

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.

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	5
2.	TEORETICKO-METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA	6
2.1	Objektivita a vyváženost: operacionální vymezení	7
2.2	Mediální obraz a mediální rámce	8
2.2.1	<i>Mediální rámce</i>	8
2.2.2	<i>Mediální obraz</i>	9
2.3	Soubor, analytická jednotka	10
2.4	Zvolené metody	10
2.4.1	<i>Obsahová analýza</i>	11
2.4.2	<i>Kvalitativní analýza</i>	12
2.5	Sběr dat, jejich zpracování, analytici a kodéři	13
3.	ANALYTICKÁ ČÁST	14
3.1	Zpravodajské a publicistické pořady	17
3.1.1	<i>Hlavní zprávy</i>	17
3.1.2	<i>Dvacet minut Radiožurnálu</i>	24
3.1.3	<i>Názory a argumenty</i>	27
3.1.4	<i>Diskuze s komentátory a novináři před 2. kolem voleb</i>	30
3.1.5	<i>Volební studio ČRo Plus a Radiožurnálu</i>	32
3.1.6	<i>Zpravodajské a publicistické pořady - shrnutí</i>	35
3.2	Diskuzní pořady s předvolební dramaturgií	37
3.2.1	<i>Hledá se prezident</i>	37
3.2.2	<i>Rozhovor s kandidátem na prezidenta před 2. kolem voleb</i>	38
3.2.3	<i>Diskusní pořady s předvolební dramaturgií – shrnutí</i>	40
4.	HLAVNÍ ZÁVĚRY	41
5.	LITERATURA	42

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 dřívějším 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 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. 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 vyhocenému střetu dvou či více stran a potřeba nezkršených 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 nezkršených (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, postoje 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. Persuasivní 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 odvysílaly. 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 vznikl. 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 přikládané 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. Zastoupeni 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 Čázenský	šéfredaktor magazínu Reportér	Ondřej Leinert	politický reportér Mf Dnes
Adam Černý	předseda syndikátu novinářů	František Lutonský	Zástupce šéfredaktora zpravodajství ČT, hlavní dramaturg debaty

jméno mluvčího	organizace, afiliace	jméno mluvčího	organizace, afiliace
David Klimeš	hlavní analytik týdeníku Ekonom	Bohumil Pečinka	komentátor Reflexu
Miroslav Korecký	komentátor Mladé Fronty Dnes	Jindřich Šídlo	komentátor serveru Seznam zprávy
Matúš 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
Richard Brabec	místopředseda hnutí ANO, ministr životního prostředí	Jakub Michálek	předseda poslaneckého klubu Pirátů
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			

jméno mluvčího	organizace, afiliace	jméno mluvčího	organizace, afiliace
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 rámuje 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

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 %

	neutrální		pozitivní		negativní		celkem		
	počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %	
	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 %
<i>celkem</i>	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 %

		aktivity M. Zemana ve funkci prezidenta	volební kampaň, předvolební debaty	zpravodajské pokrytí voleb	interpretace výsledků voleb	celkem	počet jednotek
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 stopáží 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 Dítou 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 Charamzová, 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.

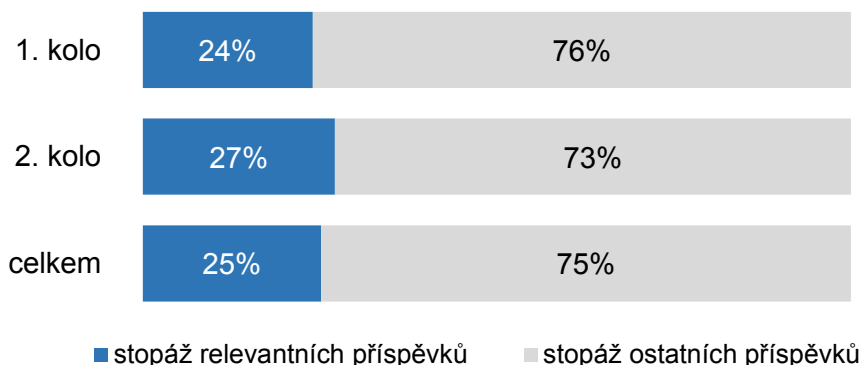
Pořad je vysílán na stanici ČRo Plus ve všední dny po 18:30, o víkendech po 18. hodině. Stopáž činí přibližně 27 minut ve všední dny a 50 minut o víkendech a svátcích. Ve sledovaném období jsme v jednotlivých vysíláních identifikovali 66 relevantních příspěvků, z toho 48 v relacích z pracovních dnů a 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 %
	celkem	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 %
celkem	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>	<i>67</i>	<i>67 %</i>	<i>2</i>	<i>2 %</i>	<i>31</i>	<i>31 %</i>	<i>100</i>	<i>100 %</i>
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>	<i>96</i>	<i>62 %</i>	<i>28</i>	<i>18 %</i>	<i>32</i>	<i>21 %</i>	<i>156</i>	<i>100 %</i>	

3.1.4 Diskuze s komentáři 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 komentáři 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)

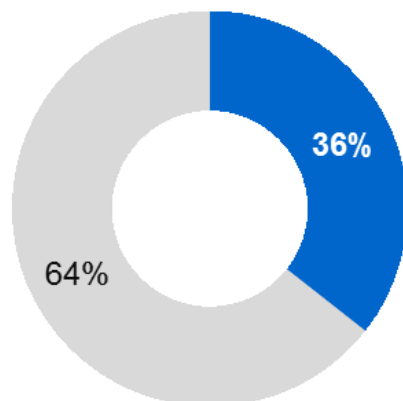
	počet dotazů	v %
Jaroslav Plesl	25	42 %
Petr Holub	21	36 %
Petr Hartman	13	22 %
celkem	59	100 %

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 Kulhánek	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 rámeček 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 objektivnosti či vyváženosti na úrovni tohoto pořadu ve sledovaném období.

Především reflexi volební kampaně se věnovala půlhodinová **diskuze s komentátory a novináři před 2. kolem voleb**. Analyzovaná debata vzhledem k malému počtu účastníků a krátké stopáži 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 pořadu Dvacet minut kandidát Jiří Hynek. Mezi kandidáty s delší souhrnnou i průměrnou délkou odpovědi 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 rétorickou 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 Kulhánek	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
Mirek 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 réterskou 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 diskuzních 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:

- 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 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.

- b) 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.

Shrnutí hlavních závěrů analýzy rádia FREKVENCE 1 v období před prezidentskými volbami v roce 2018

Volba prezidenta České republiky se konala v lednu 2018, první kolo proběhlo 12. a 13. ledna, druhé se uskutečnilo 26. a 27. ledna.

Vzhledem k tomu, že vysílání může významným způsobem ovlivnit politickou soutěž, Rada zadala agentuře FOCUS (FOCUS – Centrum pro sociální a marketingovou analýzu, spol. s r. o.) vypracování monitoringu vysílání provozovatelů několika hlavních rádiových vysílání v České republice. Z časového hlediska se monitoring soustředil na období začínající čtyři týdny před prvním kolem voleb (včetně prvního dne konání voleb) až do prvního dne druhého kola voleb.

Předmětem zadání analýzy pro agenturu FOCUS bylo vypracování kvantitativně-kvalitativní obsahové analýzy vybraných zpravodajských, diskusních a publicistických pořadů FREKVENCE 1. Hlavním cílem analýzy bylo posoudit, zda ve sledovaných programech v tomto období 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. Dílčími cíli analýzy bylo poskytnout informace o tom, jaký prostor byl ve vysílání poskytnut jednotlivým kandidátům, s jakými konotacemi a v jakých kontextech, dále 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, a zda program, resp. provozovatel vysílání, v rámci předvolebního vysílání poskytl objektivní, vyvážený a nestranný obraz jednotlivých kandidátů

Analýza je strukturovaná do tří základních částí. Po expozici teoreticko-metodologických východisek následuje analytická část členěná do podkapitol, které ukončují dílčí závěry. Výsledky celé analýzy shrnují hlavní závěry, které v několika stručných tezích odpovídají na klíčové otázky, zda předvolební vysílání FREKVENCE 1 jako celek, i v rámci jednotlivých pořadů, dodržovalo zásady objektivního a vyváženého informování.

Zadání analýzy zahrnovalo tyto zpravodajské, diskusní a publicistické pořady FREKVENCE 1:

- **Zprávy** (relevantní zpravodajské příspěvky v rámci vysílání v období 15. 12. 2017 – 26. 1. 2018, zpravodajské relace v 1:00, 2:00, 7:00, 12:00, 17:00 a 20:00)
- **Pressklub** (všechna vysílání z období 16. 12. 2017 – 21. 1. 2018)

Z analýzy vyplynulo, že **zpravodajské relace** stanice FREKVENCE 1 tematizovaly agendu před oběma koly voleb, přičemž analýza v tomto vysílání **neodhalila žádná významná pochybení**. V případě pořadu **Pressklub** se před prvním kolem volby objevily **rozhovory se čtyřmi kandidáty** (Mirek Topolánek, Michal Horáček, Jiří Drahoš a Miloš Zeman), před druhým kolem provozovatel dále odvysílal rozhovory s dvojicí neúspěšných kandidátů (Pavel Fischer a Marek Hillšer). Agentura z nahrávek ani dalších volně dostupných zdrojů nebyla schopná určit, zda se uskutečnily i rozhovory se zbývajícími kandidáty, či dohledat případné zdůvodnění této situace. **Netransparentní způsob výběru kandidátů do vysílání a výslednou nerovnováhu v zastoupení kandidujících osobností** ve zkoumaném vysílání pak lze chápat jako možné porušení zásad objektivity a vyváženosti dle § 31 odst. 2 a 3 zákona č. 231/2001 Sb.

říjen 2018

PREZIDENTSKÉ VOLBY VE VYSÍLÁNÍ FREKVENCE 1

**Analýza objektivit a vyváženosti
vybraných pořadů odvysílaných rádiem Frekvence 1 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	5
2.	TEORETICKO-METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA	6
2.1	Objektivita a vyváženost: operacionální vymezení	7
2.2	Mediální obraz a mediální rámce	8
2.2.1	<i>Mediální rámce</i>	8
2.2.2	<i>Mediální obraz</i>	9
2.3	Soubor, analytická jednotka	10
2.4	Zvolené metody	10
2.4.1	<i>Obsahová analýza</i>	11
2.4.2	<i>Kvalitativní analýza</i>	12
2.5	Sběr dat, jejich zpracování, analytici a kodéři	13
3.	ANALYTICKÁ ČÁST	14
3.1	Zprávy Frekvence 1	17
3.2	Pressklub	24
3.2.1	<i>Běžná vysílání pořadu</i>	24
3.2.2	<i>Debaty s kandidáty v pořadu Pressklub</i>	26
4.	HLAVNÍ ZÁVĚRY	29
5.	LITERATURA	30

Předložená analýza se pokouší odpovědět na otázku, zda **Frekvence 1** respektovala 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 vybraného 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 pořadům. 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 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 provozovatel k jejich zařazení do vysílání i v období dřívějším než čtyř týdnů před volbami.

FREKVENCE 1

1) Pořady zpravodajské, diskusní a publicistické

- **Zprávy** (relevantní zpravodajské příspěvky v rámci vysílání v období 15. 12. 2017 – 26. 1. 2018, zpravodajské relace v 1:00, 2:00, 7:00, 12:00, 17:00 a 20:00)
- **Pressklub** (všechna vysílání z období 16. 12. 2017 – 21. 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 objektivit 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 objektivit a vyváženosti, které 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 objektivitace, 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 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.

2.1 Objektivita a vyváženost: operacionální vymezení

Požadavek objektivit ve zpravodajství a publicistice narůstá především v kritických momentech vývoje společnosti, kdy dochází k vyhocenému střetu dvou či více stran a potřeba nezkršených 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 nezkršených (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, postoje 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. Persuasivní 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 odvíšily. 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.

Dílčím subtypem analytické jednotky, která byla využita při analýze zpravodajských, publicistických a diskuzních pořadů je **promluva** (moderátorů, reportérů, komentátorů, expertů atd.). Její nejtýpější formou byla zvláště v diskuzních pořadech **moderátorova otázka**.

2.4 Zvolené metody

Vzhledem k 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 vznikal. Speciální pozornost byla zaměřena především na problematiku týkající se dodržování kritérií žurnalistické objektivit. 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 software 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 zpravodajství Frekvence 1 ve sledovaném období, druhá se pak zabývá pořadem Pressklub s přihlédnutím na oddělení jeho běžných vysílání a vysílání za účasti prezidentských kandidátů, 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 diskuzních pořadů.

ZPRAVODAJSKÉ A PUBLICISTICKÉ POŘADY

Kritéria pro posouzení objektivitu a vyváženosti 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 všech analyzovaných televizních a rozhlasových stanic 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 přikládané 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.

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 Zprávy Frekvence 1

Zpravodajství stanice Frekvence 1 bylo analyzováno ve sledovaném období (15. 12. 2017 – 26. 1. 2018). Do analýzy vstoupily zadavatelem vybrané zpravodajské relace vysílané v 1:00, 2:00, 7:00, 12:00, 17:00 a 20:00. Celkově tak bylo ve sledovaném období analyzováno 258 relací o průměrné délce necelé tři minuty. V rámci analyzovaného vysílání jsme identifikovali 169 příspěvků, které byly relevantní z hlediska kritérií, která jsme pro naši analýzu stanovili.

Převažujícím žánrem relevantních příspěvků zpravodajských relací stanice Frekvence 1 byly před 1. i 2. kolem voleb kombinované příspěvky (57 % a 55 %). Zbylé příspěvky měly charakter čtených zpráv (43 % před 1. kolem a 45 % před 2. kolem).

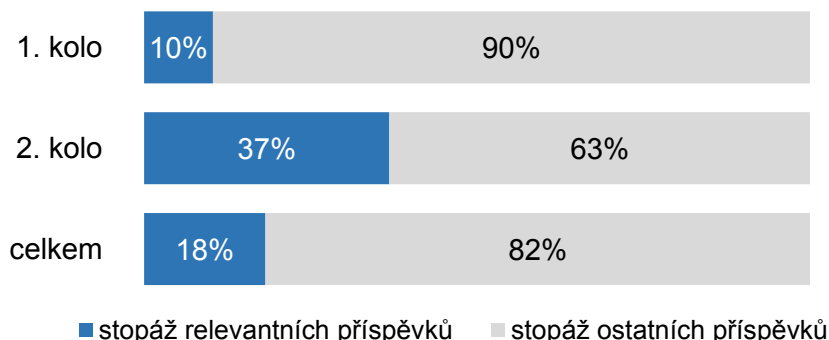
Tabulka 1: Typy příspěvků (N = 169)

	1. kolo		2. kolo		celek	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
kombinovaný příspěvek	43	57 %	52	55 %	95	56 %
čtená zpráva	32	43 %	42	45 %	74	44 %
celek	75	100 %	94	100 %	169	100 %

3.1.1 Pozice volební agendy

Podíl stopáže příspěvků tematizujících volební agendu (tedy těch, které se buď explicitně týkají prezidentských voleb, nebo některé z kandidujících osobností) na celkové stopáži příspěvků před prvním kolem činí 10 %. Před druhým kolem podíl relevantních příspěvků vzrostl na 37 %.

