotainment, který lze přeložit jako infozábava – termín spojující dohromady pojem informace a slovo zábava. Tento původně americký novotvar přinesl Walter Cronkite jako popis jevů v souvislosti se snahou přizpůsobit televizní zpravodajství bulvárnímu trhu. Důvodem pro tuto bulvarizaci byla podle Briana McNaira především snaha dodávat publikum inzerentům<sup>36</sup>.

### **1.2.2 Infotainment, reklama a politická reklama**

Pojem informace znamená v širším pojetí „*jakoukoli výpověď či sdělení o věcech, jevech, stavech, dějích, jež umožňuje jejich poznání*“, žurnalistická informace je pak „*specifickou formou sociální informace*“<sup>37</sup>. Mnozí autoři, kteří se problematice věnují, ji už ale, s ohledem na tržní společnost, začali označovat jako zboží. Bývalý zahraniční redaktor ČTK Ivan Feranec, jehož názor si dovolí práce citovat, se navíc domnívá, že se jedná o takový druh zboží, který je navíc potřeba vyrobit s co nejmenšími náklady: „*Aby se daly zprávy levně vyrábět, je třeba mít dobré vztahy s mluvčími státních institucí a velkých podniků. Stále větší bezmyšlenkovitost a přeměna práce novinářů na něco podobajícího se práci v továrně za pásem usnadňuje přeměnu na progandistickou odbočku státní moci a PR oddělení podniků a finančních skupin.*“<sup>38</sup>

<sup>35</sup> Howiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 76-79

<sup>36</sup> McNair, B.: *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004, s.123

<sup>37</sup> Osvaldová, B., Halada, J. a kol.: *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri., 1999, s. 80

<sup>38</sup> Feranec, I.: *Nesnesitelná lehkost informování*. [www.blisty.cz/art/16078.html](http://www.blisty.cz/art/16078.html) (cit. 3. 6. 2010)



Autory manipulace jsou podle něj v médiích často instituce, protože novináře tlačí čas (viz: kapitola 2.3.2 Techniky manipulace a záměrnost – zveřejňování neověřených informací). Informace ale zároveň musí být atraktivní pro publikum, a proto se v souvislosti s ní užívá ještě již zmiňovaný termín infotainment.

Výraz infotainment se zažil pro ztvárňování života, resp. mediální reality, zábavnou formou, je složeninou dvou anglických slov information a entertainment – zábava<sup>39</sup>, přinesl s sebou nový způsob informování. Prvotní úlohou infotainmentu je bavit, informace jsou až na druhém místě, podle McQuaila nezvratný mechanismus médií: „*Prvotním úkolem masových médií často není přenést určitou informaci či sjednotit veřejnost nějakým kulturním projevem nebo hodnotami, ale prostě jen předvést se a získat a udržet zrakovou či sluchovou pozornost.*“<sup>40</sup> Tím se dostává stejně jako většina autorů zabývajících se manipulací k ekonomické otázce médií. Média primárně potřebují vydělávat. K tomu jim pomáhá i další nástroj, který se ke svojí manipulativní schopnosti hlásí, a tím je reklama. Abychom získali ucelený obraz, je třeba si definovat i tento žánr.

Reklama funguje na principech sociologie a psychologie. „*Reklama je pobídkou k akci a publikum ji vnímá jako komerční propagandu (stejně jako politickou reklamu vnímá jako ideologickou propagandu). Inzeráty působí tak, že upozorní publikum na existenci nového produktu nebo v přeplněném tržním prostoru pomohou odlišit jeden výrobek od druhého ve snaze vyvolat chování – spotřebu – jež je v kapitalistické společnosti vysoce ceněno jako známka bohatství a společenského postavení,*“<sup>41</sup> definuje reklamu Brian McNair.

Většina příjemců reklamy si uvědomuje její manipulativní záměr, což ovšem neznamená, že je nemůže ovlivnit. Reklama funguje na bázi přesvědčování a jejímu úspěchu pomáhá sociální psychologie. Tvůrci reklamy používají běžné techniky logické či racionální a emocionální argumentace jako u běžného přesvědčování.

---

<sup>39</sup> Howiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, s. 30

<sup>40</sup> McQuail, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, s. 74

<sup>41</sup> McNair, B.: *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004, s. 43

Podle Milana Nakonečného emocionální argumentace primárně působí na city, ale podstatně méně na chování a působí hned. Naproti tomu logická argumentace je dlouhodobější, a proto reklamy spojují obě dohromady<sup>42</sup>. Na podobném principu funguje i případná vědomá manipulace, které se dopouštějí žurnalisté. Technikám a druhům manipulativních praktik se bude věnovat níže. Nejprve je potřeba si charakterizovat jednu z forem reklamního působení – volební kampaň.

Aby dosáhli politici svého cíle, využívají reklamních prostředků. Zároveň se snaží propagovat i v rámci zpravodajství. „*Kampaň obvykle obsahuje mnoho sdělení distribuovaných prostřednictvím různých médií, přičemž dosah a účinek těchto sdělení se liší podle jejich obsahu a podle povahy daných kanálů.*“<sup>43</sup> Pro úspěšnou kampaň, která je jakýmsi rituálem, je podle McQuaila podstatná i známá sociální pozice zdroje, existují ale i neovlivnitelné faktory jako jsou události, které mohou sdělení kampaně zničit nebo znehodnotit. Dalším aspektem jsou volné obchodní podmínky, které umožňují protikampaň.

S volební kampaní úzce souvisí politická kultura, která informování před volbami určuje a podle McNaira znamená mimo jiné míru tvorby neformálních neinstitucionalizovaných vztahů mezi novináři a politiky, je v každé zemi jiná a částečně vychází z historického kontextu: „*Dokonce i tam, kde jsou novináři formálně 'svobodní', jako je tomu v postsovětském Rusku, kde zákony a ústava zaručují jejich nezávislost na vládě i státu, mohou novináři v důsledku širších kulturních a historických tradic více tíhnout ke slepé oddanosti a propagandismu než jejich kolegové například ve Spojených státech amerických.*“<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Nakonečný, M.: *Sociální psychologie*. Praha: Academia, 1999, s. 150

<sup>43</sup> McQuail, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, s. 379

<sup>44</sup> McNair, B.: *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004, s. 90-91

### 1.3 Druhy a techniky manipulace

McQuail z hlediska účinků do popředí staví již zmiňované nastolování témat (dále jen agenda setting), právě některé účinky lze pro účely této práce zmínit v souvislosti s manipulačními, respektive manipulativními praktikami. Vývoj výzkumu teorie mediálních účinků dělí do čtyř následujících fází<sup>45</sup> :

- Fáze 1 – všemocná média
- Fáze 2 – teorie mocných médií vystavena zkoušce
- Fáze 3 – znovuoobjevení mocných médií
- Fáze 4 – „dohodnutý“ vliv médií

Výše uvedené fáze charakterizují míru vlivu účinků médií, která jim byla v průběhu jejich vývoje přikládána. První fáze proběhla podle McQuaila na přelomu 19. a 20. století, přeceňování účinků médií plynulo z všeobecného nadšení z médií a jejich popularity, nebyly žádným způsobem prokázány. Druhá fáze skončila v polovině 60. let minulého století a projevila se skeptickým přístupem k účinkům, což dokázaly i mnohé výzkumy. Média podle nich sice nebyla bez účinků, ty ale byly daleko menší, než odhady. Ve třetí fázi, která skončila počátkem osmdesátých let, vědci opět začali pátrat po možných potenciálních vlivech, soustředili se především na změny postojů, mínění a formování chování. Čtvrtou fázi McQuail charakterizuje jako rozchod se „všemocnými médii“: „Podle nové teorie spočívá nejvýznamnější účinek médií v konstruování významů a v systematickém nabízení těchto významů publiku.“<sup>46</sup> Nový pohled na tradici výzkumu médií z hlediska účinků vnímá „jednotlivce“ v kontextu komplexních sociálních událostí.

---

<sup>45</sup> McQuail, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, s. 360-364

### 1.3.1 Druhy manipulace

Podstatným momentem ve vzniku zpráv je získávání zpráv a distribuce znalostí. Tu vnímá McQuail jako nerovnoměrnou. V rámci účinků zmiňuje i bezděčnou předpojatost a vědomostní propasti (knowledge gaps)<sup>47</sup>, které se sice díky mediálnímu působení podařilo překonat, mohou ale pořád v některých případech vést ke zmatení publika. Zmiňuje také pojem, který v roce 1974 poprvé užila Elizabeth Noelle-Neumannová, tedy spirálu mlčení. Jak vysvětluje McQuail: „*Teorie se týká souhry mezi čtyřmi prvky, jimiž jsou: masová média, interpersonální komunikace a sociální vazby, individuální vyjadřování názorů a konečně způsob, jímž lidé vnímají 'názorové klima' panující v jejich vlastním společenském prostředí.*“

Média se též podle McQuaila dopouštějí „*konstrukce konformity*“ – určování toho, co je správné a co nebezpečné či špatné, používají nedostatečně pevné významy, které vedou k různým výkladům a zmatení, dále se dopouštějí také vypouštění „*pseudoudálostí*“, které jsou mimo jiné oblíbeným politickým trikem v předvolebních kampaních. Nejčastější způsob vzniku pseudoudálosti je uspořádání tiskové konference, kde se jedná o řízený únik informací v zájmu určitých skupin. Pro média jsou pseudoudálosti atraktivním prvkem, který podle Tomáše Trampoty hojně a ráda využívají ve svůj prospěch, Trampota ale vnímá i jejich rizika: „*Jedním z důvodů silného využívání pseudoudálostí zpravodajskými médii je tlak času na práci novinářů, snaha snižovat finanční náklady spojené s produkcí zpravodajství a výhoda předpřipraveného informačního servisu ze strany subjektů, které o mediaci svých pseudoudálostí usilují. Spoléhání na tento typ zpráv ale může mít citelné důsledky a skrývá v sobě značný manipulační potenciál.*“<sup>48</sup>

<sup>46</sup> McQuail, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, s.363-364

<sup>47</sup> McQuail, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, s. 384-405

<sup>48</sup> Trampota, T.: *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 34-35

Maciej Iłowiecki dělí manipulaci (její druhy) do pěti základních skupin:<sup>49</sup>

- Určení pořádku prezentace – agenda setting function
- Jev spirály mlčení – spiral of silence theory
- Efekt třetí osoby – third person effect
- Efekt skrytého přesvědčování – the hidden persuasion
- Efekt mediální inscenace události nebo realita dvojitého dna

Již zmiňovanou agendu setting označuje za manipulaci, ke které dochází v důsledku výběru a volby témat a jejich umístění ve vysílání nebo v tištěném médiu. Pojem se poprvé objevil v roce 1972 v článku Maxwela E. McCombse a Donalda L. Shawa – jev byl dlouho zkoumán v kontextu předvolebních kampaní<sup>50</sup>. „*Určení pořádku prezentace může mít podstatný vliv na to, o jakých záležitostech lidé přemýšlejí, co si o nich myslí a jaký význam jim připisují,*“<sup>51</sup> uvádí Iłowiecki. Média rozložením určitých pořadů nebo konkrétních zpráv určují, co je důležité a co ne. Agenda setting se v médiích nazývá také „*červený sled*“. Tento termín označuje přesunutí pozornosti publika jinam. Velké kauzy, které se dostanou na veřejnost, mohou zakrývat daleko závažnější skutečnosti. Podle Trampoty se nastolování témat týká především dlouhodobějšího a kumulativního účinku opakovaného výběru<sup>52</sup>.

Spirála mlčení popisuje jev, který se týká veřejného mínění. Veřejné mínění často určuje názor většiny a mnozí lidé se raději ztotožní s davem, než aby svůj názor propagovali. Iłowiecki popisuje lavinový nárůst počtu takových mlčících<sup>53</sup>. „*V našem kontextu je nejdůležitější myšlenka, že masová média jsou nejsnáze dostupným zdrojem informací o převládajícím názorovém klimatu a pokud některý názor převládne v médiích, bude pravděpodobně posílen v následných stádiích utváření a vyjadřování osobního mínění,*“<sup>54</sup> tvrdí McQuail.

<sup>49</sup> Iłowiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 36

<sup>50</sup> In: McQuail, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, s. 388

<sup>51</sup> Iłowiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 37

<sup>52</sup> Trampota, T.: *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 113

<sup>53</sup> Iłowiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 40

<sup>54</sup> McQuail, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, s. 394

Efekt třetí osoby vysvětluje podceňování vlivu médií. Lidé se domnívají, že jsou proti manipulaci přirozeně odolní, a proto se jich manipulace netýká, věří, že se umí – na rozdíl od ostatních – vlivu médií ubránit, myslí si, že problém ovlivňování se týká jiných, proto se nazývá tento jev efektem třetí osoby. „*Takový přístup k ostatním se projevuje i mezi profesionálními komunikátory (novináři) a politiky – svoje sdělení, chtějí-li je považovat za nadějná, musí formulovat tak, aby měli dojem, že budou mít žádoucí účinek na třetí osoby,*“<sup>55</sup> vysvětlují Jiráček s Köpplovou, podle kterých nepochybně tento efekt ovlivňuje jak mediální, tak politickou komunikaci. Skryté přesvědčování je manipulace založená na používání nejasných a vícevýznamových pojmů tak, aby si příjemce myslel, že se jedná o pojmy přesné. Nejčastěji se jedná o používání již zmiňovaného doublespeaku. Podle Howieckeho je skryté přesvědčování nejnebezpečnější formou manipulace a je velmi těžko rozpoznatelné<sup>56</sup>.

Efekt mediální inscenace události nebo realita dvojitého dna je událost, která je uměle vyvolaná – tedy ekvivalent již zmiňované pseudoudálosti. Může se ale jednat i o novinářskou provokaci. „*Novinář může vytvořit určitou situaci, podvést svoje komunikační partnery při rozhovoru a nachechtat je nebo porušit zákon, aby tak mohl zřetelně ukázat negativní společenské jevy,*“<sup>57</sup> popisuje Howiecki.

### **1.3.2 Techniky manipulace a záměrnost**

Pro účely této práce jako techniky vnímáme konkrétní způsoby, jak dosáhnout potřebných či požadovaných účinků. Techniky manipulace jsou velice rozsáhlé. Níže jmenované zmiňují ve svých publikacích Maciej Howiecki, Brian McNair, Tomáš Trampota a Zdeněk Vybíral. K technikám manipulace patří například zneužití strachu, mainstreaming, zamlčování nepohodlných informací, zveřejňování neověřených informací, záměrné obviňování nebo negativizování, překrytí nebo skrývání, zneužívání zdánlivé autority, užití historické ztráty paměti, sugesce nebo ovlivňování emocí (vyvolání morální paniky, nákazového efektu, band wagon efekt, pochlebování), zneužívání symbolů, zveličování nebo například propaganda činem, ale i například manipulaci pomocí titulků a perexů. Patří sem například i další, mezi nimi i manipulace obrazem – nejen v televizi, ale i v novinách: „*I když víme o možnosti manipulace s nimi*

<sup>55</sup> Jiráček, J., Köpplová, B.: *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007, s. 187

<sup>56</sup> Howiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 42

(s fotografiemi), považujeme je za hodnověrný důkaz, za neoddiskutovatelný fakt skutečnosti,“<sup>58</sup> tvrdí Ignacio Ramonet. Pro účely této práce není ale nutné se obrazové manipulaci dále věnovat.

Využití emocí je podstatou reklamy a sociálního marketingu, jak již bylo výše zmíněno. Jejich zneužití ale může být spojeno i se snahou dosáhnout cílů v jiných oborech jako je například politika, která také prodává jistý druh zboží. Formou takové sugesce je, jak konstatuje Brian McNair, i vyvolání morální paniky: „*Morální panika se často transformovala do oficiálních kroků namířených proti 'veřejnému zlu' nebo pachatelům za domnělý problém.*“<sup>59</sup> Poukazuje na to, že morální panika vede často k přijmutí nových zákonů nebo nařízení ve společnosti, proto je tato technika snadno zneužitelná. Podobně pracují politici s technikou zneužití strachu, jako typický příklad uvádí Howiecki chování opozice v době reforem, kdy nevládnoucí strany v publiku ještě zvětšují všeobecné obavy<sup>60</sup>.

Nejen s emocemi, ale i s efektem spirály mlčení je úzce spojen nákazový efekt a panika. Útočí na primární potřeby a obavy lidí, jak vysvětluje Tomáš Trampota. „*Zprávy o plánovaném zvýšení cen mohou vést k davové snaze předzásobit se jimi.*“<sup>61</sup> Podobně davově působí band-wagon efekt (efekt vozu s kapelou). Podle Vybírala se jedná o „*navození takového stavu myslí, kdy se člověk zúčastní nějaké akce, aby o něco nepřišel.*“<sup>62</sup> Stejně funguje i mainstreaming, který se využívá pro účely reklamy a funguje na základě lidské snahy splynout s davem<sup>63</sup>.

Zamlčení nepohodlných informací spadá pod metody agenda setting. Novinář má ve většině případů k dispozici více materiálu, než může užít a veškeré informace se do přiděleného prostoru nevejdou, v některých případech ovšem může pod tlakem majitele nebo vedoucího informaci zamlčet záměrně, popisuje tento konflikt zájmů Howiecki. V takových případech je podle něj jedinou obranou novináře zveřejnění celé

---

<sup>57</sup> Howiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 50

<sup>58</sup> Ramonet, I.: *Tyranie médií*. Praha: Mladá fronta, 2003, s. 55

<sup>59</sup> McNair, B.: *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004, s. 56

<sup>60</sup> Howiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 100

<sup>61</sup> Trampota, T.: *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 110

<sup>62</sup> Vybíral, Z.: *Psychologie lidské komunikace*. Praha: Portál, 2000, s. 141

<sup>63</sup> Vybíral, Z.: *Psychologie lidské komunikace*. Praha: Portál, 2000, s. 142

záležitosti, i přes hrozbu ztráty práce. S agendou setting je spojena i technika překrytí, která je klasickým příkladem již zmíněného „červeného sledě“. Odvádí pozornost od nepohodlného tématu <sup>64</sup>.

Klasickým modelem politické manipulace je taktéž zveřejňování neověřených informací. Vyznačuje se nejčastěji získáním těžko ověřitelné informace, která je pro médium zajímavá a nakonec je tedy zveřejněna bez dostatečné kontroly pravdivosti údajů. „*Je jednodušší dodat 'Jak jsme se neoficiálně dozvěděli' nebo 'Je všeobecně známé' a podobně, než se pokusit ověřit si zdroj,*“<sup>65</sup> domnívá se Howiecki.

