

SHRnutí HLAVNíCH ZÁVĚRŮ ANALÝZY VYSÍLÁNÍ PROGRAMU PRIMA PŘED VOLBAMI DO EVROPSKÉHO PARLAMENTU V ROCE 2019

Volby do Evropského parlamentu se konaly v České republice v pátek 24. a v sobotu 25. května 2019 v rámci celoevropských voleb do Evropského parlamentu. Oblast objektivního a vyváženého informování je dlouhodobě ve středu zájmu Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „Rada“). Na předvolební a volební období je pak vždy kladen speciální důraz. Rada dohlíží na to, zda vysílání nejen těch nejvýznamnějších celoplošně vysílaných rozhlasových a televizních programů, ale i vybraných regionálních, bylo v souladu se zákonem o vysílání, resp. nenarušilo objektivní a vyvážený přístup ke kandidujícím subjektům.

Zatímco předvolební vysílání vybraných regionálních programů bylo monitorováno analyticky Úřadu Rady, analýzy celoplošně vysílaných televizních a rozhlasových programů zpracovala pro Radu výzkumná agentura FOCUS – Centrum pro sociální a marketingovou analýzu, spol. s r.o. (dále jen „Focus“), která vzešla z výběrového řízení proběhlého prostřednictvím vyhlášení zakázky malého rozsahu.

Předmětem zadání pro agenturu Focus bylo vypracovat kvantitativně-kvalitativní analýzy vybraných pořadů vysílaných v předvolebním období konkrétně na programech České televize, NOVA, Prima, Televize Barrandov, Seznam.cz TV, Českého rozhlasu, Frekvence 1 a Rádía IMPULS. Hlavním sledovaným cílem bylo posoudit, zda na monitorovaných programech v předvolebním vysílání nedošlo k porušení ustanovení § 31 odst. 2 a 3 zákona o vysílání, resp. zda předvolební vysílání jako celek, i v rámci jednotlivých pořadů, dodržovalo zásady objektivního a vyváženého informování. Dílčími cíli analýzy bylo poskytnout informace o tom, jaký prostor byl ve vysílání dán jednotlivým kandidujícím subjektům, a s jakými konotacemi a v jakých konkrétních kontextech byly tyto subjekty prezentovány. Analýza se rovněž zaměřila na to, jak bylo pracováno s informacemi a se zdroji, zda byla důsledně oddělována fakta a komentáře a jaká byla míra konfrontačnosti svědčící o možné ztrátě neutrality či dokonce podjatosti.

Na tomto místě předkládáme hlavní zjištění analýzy agentury Focus týkající se předvolebního vysílání programu Prima. Monitoringu byly podrobeny běžně vysílané zpravodajské, publicistické a diskuzní pořady i pořady s předvolební dramaturgií. Konkrétně se jednalo o tyto relace:

- **Velké zprávy** (23. 4. 2019 – 24. 5. 2019)
- **Partie** (28. 4.; 5. 5.; 12. 5. 2019)

Výsledky analýzy konstatovaly, že obě relace byly ve sledovaném období odvysílány v souladu se zákonem o vysílání. Ve vybraných pořadech byly volby do Evropského parlamentu prezentovány s různou mírou intenzity. Zatímco zpravodajská relace Velké zprávy věnovala nadcházejícím volbám poměrně velkou pozornost, dramaturgie diskuzního pořadu Partie se zaměřovala spíše na aktuální vnitropolitickou agendu.

Výsledky kvantitativní analýzy zpravodajské relace Velké zprávy ukázaly, že prostor byl poskytován zejména stranám zastoupeným v Poslanecké sněmovně. Vůbec nejsilnější zastoupení mělo hnutí ANO, které dle autorů analýzy těžilo nejen z nejvyšší agendotvornosti nejsilnější vládní strany, ale i ze své společenské relevance jako nejsilnějšího sněmovního subjektu. Představitelé hnutí ANO dostali nejvíce prostoru i v pořadu Partie. Dramaturgie Partie ovšem netematizovala volby, ale aktuální vnitropolitickou agendu. Poskytnutí prostoru všem politikům se vzhledem ke kontextu diskuzí jevílo opodstatněné, autoři analýzy nekonstatovali porušení vyváženosti vysílání.

Z hlediska kvalitativních kritérií analýza pořadů neukázala na žádné systematické tendence zvýhodňovat/znevýhodňovat některého z kandidujících subjektů. Pokud se ve vysílání vyskytla nějaká pochybení, jednalo se o profesní nesystematické a dílčí nedostatky.

Oba analyzované pořady se držely věcně popisné roviny. Rozdíly v tematickém rámování kandidujících subjektů nebyly nikterak význačné. V celku všech analyzovaných pořadů udržel program Prima základní reprezentační proporce odrážející politickou váhu kandidujících subjektů a vyvaroval se jak návodnému rámování Evropské unie, tak kandidujících subjektů.

Návrhy usnesení:

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání se seznámila s analýzou zpravodajských a publicistických pořadů odvysíláných na programu Prima provozovatele FTV Prima, spol. s r.o. v období před volbami do Evropského parlamentu v roce 2019.

Listopad 2019

ANALÝZA VYSÍLÁNÍ

PRIMA

PŘED VOLBAMI DO EVROPSKÉHO PARLAMENTU V ROCE 2019



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.....	4
2. TEORETICKO-METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA.....	5
2.1 Mediální obraz.....	5
2.2 Mediální rámce.....	5
2.3 Objektivita a vyváženost: operacionální vymezení	7
2.4 Výzkumné otázky.....	9
2.5 Soubor, analytická jednotka a použité metody.....	9
2.6 Metody analýzy dat	10
2.6.1 Kvantitativní analýza.....	10
2.6.2 Kvalitativní analýza	11
2.7 Sběr dat, jejich zpracování, analytici a kodéři	12
3. ANALYTICKÁ ČÁST.....	13
3.1 Vybrané zpravodajské a publicistické pořady Primy.....	13
3.1.1 <i>Velké zprávy</i>	144
3.1.1.1 Reprezentace EU a voleb do EP.....	144
3.1.1.2 Reprezentace kandidujících subjektů.....	16
3.1.1.3 Reference o kandidujících subjektech.....	177
3.1.1.4 Reprezentace kandidujících subjektů prostřednictvím jejich představitelů.....	19
3.1.1.5 Kvalitativní analýza profesních pochybení.....	211
3.2 Diskusní pořady televize Prima	244
3.2.1 <i>Partie</i>	24
3.2.1.1 Reprezentace EU a voleb do EP.....	244
3.2.1.2 Reprezentace kandidujících subjektů.....	255
3.2.1.3 Reference o kandidujících subjektech.....	255
3.2.1.4 Reprezentace kandidujících subjektů prostřednictvím jejich představitelů.....	266
3.2.1.5 Kvalitativní analýza profesních pochybení.....	27
4. HLAVNÍ ZÁVĚRY.....	288

5. LITERATURA.....30

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

- a) poskytne informace o tom, jaký prostor byl ve vysílání poskytnut jednotlivým kandidujícím subjektům, resp. jejich zástupcům, s jakými konotacemi a v jakých konkrétních kontextech (výstupy musí být vztaženy jak obecně ke zpravodajství a publicistice, tak k jednotlivým cyklickým řadám pořadů, a v odůvodněných případech, které vyplynou z analytického zpracování, případně k jednotlivým pořadům);
- b) poskytne informace o tom, jak bylo pracováno s informacemi a se zdroji, zda byla důsledně oddělována fakta a komentáře a jaká byla míra konfrontačnosti svědčící o možné ztrátě neutrality či dokonce podjatosti, resp. zda ve vysílání nebylo možné vysledovat prvky či postupy, které by byly prostředkem manipulace za účelem poškodit nebo naopak prospět některému kandidujícímu subjektu (při odhalení takových prvků je nutno je popsat a zasadit do vysvětlujících kontextů);
- c) umožní komplexní vyhodnocení, zda program, resp. provozovatel vysílání, v rámci předvolebního vysílání poskytl objektivní, vyvážený a nestranný obraz všech kandidujících subjektů, resp. jejich představitelů (při odhalení pochybení je nutné tento nedostatek popsat, zasadit do vysvětlujících kontextů a adekvátně argumentačně podložit).

Analýza je strukturována do tří základních částí. Po expozici (a) teoreticko-metodologických východisek následuje (b) analytická část, rozdělená do několika podkapitol věnovaných samostatně zadaným pořadům, (c) zjištění analýzy shrnují hlavní závěry, které v několika stručných tezích odpovídají na otázky formulované objednatelem. Jinými slovy, předložená analýza poskytuje datové podklady, které by měly posloužit RRTV ČR k informovanému zodpovězení otázky, zda analyzované pořady jako celek, i jednotlivě, respektovaly ustanovení § 31 odst. 2 a 3 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, respektive zda dodržovaly zásady objektivního a vyváženého informování.

Na základě zadání RRTV byly analýze podrobeny následující pořady odvysílané Primou ve zvoleném období:

- Velké zprávy
- Partie

2. TEORETICKO-METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA

2.1 Mediální obraz

Základní teoretické předpoklady analýzy vycházejí z koncepce **mediálního obrazu**, respektive ze zákonitostí, které determinují jeho formování. 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 apod.), které vždy více či méně preferují, jak by mohli/měli mediální konzumenti daný obsah číst. 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 naší analýze používat k výkladu procesu rekonfigurace a remediace zdánlivě snadno uchopitelné reality do podoby zpravodajsko-publicistických komunikátů.

Mediální obraz kandidujících subjektů jsme operacionálně definovali jako výsledkem synergického působení dvou dílčích tematických prvků (subagend):

(a) reprezentace předvolební aktivity kandidujících subjektů (aktérů) z pohledu jejich vlastní (před)volební aktivity (například tiskové konference, předvolební mítinky, prezentace volebního programu apod.), (b) reprezentace kandidujících subjektů/aktérů, která netematizuje jejich (před)volební chování, ale odráží jejich běžnou nevolební (parlamentní, stranickou, vládní) politickou aktivitu. V ideálním případě tak reprezentoval mediální obraz kandidujících subjektů souhrn jejich volební a mimovolební reprezentace. Často ale byl jen výsledkem reprezentace jejich mimovolebních aktivit.