Graf č. 1: Podíl relevantních příspěvků na celkové stopáži ve sledovaném období (N = 169)



Proměnu pozice analyzované agendy v průběhu volebního procesu potvrzuje i následující tabulka. V období před prvním kolem mělo status hlavního tématu 13 % relevantních příspěvků a 27 % příspěvků se zabývalo kandidujícími osobnostmi v mimovolebním kontextu. Před kolem druhým měla sledovaná agenda pozici hlavního tématu ve 21 % příspěvků a pouze 11 % tematizovalo kandidáty mimo kontext voleb.

Tabulka č. 2: Pozice tématu prezidentských voleb v relevantních příspěvcích (N = 169)

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
hlavní téma	10	13 %	20	21 %	30	18 %
vedlejší téma	41	55 %	52	55 %	93	55 %
zmínka	4	5 %	12	13 %	16	9 %
volby nejsou tématem	20	27 %	10	11 %	30	18 %

Před prvním kolem voleb naživo nebo ze záznamu hovořili Miloš Zeman (7 promluv s úhrnnou stopáží 3 minuty a 14 sekund), Jiří Drahoš (5 promluv, 2 minuty) a kratší prostor dostal také Mirek Topolánek a Michal Horáček. Před druhým kolem voleb dostali oba postupující kandidáti přibližně stejný prostor (okolo 5 minut), promluvy jejich vybraných soupeřů z prvního kola – Mirka Topolánka, Pavla Fischera a Marka Hilšera - byly výrazně kratší (max. 45 sekund).

Tabulka 3: Počet promluv jednotlivých kandidátů, celková stopáž a průměrná délka promluvy

kandidát	1. kolo			2. kolo			celkem		
	počet promluv	celková stopáž promluv	průměrná délka promluvy	počet promluv	celková stopáž promluv	průměrná délka promluvy	počet promluv	celková stopáž promluv	průměrná délka promluvy
Zeman	7	3 min 14 s	28 s	15	4 min 57 s	20 s	22	8 min 11 s	23 s
Drahoš	5	2 min 0 s	24 s	16	5 min 12 s	19 s	21	7 min 12 s	21 s
Topolánek	3	1 min 28 s	39 s	1	0 min 16 s	16 s	4	1 min 44 s	26 s
Horáček	4	1 min 6 s	17 s				4	1 min 6 s	17 s
Fischer				4	0 min 45 s	11 s	4	0 min 45 s	11 s
Hilšer				4	0 min 36 s	9 s	4	0 min 36 s	9 s

V relevantních zpravodajských příspěvcích Frekvence 1 se ke slovu dostala ne příliš široká škála externích mluvčích. Byli to především osobnosti z oblasti politiky, a dále mluvčí či jiní představitelé nejrůznějších institucí. Zastoupení expertů bylo menší a novináři se mezi externími mluvčími neobjevovali vůbec.

Tabulka 4: Externí mluvčí ve zprávách Frekvence 1

jméno mluvčího	organizace, afiliace	jméno mluvčího	organizace, afiliace
politici			
Andrej Babiš	premiér a předseda hnutí ANO	Jaroslava Pokorná Jermanová	místopředsedkyně hnutí ANO
Ivan Bartoš	předseda strany, Piráti	Václav Klaus	bývalý prezident
Pavel Bělobrádek	předseda KDU-ČSL	Martin Půta	hejtman libereckého kraje, SLK
Petr Fiala	předseda ODS	Radek Vondráček	předseda poslanecké sněmovny, ANO
Milan Chovanec	bývalý ministr vnitra a úřadující předseda ČSSD		
reprezentanti institucí, státní úředníci			
Václav Beránek	ředitel odboru kultury, Správy Pražského hradu	Petr Mlsna	náměstek Ministerstva vnitra

jméno mluvčího	organizace, afiliace	jméno mluvčího	organizace, afiliace
Martin Hakauf	oddělení styku s veřejností, prezidentská kancelář	Klára Pěkníková	mluvčí ministerstva vnitra, tiskové oddělení ministerstva vnitra
Eva Krumpová	1. místopředsedkyně ČSÚ	Pavel Sladký	předseda volební komise a zástupce české velvyslankyně na Slovensku
Stanislav Němec	čestný předseda Asociace soukromého zemědělství ČR		
experti			
Petr Burda	politolog, publicista	Jan Sochor	vedoucí mediálního oddělení, Tipsport
Martin Holcát,	šéf lékařského konzilia prezidenta Miloše Zemana	Petr Šrain	tiskový mluvčí, Fortuna
Dagmar Honsová	meteoroložka	Jan Tuček	ředitel agentury STEM/MARK
umělci, sportovci a ostatní VIP			
František R. Čech	hudebník	Ondřej Hejma	zpěvák a překladatel
Angelina Diashová	aktivistka z hnutí Femen (ve vysílání označena pouze jako „žena svlečená do půli těla“)	Milan Šteindler	herec, režisér, scénárista
Aňa Geislerová	herečka	Ivan Vyskočil	herec

3.1.2 Reference o kandidátech

Ve sledovaném období jsme ve 169 relevantních příspěvcích odvysílaných ve zpravodajství Frekvence 1 identifikovali celkem 602 konkrétních referencí o kandidujících osobnostech. Před prvním kolem voleb se největší část výpovědí týkala Miloše Zemana (48 %), část z nich pojednávala o Zemanovi v souvislosti s výkonem prezidentské funkce. S odstupem se pak reference týkaly Jiřího Drahoše (15 %), Mirka Topolánka (11 %) a Michala Horáčka (10 %).

Před druhým kolem voleb byla ve zpravodajství pozornost věnována především dvěma finalistům prezidentské volby: Miloš Zeman 50 % referencí, Jiří Drahoš 40 %. Ostatním kandidátům (Horáček, Topolánek, Hilšer, Fischer) byly věnovány nejvýše 3 % výpovědí, týkaly se především podpory, kterou tyto osobnosti vyslovily některému z postoupivších soupeřů. O kandidátech, kteří v prvním kole volby skončili na posledních místech (Kulhánek, Hynek a Hannig) se ve vysílání již žádné zmínky neobjevily.

Tabulka 5: Počet referencí o jednotlivých kandidátech (N = 602)

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
Zeman	109	48 %	188	50 %	297	49 %
Drahoš	33	15 %	151	40 %	184	31 %
Horáček	23	10 %	9	2 %	32	5 %
Topolánek	25	11 %	5	1 %	30	5 %
Hilšer	11	5 %	12	3 %	23	4 %
Fischer	10	4 %	11	3 %	21	3 %
Kulhánek	7	3 %			7	1 %
Hynek	4	2 %			4	1 %
Hannig	4	2 %			4	1 %
celkem	226	100 %	376	100 %	602	100 %

Obraz jednotlivých kandidátů byl před 1. kolem voleb rámován především optikou jejich osobnostních a profesních kompetencí (74 %). U čtvrtiny výpovědí o kandidátech byl využit rámec prezentující konkrétní kroky kandidátů (25 %). Před 2. kolem voleb také převažovalo využívání rámce osobnostních a profesních kompetencí (51 %), a to především u obou finalistů (Jiří Drahoš 49 %, Miloš Zeman 55 %), ale i u Pavla Fischera, který v prvním kole skončil na třetím místě. Obraz ostatních kandidátů byl vytvářen převážně nebo výlučně optikou jejich konkrétních kroků a aktivit. Šlo především o vyjadřování podpory či nabídky konkrétní pomoci některému z postoupivších soupeřů.

Tabulka 6: Typy referencí o kandidátech (N = 602)

		program kandidáta		konkrétní kroky kandidáta		osobnostní a profesní kompetence		celkem	
		počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
1. kolo	Zeman	2	2 %	32	29 %	75	69 %	109	100 %
	Drahoš			6	18 %	27	82 %	33	100 %
	Topolánek			5	20 %	20	80 %	25	100 %
	Horáček			8	35 %	15	65 %	23	100 %
	Hilšer			1	9 %	10	91 %	11	100 %
	Fischer	1	10 %	1	10 %	8	80 %	10	100 %
	Kulhánek			1	14 %	6	86 %	7	100 %
	Hynek			1	25 %	3	75 %	4	100 %
	Hannig			1	25 %	3	75 %	4	100 %
	<i>celkem</i>	3	1 %	56	25 %	167	74 %	226	100 %
2. kolo	Zeman	10	5 %	74	39 %	104	55 %	188	100 %
	Drahoš	21	14 %	56	37 %	73	49 %	150	100 %
	Hilšer			8	67 %	4	33 %	12	100 %
	Fischer			4	36 %	7	64 %	11	100 %
	Horáček			7	78 %	2	22 %	9	100 %
	Topolánek			4	80 %	1	20 %	5	100 %
	<i>celkem</i>	31	8 %	153	41 %	191	51 %	376	100 %

Více než devět desetin referencí o kandidátech vytvořených z příspěvků vysílaných před prvním kolem voleb měly neutrální hodnotící dimenzi (92 %). Příspěvky s jinou než neutrální valencí se objevily v souvislosti se třemi kandidáty. Příspěvek s pozitivní valencí se objevil u Jiřího Drahoše (3 %), a odrážel pozitivní naladění a odhodlání k vítězství Drahošova týmu. Příspěvky s negativní valencí nalezneme u Mirka Topolánka (20 % - negativní hodnocení osobnosti Topolánka ze strany protikandidátů) a Miloše Zemana (12 % - negativní hodnocení Zemana z řad politiků a zprávy ve vztahu k napadení Miloše Zemana aktivistkou z hnutí Femen).

Před druhým kolem voleb opět výrazně převažovaly reference bez hodnotící valence (94 %). Jinou než neutrální valenci pak měly pouze výpovědi vztahující se k dvojici postupujících kandidátů, u nich najdeme jak několik referencí s pozitivní valencí (především podpora ze strany neúspěšných kandidátů či jiných osobností), tak s valencí negativní (kritika slabín obou kandidátů, ale i hodnocení postupu Miloše Zemana v průběhu snah o sestavování vlády Andreje Babiše).

Tabulka 7: Hodnotící aspekt výpovědí o kandidátech (N = 602)

		neutrální		pozitivní		negativní		celkem	
		počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
1. kolo	Zeman	96	88%			13	12%	109	100 %
	Drahoš	32	97%	1	3%			33	100 %
	Topolánek	20	80%			5	20%	25	100 %
	Horáček	23	100%					23	100 %
	Hilšer	11	100%					11	100 %
	Fischer	10	100%					10	100 %
	Kulhánek	7	100%					7	100 %
	Hynek	4	100%					4	100 %
	Hannig	4	100%					4	100 %
	<i>celkem</i>	<i>207</i>	<i>92%</i>	<i>1</i>	<i>0,4 %</i>	<i>18</i>	<i>8%</i>	<i>226</i>	<i>100 %</i>
2. kolo	Zeman	176	94%	2	1%	10	5%	188	100 %
	Drahoš	140	93%	7	5%	4	3%	151	100 %
	Hilšer	12	100%					12	100 %
	Fischer	11	100%					11	100 %
	Horáček	9	100%					9	100 %
	Topolánek	5	100%					5	100 %
	<i>celkem</i>	<i>353</i>	<i>94%</i>	<i>9</i>	<i>2%</i>	<i>14</i>	<i>4%</i>	<i>376</i>	<i>100 %</i>

Následující tabulka shrnuje hlavní body obsahové agendy referencí o kandidátech. Před prvním kolem šlo především vyjadřování podpory jednotlivým kandidátům (22 %), informace o konání a průběhu voleb (20 %) a informace o nadcházejících debatách kandidátů v médiích, a o jejich účasti či neúčasti (20 %) – často se ve zpravodajství Frekvence 1 objevovaly i avíza z nadcházejících a informace o proběhnutších rozhovorech s vybranými kandidáty v rámci pořadu Pressklub na Frekvenci 1. Před druhým pak převažovaly informace o mediálních debatách postupujících kandidátů (32 %), o konkrétních krocích jednotlivých kandidátů (17 %) a vyjadřování podpory jednotlivým kandidátům (15 %).

Tabulka 8: Struktura obsahové agendy - detailně (N = 602)

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
debaty kandidátů v médiích - organizace, účast kandidátů, hodnocení	45	20 %	122	32 %	167	28 %
vyjádření podpory jednotlivým kandidátům	50	22 %	56	15 %	106	18 %
informace o konání a průběhu voleb	45	20 %	28	7 %	73	12 %
aktivity kandidátů v souvislosti s volbami	23	10 %	46	12 %	69	11 %
aktivity M. Zemana ve funkci prezidenta	27	12 %	27	7 %	54	9 %
prezentace předvolebních výzkumů/ kurzy, sázky, tipy na vítěze	15	7 %	37	10 %	52	9 %
průběh předvolební kampaně	3	1 %	30	8 %	33	5 %
prezentace výsledků 1. / 2. kola			21	6 %	21	3 %
soudní projednávání stížnosti na registraci pěti kandidátů	9	4 %			9	1 %
zahraniční reakce na konání a výsledky voleb	2	1 %	4	1 %	6	1 %

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
interpretace a komentáře k výsledkům voleb			5	1 %	5	1 %
financování předvolebních kampaní	4	2 %			4	1 %
minulost kandidátů	2	1 %			2	0,3 %
reflexe voleb na domácí politické scéně	1	0,4 %			1	0,2 %
celkem	226	100 %	376	100 %	602	100 %

Pro větší přehlednost a snazší analytické uchopení jsme výše prezentovanou strukturu obsahové agendy sloučili do několika širších kategorií. Vzájemnou vazbu obou úrovní obecnosti ukazují následující schéma.

Tabulka 9: Struktura obsahové agendy – základní a rozvinutá kategorizace

základní kategorizace	rozvinutá kategorizace
předvolební kampaň, debaty v médiích	aktivity kandidátů v souvislosti s volbami
	debaty kandidátů v médiích - organizace, účast kandidátů, hodnocení
	průběh předvolební kampaně
	financování předvolebních kampaní
zpravodajské pokrytí voleb	prezentace předvolebních výzkumů/ kurzy, sázky, tipy na vítěze
	informace o konání a průběhu voleb
	prezentace výsledků 1. / 2. kola
	soudní projednávání stížnosti na registraci pěti kandidátů
vyjádření podpory jednotlivým kandidátům	vyjádření podpory jednotlivým kandidátům
aktivity M. Zemana ve funkci prezidenta	aktivity M. Zemana ve funkci prezidenta
osobnosti kandidátů	minulost kandidátů
reflexe a interpretace voleb	interpretace a komentáře k výsledkům voleb
	zahraniční reakce na konání a výsledky voleb
	reflexe voleb na domácí politické scéně

Před prvním kolem voleb byl obraz jednotlivých kandidátů utvářen především v rámci reprezentace jejich vystupování v předvolební kampani a v mediálních debatách (33 %) a v rámci prezentace faktických informací o volební kampani a samotných volbách (31 %). Mezi kandidáty samozřejmě existovaly dílčí rozdíly. Informacemi o krocích v kampani a účasti v debatách či rozhovorech byl rámován především obraz čtveřice kandidátů, kteří byli hosty vysílání pořadu Pressklub rádia Frekvence 1. Dále lze také říct, že z hlediska obsahové agendy byl nejpestřeji prezentován Miloš Zeman, který byl ve vysílání zobrazen ve všech identifikovaných tematických kontextech. Před druhým kolem byly pro obraz kandidátů stejně často využity především rámce předvolební kampaně a mediálních debat (53 %). Pětina výpovědí spadala do rámce poskytování faktických informací o kampani a volbách (23 %) a 15 % se soustředilo na vyjádření podpory jednotlivým kandidátům. Konstrukce mediálního obrazu obou finalistů se lišila především stálou přítomností referencí o výkonu funkce prezidenta u Miloše Zemana (14 % z výpovědí o jeho osobě před 2. kolem) a prezentací Jiřího

Drahoše především optikou kampaně a mediálních debat (60 % z výpovědí o jeho osobě před 2. kolem).

