

Shrnutí analýzy vysílání Českého rozhlasu v období před prezidentskými volbami 2018

Provozovatel: Český rozhlas
Program: Český rozhlas Radiožurnál, Český rozhlas Plus
Předmět analýzy: pořady zadané RRTV
Zpracovatel analýzy: FOCUS – Centrum pro sociální a marketingovou analýzu, spol. s r. o.

Primární cíl analýzy byl v zadání vymezen tak, aby odpověděla na otázku, zda Český rozhlas respektoval při reprezentaci jednotlivých prezidentských kandidátů ustanovení § 31 odst. 2 a 3 zákona č. 231/2001 Sb. Jinými slovy, zda předvolební vysílání provozovatele jak jako celek, tak v rámci jednotlivých pořadů dodržovalo zásady objektivního a vyváženého informování.

Zadané pořady byly dle zadání RRTV:

1. Pořady s předvolební dramaturgií, případně reflektující výsledky prvního kola voleb:
 - a. Rozhovor s kandidátem na prezidenta (Radiožurnál, vysílání 26. 1. 2018)
 - b. Co rozhodne volby (Radiožurnál a ČRo Plus, vysílání 26. 1. 2018)
 - c. Volební studio (Radiožurnál a ČRo Plus, vysílání 13. 1. 2018)
2. Pořady zpravodajské, diskusní a publicistické
 - a. Hlavní zprávy + Hlavní zprávy – rozhovory a komentáře (Radiožurnál, relevantní zpravodajské příspěvky v rámci vysílání v období 15. 12. 2017 – 26. 1. 2018, zpravodajská relace ve 12:00 a 18:00)
 - b. Dvacet minut Radiožurnálu (Radiožurnál, všechna vysílání v období 15. 12. 2017 – 26. 1. 2018)
 - c. Názory a argumenty (ČRo Plus, všechna vysílání v období 15. 12. 2017 – 26. 1. 2018)

Použitá metoda byla kombinací kvantitativního a kvalitativního přístupu.

Dle zadání měla analýza odpovědět na dva základní okruhy otázek:

- a) **Zda a do jaké míry poskytovaly sledované pořady objektivní, ověřené, ve svém celku vyvážené a všestranné informace pro svobodné vytváření názorů.**

Analýza zadaného rozsahu zpravodajství a publicistiky Českého rozhlasu ve sledovaném období **neindikovala porušení** objektivního a vyváženého přístupu k jednotlivým kandidátům. Rozdíly v distribuci sledovaných kvantitativních indikátorů mezi jednotlivými kandidáty jsou vysvětlitelné jejich rozdílnou pozicí v politickém systému, s níž do volebního soupeření vstupovali, případně žánrem pořadů, v nichž se tyto rozdíly vyskytly (publicistika, názorové pořady). Kvalitativní analýza vybraných pořadů odhalila **pouze drobná pochybení**, která neznamenal narušení korektního a nestranného přístupu ke kandidátům.

Rovněž v diskuzích s kandidáty v rámci předvolebního projektu Českého rozhlasu *Hledá se prezident* existovaly mezi uchazeči o prezidentskou funkci rozdíly ve sledovaných kvantitativních indikátorech, byly ovšem spíše důsledkem odlišných rétorických stylů jednotlivých kandidátů než nevyváženého přístupu moderátora k jednotlivým osobnostem. Ani kvalitativní analýza těchto debat nenalezla **žádné závažnější pochybení**.

- b) Zda provozovatel vysílání zajistil, aby ve zpravodajských a politicko-publicistických pořadech bylo dbáno zásad objektivit a vyváženosti a zejména nebyla v celku vysílaného programu jednostranně zvýhodňována žádná politická strana nebo hnutí, popřípadě jejich názory nebo názory jednotlivých skupin veřejnosti, a to s přihlédnutím k jejich reálnému postavení v politickém a společenském životě.**

Vzhledem k výše uvedenému lze konstatovat, že analýza předvolebního vysílání Českého rozhlasu před prezidentskými volbami **neodhalila porušení** objektivit, vyváženosti a nestrannosti v celku vysílaných programů nebo jednostranné zvýhodňování některé z kandidujících osobností.

Návrh usnesení

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání se seznámila s analýzou vysílání Českého rozhlasu v období před prezidentskými volbami 2018.

říjen 2018

PREZIDENTSKÉ VOLBY VE VYSÍLÁNÍ ČESKÉHO ROZHLASU

**Analýza objektivity a vyváženosti
vybraných pořadů odvysílaných Českým rozhlasem V období před prvním a druhým
kolem prezidentských voleb v roce 2018**



Objednatel: Česká republika – Rada pro rozhlasové a televizní vysílání
Zpracovatel: FOCUS – Centrum pro sociální a marketingovou analýzu, spol. s r. o.

OBSAH

1. ZADÁNÍ ANALÝZY	7
2. TEORETICKO-METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA	8
2.1 Objektivita a vyváženost: operacionální vymezení	9
2.2 Mediální obraz a mediální rámce	10

2.2.1	Mediální rámce	10
2.2.2	Mediální obraz	11
2.3	Soubor, analytická jednotka	11
2.4	Zvolené metody	12
2.4.1	Obsahová analýza	12
2.4.2	Kvalitativní analýza	14
2.5	Sběr dat, jejich zpracování, analytici a kodéři	15
3.	ANALYTICKÁ ČÁST.....	16
3.1	Zpravodajské a publicistické pořady	18
3.1.1	Hlavní zprávy	18
3.1.2	Dvacet minut Radiožurnálu	25
3.1.3	Názory a argumenty	29
3.1.4	Diskuze s komentátory a novináři před 2. kolem voleb	32
3.1.5	Volební studio ČRo Plus a Radiožurnálu	34
3.1.6	Zpravodajské a publicistické pořady - shrnutí	37
3.2	Diskuzní pořady s předvolební dramaturgií	38
3.2.1	Hledá se prezident	39
3.2.2	Rozhovor s kandidátem na prezidenta před 2. kolem voleb	40
3.2.3	Diskusní pořady s předvolební dramaturgií – shrnutí	42
4.	HLAVNÍ ZÁVĚRY	42
5.	LITERATURA.....	44

Předložená analýza se pokouší odpovědět na otázku, zda **Český rozhlas** respektoval při reprezentaci jednotlivých prezidentských kandidátů ustanovení § 31 odst. 2 a 3 Zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Jinými slovy, následující stránky poskytují datová východiska, která by měla posloužit RRTV k informovanému zodpovězení otázky, **zda předvolební vysílání provozovatele jako celek, i v rámci jednotlivých pořadů, dodržovalo zásady objektivního a vyváženého informování.**

Analýza je strukturována do **tří základních částí**. Po expozici teoreticko-metodologických východisek následuje analytická část, rozdělená do několika podkapitol věnovaných jednotlivým stanicím. Tyto podkapitoly jsou ukončeny dílčími shrnutími. Výsledky celé analýzy shrnují hlavní závěry, které v několika stručných tezích odpovídají na klíčové otázky.

1. ZADÁNÍ ANALÝZY

Objednatel RRTV formuloval základní požadavky pro předloženou analýzu následujícím způsobem (článek 1, Předmět smlouvy):

A) „Vypracování kvantitativně-kvalitativní obsahové analýzy“.

Výsledkem analýzy (..) „bude posouzení, zda ve sledovaných rozhlasových a televizních programech v předvolebním vysílání nedošlo k porušení ustanovení § 31 odst. 2 a 3 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, resp. zda předvolební vysílání jako celek, i v rámci jednotlivých pořadů, dodržovalo zásady objektivního a vyváženého informování“.

B) Analýza poskytne informace o tom:

1. jaký prostor byl ve vysílání poskytnut jednotlivým kandidátům, s jakými konotacemi a v jakých kontextech;
2. jak bylo pracováno s informacemi a se zdroji, zda byla důsledně oddělována fakta od komentářů a jaká byla míra konfrontace svědčící o možné ztrátě neutrality či dokonce podjatosti;
3. zda program, resp. provozovatel vysílání, v rámci předvolebního vysílání poskytl objektivní, vyvážený a nestranný obraz jednotlivých kandidátů.

Předmětem analýzy budou následující rozhlasové a televizní pořady odvysílané v období začínajícím čtyři týdny před prvním kolem voleb (včetně prvního dne konání voleb) do prvního dne druhého kola voleb. Do monitoringu budou zařazeny rovněž publicistické a diskusní pořady s předvolební dramaturgií, přistoupí-li některý z provozovatelů k jejich zařazení do vysílání i v období dřívejším než čtyř týdnů před volbami.

ČESKÝ ROZHLAS

1) Pořady s předvolební dramaturgií, případně reflektující výsledky prvního kola voleb:

- **Rozhovor s kandidátem na prezidenta** (Radiožurnál, vysílání 26. 1. 2018)
- **Co rozhodne volby** (Radiožurnál a ČRo Plus, vysílání 26. 1. 2018)
- **Volební studio** (Radiožurnál a ČRo Plus, vysílání 13. 1. 2018)

2) Pořady zpravodajské, diskusní a publicistické

- **Hlavní zprávy + Hlavní zprávy – rozhovory a komentáře** (Radiožurnál, relevantní zpravodajské příspěvky v rámci vysílání v období 15. 12. 2017 – 26. 1. 2018, zpravodajská relace ve 12:00 a 18:00)
- **Dvacet minut Radiožurnálu** (Radiožurnál, všechna vysílání v období 15. 12. 2017 – 26. 1. 2018)
- **Názory a argumenty** (ČRo Plus, všechna vysílání v období 15. 12. 2017 – 26. 1. 2018)

2. TEORETICKO-METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA

Primární cíl analýzy byl v zadání vymezen tak, aby odpověděla na otázku, zda a do jaké míry sledované pořady ne/naplnily následující požadavky vycházející ze Zákona o rozhlasovém a televizním vysílání, respektive § 31, odstavce 2 a 3.

Tyto požadavky lze shrnout do podoby dvou základních otázek, na které se předložená analýza pokusí odpovědět:

- a) **Zda a do jaké míry poskytovaly sledované pořady objektivní, ověřené, ve svém celku vyvážené a všestranné informace pro svobodné vytváření názorů.**
- b) **Zda provozovatel vysílání zajistil, aby ve zpravodajských a politicko-publicistických pořadech bylo dbáno zásad objektivity a vyváženosti a zejména nebyla v celku vysílaného programu jednostranně zvýhodňován některý z kandidátů, popřípadě jeho názory nebo názory jednotlivých skupin veřejnosti, a to s přihlédnutím k jejich reálnému postavení v politickém a společenském životě.**

Klíčový teoretický rámec předložené analýzy tak vymezují koncepty objektivity a vyváženosti, které představují v české mediální legislativě, respektive v různých podzákonných normách a kodexech klíčová kritéria, podle kterých bývá posuzováno chování domácích médií.

Možnosti jejich měření, respektive objektivace, jsou dlouhodobě diskutovány a často zpochybňovány, a to jak z pohledu teoretického, tak i metodologického. Zvláště objektivita představuje ve společenských vědách cosi velmi těžko uchopitelného, což se ostatně projevuje i v mediální legislativě (nejen domácí), která de facto nenabízí dostatečně přesné operacionální definice, podle kterých by bylo možné systematicky a opakovaně posuzovat naplnění obou kritérií. Přesto jde o kategorie, hodnotící kritéria, která jsou ve všech klíčových normách významně zastoupeny.

Hledání co nejpřesnějšího vymezení obou kategorií je předmětem dlouhodobého sporu, který se v zásadě týká otázky, do jaké míry je metodologicky korektní normativně měřit objektivitu symbolicky konstruovaných, tedy vždy subjektivně zatížených lidských komunikátů. Tato diskuse de facto neskončila, respektive oba tábory – skeptický i normativistický – stojí na svých pozicích a výsledkem tohoto stavu je kompromisní akceptace obou kategorií v mediální legislativě.

Pro každou analýzu testující naplňování kritérií objektivity a vyváženosti znamená absence předem daného vymezení nutnost, aby si operacionální definici formulovala ad hoc, a to vzhledem k dané agendě, typu pořadů apod. Tato volnost sice zpochybňuje striktně objektivistický, pozitivistický předpoklad univerzální srovnatelnosti použitých měřících nástrojů, má ale své opodstatnění v tom smyslu, že umožňuje vyhnout se mechanické volbě indikátorů a poskytuje prostor pro tvůrčí, zkušenostně založenou tvorbu operacionálně adekvátních indikátorů. To ale současně vede k tomu, že každá podobná analýza pracuje vždy s poněkud odlišným teoretickým i metodologickým instrumentáři, respektive s jeho aplikací.

2.1 Objektivita a vyváženost: operacionální vymezení

Požadavek objektivit ve zpravodajství a publicistice narůstá především v kritických momentech vývoje společnosti, kdy dochází k vyhrcozenému střetu dvou či více stran a potřeba nezkrslených informací vzrůstá. Tuto podmínku naplňuje volba prezidenta ČR.

Zpravodajství a publicistika jako specifické nástroje popisu a analýzy společenských procesů jsou determinovány určitými normativními očekáváními, která na ně klade laická, ale i odborná veřejnost. Tato očekávání mají často povahu intuitivních, nepřilíš strukturovaných představ, které bývají zastřešovány pojmem **objektivit**, případně **vyváženosti**. Koncepce mediální (žurnalistické) objektivit vychází z předpokladu, že je možné určité objektivit dosáhnout, nebo se tomuto ideálu alespoň do určité míry přiblížit. V naší studii vycházíme z toho, že podstatou nároku na objektivní, vyvážené a nestranné poskytování informací je **eliminace takových komunikačních strategií, které favorizují jen jednoho z řady aktérů-komunikátorů**, respektive jednu hodnotovou perspektivu a interpretaci událostí, o nichž je referováno.