Další – politicky účinnou – technikou je podle něj i záměrné obvinění, které spočívá v očerňování politických soupeřů či nepohodlných institucí a jejich záměrů. Techniky využívají i manipulace spojené s efektem spirály mlčení, Howiecki popisuje například opakované využití oblíbeného respondenta jako zneužití autority nebo zdánlivé autority a historickou ztrátu paměti, která zneužívá dějiny k politické propagandě a Howiecki se domnívá, že je často spojená se zeměmi bývalého východního bloku: „*V sovětském systému se úplně zdokonalilo falšování dějin, přičemž bylo časté i měnění obsahu samotných lží.*“<sup>66</sup>

U všech technik i metod manipulace je nutné si uvědomit, že jejich objevení nutně neznamená záměrný zásah redaktora nebo jeho nadřízených do práce, i v případě konkrétních citací od „*autorit*“ nebo respondentů nemusí jít nutně o snahu ovlivnit konkrétní skupinu či jedince a účinek může být nezáměrný. Jejich vědomé a nevědomé používání souvisí se záměrností účinků.

Barbara Köpplová a Jan Jiráček účinky dělí do základních skupin na přímé a nepřímé, plánované a neplánované a v neposlední řadě na záměrné a nezáměrné: „*Ten, kdo uvažuje v modelu přímých účinků médií, může hledat přímou souvislost mezi předvolební kampaní určité strany a jejím úspěchem ve volbách či mezi komerční reklamou a úspěchem konkrétního zboží.*“<sup>67</sup> Záměr je velmi jasný a průhledný například

<sup>64</sup> Howiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 85 -92

<sup>65</sup> Howiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 85-96

<sup>66</sup> Howiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 85-92

<sup>67</sup> Jiráček, J., Köpplová, B.: *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007, s. 174-176



u reklamy, v ostatních případech je záměrnost s otazníkem, záleží na úmyslu komunikátora.

### **1.3.3 Zpravodajství, ideologie a veřejné mínění**

Podle Briana McNaira jsou tvůrcem ideologie média, zároveň ale ideje média formují, ideologie pak současný svět, společnost i její rozvrstvení reflektuje a snaží se ho ospravedlnit<sup>68</sup>. Podle paradigmatu dominance jsou zaměstnanci médií oddanými zastánci hierarchie daného systému.

Trampota tvrdí, že projevem této soustavy idejí může být i určování celkové podoby zpráv: která témata a kteří aktéři jsou podstatní<sup>69</sup>. Ve svém důsledku se jedná o gatekeeping, případně i zneužití zdánlivé autority nebo naopak zamlčování. Ideologie při takovém projevu pracuje se souborem nevyřčených předpokladů, které jsou ve společnosti vnímány jako samozřejmé. „*Ukazuje se, že lidé rozhodující o výběru zpráv mají velmi ustálenou představu o tom, co asi bude publikum zajímat a tato představa je v rámci jednoho společensko-kulturního uspořádání do značné míry shodná,*“<sup>70</sup> domnívá se McQuail.

Danou ideologii určuje do jisté míry také veřejné mínění – vůli většiny. Howiecki ji charakterizuje jako nejdůležitější nástroj demokracie a základ působení masmédií: „*Je nesporné, že veřejné mínění má odrážet v dané společnosti skutečné dominující názory a hodnocení ...*“<sup>71</sup> zároveň by mělo sloužit jako činitel společenské kontroly. Podle amerických autorů Lawrence R. Jacobse a Roberta Y. Shapira jsou veřejné mínění a jeho průzkumy zároveň nástroji politické manipulace. Používají termín „*pandering*“, které lze přeložit nejlépe jako podbízění.

<sup>68</sup> McNair, B.: *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004, s. 31

<sup>69</sup> Trampota, T.: *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 165

<sup>70</sup> McQuail, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, s. 241

<sup>71</sup> Howiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 55

V politickém prostředí vnímají dva druhy reakcí na průzkumy veřejného mínění: jejich použití politiky pro sestavení vládní politiky nebo postupu a na druhé straně jako nástroj pro další působení na lidi, jehož cílem je snaha přiblížit veřejné mínění jejich politickému názoru – v definitivě druhá možnost znamená manipulaci veřejného mínění: „... *politici nepoužívají průzkumy k tomu, aby svůj postoj přiblížili veřejnosti, ale naopak snaží se najít co nejefektivnější způsob, jak veřejné mínění přiblížit vlastní politice.*“<sup>72</sup> K tomu podle autorů politici používají slov, argumentů a symbolů tak, aby našli co nejefektivnější způsob, jak veřejné mínění změnit k podpoření politických cílů. Dalšími použitými atributy jsou i správná příprava („priming“) a simulování vnímavosti („responsiveness“)<sup>73</sup>.

### **Shrnutí teoretické části**

V rámci teoretické části byly charakterizovány pojmy z oboru mediální komunikace, sociologie, psychologie i dalších oborů, které jsou pro práci nezbytné. Samostatný oddíl se věnoval účinkům médií a jejich záměrnosti i druhům a technikám manipulace, byly vysvětleny základní pojmy jako gatekeeping a agenda setting. Charakterizovány byly i některé pojmy z politologie související s mediální komunikací a prezentováním politiků v médiích.

---

<sup>72</sup> „... *politicians use polls and focus groups not to move their position closer to the public's but just the opposite: to find the most effective means to move public opinion closer to their own desired policies.*“, Jacobs, L. R., Shapiro, R. Y.: *Politicians Don't Pander (Political Manipulation and The Loss of democratic Responsiveness)*. Chicago: The University of Chicago Press, 2000, s. XIV, XV

<sup>73</sup> Jacobs, L. R., Shapiro, R. Y.: *Politicians Don't Pander (Political Manipulation and The Loss of democratic Responsiveness)*. Chicago: The University of Chicago Press, 2000, s. 48

## 2. Empirická část

Před zahájením analýzy je potřeba se věnovat konkrétní situaci v České republice, zároveň charakterizovat vybrané deníky a jejich aktuální stav a situaci i jejich historické ukotvení. Pro ucelený obraz daného tématu je třeba zmínit i kontrolní mechanismy.

### 2.1 Manipulace a propaganda v ČR

Hodnocení aktuálního stavu manipulování v českých médiích není záležitostí objektivního hodnocení, vzhledem k nejednotnosti citovaných autorů ohledně záměrnosti i problematičnosti vnímání účinků lze předpokládat, že vždy záleží právě na pohledu konkrétního autora a jeho přístupu k dané problematice – skeptik vidí manipulaci nebo pokus o ni v každém článku a domnívá se, že média čelí obrovskému tlaku – politickým i ekonomickým zájmům. Střízlivý pohled na manipulaci nebo její rizika naopak může mít za následek přílišné bagatelizování a podceňování problematiky. V rámci následujících kapitol se nicméně o takové objektivní zhodnocení pokusíme, nicméně je třeba vždy uváděné příklady brát jako ilustrativní a uvědomit si, že jejich výskyt nutně nemusí znamenat záměr autora a je v rámci empirické části vnímán subjektivně.

Proti poškození skupin nebo jednotlivce záměrným užitím nepravdivých, lživých, zavádějících nebo právě manipulativních prostředků mají zabránit mimo jiné etické kodexy, které mají daná média k dispozici. Ty současně fungují jako nástroj pro budoucí kontrolu a případné potrestání při nedodržení. Existují i určité mechanismy kontroly, které mají za úkol případné zveřejnění výše zmíněných informací trestat. Tyto mechanismy i kodexy mají zároveň pomáhat zabránit negativním účinkům médií, tedy i manipulaci. Následuje jejich stručná charakteristika.

### 2.1.1 Etické kodexy a kontrola

Tlak času i nadřizovaných často vede k porušení etických norem – v případě tištěných deníků je to například velmi časté a již zmiňované odkazování na „*nejmenované zdroje*“, bez dodržení novinářské zásady ověření informace ze dvou zdrojů. A vzhledem k tomu je možné se domnívat, že většina zaměstnanců médií, pokud se jím jejich redakce řídí, etický kodex svého média stejně nezná. A to i přesto, že ho valná část redakcí má schválený: Kodex České televize, existuje Etický kodex časopisu Týden, MF DNES a iDnes.cz. Liší se v podrobnostech, například Kodex ČT slibuje pozornost dětskému divákovi.<sup>74</sup> Kodex časopisu Týden je „*závazný nikoli jen pro vlastní tištěné a internetové vydání, ale i pro všechna další veřejná vystoupení členů redakce v rozhlasu, televizi či kolegiálních tištěných médiích*“ a zavazuje zaměstnanci vždy vystupovat pod hlavičkou média a pravým jménem.<sup>75</sup> Například Etický kodex MF DNES zavazuje redaktory, aby v případě rizika žaloby konzultovali články s šéfredaktorem nebo jiným nadřizovým, a zdůrazňuje taky nutnost citovat při převzetí od jiného média<sup>76</sup>. Vlastní etický kodex přijal 18. června. 1998 i Syndikát novinářů<sup>77</sup>.

Dalším závazným materiálem určujícím práci novináře je tiskový zákon. Aktuálně platný byl přijat 14. března 2000, upravuje mimo jiné povinnosti vydavatele, resp. míru jeho odpovědnosti za obsah daného média a zároveň má chránit jednotlivce a skupiny, kteří by byli poškozeni případnou činností média: „*Jestliže bylo v periodickém tisku uveřejněno sdělení obsahující skutkové tvrzení, které se dotýká cti, důstojnosti nebo soukromí určité fyzické osoby, anebo jména nebo dobré pověsti určité právnické osoby, má tato osoba právo požadovat na vydavateli uveřejnění odpovědi. Vydavatel je povinen na žádost této osoby odpověď uveřejnit.*“<sup>78</sup>

Na dodržování etických kodexů zpravidla dohlíží instituce, která je zavedla. Například Syndikát novinářů provozuje Komisi pro etiku, která poskytuje určitou formu poradenství nejen svým členům, ale i soukromým a veřejnoprávním médiím<sup>79</sup>. Institucí s většími pravomocemi a možností pokutovat v případě nedodržení základních pravidel

<sup>74</sup> [www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct](http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct) (citováno 10. 4. 2011)

<sup>75</sup> [www.mediainsider.net/view.php?cislocclanku=2009100061](http://www.mediainsider.net/view.php?cislocclanku=2009100061) (citováno 10. 4. 2011)

<sup>76</sup> <http://epaper.mfdnes.cz/o-mf-dnes/eticky-kodex> (citováno 10. 4. 2011)

<sup>77</sup> [www.syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex](http://www.syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex) (citováno 10.4.2011)

<sup>78</sup> § 10 odst. 1 Zákona 46/2000 Sb., <http://zakony-online.cz/?s128&q128=all> (citováno 11. 4. 2011)

<sup>79</sup> [www.syndikat-novinaru.cz/1/5/etika](http://www.syndikat-novinaru.cz/1/5/etika) (citováno 11. 4. 2011)

je 12-ti členná Rada pro rozhlasové a televizní vysílání<sup>80</sup>. Vlastní funkční a zdánlivě nezávislé kontrolní mechanismy mají jenom veřejnoprávní média – na zpravodajství České televize dohlíží 15-ti členná Rada ČT<sup>81</sup> a na Český rozhlas 9-ti členná Rada ČRo<sup>82</sup>. Tyto instituce odpovídají Poslanecké sněmovně Parlamentu České republiky.

Jejich úloha nesporně spočívá v kontrole, vzhledem k neexistujícím indiciím o probíhajících analýzách mediálních obsahů ale lze vyjádřit obavy, že v dnešním prostředí je zcela nemožné uhlídat prohrašky novinářů jak související s manipulací nebo pokusem o ní, tak proti etice.

### **2.1.2 Situace v českých médiích**

Předchozí oddíl se věnoval získání teoretických poznatků, které mohou vést k odhalení manipulativních praktik, a zmiňoval i problematiku záměru. Ačkoli se autoři v pohledech na záměrnost některých aspektů negativních účinků médií různí, shodují se na tom, že účinky závisí i na momentálním rozpoložení publika a aktuální situaci. Zda daný produkt (ať už ve formě zboží, politické strany, ideologie nebo názoru) uspěje, záleží také na výchově a odolnosti cílové skupiny nebo jedince. Mediální výchova, která má tuto odolnost zajistit, je jako průřezové téma zařazena do Rámcového vzdělávacího programu již od roku 2000. Podle Mičienky, Jiráka a dalších autorů, kteří se podíleli na tvorbě učebnice pro účely mediální výchovy v České republice, jsou důležitými atributy při sledování konkrétních vlivů „*dobový sociální, kulturní i politický kontext i momentální situace*“, přesto nelze vliv médií podceňovat<sup>83</sup>. Mediální výchova je přitom jedním z nástrojů, jak se manipulaci ubránit.

---

<sup>80</sup> www.rrtv.cz (citováno 11. 4. 2011)

<sup>81</sup> www.ceskatelevize.cz/rada-ct (citováno 11. 4. 2011)

<sup>82</sup> www.rozhlas.cz/rada (citováno dne 11. 4. 2011)

<sup>83</sup> Mičienka, M., Jiráka, J. a kol: *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, s. 23

Podle Jana Jiráka by mediální výchova měla dokázat naučit děti a mladé lidi využívat média tak, aby je měli co nejvíc pod vlastní kontrolou a uměli využít mediální nabídku<sup>84</sup>. V tom by jim podle něj měly pomoci například pochopení principů sociálního prostředí, ve kterém se pohybujeme, vědomost odhalující zprávy jako konstrukci a ne věrný odraz skutečných událostí, pochopení ekonomických zájmů mediálních organizací i jejich rostoucí vliv, uvědomění si svého postavení v publiku včetně sociodemografických charakteristik a společenských kořenů, pochopení proměnné významů podle představ společenské platnosti. Přestože mediální výchova je součástí vzdělání, předpoklad čtenářovy mediální gramotnosti („*svěbytná kompetence*“ umožňující publiku správně vyhodnocovat mediální sdělení z hlediska záměru jejich vzniku<sup>85</sup>) by neměl patřit mezi samozřejmé a je proto zřejmé, že neznalost publika může vést k manipulaci.

V českých médiích lze najít řadu prostředků popsaných autory, kteří se problematice věnují, a to v rámci negativních účinků nebo i manipulativních technik, které lze minimálně označit jako sporné. Objevují se například v souvislosti s informováním o politice a v bulvárních médiích. V českém prostředí lze při čtení novin a jejich komparaci objevit také problematiku již zmiňované „*historické ztráty paměti*“. Velmi často se jedná o kontroverzní témata, která s sebou nesou velké emoce a spory. Veřejnost je v daných případech nejednotná – ať už se jedná o bratry Mašínovi, Jana Žižku, Tomáše Garrigue Masaryka nebo maršála Radeckého. Zaznamenat lze mnohé reakce: prezident Masaryk je povětšinou tatíček Masaryk, někdy ale taky cizinec na postu prezidenta, maršál Radecký je pro jedny sloužícím Habsburků, pro druhé nejlepším českým vojevůdcem – politická reprezentace se podle svého zaměření do levého nebo pravého bloku politického spektra přiklání k výkladu dějin, který je jim bližší<sup>86</sup>. Pro politickou elitu znamenají podobná témata posílení voličské základny.

---

<sup>84</sup> Jirák, J.: *Mediální výchova – inspirace k realizaci*. <http://clanky.rvp.cz/clanek/s/Z/87/MEDIALNI-VYCHOVA-%E2%80%93-INSPIRACE-K-REALIZACI.html/> (cit. 22. 4. 2011)

<sup>85</sup> Mičienka, M., Jirák, J. a kol: *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, s. 9

<sup>86</sup> Straňáková, B.: *Manipulační praktiky v českých médiích po roce 1989*. Praha: UJAK, 2009

Roli hrají i politické projevy, které se jak v televizi, tak i v denících často objevují v celém svém znění. Znaky manipulativních praktik nesou velmi často projevy jak opozice, tak koaličních partnerů té dané vlády. Ze zveřejněných novinových článků lze usuzovat, že opozice má v takových případech navrch, zvláště pokud se chystá vláda přijmout negativně vnímané a úsporné reformy. V projevech může politik využít vlastní formy selekce – jakéhosi vlastního gatekeepingu, kdy se sám rozhodne, zda dané téma otevře nebo ne. Z tvrzení některých autorů, citovaných v teoretické části, vychází, že například při volební kampani může být taková selekce nebo i nejlepší projev kontraproduktivní, stejně tak i sebelepší kampaň může mít negativní ohlas kvůli souhře okolností.

Specifickou roli v informování hrají stejně jako v ostatních vyspělých zemích bulvární média, která tato práce zmiňuje z důvodů jejího zaměření pouze okrajově a která se dopouštějí každodenně manipulace obrazem, pomocí titulků a perexů, manipulační praktiky se objevují i v textech samotných – vše má jeden jediný účel, prodávat. Podle Briana McNaira inklinaci k senzacechtivosti a lascivnosti vyvolala komerce už koncem 19. století<sup>87</sup>. U nás je bulvár vnímán jako médium, které v některých případech získává informace neetickými či nelegálními způsoby.<sup>88</sup> Jako příklad bulvárem velmi často používané manipulace pomocí titulků nebo perexů poslouží titulní strana vydání Blesku (23.2.2009), kde titulek „*Vendulu Svobodovou chtějí prodat na sex!*“ uvádí zprávu o prodeji internetové domény Venduly Svobodové<sup>89</sup>.

### **2.1.3 Příklady manipulativních praktik v českých médiích**

Jak bulvární, tak i seriózní média vždy věnují pozornost potenciálně dobře prodejnému skandálu, už v úvodní části byli citováni autoři, kteří se zamýšlejí nad senzacechtivostí médií jako snahou o získání dobře prodejného zboží a naznačují, že právě to vede k užívání manipulačních praktik. Pro vyhledání konkrétních příkladů sloužil mediální archiv Newtonit<sup>90</sup> i internetové archivy, databáze daných médií.

<sup>87</sup> McNair, B.: *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004, s. 116,117

<sup>88</sup> Osvaldová, B., Halada, J. a kol.: *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri., 1999, s. 32

<sup>89</sup> Straňáková, B.: *Manipulační praktiky v českých médiích po roce 1989*. Praha:UJAK, 2009

<sup>90</sup> www.mediasearch.newtonit.cz (citováno 19. 3. – 25. 4. 2011)

V prvním pololetí roku 2011 se objevily následující kauzy, u nichž můžeme zaznamenat rizikové faktory: Ministr financí zvolený za TOP 09 Miroslav Kalousek 9. března 2011 oslovil šéfredaktora MF Dnes Roberta Čásenského s tvrzením, že vlastní nahrávku schůzky šéfredaktorů novin kvůli plánovanému zvýšení daně z přidané hodnoty na tisk a knihy, na které měli vedoucí pracovníci připravovat společné prohlášení pro vládu. Miroslav Kalousek hned druhý den zprávu dementoval (Prohlášení ministra financí Miroslava Kalouska, Příloha č. 2): *„Žádnou nahrávkou nedisponuji a žádná nahrávka neexistuje (alespoň o žádné nevím). Disponoval jsem pouze kusými a neověřenými informacemi, že šéfredaktoři řady českých deníků se scházejí. ... Abych si tuto informaci ověřil, dovolil jsem si v soukromém telefonickém rozhovoru celkem průhlednou mystifikaci vůči šéfredaktorovi MF Dnes Čásenskému. Z jeho reakce jsem si svoje informace nejen ověřil, ale získal i zajímavé podrobnosti z uskutečněné schůzky.“* Než tak učinil, zprávu převzala všechna média a zveřejnila bez ujištění se o pravdivosti. Není možné prokázat pravdivost jediného Kalouskova tvrzení, ať už původního výroku nebo následného dementování informace, proto se lze domnívat, že lze tuto, všemi médii zveřejněnou, kauzu označit za cílenou manipulaci ze strany politika.