2.2 Mediální rámce

Mediální obraz tvoří vedle dílčích kvantitativně zachytitelných atributů reprezentovaných subjektů (v daném případě politických stran a hnutí, respektive jejich představitelů) i způsob jejich zarámování, které příjemce, více méně bez jeho vědomí k dekódování, o kterém se domnívá, že je jeho svobodným produktem. Jde de facto o meta-komunikativní součást procesu transformace události (event) do zpravodajského obsahu (news), v jehož rámci dochází k determinaci recepčního chování příjemce obsahu. Entman (1993) vychází z toho, že 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).

V předložené analýze chápeme mediální rámcování jako meta-komunikativní úroveň komunikace (Bateson, 1954, Van Gorp, 2005), která vede mediální konzumenty k tomu, jak mají číst a hodnotit zpravodajské a publicistické obsahy. Jinými slovy, rámce poskytují členům publika návod k tomu, jak využít vlastní zkušenost (Goffman, 1974) tak, aby dávala smysl recipovaným mediálním obsahům. Mediální rámce tak umožňují redukovat komplexní realitu a vytvářejí de facto schémata sloužící k její interpretaci.

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. V analýze vycházíme zvláště z předpokladů Todda Gitlina (2003), který chápe mediální rámce jako interpretační vzorce sloužící rutinní organizaci mediální reality, již prezentuje příjemcům postrádajícím přímou zkušenost, jako přirozenou. 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).

Identifikace, popis a analýza mediálních rámců byla využita pro finální odpověď na základní otázku, zda byla dodržena kritéria objektivity a vyváženosti. Soustředili jsme se proto na proces zvýznamňování nebo naopak potlačování relevantních informací, postojů a hodnot, které mohlo vést k favorizaci nebo defavorizaci kandidujících subjektů.

Vzhledem k zadané předvolební agendě jsme analyzovali vybrané obsahy i za pomoci dvou typů tematicky příslušných rámců: (a) první se týkal rámování Evropské unie, druhý (b) rámování vztahu kandidujících subjektů k EU.

A/ BINÁRNÍ RÁMOVÁNÍ EVROPSKÉ UNIE

- 1/ PROEVROPSKÝ RÁMEC byl kódován tehdy, pokud příspěvek napovídal konzumentům, jak mají vnímat EU a poskytoval jim argumenty, proč je třeba přijímat ji pozitivně.
- 2/ PROTIEVROPSKÝ RÁMEC byl kódován tehdy, pokud příspěvek napovídal konzumentům, jak je třeba vnímat EU a poskytoval jim argumenty, proč je třeba vnímat ji negativně.

B/ RÁMOVÁNÍ VZTAHU KANDIDUJÍCÍCH SUBJEKTŮ K EU

- 1/ NEUTRÁLNÍ RÁMEC byl kódován tehdy, pokud nebyl ve sdělení přítomen explicitní argumentovaný postoj, proč je třeba kandidaturu politického subjektu/kandidáta preferovat/odmítnout.
- 2/ PROEVROPSKÝ RÁMEC KANDIDUJÍCÍHO SUBJEKTU byl kódován, pokud příspěvek napovídal konzumentům, proč mají kandidáta/kandidující politický subjekt, a/nebo jeho ideje preferovat před ostatními. Uváděl, v čem spočívají jeho přednosti jako potenciálního europoslance. Toto rámování mohlo být záměrné i nezáměrné, mohlo být realizováno zvukem, resp. verbálně a/nebo obrazem.
- 3/ PROTIEVROPSKÝ RÁMEC KANDIDUJÍCÍHO SUBJEKTU byl kódován, pokud příspěvek napovídal konzumentům, proč nemají kandidáta/kandidující politický subjekt, a/nebo jeho ideje preferovat. Uváděl, v čem spočívají jeho slabiny z pohledu výkonu funkce europoslance. Toto rámování mohlo být záměrné i nezáměrné, mohlo být realizováno zvukem, resp. verbálně a/nebo obrazem.

2.3 Objektivita a vyváženost: operacionální vymezení

V analýze jsme se primárně zaměřili na posouzení vyváženosti a neutrality, respektive nestrannosti odvíšeného obsahu. Cílem bylo identifikovat případné de/favorizační editoriální postupy, které se dotkly jak kandidujících politických stran, tak jejich představitelů. Favorizaci či defavorizaci chápeme v rovině explicitní i implicitní jako pozitivní/negativní hodnocení vztahující se na analyzované subjekty, v našem případě politické strany, respektive osobnosti-kandidáty, jejich aktivity či ideje. Zaměřili jsme se tak na analytický popis editoriálních praxí konkrétních novinářů, které se přímo i nepřímo podílely na formování mediálního obrazu kandidujících subjektů.

Zpravodajství a publicistika jako specifické nástroje popisu společenských procesů jsou determinovány určitými normativními očekáváními, která na ně klade laická, ale i odborná veřejnost. Tato očekávání mají často povahu intuitivních, nepříliš strukturovaných představ, které bývají zastřešovány pojmem objektivity.

Normativní koncepce mediální (žurnalistické) objektivity vychází z předpokladu, že je jí možné dosáhnout, nebo se tomuto normativnímu horizontu alespoň přiblížit. Posuzujeme-li míru novinářské objektivity, vždy de facto hodnotíme, jakým způsobem novináři shromažďují, zpracovávají, třídí a šíří informace a jak se to projevuje ve finální podobě mediálních obsahů. Vycházeli jsme z takového pojetí žurnalistické objektivity, které akcentuje:

- a) poskytování **dostatečně širokého spektra názorů** na mediovanou problematiku,
- b) poskytování **rovnocenného prostoru** zastáncům jednotlivých názorových proudů či politických stran a veřejných institucí.

Analýza pracuje s operacionálním vymezením dvou klíčových kategorií:

- a) **profesní (žurnalistické) objektivitu**, chápané jako teoretický, ideálně typický koncept, který poslouží k posouzení, zda byl dodržen zákon, resp. ustanovení § 31 odst. 2 a 3 zákona č. 231/2001 Sb.
- b) **editoriální (žurnalistické) vyváženosti**, kterou budeme chápat jako kvantitativně analyticky popsatelné chování zpravodajských médií ve vztahu k předmětu zadané analýzy – reprezentace politických subjektů v předvolební kampani.

Oba koncepty představují v české mediální legislativě, respektive v různých podzákoných normách a kodexech, klíčová kritéria, podle kterých bývá posuzováno chování domácích médií. Možnosti jejich měření, respektive objektivizace, jsou dlouhodobě diskutovány a často zpochybňovány, a to jak z pohledu teoretického, tak i metodologického.

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. Tento stav se ostatně projevuje nejen v domácí mediální legislativě, která de facto

nenabízí dostatečně přesné operacionální definice, podle kterých by bylo možné systematicky a opakovaně posuzovat naplnění obou kritérií.

Jinými slovy, domácí mediální legislativa nechává formulaci operacionálních definic obou kategorií na konkrétní analýze, a to s vědomím, že objektivita (zvláště ta žurnalistická) představuje ve společenských vědách cosi velmi těžko uchopitelného, respektive situačně podmíněného. I v naší analýze tak budeme využívat obě operacionální definice objektivit a vyváženosti ve vazbě na podmínky určené Zadávací dokumentací, respektive strukturou výběrových souborů.

Pro každou analýzu testující naplňování kritérií objektivit 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.

Žurnalistická objektivita bývá chápána v tomto smyslu jako rutinní novinářská praxe, která umožňuje odrážet reprezentovanou skutečnost zveřejňováním:

- a) všech relevantních,
- b) věcně správných a
- c) nezkrácených (tj. úplných) informací, jež
- d) 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:

- a) faktičnosti (pravdivosti, informativnosti, relevance) a
- b) nestrannosti, která je sycena kategoriemi vyváženosti a neutrality.

Pro cíle této analýzy jsme využili Westerstahlovu (1983) definici, kterou jsme modifikovali tak, aby ji bylo možné aplikovat na analýzu zadaného obsahu. Westerstahl nahlíží na objektivitu z pohledu **faktičnosti a nestrannosti mediálního výstupu**. V prvním případě bývá posuzována *pravdivost, informativnost a relevance obsahu*, které nelze testovat jinak než komparací a pozorováním v terénu. Jakkoliv jsou možnosti tohoto „testování reality“ obecně omezené, jak ukázaly studie GUMG (Eldridge, 1993; Philo, 1995), pokusili jsme se v kvalitativní části zachytit, popsat a vysvětlit podstatu případných:

- a) informačních zkreslení,
- b) nezáměrných věcných pochybení,
- c) záměrných manipulativních propagandistických či dezinformačních praxí.

Kvantitativní analýza se tak soustředila na:

a) **vyváženost**, respektive proporcionální zastoupení politických stran, hnutí, koalic a kandidátů z pohledu vybraných zpravodajských a publicistických pořadů,

b) **žurnalistické rutinní postupy** užívané ve zpravodajství a publicistice při **vytváření obrazů** kandidujících politických stran či hnutí a jejich představitelů.

2.4 Výzkumné otázky

Analýza věnovala pozornost tomu, **do jaké míry byl kandidujícím subjektům umožněn srovnatelný přístup do vysílání**: (a) formou **přímého zprostředkování** jejich komunikačního jednání, (b) a/nebo formou **institucionalizace** jejich postojů a názorů s cílem identifikovat případné de/favorizace kandidujících subjektů nebo idejí, které komunikovaly.