Posuzujeme-li míru novinářské objektivit, vždy de facto hodnotíme, jakým způsobem novináři shromažďují, zpracovávají, třídí a šíří informace a jak se to projevuje ve finální podobě mediálních obsahů. V naší studii budeme primárně vycházet z takového pojetí žurnalistické objektivit, které akcentuje:

- poskytování **dostatečně širokého spektra názorů** na mediovanou problematiku,
- poskytování **rovnocenného prostoru** zastáncům jednotlivých názorových proudů.

Objektivita bývá chápána v tomto smyslu jako rutinní novinářská praxe, která umožňuje odrážet *skutečnost* zveřejňováním všech relevantních, *fakticky správných* a nezkrslených (tj. úplných) *informací*, jež musí být komunikovány tak, aby byla jasně oddělena *fakta* od *názorů*. Různí autoři rozlišují ne zcela totožná kritéria objektivit, ale v zásadě se shodují v tom, že podmínkou objektivního referování o sociálních jevech je dodržení faktičnosti (pravdivosti, informativnosti, relevance) a nestrannosti, která je sycena kategoriemi vyváženosti a neutrality.

Pro cíle naší studie, která se zabývá rozhlasovou reprezentací specifické volební agendy v různých zpravodajsko-publicistických žánrech a formátech, budeme vycházet z Westerstahlovy (1983) definice, kterou jsme museli upravit tak, aby ji bylo možné aplikovat na analýzu zadaného obsahu.

Westerstahl hodnotí objektivitu z pohledu **a/ faktičnosti** a **b/ nestrannosti výstupu**. V prvním případě bývá posuzována *pravdivost, informativnost a relevance obsahu*, které nelze testovat jinak než komparací a pozorováním v terénu. Tímto směrem naše analýza primárně nepůjde. Těžiště kvantitativní části předložené analýzy bude pracovat primárně s druhou složkou objektivit, kterou Westerstahl označuje jako **nestrannost**, a jež zahrnuje kritérium *vyváženosti*, jak s ním pracuje výše uvedená domácí legislativa a kodexy. Primárně se tak zaměříme na to, **do jaké míry byl jednotlivým prezidentským kandidátům umožněn srovnatelný přístup do vysílání**, a to přímou formou zprostředkování jejich jednání nebo formou institucionalizace jejich postojů a názorů. Zaměříme se tak primárně na složku nestrannosti, respektive na posouzení vyváženosti a neutrality odvysílaného obsahu. Budeme

tak primárně analyzovat, do jaké míry se podařilo ve sledovaných pořadech zabránit favorizaci / defavorizaci kandidátů.

V souladu s postupem Matthese a Kohringa (2008) budeme sledovat **valenci příspěvků** (celkové hodnotící vyznění) vůči prezidentským kandidátům. Valenci chápeme v širším smyslu jako potenciál příspěvku změnit mediální obraz kandidáta v očích příjemce sdělení v pozitivním nebo negativním smyslu. V případě zjištění výrazné valenční odchylky jednoho či více kandidátů provedeme detailní analýzu konkrétních příspěvků s cílem zjistit, zda nedošlo k porušení vyváženého přístupu k jednotlivým osobnostem.

Favorizaci /defavorizaci budeme chápat jak v rovině explicitní, tak implicitní jako pozitivní/negativní hodnocení vztahující se na analyzované subjekty, v našem případě **prezidentské kandidáty**, jejich aktivity či ideje generovaná novináři jednotlivých médií. Zaměříme se tak na analytický popis takového chování sledovaných médií, respektive konkrétních novinářů, jejich jednání, postojů a výrazových prostředků, které se přímo i nepřímo podílelo na formování mediálního obrazu kandidujících osobností.

2.2 Mediální obraz a mediální rámce

Základní teoretické východisko předložené studie se opírá o teorii mediálního obrazu, respektive o zákonitosti, které determinují jeho konstrukci.

Pro mediální obraz je určující to, že reprezentuje abstraktní kvalitu nebo ideu, která vznikla na základě určité manipulace se symboly, respektive znaky do komplexnějších komunikátů (například zpráv, reportáže či komentáře), jejichž interpretace, způsob čtení byl předdefinován pro čtenáře formou jejich zarámování.

2.2.1 Mediální rámce

Pro výsledný mediální obraz má klíčový význam forma zarámování událostí či sociálních aktérů, v našem případě jednání **prezidentských kandidátů**. Mediální rámce vytvářejí podmínky a determinují formy dekodování obsahu, tedy formy recepčního chování publika.

Ne/objektivitu, respektive ne/vyváženost mediálních obsahů tak indikuje vedle prosté frekvenční analýzy proměnných a kvalitativní analýzy různých typů argumentace i způsob, jak pracuje daný pořad s **mediálními rámci**, které determinují zásadním způsobem vyznění jak dílčích novinářských příspěvků, tak především celkové vyznění dané zpravodajsko-publicistické agendy, a mají tak de facto povahu meta-komunikativních sdělení (Van Gorp, 2005).

Teorie rámců vznikla na poli psychologie a sociologie a dnes ji využívají různé socialněvědní disciplíny. Jako jeden z prvních popsal interpretační rámce Gregory Bateson (1954), který je chápe jako meta-komunikativní úroveň komunikace, jež instruuje její účastníky, jak mají číst a hodnotit sdělení. Rámce jsou v tomto smyslu nezbytné pro lidské mentální procesy, protože omezují souvislosti, v nichž je možné danou situaci nebo interakci chápat a vykládat. Podobně rozumí funkci rámců i Irwing Goffman, který zdůrazňuje, že nám poskytují návod k tomu, jak

na konkrétní situaci reagovat, respektive jak organizovat lidskou zkušenost, abychom ji byli schopni vnímat, chápat a pojmenovat (Goffman, 1974). Jinými slovy, rámce umožňují redukovat komplexní realitu a vytvářejí de facto schémata sloužící k její interpretaci.

Aplikace těchto výchozích předpokladů ve výzkumu masové komunikace mají řadu verzí. Například Todd Gitlin (2003) chápe mediální rámce z hlediska jejich vzniku jako vzorce, které využívají novináři k rutinní organizaci diskurzu, a z hlediska jejich vlivu jako nástroje, které činí svět, nacházející se mimo přímou zkušenost čtenářů, přirozeným. Svou roli zde hraje i vlastní mediální zpravodajský provoz, který činí z rámců výsledek konkrétních sociálních a rutinizovaných procesů, k nimž se individuální jednání novináře vztahuje. (Vliegthart, van Zoonen 2011: 105). Jinými slovy, rámce v tomto smyslu propojují témata a problémy, respektive určují, která témata k sobě patří, a kdy je vhodné je použít. Jde o vodítka, nápovědi čtenářům, divákům, posluchačům, jak mají interpretovat a hodnotit dané obsahy. Bateson (2006) i Goffman (1974) se shodují v tom, že interpretační rámec určuje definici situace i lidskou reakci na ni. Persuazivní efektivita mediálních rámců byla opakovaně experimentálně potvrzena (Kahneman, Tversky 1984; Iyengar, Kinder 2010).

V naší studii budeme vycházet z teorie, která předpokládá, že se rámce od sebe liší nejen formou reprezentace skutečnosti, ale především tím, jak zvýznamňují či naopak potlačují nebo zamlčují relevantní informace, postoje a hodnoty. Je zřejmé, že podle této definice mění způsob zarámování povahu komunikované informace/agendy, nejen její formu.

Budeme pracovat s modifikovanou definicí rámců od Roberta Entmana (1993), který je chápe jako procesy selekce a zvýznamňování. Zarámovat nějakou událost „znamená vybrat některé aspekty vnímané reality a zvýznamnit je v komunikovaném textu takovým způsobem, aby prosazovaly určitou definici problému, kauzální interpretaci, morální hodnocení a/nebo doporučení“ (Entman, 1993).

2.2.2 Mediální obraz

Identifikace a analýza mediálních rámců bude využita pro finální syntetický popis mediálních obrazů kandidátů. Jak vyplývá z výše exponované teorie, představuje koncept mediálního obrazu komplexnější mediální produkt než je rámec. Mediální obraz má povahu typifikovaného, zjednodušeného symbolu či přesněji znakové sestavy, která reprezentuje konkrétní objekty a události, do kterých se promítají představy, postoje, názory a zkušenosti jak jejich tvůrců, tak i konzumentů (Volek, 2013).

Teorii mediálního obrazu tak budeme v této studii používat k výkladu procesu, v jehož rámci materializovaný a zdánlivě uchopitelný otisk reality, stejně jako individualizovaná zkušenost složená z dílčích atributů, podléhá rekonfiguraci a remediaci.

2.3 Soubor, analytická jednotka

Jak vyplývá ze zadání, analýza prezentuje závěry vyčerpávajícího šetření. Nebyla tudíž využita žádná z výběrových procedur a byly analyzovány všechny zadané pořady, respektive relevantní příspěvky, které sledované pořady odvíšlaly. Jinými slovy, výstup kvantitativní části analýzy nepracuje se statisticky koncipovanou reprezentativitou závěrů, respektive

nezobecňuje na základní soubor, ale poskytuje informace za celý relevantní soubor, jak jej definoval zadavatel. Přesnost závěrů je v tomto ohledu vyšší než v případě analýz, které pracují s pravděpodobnostně konstruovanými soubory.

Jako základní **analytickou jednotku** jsme zvolili zvukový příspěvek, který tematizoval problematiku volby prezidenta ČR, respektive zabýval se:

- primárně tématem prezidentských voleb, nebo
- pracoval s motivem prezidentských voleb v podobě tematické subagendy, která byla součástí jiné agendy, již rozvíjela či doplňovala,
- nebo tematizoval chování a výroky prezidentských kandidátů v jakýchkoliv kontextech.

Příspěvek jsme definovali jako zvukovou stopu, která je oddělena zvukově od předcházejícího a následujícího příspěvku.

Vzhledem k rozsahu vzorku, rozdílům v analyzované stopáži jednotlivých pořadů, žánrové a formátové heterogenitě celého vzorku, který byl navíc analyzován jak kvantitativně, tak kvalitativně, bylo třeba pracovat v kvalitativní části analýzy s dalším subtypem analytické jednotky – **promluvou** (moderátorů, reportérů, komentátorů, expertů atd.), která byla využita při analýze zpravodajských, publicistických a diskuzních pořadů. Její nejtypičtější formou byla zvláště v diskuzních pořadech **moderátorova otázka**.

2.4 Zvolené metody

Vzhledem k naznačené heterogenitě analyzovaného materiálu, bylo třeba zvolit kombinaci metod a technik, které budou schopny analyzovat různé aspekty komunikačních strategií jednotlivých pořadů/novinářů. V ideálním případě se budou použité metody doplňovat, tzn. budou vykrývat dílčí poznávací omezení kvantitativního, resp. kvalitativního postupu. Jinými slovy, kvalitativní analytické techniky se nemohou zabývat otázkami „co?“ a „kolik?“, jak to činí kvantitativní perspektiva, ale zaměřují se na významy, akcenty a kontexty chování daného pořadu/žurnalisty. Naopak tyto komunikační dimenze není schopen zcela zachytit kvantitativní postup, který se soustřeďuje primárně na popis struktury jevu, respektive na analýzu jeho dimenzí.

Jako výchozí metodu, která propojuje analýzu všech pořadů, jsme zvolili **obsahovou analýzu**, a to v její kvantitativní i kvalitativní podobě. Publicistické příspěvky budeme analyzovat současně i za pomoci metody interpretativního čtení, kvalitativní analýzy interpretačních rámců.

2.4.1 *Obsahová analýza*

Pro naplnění výše zmíněných cílů byla jako klíčový výzkumný nástroj zvolena metoda explorativní obsahové analýzy, respektive její kvantitativní i kvalitativní verze, které zohledňují a kombinují časový, typový i případový přístup (Krippendorff, 2004 a Neuendorf, 2002). Porovnáme-li další možné metody, které by připadaly v úvahu pro analýzu daného tématu, z pohledu potenciální validity a reliability dat, které poskytují, jeví se obsahová analýza vzhledem k zadání analýzy jako nejvhodnější.

Z pohledu základních cílů spočívají přednosti obsahové analýzy především v tom, že umožňuje kategorizovat a kvantifikovat relevantní proměnné a jejich indikátory v rozsahu, který nejsou kvalitativní metody výzkumu schopny pokrýt. Analyzovaný soubor několika programových typů tak bylo třeba roztřídit a identifikovat relevantní příspěvky. Takový rozsah materiálu nelze analyzovat primárně kvalitativně, ani není možné využít výběrovou proceduru, která by soubor redukovala a vytvořila řádově menší reprezentativní soubor, jelikož jeden z klíčových cílů zadání sleduje parametr proporcionality reprezentace prezidentských kandidátů, témat či například expertních mluvčích. Jejich distribuce ve sledovaných pořadech ale nemá v základním souboru strukturu normálního rozložení. Jejich rozložení je determinováno do značné míry situačně, a tudíž by jakýkoliv pokus o reprezentativní redukci vedl k výrazným statistickým zkreslením.

Aplikace **kvantitativní části obsahové analýzy** probíhala v následujících krocích:

- I. V první kvantifikační fázi analýzy jsme převedli do operacionální, měřitelné podoby výše uvedené problémové okruhy/otázky tak, aby zvolené indikátory umožňovaly měřit objektivitu, respektive vyváženost jednotlivých příspěvků, a to jak celé „předvolební agendy“, tak reprezentaci jednotlivých kandidátů.
- II. Tyto měřitelné proměnné jsme rozdělili do následujících subcelků, z nichž každý představuje jeden atribut indikující naplňování sledovaných kritérií objektivitu, respektive vyváženosti a nestrannosti:

A) PŘÍSPĚVEK

- 1/ TÉMA (dominantní/vedlejší motiv, který strukturoval předvolební agendu – otevřená otázka, kategorizovaná zpětně)
- 2/ STOPÁŽ (v sekundách)
- 3/ TYP PŘÍSPĚVKU (podle žánrového členění)

B) MLUVČÍ

- 1/ TYP (moderátor, reportér, komentátor, expert, vox pop apod.)
- 2/ SOUND BITE (čistá stopáž promluvy)
- 3/ STRANICKÁ A PROFESNÍ IDENTIFIKACE (politik, expert, vox pop apod.)