Pro ilustraci dalšího jevu lze zmínit například i březnové vniknutí Vojenské policie České republiky do budovy zpravodajství České televize. Ačkoli je podle mého názoru nepřijatelné, aby do veřejnoprávní televize vnikly ozbrojené složky, dovolím si ale tvrdit, že informování o jeho průběhu bylo značně subjektivní<sup>91</sup>. Užití jazykových prostředků a formulací vede k závěru, že se na straně jedné jednalo o pochopitelnou reakci a obranu, na straně druhé lze vidět jasnou snahu o ovlivnění publika ve svůj prospěch, zvláště proto, že ze strany Vojenské policie ČR se mohlo jednat o pokus zastrážit redaktory a odradit je od práce na některém příspěvku.

Česká televize jako médium veřejné služby i její pracovníci totiž nesporně čelí v některých případech tlakům. Již autorčina bakalářská práce se věnovala problému v informování o maturitě na Soukromém gymnáziu Pod Vyšehradem, kterému byla osobně přítomna. Snahu o manipulování obsahu vysílaného Českou televizí v červnu 2006 popsal Jan Potůček (Reflex, 26. 6. 2008): *„Martin Barták maturitu složil, ale ještě*

<sup>91</sup> například: [www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1096898594-udalosti-komentare/211411000370311/obsah/150749-vojenska-police-v-ct](http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1096898594-udalosti-komentare/211411000370311/obsah/150749-vojenska-police-v-ct) (cit. 19. 3. 2011)



*než se tak stalo, stačil jeho otec urazit jinou maturantku a stěžovat si na štáb ČT generálnímu řediteli televize Jiřímu Janečkovi. 'Nevím, odkud vzal číslo jeho mobilního telefonu, ale najednou odkudsi přiběhl s nataženou rukou, podal mobil redaktorce a řekl, že s ní chce mluvit pan ředitel Janeček. Když dotelefonovala, ptal se, jaké dostala instrukce,' popisuje učitel Horálek švejkovskou historku z natáčení.“ Reportáž v ČT sice odvysílána byla, divák ale informaci o pokusu o manipulaci nedostal<sup>92</sup>.*

Již dříve se objevily i další obdobné případy, například v roce 2008 informovala média, že sociální demokrat Vítězslav Jandák oslovil tehdejšího ředitele zpravodajství Milana Fridricha se stížností na neodvysílání jeho komentáře k problému s kůrovcem.<sup>93</sup> „*Ještě v pátek večer mě kontaktoval ředitel zpravodajství Milan Fridrich a řekl mi, že mu volal rozčilený Jandák a stěžoval si na cenzuru,' popsal editor zpravodajství a televizní odborář Adam Komers. 'Vysvětlil jsem, že poslanec říkal původně v reportáži jedinou a navíc irelevantní větu, v níž osobně napadal ministra životního prostředí,' uvedl Komers, v jehož popisu práce jsou právě editorské zásahy do příspěvků. A protože ministr Martin Bursík v reportáži prostor nedostal, Komers kvůli vyváženosti Jandákův slovní výpad vystříhl,*“ popsala celou záležitost Ivana Svobodová v časopisu (Týden, 1. 7. 2008). V rámci korektnosti a ucelenosti mediálního obrazu lze vyslovit domněnku, že by podobné snahy měly být zveřejňovány častěji a nejen v konkurenčních médiích. Jejich prezentace je ovšem závislá nejenom na redaktorech, ale i silném zázemí ze strany šéfredaktora nebo jiného vedoucího pracovníka daného média.

Manipulativních praktik (ať už vědomě či nevědomě) se v českém prostředí mohou dopouštět, stejně jako v zahraničí, zástupci politiků, ať už opozice nebo aktuální vlády. Tato sdělení jsou většinou snadno odhalitelná a užitá jazykové prostředky vedou k závěru, že se může jednat i o záměrné ovlivňování, které popisují autoři například jako „*zneužití strachu*“. Jeho stopy lze nalézt například ve vyjádřeních opoziční sociální demokracie v březnu a dubnu 2011 v souvislosti s vládou plánovanými reformami (Lidovky.cz, 5. 3. 2011) : „*To, co představuje důchodová reforma, ve skutečnosti žádná reforma není. U 70 procent populace to nic neřeší, jen to bude znamenat obrovské zvýšení životních nákladů pro rodiny s dětmi a seniory,' řekl serveru*

<sup>92</sup> Straňáková, B.: *Manipulační praktiky v českých médiích po roce 1989*. Praha:UJAK, 2009

<sup>93</sup> Straňáková, B.: *Manipulační praktiky v českých médiích po roce 1989*. Praha:UJAK, 2009

*Lidovky.cz* úřadující předseda ČSSD Bohuslav Sobotka. <sup>94</sup> Stejně praktiky ale využívají i vládnoucí politici, naopak pro podpoření svých plánů (Denikreferendum.cz, 5. 10. 2010): „*Pokud se neudělají penzijní reformy, budou žít dnešní čtyřicátníci a mladší lidé v čase důchodu na hranici chudoby.*’ Na mezinárodním Fóru Zlaté koruny věnovaném důchodové reformě to řekl premiér Petr Nečas (ODS). <sup>95</sup>

Politicky motivované jsou často, jak již bylo zmíněno, také diskuze o historii. Asi nejmarkantnějším příkladem odlišného přístupu ke konkrétní problematice se ukázalo být kontroverzní téma vyznamenání bratrů Mašínových premiérem Mirkem Topolánkem. Na úvod stručné připomenutí jejich příběhu: Ctirad a Josef Mašínovi se narodili do vojenské rodiny, jejich otec byl generál Josef Mašín. Na útěk z Československa před komunistickým režimem se systematicky připravovali od roku 1951<sup>96</sup>. Při pokusech o získání zbraní a peněz zabili dva příslušníky Sboru národní bezpečnosti a pokladníka vezoucího výplaty. V roce 1953 se spolu s dalšími třemi muži (Milanem Paumerem, Václavem Švédou a Zbyňkem Janatou) rozhodli Československo definitivně opustit, na území Německé demokratické republiky byli odhaleni, pronásledováni a opět použili zbraně, při jejich útěku zahynuli další policisté.

Komparace zveřejněných článků vede k závěru, že objektivní popis samotného aktu vyznamenání nevydal 29. 2. 2008 ani jeden z českých celostátních deníků. Na stránkách zpravodajství se v tomto případě objevily hodnotící tendence<sup>97</sup>. Názory veřejnosti se mohou lišit a lidé se mohou přit o kontroverzní témata (včetně zmiňovaného). Hodnocení, komentáře nebo ryze tendenční články by ale do zpravodajství – už z jeho definice novinářské činnosti, která stojí na informacích a faktech a narozdíl od publicistiky nemá obsahovat novinářův názor<sup>98</sup> – patřit neměly. Navíc použité citově zabarvené popisy jsou bezesporu manipulativní. A jak tvrdí Maciej Iłowiecki: slovo může mít stejně reálné účinky jako skutek.<sup>99</sup> Pokud se hodnocení, které bylo v tomto případě velmi otevřené a radikální, dopustí někdo jiný, než komentátor

<sup>94</sup> [www.lidovky.cz/v-praze-se-schazeji-odpurci-reforem-na-demonstraci-dorazil-i-sobotka-1if-/ln\\_domov.asp?c=A110305\\_124007\\_ln\\_domov\\_hs](http://www.lidovky.cz/v-praze-se-schazeji-odpurci-reforem-na-demonstraci-dorazil-i-sobotka-1if-/ln_domov.asp?c=A110305_124007_ln_domov_hs) (citováno 12. 4. 2011)

<sup>95</sup> [www.denikreferendum.cz/clanek/6422-necas-bez-penzijni-reformy-hrozi-budoucim-duchodcum-chudoba](http://www.denikreferendum.cz/clanek/6422-necas-bez-penzijni-reformy-hrozi-budoucim-duchodcum-chudoba) (citováno 12. 4. 2011)

<sup>96</sup> vyprávění Ctirada Mašína: Rambousek, O.: *Jenom ne strach*. Praha: Nezávislé Tiskové Středisko, 1990

<sup>97</sup> Straňáková, B.: *Manipulační praktiky v českých médiích po roce 1989*. Praha: UJAK, 2009

<sup>98</sup> Osvaldová, B., Halada, J. a kol.: *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri., 1999, s. 214

<sup>99</sup> Iłowiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 18

na jasně vymezené prostoru, lze hovořit o záměrné manipulaci. V Lidových novinách zahájil článek autorky Terezy Šupové titulek „Zadostiučinění pro Mašíny“. Stejně tak autor deníku Právo Jiří Roškot už v titulku k tématu užil formulaci, kterou je možné považovat za zavádějící: „Při útěku zabíjeli, dostali medaili“ a lze se domnívat, že užitá formulace měla záměrně připomenout kontroverzi, což vede k závěru, že se jedná o formu sugesce. Článek také akcentuje, že se tehdejší premiér Mirek Topolánek o udělení medaile s nikým neporadil a že se vysmívá možnému trestnímu oznámení. Z kontextu je možné usuzovat, že se jedná o jev podobný zneužití autority.

Další deníky, například Mladá fronta Dnes, byly ve chvále na rozdíl od Lidových novin o něco zdrženlivější a nejvíc se přiblížily objektivnímu zpravodajství. I přesto jsou články v kontextu emočně zabarvené ve prospěch tehdejšího premiéra Topolánka. Haló noviny se proti vyznamenání postavily velmi radikálně už svým titulkem: „Topolánek ocenil vrahy Mašíny“, autor neustále používal sloveso „vraždit“, připojil názory rozhořčených čtenářů i komunistických politiků<sup>100</sup>. Pokud se budeme snažit nahlédnout na stav věci a motivy, které dané deníky vedly k určitému názorovému vyhranění u daného tématu, můžeme se obrátit i k vnímání bratrů Mašínových politickými stranami a spornému vnímání dějin.

Legitimitu odporu proti režimu zpochybňují v očích kritiků skupiny bratrů Mašínových především následky jejího působení, zvláště pak oběti na lidských životech. V celém sporu se odrážejí i diskuze o uznání takzvaného třetího odboje, včetně prostředků, kterými mohl být tento odboj veden. Téma proto neustále rozděluje veřejnost na dvě nesmiřitelné části: „Pro jednu její část jsou statečnými muži, kteří velmi rychle pochopili hrůznou podstatu komunistického režimu a kteří na teror odpověděli adekvátními prostředky se zbraní v ruce. Pro další část české společnosti jsou to naopak lupiči a vrazi, kteří neváhali odpravit údajně bezbranné a nevinné pěšáky komunistického režimu,“<sup>101</sup> konstatuje například Tomáš Bursík.

<sup>100</sup> Straňáková, B.: *Manipulační praktiky v českých médiích po roce 1989*. Praha: UJAK, 2009

<sup>101</sup> Bursík, T.: *Třetí odboj a skupina bratrů Mašínů*. In: Mašín, C., Mašín, J., Paumer, M.: *Cesta na severozápad*. Praha: Academia, 2010, s. 24-25

## 2.2 Vymezení problematiky ve zvolených českých denících

Pro analýzu manipulačních praktik v době předvolebního boje byly zvoleny deníky Právo a MF Dnes. Ukotvení deníků vychází z jejich historického rámce a z majetkového zázemí, kterému se bude práce věnovat níže. Pro pochopení celistvosti tématu byl zahrnout i stručný historický vývoj předchůdců daných deníků.

### 2.2.1 Stručný přehled historie zvolených deníků

Původně Rudé právo vycházelo od 21. září 1920, po roce 1948 bylo jedním ze tří ústředních deníků vydávaných Komunistickou stranou Československa, jako stranický tisk vycházelo už od 18. května 1921. V období normalizace určoval předchůdce dnešního Práva hlavní agendu, postoje a přinášel i vlastní hodnocení událostí a sloužil jako ústřední deník ÚV KSČ<sup>102</sup>. Další vývoj deníku popisuje v publikaci Vlastnictví periodického tisku v České republice 1989 – 2006 Josef Benda: Po roce 1989 se situace změnila, deník 1. února 1990 přešel do vlastnictví Vydavatelství Rudé, které patřilo KSČ, následně deník převzalo Vydavatelství Florenc, jehož ředitelem se stal šéfredaktor Rudého práva Zdeněk Porybný. Porybný posléze s redakčními kolegy založil akciovou společnost Borgis. „Dne 16. října 1990 začala tato společnost vydávat svůj vlastní deník Rudé právo, v podtitulu označený 'levicový deník'. Stávající Rudé právo, vydávané Vydavatelstvím Florenc ve vlastnictví Komunistické strany Československa, téhož dne přestalo vycházet.“<sup>103</sup> Současný název dostal deník 1. listopadu 1995.

Předchůdcem MF Dnes byla Mladá fronta (Deník mladých lidí), její první číslo vyšlo s osvobozením Prahy 9. května 1945, v období normalizace patřila mezi šestici plnoformátových celoplošných deníků<sup>104</sup>. Počátkem roku 1990 deník získal nového majitele. Z rukou ÚV Socialistického svazu mládeže jej převzal podnik Mladá fronta, podle Josefa Bendy ale ještě několik měsíců deník zůstal pod vlivem KSČ. Redakční kolektiv deníku následně provedl takzvanou „spontánní privatizaci“<sup>105</sup>. Mladá fronta

<sup>102</sup> Končelík, J., Večeřa, P., Orság, P.: *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 2010, s. I, 145, 213, 214

<sup>103</sup> Benda, J.: *Vlastnictví periodického tisku v České republice 1989 – 2006*. Praha: Karolinum, 2007, s. 96

<sup>104</sup> Končelík, J., Večeřa, P., Orság, P.: *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 2010, s. XVII, XXX, XXXI, 215

<sup>105</sup> Benda, J.: *Vlastnictví periodického tisku v České republice 1989 – 2006*. Praha: Karolinum, 2007, s. 88, 89

s přízviskem Dnes vyšla poprvé 1. září 1990, podle autorů Dějin českých médií 20. století „deník změnou názvu a vydavatele udělal, řečeno slovy tehdejšího šéfredaktora *‘tečku za svazáckou minulostí’*“. Pro oba deníky je charakteristická odluka od jejich historických předchůdců.

### **2.2.2 Stručná charakteristika zvolených deníků a kritéria výběru**

Oba deníky mají rozdílné majetkové zázemí. Zatímco deník Mladá fronta DNES spadá pod mediální skupinu MAFRA, která je ve vlastnictví německého holdingu Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft a vydává i další tituly jako jsou Lidové noviny, bezplatný deník Metro, věnuje se také webové podobě svých novin a zastupuje zpravodajské portály iDNES.cz a lidovky.cz. Provozuje také Expresradio a rádio Classic FM a hudební televizní stanici Óčko.<sup>106</sup>

Právo je vlajkovou lodí vydavatelství Borgis, které patří majoritnímu akcionáři Zdeňku Porybnému, který je zároveň jeho šéfredaktorem. Vydavatelství připravuje i zprávy pro internetový server Novinky.cz.

Deníky se liší jak svou čteností, tak i průměrným nákladem, udávané údaje pochází z roku 2010 (tabulka 1).

TABULKA 1

deník	čtenost	průměrný náklad
Mladá fronta Dnes	847 000	239 646
Právo	419 000	128 404

*Zdroj: Media Projekt<sup>107</sup>*

<sup>106</sup> [www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra\\_all\cs\\_o-spolecnosti\\_portret-spolecnosti.htm](http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_o-spolecnosti_portret-spolecnosti.htm) (cit. 26. 3. 2011)

<sup>107</sup> [www.median.cz/docs/MP\\_2010\\_zprava.pdf](http://www.median.cz/docs/MP_2010_zprava.pdf) (cit. 27. 3. 2011)

V rámci srovnání je třeba definovat i publikum daného média. Z průzkumu společnosti Median v rámci Media Projektu vychází, že mezi pravidelnými čtenáři MF Dnes převažují lidé v produktivním věku (30-59 let)<sup>108</sup>, nejčastěji s vysokoškolským vzděláním, oproti tomu polovinu čtenářské obce deníku Právo tvoří lidé ve věku 45-65 let, převažující publikum má nejvyšší dosažené vzdělání středoškolské s maturitou.

### **2.2.3 Kritéria výběru**

Deníky Mladá fronta Dnes a Právo byly zvoleny záměrně s ohledem na jejich rozdílné zázemí a kritérium vydavatele, protože právě rozdílnost majitelů a vlivů by mohly přinést rozdíly v informování deníků a vyvolávat otázky ohledně rozdílnosti účinků. Zatímco MF Dnes má německé zázemí, Právo je deníkem s ryze českým vlastnictvím.

Důvodem byla i poměrně blízká čtenářská obec – oproti například Hospodářským novinám, které se zaměřují především na vysokoškolsky vzdělané lidi s ekonomickým zaměřením, a Lidovým novinám, které jsou stále vnímány jako deník pro určitou intelektuální elitu, Mladá fronta Dnes pokrývá z hlediska publika větší rozptyl sociálních skupin a zároveň se snaží přiblížit lidem. I když se pravidelní čtenáři Mladé fronty Dnes a Práva liší, domnívám se, že jsou svou strukturou v rámci daných možností nejvíc podobné.

Deníky Právo a Mladá fronta mají navíc společný základ i z hlediska jejich novodobé existence po roce 1990, a oba se vyznačují poměrně dlouhodobým vývojem. Při výběru jsem zohlednila i to, že prošly oba v nové podobě už více než dvě desetiletí a jejich čtenářská obec výrazně neklesá.

---

<sup>108</sup> [http://data.idnes.cz/soubory/mafra\\_all/A110218\\_TVE\\_D1034.PDF](http://data.idnes.cz/soubory/mafra_all/A110218_TVE_D1034.PDF) (cit. 27. 3. 2011)

***Shrnutí empirické části***

V rámci českého prostředí existují obranné i kontrolní mechanismy, které mají zabránit negativním účinkům médií – etické kodexy i tiskový zákon. Na jejich dodržování dohlíží etické komise, rady mediálních institucí a stát. V České republice je problematika, stejně jako v ostatních zemích, do značné míry proměnlivá a je ovlivněna aktuální situací a momentálním rozpoložením publika. Lze konstatovat, že v médiích se objevují některé jevy, které lze považovat za ovlivňující. Především v rámci politického zpravodajství se mohou vyskytovat i ve zvolených denících, což může do jisté míry souviset s jejich zázemím, pravdivost tohoto tvrzení měla prokázat následující komparativní analýza.