Analýza tak zodpoví následující otázky:

Kvantitativní analýza:

- I. **Byly z pohledu frekvenční analýzy reprezentovány kandidující subjekty vyváženě?**
- II. **Byl obraz politických stran, respektive jejich představitelů výsledkem objektivní, nestranné editoriální praxe?**
- III. **Do jakých interpretačních rámců vkládaly vybrané pořady kandidující subjekty, a to zvláště v optice jejich de/favorizace?**

Kvalitativní analýza:

- I. **V čem spočívala případná de/favorizace mediálního obrazu kandidujících subjektů?**
- II. **Jaké atributy kandidujících subjektů zvýznamňovala analyzovaná média, pokud bylo možné hovořit o jejich de/favorizaci?**

2.5 Soubor, analytická jednotka a použité metody

Analýza bude prezentovat výsledky vyčerpávajícího šetření. Nebude tudíž využita žádná z výběrových procedur, analyzovány budou všechny zadané pořady, respektive relevantní příspěvky, které sledované pořady odvysílaly. Přesnost závěrů je v tomto případě vyšší než v případě analýz, které pracují s pravděpodobnostně konstruovanými soubory.

Základní analytickou jednotkou bude obrazový nebo zvukový příspěvek, který tematizoval problematiku voleb do EP, respektive zabýval se:

- a) primárně danou agendou v rovině hlavního tématu příspěvku,
- b) volbami do EP v podobě tematické sub-agendy, která byla součástí jiné dominantní agendy, kterou rozvíjel či doplňoval,
- c) chováním kandidujícího politického subjektu a/nebo jeho představitelů, v tzv. nevolebním kontextu (nebyly zmíněny explicitně volby do EP).

Příspěvek definujeme jako obrazovou nebo zvukovou stopu, resp. audiovizuální stopu, která je zvukově nebo tematicky oddělena od předcházejícího a následujícího příspěvku.

Při aplikaci kvalitativní analýzy byla využita jako hlavní analytická jednotka promluva (komentář, otázka, replika).

Analýza tak využívala jak kvantitativní, tak i kvalitativní postupy. Vzhledem k rozsahu zadaného materiálu představoval těžiště analýzy kvantitativní popis. V první fázi se primárně zaměříme na druhou složku objektivitu, kterou Westerstahl označuje jako **nestrannost**, a jež zahrnuje kritérium *vyváženosti*, jak s ním pracuje výše uvedená domácí legislativa a kodexy.

2.6 Metody analýzy dat

Vzhledem k obsahové, žánrové a formátové heterogenitě analyzovaného materiálu byla zvolena kombinace kvantitativních a kvalitativních metod, které se doplňovaly, resp. vykrývaly dílčí poznávací omezení jednoho i druhého přístupu. Jako **výchozí metoda**, která propojí analýzu všech pořadů, byla použita **obsahová analýza** v její **kvantitativní i kvalitativní podobě**, která zohledňuje a kombinuje časový, typový i případový přístup (Krippendorff, 2004 a Neuendorf, 2002). 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.

2.6.1 Kvantitativní analýza

Aplikace kvantitativní části obsahové analýzy probíhala v následujících krocích:

- (a) V první fázi analýzy byly převedeny do operacionální, měřitelné podoby sledované indikátory tak, aby v rámci sledovaných programů umožňovaly měřit objektivitu, respektive vyváženost jednotlivých příspěvků, a to jak celé „předvolební agendy“, tak z pohledu reprezentace jednotlivých politických stran, hnutí a koalic,
- (b) v druhém kroku tyto měřitelné proměnné rozdělíme do subcelků, z nichž každý bude představovat jeden atribut indikující naplňování sledovaných kritérií objektivitu, respektive vyváženosti a nestrannosti. V rámci analýzy zpravodajských a publicistických pořadů budeme pracovat s následujícími indikátory:

A) PŘÍSPĚVEK

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

B) MLUVČÍ

- TYP (moderátor, reportér, komentátor, expert, vox pop apod.)
- SOUND BITE (čistá stopáž promluvy)
- STRANICKÁ A PROFESNÍ IDENTIFIKACE (politik, expert, vox pop apod.)
- PŘÍTOMNOST HODNOTÍCÍCH SOUDŮ VŮČI KANDIDÁTOVI

C) VOLBY

- POČET PŘÍSPĚVKŮ A JEJICH DISTRIBUCE (frekvence příspěvků věnovaných volbám a jejich rozložení v čase)
- STOPÁŽ (časové pokrytí agendy voleb jako celku)
- TEMATICKÉ INTERPRETAČNÍ RÁMCE

D) STRANY, Hnutí, KOALICE A KANDIDÁTI

- SOUND BITE (čistá stopáž promluvy všech „stranických promluv“, zvukových výstupů kandidátů, live i záznamů, v daném příspěvku)
- REFERENCE A JEJICH HODNOCENÍ (počet všech výpovědí o politickém subjektu v analyzovaných příspěvcích)
- CHARAKTERISTIKY A HODNOCENÍ STRANY/KANDIDÁTA (osobnostní, programové a ideové charakteristiky, favorizace/defavorizace formou hodnotících promluv/soudů, které byly prosloveny moderátorem, reportérem, komentátorem nebo hosty).

2.6.2 Kvalitativní analýza

Pro kvalitativní analýzu platí, že důkazem významu určitého jevu není jeho frekvenční nasycenost, ale identifikace významových akcentů, které mluvčí/novináři připisují aktérům komunikace, respektive jejich promluvám. 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.

Vzhledem k výše uvedenému jsme se zaměřili v kvalitativní části analýzy na **komunikační (konverzační) chování/promluvy/otázky, respektive výrazové prostředky, které užívali novináři ve sledovaných pořadech**. Analytickou jednotku představovala jak promluva/výrok profesionálního komunikátora (moderátora, reportéra, komentátora), tak i jeho interakce s respondenty. Cílem bylo zachytit jak artikulovaný postoj novinářů vůči politickým stranám/kandidátům, tak i jejich obraz, který z takové interakce vznikl.

Speciální pozornost jsme zaměřili na problematiku týkající se dodržování kritérií žurnalistické objektivity. Zvláštní pozornost byla věnována následujícím komunikačním situacím:

A) PROFESNÍ FAULY KMENOVÝCH ŽURNALISTŮ, kteří:

- straní politické straně/kandidátovi (přímo i nepřímo),
- snižují či zesměšňují stranu/kandidáta/y (přímo i nepřímo),
- nekorigují hosta/y, kteří poškozují kandidující stranu/kandidáta/kandidáty za použití nekorektních argumentů nebo jim naopak zjevně straní, byť byli pozváni do vysílání jako neutrální hodnotitelé.

B) VĚCNÁ POCHYBENÍ KMENOVÝCH ŽURNALISTŮ, kteří:

- vytvářejí zpravodajské artefakty stereotypizovaným popisem událostí, jež tímto způsobem mytologizují,
- uvádějí nepřesné informace,
- zkreslují informace,
- potlačují relevantní informace,
- nekorektně prezentují a interpretují data výzkumů veřejného mínění.

2.7 Sběr dat, jejich zpracování, analytici a kodéři

V rámci kvantitativní analýzy byla data kódována podle vytvořené kódovací knihy a ukládána do datové matice, která sloužila pro zpracování dat statistickým software SPSS PC. Kódování bylo realizováno zaškolenými kodéry. Pro kvalitativní analýzu byly využity polostrukturované záznamové archy.

Každý analytik/kodér pracoval na jednom relativně samostatném celku. Kontinuálně probíhala diskuse sjednocující kódování nejednoznačně kategorizovatelných obsahů s cílem posílit interkodérskou reliabilitu. V druhém stupni kontrolního kódování byl celý vzorek podroben kontrole dvou analytiků, kteří měli za úkol sjednotit zbývající případy nejednoznačného kódování.

3. ANALYTICKÁ ČÁST

Následující podkapitoly přináší přehled všech relevantních zjištění v následujícím pořadí:

- Analýza zpravodajství a vybraných publicistických pořadů.
- Analýza vybraných diskusních pořadů.
- V každém z těchto celků na úvod přinášíme základní popis indikátorů a způsobu analytické práce, v závěru dílčí shrnutí.

U všech diskusních, zpravodajských a publicistických pořadů jsme se primárně zaměřili na sledování objektivitu a vyváženosti. Detailnější popis indikátorů objektivitu a vyváženosti je součástí obou hlavních analytických celků – zpravodajsko-publicistického a diskusního.

Nejdříve se zaměříme na zpravodajské a vybrané publicistické pořady. Druhou podkapitolu věnujeme analýze vybraných diskusních pořadů.

3.1 Vybrané zpravodajské a publicistické pořady Primy

Analýze byly podrobeny následující zpravodajské a publicistické pořady:

- Velké zprávy

3.1.1 Velké zprávy

Velké zprávy jsou hlavním zpravodajským pořadem Primy, který je vysílán denně v 18:55. Celková stopáž pořadu činí přibližně 45 minut.

V rámci pořadu Velké zprávy vstoupila do analýzy všechna vysílání v období od 23. 4. 2019 do 24. 5. 2019, tj. celkem 32 relací. Celkově jsme identifikovali 155 příspěvků relevantních z hlediska zadání této analýzy.