Tabulka 10: Obsahová agenda referencí o kandidátech (N = 602)

		předvolební kampaň, debaty		zpravodajské pokrytí voleb		vyjádření podpory jednotlivým kandidátům		aktivity M. Zemana ve funkci prezidenta		osobnosti kandidátů		reflexe a interpretace voleb		celkem	
		počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
1. kolo	Zeman	38	35 %	22	20 %	17	16 %	27	25 %	2	2 %	3	3 %	109	100 %
	Drahoš	12	36 %	11	33 %	10	30 %							33	100 %
	Topolánek	13	52 %	8	32 %	4	16 %							25	100 %
	Horáček	10	43 %	9	39 %	4	17 %							23	100 %
	Hilšer			4	36 %	7	64 %							11	100 %
	Fischer	2	20 %	3	30 %	5	50 %							10	100 %
	Kulhánek			4	57 %	3	43 %							7	100 %
	Hynek			4	100%									4	100 %
	Hannig			4	100%									4	100 %
	<i>celkem</i>	75	33 %	69	31 %	50	22 %	27	12 %	2	1 %	3	1 %	226	100 %
2. kolo	Zeman	83	44 %	49	26 %	23	12 %	27	14 %			6	3 %	188	100 %
	Drahoš	91	60 %	35	23 %	22	15 %					3	2 %	151	100 %
	Hilšer	9	75 %			3	25 %							12	100 %
	Fischer	8	73 %	1	9 %	2	18 %							11	100 %
	Horáček	6	67 %			3	33 %							9	100 %
	Topolánek	1	20 %	1	20 %	3	60 %							5	100 %
	<i>celkem</i>	198	53 %	86	23 %	56	15 %	27	7 %			9	2 %	376	100 %

KVALITATIVNÍ ANALÝZA

Kvalitativní analýza zpravodajské relace stanice Frekvence 1 neodhalila ve vysíláních ze sledovaného období pochybení či profesní fauly redaktorů a moderátorů tohoto pořadu.

3.2 Pressklub

Pod názvem Pressklub jsou na stanici Frekvence 1 vysílány rozhovory moderátora s jedním hostem, stopáž činí přibližně 28 minut. Do analýzy bylo zahrnuto 8 vysílání tohoto pořadu z víkendových dnů sledovaného období a dvě vydání z všedních dnů 4. 1. a 5. 1. 2018, kdy byly v tomto pořadu vysílány další dva rozhovory s kandidáty na úřad prezidenta (Mirek Topolánek a Michal Horáček). Celkem jsme se tedy zabývali deseti vysíláními – 6 z období před prvním kolem voleb, 4 z období před druhým kolem.

Abychom rozlišili běžná vysílání pořadu od těch, která explicitně tematizují zkoumanou agendu v rozhovorech s kandidáty na prezidenta, analyzujeme i v tomto případě oba typy rozhovorů odděleně.

3.2.1 Běžná vysílání pořadu

V této kapitole se věnujeme čtyřem vysíláním pořadu Pressklub, jejichž hosty nebyli kandidáti na prezidentský úřad – 2 z období před prvním kolem a 2 před kolem druhým. Tři z těchto čtyř vysílání byly relevantními příspěvky z hlediska naší analýzy (1 před prvním kolem a dva před druhým). I u tohoto pořadu platí, že vzhledem k formátu kontinuálního rozhovoru představovalo každé vysílání jeden příspěvek.

V jediném relevantním příspěvku odvysílaném v rámci běžného vysílání před prvním kolem voleb se zkoumaná agenda objevila pouze ve formě zmínky. Úřadující předseda ČSSD Milan Chovanec zde připomněl výrok Miloše Zemana, že i druhým pokusem o sestavení vlády pověří Andreje Babiše. Oba rozhovory vysílané před druhým kolem se agendě věnují jako hlavnímu tématu.

Tabulka 11: Přehled hostů v běžných vysíláních pořadu Pressklub ve sledovaném období

	datum vysílání	jméno hosta	specifikace
1. kolo	16. 12. 2017	Milan Chovanec	bývalý ministr vnitra, úřadující předseda ČSSD
2. kolo	13. 1. 2018	Pavel Jablonský	bavič, imitátor
	14. 1. 2018	Ondřej Hejma	hudebník, spisovatel, publicista, moderátor

3.2.1.1 Reference o kandidátech

V běžných vysíláních z období před prvním kolem voleb jsme identifikovali jedinou referenci o kandidujících osobnostech. Úřadující předseda ČSSD Milan Chovanec v rámci predikce dalšího politického vývoje krátce zmínil slova Miloše Zemana o tom, že Andrej Babiš bude pověřen i druhým pokusem o sestavení vlády a uvedl rovněž termín konce jeho druhého funkčního období.

V příspěvcích vysílaných před druhým kolem byla situace výrazně odlišná. Hosté v obou příspěvcích vyslovili na téma prezidentských voleb i kandidujících osobností řadu názorů,

identifikovali jsme celkem 39 výpovědí o kandidátech. Týkaly se nejčastěji Miloše Zemana (44 %), v menší míře také Jiřího Drahoše (26 %).

Tabulka 12: Počet referencí o jednotlivých kandidátech (N = 40)

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
Zeman	1	100 %	17	44 %	18	45 %
Drahoš			10	26 %	10	25 %
Fischer			3	8 %	3	8 %
Hilšer			3	8 %	3	8 %
Topolánek			2	5 %	2	5 %
Horáček			2	5 %	2	5 %
Hannig			1	3 %	1	3 %
Kulhánek			1	3 %	1	3 %
celkem	1	100 %	39	100 %	40	100 %

Mediální obraz obou kandidátů byl ve vysíláních z období před 2. kolem volby vytvářen především optikou jejich osobnostních a profesních kompetencí, což koresponduje se zázemím obou hostů – šlo o osobnosti z oblasti kultury, nikoliv o politiky či politology, kteří by analyzovali konkrétní aktivity či programové priority kandidátů. Obsahovou agendou referencí byl tedy spíše styl vystupování a vedení kampaně obou kandidátů a jejich osobnostní předpoklady pro prezidentskou funkci.

Tabulka 13: Typy referencí o kandidátech – pouze 2. kolo (N = 39)

	program kandidáta		konkrétní kroky kandidáta		osobnostní a profesní kompetence		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
Zeman	1	6 %	6	35 %	10	59 %	17	100 %
Drahoš	2	20 %	2	20 %	6	60 %	10	100 %
Fischer			2	67 %	1	33 %	3	100 %
Hilšer					3	100 %	3	100 %
Topolánek			2	100 %			2	100 %
Horáček			1	50 %	1	50 %	2	100 %
Hannig					1	100 %	1	100 %
Kulhánek					1	100 %	1	100 %
celkem	3	8 %	13	33 %	23	59 %	39	100 %

Výpovědi o obou kandidátech, o nichž se z příspěvků vysílaných před druhým kolem voleb podařilo shromáždit větší počet referencí, měly v převážné většině případů neutrální hodnotící vyznění (Miloš Zeman 77 %, Jiří Drahoš 80 %). Je tedy zřejmé, že oba hosté své názory na kandidáty artikulovali spíše z pozice nezaujatých pozorovatelů a se snahou o objektivní a nestranný pohled.

Tabulka 14: Valence referencí vůči jednotlivým kandidátům – pouze 2. kolo (N = 39)

	neutrální		favorizace		defavorizace		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
Zeman	13	77 %	2	12 %	2	12 %	17	100 %
Drahoš	8	80 %	2	20 %			10	100 %
Fischer	1	33 %	2	67 %			3	100 %
Hilšer	3	100 %					3	100 %
Topolánek	1	50 %			1	50 %	2	100 %
Horáček	1	50 %			1	50 %	2	100 %
Hannig	1	100 %					1	100 %
Kulhánek	1	100 %					1	100 %
celkem	29	74 %	6	15 %	4	10 %	39	100 %

3.2.2 Debaty s kandidáty v pořadu Pressklub

Před prvním kolem se ve vysílání pořadu Pressklub objevily rozhovory se 4 kandidáty. Ve vysílání ve dnech od 4. do 7. ledna se postupně vystřídali Mirek Topolánek, Michal Horáček, Jiří Drahoš a Miloš Zeman. Ve volně veřejně dostupných nahrávkách v archivu pořadu na stránkách rádia Frekvence 1¹ jsme ve sledovaném období rozhovory s dalšími 5 kandidáty nenašli, a také jsme nenarazili na informaci nebo zdůvodnění, proč byli před prvním kolem do pořadu osloveni právě tyto čtyři kandidáti. Netransparentní způsob výběru kandidátů do vysílání a výslednou nerovnováhu v zastoupení kandidujících osobností ve zkoumaném vysílání lze chápat jako možné porušení zásad objektivit a vyváženosti dle odstavce 2 a 3, § 31 Zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

Obdobně lze za netransparentní označit i výběr hostů z řad neúspěšných kandidátů mezi prvním a druhým kolem, kdy se v pořadu Pressklub objevili dva ze sedmi nepostupujících (Pavel Fischer a Marek Hilšer). Jelikož už ale (ne)přítomnost kandidátů ve vysílání neměla u posluchačů přímý vliv na jejich volební rozhodování, nepovažujeme tuto selekci ze strany rádia Frekvence 1 za problematickou.

Kvantitativní analýza jednotlivých pořadů se soustředila na počet a typ dotazů položených jednotlivým kandidátům, a také na popis tematických rámců. Nejdelší souhrnnou stopáž promluvy (25 min a 19 s), a zároveň největší počet moderátorských dotazů (84) měl v pořadu Pressklub před 1. kolem prezidentských voleb kandidát Michal Horáček. Podíl promluvy tohoto kandidáta na celkové stopáži pořadu činil 75 %. Obdobně na tom byli i ostatní kandidáti, kteří se v tomto období rozhovorů účastnili – Miloš Zeman 74 %, Mirek Topolánek 73 % a Jiří Drahoš 71 %.

Rozhovory s kandidáty byly ze strany moderátora vedeny mírně odlišným způsobem moderace, což dobře ilustruje jednak průměrná délka kandidátských promluv a počet dotazů,

¹ <https://www.frekvence1.cz/audio-video/?porad=press-klub>

ale zejména pak jejich struktura. V případě rozhovorů s Mirkem Topolánkem a Michalem Horáčkem položil moderátor při počtu přes 80 dotazů zhruba třetinu hlavních a více než dvě třetiny doplňujících dotazů, kdežto v případě Jiřího Drahoše a Miloše Zemana položil při celkově nižším počtu dotazů až téměř polovinu z nich jako dotazy hlavní. Tyto rozdíly však nevnímáme jako projev favorizace či defavorizace některého z kandidátů, ale spíš jako odraz moderátorské zručnosti. Nejnižší počet moderátorských dotazů a nejdelší průměrná délka promluvy u Miloše Zemana byla způsobena mluvním stylem kandidáta, který se nenechal ve svých promluvách moderátorem vyrušit, a to i v případech, kdy moderátor do kandidátovy promluvy krátce vstoupil. Miloš Zeman po přerušení dál pokračoval v původní myšlence. Když pomíneme v jistém slova smyslu bulvární výběr otázek, které byly kladeny některým kandidátům (například otázky na stravovací preference, na sledování erotických filmů či na názor na partnerství Řepka – Kristelová), moderátor přistupoval k jednotlivým kandidátům korektně, a valná většina položených dotazů měla vůči jednotlivým kandidátům neutrální valenci.

Tabulka 15: Celková stopáž promluv jednotlivých kandidátů v pořadu Dvacet minut, počet dotazů a průměrná délka odpovědi

datum vysílání	kandidát	celková stopáž promluvy kandidáta	počet dotazů	průměrná délka odpovědi	podíl promluvy kandidáta na celkové stopáži pořadu
4. 1. 2018	Mirek Topolánek	19 min 45 s	83	14 s	73 %
5. 1. 2018	Michal Horáček	25 min 16 s	84	18 s	75 %
6. 1. 2018	Jiří Drahoš	14 min 28 s	67	13 s	71 %
7. 1. 2018	Miloš Zeman	20 min 30 s	40	30 s	74 %
20. 1. 2018	Pavel Fischer	17 min 46 s	56	19 s	66 %
21. 1. 2018	Marek Hilšer	18 min 59 s	67	17 s	71 %

Tabulka 16: Typ dotazů

datum vysílání	kandidát	hlavní dotaz	vedlejší či doplňující dotaz	celkem	počet dotazů celkem
4. 1. 2018	Mirek Topolánek	30 %	70 %	100 %	83
5. 1. 2018	Michal Horáček	30 %	70 %	100 %	84
6. 1. 2018	Jiří Drahoš	42 %	58 %	100 %	67
7. 1. 2018	Miloš Zeman	45 %	55 %	100 %	40
20. 1. 2018	Pavel Fischer	25 %	75 %	100 %	56
21. 1. 2018	Marek Hilšer	15 %	85 %	100 %	67

Tabulka 17: Valence dotazů

datum vysílání	kandidát	neutrální valence	pozitivní valence	negativní valence	počet dotazů celkem
4. 1. 2018	Mirek Topolánek	98 %		2 %	83
5. 1. 2018	Michal Horáček	99 %		1 %	84

datum vysílání	kandidát	neutrální valence	pozitivní valence	negativní valence	počet dotazů celkem
6. 1. 2018	Jiří Drahoš	91 %		9 %	67
7. 1. 2018	Miloš Zeman	100 %			40
20. 1. 2018	Pavel Fischer	100 %			56
21. 1. 2018	Marek Hilšer	91 %		9 %	67

Tabulka 18: Tematické rámce dotazů

kandidát	počet dotazů	plány ve funkci prezidenta	osobnostní rysy kandidáta	vnitropolitické názory	zahranicněpolitické názory	hodnotové, ideové či politické postoje kandidáta	volební strategie kandidáta	hodnocení a vztahy s protikandidáty	jiné téma
Mirek Topolánek	83		57 %	27 %	2 %	10 %	23 %	7 %	
Michal Horáček	84	2 %	53 %	24 %	6 %	17 %	24 %	6 %	
Jiří Drahoš	67	12 %	4 %	18 %	1 %	34 %	21 %	9 %	31 %
Miloš Zeman	40	5 %	28 %	25 %		13 %	10 %	10 %	35 %
Pavel Fischer	56		2 %				27 %	27 %	46 %
Marek Hilšer	67						21 %	21 %	58 %

KVALITATIVNÍ ANALÝZA

Kvalitativní analýza rozhovorů moderátora s prezidentskými kandidáty, která se soustředila na popis profesních faulů a pochybení, odhalila pouze drobná pochybení, která nezakládají podezření o systematické favorizaci či defavorizaci některého z kandidátů.

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:

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

Analyzované **zpravodajské relace** stanice Frekvence 1 tematizovaly sledovanou agendu před oběma koly voleb (relevantní příspěvky tvořily 10 % celkové stopáže před 1. kolem a 37 % před 2. kolem). Kvantitativní ani kvalitativní analýza neodhalily žádná významná pochybení. Celkově tak můžeme konstatovat, že analýza neidentifikovala v analyzovaných zpravodajských relacích rádia Frekvence 1 takové problémy, které by indikovaly porušení objektivního a vyváženého přístupu k jednotlivým kandidátům.