### 3. Komparativní analýza

Hlavním předmětem práce je zjištění výskytu manipulativních sdělení ve vybraných tištěných denících, pokud se v nich vyskytují, a to v době kampaně politických stran v období krátce před volbami v roce 2010. Cílem této práce je nalézt takové jevy, pokud se vyskytují, zhodnotit je a určit, jakých manipulačních technik konkrétně se deníky dopouštějí, pokud tedy vůbec, a v jakém rozsahu.

#### 3.1 Metodika, formulace a zdůvodnění hypotézy

Pro vypracování této práce byla jako základní metodický přístup zvolena komparativní analýza, tedy srovnání a zmapování deníků v květnu 2010 před začátkem voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky. V rámci komparativní analýzy byly sledovány především výskyty informací v daných denících, způsoby sdělení, hodnotící tendence autorů zpravodajských článků a vyjádření politiků – sledovanými jevy byly například emocionální zabarvení textu jako celku a jeho hodnotová konzistence. Prvotní otázka, na kterou se práce snažila odpovědět, je samotná existence výskytu, tedy zda se vůbec odbornými autory popisované jevy v denících ve sledovaném období objevily.

Pro tyto účely byl zvolen způsob kvalitativní analýzy textů a systematického čtení a vyhledávání výše zmíněných jevů a jejich subjektivního porovnání, práce se tedy nezaměřila pouze na strohou komparaci, ale i na vyhledávání problematických výskytů forem a technik manipulace a pokusila se je zhodnotit. Z důvodu vyhledávání konkrétních jevů za pomoci subjektivního hodnocení, budou jevy vybrány, nebude ale možné zhodnotit frekvenci, míru a intenzitu výskytu číselně, právě z důvodu subjektivního systematického pozorování, bude však možné sdělit, jaké konkrétní jevy byly nalezeny.

Hypotéza, která byla stanovena, aby byla potvrzena nebo vyvrácena:

*Existují určité rozdíly v informování deníků Mladá fronta Dnes a Právo, které je možné označit za problematické. Články o politicích v České republice, které v daných denících vycházejí na stránkách domácího zpravodajství, obsahují hodnotící tendence a liší se nejen obsahově, ale i tematicky.*



*Autoři zabývající se účinky médií popisují jevy, které se na stránkách deníků vyskytují. Některé z nich je možné nejen nalézt, ale i popsat a pojmenovat, není ovšem možné určit jejich záměrnost z hlediska předpokladu působení na publikum ani účelnost sdělení.*

Hypotéza předpokládá, že problematické jevy budou nalezeny a bude možné je popsat. Hypotéza tvrdí, že deníky samy se manipulace dopouštějí a navíc i dále prezentují manipulativní sdělení pronesená politickými zástupci.

### **3.2 Postup při získávání hodnoceného vzorku a výskyt**

Analýza byla provedena z celkem 424 článků (Příloha č. 2) z domácích stránek zpravodajství deníků Právo (celkem 199, rubriky Titulní strana, Zpravodajství) a Mladá fronta Dnes (celkem 225, rubriky Titulní strana, Z domova, jednodenní speciál Volby), v době od 1. května do posledního dne před volbami do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky dne 27. května. Analýza se soustředila na články s výskytem informace o sedmi politických stranách (řazeno abecedně): Česká strana sociálně demokratická (ČSSD), Komunistická strana Čech a Moravy (KSČM), Křesťanská demokratická unie – Česká strana lidová (KDU-ČSL), Občanská demokratická strana (ODS), Strana zelených (SZ), TOP 09, Věci veřejné (VV). Počet výskytu konkrétních stran pro analýzu není určující, nicméně je zajímavý z hlediska srovnání kvantitativního a kvalitativního výskytu, proto jsou zde konkrétní výskyty uvedeny (tabulka 2).

TABULKA 2

deník	ČSSD	KSČM	KDU	ODS	SZ	TOP	VV
MFD	150	54	46	151	52	65	60
Právo	116	46	37	125	32	65	40

*Vysvětlivky:*

MFD = Mladá fronta Dnes, KDU = KDU-ČSL, TOP = TOP 09

Jak bylo v rámci analýzy zjištěno, počty výskytu informace o politické straně nemohly být pro komparaci určující, protože se lišily jak z hlediska negativního a pozitivního hodnocení stran (které je ovšem vždy hodnoceno čtenářem subjektivně, a proto zde není uvedeno detailněji), tak z hlediska počtu zmínek v daném článku (některé strany byly zmíněny opakovaně, zatímco jiné se vyskytovaly pouze jedenkrát).

Články byly vyhledány pomocí mediálního archivu Newtonit<sup>109</sup>, při samotné analýze byla vynechána témata týkající se komunální politiky. Rozbor se věnoval převážně článkům přímo souvisejících s volbami, popřípadě těmi, které měly po danou problematiku relevantní souvislost. Prvotním úkolem bylo srovnání deníků podle článků, které se vyskytovaly v dané konkrétní dny, následovalo srovnání komplexnější věnovaný zjištěným jevům jako celku.

### **3.3 Komparativní analýza den po dni**

Prvotním úkolem bylo srovnání deníků podle článků, které se vyskytovaly v dané konkrétní dny. V rámci tohoto srovnání byla vyhledávána i případná manipulativní sdělení ve vyjádření politiků. Komplexnějšímu srovnání se věnuje následující podkapitola, která hodnotí zjištěné jevy jako celek a věnuje se také komparaci zveřejněných průzkumů veřejného mínění.

#### **3.3.1 Hlavní téma: volební mítinky ČSSD (3. – 7. května 2011)**

První květnový pracovní den (3. května 2010) přinesl deník Právo vlastní téma týkající se pracovních neschopností a nemocenských dávek politiků, informoval také o hlídkách Věcí veřejných (byť se čtrnáctidenním zpožděním), zahájení kampaně Strany zelených, přinesl i část výsledků studentských voleb a podobně. Obecně lze proto konstatovat, že Právo bylo v tomto případě vyváženější z hlediska výskytů než MF Dnes, protože v rámci svých domácích stránek zmiňovalo všechny strany jak ve sněmovně, tak s vysokými šancemi ve volbách uspět. MF Dnes navíc přinesla informace o obavách ČSSD z „vajíčkady“ (narušení volební kampaně sociální

<sup>109</sup> [www.mediasearch.newtonit.cz](http://www.mediasearch.newtonit.cz) (citováno průběžně únor – duben 2011)

demokracie lidmi házejícími po politicích vejce) a rozhovor s tehdejší pravice primátorem Prahy. Oba deníky věnovaly prostor žalobě Radka Johna z VV na ochranu osobnosti podanou na sociální demokraty. Zatímco MF Dnes přinesla prostou informaci formou krátké zprávy, Právo zveřejnilo vyjádření obou aktérů. V rámci této informace ze strany deníků nebyl nalezen žádný pokus o manipulativní působení. Další společnou tématikou byly oslavy 1. května. Právo informovalo, že „*hlasy na prvního máje sbírala nejen levice*“, ale i TOP 09 a ODS, MF Dnes dodala podobný komentář, nezminila ale TOP 09. Opět lze konstatovat, že z hlediska sledovaných jevů nebyla porušena pravidla.

Podle pořádku prezentace lze usuzovat, že nejdůležitější politickou zprávou 4. května byl průzkum veřejného mínění agentury STEM a SC&C pro Českou televizi, který prezentovaly oba deníky. Jednalo se o zjištění volebních preferencí v hlavním městě. Formulace prvních vět článků v obou denících sice nesly stejný smysl, ale z hlediska kontextu různé zabarvení: „*Doba, kdy ODS v Praze ve volbách porážela všechny soupeře s obrovským náskokem, je zjevně pryč,*“ napsal redaktor Mladé fronty Dnes Josef Kopecký (s. 2, TOP 09 i ČSSD dotahují v Praze ODS, ukázal nový průzkum). Lukáš Bek z deníku Právo v úvodu napsal, že „*nadvláda ODS v Praze končí*“ (s. 1, ODS v Praze oslabena, ale pravice vede), slovo *nadvláda* slovník spisovného jazyka vysvětluje jako ovládnutí, mocenskou převahu<sup>110</sup>, proto v této souvislosti mohlo mít pro publikum pejorativní charakter a užití tohoto výrazu vede k závěru, že u deníku Právo bylo možné najít stopu skrytého přesvědčování. Právo také citovalo zástupce TOP 09 Miroslava Kalouska (s. 1, ODS v Praze oslabena, ale pravice vede): „*Jsmo alternativa pro přemýšlivého pravice voliče.*“ Ve vyjádření politika bylo možné nalézt paralelu s technikou pochlebování, kterou zmiňuje ve své stati Dvě zrcadla Maciej Howiecki a ukazuje ji na příkladu věty „*každý rozumný musí uznat, že* ...“<sup>111</sup>

<sup>110</sup> Filipec, J., Daneš, F., Machač, J., Mejstřík, V.: *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*. Praha: Academia, 2001, s. 196

<sup>111</sup> Howiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 102

Mladá fronta Dnes o den později než Právo přinesla výsledky studentských voleb, kterým se bude práce věnovat dále, zároveň ale v rámci domácích zpravodajských stránek velmi razantně vystoupila proti tehdejšímu předsedovi sociální demokracie Jiřímu Paroubkovi, redaktor Ondřej Šťastný v rámci komentativního Zápisníku (s. 2, Jak Paroubkovi málem upřeli chvíli „slávy“) zesměšňoval aktéry tiskové konference ČSSD, na stejné straně se vyskytovala krátká zpráva o možnosti kandidatury Jiřího Paroubka na post prezidenta (Paroubkova cesta na Hrad), kterou z hlediska aktuální politické situace může být vnímána jako bezdůvodná.

Pátého května věnoval deník Právo pět článků na domácích stránkách problematice slovních i fyzických útoků na sociální demokracii. Jako respondenti zaznívali především právě zástupci ČSSD, kteří vyjádřili domněnku, že se jednalo o cílené útoky vedené pravicovými stranami. Právo citovalo například straníka Richarda Dolejše (s. 2, článek V Kladně přilétla sklenice s utopenci): *„Za vším stojí ODS a TOP 09, které nás chtějí zastrašit od kontaktní kampaně, ale my se zastrašit nedáme. Na ně nikdo nechodí, tak narušují naše mítinky...“* Užití jazykových prostředků ve srovnání s literaturou vede k závěru, že Dolejš použil autory zmiňovanou techniku očerňování protivníka a snažil se využít situaci ve svůj prospěch. Pravdivost jeho i dalších tvrzení nebyla v pozdějších měsících prokázána. Podobně se zachovala i opozice, kterou opět citoval deník Právo (s. 2, Nečas: Nápis je nepřipustný, ale je to možná provokace ČSSD): *„Pokládáme si proto otázku, zda dnešní událost není pouze další provokací, jejímž cílem je prezentovat sociální demokracii jako oběť nenávislné kampaně pravicových stran a snahou obhájit policejní manévry, které mítinky ČSSD provázejí.“* Právo zveřejnilo také článek hodnotící volební preference různých věkových skupin, autor vycházel ze starších průzkumů veřejného mínění a nepřinesl žádnou novou informaci (s. 1, Mladí zamíchají volbami, pokud dorazí). Další sporné jevy nebyly zde ani v dalších článcích tohoto dne objeveny.

Pro 6. května zvolily oba deníky jako hlavní politické téma informaci o útoku na místopředsedu sociální demokracie Bohuslava Sobotku, přistupovaly k němu odlišně. Právo věnovalo větší pozornost zranění, které Sobotka utrpěl: (s. 1, Bohuslava Sobotku napadl útočník pěstí): *„Sobotka při útoku přišel o brýle, které možná ale zabránily horšímu zranění, neboť útočnickova pěst ho zasáhla těsně vedle oka. Záchranáři Sobotku asi 20 minut ošetřovali v sanitce a poté jej odvezli do nemocnice na další vyšetření.“*

Soustředilo se i na další dopady, užité jazykové prostředky lze vnímat jako komutativní, jak vyplývá z následujícího úryvku: „*Včerejší útok na místopředsedu ČSSD Bohuslava Sobotku se vůbec nelíbil ani krajskému státnímu zástupci v Brně Petru Coufalovi.*“ MF Dnes útok odsoudila, ale v článcích zmínila, že ho sociální demokraté mohli vyprovokovat svým přístupem a kampaní (s. 2, ČSSD se bojí další války s mladými): „*ČSSD paradoxně kritizuje vypjatou předvolební atmosféru, ke které do značné míry sama přispívá. Vede tvrdou konfrontační kampaň s tvrdými útoky na konkurenty. A mladé lidi, kteří protestují na mítincích, neváhá přirovnat ke straně masového vraha Adolfa Hitlera.*“ Z výše zmíněných citací lze usuzovat tendence obou deníků ovlivnit publikum. V MF Dnes protisociálně-demokratickou náladu evokoval i článek o přednášce Jiřího Paroubka na ústecké univerzitě (s. 3, Opravdu slibujete nesmysly? smáli se studenti), který popsal jeho neúspěšnou debatu s vysokoškolačkou. Právo tuto informaci vynechalo. Lze konstatovat, že oba deníky v tomto případě charakterizuje výskyt gatekeepingu a agendy setting.

Právo i MF Dnes se v pátek sedmého května znovu věnovaly útoku na Bohuslava Sobotku a politickým mítinkům, v MF Dnes se ale počet článků snížil na dva, Právo jich oproti tomu zveřejnilo celkem pět. Mladá fronta věnovala prostor komunikační strategii sociální demokracie, přičemž ji de facto obvinila z agresivity, použila k tomu metodu popisovanou Howieckim<sup>112</sup> jako zneužití autority nebo zdánlivé autority (s. 2, Po agresivní kampani se ČSSD začala bát agrese): „*Podle psychologa Slavomila Hubálka si však za vyostřenou atmosféru mohou sociální demokraté do velké míry sami. Oranžoví totiž před volbami vsadili na nejtvrdší a nejagresivnější kampaň ze všech velkých stran. A teď čelí skutečnosti, že se vypjaté emoce lidí obrátily proti nim.*“ Sociální demokracii MF DNES komentovala i v pravidelné rubrice Zápisků (s. 2, Lidový dům žertuje: Nebe či peklo pro šéfa?), autor Václav Dolejší zde poskytl přepis vtipu o Jiřím Paroubkovi, který se, jak tvrdil v článku, dozvěděl od člena volebního štábu ČSSD. Právo oproti tomu věnovalo sociální demokracii podstatný prostor a na titulní straně uveřejnilo rozhovor s Jiřím Paroubkem. Opět lze vzhledem k rozdílnosti obou deníků uvažovat o výskytu agendy settingu a gatekeepingu.

---

<sup>112</sup> Howiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 85 -92

### 3.3.2 Studentské volby a složenka TOP 09 (10. – 15. května 2011)

V pondělí 10. května našly deníky dvě hlavní společná politická témata. První se týkalo propuštění muže, který na mítinku napadl místopředsedu ČSSD Bohuslava Sobotku, obě média postupovala shodně a kromě popsání důvodů propuštění zmínila vyjádření předsedy komunistů Vojtěcha Filipa, který prohlásil, že za agrese může konfrontační kampaň sociálních demokratů (Právo – s. 3, Útočník na Sobotku je na svobodě, MF Dnes – s. 4, Soud pustil útočníka na Sobotku z vazby). Druhý se věnoval negativnímu prohlášení prezidenta Václava Klause ohledně nových stran, ve kterém tvrdil, že vznikly na institutu přeběhlictví. Právo připojilo spekulace o možných povolebních koalicích (Právo – s. 1, Klaus: O vládě mohou rozhodnout i přestupy od Johna, MF Dnes – s. 5; Klausovi přeběhlíci z nových stran nevadí). Žádný ze sledovaných jevů nebyl v daných článcích nalezen. MF DNES navíc věnovala prostor programu KDU-ČSL (s. 4, Pro KDU-ČSL je ústředním tématem rodina). Právo zveřejnilo oficiální čísla, kolik utratily politické strany za volební kampaně (s. 3, Nejvíce utrácejí ČSSD a ODS), ani zde se deníky nedopustily žádného ze sledovaných jevů.

V článcích zabývajících se politikou dominovala 11. květnu deníku Právo opět volební kampaň sociálních demokratů a její problémy. Oba deníky shodně informovaly o novém zjištění, které se objevilo (s. 3, Bratr útočníka na Sobotku zastupitelem ČSSD), Právo přineslo navíc rozhovor s Bohuslavem Sobotkou, kde se redaktor Jan Rovenský ptá na místopředsedovi pocity a pokračování kampaně (s. 3, Soc. dem není nebezpečná, přesto se stala fackovacím panákem), dále se věnovalo i mítinkům (s. 2, Mítinky soc. dem. Pokračují, pivo teče, David zpívá), informovalo i o dalších detailech týkajících se aktuální situace v sociální demokracii (s. 4, ČSSD dál bojkotuje nepohodlná média). Právo se věnovalo na domácích stránkách i občanským demokratům (s. 2, Nečas představí jména do vlády, ODS zatím napíná; s. 4 Klaus naznačil, že by mohl znovu volit ODS).

Oba deníky se věnovaly i průzkumu volebních preferencí (Právo – s. 1, Median: Zemanovci by mohli mít jedenáct poslanců; MF Dnes – s. 1, Nové průzkumy – špatná zpráva pro socialisty; s. 4, Do vlády může mluvit i Zeman): „*Soc. dem. označila výsledky průzkumu za směšné a krajně nepravděpodobné,*“ napsal redaktor deníku Právo Lukáš Bek. Zmínil i možné koalice, pokud by volby dopadly podle průzkumu.

MF Dnes oproti tomu konfrontovala s průzkumem Miloše Zemana a oslovila také sociologa agentury Median. Kromě nepoměru zpráv o konkrétních stranách a rizikového hodnotícího informování (11. května především v deníku Právo) nebyl nalezen žádný ze sledovaných jevů.

Oba deníky dvanáctého května komentovaly na zpravodajských stranách návrhy volebního lídra ODS Petra Nečase na sestavení vlády a odlišně interpretovaly jeho záměry (MF Dnes – s. 6, Nečas z „vlády“ škrtnul Langera i Gandaloviče. Vážně, či naoko?): *„Petr Nečas udělal krok, k němuž předtím vedení strany nenašlo odvahu: upozadil Ivana Langera a Petra Gandaloviče, byl symbolicky.“* Zatímco MF Dnes z hlediska použitých jazykových prostředků popsala postup Nečase jako hrdinský čin, Právo ho označilo za akt strachu (s. 2, Nečas se obešel bez Langra, Gandaloviče i Julínka): *„Lídr ODS Petr Nečas v seznamu spolustraníků, kteří aspirují na případný vstup do vlády, postupoval obezřetně. V takzvaném kompetenčním týmu jsou převážně nekontroverzní politici. Podle očekávání se v nominacích neobjevili místopředsedové Ivan Langer, ...“* Kontext obou zveřejněných zpráv i jejich formulování vede k závěru, že se oba deníky mohly v tomto případě dopustit manipulativních praktik – tedy ovlivnit publikum.