C) VOLBY

- 1/ POČET PŘÍSPĚVKŮ A JEJICH DISTRIBUCE (frekvence příspěvků věnovaných volbám a jejich rozložení v čase)
- 2/ STOPÁŽ (časové pokrytí agendy voleb jako celku)
- 3/ TÉMATICKÉ INTEPRETAČNÍ RÁMCE

D) KANDIDÁTI

- 1/ SOUND BITE (čistá stopáž promluvy všech kandidátských promluv, zvukových výstupů kandidátů, live i záznamů, v daném příspěvku)
- 2/ CHARAKTERISTIKY A HODNOCENÍ KANDIDÁTA (osobnostní, programové a ideové charakteristiky), celkové hodnotící vyznění příspěvku (neutrální / pozitivní / negativní valence).

III. Po tomto základním deskriptivním popisu souboru jsme přistoupili k analýze hlavních interpretačních rámců, jež používali novináři/pořady při konstrukci obrazu **jednotlivých prezidentských kandidátů**.

Při procesu operacionalizace mediálních rámců jsme vycházeli z referenční studie Matthese a Kohringa (2008). Výše uvedené proměnné tvořily základní soubor, který měl potenciál sytit jednotlivé potenciální interpretační rámce, jež sledované pořady/novináři více či méně vědomě užívali při referování o prezidentských volbách, respektive jednotlivých kandidátech.

Jak jsme již uvedli, mediální rámce nemají v teorii a výzkumu jednotnou operační definici – různé výzkumy používají odlišné metody, jak rámce konstruovat a jak k nim přiřadit analytické jednotky. V naší analýze používáme induktivní postup konstrukce interpretačních (mediálních) rámců, který se ukázal jako vhodnější pro práci s velkým, kvantitativně kódovaným souborem, který popisuje konstrukční mechanismy užívané zvláště ve zpravodajských pořadech.

2.4.2 Kvalitativní analýza

Otázka, do jaké míry dodržovaly vybrané pořady ustanovení § 31 odst. 2 a 3 zákona č. 231/2001 Sb., resp. zda předvolební vysílání jednotlivých stanic jako celek, i v rámci jednotlivých pořadů, dodržovalo zásady objektivního a vyváženého informování, má samozřejmě i svou kvalitativně analyzovatelnou dimenzi, která může prohloubit základní kvantitativně naznačené rámce a trendy. Pro kvalitativní analýzu platí, že důkazem významu určitého jevu není jeho frekvenční nasycenost, ale soustřeďuje se na významové akcenty samotných mluvčích/novinářů, které se snaží rekonstruovat. Jako základní přístup jsme zvolili koncepci kvalitativní obsahové analýzy Kimberley Neuendorf (2002), Neuendorf & Skalski (2009) doplněnou o metodu interpretativního čtení (Kronick, 1997), kterou jsme vzhledem k širokému spektru analyzovaných typů pořadů, žánrů a formátů doplnili prvky konverzační analýzy (Clayman, Heritage, 2002).

Vzhledem k výše uvedenému zadání jsme se soustředili v této kvalitativní části analýzy na komunikační (konverzační) chování/promluvy/otázky, respektive výrazové prostředky, které konstruovali novináři v publicistických pořadech. Analytickou jednotku představovala jak promluva/výrok profesionálního komunikátora (moderátora, reportéra, komentátora), tak i jeho interakce s hosty. Cílem bylo zachytit jak artikulovaný postoj novinářů vůči prezidentským kandidátům, tak i jejich obraz, který z takové interakce vzniká. Speciální pozornost byla zaměřena především na problematiku týkající se dodržování kritérií žurnalistické objektivity. Kvalitativní analýza se soustředí na:

A) PROFESNÍ FAULY KMENOVÝCH ŽURNALISTŮ, kteří:

- 1) straní jednotlivým kandidátům (přímo i nepřímo),
- 2) snižují či zesměšňují kandidáta/y (přímo i nepřímo),
- 3) nekorigují hosta/y, kteří poškozují kandidáty za použití nekorektních argumentů nebo jim naopak zjevně straní, byť byli pozváni do vysílání jako neutrální hodnotitelé.

B) VĚCNÁ POCHYBENÍ KMENOVÝCH ŽURNALISTŮ, kteří:

- 4) uvádějí nepřesné informace,
- 5) zkreslují informace,
- 6) potlačují relevantní informace,

Zjištěná pochybení byla zaznamenávána do polostrukturovaných záznamových archů spolu s příslušnými ukázkami. Tyto archy sloužily spolu s kvantitativními daty jako podklad pro zpracování analýzy.

2.5 Sběr dat, jejich zpracování, analytici a kodéři

V rámci kvantitativní analýzy byla data kódována podle vytvořené kódovací knihy, ukládána do datové matice a zpracována statistickým softwarem SPSS PC. Kódování realizoval tým předem zaškolených kodérů. Každý analytik/kodér pracoval na jednom relativně samostatném celku. Kontinuálně probíhala diskuse sjednocující kódování nejednoznačně kategorizovatelných obsahů. V druhém stupni kontrolního kódování byl celý vzorek podroben kontrole tří analytiků, kteří měli za úkol sjednotit zbývající případy nejednoznačného kódování.

3. ANALYTICKÁ ČÁST

Analytická část zprávy je rozdělena do dvou základních kapitol, z nichž jedna je věnována vybraným zpravodajským, publicistickým a diskusním pořadům v rámci běžného vysílání, druhá pak diskusním pořadům s předvolební dramaturgií, které byly odvysílány v určeném období před 1. a 2. kolem prezidentských voleb.

Jednotkou výzkumu byl zvukový příspěvek, splňující následující kritéria:

- byl obsahově tematizován přítomností (před) volební agendy a/nebo
- tematizoval chování a výroky prezidentských kandidátů v jakýchkoliv kontextech.

Příspěvek jsme definovali jako zvukovou stopu, která je oddělena zvukově od předcházejícího a následujícího příspěvku. Dalším subtypem analytické jednotky je promluva (moderátorů, reportérů, komentátorů, hostů atd.), která byla využita při analýze zejména publicistických a diskusních pořadů.

ZPRAVODAJSKÉ A PUBLICISTICKÉ POŘADY

Kritéria pro posouzení objektivitu a vyváženosti zpravodajství byla operacionalizována do podoby následujících indikátorů:

- celková stopáž příspěvků poskytnutá kandidátům,
- téma příspěvku ve vztahu k jednotlivým prezidentským kandidátům,
- program kandidáta,
- chování kandidáta,
- osobnostní či profesní kompetence kandidáta,
- hodnotící vyznění příspěvku vůči kandidátovi (neutrální / pozitivní / negativní valence).

V neposlední řadě nás zajímaly další osoby vystupující v příspěvku:

- počet mluvčích – novinářů,
- počet mluvčích – expertů,
- počet mluvčích – VIP,
- počet mluvčích – vox populi.

V rámci kvalitativní analýzy se pak soustředíme na konkrétní moderátorské chyby:

- nekorektní interpretace (např. zkreslování, zveličování...),
- informační nepřípravenost a/ nebo věcná nepřesnost při formulování dotazu,
- nepřesné odkazování na zdroj (odkaz na zdroj uveden nepřesně),
- používání argumentů, které nelze spojit s jasně definovaným zdrojem,
- neschopnost odhalovat rozpory v postojích účastníků,
- neschopnost korigovat “fauly”, kterých se mluvčí dopouštěli,
- neovládnutí emocí (ironie, sarkasmus, zesměšňování) na straně moderátora,
- defavorizace kandidáta (např. zesměšňování, dehonestace) ze strany moderátora
- favorizace kandidáta ze strany moderátora,
- nekorektní interpretace dat výzkumů veřejného mínění.

K popisu mediálního obrazu jednotlivých kandidátů využíváme reference, které jsme o těchto osobnostech identifikovali v relevantních zpravodajských a publicistických příspěvcích. Tyto reference byly vytvořeny ze všech analyzovaných příspěvků s volební i mimovolební agendou

coby konkrétní výpovědi o (a) programu kandidáta, (b) jeho konkrétních krocích a aktivitách, (c) jeho odborných a osobnostních předpokladech pro nejvyšší ústavní funkci. Reference jsou doprovázené hodnocením (pozitivní / neutrální / negativní valence).

DISKUSNÍ POŘADY

V rámci kvantitativní analýzy diskusních pořadů jsme sledovali dva základní faktory:

- kvantitativní reprezentaci kandidátů a
- strukturu a povahu dotazů položených moderátorem.

Kvantitativní reprezentace prezidentských kandidátů sleduje:

- zastoupení kandidátů v jednotlivých diskusních pořadech,
- stopáž, která byla těmto kandidátům poskytnuta,
- počet dotazů, které byly adresovány jednotlivým kandidátům.

Struktura a povaha dotazů položených moderátorem má pak tyto indikátory:

- typologie dotazů
 - hlavní dotaz (zadání tematického rámce),
 - vedlejší dotaz (rozvíjení tématu nastoleného hlavním dotazem),
 - doplňovací dotaz (výzva k upřesnění odpovědi).
- míra polemičnosti dotazů - valence
 - neutrální dotaz,
 - vstřícný dotaz (nahrávka),
 - kritický dotaz (tvrzení/otázka, která má tendenci zpochybnit stanovisko mluvčího/kandidáta).
- zacílení dotazů
 - ad hominem (kritická osobní otázka, která zpochybňuje kredibilitu kandidáta, respektive upozorňuje na informaci, která by mohla zpochybnit jeho obraz)
 - ad rem (obecně zjišťování).

Analýza struktury dotazů se zaměřila na následující rámce přiřkládané jednotlivým kandidátům:

- program kandidáta, plány ve funkci prezidenta,
- osobnostní rysy, morální integrita kandidáta,
- vnitropolitické názory kandidáta,
- zahraničně politické názory kandidáta,
- hodnotové, ideové, politické postoje kandidáta,
- volební strategie, chování kandidáta v kampani,
- hodnocení protikandidáta.

V rámci kvalitativní analýzy se pak soustředíme na konkrétní moderátorské chyby:

- nekorektní interpretace (např. zkreslování, zveličování...),
- informační nepřipravenost a/ nebo věcná nepřesnost při formulování dotazu,
- nepřesné odkazování na zdroj (odkaz na zdroj uveden nepřesně),
- používání argumentů, které nelze spojit s jasně definovaným zdrojem,
- neschopnost diskusi soudcovat, odhalovat rozpory v postojích účastníků,
- moderátor nesehrával roli názorového oponenta,
- neschopnost odhalovat rozpory v postojích účastníků,

- neschopnost korigovat “fauly”, kterých se diskutující dopouštěli,
- neovládnutí emocí (ironie, sarkasmus, zesměšňování) na straně moderátora,
- defavorizace kandidáta (např. zesměšňování, dehonestace) ze strany moderátora,
- favorizace kandidáta ze strany moderátora,
- nekorektní interpretace dat výzkumů veřejného mínění.

Následující kapitoly předkládají výstupy analýzy vybraných zpravodajských, publicistických a diskuzních pořadů Českého rozhlasu v následujícím pořadí:

1) Pořady zpravodajské, diskusní a publicistické

- **Hlavní zprávy + Hlavní zprávy – rozhovory a komentáře** (Radiožurnál, relevantní zpravodajské příspěvky v rámci vysílání v období 15. 12. 2017 – 26. 1. 2018, zpravodajská relace ve 12:00 a 18:00)
- **Dvacet minut Radiožurnálu** (Radiožurnál, všechna vysílání v období 15. 12. 2017 – 26. 1. 2018)
- **Co rozhodne volby** (Radiožurnál a ČRo Plus, vysílání 26. 1. 2018)
- **Názory a argumenty** (ČRo Plus, všechna vysílání v období 15. 12. 2017 – 26. 1. 2018)
- **Volební studio** (Radiožurnál a ČRo Plus, vysílání 13. 1. 2018)

2) Diskuzní pořady s předvolební dramaturgií:

- **Dvacet minut Radiožurnálu** (pouze rozhovory s kandidáty v rámci projektu Hledá se prezident)
- **Rozhovor s kandidátem na prezidenta** (Radiožurnál, vysílání 26. 1. 2018)

Poznámka: Ve zprávě se pracuje se členěním příspěvků dle data jejich vysílání na následující období (není-li u konkrétních pořadů uvedeno jinak):

- 1. kolo: 15. 12. 2017 – 12. 1. 2018,
- 2. kolo: 13. 1. - 26. 1. 2018.

3.1 Zpravodajské a publicistické pořady

3.1.1 Hlavní zprávy

V této kapitole se zabýváme zpravodajskou relací Českého rozhlasu Hlavní zprávy, vysílané na stanici Radiožurnál ve sledovaném období (15. 12. 2017 až 26. 1. 2018). Ve všedních dnech analyzujeme úvodní zpravodajskou část relací i následující publicistický blok pod názvem Hlavní zprávy – rozhovory a komentáře. Stopáž zpravodajské části je zhruba 8 minut,

publicistický blok trvá přibližně 22 minut. V nepracovních dnech analyzujeme vysílání v 18:00, a to pouze zpravodajství, neboť tato relace publicistiku neobsahuje.