V případě pořadu **Pressklub** jsme analýze podrobili 10 vysílání pořadu ze sledovaného období, z nich 6 bylo koncipováno jako rozhovory s kandidáty na prezidenta. Před prvním kolem se jednalo o rozhovory se 4 kandidáty. Ve vysílání ve dnech od 4. do 7. ledna se postupně vystřídali Mirek Topolánek, Michal Horáček, Jiří Drahoš a Miloš Zeman. Před druhým kolem se pak objevily rozhovory s dvojicí neúspěšných kandidátů – Pavel Fischer a Marek Hilšer. Ve volně dostupných nahrávkách v archivu pořadu na stránkách rádia Frekvence 1 jsme ve sledovaném období nenašli rozhovory s dalšími 5 kandidáty a také jsme nenarazili na informaci nebo zdůvodnění, proč byli před prvním kolem do pořadu osloveni právě tyto čtyři kandidáti.

- 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 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.**

Netransparentní způsob výběru kandidátů do vysílání a výslednou nerovnováhu v zastoupení kandidujících osobností ve zkoumaném vysílání lze chápat jako možné porušení zásad objektivity a vyváženosti dle odstavce 2 a 3, § 31 Zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

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.

Shrnutí hlavních závěrů analýzy Rádía Impuls v období před prezidentskými volbami v roce 2018

Volba prezidenta České republiky se konala v lednu 2018, první kolo proběhlo 12. a 13. ledna, druhé se uskutečnilo 26. a 27. ledna.

Vzhledem k tomu, že vysílání může významným způsobem ovlivnit politickou soutěž, Rada zadala agentuře FOCUS (FOCUS – Centrum pro sociální a marketingovou analýzu, spol. s r. o.) vypracování monitoringu vysílání provozovatelů několika hlavních rádiových vysílání v České republice. Z časového hlediska se monitoring soustředil na období začínající čtyři týdny před prvním kolem voleb (včetně prvního dne konání voleb) až do prvního dne druhého kola voleb.

Předmětem zadání analýzy pro agenturu FOCUS bylo vypracování kvantitativně-kvalitativní obsahové analýzy vybraných zpravodajských, diskusních a publicistických pořadů Rádía Impuls. Hlavním cílem analýzy bylo posoudit, zda ve sledovaných programech v tomto období 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. Dílčími cíli analýzy bylo poskytnout informace o tom, jaký prostor byl ve vysílání poskytnut jednotlivým kandidátům, s jakými konotacemi a v jakých kontextech, dále 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, a zda program, resp. provozovatel vysílání, v rámci předvolebního vysílání poskytl objektivní, vyvážený a nestranný obraz jednotlivých kandidátů.

Analýza je strukturovaná do tří základních částí. Po expozici teoreticko-metodologických východisek následuje analytická část členěná do podkapitol, které ukončují dílčí závěry. Výsledky celé analýzy shrnují hlavní závěry, které v několika stručných tezích odpovídají na klíčové otázky, zda předvolební vysílání Rádía Impuls jako celek, i v rámci jednotlivých pořadů, dodržovalo zásady objektivního a vyváženého informování.

Zadání analýzy zahrnovalo tyto zpravodajské, diskusní a publicistické pořady Rádía Impuls:

- **Zprávy** (relevantní zpravodajské příspěvky v rámci vysílání v období 15. 12. 2017 – 26. 1. 2018, zpravodajské relace v 1:00, 2:00, 7:00, 12:00, 17:00 a 20:00)
- **Tři impulsy na tělo** (všechna vysílání z období 18. 12. 2017 – 26. 1. 2018)

Z analýzy vyplynulo, že **zpravodajské relace** stanice Rádía Impuls tematizovaly agendu před oběma koly voleb, přičemž analýza v tomto vysílání **neodhalila žádná významná pochybení**. V případě pořadu **Tři impulsy na tělo** se před druhým kolem volby objevil rozhovor **pouze s jedním** z dvojice postupujících kandidátů – s Jiřím Drahošem. Agentura FOCUS konstatovala, že na základě dostupných informací není jasné, zda byl Miloš Zeman jako druhý postupující kandidát do pořadu pozván. **Netransparentní způsob výběru kandidátů do vysílání a výslednou nerovnováhu v zastoupení kandidujících osobností** ve zkoumaném vysílání pak lze chápat jako možné porušení zásad objektivnosti a vyváženosti dle § 31 odst. 2 a 3 zákona č. 231/2001 Sb.

říjen 2018

PREZIDENTSKÉ VOLBY VE VYSÍLÁNÍ RÁDIA IMPULS

**Analýza objektivity a vyváženosti
vybraných pořadů odvysílaných Rádiem Impuls 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	5
2.	TEORETICKO-METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA	6
2.1	Objektivita a vyváženost: operacionální vymezení	7
2.2	Mediální obraz a mediální rámce	8
2.2.1	<i>Mediální rámce</i>	8
2.2.2	<i>Mediální obraz</i>	9
2.3	Soubor, analytická jednotka	10
2.4	Zvolené metody	10
2.4.1	<i>Obsahová analýza</i>	11
2.4.2	<i>Kvalitativní analýza</i>	12
2.5	Sběr dat, jejich zpracování, analytici a kodéři	13
3.	ANALYTICKÁ ČÁST	14
3.1	Zprávy Rádia Impuls	17
3.2	Tři Impulsy na tělo	24
3.2.1	<i>Běžná vysílání pořadu</i>	24
3.2.2	<i>Debaty s kandidáty v pořadu Tři Impulsy na tělo</i>	25
4.	HLAVNÍ ZÁVĚRY	27
5.	LITERATURA	28

Předložená analýza se pokouší odpovědět na otázku, **Rádio Impuls** respektovalo 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 pořadům. 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 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 provozovatel k jejich zařazení do vysílání i v období dřívějším než čtyř týdnů před volbami.

RÁDIO IMPULS

1) Pořady zpravodajské, diskusní a publicistické

- **Zprávy** (relevantní zpravodajské příspěvky v rámci vysílání v období 15. 12. 2017 – 26. 1. 2018, zpravodajské relace v 1:00, 2:00, 7:00, 12:00, 17:00 a 20:00)
- **Tři impulsy na tělo** (všechna vysílání z období 18. 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 objektivit 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 objektivit a vyváženosti, které 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 objektivitace, 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 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.

2.1 Objektivita a vyváženost: operacionální vymezení

Požadavek objektivit ve zpravodajství a publicistice narůstá především v kritických momentech vývoje společnosti, kdy dochází k vyhocenému střetu dvou či více stran a potřeba nezkršených 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 nezkršených (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

neustrannosti, 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. Persuasivní 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 odvysílaly. 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.

Dílčím subtypem analytické jednotky, která byla využita při analýze zpravodajských, publicistických a diskuzních pořadů je **promluva** (moderátorů, reportérů, komentátorů, expertů atd.). Její nejnepřítější formou byla zvláště v diskuzních pořadech **moderátorova otázka**.

2.4 Zvolené metody

Vzhledem k 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 vznikal. Speciální pozornost byla zaměřena především na problematiku týkající se dodržování kritérií žurnalistické objektivit. 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 zpravodajství Rádía Impuls ve sledovaném období, druhá se pak zabývá pořadem Tři impulsy na tělo s přihlédnutím na oddělení jeho běžných vysílání a vysílání za účasti prezidentských kandidátů, 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 diskuzních 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 všech analyzovaných televizních a rozhlasových stanic 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 přikládané 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.

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 Zprávy Rádia Impuls

Zpravodajství Rádia Impuls bylo analyzováno ve sledovaném období (15. 12. 2017 – 26. 1. 2018). Do analýzy vstoupily zadavatelem vybrané zpravodajské relace vysílané v 1:00, 2:00, 7:00, 12:00, 17:00 a 20:00. Celkově tak bylo ve sledovaném období analyzováno 258 zpravodajských relací o průměrné délce necelé čtyři minuty. V rámci analyzovaného vysílání jsme identifikovali 189 příspěvků, které byly relevantní z hlediska kritérií, která jsme pro naši analýzu stanovili.

Převažujícím žánrem relevantních příspěvků zpravodajských relací Rádia Impuls byly před 1. i 2. kolem voleb kombinované příspěvky (68 % a 61 %). Zbýlé příspěvky měly charakter čtených zpráv (32 % před 1. kolem a 39 % před 2. kolem).

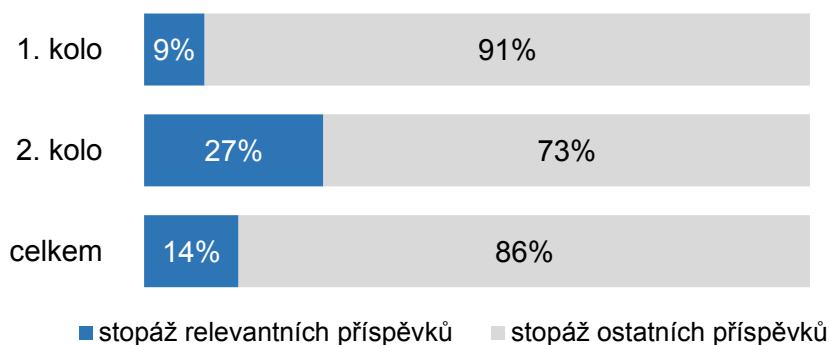
Tabulka 1: Typy příspěvků (N = 189)

	1. kolo		2. kolo		celek	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
kombinovaný příspěvek	59	68 %	62	61 %	121	64 %
čtená zpráva	28	32 %	40	39 %	68	36 %
celek	87	100 %	102	100 %	189	100 %

3.1.1 Pozice volební agendy

Podíl stopáže příspěvků tematizujících volební agendu (tedy těch, které se buď explicitně týkají prezidentských voleb, nebo některé z kandidujících osobností) na celkové stopáži příspěvků před prvním kolem činí 9 %. Před druhým kolem podíl relevantních příspěvků vzrostl na 27 %.

Graf č. 1: Podíl relevantních příspěvků na celkové stopáži ve sledovaném období (N = 189)



Proměnu pozice analyzované agendy v průběhu volebního procesu potvrzuje i následující tabulka. V období před prvním kolem mělo status hlavního tématu 14 % relevantních příspěvků a 29 % příspěvků se zabývalo kandidujícími osobnostmi v mimovolebním kontextu. Před kolem druhým měla sledovaná agenda pozici hlavního tématu v 16 % příspěvků a pouze 13 % tematizovalo kandidáty mimo kontext voleb.

Tabulka č. 2: Pozice tématu prezidentských voleb v relevantních příspěvcích (N = 189)

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
hlavní téma	12	14 %	16	16 %	28	15 %
vedlejší téma	34	39 %	59	58 %	93	49 %
zmínka	16	18 %	14	14 %	30	16 %
volby nejsou tématem	25	29 %	13	13 %	38	20 %
celkem	87	100 %	102	100 %	189	100 %

Před prvním kolem voleb naživo nebo ze záznamu hovořil nejčastěji Miloš Zeman (9 krátkých promluv s úhrnnou stopáží 1 minuta a 49 sekund). Promluvy dalších kandidátů – Jiří Drahoš, Mirek Topolánek a Pavel Fischer – byly výrazně kratší (souhrnně max. 23 sekund). Před druhým kolem voleb dostali oba postupující kandidáti přibližně stejný prostor (zhruba 1 minuta a 20 sekund), promluvy jejich vybraných soupeřů z prvního kola – Mirka Topolánka, Michala Horáčka a Marka Hilšera - byly výrazně kratší (max. 25 sekund).

Tabulka 3: Počet promluv jednotlivých kandidátů, celková stopáž a průměrná délka promluvy

kandidát	1. kolo			2. kolo			celkem		
	počet promluv	celková stopáž promluv	průměrná délka promluvy	počet promluv	celková stopáž promluv	průměrná délka promluvy	počet promluv	celková stopáž promluv	průměrná délka promluvy
Zeman	9	1 min 49 s	12 s	6	1 min 23 s	14 s	15	3 min 12 s	13 s
Drahoš	1	0 min 11 s	11 s	6	1 min 15 s	13 s	7	1 min 26 s	12 s
Topolánek	3	0 min 5 s	2 s	1	0 min 8 s	8 s	4	0 min 13 s	3 s
Horáček				2	0 min 25 s	12 s	2	0 min 25 s	13 s
Fischer	2	0 min 23 s	12 s				2	0 min 23 s	12 s
Hilšer				2	0 min 19 s	10 s	2	0 min 19 s	10 s

V relevantních zpravodajských příspěvcích Rádía Impuls se ke slovu dostala relativně široká škála externích mluvčích. Byly to především osobnosti z oblasti politiky a z řad expertů. Ke slovu se dostali i reprezentanti institucí či státní úředníci, ale i blízcí spolupracovníci či partnerky některých kandidátů (které byly i hosty pořadu Tři impulsy na tělo ve vysílání Rádía Impuls). Zastoupeny byly i osobnosti z oblasti kultury, sportu a veřejného života. Mezi externími mluvčími se objevil jeden novinář.

Tabulka 4: Externí mluvčí ve zpravodajství Rádía Impuls

jméno mluvčího	organizace, afiliace	jméno mluvčího	organizace, afiliace
novináři z jiných médií			
Jaroslav Plesl	šéfredaktor MF Dnes		
politici			
Andrej Babiš	premiér a předseda hnutí ANO	Jiří Pasyk	Starosta města Brušperk

jméno mluvčího	organizace, afiliace	jméno mluvčího	organizace, afiliace
Ivan Bartoš	předseda strany, Piráti	Martin Půta	hejtman libereckého kraje, SLK
Jan Farský	předseda poslaneckého klubu hnutí STAN	Michal Sedlák	starosta obce Lhota Rapotina
Petr Fiala	předseda ODS	Zbyněk Stanjura	předseda poslaneckého klubu ODS, poslanec
Jaroslava Pokorná Jermanová	místopředsedkyně hnutí ANO	Zdeněk Škromach	bývalý ministr, poslanec a senátor, ČSSD
Václav Klaus	bývalý prezident	Milan Štěch	předseda Senátu, ČSSD
Tomio Okamura	předseda hnutí SPD	Radek Vondráček	předseda poslanecké sněmovny, ANO
reprezentanti institucí, státní úředníci			
Tomáš Kotyza	ředitel Krajského úřadu Moravskoslezského kraje	Jiří Ovčáček	tiskový mluvčí prezidenta republiky
Eva Krumpová	1. místopředsedkyně ČSÚ	Zdeněk Pernes	předseda rady seniorů ČR
Zdeněk Opálka	tajemník břeclavské radnice	Hana Rejhonová	koordinátorka hlasování na střední zdravotnické školy v Olomouci
experti			
Stanley Bradley	koulař, věstec Impuls	Jan Kubáček	politolog
Martin Holcát	šéf lékařského konzilia prezidenta Miloše Zemana	Luboš Petrželka	lékař onkologie
Miroslav Kalaš	osobní lékař Miloše Zemana	Jan Tuček	ředitel agentury STEM/MARK
Karel Komínek	předseda IPM	Jan Tvrdoň	vedoucí projektu Demagog.cz
Alžběta Králová	politická konzultantka, IPM		
manželky/partnerky a spolupracovníci prezidentských kandidátů			
Eva Drahošová	manželka Jiřího Drahoše	Eliška Hynková	manželka Jiřího Hynka
Klára Fischerová	manželka Pavla Fischera	Edvard Kožušník	spolupracovník Miroslava Topolánka
Monika Hilšerová	manželka Marka Hilšera	Aleš Valder	organizátor akce: „I Jih patří na Západ“. Výdej letáků a koordinace roznosů dobrovolníky (pro Drahoše), TOP 09
umělci, sportovci a ostatní VIP			
Angelina Diashová	aktivistka z hnutí Femen	Helena Třeštíková	režisérka
Alena Doláková	herečka		
Dominik Duka	kardínál, arcibiskup Pražský		

3.1.2 Reference o kandidátech

Ve sledovaném období jsme ve 189 relevantních příspěvcích odvysílaných ve zpravodajství identifikovali celkem 582 konkrétních referencí o kandidujících osobnostech. Před prvním kolem voleb se největší část výpovědí týkala Miloše Zemana (až 67 %), velká část z nich pojednávala o Zemanovi v souvislosti s výkonem prezidentské funkce. S odstupem se pak reference týkaly Jiřího Drahoše (9 %), Pavla Fischera (6 %) a Michala Horáčka (5 %).