Druhá zpráva s naprosto odlišnou interpretací se týkala takzvaných studentských voleb<sup>113</sup>. Sociálně demokratičtí hejtmani vyzvali, aby byly zveřejněny jejich výsledky, ačkoli ČSSD proti konání akce před reálnými volbami s předstihem protestovala<sup>114</sup>. Rozdíly mezi vybranými deníky se objevily především v interpretaci okolností – zatímco Právo danou informaci označilo snahu o zrušení studentských voleb jako pokus o zabránění nekalému politickému boji a prezentovalo názor předsedy Asociace krajů Michala Haška (s. 2, Hejtmanům nevadí zveřejnění studentských voleb nanečisto): *„Celou dobu se nám podsouvá, že ČSSD měla mít obavy. To musím striktně odmítnout. Projekt jsme podpořili s vědomím toho, že může mít jakékoliv výsledky.“*, MF Dnes

<sup>113</sup> Studentské volby 2010 pod záštitou organizace Člověk v tísni proběhly 26. až 28. dubna 2010 na gymnáziích, středních odborných školách a středních odborných učilištích. Jejich úkolem bylo zjistit stranické preference u studentů starších patnácti let, z nichž většina ještě nemá volební právo. ([www.jedensvetnaskolach.cz](http://www.jedensvetnaskolach.cz), cit. 14. 4. 2011)

<sup>114</sup> Ministerstvo školství dokonce projekt nezaštitilo v reakci na kritiku hejtmanů ČSSD. (například <http://aktualne.centrum.cz/domaci/zivot-v-cesku/clanek.phtml?id=665417>, 8. 4. 2010, cit. 14. 4. 2011)

navíc popsala jejich původní snahu zabránit zveřejnění výsledků (s. 2, Hejtmani ČSSD chtějí odtajnit studentské volby).

Šéfredaktor MF Dnes 13. května zvolil jako den pro bojkot politika Jiřího Paroubka, který odmítnul před volbami komunikovat s některými médii. Právo přineslo informaci o zahájení volebních spotů vysílaných na veřejnoprávní televizi. Zprávu MF Dnes zveřejnila o den dřív. Právo věnovalo na rozdíl od Mladé fronty Dnes pozornost popisu klipů velkých stranických uskupení, do kontrastu postavilo „*pozitivně naladěný*“ klip sociální demokracie a „*negativní kampaň*“ TOP 09 a ODS (s. 2, Klipy v TV: vtíp, nuda i strašení. A kníže je admirál). Oba deníky shodně informovaly o volební kampaň TOP 09, v rámci které rozesílala strana do schránek složenky s výzvou k úhradě veřejného dluhu (Právo – s. 2, Kalousek rozesílá výstražné složenky, varuje před dluhem; MF Dnes – s. 2, Kalousek rozesílá složenky s dluhem).

Pro 14. května vybraly deníky pro zveřejnění na domácích stranách několik témat: Kalouskovu složenku, zrušení hlídek VV<sup>115</sup>, obavy Ivana Langra z ODS z útoku na Petru Paroubkovou a výsledky studentských voleb. Oba deníky se věnovaly i Paroubkovu bojkotu některých médií<sup>116</sup>. MF Dnes připomněla na domácích stranách odvetu, kterou deník připravil předchozí den, a zveřejnila avízo na diskuzi čtenářů, ve které se ptala, zda Jíří Paroubek čtenářům chyběl (s. 1, Paroubek čtenářům MF DNES nechyběl). Právo zopakovalo informaci, ve které připomnělo Paroubkův bojkot, přitom podobný článek zveřejnilo už 11. května (s. 4, ČSSD dál bojkotuje nepohodlná média) a informaci zveřejnilo poprvé už 7. května (s. 1, ČSSD chce z náměstí do fabrik). Studentským volbám věnovala větší pozornost MF Dnes, které se podařilo získat kompletní výsledky, zároveň se dopustila ovlivňujícího hodnocení, které vyvolává negativní konotace vůči ČSSD (s. 1, Fiasko ČSSD u studentů: 5,27): „*Představitelé ČSSD pravděpodobně tušili, že to u studentů nejspíš nevyhrají. Projekt Člověka v tísní se proto snažili zastavit - středočeský hejtman David Rath začátkem dubna napsal ředitelům „svých“ škol dopis, ve kterém projekt označil za nevhodnou aktivitu a pořádání stínových voleb za porušení školského zákona.*“

<sup>115</sup> Strana Věci veřejné v rámci volební kampaně vysílala do pražských ulic hlídky, které měly řešit například otázky bezdomovectví a rušení nočního klidu (například [www.parlamentnilisty.cz/zpravy/163814.aspx](http://www.parlamentnilisty.cz/zpravy/163814.aspx), 23. 4. 2010, cit. 14. 4. 2011)



Politické informace na domácích stránkách vybraných deníků 15. května především opakovaly informace z předchozího dne a rozšiřovaly je. Hlavními předvolebními tématy byly studentské volby a takzvaná Kalouskova složenka. Zatímco Právo teprve zveřejnilo výsledky studentských voleb jako takové, MF Dnes věnovala reakci sociálních demokratů (s. 4, ČSSD u studentů propadla, tak zpochybnila jejich volby): „*Sociální demokracie dennodenně zveřejňuje na zakázku dělané výzkumy veřejného mínění, které straně přisuzují jasné volební vítězství. Když však nezávislý 'průzkum' jménem Studentské volby 2010 nevyšel pro stranu příznivě, okamžitě jej označila za nedůvěryhodný.*“ V tomto případě lze vzhledem k užitým jazykovým prostředkům hodnotit text minimálně jako neobjektivní prezentaci. Druhým již zmiňovaným společným politickým tématem byla složenka TOP 09. Podle deníku Právo její doručení zaskočilo mnoho lidí a volají na tísňové linky policie (s. 5, Lidem je zle z pravdy, hájí Kalousek fiktivní složenky), podobně popsala důsledky volební kampaně TOP 09 i MF DNES (s. 1, Lidé volají policii kvůli složenke od Kalouska). MF Dnes ovšem kromě konstatování, že složenka „*vyděsila lidi*“ zároveň také volební kampaň TOP 09 částečně již v rámci zpravodajství hájila: „*Od roku 2005 se státní dluh zdvojnásobil. A může být rychle huř. Složenky sice nemusí být nejlepším nápadem, jak na dluh upozornit, ale lidé si závažnost dluhu uvědomují. Podle průzkumu společnosti Impos Tambor ho považuje za reálnou hrozbu 91 procent z více než tisícovky dotazovaných.*“ Podobné jevy lze z hlediska užitých formulací označit za neobjektivní až manipulativní.

---

<sup>116</sup> Jiří Paroubek 7. května po útoku na Bohuslava Sobotku obvinil takzvaná pravicová média z podněcování nenávisti proti sociálním demokratům a rozhodl se neodpovídat na jejich dotazy. (např. <http://hn.ihned.cz/c1-43215220-paroubek-hraje-vabank-a-pritvrzuje>, 7. 5. 2010, cit. 14. 4. 2011)

### 3.3.3 Povodňová solidarita a „tajné“ schůzky (17. května – 22. května)

Právo se rozhodlo 17. května pokračovat v informování o volební kampani TOP 09. Zveřejnilo rozhovor s místopředsedou strany Miroslavem Kalouskem (s. 1, Kalousek: Lepší, když se důchodci leknou teď, než až bude pozdě) : „*A pokud budou lidé volit politiky, kteří jim budou slibovat nové a nové výdaje, tak je potřeba, aby věděli, že si na tu složenku budou psát stále vyšší a vyšší číslo. A že ten dluh stejně jednou budou muset zaplatit.*“ Srovnání daného vyjádření s odborně popsányi technikami manipulace vede k závěru, že Miroslav Kalousek ve svém vyjádření použil již zmiňovanou techniku zneužití strachu<sup>117</sup>. Společné politické téma, které by bylo možné komparovat, tentokrát deníky nenašly.

Mladá fronta Dnes zveřejnila 18. května v rámci zpravodajských stran speciál Volby 2010. Z hlediska resortů jako je zdravotnictví, sociální věci, finance vyhodnotila volební programy politických stran, kterým průzkumy přiznaly šanci získat poslanecká křesla. V několika případech se dopustila hodnocení, v jiných se striktně držela faktů. Pro příklad lze uvést ukázkou ze zveřejněné charakteristiky volebních lídrů (s. 6, Lídři osmi stran a jejich lidé... aneb Víte, koho volíte?):

- Jiří Paroubek: „... *V práci se projevoval autoritářsky, rád dlouze řečnil a nerad naslouchal...*“
- Petr Nečas: „... *V ODS býval výjimkou – je skromný a neúplatný solitér, který se neopíral o žádné mocenské křídlo...*“
- Karel Schwarzenberg: „... *Knihy nepíše, zato chrlí bonmoty o poznání lepší než Miloš Zeman...*“
- Radek John: „... *Šprt a mediální chrt...*“

Výše uvedené charakteristiky beze sporu hodnotí a vyvolávají jak negativní, tak pozitivní konotace. Například výraz řečnit je možné v daném kontextu považovat za expresivní, tedy významově blízký výrazům žvanit, tlachat, jalově mluvit<sup>118</sup>. Naopak přídavná jména neúplatný a skromný v daném kontextu vyvolávají pozitivní konotace.

<sup>117</sup> Howiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 100

<sup>118</sup> Filipec, J., Daneš, F., Machač, J., Mejstřík, V.: *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*. Praha: Academia, 2001, s. 372

I další dvě charakteristiky jsou výrazově emocionálně výrazně zbarvené a hodnotící. Jejich zveřejnění v tomto znění vede k závěru, že deník v daném případě opět mohl ovlivnit publikum.

Oba deníky dále v titulku uvedly prognózu Petra Nečase z ODS, že vláda bude po volbách sestavena do dvou měsíců (MF Dnes – s. 4 „Vláda bude do měsíce, do dvou,“ tipuje Nečas; Právo – s. 4, Nečas: Vláda po volbách vznikne rychle). Zatímco Právo oslovilo s dotazem na stejné téma i další lídry, MF DNES se namísto toho věnovala bulvárnějšímu popisu předvolebních kampaní Petra Nečase a Jiřího Paroubka. Oba deníky též informovaly o přerušení volebních kampaní stran kvůli povodním (MF Dnes – s. 2 Politici: Peníze za mítinky rozdáme; Právo – s. 2, Strany kvůli záplavám přerušily kampaň). Danou strategii politických stran je možné označit za propagaci činem, kterou dále oba deníky prezentovaly. Zveřejnily však vyjádření obou největších politických stran ODS a ČSSD a snažily se o vyváženost. I přesto otištění následujícího prohlášení v deníku Právo vede k závěru, že zpravodajství mohlo ovlivňovat a mělo tedy manipulativní charakter a útočilo na emoce: „*Věřím, že tento projev solidarity s lidmi, kteří se ocitli v nelehké situaci, přinese další pěknou částku. Já a moje žena Petra přispějeme každý 15 tisíci korunami,*“ uvedl Paroubek.“

19. května se deníky především kvůli aktuální povodňové situaci věnovaly politice velmi okrajově, MF Dnes zveřejnila vlastní anketu, ve které oslovila necelých 700 vybraných osobností a zjišťovala, koho budou volit. Právo zveřejnilo volební model pro Moravskoslezský kraj. Dalším společným tématem bylo zasedání Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR. Zatímco Právo rozebralo na stranách domácího zpravodajství chování politických stran při hlasování o navýšení příspěvků pro ženy na mateřské dovolené (s. 1, Maminky na mateřské dovolené si polepší o tisíce), MF Dnes komentovala snahu socialistů díky tématu nabrat politické body (s. 8, Nečas nechal Sněmovnu Paroubkovi a odjel na Moravu): „*Poslanci si ale možná spočítali, že se do hlavních zpráv kvůli povodním nedostanou, a své emoce krotili. ODS navíc jednání ignorovala a Paroubkův hlavní soupeř Nečas se schůze vůbec nezúčastnil.*“ Zveřejnění dané zprávy ukazuje na typický příklad gatekeepingu.

Deník MF Dnes se věnoval 20. května schůzce manželky volebního lídra sociálních demokratů Jiřího Paroubka s volebním manažerem Věcí veřejných Vitem

Bártou (s. 1, Tajné schůzky: ODS a ČSSD se perou o Johna; s. 2, První dáma ČSSD vyjednává). Už samotné zveřejnění zprávy při předvolebním boji vede k závěru, že zpráva má manipulativní charakter, protože se jedná o jasný vzkaz pro voliče, že Věci veřejné vnímají konkurenti jako silného soupeře a možného partnera. Právo informovalo o omylu Petra Nečase, který obvinil z nečinnosti při povodních hejtmana z ČSSD Jaroslava Palase (s. 3, Nečas se trefoval do Palace, spletl si ho), MF Dnes tuto informaci v rámci domácích stránek vůbec nezveřejnila, lze se domnívat, že se opět jedná o gatekeeping. Právo zmínilo Nečase i jako aktéra nepovedené snahy o boj proti propojení politiky a funkcí ve státním či soukromém sektoru (s. 1, Nečas vyděsil ODS žádostí o odchod z firem, poté cukl): „*Mnozí poslanci se **pod příslibem anonymity** pro Právo vyjádřili, že je požadavek velmi překvapil. 'Vyvolalo to zděšení,' řekl jeden z nich.*“ Howiecki označuje užití takové zdroje za zveřejnění neověřené informace, protože ověřit takovou zveřejněnou zprávu není téměř možné<sup>119</sup>.

Deník Právo zveřejnil 20. května průzkum agentury SANEP, která se zabývala volební kampaní TOP, respektive složenkou s žádostí o zaplacení dluhu, kterou strana rozesílala do schránek (s. 6, Průzkum: složenka rozdělila národ, líbí se hlavně mladým). Deník MF Dnes informaci vynechal, lze tedy usuzovat gatekeeping, a zároveň je možné podotknout, že ze stany TOP 09 se jednalo o dobrý marketingový tah, protože se díky netradiční kampani dostala na víc než týden do popředí zájmu médií. Oba deníky se věnovaly 20. května také nejnovějšímu průzkumu veřejného mínění, které zveřejnilo Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM), MF Dnes (s. 2, ČSSD zvyšuje náskok, levici to ani tak nemusí stačit) i Právo (s. 5, CVVM: ODS padá, TOP 09 před KSČM) výsledky prezentovaly s mírnou odlišností, u MF Dnes lze uvažovat o manipulaci pomocí titulku. Zatímco formulace „*ODS padá*“, vede k závěru, že je pro pravicovou stranu vše ztraceno, titulek „*ČSSD zvyšuje náskok, levici to ani tak nemusí stačit*“ naopak působí optimisticky. Užití daných jazykových prostředků v kontextu opět vede k závěru, že dané články mohly ovlivnit čtenáře.

Právo se s denním zpožděním oproti MF Dnes zveřejnilo 21. května informaci o schůzce Petry Paroubkové s Vitem Bártou. V informování obou deníků byly podstatné rozdíly, MF Dnes schůzku popsala jako součást vyjednávání o budoucí možné vládě

<sup>119</sup> Howiecki, M., Zasepa, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 85-92

(s. 2, První dáma ČSSD vyjednává), ačkoli to její mediální poradce Jaromír Soukup popřel a sociální demokraté na dotazy deníku neodpověděli. Právo oproti tomu zveřejnilo informaci, že volební manažer Bárta neměl k vyjednávání souhlas vedení strany a deník (přes zavádějící titulek o „ořukávání konkurentů“) citoval i manžele Paroubkovi, kteří schůzku označili za náhodné setkání (s. 1, Radek John: Za Věci veřejné nejedná manažer Bárta, ale já; s. 1, Hrozí pat a ODS s ČSSD si ořukávají Věci veřejné). Druhým společným tématem bylo setkání bývalého premiéra za ODS Mirka Topolánka s Jiřím Paroubkem, o kterém prvotně informoval server Aktuálně.cz<sup>120</sup>. Užití daných jazykových prostředků vede k závěru, že ze strany socialisty Paroubka se jednalo o předvolební propagandu činem, protože lze usuzovat, že zprávu nechal uniknout záměrně. MF Dnes přinesla navíc rozhovor s manželkou volebního lídra ODS Petra Nečase (s. 3, Radka Nečasová: Neskrývám se, svou roli zvládnou) a srovnání manželek Nečase a Paroubka (s. 3, Jedna na mítinku, druhá v kuchyni), věnovalo se i dalšímu průzkumu veřejného mínění, které vypracovala přímo pro deník agentura Median (s. 2, Premiér? Klidně i Radek John, říkají lidé). Zjišťovala, kteří politici by měli podle voličů získat premiérské křeslo, kteří naopak odejít a které strany si lidé nepřejí v Poslanecké sněmovně Parlamentu České republiky. Ačkoli průzkum dopadl pro sociální demokracii poměrně pozitivně, rozhodla se MF Dnes věnovat titulní článek výsledku jejího volebního lídra Jiřího Paroubka (s. 1, Nová starost ČSSD: odpor k Paroubkovi), u kterého žádaly v průzkumu dvě pětiny lidí konec politické kariéry. Na Jiřího Paroubka se deník zaměřil i přesto, že například v rámci dotazu na nejméně oblíbenou stranu nejvíc účastníků průzkumu označilo občanské demokraty. Jednu informaci tedy deník velmi výrazně upozadil oproti jiné, což vede k závěru, že se jedná o typický příklad ovlivnění čtenáře pomocí agenda setting.

Na rozdíl od deníku Právo se Mladá fronta Dnes 22. května znovu vrátila k vyjednávání stran o možných koalicích, na titulní straně zveřejnila informaci o setkání hlavního volebního manažera ČSSD Jaroslava Tvrdíka, Víta Bárty a radního ODS v Praze 10 Tomáše Hrdličky (s. 1, Šedé eminence už vyjednávají o vládě): „*Tito tři se podle zjištění MF Dnes minulý týden sešli k jednání o možné povolební spolupráci. Schůzku redakci pod podmínkou zachování anonymity potvrdili dva lidé, kteří byli jednání přítomni.*“ Deník se opět odkazoval na nejmenované zdroje, v podobných

<sup>120</sup> [www.aktualne.centrum.cz/domaci/volby/lide/clanek.phtml?id=668760](http://www.aktualne.centrum.cz/domaci/volby/lide/clanek.phtml?id=668760) (cit. 15. 4. 2011)

případech je vždy na místě se v rámci mediální gramotnosti položit otázky, zda se schůzka opravdu uskutečnila i na to, v čím zájmu je její zveřejnění.