Ve výše uvedených vysíláních Hlavních zpráv jsme identifikovali celkem 101 relevantních příspěvků, z toho 64 % zpravodajských a 36 % publicistických. Před 1. kolem volby bylo 57 % relevantních příspěvků zpravodajského charakteru a 43 % publicistického, před 2. kolem se podíl zpravodajství zvýšil (69 % oproti 31 % publicistiky).

Tabulka 1: Relevantní příspěvky z hlediska žánru (N = 101)

žánr	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
zpravodajství	21	57 %	44	69 %	65	64 %
publicistika	16	43 %	20	31 %	36	36 %
celkem	37	100 %	64	100 %	101	100 %

Téměř polovinu relevantních příspěvků před 1. kolem voleb tvořily kombinované příspěvky (49 %), necelou čtvrtinu komentáře a analýzy (24 %), necelou pětinu rozhovory (19 %). Před 2. kolem se zvýšil podíl kombinovaných příspěvků (77 %), pokleslo zastoupení žánrů typických pro publicistiku (komentáře 8 %, rozhovory 3 %).

Tabulka 2: Typy příspěvků (N = 101)

žánr	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
kombinovaný příspěvek	18	49 %	49	77 %	67	66 %
komentář a analýza	9	24 %	5	8 %	14	14 %
rozhovor	7	19 %	2	3 %	9	9 %
čtená zpráva	2	5 %	6	9 %	8	8 %
reportáž	1	3 %	2	3 %	3	3 %
celkem	37	100 %	64	100 %	101	100 %

Téma prezidentských voleb bylo v relevantních příspěvcích výrazně zastoupeno. Před 1. kolem volby mělo téměř v polovině příspěvků pozici hlavního tématu (49 %), v dalších 19 % jednotek bylo alespoň zmíněno. Necelá třetina příspěvků tematizovala pouze nevolební agendu (tzn. zabývaly se některým z kandidátů v mimovolebním kontextu – 32 %). Před 2. kolem pozice volební agendy ještě posílila – v 53 % představovala hlavní téma, ve 32 % byla alespoň zmíněna).

Tabulka č. 3: Pozice tématu prezidentských voleb v relevantních příspěvcích (N = 101)

pozice tématu voleb	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
hlavní téma	18	49 %	34	53 %	52	51 %
vedlejší téma	2	5 %	10	16 %	12	12 %
zmínka	5	14 %	10	16 %	15	15 %
volby nejsou tématem	12	32 %	10	16 %	22	22 %
celkem	37	100 %	64	100 %	101	100 %

Před 1. kolem volby v příspěvcích Hlavních zpráv naživo nebo ze záznamu hovořili Miloš Zeman (5 promluv s úhrnnou stopáží 1 minutu a 46 sekund) a Marek Hilšer (1 velmi krátká promluva se stopáží 1 sekunda). Před druhým kolem se vyrovnala stopáž promluv dvou finalistů (Miloš Zeman i Jiří Drahoš hovořili přibližně 3 minuty 40 sekund). Promluvy dalších tří kandidátů (Topolánek, Kulhánek, Horáček) se pohybovaly v rozmezí 3 – 6 sekund.

Tabulka 4: Počet promluv jednotlivých kandidátů, celková stopáž a průměrná délka promluvy

kandidát	1. kolo			2. kolo			celkem		
	počet promluv	průměrná délka promluvy	celková délka promluv	počet promluv	průměrná délka promluvy	celková délka promluv	počet promluv	průměrná délka promluvy	celková délka promluv
Zeman	5	21 s	1 min 46 s	13	17 s	3 min 37 s	18	18 s	5 min 23 s
Drahoš				17	13 s	3 min 43 s	17	13 s	3 min 43 s
Topolánek				1	6 s	6 s	1	6 s	6 s
Kulhánek				1	5 s	5 s	1	5 s	5 s
Horáček				2	2 s	3 s	2	2 s	3 s
Hilšer	1		1 s				1	1 s	1 s

Mezi externími mluvčími v relevantních příspěvcích Hlavních zpráv převažovali tuzemští politici působící na celostátní úrovni. Zastoupení ale byli i novináři, experti a představitelé různých institucí.

Tabulka 5: Externí mluvčí v Hlavních zprávách

jméno mluvčího	organizace, afiliace	jméno mluvčího	organizace, afiliace
novináři z ČRo			
Petr Hartman	komentátor ČRo	Petr Nováček	vnitropolitický komentátor ČRo
Jana Klímová	analytička ČRo	Ondřej Suchan	šéfredaktor Radiožurnálu
novináři z jiných médií			
Erik Best	americký novinář žijící v Praze	Jiří Kubík	zástupce šéfredaktora redakce Seznam zprávy
Robert Časenský	šéfredaktor magazínu Reportér	Ondřej Leinert	politický reportér Mf Dnes
Adam Černý	předseda syndikátu novinářů	František Lutonský	Zástupce šéfredaktora zpravodajství ČT, hlavní dramaturg debaty
David Klimeš	hlavní analytik týdeníku Ekonom	Bohumil Pečinka	komentátor Reflexu
Miroslav Korecký	komentátor Mladé Fronty Dnes	Jindřich Šídlo	komentátor serveru Seznam zprávy
Matuš Kostolný	šéfredaktor slovenského Denníku N		
politici			
Andrej Babiš	premiér, ANO	Jan Chvojka	předseda poslaneckého klubu ČSSD
Ivan Bartoš	předseda České pirátské strany	Petr Ježek	poslanec Evropského parlamentu, nestraník (dříve ANO)
Pavel Bělobrádek	předseda KDU-ČSL	Taťána Malá	poslankyně hnutí ANO

jméno mluvčího	organizace, afiliace	jméno mluvčího	organizace, afiliace
Richard Brabec	místopředseda hnutí ANO, ministr životního prostředí	Jakub Michálek	předseda poslaneckého klubu Piráťů
Jiří Dolejš	místopředseda KSČM	Roman Petrus	starosta Prahy 8, ČSSD
Jaroslav Faltýnek	místopředseda hnutí ANO, předseda poslaneckého klubu	Helena Válková	poslankyně hnutí ANO
Petr Fiala	předseda ODS	Adam Vojtěch	ministr zdravotnictví v demisi
Vojtěch Filip	předseda KSČM	Radek Vondráček	předseda poslanecké sněmovny, ANO
Milan Chovanec	bývalý ministr vnitra, statutární místopředseda ČSSD		
reprezentanti institucí, státní úředníci			
Petra Báčová	mluvčí ČSÚ	Jiří Ovčáček	tiskový mluvčí prezidenta republiky
Vladimír Kruliš	odbor protokolu prez. kanceláře	Klára Pěkníková	mluvčí ministerstva vnitra
Eva Krumpová	místopředsedkyně ČSÚ	Ivo Pospíšil	generální sekretář Ústavního soudu
Petr Mlsna	náměstek ministra vnitra	Marek Řeháček	tajemník Magistrátu Jablonce n. N.
Vratislav Mynář	kancléř prezidenta	Jaroslav Singer	bývalý guvernér ČNB
Jan Outlý	Úřad pro dohled nad hospodařením pol. stran a hnutí		
spolupracovníci kandidátů			
Kateřina Procházková	mluvčí Jiřího Drahoše	Jiří Ovčáček	tiskový mluvčí prezidenta republiky
experti			
Jan Balík	koordinátor příprav Svět. dne mládeže	Petr Kroupa	kurátor
Jiří Belda	šperkař, restaurátor	Jan Kysela	vedoucí katedry politologie a sociologie PF UK
Přemysl Čech	sociolog Medianu	Eva Lebedová	odbornice na politický marketing, FF UPOL
Lucie Hrdá	obhájkyně aktivistky hnutí Fenmen	Ladislav Mrklas	politolog, prorektor VŠ CEVRO
Lukáš Jelínek	politolog, Masarykova demokratická akademie	Michal Pink	politolog, FSS MU
Petr Just	vedoucí Kat. politologie a humanitních studií Metropol. univ.	Pavel Šaradín	politolog, UPOL
Roman Kainz	agentura Euro Agency	Milan Znoj	politolog. UK
ostatní			
Dominik Duka	kardinál	Kirill	ruský pravoslavný patriarcha

3.1.1.1 Reference o kandidátech

V této kapitole analyzujeme reference o osobnostech kandidujících na úřad prezidenta identifikované ve zpravodajských a publicistických příspěvcích Hlavních zpráv. Tyto reference byly vytvořeny ze všech analyzovaných příspěvků s volební i mimovolební agendou coby konkrétní výpovědi o (a) programu kandidáta, (b) jeho konkrétních krocích a aktivitách, (c) jeho odborných a osobnostních předpokladech pro nejvyšší ústavní funkci. Reference jsou doprovázené hodnocením (pozitivní / neutrální / negativní valence). V závěru kapitoly podrobíme analýze obsahovou agendu těchto referencí a budeme sledovat, pomocí jakých rámců byl vytvářen mediální obraz jednotlivých kandidátů.

V příspěvcích Hlavních zpráv v období před 1. kolem výrazně převažovaly reference o Miloši Zemanovi (69 %). Ostatním kandidátům bylo věnováno nejvýše 10 % referencí. Před 2. kolem se situace změnila, objevovaly se zejména výpovědi o dvou finalistech (Miloš Zeman 53 %, Jiří Drahoš 36 %), dalším kandidátům byla věnována pozornost v rozsahu do 3 %.

Tabulka 6: Počet referencí o jednotlivých kandidátech (N = 420)

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
Zeman	58	69 %	177	53 %	235	56 %
Drahoš	5	6 %	121	36 %	126	30 %
Horáček	8	10 %	11	3 %	19	5 %
Hilšer	2	2 %	8	2 %	10	2 %
Fischer	1	1 %	7	2 %	8	2 %
Topolánek	3	4 %	3	1 %	6	1 %
Hannig	2	2 %	4	1 %	6	1 %
Hynek	2	2 %	3	1 %	5	1 %
Kulhánek	3	4 %	2	1 %	5	1 %
celkem	84	100 %	336	100 %	420	100 %

Reference o kandidátech identifikované v příspěvcích vysílaných před 1. kolem volby rámují obraz kandidátů především prostřednictvím jejich konkrétních kroků (83 %). Z jednotlivých kandidátů můžeme popsat pouze rámování obrazu Miloše Zemana, pro nějž jsme shromáždili dostatečný počet referencí: 84 % jednotek se věnovalo jeho konkrétním aktivitám, 16 % osobnostním a profesním kompetencím; programový rámec zastoupen nebyl.

V referencích o kandidátech z příspěvků před 2. kolem voleb je opět nejčastěji využíván rámec konkrétních kroků kandidátů (56 %), ostatní dva rámce už jsou ovšem přítomny výrazněji (osobnostní a profesní kompetence 30 %, program kandidáta 14 %). Díky dostatečnému počtu jednotek v souboru můžeme porovnat strukturu mediálního obrazu Miloše Zemana a Jiřího Drahoše. U Miloše Zemana je díky výkonu prezidentského úřadu častěji využit rámec konkrétních kroků, u Jiřího Drahoše zřejmě vlivem jeho menší známosti ve veřejnosti rámec programový.

Tabulka 7: Typy referencí o kandidátech (N = 420)

		program kandidáta		konkrétní kroky kandidáta		osobnostní a profesní kompetence		počet jednotek	
		počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
1. kolo	Zeman			49	84 %	9	16 %	58	100 %
	Horáček			6	75 %	2	25 %	8	100 %
	Drahoš	2	40 %	3	60 %			5	100 %
	Topolánek			3	100 %			3	100 %
	Kulhánek			2	67 %	1	33 %	3	100 %
	Hynek			2	100 %			2	100 %
	Hannig			2	100 %			2	100 %
	Hilšer			2	100 %			2	100 %
	Fischer			1	100 %			1	100 %

	<i>celkem</i>	2	2 %	70	83 %	12	14 %	84	100 %
2. kolo	Zeman	19	11 %	105	59 %	53	30 %	177	100 %
	Drahoš	24	20 %	63	52 %	34	28 %	121	100 %
	Horáček	2	18 %	6	55 %	3	27 %	11	100 %
	Hilšer	2	25 %	4	50 %	2	25 %	8	100 %
	Fischer			4	57 %	3	43 %	7	100 %
	Hannig			2	50 %	2	50 %	4	100 %
	Topolánek			2	67 %	1	33 %	3	100 %
	Hynek			1	33 %	2	67 %	3	100 %
	Kulhánek					2	100 %	2	100 %
	<i>celkem</i>	47	14 %	187	56 %	102	30 %	336	100 %

Nadpoloviční většina referencí o kandidátech měla před 1. kolem volby neutrální hodnotící vyznění (52 %). Necelá třetina referencí nesla negativní valenci vůči kandidátům – v případě Miloše Zemana šlo především o netransparentní styl vedení volební kampaně a kritiku některých jeho kroků při sestavování vlády, u dalších pěti kandidátů soudní projednávání platnosti jejich nominace poslanci a senátory.

Před 2. kolem volby měla naprostá většina výpovědí o kandidátech neutrální valenci (81 %), negativní valenci neslo 14 % z nich a pozitivní 5 %. Reference s negativní valencí byly navázány především na Miloše Zemana (22 %), jejich obsahová agenda byla obdobná jako v prvním kole (netransparentní způsob vedení a financování volební kampaně, sporné kroky při sestavování vlády i pochybnosti o zdraví).