3.1.1.1 Reprezentace EU a voleb do EP

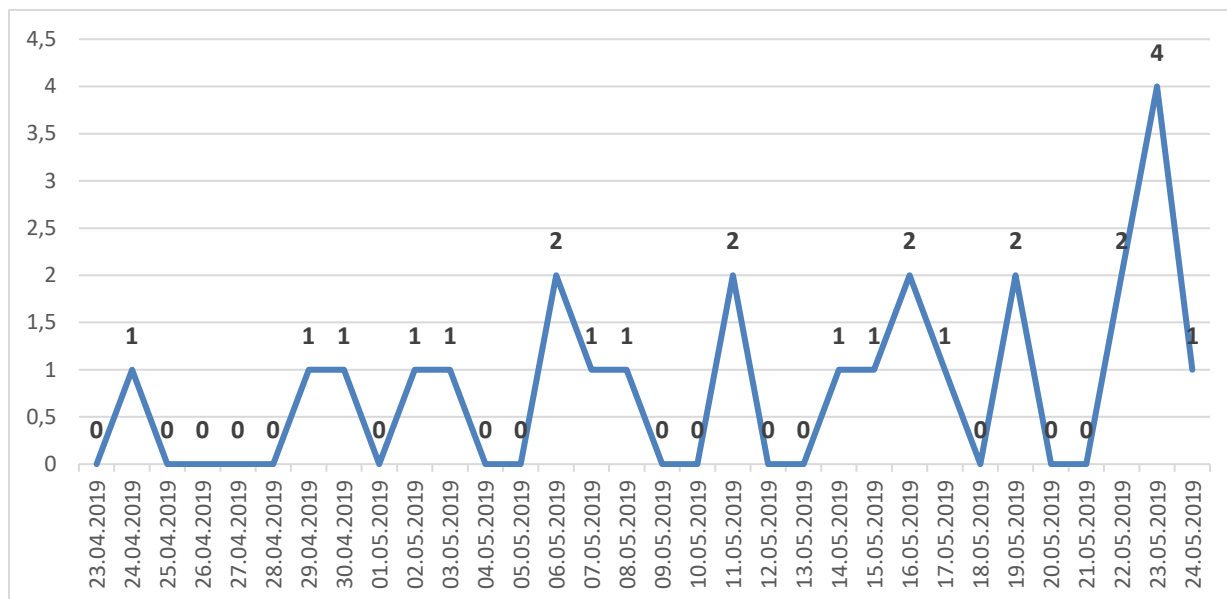
Agendu tematizující kontext i vlastní mediální obraz subjektů, které kandidovaly do EP, jsme rozdělili do dvou hlavních dílčích subagend: (a) první, popisující problematiku fungování EU jako instituce, včetně obsahů týkajících se voleb do EP. Nezahrnovali jsme ale témata týkající se dílčí problematiky členských zemí EU, (b) druhá, rozsáhlejší subagenda zahrnovala příspěvky popisující mimovolební aktivity domácích politických subjektů kandidujících do EP. Tato subagenda vytvářela kontext kandidujícím subjektům, které zde byly popisovány většinou skrze jejich vnitropolitické aktivity, jež nesouvisely s předvolební kampaní. Logicky tak byla rozsáhlejší (zvláště u vládních stran), respektive zahrnovala více než dvě třetiny (84 %) příspěvků referujících o kandidujících subjektech bez vazby na jejich předvolební aktivity (tab. 1).

Graf 1 ukazuje, že Velké zprávy tematizovaly eurounijní agendu v 17 z 32 odvysílaných relací Velkých zpráv, resp. v 25 příspěvcích. Pokud vyjdeme z výzkumu Brosiuse a Keplingera (1990), silná krátkodobá agenda předpokládá výskyt minimálně jednoho příspěvku k danému tématu denně v daném pořadu (pokud jde o zpravodajství v elektronických médiích). Uvedené hodnoty ukazují, že se pokrytí EU ve Velkých zprávách přiblížilo definici silné agendy.

Tabulka č. 1: Příspěvky popisující subjekty kandidující do EP podle jejich eurounijního/mimounijního kontextuálního rámce (N = 155)

	počet	v %
unijní rámec	25	16 %
mimounijní rámec	130	84 %
celkem	155	100 %

Graf č. 1: Rozložení příspěvků tematizujících EU dle data vysílání (N = 25)



Téměř třetinu příspěvků (32 %), které tvořily eurounijní tematický rámec, popisovalo EU, respektive její orgány a představitele. Vnitropolitická perspektiva reflektující EU se objevila v 68 % příspěvků (tab. 2).

Tabulka č. 2: Struktura příspěvků tematizujících eurounijní rámec (N = 25)

	počet	v %
příspěvky tematizující problematiku EU	8	32 %
příspěvky tematizující domácí agendu ve vztahu k EU	17	68 %
Celkem	25	100 %

Agendě voleb do Evropského parlamentu se jako hlavnímu či vedlejšímu tématu věnovalo 6 %, resp. 9 příspěvků z celku všech odvířálaných relevantních materiálů (tab. 3).

Tabulka č. 3: Struktura příspěvků podle zacílení na volby do EP (N = 155)

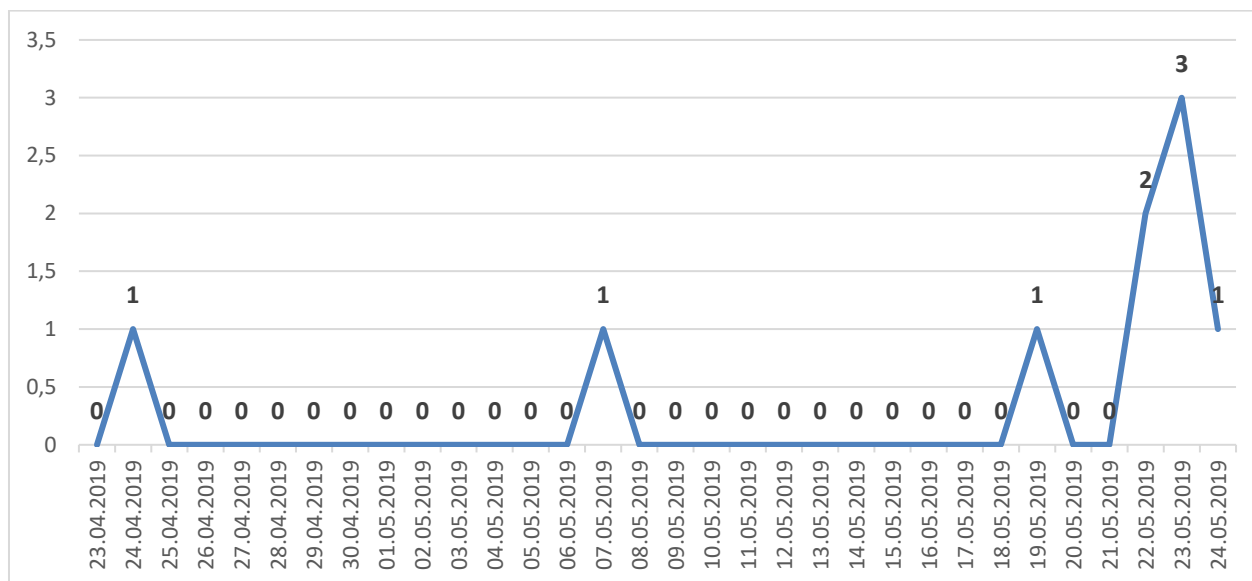
	počet	v %
příspěvek tematizoval primárně volby do EP	6	4 %
agenda voleb do EP představuje vedlejší téma příspěvku	3	2 %
příspěvky tematizovaly mimovolební agendu týkající se kandidujících subjektů či EU	146	94 %
celkem	155	100 %

V eurounijním rámci hrála volební agenda dominantní roli a naplnila 24 % relevantních příspěvků (tab. 4). Agenda nebyla rozvířena kontinuálně, ale s dvěma velkými přetržkami, které způsobily, že z 32 vysílacích dnů byly volby do EP tematizovány pouze 6krát (graf 2).

Tabulka č. 4: Tematická struktura příspěvků o EU (N = 25)

tematická struktura příspěvků o EU	počet	v %
zahraniční politika – evropská agenda	14	56 %
volby do EP	6	24 %
zahraničně-politická agenda	4	16 %
aktuální vnitropolitická agenda	1	4 %
celkem	25	100 %

Graf č. 2: Výskyt příspěvků akcentujících téma voleb do Evropského parlamentu dle data vysílání (N = 9)



Pozn.: Zahrnuje příspěvky, které tematizovaly volby do EP jako hlavní nebo vedlejší téma.

Tabulka č. 5: Rámcování Evropské unie v příspěvcích tematizujících problematiku EU (N = 25)

	počet	v %
výskyt proevropského rámce	0	0 %
výskyt protievropského rámce	0	0 %
bez interpretačních rámců	25	100 %
celkem	25	100 %

3.1.1.2 Reprezentace kandidujících subjektů

Analýzu způsobů, jak Velké zprávy referovaly o kandidujících subjektech, jsme rozdělili do dvou dílčích celků. První popisuje intenzitu referencí o jednotlivých kandidujících subjektech, druhá subanalýza sledovala zastoupení představitelů jednotlivých subjektů ve vysílání, a to jak z pohledu jejich frekvenčního výskytu, tak i jejich podílu na celkové stopaži pořadu.

3.1.1.3 Reference o kandidujících subjektech

Velké zprávy referovaly v horké fázi volební kampaně téměř výhradně o subjektech zastoupených v Poslanecké sněmovně PČR (tab. 6). Reference o koaličních vládních stranách dosáhly téměř polovinu všech užitých referencí (65 %). Dominovaly zmínky tematizující hnutí ANO (44 %), což odpovídá nejen nejvyšší agendotvornosti vládního subjektu, ale více méně i jeho politické síle ve sněmovně.

Vzhledem k slabému pokrytí volební agendy nelze z identifikovaných referencí usuzovat na diferencované pokrytí kandidujících (parlamentních) subjektů. Rozdíly mezi počtem referencí, které jim byly adresovány, jsou takové, že lze jen konstatovat velmi nízký zájem Velkých zpráv o kandidující strany a hnutí. Formálně vzato, z pohledu vysílacího zákona ale platí, že Velké zprávy udržely základní reprezentační proporce odrážející politickou relevanci kandidujících subjektů.

Z pohledu vysílacího zákona je podstatné, že nejintenzivnějšího referenčního pokrytí relevantních kandidujících subjektů se dostalo vládně koaličním stranám, které opanovaly zvláště mimovolební agendu. Nelze tak hovořit o porušení zákona.