Před druhým kolem voleb byla ve zpravodajství pozornost věnována především dvěma finalistům prezidentské volby: opět nejčastěji Miloš Zeman (58 % referencí), Jiří Drahoš 34 %. Ostatním kandidátům (Horáček, Topolánek, Hilšer, Fischer, Hannig) byly věnovány nejvýše 3 % výpovědí, týkaly se především podpory, kterou tyto osobnosti vyslovily některému z postoupivších soupeřů. O kandidátech, kteří v prvním kole volby skončili na posledních místech (Kulhánek, Hynek) se ve vysílání již žádné zmínky neobjevily.

Tabulka 5: Počet referencí o jednotlivých kandidátech (N = 582)

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
Zeman	150	67 %	206	58 %	356	61 %
Drahoš	20	9 %	123	34 %	143	25 %
Horáček	12	5 %	11	3 %	23	4 %
Fischer	14	6 %	5	1 %	19	3 %
Hilšer	9	4 %	10	3 %	19	3 %
Topolánek	10	4 %	1	0,3 %	11	2 %
Hannig	4	2 %	1	0,3 %	5	1 %
Kulhánek	4	2 %			4	1 %
Hynek	2	1 %			2	0,3 %
celkem	225	100 %	357	100 %	582	100 %

Obraz jednotlivých kandidátů byl před 1. kolem voleb rámován především optikou jejich konkrétních kroků a aktivit (48 %) a jejich osobnostních a profesních kompetencí (49 %).

Před druhým kolem voleb převažovalo využívání rámce osobnostních a profesních kompetencí (52 %), a to především u Jiřího Drahoše (63 %). Miloš Zeman byl o něco častěji zobrazován skrz své konkrétní kroky, ať již jako stávajícího prezidenta, nebo postoupivšího kandidáta (52 %).

Tabulka 6: Typy referencí o kandidátech (N = 582)

		program kandidáta		konkrétní kroky kandidáta		osobnostní a profesní kompetence		celkem	
		počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
1. kolo	Zeman	2	1 %	78	52 %	70	47 %	150	100 %
	Drahoš			10	50 %	10	50 %	20	100 %
	Fischer	5	36 %	8	57 %	1	7 %	14	100 %
	Horáček			3	25 %	9	75 %	12	100 %
	Topolánek	1	10 %	3	30 %	6	60 %	10	100 %
	Hilšer			4	44 %	5	56 %	9	100 %
	Hannig					4	100 %	4	100 %
	Kulhánek			1	25 %	3	75 %	4	100 %
	Hynek					2	100 %	2	100 %
	<i>celkem</i>	<i>8</i>	<i>4 %</i>	<i>107</i>	<i>48 %</i>	<i>110</i>	<i>49 %</i>	<i>225</i>	<i>100 %</i>
2. kolo	Zeman	1	0,3 %	107	52 %	98	48 %	206	100 %
	Drahoš	4	3 %	42	34 %	77	63 %	123	100 %
	Horáček			8	73 %	3	27 %	11	100 %
	Hilšer			7	70 %	3	30 %	10	100 %
	Fischer			2	40 %	3	60 %	5	100 %
	Topolánek			1	100 %			1	100 %
	Hannig			1	100 %			1	100 %
	<i>celkem</i>	<i>5</i>	<i>1 %</i>	<i>168</i>	<i>47 %</i>	<i>184</i>	<i>52 %</i>	<i>357</i>	<i>100 %</i>

Více než devět desetin referencí o kandidátech vytvořených z příspěvků vysílaných před prvním kolem voleb mělo neutrální hodnotící dimenzi (98 %). Zmínky s jinou než neutrální valencí se objevily pouze ve vztahu k osobě Miloše Zemana. Dvě pozitivní reference se týkaly předpovědi koulaře a věštce Rádia Impuls Stanleyho Bradleyho, který označil Miloše Zemana za potenciálního vítěze voleb. Negativní reference se pak vztahovaly k omilostnění odsouzeného vraha Kajínka, k vyjádření protikandidáta Mirka Topolánka ke zdravotnímu stavu stávajícího prezidenta ale i k výroku předsedy Pirátů Ivana Bartoše, který Zemana označil za prezidenta, který polarizuje společnost.

Před druhým kolem voleb opět výrazně převažovaly reference bez hodnotící valence (99 %). Jinou než neutrální valenci měly pouze výpovědi vztahující se k Miloši Zemanovi. Reference s negativní valencí se týkaly incidentu s aktivistkou z hnutí Femen a faktcheckingu Zemanových výroků v předvolebních televizních debatách.

Tabulka 7: Hodnotící aspekt výpovědí o kandidátech (N = 582)

		neutrální		pozitivní		negativní		celkem	
		počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
1. kolo	Zeman	145	97 %	2	1 %	5	3 %	150	100 %
	Drahoš	20	100 %					20	100 %
	Fischer	14	100 %					14	100 %
	Horáček	12	100 %					12	100 %
	Topolánek	10	100 %					10	100 %
	Hilšer	9	100 %					9	100 %
	Hannig	4	100 %					4	100 %
	Kulhánek	4	100 %					4	100 %
	Hynek	2	100 %					2	100 %
	<i>celkem</i>	220	98 %	2	1 %	5	2 %	225	100 %
2. kolo	Zeman	203	99 %			3	1 %	206	100 %
	Drahoš	123	100 %					123	100 %
	Horáček	11	100 %					11	100 %
	Hilšer	10	100 %					10	100 %
	Fischer	5	100 %					5	100 %
	Topolánek	1	100 %					1	100 %
	Hannig	1	100 %					1	100 %
	<i>celkem</i>	354	99 %			3	1 %	354	100 %

Následující tabulka shrnuje hlavní body obsahové agendy referencí o kandidátech. Před prvním kolem šlo především o aktivní kroky kandidátů ve volební kampani (23 %), o aktivity Miloše Zemana ve funkci prezidenta (36 %) nebo o informace o konání a průběhu voleb (14 %). Před druhým kolem převažovaly informace o debatách a rozhovorech postupujících kandidátů v médiích (29 %), v popředí však stále zůstávaly aktivity Miloše Zemana ve funkci prezidenta (18 %) a objevila se také vyjádření podpory jednotlivým kandidátům (16 %).

Tabulka 8: Struktura obsahové agendy - detailně (N = 582)

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
aktivity M. Zemana ve funkci prezidenta	80	36 %	64	18 %	144	25 %
debaty kandidátů v médiích - organizace, účast kandidátů, hodnocení	16	7 %	103	29 %	119	20 %
aktivity kandidátů v souvislosti s volbami	52	23 %	39	11 %	91	16 %
vyjádření podpory jednotlivým kandidátům	15	7 %	57	16 %	72	12 %
informace o konání a průběhu voleb	31	14 %	33	9 %	64	11 %
prezentace předvolebních výzkumů/ kurzy, sázky, tipy na vítěze	11	5 %	16	4 %	27	5 %
průběh předvolební kampaně	11	5 %	13	4 %	24	4 %
zahraniční reakce na konání a výsledky voleb			14	4 %	14	2 %
prezentace výsledků 1. / 2. kola			11	3 %	11	2 %
financování předvolebních kampaní	6	3 %			6	1 %
interpretace a komentáře k výsledkům voleb			5	1 %	5	1 %
reflexe voleb na domácí politické scéně	2	1 %	1	0,3 %	3	0,6 %
minulost kandidátů	1	0,4 %			1	0,2 %
programové cíle kandidátů			1	0,3 %	1	0,2 %
<i>celkem</i>	<i>225</i>	<i>100%</i>	<i>357</i>	<i>100%</i>	<i>582</i>	<i>100%</i>

Pro větší přehlednost a snazší analytické uchopení jsme výše prezentovanou strukturu obsahové agendy sloučili do několika širších kategorií. Vzájemnou vazbu obou úrovní obecnosti ukazuje následující schéma.

Tabulka 9: Struktura obsahové agendy – základní a rozvinutá kategorizace

základní kategorizace	rozvinutá kategorizace
předvolební kampaň, debaty v médiích	aktivity kandidátů v souvislosti s volbami
	debaty kandidátů v médiích - organizace, účast kandidátů, hodnocení
	průběh předvolební kampaně
	financování předvolebních kampaní
zpravodajské pokrytí voleb	prezentace předvolebních výzkumů
	informace o konání a průběhu voleb
	prezentace výsledků 1. / 2. kola
vyjádření podpory jednotlivým kandidátům	vyjádření podpory jednotlivým kandidátům
aktivity M. Zemana ve funkci prezidenta	aktivity M. Zemana ve funkci prezidenta
osobnosti kandidátů	minulost kandidátů
	programové cíle kandidátů
reflexe a interpretace voleb	interpretace a komentáře k výsledkům voleb
	zahraniční reakce na konání a výsledky voleb
	reflexe voleb na domácí politické scéně

Před prvním kolem voleb byl obraz jednotlivých kandidátů utvářen především v rámci reprezentace jejich vystupování v předvolební kampani a v mediálních debatách (38 %) a v rámci mediování faktických informací o volební kampani a samotných volbách (19 %). Mezi kandidáty samozřejmě existovaly rozdíly: nadpoloviční většina výpovědí o Miloši Zemanovi spadala do rámce jeho aktivit v mimovolebním kontextu (53 %), u Jiřího Drahoše byl nadprůměrně často zastoupen rámec zobrazení v rámci předvolební kampaně a předvolebních debat (55 %). U dalších kandidátů způsob zobrazení více varioval, i vzhledem k nízkému počtu relevantních referencí.

Před druhým kolem byl pro obraz kandidátů opět nejčastěji využitý rámec předvolební kampaně či předvolebních debat (43 %) a zpravodajského pokrytí voleb (17 %), ve vyšším zastoupení i rámec vyjádření podpory jednotlivým kandidátům (16 %). Konstrukce mediálního obrazu obou finalistů se lišila především stálou přítomností referencí o výkonu funkce prezidenta u Miloše Zemana (29 % z výpovědí o jeho osobě před 2. kolem) a větším zastoupením rámce deklarované podpory u Jiřího Drahoše (21 %) – šlo zejména o reprezentaci deklarované i faktické podpory ze strany čtyř neúspěšných protikandidátů.

Tabulka 10: Obsahová agenda referencí o kandidátech (N = 582)

		předvolební kampaň, debaty		zpravodajské pokrytí voleb		vyjádření podpory jednotlivým kandidátům		aktivity M. Zemana ve funkci prezidenta		osobnosti kandidátů		reflexe a interpretace voleb		celkem	
		počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
1. kolo	Zeman	39	26 %	21	14 %	7	5 %	80	53 %	1	1 %	2	1 %	150	100 %
	Drahoš	11	55 %	7	35 %	2	10 %							20	100 %
	Fischer	13	93 %	1	7 %									14	100 %
	Horáček	4	33 %	6	50 %	2	17 %							12	100 %
	Topolánek	6	60 %	3	30 %	1	10 %							10	100 %
	Hilšer	6	67 %	1	11 %	2	22 %							9	100 %
	Hannig	2	50 %	1	25 %	1	25 %							4	100 %
	Kulhánek	3	75 %	1	25 %									4	100 %
	Hynek	1	50 %	1	50 %									2	100 %
	<i>celkem</i>	85	38 %	42	19 %	15	7 %	80	36 %	1	0,4%	2	1 %	225	100 %
2. kolo	Zeman	91	44 %	27	13 %	21	10 %	59	29 %	1	0,5%	7	3 %	206	100 %
	Drahoš	58	47 %	23	19 %	26	21 %	5	4 %			11	9 %	123	100 %
	Horáček	2	18 %	3	27 %	4	36 %					2	18%	11	100 %
	Hilšer	3	30 %	4	40 %	3	30 %							10	100 %
	Fischer			3	60 %	2	40 %							5	100 %
	Hannig					1	100%							1	100 %
	Topolánek	1	100%											1	100 %
		<i>celkem</i>	155	43 %	60	17 %	57	16 %	64	18 %	1	0%	20	6 %	357

KVALITATIVNÍ ANALÝZA

Kvalitativní analýza odhalila pouze drobná pochybení při práci s daty z průzkumů veřejného mínění, kdy nebyly uvedeny dostačující informace o výzkumech, ze kterých prezentované volební preference kandidátů pocházejí¹.

3.2 Tři Impulsy na tělo

Pořad Tři Impulsy na tělo měl ve sledovaném období dvojí podobu. Jednalo se buď o krátké rozhovory moderátorky Zuzany Bubílkové s hosty, nebo o její úvahy a komentáře na různá témata. Vysílán byl ve všední dny v ranních hodinách. Ve zkoumaném období bylo analyzováno 24 vysílání pořadu – 16 před prvním kolem voleb a 8 před druhým, jejich stopáž se pohybovala od 1,5 minuty po 4,5 minuty. Ve třech pořadech byli hosty kandidáti na prezidenta, proto tato tři vysílání analyzujeme samostatně.

3.2.1 Běžná vysílání pořadu

V této kapitole analyzujeme 21 vysílání pořadu, jejichž hosty nebyli prezidentští kandidáti (16 před prvním kolem voleb a 5 před druhým). 14 relací mělo podobu rozhovoru s hostem, 7 bylo monologem Zuzany Bubílkové. Následující tabulka shrnuje základní údaje o relacích, které nějakým způsobem tematizovaly sledovanou agendu. Šlo o 14 vysílání, z toho 9 z období před prvním kolem a 5 před druhým.

Tabulka č. 11: Přehled relevantních příspěvků v běžných vysíláních pořadu Tři Impulsy na tělo

	datum vysílání	stopáž pořadu	host	téma rozhovoru
1. kolo	2. 1. 2018	3:11	Zdeněk Škromach	kuchyně na Pražském Hradě
	3. 1. 2018	2:29	Lucie Talmanová	představa o roli první dámy
	4. 1. 2018	2:19	Bohumila Bračíková	představa o roli první dámy
	5. 1. 2018	1:53	Monika Hilšerová	představa o roli první dámy
	8. 1. 2018	2:32	Eva Drahošová	představa o roli první dámy
	9. 1. 2018	1:56	Eliška Hynková	představa o roli první dámy
	10. 1. 2018	2:40	Klára Fischerová	představa o roli první dámy
	11. 1. 2018	1:58	Michaela Horáčková	představa o roli první dámy
	12. 1. 2018	4:00	Silvia Weiszová	Petr Hannig jako možný prezident
2. kolo	15. 1. 2018	3:21	Václav Klaus	kritika Jiřího Drahoše, podpora Miloše Zemana
	23. 1. 2018	2:30	Zuzana Bubílková	politizace českých kaváren a hospod

¹ Situace se týkala vysílání ze dne 17. 1. 2018 (relace v 17:00), dne 21. 1. 2018 (relace v 7:00 a v 17:00) a ze dne 22. 1. 2018 (relace ve 2:00).