Tabulka 8: Hodnotící aspekt výpovědí o kandidátech (N = 420)

		neutrální		pozitivní		negativní		celkem	
		počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
1. kolo	Zeman	35	60 %	10	17 %	13	22 %	58	100 %
	Horáček	4	50 %	3	38 %	1	12 %	8	100 %
	Drahoš	3	60 %	1	20 %	1	20 %	5	100 %
	Topolánek	1	33 %			2	67 %	3	100 %
	Kulhánek	1	33 %			2	67 %	3	100 %
	Hynek					2	100 %	2	100 %
	Hannig					2	100 %	2	100 %
	Hilšer					2	100 %	2	100 %
	Fischer					1	100 %	1	100 %
	<i>celkem</i>	44	52 %	14	17 %	26	31 %	84	100 %
2. kolo	Zeman	130	73 %	8	5 %	39	22 %	177	100 %
	Drahoš	106	88 %	8	7 %	7	6 %	121	100 %
	Horáček	11	100 %					11	100 %
	Hilšer	8	100 %					8	100 %
	Fischer	6	86 %	1	14 %			7	100 %
	Hannig	4	100 %					4	100 %
	Topolánek	3	100 %					3	100 %
	Hynek	3	100 %					3	100 %
	Kulhánek	2	100 %					2	100 %
	<i>celkem</i>	273	81 %	17	5 %	46	14 %	336	100 %

Obsahová agenda všech referencí o kandidátech byla kategorizována do několika homogenních skupin, a to na dvou úrovních obecnosti – základní a rozvinuté.

Struktura obsahové agendy referencí o kandidátech byla před oběma koly odlišná. Před 1. kolem největší část tvořily výpovědi o jednání prezidenta Zemana v souvislosti s výkonem jeho funkce (39 %), významněji byly zastoupeny ještě aktivity kandidátů v souvislosti s volbami (18 %) a zpravodajské pokrytí přípravy a průběhu předvolebních debat. Před 2. kolem převládalo informování o průběhu volební kampaně (30 %) a o konkrétních aktivitách kandidátů v předvolebním období (28 %). Výkon funkce prezidenta Zemana v mimovolebním kontextu reflektovalo 17 % jednotek.

Tabulka 9: Struktura obsahové agendy - detailně (N = 174)

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
průběh předvolební kampaně	8	10 %	102	30 %	110	26 %
aktivity kandidátů v souvislosti s volbami	15	18 %	93	28 %	108	26 %
aktivity M. Zemana ve funkci prezidenta	33	39 %	57	17 %	90	21 %
debaty kandidátů v médiích - organizace, účast kandidátů, hodnocení	12	14 %	42	13 %	54	13 %
prezentace výsledků 1. / 2. kola			20	6 %	20	5 %
informace o konání a průběhu voleb	3	4 %	10	3 %	13	3 %
soudní projednávání stížnosti na registraci pěti kandidátů	10	12 %			10	2 %
zahraniční reakce na konání a výsledky voleb			10	3 %	10	2 %
reflexe voleb na domácí politické scéně	3	4 %	2	1 %	5	1 %
celkem	84	100 %	336	100 %	420	100 %

Pro větší přehlednost a snazší analytické uchopení jsme výše prezentovanou strukturu obsahové agendy sloučili do několika širších kategorií, které tvoří interpretační rámce pro popis mediálního obrazu jednotlivých kandidátů. Vzájemnou vazbu obou úrovní obecnosti ukazuje následující schéma.

Tabulka 10: Struktura obsahové agendy – základní a rozvinutá kategorizace

základní kategorizace	rozvinutá kategorizace
aktivity M. Zemana ve funkci prezidenta	aktivity M. Zemana ve funkci prezidenta
volební kampaň, předvolební debaty	aktivity kandidátů v souvislosti s volbami
	průběh předvolební kampaně
	debaty kandidátů v médiích - organizace, účast kandidátů, hodnocení
zpravodajské pokrytí voleb	informace o konání a průběhu voleb
	prezentace výsledků 1. / 2. kola
	soudní projednávání stížnosti na registraci pěti kandidátů
interpretace výsledků voleb	reflexe voleb na domácí politické scéně
	zahraniční reakce na konání a výsledky voleb

Následující tabulka ukazuje, jaké interpretační rámce byly ve zpravodajských a publicistických příspěvcích využity ke konstrukci mediálního obrazu konkrétních kandidátů. Analýza potvrzuje odlišný charakter mediálního obrazu Miloše Zemana a ostatních kandidátů. Před 1. kolem spadala nadpoloviční většina identifikovaných výpovědí o Miloši Zemanovi do rámce jeho mimovolebních prezidentských aktivit (57 %). Mediální obraz ostatních kandidátů se liší podle toho, zda platnost jejich nominace přezkoumával Ústavní soud. U pěti kandidátů, jejichž nominace byla žalobou Terezie Holovské napadena, převládá rámec zpravodajského pokrytí voleb, u ostatních dvou rámec jejich aktivit v předvolební kampani a v mediálních debatách.

Před 2. kolem byl výrazněji využíván rámec volební kampaně a předvolebních debat, dominoval zejména u Jiřího Drahoše (91 %), u druhého z finalistů byl stále přítomen rámec jeho mimovolebních aktivit (32 %). Rámec interpretace volebních výsledků obraz dvou soupeřů z druhého kola rámuje prostřednictvím reflexe voleb v zahraničním tisku a jejich předpokládaného dopadu na vývoj domácí politické scény.

Tabulka 11: Obsahová agenda referencí o kandidátech (N = 420)

		aktivity M. Zemana ve funkci prezidenta	volební kampaň, předvolební debaty	zpravodajské pokrytí voleb	interpretace výsledků voleb	celkem	počet jednotek
1. kolo	Zeman	57 %	33 %	5 %	5 %	100 %	58
	Horáček		100 %			100 %	8
	Drahoš		100 %			100 %	5
	Topolánek		33 %	67 %		100 %	3
	Kulhánek		33 %	67 %		100 %	3
	Hynek			100 %		100 %	2
	Hannig			100 %		100 %	2
	Hilšer			100 %		100 %	2
	Fischer		100 %			100 %	1
	celkem	39 %	42 %	16 %	4 %	100 %	84
2. kolo	Zeman	32 %	59 %	5 %	5 %	100 %	177
	Drahoš		91 %	7 %	3 %	100 %	121
	Horáček		82 %	18 %		100 %	11
	Hilšer		75 %	25 %		100 %	8
	Fischer	14 %	29 %	57 %		100 %	7
	Hannig		75 %	25 %		100 %	4
	Topolánek		67 %	33 %		100 %	3
	Hynek		33 %	67 %		100 %	3
	Kulhánek			100 %		100 %	2
	celkem	17 %	71 %	9 %	4 %	100 %	336

3.1.2 Dvacet minut Radiožurnálu

Dvacet minut Radiožurnálu je rozhovor moderátora či moderátorky s jedním hostem na aktuální téma. Je vysílán na stanici Radiožurnál každý všední den po 17. hodině. Jak napovídá název, stopáž pořadu mírně přesahuje dvacet minut.

Vzhledem k formátu pořadu, tedy kontinuálnímu rozhovoru s jedním hostem se stopází okolo 20 minut, odpovídal příspěvek, který je základní jednotkou naší analýzy, celému vysílání. Analyzováno bylo 25 příspěvků tohoto pořadu, odvysílaných ve sledovaném období (15 před

prvním kolem a 10 před kolem druhým). Ve dnech 27. 12. – 29. 12. 2017 byl pořad nahrazen debatami prezidentských kandidátů, ve dnech 2. 1. až 11. 1. 2018 bylo v jeho rámci vysíláno osm rozhovorů s prezidentskými kandidáty v projektu Hledá se prezident. Relevantní z hlediska naší analýzy byla vedle těchto osmi interview ještě čtyři běžná vysílání pořadu (jedno před prvním kolem a tři před kolem druhým).

Před prvním kolem voleb byl podíl relevantních příspěvků na celkové stopáži pořadu výrazně vyšší, což bylo způsobeno zejména vysíláním rozhovorů v projektu Hledá se prezident (60 %), ve druhém kole to bylo 31 %.

Tabulka 12: Podíl relevantních příspěvků na celkové stopáži ve sledovaném období

	1. kolo	2. kolo	celkem
stopáž relevantních příspěvků	60 %	31 %	49 %
stopáž ostatních příspěvků	40 %	69 %	51 %
celkem	100 %	100 %	100 %

Vzhledem k rozdílné míře relevance běžných vysílání a rozhovorů z cyklu Hledá se prezident z hlediska zadání naší analýzy se těmito dvěma formáty nadále zabýváme odděleně.

3.1.2.1 Běžná vysílání pořadu 20 minut Radiožurnálu

Před 1. kolem jsme mezi sedmi rozhovory, nespádajícími do cyklu Hledá se prezident, identifikovali jediný relevantní příspěvek. Jednalo se o rozhovor s poslancem za KDU-ČSL a starostou Prahy 7 Janem Čížinským, který se vedle jiných témat dotkl i způsobu získání nominace kandidátů pro prezidentské volby. Host pozitivně hodnotil získání nominace díky podpisům občanů (a v této souvislosti jako příklad uvedl Jiřího Drahoše), za méně hodnotný způsob označil kandidaturu prostřednictvím podpisů poslanců a senátorů (a zde zmínil Mirka Topolánka).

Před 2. kolem jsme v rámci běžného vysílání zkoumané relace identifikovali 3 relevantní příspěvky. Ve dvou z nich měla agenda prezidentských voleb status vedlejšího tématu v kontextu aktuálního vnitropolitického či zahraničněpolitického vývoje. Šlo o rozhovory s předsedou poslaneckého klubu ČPS Jakubem Michálkem z 15. 1. a s europoslankyní za ANO Ditou Charamzovou z 24. 1. 2018. Oba hosté jsou aktivními politiky, hovořili tedy buď o aktuálním vývoji na domácí politické scéně, především o sestavování vlády (Michálek), nebo v evropské politické debatě o migrační krizi a projektu Dublin IV. (Charamzová). V tomto kontextu interpretovali prezidentské volby a zejména osobnost a kroky Miloše Zemana. V jednom z příspěvků měla prezidentská agenda pozici zmínky – v rozhovoru s nově zvoleným senátorem Janem Sobotkou se objevila informace, že doplňovací senátní volby proběhly zároveň s prezidentskými volbami.

Následující tabulky shrnují, kteří hosté hovořili v relevantních příspěvcích před 2. kolem a jakou pozici zde mělo téma prezidentských voleb.

Tabulka 13: Hosté v jednotlivých vysíláních pořadu před 2. kolem

datum vysílání	hosté
15. 1. 2018	Jan Sobotka, senátor (STAN)
17. 1. 2018	Jakub Michálek, předseda poslaneckého klubu ČPS
24. 1. 2018	Dita Charanzová, europoslankyně (ANO)

Tabulka 14: Pozice tématu prezidentských voleb v relevantních příspěvcích před druhým kolem (N = 4)

pozice tématu	počet příspěvků
hlavní téma	0
vedlejší téma	2
zmínka	1
celkem	3

Reference o prezidentských kandidátech byly vytvořeny ze 4 relevantních příspěvků (jeden vysílaný před prvním kolem volby, tři před druhým kolem). Celkem bylo identifikováno 9 těchto výpovědí. Vzhledem k velmi nízkému počtu jednotek uvádíme v tabulkách v této kapitole pouze absolutní četnosti.

Před 1. kolem volby se, jak již bylo uvedeno, objevily pouze reference o Jiřím Drahošovi a Mirku Topolánkovi, před 2. kolem byla pozornost věnována především Miloši Zemanovi, okrajově také Jiřímu Drahošovi.

Tabulka 15: Počet referencí o jednotlivých kandidátech (N = 9)

kandidát	1. kolo	2. kolo	celkem
Zeman		6	6
Drahoš	1	1	2
Topolánek	1		1
celkem	2	7	9

V období před 1. kolem se objevily pouze reference o konkrétních krocích kandidáta (způsobu získání nominace). Před kolem druhým byl obraz kandidátů vytvářen především prostřednictvím jejich osobností a kompetencí (především podpora či nepodpora ze strany různých osobností a politických stran).

Tabulka 16: Typy referencí o kandidátech (N = 9)

		program kandidáta	konkrétní kroky kandidáta	osobnostní a profesní kompetence	celkem
1. kolo	Topolánek		1		1
	Drahoš		1		1
2. kolo	Zeman		1	5	6

	Drahoš			1	1
--	--------	--	--	---	---

Vzhledem k velmi malému počtu referencí o kandidátech před prvním i druhým kolem volby nelze učinit závěry o míře pozitivní či negativní valence vůči některému z kandidátů. Dvě výpovědi o Miloši Zemanovi s negativní valencí se týkaly deklarované neochoty hostů jej podporovat a volit.

Tabulka 17: Valence referencí vůči jednotlivým kandidátům (N = 9)

		neutrální	pozitivní valence	negativní valence	celkem
1. kolo	Topolánek			1	1
	Drahoš		1		1
2. kolo	Zeman	3	1	2	6
	Drahoš		1		1

3.1.3 Názory a argumenty

Pořad Názory a argumenty v sobě slučuje dva vysílací formáty: ve všední den má podobu sledu komentářů, rozhovorů a analýz týkajících se aktuálního společenského a politického dění. Hosty jsou komentátoři, novináři politologové a další osobnosti zabývající se politickým a veřejným životem. O víkendech jde o debatní kulaté stoly s osobnostmi podobného zaměření jako v předchozím případě.