Tabulka č. 6: Počet referencí o kandidujících subjektech (N = 234)

	celkem		volby do EP jsou hlavním nebo vedlejším tématem		volby do EP nejsou hlavním nebo vedlejším tématem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
ANO	103	44 %	5	31 %	98	45 %
ČSSD	50	21 %	1	6 %	49	22 %
ODS	20	9 %	2	13 %	18	8 %
STAN	18	8 %			18	8 %
KDU-ČSL	16	7 %	1	6 %	15	7 %
Piráti	11	5 %	2	13 %	9	4 %
KSČM	8	3 %	2	13 %	6	3 %
TOP 09	3	1 %			3	1 %
SPD	3	1 %	2	13 %	1	%
Koalice STAN + TOP 09	2	1 %	1	6 %	1	%
Celkem	234	100 %	16	100 %	218	100 %

Podíváme-li se na tematickou strukturu referencí o kandidujících subjektech (tab. 7), vidíme vysvětlení, proč oba koaličně vládní subjekty dominovaly zpravodajské agendě Velkých zpráv. Valná většina tematických referencí korespondovala s vládní agendou.

Tabulka č. 7: Obsahová struktura referencí (N = 234)

témata referencí	počet	v %
regionální témata a problémy	24	10 %
ekonomika, státní rozpočet, daně	20	9 %
problematika zdravotnictví	20	9 %
zvýšení rodičovského příspěvku	14	6 %
kauzy, podvody, nevhodné chování politiků	13	6 %
problematika důchodů	13	6 %
odvolání ministra kultury Staňka	13	6 %
problematika školství, zvýšení platů učitelů	12	5 %
téma dvojí kvality potravin	11	5 %
jmenování Marie Benešové ministryní spravedlnosti + její plánované změny v justici	10	4 %
telekomunikace, mobilní operátoři	9	4 %
výsledky předvolebních průzkumů	8	3 %
oslavy významných událostí, vzpomínkové akce	7	3 %
problémy s životním prostředím, ekologie	6	3 %
doprava, infrastruktura	6	3 %
jiné	6	3 %
personální změny ve vládě Andreje Babiše	6	3 %
volby obecně, organizace voleb	5	2 %
zahraniční politika ČR, zahraniční cesty/setkání českých politiků	5	2 %
využití státních rezerv ropy, energetika	5	2 %
zdanění církevních restitucí	4	2 %
ústavní žaloba na prezidenta Miloše Zemana	4	2 %
migrační krize, žaloba EK na ČR z důvodu odmítnutí uprchlických kvót	2	1 %
zrušení dětských dluhů	2	1 %
zdravotní stav poslanců	2	1 %
politická angažovanost členů NCOZ	2	1 %
cesta poslance Ondráčka na Ukrajinu	2	1 %
vývoj případné demise koaliční vlády	2	1 %
personální změny v institucích státní správy	1	0 %
celkem	234	100 %

Většina referencí měla deskriptivní, neutrální vyznění (68 %). Negativní valenci neslo jen 20 % referencí (tab. 8). Vzhledem ke značnému rozdílu mezi frekvenčním pokrytím vládních a opozičních subjektů v mimovolební agendě je sporné porovnávat zvláště reference s negativní/pozitivní valencí u všech subjektů. Za pozornost tak stojí jen zjištění, že vyšší podíl referencí o hnutí ANO, neodpovídá obecně prokázanému vztahu mezi počtem příspěvků a podílem jejich negativity, který roste s počtem příspěvků (Lengauer, Esser, Berganza, 2012; Freedman, Goldstein, 1999).

Tematizována byla především změna na postu ministra spravedlnosti v souvislosti s trestním stíháním premiéra, neprošetřování kauzy Čapí hnízdo a také například manipulativní taktiky Andreje Babiše v souvislosti s jeho výroky o předčasných volbách. Nejvyšší podíl referencí s negativní valencí adresovaných představitelům Pirátské strany (27 %), byl sycen převážně kritikou pražského primátora Hřiba (za neefektivní opravy silnic, za vyvěšení tibetské vlajky a neuznávání čínské politiky s dopadem na rušení koncertů vystoupení českých umělců v Číně).

Tabulka č. 8: Valence¹ referencí o kandidujících subjektech: celý soubor (N = 234)

	pozitivní		negativní		neutrální		celkem	
	N	v %	N	v %	N	v %	N	v %
ANO	12	12 %	19	18 %	72	70 %	103	100 %
ČSSD	5	10 %	10	20 %	35	70 %	50	100 %
ODS	2	10 %	5	25 %	13	65 %	20	100 %
STAN			4	22 %	14	78 %	18	100 %
KDU-ČSL	2	13 %	4	25 %	10	63 %	16	100 %
Piráti	2	18 %	3	27 %	6	55 %	11	100 %
KSČM	2	25 %	2	25 %	4	50 %	8	100 %
TOP 09	1	33 %			2	67 %	3	100 %
SPD	1	33 %			2	67 %	3	100 %
Koalice STAN + TOP 09	1	50 %			1	50 %	2	100 %
celkem	28	12 %	47	20 %	159	68 %	234	100 %

Z pohledu vlastní volební agendy, která byla minimálně tematizována, nediferencovala valence referencí kandidující subjekty, respektive drtivá většina referencí nesla neutrální valenci.

Analyzovali jsme též rámování kandidujících subjektů z pohledu jejich pro/proti evropského zařazení, kterým mohly Velké zprávy potenciálně napovídat voličům, jak jsou dané subjekty vhodné či nevhodné pro působení v EP. Vůči žádnému z uvedených subjektů nebyl takovýto ne/doporučující výkladový rámec použit.

3.1.1.4 Reprezentace kandidujících subjektů prostřednictvím jejich představitelů

Vzhledem k tomu, že většina příspěvků netematizovala domácí volební kampaň do EP, ale vnitropolitickou agendu, promítl se do „hlasitosti“ oslovených subjektů vládní bonus koaličních stran, který vedl k tomu, že nejvíce prostoru dostaly ve vysílání představitelé hnutí ANO (více než 23 minut) a ČSSD (více než 7 minut). Z celkového vysílacího času, který byl poskytnut všem kandidujícím subjektům (43 min 26 s), „komunikovali“ představitelé koalice ANO+ČSSD více než půl hodiny, tj. obsadili více než polovinu vysílacího času. Uvedená časová disproporce mezi koaličními subjekty a opozicí byla dána primárně vyšší agendotvorností

¹ Pokud porušily uvedené postupy profesně etické standardy a vedly tak k poškozování mediálního obrazu kandidujících subjektů, věnujeme se jim detailněji v následující kvalitativní analýze.

vládních stran. Velké zprávy plnily povinnost zprostředkovat klíčová vládní témata a jejich nositele (tab. 9).

Z pohledu pokrytí vlastní agendy tematizující volby do EP byly ale rozdíly mezi kandidujícími subjekty minimální a více méně odrážely společenskou relevanci rozhodujících politických sil, respektive jejich zastoupení v PČR. Pokud bychom ale sledovali jen sílu kandidujících subjektů ve sněmovně, pak vidíme nadreprezentaci představitelů ČSSD.

Tabulka č. 9: Počet a délka promluv zástupců kandidujících subjektů podle jejich stranické afiliace (N = 181)

	celkem		volby do EP jsou hlavním nebo vedlejším tématem		volby do EP nejsou hlavním nebo vedlejším tématem		
	počet mluvčích	celková stopáž promluv	počet mluvčích	celková stopáž promluv	počet mluvčích	celková stopáž promluv	
ANO	83	23 min 34 s	2	3 s	81	23 min 31 s	
ČSSD	34	7 min 4 s		0 s	34	7 min 4 s	
ODS	16	2 min 56 s	1	7 s	15	2 min 49 s	
Piráti	8	1 min 47 s	1	10 s	7	1 min 37 s	
TOP 09	4	1 min 2 s		0 s	4	1 min 2 s	
STAN	18	3 min 12 s		0 s	18	3 min 12 s	
Koalice STAN + TOP 09	2	23 s		0 s	2	23 s	
KDU-ČSL	13	2 min 38 s		0 s	13	2 min 38 s	
KSČM	3	50 s	1	31 s	2	19 s	
celkem	181	43 min 26 s	5	51 s	176	42 min 35 s	

Mezi oslovenými stranickými představiteli byli minimálně přítomni lídři kandidátek. Mnohem častěji byli reprezentováni předsedové kandidujících subjektů (tab. 10). Vysílací zákon ale nepředepisuje, komu mají věnovat média pozornost z pohledu stranické hierarchie. Nelze proto hovořit o jeho porušení. Zbývá tak jen otázka, zda lze podobné slabé pokrytí hlavních referenčních figur kandidujících subjektů považovat za adekvátní naplnění zpravodajské povinnosti poskytnout veřejnosti dostatečné informace pro svobodné vytváření názoru na komunikovaný sociální fenomén – kvalitu kandidátek do EP. Z pohledu prostého srovnání času, který jim zpravodajství poskytlo, ale nelze hovořit o porušení zákona.

Tabulka č. 10: Reprezentace lídrů kandidátky a předsedů kandidujících subjektů (N=181)

	celkem				volby do EP jsou hlavním nebo vedlejším tématem				volby do EP nejsou hlavním nebo vedlejším tématem			
	počet promluv	počet vystoupení lídra kandidátky	počet vystoupení předsedy strany	počet vystoupení ostatních představitelů	počet promluv	počet vystoupení lídra kandidátky	počet vystoupení předsedy strany	počet vystoupení ostatních představitelů	počet promluv	počet vystoupení lídra kandidátky	počet vystoupení předsedy strany	počet vystoupení ostatních představitelů
ANO	83	1	25	57	2		2		81	1	23	57
ČSSD	34		8	26					34		8	26
STAN	18		1	17				1	15		4	11
ODS	16		4	12	1		1		7		1	6
KDU-ČSL	13		9	4					4			4
Piráti	8		2	6	1				18		1	17
TOP 09	4			4					2	1		1
KSČM	3		2	1	1				13		9	4
Koalice STAN + TOP 09	2	1		1			1		2		1	1
celkem	181	2	51	128	5		4	1	176	2	47	127

3.1.1.5 Kvalitativní analýza profesních pochybení²

Profesní, respektive rutinní nedostatky. Jednalo se především o:

A/ nepřesné odkazování na zdroj (odkaz na zdroj neuveden nebo uveden nepřesně)

Uvedení zdroje chybělo u příspěvku, který tematizoval srovnání tarifů mobilních operátorů a také u příspěvků o odměnách zaměstnanců kulturních institucí (obr.1) nebo o politické síle frakcí v EP (obr.2).