Dominantní formou tematizace sledované agendy byly rozhovory s partnerkami prezidentských kandidátů. K těmto sedmi rozhovorům² lze přiřadit i interview se Silvií Weiszovou, která jako dlouhodobá známá vdovce Petra Hanniga zastoupila jeho životní partnerku. Rozhovory se týkaly především představ respondentek o roli první dámy, vlivu kampaně na jejich osobní a rodinný život, úvah o opuštění zaměstnání v případě zvolení partnera prezidentem, změny stylu oblékání a podobně. Osobnosti, aktivity či programové teze jednotlivých kandidátů byly tematizovány jen okrajově. Jistou výjimku představovala přítelkyně Petra Hanniga, která o osobnosti tohoto kandidáta a jeho povahových rysech hovořila obsáhleji a s pozitivním hodnotícím vyzněním.

Analýzovaná agenda byla rovněž okrajově přítomna v rozhovoru se Zdeňkem Škromachem z 2. 1. 2018, který se týkal především stravování a životosprávy politiků. Host byl představen jako přítel Miloše Zemana, pozitivně se vyjadřoval o kuchyni na Pražském hradě. Zuzana Bubílková ve své úvaze z 23. 1. 2018 označila Miloše Zemana a jeho termín „pražská kavárna“ za původce nezdravé politizace a nepřátelství mezi návštěvníky kaváren a hospod a přeneseně i v celé společnosti v předvolebním období³. Příspěvek tedy vykazoval vůči Miloši Zemanovi zřetelnou negativní valenci.

Za problematiku považujeme vysílání z 15. 1. 2018, kdy moderátorka položila Václavu Klausovi sugestivní otázku přímo implikující defavorizaci Jiřího Drahoše: „*Pane exprezidente, vy podporujete Miloše Zemana. V čem je Jiří Drahoš horší, kromě toho, že nemá politické zkušenosti?*“

3.2.2 Debaty s kandidáty v pořadu Tři Impulsy na tělo

Součástí analyzovaného vysílání pořadu Tři impulsy na tělo v období od 18. 12. 2017 do 26. 1. 2018 byly tři rozhovory s prezidentskými kandidáty. Vzhledem k nízkému počtu relevantních příspěvků a charakteru pořadu (krátký rozhovor s jedním hostem o délce cca 2 až 3 minuty) byly jednotlivé relace analyzovány kvalitativně.

Před prvním kolem prezidentských voleb v rámci vysílání pořadu neproběhl rozhovor s žádným z kandidátů. Tři analyzované rozhovory byly odvysílány v období mezi prvním a druhým kolem prezidentské volby.

Dne 16. 1. 2018 byl vysílán rozhovor s Jiřím Drahošem, kandidátem postupujícím do druhého kola. Rozhovor měl délku necelé 3 a čtvrt minuty, v průběhu kterých moderátorka položila kandidátovi 4 hlavní dotazy, z nichž dva, ve kterých se dotazovala na rizika vysokého věku kandidátů a paměť Jiřího Drahoše, měly kritické vyznění.

² Rozhovor s Ivanou Zemanovou vysílán nebyl a tato absence nebyla ve vysíláních ze sledovaného období nijak komentována.

³ „Bohužel s příchodem Miloše Zemana se tyto dva elementy společnosti [návštěvníci kaváren a hospod], které doposud žily v přirozené symbióze, účelově zpolitizovaly. Pražská kavárna je v hospodách nadávkou pro sluníčkáře, kteří Zemana nesnáší a z hospod se v intelektuálních vrstvách stala jeho voličská základna. ... Je to zjednodušené dělení společnosti na vzdělance a ty druhé a záměrná snaha změnit prezidentské volby na boj koho je víc.“

Další dva rozhovory pak proběhly s neúspěšnými kandidáty. Dne 18. 1. 2018 rozhovor s Markem Hilšerem, v délce necelých dvou minut, v průběhu kterých byly moderátorkou položeny tři neutrální dotazy zaměřenými na jeho život po volbách a potenciální kandidaturu v dalším volebním období. Dne 24. 1. 2018 pak rozhovor s Pavlem Fischerem v délce dvou minut se čtyřmi neutrálními dotazy zaměřenými na jeho podporu Jiřího Drahoše a politické plány do budoucna.

U žádného z rozhovorů nebyla odhalena žádná pochybení, která by zakládala podezření na favorizaci či defavorizaci některého z dotazovaných kandidátů.

Celkově však otázkou zůstává, proč a na základě jakých kritérií byli hosté pořadu vybráni. Z volně dostupných veřejných zdrojů se nám nepovedlo zjistit, kolik dalších kandidátů redakce pořadu oslovila. Bez těchto informací jsme nuceni konstatovat, že z dvojice postupujících kandidátů byl v pořadu zvýhodněn Jiří Drahoš. Rozhovory navíc proběhly již po prvním kole, a tak už nemohly mít vliv na přímé rozhodování voličů. Netransparentní způsob výběru kandidátů do vysílání a výslednou nerovnováhu v zastoupení kandidujících osobností ve zkoumaném vysílání lze chápat jako možné porušení zásad objektivit a vyváženosti dle odstavce 2 a 3, § 31 Zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

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:

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

Analyzované **zpravodajské relace** Rádía Impuls tematizovaly sledovanou agendu před oběma koly voleb (relevantní příspěvky tvořily 9 % celkové stopáže před 1. kolem a 27 % před 2. kolem). Kvantitativní analýza neodhalila žádná významná pochybení. Kvalitativní analýza zpravodajských relací identifikovala jen některé drobnější problémy, které nepovažujeme za porušení objektivního a vyváženého přístupu k jednotlivým kandidátům.

Pořad **Tři Impulsy** na tělo měl ve sledovaném období dvojí podobu. Jednalo se buď o krátké rozhovory moderátorky Zuzany Bubílkové s hosty, nebo o její úvahy na různá témata. Ve zkoumaném období bylo analyzováno 24 vysílání pořadu – 16 před prvním kolem voleb a 8 před kolem druhým. Ve třech pořadech vysílaných před 2. kolem byli hosty kandidáti na prezidenta. U dvou hostů (Pavla Fischera a Marka Hilšera) z řad neúspěšných kandidátů tak tyto rozhovory již neměly přímý vliv na rozhodování voličů. Další rozhovor byl veden s jedním z dvojice postupujících kandidátů – s Jiřím Drahošem. Na základě dostupných informací není jasné, zda byl Miloš Zeman jako druhý postupující kandidát do pořadu zván.

- 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 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.**

Celkově můžeme konstatovat, že analýza neodhalila v analyzovaných zpravodajských relacích Rádía Impuls taková pochybení, která by indikovala porušení objektivního a vyváženého přístupu k jednotlivým kandidátům. Netransparentní způsob výběru kandidátů do vysílání pořadu Tři Impulsy na tělo a výslednou nerovnováhu v zastoupení kandidujících osobností ve zkoumaném vysílání tak lze chápat jako možné porušení zásad objektivity a vyváženosti dle odstavce 2 a 3, § 31 Zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

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.

SHRNUTÍ HLAVNÍCH ZÁVĚRŮ ANALÝZY PREZIDENTSKÝCH VOLEB VE VYSÍLÁNÍ PROGRAMU TELEVIZE BARRANDOV

Volba prezidenta České republiky proběhla v lednu 2018. O post prezidenta se ucházelo celkem devět kandidátů (Miloš Zeman, Jiří Drahoš, Michal Horáček, Pavel Fischer, Marek Hilšer, Mirek Topolánek, Petr Hannig, Jiří Hynek a Vratislav Kulháněk). Z prvního kola voleb, které se uskutečnilo 12. a 13. ledna, postoupili do druhého kola Miloš Zeman a Jiří Drahoš. Ve druhém kole, které se konalo 26. a 27. ledna 2018, pak zvítězil Miloš Zeman.

Objektivitu a vyváženost vysílání před prezidentskými volbami si Rada zvolila jako jednu ze svých priorit pro rok 2018. Tato priorita je konkrétně formulována takto: „V roce 2018 se v České republice uskuteční přímá volba prezidenta a rovněž proběhnou volby do třetiny Senátu PČR a do zastupitelstev obcí. Jako tradičně lze očekávat vysoký zájem médií o předvolební dění, v případě prezidentské volby je možné předpokládat mimořádnou pozornost médií. Řada televizních a rozhlasových programů do svého vysílání zařadí i speciální předvolební debaty kandidátů či jiné pořady s předvolební dramaturgií. Všechny tyto pořady budou předmětem kvantitativně-kvalitativních mediálních analýz, stejně jako standardní zpravodajské a publicistické pořady vysílané v období čtyř týdnů před volbami. Analýzy budou hodnotit, zda se provozovatelé nedopustili porušení zásad objektivitu a vyváženosti a zda vysílání nekalým způsobem nevstoupilo do volební soutěže.“

V duchu této formulace byla Radou na 5. zasedání v roce 2017 schválena metodika monitoringu vysílání před prezidentskou volbou. Vzhledem k rozsáhlému množství analytického materiálu rozhodla Rada, že monitoring k prezidentským volbám celoplošně vysílaných programů bude kompletně zpracován externím pracovištěm. Prostřednictvím vyhlášení zakázky malého rozsahu byla k realizaci monitoringu následně vybrána výzkumná agentura *FOCUS – Centrum pro sociální a marketingovou analýzu, spol. s r.o.* (dále jen „Focus“).

Předmětem zadání pro agenturu Focus bylo vypracovat kvantitativně-kvalitativní analýzy vybraných pořadů vysílaných v předvolebním období na programech **České televize, NOVA, Prima, Televize Barrandov, Českého rozhlasu, Rádía Impuls a Frekvence 1**. Hlavním cílem analýz bylo odpovědět na otázku, **zda předvolební vysílání vybraného provozovatele jako celek, i v rámci jednotlivých pořadů, dodržovalo zásady objektivního a vyváženého informování.**

Na tomto místě shrňme hlavní zjištění analýzy agentury Focus týkající se předvolebního vysílání pořadů programu **Televize Barrandov**. Monitoringu byly podrobeny jak běžně vysílané zpravodajské, diskusní a publicistické pořady, tak pořady s předvolební či povolební dramaturgií. Konkrétně se jednalo o tyto pořady:

1) Pořady zpravodajské, diskusní a publicistické

- **Naše zprávy** (relevantní zpravodajské příspěvky v rámci vysílání v období 15. 12. 2017 – 26. 1. 2018)
- **Aréna Jaromíra Soukupa** (vysílání 19. 12. 2017, 9. 1., 16. 1. a 23. 1. 2018)
- **Vlivní s Alex Mynářovou** (vysílání 19. 12. 2017, 16. 1. a 23. 1. 2018)
- **Kauzy Jaromíra Soukupa** (vysílání 20. 12. 2017, 10. 1., 17. 1. a 24. 1. 2018)
- **Týden s prezidentem** (vysílání 21. 12. 2017, 4. 1., 11. 1. a 18. 1. 2018)
- **Duel Jaromíra Soukupa** (vysílání 14. a 21. 12. 2017, 4. 1., 11. 1. a 18. 1. 2018)

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

- **Aréna Jaromíra Soukupa SPECIÁL** (vysílání 2. 1. 2018)
- **Duel Jaromíra Soukupa SPECIÁL** (vysílání 22. 1. 2018)

Hlavní zpravodajská relace ***Naše zprávy*** věnovala prezidentským volbám pozornost především před druhým kolem voleb. Před prvním kolem byla v relevantních příspěvcích výrazně zastoupena především mimovolební agenda. Tyto příspěvky tematizovaly různé aktivity Miloše Zemana – kroky při vzniku vlády Andreje Babiše, omilostnění Jiřího Kajínka, vánoční projev a podobně.

Kvantitativní analýza pořadu ukázala, že prostor, který byl v relaci poskytnut jednotlivým kandidátům, byl před oběma koly výrazně vychýlen ve prospěch Miloše Zemana. Před prvním kolem se ke slovu dostali pouze čtyři z celkem devíti kandidátů. Stopáž promluv Miloše Zemana v období před prvním kolem dosáhla téměř 7,5 minuty, druhý v pořadí Michal Horáček hovořil pouze 16 sekund. Obdobný rozdíl ve stopáži byl zaznamenán i před druhým kolem voleb. Zatímco stopáž promluv Miloše Zemana přesáhla 5 minut, druhý z finalistů Jiří Drahoš hovořil pouze 32 vteřin. Na základě těchto zjištění analýza konstatovala, že z hlediska tohoto indikátoru byl přístup provozovatele k jednotlivým kandidátům nevyvážený. Promluvy Miloše Zemana před prvním kolem volby představovaly 92 % úhrnné stopáže promluv všech kandidátů, před druhým kolem 86 %. Takto zásadní disproporci nepovažují autoři analýzy za vysvětlitelnou specifickým postavením úřadujícího prezidenta obhajujícího svůj mandát. Kvalitativní analýza poté ukázala, že příčinou tohoto vychýlení byly pravidelně vysílané reportáže, které pojednávaly o diskuzním pořadu *Týden s prezidentem*. Analýza konstatovala, že odvysíláním těchto reportáží získal Miloš Zeman na rozdíl od ostatních kandidátů ve zpravodajské relaci prostor pro prezentaci svých názorů na vnitropolitická témata, ale i příležitost pro představení volebního programu. Tím došlo k výraznému vychýlení vyváženosti relace ve prospěch jednoho kandidáta – Miloše Zemana.

Třebaže další kvantitativní indikátory objektivity a vyváženosti vysílání relace obdobně zásadní rozdíly neukázaly, v reprezentaci Miloše Zemana byly patrné oproti ostatním kandidátům rozdíly. Z hlediska distribuce výpovědí o prezidentských kandidátech byla před prvním kolem voleb nadpoloviční většina referencí navázána právě na Miloše Zemana. Byť se jednalo o jeho prezentaci v kontextu výkonu prezidentské funkce, s ostatními osmi kandidáty bylo spojeno pouze 3 až 8 % zmínek. Před druhým kolem voleb se pozornosti dostalo oběma finalistům, Miloši Zemanovi ale opět s větší frekvencí (52 % ku 35 %). Hodnotící aspekt referencí o kandidátech nebyl ve většině případů zaznamenán. Před prvním i druhým kolem voleb převažovaly neutrálně laděné výpovědi o kandidátech. Co se týče výsledného mediálního obrazu, analýza ukázala, že u většiny kandidátů byl před prvním kolem voleb vytvářen především v rámci jejich profesních a osobnostních kompetencí. Výjimku představoval Miloš Zeman, u nějž vzhledem ke zpravodajskému pokrývání jeho výkonu prezidentské funkce převažoval rámec konkrétních kroků.

Dalšími analyzovanými pořady byly dvě běžně vysílané publicistické relace – ***Vlivní s Alex Mynářovou*** a ***Kauzy Jaromíra Soukupa***. Dle analýzy v nich byla volební agenda prezentována spíše okrajově. Kandidáti dostali v těchto pořadech prostor pouze na úrovni jednotlivých zmínek. Analýza v souvislosti s těmito pořady nezaznamenala žádná potenciálně problematická místa.