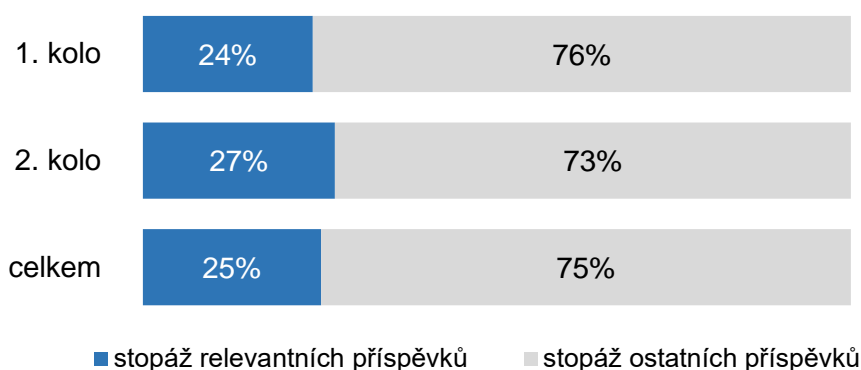
Pořad je vysílán na stanici ČRo Plus ve všední dny po 18:30, o víkendech po 18. hodině. Stopáž činí přibližně 27 minut ve všední dny a 50 minut o víkendech a svátcích. Ve sledovaném období jsme v jednotlivých vysíláních identifikovali 66 relevantních příspěvků, z toho 48 v relacích z pracovních dnů a 18 ve víkendových debatách. Zastoupení všednodenního a víkendového formátu bylo v relevantních příspěvcích před oběma koly obdobné.

Tabulka 18: Zastoupení příspěvků z víkendů a všedních dnů (N = 66)

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
všední den	28	74 %	20	71 %	48	73 %
víkend	10	26 %	8	29 %	18	27 %
celkem	38	100 %	28	100 %	66	100 %

Následující graf prezentuje podíl stopáže příspěvků s volební tematikou na celkové stopáži ve vysíláních ze všedních dnů. Vzhledem k charakteru víkendových vysílání Názorů a argumentů (téměř hodinová debata s více hosty) je poněkud problematické přesně ohraničit jednotlivé příspěvky s volební tematikou. Údaj o podílu na celkové stopáži proto za víkendová vysílání neuvádíme.

Graf č. 1: Podíl relevantních příspěvků na celkové stopáži ve sledovaném období – všední dny



V období před prvním kolem voleb tematizovala přibližně třetina příspěvků některého z kandidátů v mimovolebním kontextu (32 %). Šlo o reflexi různých činů a vyjádření Miloše Zemana, ať již na téma sestavování vlády, myšlenek z vánočního projevu a podobně. Ve 13 % příspěvků mělo téma prezidentských voleb status hlavního tématu, 24 % tématu vedlejšího.

Před druhým kolem byla mimovolební agenda přítomna jen okrajově (4 %), v převážné většině příspěvků měly volby status tématu hlavního (79 %).

Tabulka 19: Pozice tématu prezidentských voleb v relevantních příspěvcích (N = 66)

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
hlavní téma	5	13 %	22	79 %	27	41 %
vedlejší téma	9	24 %	3	11 %	12	18 %
zmínka	12	32 %	2	7 %	14	21 %
volby nejsou tématem	12	32 %	1	4 %	13	20 %
celkem	38	100 %	28	100 %	66	100 %

Mezi příspěvky Názorů a argumentů vysílanými před prvním kolem voleb převažovaly komentáře a analýzy (55 %), přibližně pětinu tvořily debaty (21 %) a stejně velký podíl rozhovory (21 %). Před druhým kolem bylo zastoupení jednotlivých typů příspěvků v zásadě obdobné: komentáře a analýzy 61 %, debaty 29 %, rozhovory 11 %.

Tabulka 20: Typy příspěvků (N = 66)

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
komentář a analýza	21	55 %	17	61 %	38	58 %
debata	8	21 %	8	29 %	16	24 %
rozhovor	8	21 %	3	11 %	11	17 %
jiné	1	3 %			1	2 %
celkem	38	100 %	28	100 %	66	100 %

3.1.3.1 Reference o kandidátech

Naprostá většina referencí o kandidátech v příspěvcích odvíšených před prvním kolem voleb se týkala Miloše Zemana (94 %). Velká pozornost věnovaná úřadujícímu prezidentovi koresponduje s profilem publicistického pořadu *Názory a argumenty*, který reflektuje zejména aktuální politické dění¹, jehož byl úřadující prezident zejména v období sestavování vlády výrazným hybatelem. Před druhým kolem se Miloše Zemana týkalo 58 % identifikovaných výpovědí o kandidátech, Jiřího Drahoše 28 %.

¹ ČRo na internetových stránkách *Názorů a argumentů* uvádí: „Hlavní těžiště pořadu tvoří rozhlasové komentáře a analýzy aktuální politické situace.“ <https://plus.rozhlas.cz/nazory-a-argumenty-6504158/o-poradu>

Tabulka 21: Počet referencí o jednotlivých kandidátech (N = 256)

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
Zeman	94	94 %	90	58 %	184	72 %
Drahoš	1	1 %	44	28 %	45	18 %
Fischer	3	3 %	5	3 %	8	3 %
Topolánek	1	1 %	6	4 %	7	3 %
Horáček			4	3 %	4	2 %
Hilšer			3	2 %	3	1 %
Hynek			2	1 %	2	1 %
Kulhánek	1	1 %	1	1 %	2	1 %
Hannig			1	1 %	1	0,4 %
celkem	100	100 %	156	100 %	256	100 %

Před prvním kolem voleb byl obraz kandidátů utvářen především v rámci jejich konkrétních kroků, což platí především pro Miloše Zemana (97 %), neboť o ostatních kandidátech se nepodařilo shromáždit dostatečné množství referencí. Potvrzuje se tak zaměření pořadu na aktuální politické dění a aktivity jeho představitelů. Před druhým kolem voleb má obraz obou finalistů obdobnou strukturu – dominuje rámec konkrétních kroků kandidátů, v malé míře jsou využity i rámce programu kandidátů a jejich osobnostních a profesních kompetencí.

Tabulka 22: Typy referencí o kandidátech (N = 256)

		program kandidáta		konkrétní kroky kandidáta		osobnostní a profesní kompetence		celkem	
		počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
1. kolo	Zeman	1	1 %	91	97 %	2	2 %	94	100 %
	Fischer	1	33 %	1	33 %	1	33 %	3	100 %
	Topolánek			1	100 %			1	100 %
	Kulhánek			1	100 %			1	100 %
	Drahoš			1	100 %			1	100 %
	<i>celkem</i>	2	2 %	95	95 %	3	3 %	100	100 %
2. kolo	Zeman	6	7 %	77	86 %	7	8 %	90	100 %
	Drahoš	4	9 %	37	84 %	3	7 %	44	100 %
	Topolánek	1	17 %	4	67 %	1	17 %	6	100 %
	Fischer	1	20 %	4	80 %			5	100 %
	Horáček	1	25 %	3	75 %			4	100 %
	Hilšer	1	33 %	2	67 %			3	100 %
	Hynek	1	50 %	1	50 %			2	100 %
	Hannig			1	100 %			1	100 %
	Kulhánek			1	100 %			1	100 %
<i>celkem</i>	15	10 %	130	83 %	11	7 %	156	100 %	

Před prvním kolem voleb měly dvě třetiny referencí o Miloši Zemanovi neutrální hodnotící vyznění (66 %), poměrně velký podíl z nich nesl negativní valenci (32 %). Mluvčí kritizovali

například kroky Miloše Zemana v procesu sestavování vlády, jeho přístup k Andreji Babišovi označovali za účelový. Negativního hodnocení se dočkaly i některé aspekty prezidentových projevů (projev při vzniku Československa, vánoční projev) nebo některé jeho zahraničně-politické aktivity.

Před druhým kolem voleb byla valence zhruba dvou třetin referencí navázaných na oba postupující kandidáty neutrální. Desetina výpovědí o Miloši Zemanovi nesla pozitivní valenci, 26 % valenci negativní. U Jiřího Drahoše byl poměr prakticky obrácený – 23 % pozitivní valence, 11 % valence negativní. Negativní valence byla u Miloše Zemana generována pokračující kritikou jeho postupu vůči Andreji Babišovi a také označováním jeho výsledku z prvního kola za zklamání pro samotného kandidáta i jeho okolí. Pozitivní hodnotící vyznění v případě Jiřího Drahoše se opíralo především o podporu, které se mu dostalo od neúspěšných protikandidátů.

Tabulka 23: Valence referencí vůči jednotlivým kandidátům (N = 256)

		neutrální		pozitivní valence		negativní valence		celkem	
		počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
1. kolo	Zeman	62	66 %	2	2 %	30	32 %	94	100 %
	Fischer	2	67 %			1	33 %	3	100 %
	Topolánek	1	100 %					1	100 %
	Kulhánek	1	100 %					1	100 %
	Drahoš	1	100 %					1	100 %
	<i>celkem</i>	67	67 %	2	2 %	31	31 %	100	100 %
2. kolo	Zeman	58	64 %	9	10 %	23	26 %	90	100 %
	Drahoš	29	66 %	10	23 %	5	11 %	44	100 %
	Topolánek	2	33 %	1	17 %	3	50 %	6	100 %
	Fischer	2	40 %	3	60 %			5	100 %
	Horáček	2	50 %	1	25 %	1	25 %	4	100 %
	Hilšer	1	33 %	2	67 %			3	100 %
	Hynek	2	100 %					2	100 %
	Hannig			1	100 %			1	100 %
	Kulhánek			1	100 %			1	100 %
<i>celkem</i>	96	62 %	28	18 %	32	21 %	156	100 %	

3.1.4 Diskuze s komentátory a novináři před 2. kolem voleb

Těsně před zahájením 2. kola voleb (26. 1. v 13:25) ČRo na stanicích Radiožurnál a Plus vysílal debatu tří hostů na téma voleb s názvem Co rozhodne volby. Její stopáž mírně přesáhla půlhodinu. Moderátorem byl Jan Pokorný, zúčastnili se následující komentátoři a novináři:

- Petr Hartman, komentátor Českého rozhlasu,
- Petr Holub, server Echo 24,
- Jaroslav Plesl, šéfredaktor MF Dnes

V analyzované debatě byl srovnatelně velký podíl dotazů adresován Jaroslavu Pleslovi a Petru Holubovi, Petr Hartman obdržel dotazů celkově méně, neboť moderátor v diskuzi s ním nepokládal upřesňující doplňující dotazy.

Tabulka 24: Počet dotazů na jednotlivé hosty (N = 59)

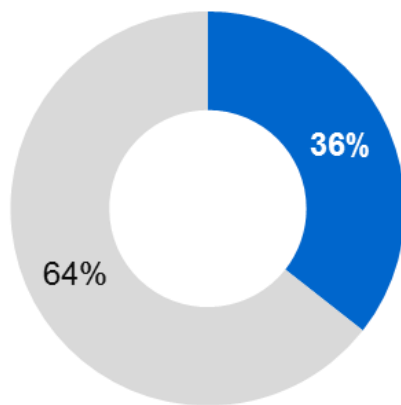
	počet dotazů	v %
Jaroslav Plesl	25	42 %
Petr Holub	21	36 %
Petr Hartman	13	22 %
celkem	59	100 %

Tabulka 25: Typy dotazů (N = 59)

	hlavní dotaz	vedlejší dotaz	doplňovací dotaz	celkem	počet dotazů
Jaroslav Plesl	40 %	44 %	16 %	100 %	25
Petr Holub	33 %	38 %	29 %	100 %	21
Petr Hartman	54 %	46 %		100 %	13
celkem	41 %	42 %	17 %	100 %	59

36 % dotazů moderátora se týkalo konkrétních kandidátů. Jelikož se diskutující zaměřovali na nadcházející 2. kolo voleb, týkaly se dotazy pouze obou postupujících kandidátů (Jiří Drahoš 76 %, Miloš Zeman 62 %).

Graf č. 2: Zaměření dotazů na konkrétní kandidáty (N = 59)



- týká se kandidáta / kandidátů
- netýká se kandidáta / kandidátů

Tabulka 26: Kandidáti, na které se dotazy zaměřovaly (N = 21 dotazů zaměřených na kandidáty)

kandidát	počet dotazů	v %
Drahoš	16	76 %
Zeman	13	62 %

Tematickou agendou většiny moderátorských dotazů byla reflexe volební kampaně (41 % - hodnocení korektnosti jejího průběhu, možný dopad televizních debat, strategie a „výkon“ obou kandidátů atd.) 15 % dotazů tematizovalo možný dopad prezidentských voleb na vnitropolitickou scénu (především na aktuálně probíhající sestavování vlády) a 14 % na morální profil kandidátů (moderátor například v interakci s Petrem Holubem rozebíral pravdivost obvinění, která Miloš Zeman zformuloval ve svých písemných otázkách pro Jiřího Drahoše v předvolební debatě na ČT). Debata se naopak výrazněji nezabývala anticipací povolebního vývoje.

Tabulka 27: Tematické rámce dotazů

	počet	v %
zhodnocení kampaně	24	41 %
dopad voleb na vnitropolitickou scénu	9	15 %
morálka, bezúhonnost, integrita kandidátů	8	14 %
odborné, osobnostní předpoklady kandidátů	7	12 %
předpověď budoucího výdaje	7	12 %
interpretace, zhodnocení voleb	3	5 %
jiné téma	8	14 %

Šlo o jednu z více debat s novináři, komentátory a odborníky z různých oborů, vysílaných zejména v rámci pořadu *Názory a argumenty*, v nichž Český rozhlas nabízel různé reflexe a interpretace probíhající předvolební kampaně a posléze i volebních výsledků. Jakkoliv analyzovaná debata vzhledem k malému počtu účastníků a krátké stopáži mohla dané téma uchopit pouze z určitého úhlu pohledu (jak již bylo uvedeno, hosté debatovali zejména o právě končící volební kampani), domníváme se, že ČRo v této a dalších obdobných debatách poskytl dostatečnou šíři možných interpretací aktuálního dění a scénářů povolebního vývoje.