„Ze tří hlavních operátorů si O2 aktuálně za toto volání účtuje necelých 25 korun a za sms zprávy 5 korun. U T-mobilu se volá za 12 korun a esemeskuje také za 5 korun. No a Vodafone aktuálně svým zákazníkům účtuje za volání 11,50 no a za sms zprávy chce 2,50. No a teď to důležitější, a to, jak se ceny promění. U T-mobilu i O2 budeme shodně nově volat za 5 korun 89 haléřů a esemeskovat za korunu 86 haléřů. U Vodafonu to potom bude 5 korun 80 za minutu hovoru a koruna 80 za sms zprávu. A právě Vodafone ke změnám přistupuje jako první.“ (3.5.2019, 4:21)

² Čas uvedený v závorce odpovídá minutě a sekundě, která uplynula od začátku vysílání.

Obrázek č. 1.: Tabulka odměn zaměstnanců kulturních institucí bez uvedení zdroje.

ODMĚNY				
	Jiří Fajt	NG	příprava výstav ke 100 letům	1 120 000 Kč
	Michal Lukeš	NM	rekonstrukce NM kolaudace NM	270 000 Kč 305 000 Kč
	Jan Burian	ND	představení Libuše	177 000 Kč
	Naděžda Goryczková	NPÚ	celoroční práce	230 000 Kč

VELKÉ ZPRÁVY ODVOLANÝ ŘEDITEL NG SE BRÁNIL PŘED POSLANCI

(Velké zprávy, 9. 5. 2019, 2:03)

Obrázek č. 2.: Tabulka počtů poslanců ve frakcích v EP bez uvedení zdroje.



(Velké zprávy, 23. 5. 2019, 23:56)

Zdroje chybí také v mnoha dalších příspěvcích (13. 5., 1:24-2:06, 22:28-23:20, 14. 5., 9:57-10:18, 24. 5., 1:09-1:20, 23:34-23:45).

Jan Bartošek byl mylně označen jako předseda KDU-ČSL (15. 5., 4:16).

O porušení Vysílacího zákona se v těchto případech nejedná, jde jen o indikátor nízké profesionality zpravodajské práce.

B/ informační nepřipravenost a/nebo věcná nepřesnost

Téma: dvojí kvalita potravin. Moderátorka netuší, že se tento problém již v EP projednával (6. 5., 2:39-2:48).

C/ nedostatečně popsaný prezentovaný výzkum veřejného mínění

Nebyly uvedeny žádné parametry a kontext výzkumu. Kdo průzkum financoval (21. 5., 1:26-1:39) a kdo jej objednal. Chybí informace o velikosti vzorku, interval sběru dat a další parametry šetření (24. 4., 12:51).

I v tomto případě platí to, co výše. Pokud prezentace dat nepoškozovala některý z kandidujících subjektů, například tím, že byl prezentován účelově zadaný a financovaný výzkum, který měl poškodit konkurenci, nelze hovořit o porušení Vysílacího zákona, ale jen o nízké profesionalitě zpravodajské práce.

D/ Defavorizace politické strany/kandidáta nebo politického či hodnotového proudu

V příspěvku tematizujícím personální změny ve vládě A. Babiše vystoupili dva politologové, kteří shodně kriticky objasňovali, proč si myslí, že je počet obměn na ministerských postech nebývale vysoký, respektive, proč premiér obsazuje do ministerských funkcí nestraníky.

Jan Kubáček: *„Je pravda, že když se podíváme na českou zkušenost, tak jsme toto doposud nezažili, aby se tak často měnili ministři...“* (11.5.2019, 14:14).

Lukáš Novotný: *„Pokud máte ve vládě straníky, tak samozřejmě se vám velmi obtížně propouštějí. On může ty lidi jakoby jako provázka samozřejmě tahat z toho klobouku, jak je třeba, a skutečně, pokud se mu nelíbí, tak je může poměrně rychle odstranit.“* (11.5.2019, 14:32)

Jak Kubáček: *„Jsou to lidé, kteří chápou, že musí být loajální premiéru Andreji Babišovi, protože ten je vyzdvihl, ten je přivedl do politiky, ten jim dal vrcholovou funkci, neboli ta loajalita bude absolutně vedena vůči Andreji Babišovi.“* (11.5.2019, 14:48)

Slova Kubáčka pak interpretoval také reportér:

„Jinými slovy, pokud podle Kubáčka nebudou hrát hru tak, jak píská šéf Andrej Babiš, skončí jejich politická kariéra stejně rychle, jako začala. Ostatně, dosavadní rošády na ministerstvech určitý trend ukazují.“ (11.5.2019, 15:01)

Vyznění příspěvku staví premiérovu personální politiku do negativního světla. Informace experta, že *„jsme toto doposud nezažili, aby se tak často měnili ministři“* je zavádějící. Výměnu čtyř ministrů zažili voliči u řady vlád. Tato nepravdivá konstrukce ilustruje chatrnou a nepřesvědčivou konstrukci hlavního argumentu příspěvku. V čem spočívá problém daných výměn, který měl legitimovat kritický zájem reportáže o výměnu ministrů, se v sestřihu výpovědí obou respondentů diváci nedozvěděli. Zůstává jen jejich obecně kritické naladění, které vytváří dojem, že jiný **možný** pohled na výměnu ministrů neexistuje. Redakce se měla pokusit tento jednostranný pohled vyvážit a nabídnout i jiný názor, který by například porovnal frekvenci výměny ministrů v polistopadových vládách, nebo tak měla učinit sama. Jinými slovy, příspěvek byl především nedostatečně zdrojován a působí jako účelová konstrukce. Z pohledu profesní objektivit a vyváženosti daného se ale jednalo o dílčí pochybení, které nelze chápat jako přestupek v tom smyslu, jak jej chápe Vysílací zákon.

3.2 Diskusní pořady televize Prima

Do analýzy vstoupil na základě zadání diskusní pořad *Partie*, který je vysílán každou neděli od 11.00 hodin. Debata je koncipována jako rozhovor mezi moderátorem a několika hosty. Stopáž pořadu činí přibližně 50 minut.

3.2.1 *Partie*

Analyzovány byly debaty z 28. 4., 5. 5. a 12. 5. V každém z uvedených vydání pořadu jsme identifikovali příspěvky relevantní z pohledu zadání, což v daném případě znamená, že analytickou jednotku „příspěvek“ představovala obsahově oddělená část rozhovoru, která tematizovala problematiku voleb do EP, resp. chování kandidujících subjektů.

V tabulce 11 je uveden seznam respondentů diskuse, který zahrnuje dva poslance hnutí ANO, po jednom poslance a předsedu KDU-ČSL a Trikolóry. V případě posledního subjektu ale nebyla užitá stranická afiliace, jelikož formálně nebylo uskupení Trikolóra zaregistrováno na MV. Do poslední debaty byli pozváni tři komentátoři, kteří pracují pro média odlišného vlastníka, resp. v jednom případě pro médium zřízené ze zákona (ČRo).

Tabulka č. 11: Respondenti pořadu podle jejich stranické afiliace a funkce

datum vysílání	Hosté
28. 4. 2019	Robert Plaga, ministr školství za hnutí ANO
	Václav Klaus, nezařazený poslanec
5. 5. 2019	Karel Havlíček, ministr průmyslu a obchodu za hnutí ANO
	Marek Výborný, předseda KDU-ČSL
12. 5. 2019	Petr Holec, komentátor Info.cz
	Jaroslav Plesl, šéfredaktor MF Dnes
	Radko Kubičko, komentátor Českého rozhlasu

3.2.1.1 Reprezentace EU a voleb do EP

Agendu tematizující kontext i vlastní mediální obraz subjektů, které kandidovaly do EP, jsme rozdělili do dvou hlavních dílčích subagend: (a) první, popisující problematiku fungování EU jako instituce, včetně obsahů týkajících se voleb do EP. Nezahrnovali jsme ale témata týkající se dílčí problematiky členských zemí EU, (b) druhá, rozsáhlejší subagenda zahrnovala příspěvky popisující mimovolební aktivity domácích politických subjektů kandidujících do EP. Tato subagenda vytvářela kontext kandidujícím subjektům, které zde byly popisovány většinou skrze jejich vnitropolitické aktivity, jež nesouvisely s předvolební kampaní. Agenda Evropské unie ať v domácím či unijním kontextu byla přítomna ve 2 z celku 3 analyzovaných relací *Partie* a tematizovaly ji 2 diskusní subtémata. První (5. 5.) reflektovalo jednání představitelů Česka a Slovenska o podpoře jaderné energetiky a společném postupu v rámci EU. Druhé subtéma (12. 5.) analyzovalo chování vládních subjektů ve vztahu k jejich šancím ve volbách do EP (tab. 12).

Tabulka č. 12: Zastoupení příspěvků tematizujících EU (N = 7)

	počet	v %
unijní rámec	2	29 %
mimounijní rámec	5	71 %
celkem	7	100 %

3.2.1.2 Reprezentace kandidujících subjektů

Analýzu způsobů, jak Partie referovala o kandidujících subjektech, jsme rozdělili do dvou dílčích celků. První popisuje intenzitu referencí o jednotlivých kandidujících subjektech, druhá subanalýza sledovala zastoupení představitelů jednotlivých subjektů ve vysílání, a to jak z pohledu jejich frekvenčního výskytu, tak i podílu na celkové stopáži pořadu.