Naopak řadu problematických míst konstatovala analýza v souvislosti se všemi diskuzními pořady, jak běžně vysílanými (***Aréna Jaromíra Soukupa***, ***Duel Jaromíra Soukupa***, ***Týden s prezidentem***) tak i speciálně předvolebně koncipovanými (***Aréna Jaromíra Soukupa SPECIÁL***, ***Duel Jaromíra Soukupa SPECIÁL***). Již v době vysílání těchto pořadů přicházelo Radě velké množství diváckých stížností poukazujících na jejich neobjektivitu a nevyváženost. V některých případech již Rada konstatovala pochybení provozovatele v objektivitě a vyváženosti vysílání. Konkrétně vydala tři upozornění. Dvě upozornění se týkala diskuzního pořadu ***Aréna Jaromíra Soukupa*** (z 5. 12. 2017, 16. 1. 2018), jedno upozornění Rada vydala k předvolební debatě ***Duel Jaromíra Soukupa SPECIÁL*** (22. 1. 2018). V ostatních případech se rozhodla počkat s rozhodnutím na výsledky analýzy Focus.

Výsledky analýzy Focus potvrdily rozhodnutí Rady a přinesly nová zjištění o ostatních odvysílaných dílech. Problematická místa, na která ukazují výsledky analýzy, lze rozdělit na dvě skupiny. Do první je možné zařadit pochybení, která jsou v analýze nejčastěji popisována jako „profesní“. Jedná se o pochybení na straně moderátora Jaromíra Soukupa, který se svým moderátorským projevem vymyká nejen žurnalistickým standardům, ale i etickým principům moderátorské žurnalistiky. Moderátor si v diskuzích nadržel názorový odstup a neutralitu ani od probíraných témat, ani od hostů, se kterými vedl rozhovor, pokládal sugestivní a návodně laděné dotazy, pronášel subjektivní, věcně či zdroji nepodložené výroky a hodnotící soudy a podobně. Tato „profesní“ pochybení měla dopad zejména na kvalitu diskuzí, kterou však Radě nepřisluší hodnotit.

Analýza ovšem ukázala i na řadu pochybení, která měla za následek nevyvážené a neobjektivní vysílání provozovatele. Tato pochybení lze zařadit do skupiny druhé, jelikož v jejich případě je možné jejich hodnocení optikou zákona o vysílání.

Prvním identifikovaným problémem je struktura hostů sledovaných diskuzních pořadů a nevyvážený prostor určený kandidátům, kterým provozovatel umožnil přístup do vysílání. V období před prvním kolem prezidentských voleb v určených diskuzních pořadech vystoupili pouze čtyři z devíti kandidátů – Miloš Zeman, Jiří Drahoš, Mirek Topolánek a Michal Horáček. Přitom i mezi kandidáty, kterým provozovatel umožnil přístup do vysílání, byly shledány výrazné rozdíly v prostoru, který získali. Nejvíce prostoru ve vysílání v období před prvním volebním kolem získal Miloš Zeman, který díky vysílání diskuzního pořadu *Týden s prezidentem* i v předvolebním čase, vystoupil ve vysílání celkem třikrát a promlouval více než 1,5 hodiny. Zbylí tři kandidáti, kteří v daném období ve vysílání vystoupili, obdrželi prostoru výrazně méně (od 19 do 34 minut). Je nutno ovšem doplnit, že Jiří Drahoš a Mirek Topolánek odmítli nabídku účasti ve vysílání Arény Jaromíra Soukupa z 2. 1. 2018. Ostatní kandidáti se ve vysílání v období před prvním kolem prezidentských voleb neobjevili vůbec. (Pro úplnost dodejme, že v období, které předcházelo období, které je předmětem monitoringu, byli hosty pořadu Aréna Jaromíra Soukupa ještě Michal Horáček a Jiří Ovčáček, mluvčí prezidenta Miloše Zemana.)

Ve vysílání před druhým kolem prezidentských voleb dostal prostor pouze Miloš Zeman. Tato skutečnost je dána tím, že Jiří Drahoš odmítl pozvání do speciální prezidentské debaty vysílané 22. 1. 2018 (*Duel Jaromíra Soukupa SPECIÁL*). V období před druhým kolem bylo také odvysíláno jedno vydání pořadu *Týden s prezidentem*, ve kterém Miloš Zeman získal další prostor pro prezentaci. Ponecháním pořadu v programové nabídce tak provozovatel poskytl Miloši Zemanovi prostor pro prezentaci svých názorů, čím mohlo dojít ke znevýhodnění protikandidáta Jiřího Drahoše, který obdobný prostor nezískal.

Kritéria výběru hostů do těchto diskuzních pořadů nebyla žádným způsobem provozovatelem objasněna. Moderátor se k výběru hostů do pořadů vyjádřil dle analýzy pouze v pořadu *Aréna Jaromíra Soukupa SPECIÁL*, přitom z tohoto vyjádření nevyplývá snaha o vyváženost vysílání („Stejně jako u dalších našich pořadů i do ní si zvu hosty já. A všichni ti internetoví hrdinové mají smůlu, protože mně do výběru hostů nemůže nikdo zasahovat“, cit. z vysílání dne 2. 1. 2018). Způsob výběru kandidátů do vysílání diskuzních pořadů je tak zcela netransparentní a výslednou nerovnováhu v zastoupení kandidujících osobností ve zkoumaném vysílání lze interpretovat jako možné porušení zásad objektivnosti a vyváženosti.

Vyjma sledovaného prostoru pro jednotlivé kandidáty se analýza zaměřila i na reference o kandidátech, obsahovou agendu diskuzí, valenci dotazů moderátora a obraz kandidátů, který byl v debatách konstruován. Podobná dramaturgie většiny zkoumaných diskuzních pořadů i stejná osoba v pozici moderátora umožnila autorům srovnání přístupu moderátora k jednotlivým kandidátům. Na základě tohoto srovnání vyšel najevo druhý podstatný problém. Výstupy kvalitativní i kvantitativní analýzy agentury Focus ukázaly, že v celku zkoumaných diskuzních pořadů docházelo k opakovanému

porušování vyváženého přístupu ke kandidujícím osobnostem, projevujícím se systematickým zvýhodňováním Miloše Zemana a naopak znevýhodňováním až dehonestací ostatních kandidátů. Miloš Zeman byl prostřednictvím všech vydání diskuzních pořadů tedy nejen nadreprezentován, analýza ve spojitosti s jeho osobou zaznamenala i nejvíce pozitivně laděných zmínek či favorizační přístup ze strany moderátora. Na straně druhé ostatní kandidáti byli ve vysílání prezentováni nejčastěji prostřednictvím výroků s neutrálním nebo negativním vyzněním vůči jejich osobě. V relacích vysílaných před druhým kolem prezidentských voleb byly zaznamenány tendence moderátora konstruovat obraz Miloše Zemana pozitivně, naopak obraz Jiřího Drahoše negativně.

Konkrétní pochybení jsou detailně popsána na příslušných místech analýzy Focus. Na tomto místě nepokládáme za účelné se jimi zabývat v jejich jednotlivosti. Zákon o vysílání hovoří o povinnosti provozovatele „zajistit, 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...“. Závěry analýzy Focus ukázaly, že z hlediska celku sledovaných pořadů docházelo k opakovanému porušování vyváženého přístupu ke kandidujícím osobnostem, který se projevoval systematickým zvýhodňováním Miloše Zemana a naopak znevýhodňováním ostatních kandidátů.

Z toho důvodu navrhuje Radě podniknout ve věci předvolebního vysílání programu Televize Barrandov další kroky. Jak již bylo řečeno, Rada již vydala upozornění na porušení ustanovení § 31 odst. 3 zákona o vysílání týkající se třech odvysílaných diskuzí. Tato upozornění ale nebyla vydána před odvysíláním ostatních problematických dílů sledovaných relací. Z důvodu chybějícího předchozího upozornění na typově shodný přestupek navrhuje upozornit provozovatele na porušení ustanovení § 31 odst. 3 zákona o vysílání, a to za sledovaný celek vysílání (respektive vyjma pořadů, na které již Rada provozovatele upozornila, a dále dvou výše uvedených publicistických pořadů, ve kterých nebyla zjištěna problematická místa). Eventuálně je možné požádat provozovatele o vysvětlení v dané věci.

říjen 2018

PREZIDENTSKÉ VOLBY VE VYSÍLÁNÍ TV BARRANDOV

**Analýza objektivitu a vyváženosti
vybraných pořadů odvysílaných televizí Barrandov 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	5
2.	TEORETICKO-METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA	6
2.1	Objektivita a vyváženost: operacionální vymezení	7
2.2	Mediální obraz a mediální rámce	8
2.2.1	<i>Mediální rámce</i>	8
2.2.2	<i>Mediální obraz</i>	9
2.3	Soubor, analytická jednotka	10
2.4	Zvolené metody	10
2.4.1	<i>Obsahová analýza</i>	11
2.4.2	<i>Kvalitativní analýza</i>	12
2.5	Sběr dat, jejich zpracování, analytici a kodéři	13
3.	ANALYTICKÁ ČÁST	14
3.1	Zpravodajské a publicistické pořady	17
3.1.1	<i>Naše zprávy</i>	17
3.1.1.1	Pozice volební agendy	17
3.1.1.2	Reference o kandidátech	20
3.1.2	<i>Kauzy Jaromíra Soukupa</i>	24
3.1.3	<i>Vlivní s Alex Mynářovou</i>	25
3.1.4	<i>Zpravodajství a publicistika – shrnutí</i>	27
3.2	Diskuzní pořady s předvolební dramaturgií	28
3.2.1	<i>Aréna Jaromíra Soukupa</i>	28
3.2.1.1	Debaty s účastí prezidentských kandidátů	29
3.2.1.2	Debaty bez účasti prezidentských kandidátů	38
3.2.2	<i>Duel Jaromíra Soukupa</i>	41
3.2.2.1	Debaty s účastí prezidentských kandidátů před 1. kolem voleb	41
3.2.2.2	Prezidentský speciál před 2. kolem voleb	44
3.2.2.3	Debaty bez účasti prezidentských kandidátů	54
3.2.3	<i>Týden s prezidentem</i>	57
3.2.4	<i>Diskusní pořady s předvolební dramaturgií – shrnutí</i>	61
4.	HLAVNÍ ZÁVĚRY	64
5.	LITERATURA	66

Předložená analýza se pokouší odpovědět na otázku, zda **televize Barrandov** respektovala 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 vybraného 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 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 provozovatel k jejich zařazení do vysílání i v období dřívějším než čtyř týdnů před volbami.

TELEVIZE BARRANDOV

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

- **Aréna Jaromíra Soukupa SPECIÁL** (vysílání 2. 1. 2018)
- **Duel Jaromíra Soukupa SPECIÁL** (vysílání 22. 1. 2018)

2) Pořady zpravodajské, diskusní a publicistické

- **Naše zprávy** (relevantní zpravodajské příspěvky v rámci vysílání v období 15. 12. 2017 – 26. 1. 2018)
- **Aréna Jaromíra Soukupa** (vysílání 19. 12. 2017, 9. 1., 16. 1. a 23. 1. 2018)
- **Vlivní s Alex Mynářovou** (vysílání 19. 12. 2017, 16. 1. a 23. 1. 2018)
- **Kauzy Jaromíra Soukupa** (vysílání 20. 12. 2017, 10. 1., 17. 1. a 24. 1. 2018)
- **Týden s prezidentem** (vysílání 21. 12. 2017, 4. 1., 11. 1. a 18. 1. 2018)
- **Duel Jaromíra Soukupa** (vysílání 14. a 21. 12. 2017, 4. 1., 11. 1. a 18. 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 objektivizace, 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 vyhocenému střetu dvou či více stran a potřeba nezkreslených 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 nezkreslených (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 televizní 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, náповědi 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 odvysílaly. 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 obrazový 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, resp. obrazovou stopu, která je oddělena od předcházejícího a následujícího příspěvku.

Vzhledem k rozsahu vzorku, výrazným 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, která byla dána jak výraznými rozdíly v celkové stopáži jednotlivých pořadů, tak i jejich širokým žánrovým a formátovým spektrem, 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 roztrždit 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 objektivit, 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 vznikl. Speciální pozornost byla zaměřena především na problematiku týkající se dodržování kritérií žurnalistické objektivit. 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 software 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 obrazový 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 obrazovou stopu, která je oddělena 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 přikládané 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 v následujícím pořadí:

1) Pořady zpravodajské a publicistické:

- **Naše zprávy** (relevantní zpravodajské příspěvky v rámci vysílání v období 15. 12. 2017 – 26. 1. 2018)
- **Kauzy Jaromíra Soukupa** (vysílání 20. 12. 2017, 10. 1., 17. 1. a 24. 1. 2018)
- **Vlivní s Alex Minářovou** (vysílání 19. 12. 2017, 16. 1. a 23. 1. 2018)

2) Diskusní pořady s předvolební dramaturgií:

- **Aréna Jaromíra Soukupa** (vysílání 19. 12. 2017, 2. 1., 9. 1., 16. 1. a 23. 1. 2018)
- **Duel Jaromíra Soukupa** (vysílání 14. a 21. 12. 2017, 4. 1., 11. 1., 18. 1. a 22. 1. 2018)
- **Týden s prezidentem** (vysílání 21. 12. 2017, 4. 1., 11. 1. a 18. 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 Naše zprávy

Hlavní zpravodajská relace TV Barrandov byla ve sledovaném období vysílána každý den od 18:30. Stopáž pořadu se v jednotlivých dnech lišila, pohybovala se mezi 30 a 40 minutami.¹ Do analýzy vstoupilo 42 relací, 28 z období před prvním kolem voleb² a 14 z období před kolem druhým. V těchto vysíláních jsme identifikovali 87 relevantních příspěvků, 41 z období před prvním kolem a 46 z období před kolem druhým.

Před prvním kolem voleb z hlediska typu příspěvků převládaly kombinované příspěvky (71 %) nad čtenými zprávami (22 %) a reportážemi (7 %). Před druhým kolem se podíl kombinovaných příspěvků zvýšil (85 %), čtených zpráv bylo 11 %, reportáží a komentářů shodně 2 %.

Tabulka 1: Typy příspěvků (N = 87)

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
kombinovaný příspěvek	29	71 %	39	85 %	68	78 %
čtená zpráva	9	22 %	5	11 %	14	16 %
reportáž	3	7 %	1	2 %	4	5 %
komentář a analýza			1	2 %	1	1 %
celkem	41	100 %	46	100 %	87	100 %

3.1.1.1 Pozice volební agendy

Před prvním kolem voleb byla v relevantních příspěvcích výrazně zastoupena mimovolební agenda (42 %). Tyto příspěvky tematizovaly různé aktivity Miloše Zemana – kroky při vzniku vlády Andreje Babiše, omilostnění Jiřího Kajínka, vánoční projev a podobně. V necelé polovině relevantních příspěvků měla volební agenda status hlavního tématu (44 %), ve 12 % tématu vedlejšího a ve 2 % zmínky.

Před druhým kolem voleb se prioritizace volební agendy zvýšila, v téměř dvou třetinách relevantních příspěvků tvořila hlavní téma (65 %), podíl mimovolební agendy ve srovnání s prvním kolem poklesl (20 %).

¹ Specifikem zpravodajské relace TV Barrandov bylo zařazování různých rubrik. Šlo např. o rubriku Pomáháme, ve které se redaktoři zabývají případem konkrétní osoby v nouzi. Obdobnou formou bylo v rubrice Cizincem v Česku představeno, jak se žije konkrétnímu cizinci v České republice. Součástí zpravodajské relace byly například i rubriky, které se zabývaly kriminalitou, neobvyklými koníčky, pomocí psům nebo videi na sociálních sítích. Objevily se i upoutávky na pořady televize Barrandov. Vždy po zpravodajské relaci následovala předpověď počasí a pořad Rada za všechny prachy, představující kulinářské nebo kutilské tipy. Vzhledem k hlavnímu tématu pořadu Rada za všechny prachy nebyl tento formát do analýzy a do celkové stopáže relace zařazen.