3.1.5 Volební studio ČRo Plus a Radiožurnálu

Do segmentu publicistických pořadů řadíme i speciální povolební vysílání s názvem *Volební studio*, které ČRo spustil jak po prvním kole voleb (13. 1. 2018 od 14:00), tak po kole druhém (27. 1. 2018 od 14:00). V obou případech byl pořad vysílán souběžně na stanicích *Radiožurnál* a *Plus*, moderátory byli Jan Pokorný a Jan Bumba. Z hlediska formátu se jednalo o kombinovaný pořad prezentující průběžně dostupné volební výsledky, vstupy z volebních štábů, reakce jednotlivých kandidátů a jejich podporovatelů, komentáře a rozbory pozvaných komentátorů a expertů i vyjádření politiků. Do naší analýzy vstupuje pouze vysílání po skončení prvního kola, které mělo potenciál ovlivnit rozhodování voličů v kole druhém.

Při analýze tohoto pořadu sledujeme reprezentaci jednotlivých kandidujících osobností a prostor, který získali. V rámci kvalitativní analýzy zkoumáme případná profesní pochybení a fauly moderátorů a redaktorů pořadu a korektní a způsob prezentace volebních výsledků. Do analýzy nejsou zahrnuty zpravodajské relace, odvysílané v průběhu těchto dvou pořadů.

V první fázi analýzy nás zajímalo, jaké bylo pokrytí volební agendy a jaká byla struktura mluvčích, kteří v pořadu vystoupili. Průběžné výsledky voleb ve studiu komentovali interní komentátoři ČRo Petr Nováček a Petr Hartman, v pozici expertů pak figurovali politologové, socioložka, představitel ministerstva vnitra a člen Úřadu pro dohled nad hospodařením politických stran a hnutí. V pořadu byla také odvysílána vyjádření čelných představitelů všech politických stran, zastoupených v Poslanecké sněmovně PČR, k výsledkům prvního kola prezidentských voleb, včetně doporučení voličům či vyjádření podpory některému z postoupivších kandidátů. V rámci dalších externích mluvčích byla v rámci reportáže z volebního štábu Jiřího Drahoše odvysílána krátká promluva Olgy Sommerové.

Tabulka 28: Komentátoři, kteří v pořadu vystoupili

Petr Nováček	komentátor ČRo
Petr Hartman	komentátor ČRo

Tabulka 29: Expertní mluvčí, kteří v pořadu vystoupili

expertní mluvčí	afiliace
Jana Hamanová	ředitelka výzkumu SC&C
Petr Mlsna	náměstek ministra vnitra
Vít Hloušek	politolog, FSS MU v Brně
Milan Znoj	politolog, Ústav politologie FF UK
Jan Outlý	politolog, člen Úřadu pro dohled nad hospodařením politických stran a hnutí

Tabulka 30: Mluvčí – nekandidující politici, reflektující výsledky 1. kola voleb

mluvčí	strana
Petr Gazdík	STAN
Jiří Pospíšil	TOP 09
Petr Fiala	ODS
Ivan Bartoš	Piráti
Jiří Bělobrádek	KDU- ČSL
Tomio Okamura	SPD
Vojtěch Filip	KSČM
Milan Chovanec	ČSSD

Z hlediska pokrytí volebních štábů jednotlivých kandidátů můžeme konstatovat, že ČRo v rámci daného pořadu pokryl volební štáby všech kandidátů a z každého štábu byla odvysílána alespoň jedna reportáž. Podobně můžeme konstatovat, že prostor k přímému vyjádření obdrželi všichni kandidáti z prvního kola voleb, přičemž Miloš Zeman a Mirek Topolánek této nabídky nevyužili. Lze tak říci, že pořad nabídl reflexi výsledků voleb ze strany všech kandidátů a těmto kandidátům poskytl srovnatelný prostor k vyjádření. Větší prostor

poskytnutý Jiřímu Drahošovi lze vysvětlit faktem, že se jednalo o jednoho z kandidátů, který postoupil do druhého kola voleb.

Tabulka 31: Pokrytí volebních štábů, počet a stopáž promluv jednotlivých kandidátů

kandidát	reportérské pokrytí volebního štábu	přítomnost ve vysílání (počet)	rozhovor	jiné *	celková stopáž promluv
Jiří Drahoš	ano	2	1	1	7 min 30 s
Jiří Hynek	ano	1	1		2 min 1 s
Marek Hilšer	ano	1	1		2 min 58 s
Michal Horáček	ano	1	1		2 min 14 s
Miloš Zeman	ano	1		1	4 min 9 s
Mirek Topolánek	ano	1		1	27 s
Pavel Fischer	ano	1	1		1 min 30 s
Petr Hannig	ano	1	1		2 min 36 s
Vratislav Kulháněk	ano	1	1		1 min 34 s

*Zahrnuje promluvy v rámci mediálního vystoupení z volebního štábu odvysílané v pořadu živě či ze záznamu.

KVALITATIVNÍ ANALÝZA

V rámci kvalitativní analýzy jsme se zaměřili na identifikaci profesních pochybení a faulů, indikujících možnou přítomnost de/favorizačního přístupu moderátorů vůči některým aktérům voleb či ztrátu moderátorské nestrannosti. Sledovali jsme také, zda moderátoři prostřednictvím dotazů či jiných promluv neprotežovali nějakou reprezentaci voleb a jejich výsledků či naopak některou z hosty zanášených optik nepotlačovali, a také, zda se nedopouštěli hodnotících výroků či soudů, na základě kterých by bylo možno rozpoznat jejich názor na výsledky voleb.

Kvalitativní analýza ukázala, že oba moderátoři zachovávali korektní a nestranný postoj jak vůči jednotlivým mluvčím, kteří v pořadu vystoupili, tak vůči jednotlivým kandidátům i prezentovaným výsledkům voleb. Z hlediska profesních pochybení jsme pouze ojediněle zaznamenali výskyt otázek se sugestivním laděním, například: „(m)y už jsme to říkali, že jeden z prezidentských kandidátů, Mirek Topolánek, už oficiálně požádal své voliče, aby ve druhém kole podpořili Jiřího Drahoše. Vy uděláte něco podobného, pane Hynku?“ (čas: 2:47:18).

3.1.6 Zpravodajské a publicistické pořady - shrnutí

Zpravodajská relace **Hlavní zprávy** v téměř třetině relevantních příspěvků před 1. kolem tematizovala aktivity prezidenta Zemana v mimovolebním kontextu, zbytek příspěvků se explicitně týkal agendy prezidentských voleb. Před 2. kolem se mimovolební agendy týkala již jen necelá pětina příspěvků. Promluvy kandidátů se v pořadu objevovaly jen omezeně – před 1. kolem se ke slovu dostal pouze Miloš Zeman a s velmi krátkou stopáží Marek Hilšer, před 2. kolem vedle obou finalistů pouze 3 nepostoupivší kandidáti.

V období před 1. kolem v Hlavních zprávách výrazně převažovaly reference o Miloši Zemanovi (69 %). Ostatním kandidátům bylo věnováno nejvýše 10 % referencí. Před 2. kolem dominovaly výpovědi o obou finalistech, dalším kandidátům byla věnována pozornost v rozsahu do 3 %. Většina referencí o kandidátech měla před oběma koly volby neutrální hodnotící vyznění. Negativní valence byla před oběma koly častější u Miloše Zemana, zejména kvůli výpovědím charakterizujícím jeho styl vedení a financování volební kampaně jako netransparentní a rovněž kvůli kritice některých jeho kroků při sestavování vlády.

Interpretační rámce, vzniklé kategorizací obsahové agendy výpovědí o kandidátech, ukazují odlišné rysy rámování mediálního obrazu Miloše Zemana ve srovnání s ostatními kandidáty. Zatímco obraz úřadujícího prezidenta byl z velké části rámován jeho kroky při výkonu funkce, u většiny ostatních kandidátů – a zejména u Jiřího Drahoše – to byl především rámec aktivit ve volební kampani a v mediálních debatách.

V pořadu **Dvacet minut Radiožurnálu** byla sledovaná agenda reprezentována jen okrajově (s výjimkou předvolebního cyklu Hledá se prezident). Hosty tří příspěvků, kde byly prezidentské volby nebo osobnosti kandidátů tematizovány podrobněji, byli politici z komunální, celostátní i evropské úrovně. V hlavním kontextu výpovědí o svých aktuálních politických aktivitách se vyjádřili i k prezidentským volbám a některým kandidátům, přičemž dva z nich vyjádřili odstup vůči Miloši Zemanovi, jeden výslovnou podporu Jiřímu Drahošovi. Moderátoři těchto rozhovorů kladli na téma prezidentských voleb neutrální dotazy, kdy se hostů ptali buď obecně na hodnocení prvního kola voleb, nebo na možný vliv volební kampaně a volebních výsledků na jejich politickou práci. Vzhledem k celkovému počtu 17 vysílání ve sledovaném období se nedomníváme, že by výše uvedená fakta znamenala narušení objektivního a vyváženého přístupu k jednotlivým kandidátům

Publicistický pořad **Názory a argumenty** se v období před 1. kolem voleb věnoval především osobě Miloše Zemana, před 2. kolem rovněž Jiřího Drahoše. Ostatní kandidáti byli tematizováni jen okrajově. Obraz Miloše Zemana byl ve srovnání s obrazem protikandidáta častěji vytvářen s využitím referencí s negativní hodnotící valencí. Jakkoliv jsou rozdíly v kvantitativním rozsahu reprezentace kandidátů i v hodnotícím vyznění jejich mediálního obrazu značné, domníváme se, že vzhledem k názorovému charakteru pořadu i k rozdílné míře participace kandidátů na aktuálním politickém dění, jemuž se **Názory a argumenty** především věnují, nelze z těchto dat vyvozovat závěry o porušení objektivity či vyváženosti na úrovni tohoto pořadu ve sledovaném období.

Především reflexi volební kampaně se věnovala půlhodinová **diskuze s komentáři a novináři před 2. kolem voleb**. Analyzovaná debata vzhledem k malému počtu účastníků a krátké stopáží mohla dané téma uchopit pouze z určitého úhlu pohledu, domníváme se však,

že ČRo v této a dalších obdobných debatách poskytl dostatečnou šíři možných interpretací aktuálního dění a scénářů povolebního vývoje. V debatě jsme nezaznamenali výskyt defavorizujících tendencí či jiné narušení korektního a vyváženého přístupu ke kandidátům.

Volební studio ČRo Plus a Radiožurnálu vysílané ihned po skončení 1. kola voleb dle naší analýzy poskytlo reflexi výsledků voleb ze strany všech kandidátů a těmto kandidátům poskytl srovnatelný prostor k vyjádření. Rovněž kvalitativní analýza konstatovala dodržení korektního a nestranného přístupu moderátorů k jednotlivým kandidátům.

3.2 Diskuzní pořady s předvolební dramaturgií

Do analýzy diskuzních pořadů s předvolební dramaturgií je zařazen projekt Hledá se prezident a Rozhovor s kandidátem na prezidenta před 2. kolem voleb.

3.2.1 Hledá se prezident

Český rozhlas před prvním kolem prezidentských voleb připravil vlastní projekt pod názvem Hledá se prezident, ve kterém se každý den věnoval jednomu z kandidátů. Den s daným kandidátem byl zakončen rozhovorem ve 20 minutách Radiožurnálu, které ve stejném čase vysílala i stanice ČRo Plus. Projekt běžel v průběhu dvou týdnů od 2. 1. 2018 do 11. 1. 2018. Pořadí kandidátů určil los. Do projektu ČRo se zapojilo 8 prezidentských kandidátů, účast odmítl pouze Miloš Zeman. Všechny rozhovory moderoval Jan Pokorný. Moderátor reflektoval jednak události uplynulého dne, který s kandidátem strávil, ale věnoval se i dalším událostem či kauzám spojeným s jednotlivými kandidáty a jejich vizím či volebním programům. Osm speciálních vysílání bylo podrobena kvantitativní i kvalitativní analýze.

Kvantitativní analýza se soustředila na počet a typ dotazů položených jednotlivým kandidátům. Nejdelší souhrnnou stopáž promluv (16 min a 20 s), zároveň nejmenší počet moderátorských dotazů (29) a největší průměrnou délkou odpovědi (33 sekund) měl v pořadí Dvacet minut kandidát Jiří Hynek. Mezi kandidáty s delší souhrnnou i průměrnou délkou odpovědí a nižším počtem moderátorských dotazů pak dále patří i Marek Hilšer a Mirek Topolánek. Na druhém pólu se ocitl Jiří Drahoš s nejnižší souhrnnou délkou promluvy (11 min a 24 s), nejkratší průměrnou délkou odpovědi (12 sekund) a nejvyšším počtem moderátorských dotazů (58). Výkony dalších kandidátů lze považovat za vyrovnané.

I když jsou časové rozdíly mezi nejkratšími a nejdelšími promluvami výraznější (souhrnně téměř 5 minut a přesně dvojnásobně více moderátorských dotazů), nelze hovořit o porušení kritéria vyváženosti. Každý z kandidátů dostal stejný prostor (stejná délka pořadu). Jednotlivé odchylky byly způsobeny především individuálním mluvním stylem a rétorskou zdatností jednotlivých kandidátů, což potvrzuje v následující tabulce i distribuce jednotlivých typů moderátorských dotazů (hlavní, vedlejší, doplňovací) v průběhu rozhovorů.