3.2.1.3 Reference o kandidujících subjektech

Partie referovala výhradně o subjektech zastoupených v Poslanecké sněmovně PČR (tab. 13). Reference o koaličních vládních stranách překročily více než dvě třetiny všech užitých referencí (69 %). Dominovaly zmínky tematizující hnutí ANO (49 %), což odpovídá nejen nejvyšší agendotvornosti vládního subjektu, ale více méně i jeho politické síle ve sněmovně. Dílem to platí i pro ČSSD, jejíž vyšší „hlasitost“ lze zdůvodnit tím, že spravuje část vládní agendy.

Vzhledem k mizivému pokrytí volební agendy nediferencovaly užití reference mezi zmíněnými subjekty. Z pohledu obecně politické relevance ale Partie udržela základní reprezentační proporce odrážející politickou váhu kandidujících subjektů. Vůbec nebylo referováno o SPD a STAN. Vzhledem k tomu, že do analýzy vstoupily pouze tři diskuse, které navíc nebyly koncipovány jako výhradně stranicko-politické, resp. respondenty byli i novináři, nelze hovořit o porušení vyváženosti reprezentace kandidujících subjektů.

Tabulka č. 13: Počet referencí o kandidujících subjektech (N = 35)

	celkem	
	počet	v %
ANO	17	49 %
ČSSD	7	20 %
ODS	4	11 %
KDU-ČSL	3	9 %
TOP 09	2	6 %
Piráti	1	3 %
KSČM	1	3 %
celkem	35	100 %

Užití reference o kandidujících subjektech nesly téměř stejným dílem negativní a neutrální valenci 43 % vs. 46 % (tab. 14). Vzhledem k nízkému frekvenčnímu pokrytí všech kandidujících subjektů neposkytuje komparace relevantní údaje, aby bylo možné hovořit o porušení vyváženosti. V případě negativních referencí adresovaných hnutí ANO, byla tematizována

vládní politika, výměna ministrů, financování školství, podpora inkluze a plánovaná reforma regionálního školství.

Tabulka č. 14: Valence³ referencí o kandidujících subjektech: celý soubor (N = 35)

	pozitivní		negativní		neutrální		celkem	
	N	v %	N	v %	N	v %	N	v %
ANO	4	24 %	6	35 %	7	41 %	17	100 %
ČSSD			5	71 %	2	29 %	7	100 %
ODS			1	25 %	3	75 %	4	100 %
KDU-ČSL					3	100 %	3	100 %
TOP 09			1	50 %	1	50 %	2	100 %
Piráti			1	100 %			1	100 %
KSČM			1	100 %			1	100 %
celkem	4	11 %	15	43 %	16	46 %	35	100 %

Z pohledu zadání je podstatné, že se Partie vyhnula návodnému rámování EU. Pro/proti eurounijní rámování zahrnující popis institucionálního chování orgánů EU nebylo přítomno v žádné konverzační sekvenci.

3.2.1.4 Reprezentace kandidujících subjektů prostřednictvím jejich představitelů

Pouze tři respondenti reprezentovali kandidující subjekty. Z celkové stopáže, kterou těmto mluvčím pořad poskytl (téměř 53 minut), dominovaly promluvy dvou představitelů hnutí ANO, kteří hovořili celkem více než 40 minut (tab. 15). Obsadili tak více než 75 % diskusního času. I zde ale platí, že dramaturgie Partie nesledovala systematicky téma voleb do EP, ale aktuální vnitropolitickou agendu, což činilo představitele hnutí ANO mediálně atraktivnějšími i relevantnějšími.

Z pohledu objektivnosti a vyváženosti byla zvláště relevantní ta, která byla odvíjena 5.5., a ve které se střetli dva představitelé konkurenčních kandidujících subjektů. Téměř dvojnásobně vyšší podíl komunikační aktivity K. Havlíčka nebyl dán primárně tím, že by mu moderátorka věnovala vyšší pozornost. Příčinou byl výrazně košatější projev ministra průmyslu. Z pohledu valence dotazů adresovaných oběma respondentům převažovaly neutrálně zjišťovací dotazy (90 %). Havlíčkovi byly adresovány dvě otázky s kriticko-negativní valencí, M. Výbornému jeden dotaz tohoto typu. Jinými slovy, jakkoliv byl M. Výborný slyšet méně, nelze tuto skutečnost interpretovat jako důsledek defavorizační, resp. záměrně znevýhodňující strategie moderátorky, která mu položila stejný počet hlavních dotazů jako druhému respondentovi. Výborného styl byl ale úspornější a také více respektoval moderátorův timing otázek. A navíc předseda KDU-ČSL téměř nevstupoval do promluv druhého respondenta. Distribuce základních typů dotazů podle jejich typů byla realizována rovnoměrně a míra jejich polemčnosti poskytla respondentům srovnatelné východisko k širší argumentaci. Z pohledu

³ Pokud porušily uvedené postupy profesně etické standardy a vedly tak k poškozování mediálního obrazu kandidujících subjektů, věnujeme se jim detailněji v následující kvalitativní analýze.

Vysílacího zákona tak nelze hovořit o jeho porušení, resp. porušení principu objektivní a vyvážené moderace.

V druhé diskusi mezi R. Plagou a V. Klausem ml. byl aktivnější, a tudíž i slyšitelnější, předseda Trikolóry. Z pohledu frekvence i typu užitých dotazů oslovovala moderátorka oba respondenty rovnoměrně. Diskusi dominovaly neutrálně zjišťovací dotazy, které poskytly respondentům srovnatelné východisko k širší argumentaci. Platí to pro všechny dílčí tematické celky rozpravy. Z pohledu Vysílacího zákona tak nelze hovořit o jeho porušení, resp. o porušení principu objektivní a vyvážené moderace na úrovni dané debaty, ani z pohledu speciálně diskutovaných problémových okruhů.

Vzhledem k tomu, že vyváženost reprezentace politických subjektů lze posuzovat jen v delším časovém intervalu, než jaký poskytují tři debaty, nelze z pohledu Vysílacího zákona konstatovat porušení požadavku vyvážené reprezentace kandidujících subjektů v analyzovaném období.

Tabulka č. 15: Stopáž promluv zástupců kandidujících subjektů

strana	mluvčí strany	funkce	stopáž promluv
ANO	Karel Havlíček	ministr průmyslu a obchodu	23 min 48 s
ANO	Robert Plaga	ministr školství	16 min 14 s
KDU-ČSL	Marek Výborný	předseda	12 min 49 s

3.2.1.5 Kvalitativní analýza profesních pochybení

Kvalitativní analýza neidentifikovala žádná relevantní profesní pochybení.

4. HLAVNÍ ZÁVĚRY

Cílem analýzy bylo odpovědět na otázku, zda vybrané pořady Primy respektovaly ustanovení § 31 odst. 2 a 3 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Výše uvedená analýza poskytuje datové podklady a východiska, která by měla posloužit RRTV k rozhodnutí, zda předvolební vysílání jako celek, i v rámci jednotlivých pořadů, dodržovalo zásady objektivního a vyváženého informování.

Dle zadání měla analýza poskytnout odpovědi na tři základní okruhy otázek:

- I. **Byly z pohledu frekvenční analýzy reprezentovány kandidující subjekty vyváženě?**
- II. **Byl obraz politických stran, respektive jejich představitelů výsledkem objektivní, nestranné editoriační praxe?**
- III. **Do jakých interpretačních rámců vkládaly vybrané stanice, programy a pořady kandidující subjekty, a to zvláště v optice jejich de/favorizace?**

III. 1. Jakým způsobem reprezentovaly sledované zpravodajské a publicistické pořady kandidující subjekty, respektive docházelo v kvalitativní rovině k poškozování a nebo naopak podpoře jejich mediálního obrazu?

III. 2. V čem spočívala kvalitativní dimenze případné de/favorizace kandidujících subjektů?

III. 3 Jaké atributy kandidujících subjektů zvýznamňovala analyzovaná média, pokud bylo možné hovořit o jejich de/favorizaci?

Ve vybraných pořadech byla agenda voleb do EP pokryta odlišně, s různou mírou intenzity. Zatímco ve Velkých zprávách se pokrytí EU přiblížilo definici silné agendy, dramaturgie Partie nesledovala systematicky téma voleb do EP, ale aktuální vnitropolitickou agendu, což činilo volební agendu marginální.

Frekvenční analýza Velkých zpráv ukázala nejsilnější zastoupení hnutí ANO, které těžilo nejen z nejvyšší agendotvornosti nejsilnější vládní strany, ale i ze své společenské relevance jako nejsilnějšího sněmovního subjektu. Nelze tak hovořit o porušení Vysílacího zákona, respektive vyváženosti. Vyšší pozornost věnovanou hnutí ANO a jeho reprezentantům, ale nedoprovázela zvýšená míra kritičnosti.

Z hlediska kvalitativních kritérií nedávaly analyzované pořady výraznější favorizační či defavorizační spin zpravodajským a publicistickým komunikátům, které referovaly o kandidujících subjektech. Vyskytovaly se jen občasné formální nesystematické dílčí nedostatky a méně závažná pochybení. Jednalo se o prezentaci informací bez uvedení jejich

zdrojů, resp. nepřesné či chybějící nominace politiků, nezvládnuté emoce (ironie) moderátora, nekorektní interpretace výzkumu veřejného mínění. Nedomníváme se ovšem, že by některé z těchto pochybení mělo potenciál narušit objektivní a vyvážený přístup ke kandidujícím subjektům.

Celkově se oba analyzované pořady držely ve věcně popisné rovině. Rozdíly ve valenci dotazů nebo tematickém rámování kandidujících subjektů nebyly signifikantní z pohledu celkového reprezentačního vyznění kandidujících subjektů.

Jinými slovy, v celku všech analyzovaných pořadů udržela Prima základní reprezentační proporce odrážející politickou váhu kandidujících subjektů a vyvarovala se jak návodnému rámování EU, tak kandidujících subjektů. Kritéria profesní žurnalistické objektivity a vyváženosti v dikci zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, byla naplněna.