Právo na rozdíl od MF Dnes zveřejnilo aktivitu sociálně demokratických hejtmanů, kteří předložili ministrům výzvu k protipovodňové ochraně. Oba deníky se věnovaly jenom dvěma společným tématům: poslednímu týdnu volební kampaně a průzkumu, který se týkal oblíbenosti politiků. Kromě tematické odlišnosti (možný gatekeeping) žádný ze sledovaných jevů nebyl zaznamenán.

### **3.3.4 Předvolební týden (24. – 27. května 2010)**

MF Dnes přinesla v pondělí 24. května volební model, který získala objednávkou vlastního průzkumu veřejného mínění od společnosti Factum Invenio (s. 1, ČSSD ztrácí, ODS se zvedá), jeho výsledky ukázaly oproti předchozím průzkumům jiných agentur méně hlasů pro sociální demokraty, MF Dnes přesto v prvním dni předvolebního týdnu neoslovila žádnou politickou stranu s žádostí o reakci a lze se domnívat, že tak zabránila dalšímu možnému znehodnocení relativně objektivního zpravodajství. Právo věnovalo pozornost volební debatě v Nedělní partii televize Prima, která proběhla 23. května (s. 2, Paroubek – Nečas: první souboj skončil nezáživnou plichtou). Podle redaktora Oldřicha Dandy „*přinesl divákům nudu a neslanou, nemastnou plichtu*“, deník se věnoval i nedělní volební kampani ODS. MF Dnes zveřejnila rozhovor s manželkou Jiřího Paroubka. Rozhovor lze vnímat jako protipól interviu s manželkou Petra Nečase zveřejněného 21. května. Průsečíky politických témat na domácích stranách tentokrát nebyly nalezeny.

Úterý 25. května se české deníky v rámci domácího zpravodajství výrazně odlišovaly. Právo převzalo průzkum zadaný právě MF Dnes a zveřejnil pouze reakci vedoucího marketingu sociálních demokratů Petra Dimuna, který jeho výsledky bagatelizoval (s. 2, Volby: pravice chytá druhý dech), analýza otištěných textů a kontextu vedou k závěru, že se mohlo v daných případech jít o jevy agenda setting či gatekeeping. Jediným společným tématem obou deníků bylo 25. května vítězství hokejistů v mistrovství světa ve spojení s politikou, zatímco MF Dnes konstatovala, že volební lídr ODS poblahopřál hokejistům (s. 4, „Bohatí se obejdou bez kaviáru,“ říkal Paroubek), deník Právo fakt označil za zneužití sportovního triumfu (s. 5, Zlatí

hoši, píší politici. Šilhají po hokejistech): „*Politiky týden před volbami jasně zastínili hokejisté svým mistrovským titulem. Představitelé stran však neváhali a hned sportovního triumfu využili. Blahopřejný dopis s oslovením 'zlatí hoši' poslal lídr ODS Petr Nečas.*“ Deník ale zároveň v článku o smrti zpěváka Petra Muka na vedlejší straně sám kritizované prezentoval (s. 4, Pro kolegy je to nepochopitelné): „*Soustrast rodině zesnulého zpěváka vyjádřil i předseda ČSSD Jiří Paroubek. 'Odchod Petra Muka je velkou ztrátou české kultury, ale ještě větší ztrátou pro jeho rodinu. Chtěl bych proto vyjádřit pozůstalým, hlavně pak jeho manželce Evě a dceři Noemi, upřímnou soustrast.*“ Kontext zveřejněných článků vede k závěru, že by měly deníky s podobnou kritikou zacházet buď opatrněji, nebo se daných jevů souvisejících s manipulačními praktikami samy nedopouštět. Mladá fronta DNES se články zaměřila na sociální demokracii, především Jiřího Paroubka, který podle deníku „*vystoupil proti majetným*“ (s. 4, „*Bohatí se obejdou bez kaviáru,*“ říkal Paroubek; s. 6, *Volte ČSSD, burcuje Romy leták s popálenou Natálkou*). Opět lze usuzovat redakční gatekeeping.

Mladá fronta Dnes 26. května znovu připomněla Paroubkova prohlášení o majetných lidech (s. 1., Paroubkova iluze o pojídání kaviáru). Zmonitorovala trh s kaviárem v Česku, přičemž na základě faktů vyvrátila část jeho tvrzení z předchozího dne, které MF Dnes citovala: „*Kdo je bohatý, bude prostě platit víc. Tak si koupí méně kaviáru nebo menší auta. Oni to přežijou.*“ (25. 5. 2010, s. 4, „*Bohatí se obejdou bez kaviáru,*“ říkal Paroubek). Z kontextového rámce dění před volbami je možné usuzovat, že se jednalo o způsob odvety za bojkot vybraných médií, který předtím zavedl Jiří Paroubek, a zároveň zveřejnění takového článku mohlo ovlivnit publikum.

Právo se věnovalo sporu mezi volebním lídrem Strany zelených a Věcí veřejných (s. 2, Liška Johnovi: Pozor na Kšefty veřejné) a TOP 09, která prohlásila, že si nedovede představit po volbách koalici s ČSSD (s. 1, TOP 09 slíbila: se soc. dem. ne), použité jazykové prostředky vedou k závěru, že vyjádření Jiřího Paroubka pro deník odhalilo velmi často používanou techniku očeřování protivníka: „*Pan Kalousek není žádná **bohatá nevěsta**, aby říkal, s kým půjde, nebo nepůjde do koalice. Jsme přesvědčeni, že soc. dem. zvítězí ve volbách tak, že se bez něj obejde.*“ Podobně lze vnímat vyjádření volebního lídra TOP 09 Karla Schwarzenberga, který v prohlášení pro deník Právo pro část ODS použil označení vyvolávající negativní konotace – „*kmotr*“

v jeho expresivním významu připodobňujícím určitou osobu k šéfovi mafie. Deníky opět nenašly na domácích stránkách společné téma týkající se voleb.

Poslední den před volbami (27. května) bylo možné u deníků najít na domácích stránkách hned několik tematických průsečíků: věnovaly se podpoře stran hokejovými hvězdami, posledními škrty na kandidátkách i posledním předvolebním debatám. Hodnocení se tentokrát dopustilo v menší míře Právo (s. 2, Paroubek s Nečasem: nejdřív hádka, potom relativní smír): *„V Českém rozhlasu si oba šéfové často skákali do řeči a hned na začátku diskuse si vyměnili několik ostrých osobních invektiv. Nechybělo publikum, jehož součástí byli jak skalní příznivci soc. dem. s oranžovými šálami, tak členové Modrého týmu ODS. V závěru duelu přišel relativní smír.“* MF Dnes se věnovala bulvárnějšímu aspektu debaty – tedy vzájemnému obviňování a atmosféře (s. 2, „Jsem obyčejný člověk. Vy lovec sekretářek“): *„Oba lídři se včera do sebe tvrdě pustili v předvolební debatě Českého rozhlasu a nešetřili osobními útoky. ... Šéf ČSSD byl podrážděnější než jeho soupeř. Odsekával i lidem, kteří mu kladli dotazy...“* Mladá fronta Dnes v tomto případě znovu užila expresivní výraz, který může vyvolávat negativní konotace. Slovníková charakteristika výrazu odseknout jej popisuje jako ostrou a nezdvořilou odpověď<sup>121</sup>, což vede k závěru, že daná formulace může publikum ovlivňovat.

Druhým podstatným tématem byly škrty na kandidátkách (MF Dnes – s. 3, Věci veřejné: Pokuta 7 milionů za hlasování proti straně; MF Dnes – s. 2, ČSSD vyškrtla údajného „agenta“ pravice; Právo – s. 2 ČSSD škrtila, bála se dalšího Melčáka; Právo – s. 4, VV vyškrtly vzpurné kandidáty). V textech nebyl zaznamenán žádný ze sledovaných jevů.

---

<sup>121</sup> Filipec, J., Daneš, F., Machač, J., Mejstřík, V.: *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*. Praha: Academia, 2001, s. 238



### 3.4 Kontroverze jako klíč k přístupu do médií

Oba deníky se věnovaly v květnu spíše skandálům a zajímavostem než serióznímu informování o programech, dosažených úspěších a běžném politickém boji, pro malé strany bylo velmi obtížné stránky deníků obsadit a často byly zmiňovány jenom okrajově nebo v souvislosti s kontroverzním tématem – například hlídky Věcí veřejných, dluhová složenka TOP 09, trestní oznámení (například: MF Dnes 3. 5. 2010, – s. 5, Nejsem zloděj, říká John a žaluje ČSSD; Právo, 12. 5. 2010 – s. 4, Zemanovci žalují tři exministery) a podobně. Oba deníky shodně informovaly o menších politických stranách<sup>122</sup> mimo již zmiňovaných excesů pouze okrajově, zmiňovaly je ve většině případů pouze v souvislosti s průzkumy veřejného mínění (mimo například: Právo, 3. 5. 2010 – s. 3, Zelení zahájili kampaň; MF Dnes, 4. 5. 2010 – s. 4, Pro KDU-ČSL je ústředním tématem rodina). Nejmenší strany až na výjimky (Česká pirátská strana, Dělnická strana – později Dělnická strana sociální) nezmiňovaly deníky vůbec.

Oba deníky se často dopouštěly propagace vybraných politických stran. Právo věnovalo v měsíci květnu víc pozornosti i pozitivního hodnocení sociální demokratům (ačkoli se výskyty obou velkých politických stran v článcích početně příliš neliší, popisovaný nepoměr platí v rámci kvalitativní analýzy – zvláště vzhledem k souvislostem, v nichž jsou strany prezentovány nebo jenom zmiňovány), kteří se vyjadřovali jako jediná autorita například k nezaměstnanosti (6. 5. 2010 – s. 4, Nezaměstnanost v dubnu: 9, 2 procenta), volebního lídra ČSSD zmiňovalo například i v souvislosti s voličskými průkazy (26. 5. 2010 – s. 5, Voličské průkazy nejpozději dnes): *„Nejpozději dnes, ve středu, mohou voliči obecní úřad osobně požádat o vydání takzvaného voličského průkazu. ... Jedním z voličů, kteří tuto možnost využijí, je i předseda ČSSD Jiří Paroubek, který má trvalé bydliště v Praze, ale chce jít k volbám v Ústeckém kraji.“* Další ukázkou nejednotného přístupu byl například i rozhovor, při kterém redaktor oslovil v přepisu otištěném v novinách Jiřího Paroubka v úvodu *„pane předsedo ČSSD“* (21. 5. 2010 – s. 4, „ODS byla jako smečka vlků“), v ostatních otištěných prepisech rozhovorů s jinými respondenty se podobná oslovení v květnu neobjevila.

<sup>122</sup> Strany, které byly v květnu 2010 součástí PSP ČR nebo jim volební průzkumy připisovaly reálnou šanci poslanecká křesla získat – všechny kromě hlavních rivalů ODS a ČSSD.

V rámci srovnání deníků lze konstatovat, že MF Dnes oproti tomu výrazně stranila v květnu občanským demokratům a v některých případech například i TOP 09 a velmi ostře vystupovala proti ČSSD. Pro příklad lze znovu zmínit výše uvedenou charakteristiku Petra Nečase: „*je skromný a neúplatný solitér*“ (18. 5. 2010 – s. 6, Lídři osmi stran a jejich lidé... aneb Víte, koho volíte?), Mladá fronta také věnovala podstatnou část prostoru textům týkajících se Jiřího Paroubka. Užití ironie, gate keepingu a dalších prostředků vede k závěru, že tyto texty mohou v publiku vyvolávat negativní konotace a mohou ovlivňovat. Pro příklad lze uvést například články Píšťalka pro Paroubka (6. 5. 2010 – s. 3 Paroubka budou dál rušit píšťalky i ironické nápisy), informace o „*neúspěchu*“ při přednášce u studentů na ústecké univerzitě nebo i anketa, zda čtenářům chyběl.

### **3.4.1 Zjištěné druhy a techniky manipulace**

Rozdílný přístup byl u deníků zaznamenán především z hlediska jevů týkajících se účinků médií – gatekeepingu a agendy setting. Například deník Právo věnoval v květnu oproti MF Dnes větší prostor případu bratra bývalého ministra dopravy z ODS Aleše Řebíčka, informoval například i o tom, že soud odročil jeho případ o několik dnů a přitom znovu zopakoval všechny okolnosti včetně příbuznosti pachatele s členem ODS (5. 5. 2010 – s. 8, Proces s údajně úplatnými policisty nezačal). I na takové nepřiměřené sledování kauzy lze nahlížet jako na snahu očernit občanskou demokracii jako celek, naopak se lze zamýšlet nad tím, že menší pozornost věnovaná tomuto tématu v MF Dnes může znamenat přesně opačnou snahu.

Další příklady agendy setting či gatekeepingu bylo možné vysledovat i v případě prezentování výsledků průzkumů veřejného mínění, kterým noviny věnovaly podstatnou část politického předvolebního zpravodajství. V souvislosti s výsledky průzkumů je třeba zmínit ještě jeden jev, který s sebou u obou deníků může jejich zveřejnění přinášet. Deníky ve většině případu informovaly pouze o stranách, které podle průzkumů měly šanci a ne o těch ostatních, což vede autorku k závěru, že se dopouštějí také účinku spojeného s efektem spirály mlčení a technikou band wagon, které vedou ve většině případů k upozadění menšinového názoru a ztotožnění se s davem.

Další objevené techniky, které se v květnových vydáních deníků objevily, se týkaly očerňování protivníků, zveřejňování neověřených informací – respektive odkazování na „*zdroje, které si nepřejí být jmenovány*“, zneužití autority, které již byly zmíněny v rámci rozboru denní agendy MF Dnes a Právo. Z jejich častého používání lze vyvodit, že úzce souvisí také s politickou kulturou a vnímáním publika. V textech redaktorů se často vyskytovaly hodnotící prvky, které lze označit za zmíněné manipulační nebo manipulativní praktiky, tytéž se objevovaly i ve vyjádřeních samotných politiků, která novináři dále prezentovali čtenářům. Samozřejmě je možné si v tomto případě položit otázku, zda se jedná o záměrné užití vyjádření redaktorem, či politickou manipulaci prostřednictvím médií, politickou manipulaci médii nebo nezáměrnou náhodu.

Je třeba věnovat pozornost i termínům, které oba deníky poměrně běžně používali a naučili se je od politiků, patří mezi ně například výraz, který přinesla politická strana Věci veřejné – *politický dinosaur* (slovní spojení používala strana jako jedno z volebních hesel, což vede k závěru, že jeho užívání médii s sebou nese určitý způsob propagace politické strany), slovní spojení nadužívané sociálními demokraty – *obyčejný člověk* (zde se jedná o stejný případ jako u VV), výrazy *tunelář*, *kmotr* nebo *mafíán*. MF Dnes prezentovala (27. 5. 2010 – s. 2, „Jsem obyčejný člověk. Vy lovec sekretářek“) i termíny použité Jiřím Paroubkem v předvolební debatě Českého rozhlasu (dále prezentované oběma vybranými deníky), ve které označil Petra Nečase za *lovce sekretářek* a malé strany nazýval *pidistranami*.

Jak už bylo zmíněno, ve všech zmiňovaných případech s sebou právě jejich používání nese významný manipulační potenciál a jejich použití nahrává těm, kteří výrazy vymysleli. Podobný efekt přináší technika historické ztráty paměti – v případě květnových vydání deníku se jednalo spíše o zneužívání historie a záměrné zveličování, kdy především politici sociální demokracie používali přirovnání k historicky negativně vnímaným skupinám či postavám (například MF Dnes, 5. 5. 2010 – s. 6, Jste fašisti, spílal studentům Rath za „zastřelení“ Paroubka).

### 3.4.2 Výsledky voleb

Pro úplnost a komplexnější zhodnocení v závěru práce je nutné se věnovat i výsledkům voleb (tabulka 3) z hlediska stran sledovaných v rámci analýzy<sup>123</sup>.

TABULKA 3

strana	platné hlasy	hlasy v %
ČSSD	1 155 267	22, 08
KSČM	589 765	11, 27
KDU	229 717	4, 39
ODS	1 057 792	20, 22
SZ	27 831	2, 44
TOP	873 833	16, 70
VV	569 127	10, 88

*Vysvětlivky:*

KDU = KDU-ČSL, TOP = TOP 09

Z výsledků voleb lze usuzovat následující: podle kvalitativního výskytu informací o daných politických stranách lze vidět souvislost s úspěchem či neúspěchem daných politických stran. Strany, které byly zmiňovány pouze okrajově (jako Strana zelených a KDU-ČSL), nezískaly potřebný počet procent pro to, aby měly poslanecký mandát, naopak nové strany, které se díky stylu kampaně a dalším aspektům na stránkách vybraných deníků vyskytovaly, uspěly. Lze předpokládat, že podobný prostor jim věnovala i další média, což vede k závěru, že hlasy získaly částečně i díky kontroverzi a z toho vyplývající pozornosti novinářů (opět metody agenda setting a gatekeeping).

<sup>123</sup> <http://volby.cz/pls/ps2010/ps2?xjazyk=CZ> (cit. 26. 4. 2011)

***Shrnutí komparativní analýzy***

Samotná existence výskytu možných manipulačních praktik byla v rámci komparativní analýzy potvrzena. Z hlediska účinků lze konstatovat, že byly objeveny některé jevy, které mohou publikum ovlivňovat, v daných denících se během předvolebního období v měsíci květnu objevily agenda setting a gatekeeping, média se dopouštěla i dalších jevů, které lze považovat za užívání manipulačních technik. O jejich záměrnosti nelze rozhodnout. Lze ovšem vyslovit domněnku, že některé z nich vycházely z určitých sympatií k politickým stranám.

## Závěr

### **Zhodnocení poznatků a odůvodnění stanoviska k hypotéze**

Hypotéza, která byla stanovena pro vyvrácení nebo potvrzení, zněla:

*Existují určité rozdíly v informování deníků Mladá fronta Dnes a Právo, které je možné označit za problematické. Články o politicích v České republice, které v daných denících vycházejí na stránkách domácího zpravodajství, obsahují hodnotící tendence a liší se nejen obsahově, ale i tematicky.*

*Autoři zabývající se účinky médií popisují jevy, které se na stránkách deníků vyskytují. Některé z nich je možné nejen nalézt, ale i popsat a pojmenovat, není ovšem možné určit jejich záměrnost z hlediska předpokladu působení na publikum ani účelnost sdělení.*

Provedená komparativní analýza potvrdila, že první teze je platná a v rámci politického zpravodajství deníky vykazují rozdíly nejen ve výběru témat, ale i v jejich prezentaci. Rozdíly tematické i obsahové lze potvrdit. Druhou tezi lze též označit za platnou, ovšem s výjimkou posledního sdělení. Vzhledem ke zjištěnému faktu, že deníky o některých stranách informovaly spíše negativně a o jiných naopak pozitivně, nelze účelnost sdělení nejenom vyvrátit, ale ani vyloučit.