Tabulka 32: Celková stopáž promluv jednotlivých kandidátů v pořadu Dvacet minut, počet dotazů a průměrná délka odpovědi

kandidát	celková stopáž promluvy kandidáta	počet dotazů	průměrná délka odpovědi
Michal Horáček	13 min 51 s	41	20 s
Mirek Topolánek	14 min 52 s	32	28 s
Jiří Drahoš	11 min 24 s	58	12 s
Vratislav Kulháněk	14 min 39 s	58	15 s
Marek Hilšer	15 min 32 s	32	29 s
Jiří Hynek	16 min 20 s	29	33 s
Pavel Fischer	14 min 0 s	46	18 s
Petr Hannig	14 min 41 s	55	16 s

Tabulka 33: Typ dotazů

kandidát	hlavní dotaz (%)	vedlejší dotaz (%)	doplňovací dotaz (%)	hlavní dotaz (počet)	vedlejší dotaz (počet)	doplňovací dotaz (počet)	celkem dotazů
Michal Horáček	32 %	37 %	32 %	13	15	13	41
Mírek Topolánek	47 %	28 %	25 %	15	9	8	32
Jiří Drahoš	43 %	43 %	14 %	25	25	8	58
Vratislav Kulhánek	35 %	47 %	19 %	20	27	11	58
Marek Hilšer	50 %	31 %	19 %	16	10	6	32
Jiří Hynek	41 %	52 %	7 %	12	15	2	29
Pavel Fischer	35 %	54 %	11 %	16	25	5	46
Petr Hannig	20 %	67 %	13 %	11	37	7	55

Kvalitativní analýza rozhovorů moderátora s prezidentskými kandidáty, která se soustředila na popis profesních faulů a pochybení, odhalila pouze drobná pochybení, které nezakládají podezření o systematické favorizaci či defavorizaci některého z kandidátů. V jednom případě moderátor sdělil informaci, kterou nelze spojit s konkrétním zdrojem², a jednou přečetl nepřesnou citaci, kterou kandidát následně poupravil a upřesnil³.

3.2.2 Rozhovor s kandidátem na prezidenta před 2. kolem voleb

Analyzovaný rozhovor je jednou z debat, které byly původně koncipovány jako duely dvou kandidátů, kteří postoupili z prvního kola volby. Miloš Zeman účast ve všech těchto duelech odmítl, výsledkem tedy byly rozhovory moderátora Jana Pokorného s Jiřím Drahošem. Stopáž analyzované debaty ze 26. 1. 2018 činila přibližně 21 minut, 55 % celkové stopáže tvořily promluvy hosta.

Tabulka 34: Celková stopáž pořadu a stopáž promluv hosta

stopáž pořadu	21 min 5s
stopáž odpovědí respondenta	11 min 32 s
podíl promluv kandidáta na celkové stopáži (%)	55 %

Moderátor se Jiřího Drahoše doptával na podrobnosti předvolební strategie a na jeho názory na aktuální dění. Můžeme tedy vidět poměrně velký podíl rozvíjejících vedlejších dotazů. Všechny dotazy měly neutrální hodnotící charakter, neidentifikovali jsme vstřícné ani kritické otázky.

² V rozhovoru s Michalem Horáčkem ze dne 2. 1. 2018 v 16. minutě a 6. sekundě rozhovoru: „Někde jsem četl, že vás tam vozilo auto s řidičem na tu vysokou školu...“

³ V rozhovoru s Markem Hilšerem ze dne 8. 1. 2018 v 19. minutě rozhovoru: „V dnešních Lidových novinách říkáte, pane doktore Hilšere, že jste člověk z lidu a chcete stát na straně většiny, jestli si to dobře pamatují, ten citát“, kandidát hned při reakci na dotaz moderátora tento citát poupravil a upřesnil.

Tabulka 35: Typy dotazů (N = 47)

	počet	v %
hlavní dotaz	11	23 %
vedlejší dotaz	34	72 %
doplňovací dotaz	2	4 %
celkem dotazů	47	100 %

Analýza tematických rámců, z nichž moderátorské dotazy vycházely, ukazuje, že nejsilněji byly zastoupeny rámce vnitropolitických názorů kandidáta (40 %) a volebních strategií (30 %). Obsahová agenda dotazů z rámce vnitropolitických názorů se týkala zejména postojů Jiřího Drahoše ve vztahu ke jmenování premiéra a nové vlády, problematiky vzdělávání, nebo také sociální oblasti, kterou tento kandidát označil za jednu ze svých priorit. Dotazy z rámce předvolebních strategií mířily zejména k Drahošově reflexi vlastního výkonu v debatě České televize.

Tabulka 36: Tematické rámce dotazů⁴

rámec dotazu	v %
vnitropolitické názory kandidáta	40 %
volební strategie	30 %
program, plány ve funkci prezidenta	17 %
osobnostní rysy, morální integrita kandidáta	13 %
hodnotové, ideové, politické postoje	13 %
hodnocení protikandidáta?	9 %
zahraničně-politické názory kandidáta	4 %
celkový počet dotazů	47

KVALITATIVNÍ ANALÝZA

Kvalitativní analýza neodhalila v analyzovaném rozhovoru profesní chyby moderátora Jana Pokorného. Za poněkud problematický považujeme styl vedení debaty. Je otázkou, zda rozhovor neměl výrazněji zachovávat charakter duelu, jak byl původně koncipován. Absence kritických dotazů ukazuje, že moderátor výrazněji nesehrával roli názorového oponenta, nekonfrontoval hosta s odlišnými názorovými pozicemi a nenutil jej precizněji formulovat vlastní postoje.

⁴ Některé dotazy spadaly do více tematických rámců, součet podílů pro proto přesahuje 100 %.

3.2.3 Diskusní pořady s předvolební dramaturgií – shrnutí

ČRo před 1. kolem voleb odvysílal v rámci pořadu Dvacet minut Radiožurnálu cyklus rozhovorů s osmi prezidentskými kandidáty pod názvem **Hledá se prezident**. Kvantitativní analýza dotazů adresovaných jednotlivým kandidátům sice ukázala rozdíly ve sledovaných indikátorech (počet a struktura dotazů, celková stopáž odpovědí kandidátů), za jejich příčinu ale považujeme především individuální mluvní styl a rétorickou zdatnost jednotlivých kandidátů, nikoliv favorizující či defavorizující přístup ze strany moderátora. Rovněž kvalitativní analýza rozhovorů z tohoto cyklu neodhalila porušení nestranného vyváženého přístupu k jednotlivým kandidátům.

Do skupiny diskusních pořadů s uchazeči o prezidentský post spadá i **debata s Jiřím Drahošem** vysílaná těsně před zahájením 2. kola voleb. Původně mělo jít o duel dvou postupujících kandidátů z prvního kola, Miloš Zeman ovšem účast odřekl. Dotazy během rozhovoru tematizovaly především názory hosta na jmenování premiéra a nové vlády, na vzdělávací a sociální problematiku nebo na reflexi vlastního výkonu v debatě v České televizi. Analýza neodhalila výskyt nekorektního či de/favorizujícího přístupu moderátora. Je otázkou, zda rozhovor neměl výrazněji zachovávat charakter duelu, jak byl původně koncipován, zda moderátor neměl důsledněji vstupovat do role názorového oponenta a konfrontovat hosta s odlišnými názorovými perspektivami.

4. HLAVNÍ ZÁVĚRY

Primární cíl analýzy byl v zadání vymezen tak, aby odpověděla na otázku, zda a do jaké míry sledované pořady ne/naplnily následující požadavky vycházející ze Zákona o rozhlasovém a televizním vysílání, respektive § 31, odstavce 2 a 3.

Dle zadání měla analýza odpovědět na dva základní okruhy otázek:

- c) Zda a do jaké míry poskytovaly sledované pořady objektivní, ověřené, ve svém celku vyvážené a všestranné informace pro svobodné vytváření názorů.**

Analýza zadaného rozsahu zpravodajství a publicistiky Českého rozhlasu ve sledovaném období neindikuje porušení objektivního a vyváženého přístupu k jednotlivým kandidátům. Rozdíly v distribuci sledovaných kvantitativních indikátorů mezi jednotlivými kandidáty považujeme za vysvětlitelné jejich rozdílnou pozicí v politickém systému, s níž do volebního soupeření vstupovali, případně žánrem pořadů, v nichž se tyto rozdíly vyskytly (publicistika, názorové pořady). Kvalitativní analýza vybraných pořadů odhalila pouze drobná pochybení, která neznamenalala narušení korektního a nestranného přístupu ke kandidátům.

Rovněž v diskuzích s kandidáty v rámci předvolebního projektu Českého rozhlasu hledá se prezident existovaly mezi uchazeči o prezidentskou funkci rozdíly ve sledovaných kvantitativních indikátorech, byly ovšem spíše důsledkem odlišných rétorických stylů jednotlivých kandidátů než nevyváženého přístupu moderátora k jednotlivým osobnostem. Ani kvalitativní analýza těchto debat nenalezla žádné závažnější pochybení.

- d) Zda provozovatel vysílání zajistil, aby ve zpravodajských a politicko-publicistických pořadech bylo dbáno zásad objektivní a vyváženosti a zejména nebyla v celku vysílaného programu jednostranně zvýhodňována žádná politická strana nebo hnutí, popřípadě jejich názory nebo názory jednotlivých skupin veřejnosti, a to s přihlédnutím k jejich reálnému postavení v politickém a společenském životě.**

Vzhledem k výše uvedenému lze konstatovat, že analýza předvolebního vysílání Českého rozhlasu před prezidentskými volbami neodhalila porušení objektivní, vyváženosti a nestrannosti v celku vysílaných programů nebo jednostranné zvýhodňování některé z kandidujících osobností.

5. LITERATURA

- Bateson, G. (1954) 2006 'A Theory of Play and Fantasy' in K. Salen & E. Zimmerman (Eds.) *The Game Design Reader*, (pp. 314-328). Cambridge, London: The MIT Press. (online) Cit. 3. 5. 2013. Dostupné z: http://sashabarab.com/syllabi/games_learning/bateson.pdf
- Entman, R. M. (1989) *Democracy without citizens: Media and the decay of American politics*. Oxford University Press on Demand.
- Entman, R. M. (1993) 'Framing: Toward clarification of a fractured paradigm', *Journal of Communication* 43 (4): 51 – 58.
- Gitlin, T. (2003) *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.
- Goffman, E. (1974) *Frame analysis*. Lebanon, NH: University Press of New England.
- Graber, D. A. (1984) *Processing the News: How People Tame the Information Tide*. New York: Longman.
- Iyengar, S., Kinder, D. R. (2010) *News that matters: television and American opinion* Chicago: University of Chicago Press.
- Kahneman, D., Tversky, A. (1984) 'Choice, values, and frames', *American Psychologist*, 39: 341 – 350.
- Krippendorff, K. (2004) *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Los Angeles, London: Sage.
- Kronick, J. C. (1997) 'Alternativní metodologie pro analýzu kvalitativních dat.' *Sociologický časopis* 33(1): 57-67.
- 'Media Agenda Setting', *The American Political Science Review*, 78 (3): 641-657.
- Matthes, J., Kohring, M. (2008) 'The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity', *Journal of Communication* 58 (2): 258 – 279.
- Neuendorf, K. A. (2009) Reliability for content analysis. In A. B. Jordan, D. Kunkel, J. Manganello & M. Fishbein (Eds.) *Media messages and public health: A decisions approach to content analysis* (pp. 67-87). New York: Routledge.
- Neuendorf, K. A. (2002) *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks: Sage.
- Neuendorf, K. A., & Skalski, P. D. (2009) Quantitative content analysis and the measurement of collective identity. In R. Abdelal, Y. M. Herrera, A. I. Johnston & R. McDermott (Eds.), *Measuring identity: A guide for social scientists* (pp. 203-236). Cambridge: Cambridge University Press.
- Strömbäck, J., R. Negrine, D. N. Hopmann, C. Jalali, R. Berganza, G.U.H. Seeber, J. Volek, B. Dobek, J. Mykkänen, M. Maier, B. Marinella & A. Seceleanu (2012) 'Sourcing the News: Comparing Source Use and Media Framing of the 2009 EP Elections', *Journal of Political Marketing*, 17 (2): 1-23.
- Strömbäck, J., R. Negrine, D.N. Hopmann, M. Maier, R. Berganza, J. Volek, B. Dobek-Ostrowska, J. Mykkänen, A. F. Roncarolo (2011) The Mediatization And Framing Of European Parliamentary Elections Campaigns. In M. Maier, J. Strömbäck & L. Kaid (Eds.), *Political Communication In European Parliamentary Elections* (pp. 161-175). England/USA: Ashgate Publishing Limited.
- Van Gorp, B. (2005) 'Where is the Frame?: Victims and Intruders in the Belgian Press Coverage of the Asylum Issue', *European Journal of Communication* 20 (4): 484 – 507.
- Volek, J. (2013) 'Mediální obraz ve volební kampani: první prezidentská volba v médiích jako ritualizované (melo)drama o hledání aristokrata plebejce'. In: *Media a společnost*. Praha.

- Volek, J. (2010) Czech Journalists After the Collapse of the Old Media System: Looking for New Professional Self-Image. In *B. Dobek-Ostrowska, M. Głowacki, K. Jakubowicz, M. Sükösd (Eds.): Comparative Media Systems. European and Global Perspectives* (pp. 171-194). Budapest: Central European University Press.
- Volek, J. (2000) Analýza diskusních pořadů pro RRTV ČR. Brno: FSS MU.
- Vreese, C. H. De. (2005) 'News framing: Theory and typology', *Information Design Journal* 13 (1): 51 – 62.
- Westerstahl, J. (1983) 'Objective News Reporting', *Communication research* 10 (3): 403-424.

Přijatá usnesení a shrnutí dalšího vývoje

Usnesení přijaté dne 23. října 2018 (zasedání Rady č. 17/2018):

- Rada pro rozhlasové a televizní vysílání se seznámila s analýzou vysílání Českého rozhlasu v období před prezidentskými volbami 2018.

Dle výsledků předložené analýzy byly zpravodajské i politicko-publicistické příspěvky na programech Českého rozhlasu ve dnech před prezidentskými volbami, tj. 15. 12. až 26. 1. 2018, odvysílány v souladu se zákonem č. 231/2001 Sb. Zkoumané příspěvky splňovaly kritéria vyváženosti a objektivity a ve svém celku nevedly k upřednostňování žádné politické strany ani hnutí. Rada se s analýzou seznámila a vzhledem k jejím závěrům nepřistoupila k dalším právním krokům.