5. LITERATURA

- Abercrombie, N., Hill, S. & Turner, B. (1980) *The Dominant Ideology Thesis*. London: Georg Allen and Unwin.
- Bacher, J. (2002) *Cluster Analysis*. Norimberk: University Erlangen-Nuremberg. (online) Cit. 28. 4. 2013. Dostupné z: <http://www.clusteranalyse.net/sonstiges/zaspringseminar2002/lecturenotes.pdf>.
- 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
- Benoit, W.L. (2007) *Communication in Political Campaigns*. New York: Peter Lang.
- Benoit, W.L. & Airne, D. (2005) 'A Functional Analysis of American Vice Presidential Debates', *Argumentation and Advocacy* 41: 225-236.
- Benoit, W.L. & Harthcock, A. (1999) 'Functions of the Great Debates: Acclaims, Attacks, and Defenses in the 1960 Presidential Debates', *Communication Monographs* 66: 341-357.
- Benoit, W.L. & Klyukovski, A.A. (2006) 'A Functional Analysis of 2004 Ukrainian Presidential Debates', *Argumentation* 20: 209-225.
- Benoit, W.L. & Sheafer, T. (2006) 'Functional Theory and Political Discourse: Televised Debates in Israel and the United States', *Journalism & Mass Communication Quarterly* 83(2): 281-297.
- Benoit, W.L., Wen, W.-C., & Yu, T.-H. (2007) 'A Functional Analysis of 2004 Taiwanese Political Debates', *Asian Journal of Communication* 17(1): 24-39.
- Brosius a Kepplinger (1990) The Agenda-Setting Function of Television News: Static and Dynamic Views. *Communication Research*. Volume: 17 issue: 2, page(s): 183-211.
- Carragee KM (1993) A critical evaluation of debates examining the media hegemony thesis.
- Clayman, S. & Heritage, J. (2002) *The news interview: journalists and public figures on the air*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dayan, D. & Katz, E. (1992) *Media events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Ekron Z (2008) A critical and functional analysis of the mirror metaphor with reference to the media's responsibility towards society. *Global Media Journal-African Edition* 2(1): 80-87.
- John Eldridge (Ed.) *Getting the Message: News, Truth and Power* (Routledge, 1993)
- John Eldridge (Ed.) *News Content, Language and Visuals: Glasgow University Media Reader* (Communication and Society) (Paperback), Routledge, 1995.
- 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.
- Focus (2013) Analýza předvolebního vysílání – parlamentní volby.
- Focus (2014) Analýza předvolebního vysílání – volby do EP.
- Focus (2015) Analýza předvolebního vysílání – volby do obecních zastupitelstev a do senátu.
- Focus (2016) Mediální reprezentace ukrajinské krize - analýza objektivit a vyváženosti vybraných pořadů odvysílaných ČRo v období od 1. 1. do 30. 10. 2015

- Focus (2017) Analýza vysílání ČRo k senátním a krajským volbám 2016 - analýza objektivit a vyváženosti vybraných pořadů ČRo věnovaných senátním a krajským volbám 2016.
- Foster, S. (2010) *Political communication*. Edinburg University Press. 72
- Freedman P and Goldstein K (1999) Measuring media exposure and the effects of negative campaign ads. *American Journal of Political Science* 43(4):1189–1208.
- James J. Gibson: *The ecological approach to visual perception*. Boston: Houghton Mifflin, 1979.
- 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.
- Groeling T (2013) Media bias by the numbers: challenges and opportunities in the empirical study of partisan news. *Annual Review of Political Science* 16: 129–151.
- Haug, M., Koppang, H. & Svennevig, J. (2010) 'Moderator Bias in Television Coverage of an Election Campaign with no Political Advertising', *Nordicom Review* 31 (2): 79-94.
- Horwitz RB (2005) On media concentration and the diversity question. *The Information Society* 21(3): 181–204.
- Hutchby, I. (2006) *Media Talk: Conversation Analysis and the Study of Broadcasting*. Glasgow: Open University Press.
- Isotalus, P. (2001) 'Presidential Campaigning in Finland', *World Communication*, 30(2): 5-23.
- Isotalus, P. (2009) 'Agreement and Disagreement in Focus: A Cultural Perspective on Televised Election debates', in R. Wilkins & P. Isotalus (Eds.) *Speech Culture in Finland*, (pp.191-208). Lanham, LD: University Press of America.
- Isotalus, P. & Aarnio, E. (2006) 'A Model of Televised Election Discussion: The Finnish Multi-party System Perspective', *Javnost-The Public* 13: 61-71.
- 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.
- Karppinen K (2013) *Rethinking Media Pluralism*. New York: Fordham University Press.
- Karppinen K (2007) Making a difference to media pluralism: a critique of the pluralistic consensus in European media policy. In: Cammaerts B and Carpentier N (eds) *Reclaiming the Media: Communication Rights and Democratic Media Roles*. Bristol: Intellect Books, pp. 9–30.
- 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.
- Lee, C. & Benoit, W.L. (2005) 'A Functional Analysis of the 2002 Korea Presidential Debates', *Asian Journal of Communication*, 15: 115-132.
- Lengauer, Guenther & Esser, Frank & Berganza, Rosa. (2012). Negativity in political news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*. 13. 179-202.
- Levinson, S. C. (1983) *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Manheim, J.B. & Albritton, R.B. (1984) 'Changing National Images: International Public Relations and 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.
- McKinney, M.S. & Carlin, D. B. (2004) 'Political Campaign Debates', in L.L. Kaid (Ed.) *Handbook of Political Communication Research* (pp. 203-234). Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Mooi, E., Sarstedt, M. (2011) 'Cluster Analysis', in *A Concise Guide to Market Research. The Process, Data, and Methods Using IBM SPSS Statistics* (pp. 237 – 284). Berlin, Heidelberg: Springer 73.
- Berlin Heidelberg. (online) Cit. 28. 4. 2013. Dostupné z: <http://www.springerlink.com/index/10.1007/978-3-642-12541-6>.
- 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.
- Greg Philo (Ed.) *Industry, Economy, War and Politics: Glasgow University Media Reader: 2* (Communication and Society) (Paperback), Routledge, 1995.
- 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.
- STRÖMBÄCK, Jesper, Ralph NEGRINE, David Nicolas HOPMANN, Michaela MAIER, Rosa BERGANZA, Jaromír VOLEK, Bogusława DOBEK-OSTROWSKA, Juri MYKKÄNEN a Franca RONCAROLO. The Mediatization and Framing of European Parliamentary Elections Campaigns. In Michaela Maier, Jesper Strömbäck and Linda Kaid (eds). *Political Communication in European Parliamentary Elections*. I. England/USA: Ashgate Publishing Limited, 2011. s. 161-175, 14 s.
- Tan, P.-N., M. Steinbach, V. Kumar (2006) Cluster Analysis: Basic Concepts and Algorithms. In *Introduction to data mining*. Boston, MA: Addison-Wesley. (online) Cit. 28. 4. 2013. Dostupné z: <http://wwwusers.cs.umn.edu/~kumar/dmbook/ch8.pdf>.
- URBÁNIKOVÁ, Marína a Jaromír VOLEK. Prezidentské volby ve vysílání ČRo 1 Analýza objektivit a vyváženosti vybraných pořadů odvysílaných ČRo 1 Radiožurnál mezi 15.12. 2012 a 26.1. 2013. Praha, Rada ČRo: Český rozhlas, Praha., 2013. 134 s

- Marína URBÁNIKOVÁ a Jaromír VOLEK: Between Europeanization and De-Europeanization. A Comparative Content Analysis of the EU Agenda in the Pre-election Czech Quality Press. In XXII World Congress of Political Science, Madrid, Spain. 2012.
- 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, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. *Čeští novináři v komparativní perspektivě*. Praha: Academia, 2017. 386 s. Společnost, sv. 18. ISBN 978-80-200-2699-6.
 - 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.
 - VOLEK, Jaromír. Mediální obraz ve volební kampani. Prezidentská volba v médiích jako ritualizované (melo)drama o hledání aristokrata plebejce. In *Média a společnost*. Praha: Fokoláre, Pontes., 2013. s. 5-18, 14 s.
 - VOLEK, Jaromír. Czech Journalists After the Collapse of the Old Media System: Looking for New Professional Self-Image. In Bogusława Dobek-Ostrowska Michał Głowacki Karol Jakubowicz Miklós Sükösd: *Comparative Media Systems. European and Global Perspectives*. I. Budapest: Central European University Press, 2010. s. 171-194, 23 s.
 - VOLEK, Jaromír. Objektivita a vyváženost hlavních diskusních pořadů (V pravé poledne, Sedmička, Partie). In: *Zpráva o stavu vysílání a činnosti RRTV ČR*. Praha: Rada České republiky pro rozhlasové a televizní vysílání, 2000. 22 s. Výroční zpráva RRTV.
 - Woods J (2007) Democracy and the press: a comparative analysis of pluralism in the international print media. *The Social Science Journal* 44(2): 213–230.
 - 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 10. března 2020 (zasedání Rady č. 5/2020):

- Rada pro rozhlasové a televizní vysílání se seznámila s analýzou zpravodajských a publicistických pořadů odvysílaných na programu Prima provozovatele FTV Prima, spol. s r.o. v období před volbami do Evropského parlamentu v roce 2019.

Dle výsledků předložené analýzy byly zpravodajské i politicko-publicistické příspěvky na programu Prima ve dnech před volbami do Evropského parlamentu v roce 2019, tj. 23. 4. až 24. 5. 2019, odvysílány v souladu se zákonem č. 231/2001 Sb. Zkoumané příspěvky splňovaly kritéria vyváženosti a objektivity a ve svém celku nevedly k upřednostňování žádného kandidujícího subjektu, politické strany ani hnutí. Rada se s analýzou seznámila a vzhledem k jejím závěrům nepřistoupila k dalším právním krokům.