Kromě srovnání deníků z hlediska odlišného přístupu k informování se analýza zaměřila i na odhalování jevů, které s sebou nesou riziko ovlivnění publika. Nalezené formy agendy setting a gatekeepingu se týkají nejen již zmíněného zázemí deníků, ale i systematického informování o zajímavostech a skandálech, které přinášejí politickým stranám bezplatnou reklamu – pokud porovnáme pomocí subjektivního pohledu kvalitativní výskyty informací o politických stranách (tedy nejen výskyt, ale jeho výpovědní hodnotu) s výsledky voleb, ukazuje se, že jsou si velmi podobné. Podstatnou součástí agendy deníků byly i informace o průzkumech veřejného mínění, které jsou též zdrojem manipulačního potenciálu, akademici je zmiňují především v souvislosti se spirálou mlčení a lze je vnímat i v souvislosti s band wagon efektem. V obou denících

lze objevit i další jevy s možným užitím technik manipulace, z nichž některé přímo souvisí s úspěšnou rétorikou politiků, jejichž sdělení média dále prezentují.

### ***Přístupy k problematice a navrhované možnosti řešení***

Na závěr je podstatné si položit otázku, jak se získanými údaji dál pracovat. Je třeba si uvědomit, že změna myšlení redaktorů a jejich nadřízených je velmi nepravděpodobná, protože by s sebou nesla úvodní přiznání určité předpojatosti či manipulace. Navíc publikum daných deníků je zvyklé na určité standardy a změny ve zpracování informací by byly z hlediska ekonomického zázemí daných novin rizikové, a to především proto, že současná čtenářská obec vybraných deníků se skládá převážně z lidí v produktivním až důchodovém věku, což vede k předpokladu, že není možné očekávat jejich výrazné naklonění změnám.

Navíc je třeba konstatovat, že právě způsob zpracování charakterizuje dané deníky, proto nelze změny očekávat ani z tohoto důvodu. Je věcí profesního a etického zázemí jednotlivých redaktorů, zda jsou ochotni se poučit a svůj přístup ke zpracování témat změnit, dalším aspektem je i jejich zázemí z hlediska vedoucích pracovníků. Politické zpravodajství je velmi specifické svým přístupem k objektivitě a jak již bylo konstatováno v úvodu, otázka objektivit je natolik složitá a problematická, že zřejmě nelze očekávat, že by bylo možné ji vyřešit.

Pro eliminaci negativních vlivů rizikových jevů v rámci politického zpravodajství by mohlo navíc posloužit také zlepšení informovanosti publika a jeho lepší znalosti mediálního produktu. Pokud bychom tedy hledali řešení, jak zabránit negativnímu působení deníků na publikum v budoucnosti, významnou roli by měla v tomto ohledu převzít mediální výchova a rámcově získání mediální gramotnosti. Další aspektem, který by mohl situaci pomoci zlepšit, jsou lepší politická i mediální kultura, které by ovšem znamenaly radikální změnu myšlení celé společnosti, což nelze předpokládat. Mělo by tedy být úkolem mediálních odborníků, aby rizikové účinky médií popisovali ve větší míře a upozorňovali na ně jak v odborné literatuře, tak i laickou veřejnost, což je v současnosti jediná alternativní možnost, která by mohla v kooperaci s mediální výchovou zabránit ovlivňování publika.

Na závěr je potřeba znovu připomenout, že výskyty jevů s možnými negativními či manipulativními účinky jsou ideologické podstaty, stejně jako manipulace jako taková a je tedy otázkou vkusu a mediální gramotnosti, zda si publikum deník pořídí a zda na něj záměrné či nezáměrné vlivy obsažené v textech působí. Právě rozvoj těchto schopností by měl být stěžejním úkolem budoucnosti.



## Summary

In the introduction, the thesis defined terms in the media communications field, sociology, psychology and other fields related to media exposure. It also focused on the intentionality of the effects of the media and on the types and techniques of manipulation. It also characterized some of the terms from political science associated with media communications and with the presentation of politicians in the media. It specified the defense and control mechanisms which are supposed to prevent negative effects of the media. It stated that in the Czech Republic, the issue is considerably variable and depends on the current situation and the momentary mood of the audience. Within the comparative analysis in the considered period, the existence of the problematic phenomena associated with manipulating practices, whose deliberateness cannot be confirmed nor denied, was confirmed.

## Použitá literatura

### Seznam literatury

BENDA, J.: *Vlastnictví periodického tisku v České republice 1989 – 2006*. Praha: Karolinum, 2007, s. 267, ISBN 978-80-246-1387-1

BITTMAN, L.: *Mezinárodní dezinformace*. Praha: Mladá fronta, 2000, s. 358, ISBN 80-204-0843-6

DeFLEUR, M.: BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, S.: *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1996. s. 364, ISBN 80-7184-09-8

DOUBRAVOVÁ, J.: *Sémiotika v teorii a praxi*. Praha: Portál, 2002, s. 160, ISBN 80-7178-566-0

FILIPEC, J., DANEŠ, F., MACHAČ, J., MEJSTRÍK, V.: *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*. Praha: Academia, 2001, s. 648, ISBN 80-200-0493-9

GRÁC, J.: *Persuázia: Ovpływňovanie človeka človekom*. Martin: Osveta, 1985, s. 376, ISBN 70-042-85

HOWIECKI, M., ZASEPA, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava: Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 183, ISBN 80-224-0740-2

JACOBS, L. R., SHAPIRO, R. Y.: *Politicians Don't Pander (Political Manipulation and The Loss of democratic Responsiveness)*. Chicago: The University of Chicago Press, 2000, s. 425, ISBN 0-226-38983-9

JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B.: *Masová média*. Praha: Portál, 2009, s. 416, ISBN 978-80-7367-466-3

JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B.: *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007, s. 208, ISBN 978-80-7367-287-4

KONČELÍK, J., VEČEŘA, P., ORSÁG, P.: *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 2010, s. 344, ISBN 978-80-7367-698-8

KRAUS, J.: *Rétorika a řečová kultura*. Praha: Karolinum, 2010, s. 192, ISBN 978-80-246-1829-6

McNAIR, B.: *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004, s. 182, ISBN 80-7178-840-6

McQUAIL, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999, s. 447, ISBN 80-7178-714-0

MÍČIENKA, M., JIRÁK, J. a kol.: *Základy mediální výchovy*. Praha: Portál, 2007, s. 295, ISBN 978-80-7367-315-4

NAKONEČNÝ, M.: *Sociální psychologie*. Praha: Academia, 1999, s.287, ISBN 80-200-0690-7

- OSVALDOVÁ, B., HALADA, J. a kol.: *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999, s. 256, ISBN 80-85983-76-1
- RAMONET, I.: *Tyranie médií*. Praha: Mladá fronta, 2003, s. 232, ISBN 80-204-1037-6
- REIFOVÁ, I. a kol.: *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, s. 328, ISBN 80-7178-926-7
- ŘÍCHOVÁ, B.: *Úvod do současné politologie*. Praha: Portál, 2007, s. 208, ISBN 978-80-7367-348-2
- TRAMPOTA, T.: *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006, s. 191, ISBN 80-7367-096-8
- VYBÍRAL, Z.: *Psychologie lidské komunikace*. Praha: Portál, 2000, s. 263, ISBN 80-7178-291-2

## Další prameny

- BURSÍK, T.: *Třetí odboj a skupina bratří Mašínů*. In: Mašín, C., Mašín, J., Paumer, M.: *Cesta na severozápad*. Praha: Academia, 2010, s. 295, ISBN 978-80-200-1830-4
- FERANEC, I.: *Nesnesitelná lehkost informování* [online], 27. 11. 2003, [www.blisty.cz/art/16078.html](http://www.blisty.cz/art/16078.html)
- JIRÁK, J.: *Mediální výchova – inspirace k realizaci* [online], 07. 09. 2004, <http://clanky.rvp.cz/clanek/s/Z/87/MEDIALNI-VYCHOVA-%E2%80%93-INSPIRACE-K-REALIZACI.html/>
- JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B.: *Mediální studia a předmět jejich zájmu* [online], 30. 4. 2006, [www.rvp.cz/clanek/282/542](http://www.rvp.cz/clanek/282/542)
- RAMBOUSEK, O.: *Jenom ne strach*. Praha: Nezávislé Tiskové Středisko, 1990, s. 174, ISBN 80-85196-02-6
- STRAŇÁKOVÁ, B.: bakalářská práce *Manipulační praktiky v českých médiích po roce 1989*. Praha: UJAK, 2009
- VÁGNER, I.: *Televizní zprávy – psychický nátlak?* Praha: Argo, 1997, s. 150, ISBN 80-7203-160-0
- ZÁKON č. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon) [online], <http://zakony-online.cz/?s128&q128=all>

**Internetové zdroje**

Aktuálně.cz [online], [www.aktualne.cz](http://www.aktualne.cz)

Český rozhlas [online], [www.rozhlas.cz](http://www.rozhlas.cz)

Česká televize [online], [www.ceskatelevize.cz](http://www.ceskatelevize.cz)

Člověk v tísni/ Jeden svět na školách [online], [www.jedensvetnaskolach.cz](http://www.jedensvetnaskolach.cz)

Deník Referendum [online], [www.denikreferendum.cz](http://www.denikreferendum.cz)

Hospodářské noviny [online], [www.ihned.cz](http://www.ihned.cz)

Lidové noviny/Lidovky.cz [online], [www.lidovky.cz](http://www.lidovky.cz)

MediaINSIDER.net [online], [www.mediainsider.net](http://www.mediainsider.net)

Mediální archiv Media a.s. [online], [www.mediasearch.newtonit.cz](http://www.mediasearch.newtonit.cz)

Mediální skupina MAFRA [online], [www.mafra.cz](http://www.mafra.cz)

Median s.r.o [online], [www.median.cz](http://www.median.cz)

Mladá fronta Dnes/iDNES.cz [online], [www.idnes.cz](http://www.idnes.cz)

Parlamentní listy [online], [www.parlamentnilisty.cz](http://www.parlamentnilisty.cz)

Předplatitelský portál MF DNES [online], [www.epaper.mfdnes.cz](http://www.epaper.mfdnes.cz)

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání [online], [www.rrtv.cz](http://www.rrtv.cz)

Syndikát novinářů [online], [www.syndikat-novinaru.cz](http://www.syndikat-novinaru.cz)

Volby.cz [online], [www.volby.cz](http://www.volby.cz)

## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1: Prohlášení ministra financí Miroslava Kalouska k údajné nahrávce pořizené na setkání šéfredaktorů deníků (text)**

**Příloha č. 2: Titulky deníků Mladá fronta Dnes a Právo v analyzovaném období (seznam)**

## Přílohy

### **Příloha č. 1: Prohlášení ministra financí Miroslava Kalouska k údajné nahrávce pořizené na setkání šéfredaktorů deníků (text)**

Mladá fronta, Lidové noviny a Blesk zveřejnily informaci, že disponuji "tajnou nahrávkou" ze setkání šéfredaktorů řady českých médií. Rád bych proto veřejnosti vysvětlil, jak tato informace vznikla. Žádnou nahrávkou nedisponuji a žádná nahrávka neexistuje (alespoň o žádné nevím). Disponoval jsem pouze kusými a neověřenými informacemi, že šéfredaktoři řady českých deníků se scházejí, aby koordinovali mohutnou mediální kampaň proti penzijní reformě, zejména pak proti sjednocování sazeb DPH, které by výrazně ovlivnilo zisk jejich vydavatelů. Abych si tuto informaci ověřil, dovolil jsem si v soukromém telefonickém rozhovoru celkem průhlednou mystifikaci vůči šéfredaktorovi MF Dnes Čásenskému.

Z jeho reakce jsem si svoje informace nejen ověřil, ale získal i zajímavé podrobnosti z uskutečněné schůzky. To, že šéfredaktoři MF Dnes a LN v obavách před avizovaným zveřejněním nahrávky zahájili obrannou bubnovou palbu a soukromý telefonní rozhovor zveřejnili, už byl bonus, který jsem neočekával. Jsem ale velmi rád, že tak učinili. Veřejnost by měla vědět, že veřejná diskuze o penzijní reformě je zásadním způsobem ovlivněna ekonomickými zájmy vydavatelů novin. Ve veřejném prostoru tak dochází k paradoxní situaci: některé tituly, které léta oprávněně kritizují politickou reprezentaci za to, že nepřesouvá zdanění práce do nepřímých daní, dnes proti tomu protestují. Důvod je jediný: vydavatel si spočítal dopad tohoto opatření do své ekonomické bilance a zavelel k opačným názorům.

V žádném případě jsem se nedopustil (jak se vyjádřil šéfredaktor LN Balšínek) útoku na svobodu tisku. Je naopak na zváženu, zda skutečným útokem na svobodu tisku není řízení veřejné diskuze tak, aby byly upřednostněny zájmy vydavatelů novin, ve kterých diskuze probíhá. Ekonomické výsledky vydavatelů jsou jistě důležitým argumentem a já ho nezpochybňuji. Česká vláda má však za povinnost zajistit dlouhodobou finanční stabilitu důchodového systému pro všechny dnešní i budoucí seniory. V tom se zjevně zájmy vlády a některých šéfredaktorů budou výrazně rozcházet.

Miroslav Kalousek,  
ministr financí ČR

**Příloha č. 2: Titulky deníků Mladá fronta Dnes a Právo v analyzovaném období  
(seznam)**

**3. května**

PRÁVO

Politici na nemocenské? Jen bílé vrány  
Klaus: ODS nenastartovala  
VV vyslaly do Prahy hlídky  
Hlasy na prvního máje sbírala nejen levice  
Výsledky voleb nanečisto: levice propadla  
Havel: Klaus má potřebu provokovat  
John žaluje ČSSD  
Bobošíková spílala EU i Havlovi  
Kovářová by dětské vrahy soudila jako dospělé  
Zelení zahájili kampaň  
Exstarosta Žabovřesk Kvapil vyšel z vazby  
Arcibiskup Otčenášek slavil devadesátiny  
Petice za návrat seriálu Nejmladší z rodu Hamrů

MF DNES

ČSSD se bojí další vajíčkády  
Koho volíte?  
„Nevěděl jsem, že se to celé nahrává“  
Místo jezevce adoptoval orla  
Telegraficky  
„Nevěděl jsem, že to celé nahrává“  
Nejsem zloděj, říká John a žaluje ČSSD  
První máj 2010: polibky, propaganda i Píseň práce  
Jsem úspěšný, ale nechválí mě  
Sedm zelených hitů: pravdy nebo omyly?

**4. května**

PRÁVO

ODS v Praze oslabena, ale pravice vede  
Školy bojkotují generálku státních maturit  
Nečas: Topolánkův odchod nestačí  
Koalici se soc.dem. nebrání tolik program jako Paroubek, tvrdí John  
Stát nechce, aby o skútrech rozhodovaly obce  
Focus: Praha dala seznamy špiónů i Británii a USA

MF DNES

ODS + ČSSD? Schyluje se k vládě nepřátel  
Studenti vyhnali levici ze sněmovny  
Další výsledky studentských voleb jsou venku, levice propadá  
Jak Paroubkovi málem upřeli chvíli „slávy“  
Paroubkova cesta na Hrad  
TOP 09 i ČSSD dotahují v Praze ODS, ukázal nový průzkum  
Stačí milion hlasů a uspějí tři nové strany, navádí voliče Bárta  
ČSSD přitvrdila. Fanoušky ODS přirovnala k Hitlerovi  
Zemanovci chtějí dostat šéfa na Hrad  
Koho volíte?

Shodit špiona je těžký hřích, protestují šéfové rozvědky

## 5. května

### PRÁVO

Mladíci provokovali Paroubka, Rath je nazval fašisty  
 Mladí zamíchají volbami, pokud dorazí  
 John rozšířil seznam dinosaurů o Kalouska a Šnajdra  
 V Kladně přilétla sklenice s utopenci  
 Nečas: Nápis je nepřípustný, ale je to možná provokace ČSSD  
 Vandas obnoví „ochranné sbory“  
 Klaus pozval Nečase na Hrad. Poprvé jako šéfa ODS  
 TOP 09: operace za stokorunové příplatky  
 ODS: Stát nemůže dát víc peněz do zdravotnictví  
 Lékárníci chtějí stejné doplatky za léky ve všech lékárnách  
 Kočáb s Dusíkem stále dluží veřejnosti přiznání majetku  
 „Červené úterý“ mělo sraz  
 Proces s údajně úplatnými policisty nezačal

### MF DNES

Pacienti, připlatíte stovky korun, píše TOP 09 voličům v brožurě  
 Recept pro malé: soustředit se na Prahu, Brno a Ostravu  
 Předseda, který se nepodepisuje za svou stranu  
 Kalousek: Sport by si měl pomoci hlavně sám  
 Bojí se ČSSD ukazovat Paroubka v televizi?  
 Pecina chce omezit dopravu u sídla vlády. Hrozí kolaps  
 Jste fašisti, spílal studentům Rath za „zastřelení Paroubka“  
 Svědek obvinil exministra, že ho chtěl uplatit  
 John už si diktuje vládní podmínky

## 6. května

### PRÁVO

Bohuslava Sobotku napadl útočník pěstí  
 Topolánek: premiér, předseda, živnostník  
 Paroubek: Je to útok na demokracii  
 Klaus: násilí na mítinky nepatří  
 John: Nečas může být premiér, není dinosaur  
 Pozastavujeme kampaň  
 Žalobce navrhne vazbu  
 Filip: Ať začnou u sebe  
 Škromach: nejsme socani  
 Obětí povstání vzpomněli pamětníci i mladí  
 Pospíšil: dětské vrahy doživotně pod dohledem  
 Nezaměstnanost v dubnu: 9,2 procenta  
 Gumáci křtili Rathovi knihu

### MF DNES

Dvojitý pohled na včerejší incident  
 Za útok můžete vy, vzkazují si strany navzájem  
 Exministra Řebíčka vyšetřují kvůli dvěma trestným činům  
 Ať jsou mladí vrazi navždy pod kontrolou, navrhuje ODS  
 Knížepán jako Kalouskův služebník  
 Vážně povolíme více jedů ve vzduchu i vodě?  
 ČSSD se bojí další války s mladými  
 Pěst pro Sobotku? To už je příliš



Paroubka budou dál rušit píšťalky i ironické nápisy  
 Pěstí do tváře politika. Proč?  
 Opravdu slibujete nesmysly? smáli se studenti  
 Divoké mítinky? Hlavně píšťalky a ironické nápisy  
 Opilec udeřil Sobotku. Je z toho politická aféra  
 „Kouká jako kakabus, ale humoru rozumí“  
 Vážně povolíme více jedů ve vzduchu i ve vodě?

## 7. května

PRÁVO

Žhář v Plzni podpálil ČSSD volební stánek  
 SANEP: ODS posílila, prošli by i zemanovci  
 Paroubek: Ať se zveřejní výsledky voleb studentů  
 ČSSD chce z náměstí do fabrik  
 Paroubek: Půjdem za lidmi do fabrik, do škol, za důchodci  
 Klaus slavil v Plzni výročí osvobození  
 Zorálek se nemusí omluvit Bakalovi  
 Útočník šel na mítink s úmyslem Sobotku zbít

MF DNES

Topolánek se věnuje rodině a stane se živnostníkem  
 Lidový dům žertuje: Nebe, či peklo pro šéfa?  
 Lákadlo pro voliče: žádný soucit s cizinci a neplatiči  
 Po agresivní kampani se ČSSD začala bát agrese  
 Johnovy hlídky budí rozpaky, inspirovaly pravicové radikály  
 Šobotkovi dal pěstí kvůli deregulaci nájmu  
 ČSSD chce bojkotovat noviny, které se jí nelíbí  
 Koho volíte?  
 Miniškolky a částečné úvazky  
 Paroubek obrátil, chce odtajnit studentské volby  
 Krátce  
 Jste individuum, tak odejděte!  
 ČSSD stahuje Jiřího Paroubka z mítinků

## 10. května

PRÁVO

Klaus: O vládě mohou rozhodnout i přestupy od Johna  
 Janota: daně porostou, výdaje se musí snížit  
 Česko si připomnělo 65. výročí osvobození  
 Nejvíce utrácejí ČSSD a ODS  
 Zemřel Otakar Motejl  
 Havel a Filip se pustili do ČSSD  
 Herečka Magda Vašáryová podporuje TOP 09  
 Útočník na Sobotku je na svobodě

MF DNES

Pro KDU-ČSL je ústředním tématem rodina  
 Soud pustil útočníka na Sobotku z vazby  
 Euro se odkládá, kvůli řecké krizi se ho politici bojí  
 Zemřel Otakar Motejl, právník, který neuhýbal  
 Přeběhlíci z nových stran Klausovi nevdají  
 Pošta propaguje heslo ODS, ač to zákon zakazuje  
 Prezident Klaus: ODS bych mohl dát hlas  
 Poslední zprávu o věznicích předal vládě před týdnem

**11. května**

## PRÁVO

Nečas představí jména do vlády, ODS zatím napíná  
 Poslancování láká kartistku i expertku na převtělování  
 Soc. dem. není nebezpečná, přesto se stala fackovacím panákem  
 Rozloučení s Motejlem se státními poctami v pondělí Na Fidlovačce, rodinný pohřeb  
 na Vyšehradě  
 Klaus naznačil, že by mohl znovu volit ODS  
 ČSSD chce protikorupční balíček do Sněmovny ještě před volbami  
 Řebíček a spol. kvůli úplatkům před soudem  
 Nový ombudsman až po volbách  
 Netunelujte české lesy, žádali demonstranti  
 Štroj na opravy výtlačků dostane první kraj  
 ČSSD dál bojkotuje nepohodlná média  
 Mítinky soc. dem. pokračují, pivo teče, David zpívá  
 Median: Zemanovci by mohli mít jedenáct poslanců  
 Bratr útočníka na Sobotku zastupitelem ČSSD  
 Ze Sněmovny k původní práci? Těžko

## MF DNES

Platby za lepší péči chce i ČSSD Platby za lepší péči chce i ČSSD  
 Svědek proti bratrovi exministra se bojí o život  
 Bratr útočníka z Brna za ČSSD kandiduje  
 Mgr. Řápková vyhořela v testu znalostí práva  
 Koho volíte?  
 Krátce  
 Neučila se úmyslně, nebo z nedbalosti?  
 Do vlády může mluvit i Zeman  
 Nové průzkumy – špatná zpráva pro socialisty

**12. května**

## PRÁVO

Nečas se obešel bez Langra, Gandaloviče i Julínka  
 Tři duely Paroubek – Nečas  
 Do souboje ČSSD a VV vstoupili i „špióni“  
 Hejtmanům nevádí zveřejnění studentských voleb nanečisto  
 Ve středních Čechách by ČSSD s Rathem prohrála souboj s ODS  
 Ztráta titulů v Plzni se už týká i bakalářů  
 Bublan za Motejla?  
 Bursík: těžaři si žijí jako v bavlnce  
 Vyměňte politiky u koryt, vyzvali Kubišová, Langerová či Bárta  
 Zemanovci žalují tři exministery

## MF DNES

Vtip se střídá s nudou i trapností  
 Nečas z „vlády“ škrtnul Langera i Gandaloviče. Vážně, či naoko?  
 Dlouhou kampaní si strany uškodily  
 Topolánkův princ jako nováček Nečasova týmu  
 Zakázaní „Dělníci“ opět na scéně  
 Hejtmani ČSSD chtějí odtajnit studentské volby  
 Senátoři ODS odmítají velkou koalici  
 Vyjádřete s

Olomouc žije! Langer to přežije?  
 Řešení ODS, jak demonstrovat v obýváku  
 Ve středních Čechách vede ODS, ale jen mírně

### 13. května

#### PRÁVO

Klipy v TV: vtip, nuda i strašení. A kníže je admirál  
 Kalousek rozesílá výstražné složenky, varuje před dluhem  
 Další průzkum potvrdil: většinu by měla pravice  
 V kauze Řebíček obvinili obžalovaní inspekci  
 ODS: Politiky více trestat za korupci  
 Rada ústavu pro studium totalit odvolala Pernese  
 Senátor ODS: lobbista mě chtěl koupit pro kandidátku Věcí veřejných

#### MF DNES

Studentům chtějí půjčovat všichni. Ne však na školné  
 ČSSD ztrácí sílu, pravice má nečekanou šanci  
 Kalousek rozesílá složenky s dluhem  
 Pražské metro spustí štít proti teroristům  
 Jak stát platí poradce? Přísně tajné!  
 Šanci má levicová většina, ale i nová „čtyřkoalice“  
 Pernes padl. Kdo bude šéfem ústavu studujícího totalitu?  
 To ani pirátská strana neviděla v životě film?  
 KSČM nechce být jen milenka  
 ODS bojuje za angličtinu, má mít přednost  
 DNES bez Paroubka

### 14. května

#### PRÁVO

Zdravotnictví navrhlo soudu Schwarze za rozhodce v kauze Diag Human  
 Výsledky studentských voleb jdou ven, vyhrála pravice  
 Věci veřejné zrušily hlídky  
 Lidovci: Stáhněte příručku o sexu  
 Kalouskovy dluhové složenky vyvolaly mezi lidmi poprask  
 Nečas – Paroubek vestoje a s publikem  
 Nečas: poslanci ODS pryč z orgánů firem  
 ODS varovala před útokem na Paroubkovou  
 Poslední schůze Sněmovny: mateřská i mítink  
 Mohla to být i provokace, Nedoma by měl lobbistu odhalit, zní v ODS  
 ČSSD bude bojkotovat otázky některých novinářů až do voleb

#### MF DNES

Kultivovaný protest mladé nezaujme, chtějí být slyšet  
 Paroubek čtenářům MF DNES nechyběl  
 ODS: Senioři nebudou v ústavech  
 Kampaň vyvrcholí delší schůzí Sněmovny  
 Polepším se, tvrdí „zlý muž“ Věcí veřejných  
 Zakažme si další utrácení, vyzývají se politici navzájem  
 ODS: Někdo chce zaútočit na Paroubkovou  
 ČSSD utratí co ostatní dohromady  
 Plzeňská práva navrhuje zbavit Řápkovou titulu  
 Studenti chtějí neonacisty ve Sněmovně  
 Věci veřejné zrušily hlídky, rozhodlo referendum strany  
 Ženu složila Kalouskova složenka  
 Zelení fandí ženám. A jistí je Havel

Fiasko ČSSD u studentů: 5,27

### 15. května

PRÁVO

ČSSD: dar dáme k notáři

Lidem je zle z pravdy, hájí Kalousek fiktivní složenky

Bezpečnostní šéf obrany může přijít o titul

Extremisty volili nejvíce učni

Na jihu se vylily řeky, v Krkonoších sněžilo

O titul má přijít prvních deset magistrů z Plzně

Janota: Fandím programu TOP 09

Odchody poslanců ODS z firem bude řešit klub

TOP 09 u studentů první, ČSSD propadla

ÚS o restitucích emigrantů

Muž spojovaný s naháněním členů do ČSSD čelí obžalobám z podvodů

MF DNES

Volte mě a ODS, píše žákům bývalý učitel. Adresy si odnesl ze školy

Prodám hlas, nevím, co s ním

Krátce

Těmto slibům nevěřte

Už to říká i ČSSD: Lidé si musí spořit na penzi ČSSD: Penze klesnou, připlaťte si

ČSSD u studentů propadla, tak zpochybnila jejich volby

Bobošíkové další politický pokus

Lidé volají policii kvůli složenke od Kalouska

Proč s lidmi sekne složenka od Kalouska

### 17. května

PRÁVO

Strany se přebíjejí vlastními volebními průzkumy

Kozí dráha opět oživne

Koho za Klause? Politici jsou tajemní

Kalousek: Lepší, když se důchodci leknou teď, než až bude pozdě

Na dálnici D 5 se asi vrátí zpět ukazatel na Tachov

Děšť zvedl řeky, voda způsobila sesuvy půdy

Čísla ukázala obavy voličů i průlom do pražské pevnosti ODS

MF DNES

Nový lídr těsně před volbami „čistí“ ODS

Studenti nechodí volit. Tak jim dáme bečku piva

Modrá barva ovládla i mapu srážek

Stát chce skřípnout statisíce živnostníků

„Rychle otevřeme bazén, než přijde nečas,“ vtipkoval Nečas

Místopředsedy ODS rozčililo, že je Nečas ignoruje

Sledujeme lídry. Já jsem „dostal“ Paroubka

Paroubkův terč už není ODS, ale Kalousek

### 18. května

PRÁVO

STEM: Levice si udržuje většinu

Strany kvůli záplavám přerušily kampaň

Politici shodně: Termín eura určovat nebudeme

Paroubek odvolal bojkot novin, má ale podmínku  
 Vondra a Nečas proti velké koalici, kterou by chtěla část byznysu  
 Pivovar láká prvovoliče na pivo, odborníci jsou v rozpacích  
 Nečas: Vláda po volbách vznikne rychle  
 Setkání nebylo spiknutím vyvolených

MF DNES

Koho volíte?

Krátce

Zrodí se v ODS nové jádro?

Návod na použití letošních voleb

„Vláda bude do měsíce, do dvou,“ tipuje Nečas

Politici: Peníze za mítinky rozdáme

Telegraficky

V den rozloučení s Motejlem utichly i hádky politiků

SPECIÁL MF DNES VOLBY 2010

Příspěvek k důchodu? Jen vějička

Úplatní policisté skončili před soudem

Studuji vysokou a vůbec nevím, koho volit

Jsem sama s dítětem, počítám každou korunu

Chceme pracovat i mít čas na děti

Děti stále marodí, hodně peněz nás stojí i lázně

Podrobné výsledky voleb: MF DNES a iDNES.cz

Rodiče, chcete peníze, nebo šanci je vydělat?

Jak získat víc peněz od pacienta

„Krysa“ z radnice odhalila podivné praktiky

Lídři osmi stran a jejich lidé... .. aneb Víte, koho volíte?

Stop korupci! Kdo tomu uvěří?

Budeme šetřit, slibují strany. Myslí to vážně?

Čekáme dítě, mé těhotenství je rizikové

Dostávám dávky, ale potřebuji hlavně práci

Za to, co odvedu státu, dostávám málo zpátky

Vyzkoušel si roli protikorupčního agenta

Vím, že podváděli, říká šéf firmy

Jsem v důchodu a poplatky jsou pro mě drahé

Vážná nemoc mě stojí tisíce měsíčně

## 19. května

PRÁVO

Protikorupční balíček prošel, stopne ho Senát

Odpůrci KSČM zbarvili stranické ústředí narudo

Poslanci už sbírají pomoc

Stan soc. dem. smetla dodávka, dva zranění

Na krvavého umělce zavolali strážníky

Univerzita vadí klip KSČM

Maminky na mateřské si polepší o tisíce

Volební model pro Sněmovnu v Moravskoslezském kraji

Na severu Moravy vítězí ČSSD, „véčka“ před KSČM

MF DNES

27. 5. schůze, pak volby

Anketa: u českých osobností vyhrává TOP 09 a ODS

Spor studentů o revoluci začíná znovu

Nečas nechal Sněmovnu Paroubkovi a odjel na Moravu

Do volebního stanu vjel nezabrzdný kamion

Mladí lidé připomněli komunistům zločiny

## 20. května

PRÁVO

Sídlo KSČM opět terčem útoku červenou barvou  
 Voda klesá, ale hrozí sesuvy půdy  
 Nečas vyděsil ODS žádostí o odchod z firem, poté cukl  
 Nečas se trefoval do Palase. Spletl si ho  
 Průzkum: složenka rozdělila národ, líbí se hlavně mladým  
 Řebíčka a spol. poslal soudce do vazby  
 CVVM: ODS padá, TOP 09 před KSČM  
 ODS chce náramky pro sexuální devianty

MF DNES

První dáma ČSSD vyjednává  
 Odhalila skandál na právech v Plzni. Má za to skončit  
 Koho volíte?  
 Bližnímu má pomoci rodina, ne stát, říkají  
 ČSSD zvyšuje náskok, levici to ani tak nemusí stačit  
 Tajné schůzky: ODS i ČSSD se perou o Johna  
 Komunistům opět polili sídlo barvou krve  
 S povinnou maturitou z matematiky Nečas ve škole narazil

## 21. května

PRÁVO

Hrozí pat a ODS s ČSSD si oťukávají Věci veřejné  
 Senát schválil větší práva obcí při regulaci hazardu  
 Radek John: Za Věci veřejné nejedná manažer Bárta, ale já  
 Paroubek: Topolánek se nemusí ČSSD bát  
 „ODS byla jako smečka vlků“

MF DNES

Topolánek se tajně sešel s Paroubkem  
 Marná snaha být lídrovi v patách  
 Pomůže výměna lídra, nebo vyhrají „kmotři“?  
 Na poslední chvíli. Lídři na lovu voličů  
 Koho volíte?  
 Nová starost ČSSD: odpor k Paroubkovi  
 „Neskrývám se, chráním naše děti“  
 Jančík zrušil jednání, kde ho chtěli odvolat  
 Radka Nečasová: Neskrývám se, svou roli zvládnou  
 Vyloučili postižené sportovce. Teď po nich chtějí příspěvky  
 Jedna na mítinku, druhá v kuchyni

## 22. května

PRÁVO

Hejtmani jednali s ministry  
 Finále: duely, koncerty, koblihy  
 Soc. dem. dá 13 miliónů od Melicha na povodně  
 Topolánek vzdor Nečasovi: Dvořáková je nepřijatelná  
 Nečas: nevolte malé strany  
 Nejpopulárnější jsou lídři malých stran

MF DNES

Šedé eminence už vyjednávají o vládě  
Nesnesitelná lehkost bytí Radka a Karla  
Utrhni Paroubka, vyzve ODS. ČSSD rozdá 100 tisíc koblih  
Kmotři se chystají na Nečase  
Country kapela potěšila šéfa ODS, nehrála Oranžový expres  
Lidé věří z politiků nejvíce Johnovi  
Modří útočí na „koaliční“ TOP 09  
Náramky domácím vězňům, malá domů pro exministra?  
Němcův byznys na ministerstvu: 160 tisíc/měsíc

## 24. května

PRÁVO

Na pomníku Milady Horákové jména 178 obětí procesů z 50. let  
Paroubek–Nečas: první souboj skončil nezáživnou plichtou  
Fischer: Zatopení možná získají peníze z EU  
Hašek ocenil i ministry ODS  
Cameron z videa pozdravil ODS  
Fischer naznačil, že volí pravici

MF DNES

„Hezký víkend? I to ovlivní volby“  
Strany se perou o 1,5 miliardy  
Mladí už asi bábu nepřemluví  
ČSSD ztrácí, ODS se zvedá  
Volební prognóza: Paroubek vyhraje, Nečas bude premiér  
Kam a odkud se přelili příznivci  
ODS i ČSSD ztratí stovky tisíc voličů  
„Kdyby každý mluvil jako Jiří“

## 25. května

PRÁVO

Pospíšil šéfku Akreditační komise podporuje  
D 11: vláda rozhodla statkářku vyvlastnit  
Zlatí hoši, píší politici. Šilhají po hokejistech  
Spor o katedrálu sv. Víta končí, Klaus s Dukou si pláclí  
Pro kolegy je to nepochopitelné  
Schwarzenberg: ODS zpanikařila  
Volby: pravice chytá druhý dech  
Dvořáková: Bylo by zbabělé odejít

MF DNES

Podmínky KDU: žaloba na víza, omezení hazardu  
„Bohatí se obejdou bez kaviáru,“ říkal Paroubek  
Volte ČSSD, burcuje Romy leták s popálenou Natálkou  
Vyjedná „diplomat“ Duka i církevní restituce?

## 26. května

PRÁVO

Jihočeské obce zvažují žaloby na radu ROP  
Primátor kritizuje vyvlastnění farmářky  
Kdyby politici dodrželi slovo, vláda nebude  
Půjčky, školky a lichvu hodili poslanci pod stůl  
Hašek: Účet za záplavy do pěti miliard

Sněmovna o povodňových dluhopisech už ve čtvrtek  
 Přípraveny varianty novely Zákoníku práce  
 Výběr dodavatele náramků prověřuje antimonopolní úřad  
 Liška Johnovi: Pozor na Kšefty veřejné  
 Voličské průkazy nejpozději dnes

MF DNES

Přetahovaná o šéfa zdravotnictví  
 50 otázek pro lídry: nejdív vybočoval Nečas  
 Shoda předsedů stran: Úředníci, propustíme vás  
 Telegraficky  
 Zeman cestuje v čase, ČSSD nestačí šéfovi  
 Proti TOP 09: Ukrajinci, výrobce skútrů i ODS  
 Krátce  
 Paroubkova iluze o pojídání kaviáru  
 Nečas předběhl ČSSD s koláči

## 27. května

PRÁVO

Koncert pro Karla  
 VV vyškrtly vzpurné kandidáty  
 Paroubek s Nečasem: nejdřív hádka, potom relativní smír  
 ČSSD škrtala, bála se dalšího Melčáka  
 Paroubek vzal Pecinu na milost  
 Řidičům se povinná prohlídka může posunout až na 65 let

MF DNES

Topolánek škodí ODS. Volí snad Paroubka?  
 Volební finiš: sliby a hádka  
 Arogantní miláček Kraus  
 Budu-li premiér, tak... Lídři už jen slibují  
 Na voliče zabraly telefony. Složenka ani hlídky ne  
 Odevzdáte v obchodě lístky levice, máte slevu  
 Rivalové? Kdeže. Jiří Paroubek nabídl Topolánkovi práci  
 ČSSD vyškrtla údajného „agenta“ pravice  
 Věci veřejné: Pokuta 7 milionů za hlasování proti straně  
 „Jsem obyčejný člověk. Vy lovec sekretářek“