² Zpravodajská relace nebyla vysílána 24. 12. 2017.

Tabulka č. 2: Pozice tématu prezidentských voleb v relevantních příspěvcích (N = 87)

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
hlavní téma	18	44 %	30	65 %	48	55 %
vedlejší téma	5	12 %	3	7 %	8	9 %
zmínka	1	2 %	4	9 %	5	6 %
volby nejsou tématem	17	42 %	9	20 %	26	30 %
celkem	41	100 %	46	100 %	87	100 %

Prostor, který byl na obrazovkách TV Barrandov poskytnut jednotlivým kandidátům, byl před oběma koly výrazně vychýlen ve prospěch Miloše Zemana. Před prvním kolem se ke slovu dostali pouze 4 z celkem 9 kandidátů, stopáž promluv Miloše Zemana (generovaná především záznamy z jeho promluv z pořadu Týden s prezidentem) přitom dosáhla téměř 7,5 minuty, druhý v pořadí Michal Horáček hovořil pouze 16 sekund. Obdobně tomu bylo před druhým kolem voleb – zatímco úhrnná stopáž promluv Miloše Zemana přesáhla 5 minut, druhý z finalistů Jiří Drahoš hovořil pouze 32 vteřin. Dále se ke slovu dostali již pouze Michal Horáček a Pavel Fischer.

Je tedy nutno konstatovat, že z hlediska tohoto indikátoru byl přístup TV Barrandov k jednotlivým kandidátům nevyvážený. Promluvy Miloše Zemana před prvním kolem volby představovaly 92 % úhrnné stopáže promluv všech kandidátů, před druhým kolem 86 %. Takto zásadní disproporci nepovažujeme za vysvětlitelnou specifickým postavením úřadujícího prezidenta obhajujícího svůj mandát.

Tabulka 3: Počet promluv jednotlivých kandidátů, celková stopáž a průměrná délka promluvy

	1. kolo			2. kolo			celkem		
	počet promluv	celková stopáž promluv	průměrná délka promluvy	počet promluv	celková stopáž promluv	průměrná délka promluvy	počet promluv	celková stopáž promluv	průměrná délka promluvy
Zeman	14	7 min 27 s	32 s	7	5 min 12 s	45 s	21	12 min 39 s	36 s
Drahoš	1	11 s	11 s	3	32 s	11 s	4	43 s	11 s
Horáček	1	16 s	16 s	1	12 s	12 s	2	28 s	14 s
Topolánek	1	11 s	11 s	0			1	11 s	11 s
Fischer	0			1	8 s	8 s	1	8 s	8 s
Hynek	0			0			0		
Hannig	0			0			0		
Kulhánek	0			0			0		
Hilšer	0			0			0		

Zastoupení externích mluvčích bylo ve srovnání se zpravodajskými relacemi jiných stanic omezenější. Stejnou měrou byli zastoupeni politici, reprezentanti státních institucí a experti.

Tabulka 4: Externí mluvčí v Našich zprávách

jméno mluvčího	organizace, afiliace	jméno mluvčího	organizace, afiliace
novináři a zástupci televize			
Jakub Kvasnička	zástupce šéfredaktora Týdne	Jaromír Soukup	generální ředitel TV Barrandov
politici			
Andrej Babiš	premiér, ANO	Miroslav Kalousek	předseda posl. klubu TOP 09
Ivan Bartoš	předseda České pirátské strany	Václav Klaus	bývalý prezident
Pavel Bělobrádek	předseda KDU-ČSL	Zdeněk Křivánek	starosta městyse Nové Veselí
Miroslav Brabec	starosta MO Plzeň 1, ČSSD	Tomio Okamura	předseda hnutí SPD
Dominik Feri	poslanec, TOP 09	Alena Schillerová	ministerně financí v demisi
Vojtěch Filip	předseda KSČM		
reprezentanti institucí, státní úředníci			
Martin Hakauf	vedoucí oddělení styku s veřejností, Pražský hrad	Jiří Ovčáček	tiskový mluvčí prezidenta republiky
Veronika Hokrová	tisková mluvčí Policie Plzeň	Klára Pěkníková	mluvčí ministerstva vnitra
Tomáš Hulan	mluvčí Policie ČR	Irena Valenová	mluvčí ministerstva zahraničí
Petr Kroupa	ředitel Odboru památkové péče Kanceláře prezidenta republiky	Jan Vaněk	předseda Fondu ohrožených dětí
Lucie Mádlová	ředitelka Asociace společenské odpovědnosti	Marek Zeman	ředitel odboru komunikace ČNB
Jaroslav Olša	velvyslanec ČR na Filipínách		
experti			
Jiří Belda	klíčník korunovačních klenotů, šperkař, restaurátor	Ladislav Mrklas	politolog, prorektor VŠ CEVRO
Kateřina Cajthamlová	Psycholožka	Lukáš Řezníček	Sochař
Radek David	Šéfkuchař	Jan Soukup	Architekt
Jan Kubáček	Politolog	Andor Šándor	bezpečnostní expert
Petr Lukeš	prezident asociace vizážistů	Petr Šrain	mluvčí sázkové kanceláře
manželky a partnerky kandidátů			
Bohumila Bračiková	partnerka Vratislava Kulhánka	Michaela Hořejší Horáčková	manželka Michala Horáčka
Eva Drahošová	manželka Jiřího Drahoše	Eliška Hynková	manželka Jiřího Hynka
Klára Fischerová	manželka Pavla Fischera	Lucie Talmanová	manželka Mirka Topolánka
Monika Hilšerová	manželka Marka Hilšera		
ostatní			
Stanley Bradley	věštec, vizionář, spisovatel	Zdeněk Svěrák	dramatik, herec
Petr Janda	Zpěvák	Milan Šteindler	Herec
Jiří Kajínek	odsouzený vrah omilostněný M. Zemanem		

3.1.1.2 Reference o kandidátech

Jestliže jsme v distribuci stopáže věnované promluvám jednotlivých kandidátů konstatovali výraznou nevyváženost ve prospěch Miloše Zemana, u distribuce všech výpovědí o kandidátech se obdobně zásadní rozdíly neobjevují. Před prvním kolem voleb byla nadpoloviční většina referencí navázána na Miloše Zemana (56 %), s ostatními osmi kandidáty bylo spojeno 3 – 8 %. Vzhledem k jeho roli úřadujícího prezidenta a také s ohledem na to, že nikdo z ostatních kandidátů nebyl ve zpravodajství zcela opomenut, nepovažujeme toto rozložení za problematické.

Před druhým kolem voleb se největší pozornosti logicky dostalo oběma finalistům (Miloš Zeman 52 %, Jiří Drahoš 35 %), ostatním kandidátům bylo věnováno 1 – 5 % výpovědí. I toto rozložení referencí pokládáme z čistě kvantitativního hlediska za odpovídající pozici, kterou jednotlivé kandidující osobnosti v období mezi oběma koly voleb měly.

Tabulka 5: Počet referencí o jednotlivých kandidátech (N = 311)

	1. kolo		2. kolo		Celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
Zeman	67	56 %	99	52 %	166	53 %
Drahoš	10	8 %	66	35 %	76	24 %
Horáček	10	8 %	6	3 %	16	5 %
Fischer	6	5 %	10	5 %	16	5 %
Topolánek	7	6 %	4	2 %	11	4 %
Hilšer	6	5 %	2	1 %	8	3 %
Hynek	5	4 %	1	1 %	6	2 %
Hannig	4	3 %	2	1 %	6	2 %
Kulhánek	5	4 %	1	1 %	6	2 %
celkem	120	100 %	191	100 %	311	100 %

Mediální obraz většiny kandidátů byl před prvním kolem voleb vytvářen především v rámci jejich *profesních a osobnostních kompetencí*. Výjimku představoval Miloš Zeman, u nějž vzhledem ke zpravodajskému pokrývání výkonu prezidentské funkce převažoval *rámec konkrétních kroků*.

Před druhým kolem voleb je účelné především porovnat rámování mediálního obrazu obou postoupivších kandidátů, k nimž se podařilo shromáždit dostatek referencí. U Miloše Zemana převažuje rávec konkrétních kroků kandidáta (57 %), což je dáno referencemi o výkonu jeho funkce, reprodukcí vyjádření, k nimž dostal prostor v pořadu Týden s prezidentem nebo retrospektivou některých jeho aktivit v minulosti. U Jiřího Drahoše převládá rávec osobnostních a profesních kompetencí (68 %), syčený zejména vyjádřeními podpory, kterých se Drahošovi dostalo od protikandidátů i jiných osobností.

Tabulka 6: Typy referencí o kandidátech (N = 311)

		program kandidáta		konkrétní kroky kandidáta		profesní, osobnostní kompetence kandidáta		celkem	
		počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
1. kolo	Zeman	4	6 %	49	73 %	14	21 %	67	100 %
	Horáček			3	30 %	7	70 %	10	100 %
	Drahoš			5	50 %	5	50 %	10	100 %
	Topolánek			2	29 %	5	71 %	7	100 %
	Fischer			2	33 %	4	67 %	6	100 %
	Hilšer			2	33 %	4	67 %	6	100 %
	Hynek			1	20 %	4	80 %	5	100 %
	Kulhánek			1	20 %	4	80 %	5	100 %
	Hannig			2	50 %	2	50 %	4	100 %
	<i>celkem</i>	<i>4</i>	<i>3 %</i>	<i>67</i>	<i>56 %</i>	<i>49</i>	<i>41 %</i>	<i>120</i>	<i>100 %</i>
2. kolo	Zeman	1	1 %	56	57 %	42	42 %	99	100 %
	Drahoš			21	32 %	45	68 %	66	100 %
	Fischer			3	30 %	7	70 %	10	100 %
	Horáček			3	50 %	3	50 %	6	100 %
	Topolánek			3	75 %	1	25 %	4	100 %
	Hannig					2	100 %	2	100 %
	Hilšer			1	50 %	1	50 %	2	100 %
	Hynek					1	100 %	1	100 %
	Kulhánek					1	100 %	1	100 %
	<i>celkem</i>	<i>1</i>	<i>1 %</i>	<i>87</i>	<i>46 %</i>	<i>103</i>	<i>54 %</i>	<i>191</i>	<i>100 %</i>

Převážná část referencí vzešlých z příspěvků vysílaných před 1. kolem voleb má vůči kandidátům nehodnotící vyznění (75 %). V podílu referencí s pozitivním hodnocením nejsou mezi kandidáty zásadní rozdíly, negativní valenci nalezneme u Jiřího Drahoše (20 % - kritika málo aktivního vystupování a údajného opisování z facebookového profilu Michala Horáčka) a u Miloše Zemana (13 % - kritika chování vůči premiéru Sobotkovi, připomenutí kauzy Peroutka, nestandardní chování u korunovačních klenotů v roce 2013 apod.).

Rovněž před druhým kolem voleb převažovaly reference s neutrálním hodnotícím vyzněním (47 %). U Jiřího Drahoše byly oproti Miloši Zemanovi častěji přítomny výpovědi s pozitivní hodnotící valencí (59 % vs. 30 %). Jejich obsahovou agendu tvořila zejména mediální reprezentace podpory, jíž se z různých stran Drahošovi dostávalo.

Tabulka 7: Hodnotící aspekt výpovědí o kandidátech (N = 311)

		neutrální		pozitivní		negativní		celkem	
		počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
1. kolo	Zeman	49	73 %	9	13 %	9	13 %	67	100 %
	Horáček	8	80 %	2	20 %			10	100 %
	Drahoš	6	60 %	2	20 %	2	20 %	10	100 %
	Topolánek	6	86 %	1	14 %			7	100 %
	Fischer	5	83 %	1	17 %			6	100 %
	Hilšer	5	83 %	1	17 %			6	100 %
	Hynek	4	80 %	1	20 %			5	100 %
	Kulhánek	4	80 %	1	20 %			5	100 %
	Hannig	3	75 %	1	25 %			4	100 %
	<i>celkem</i>	90	75 %	19	16 %	11	9 %	120	100 %
2. kolo	Zeman	60	61 %	30	30 %	9	9 %	99	100 %
	Drahoš	19	29 %	39	59 %	8	12 %	66	100 %
	Fischer	4	40 %	6	60 %			10	100 %
	Horáček	5	83 %	1	17 %			6	100 %
	Topolánek	1	25 %	1	25 %	2	50 %	4	100 %
	Hannig			1	50 %	1	50 %	2	100 %
	Hilšer	1	50 %	1	50 %			2	100 %
	Hynek					1	100 %	1	100 %
	Kulhánek					1	100 %	1	100 %
	<i>celkem</i>	90	47 %	79	41 %	22	12 %	191	100 %

Vzhledem k menšímu počtu referencí, které se nám podařilo u převážné většiny kandidátů nashromáždit, neanalyzujeme rámování mediálního obrazu kandidátů optikou obsahové agendy těchto referencí.

KVALITATIVNÍ ANALÝZA

Z hlediska kvalitativní analýzy považujeme za zásadní problém zpravodajské relace TV Barrandov již zmíněné zařazování vstupů z pořadu Týden s prezidentem (a v jednom případě rovněž Duel Jaromíra Soukupa). Miloš Zeman na rozdíl od ostatních kandidátů získal ve zpravodajské relaci vedle prostoru pro prezentaci svých názorů na vnitropolitická témata také příležitost pro představení volebního programu³ a pro obhajobu stylu vedení své předvolební kampaně⁴. V jednom případě Zeman tento prostor využil k přímé defavorizaci ostatních osmi kandidátů a k reprezentaci vlastní verze volebního souboje jako útoku všech ostatních kandidátů na jeho osobu⁵. Interpretace voleb jako utkání stávajícího prezidenta

³ V relaci ze 4. 1. hovořil Miloš Zeman o změně ve způsobu výkonu prezidentské funkce v případě znovuzvolení a o svých základních předvolebních tématech, 24. 1. vysvětloval důležitost řešení problému migrace.

⁴ Ve vysílání z 18. 1. vysvětloval neúčast v předvolebních debatách před 1. kolem voleb, o den později představil svou verzi okolností vylepení předvolebních billboardů.

⁵ „Když jste se na to podíval, no tak těch osm kandidátů tam sedělo jako holubi na hřadě, jo, a v podstatě neřekli, kromě invektiv na moji adresu, opravdu nic nového. A pokud odpovídali na otázku moderátora, jako co si myslí o tom či onom, tak já jsem na podobné otázky za těch pět let odpovídal desetkrát, tak bych se jenom opakoval“. (18. 1. 2018, čas 13:02)

s ostatními kandidáty, sugerující jeho výjimečnost mezi dalšími uchazeči, byla posílena i způsobem dotazování moderátora Týdne s prezidentem Jaromíra Soukupa: „*První přímo volený prezident bude obhajovat svůj mandát. Co byste vzkázal voličům?*“ (11. 1. 2018, čas 16:05)

Prostor pro promluvy Miloše Zemana v Našich zprávách se zvětšil i díky tomu, že informace o vysílání Týdne s prezidentem zazněla ve sledovaném období ve zpravodajských relacích dvakrát - poprvé ve čtvrtek v den vysílání, podruhé o den později. Protože byl Týden s prezidentem předtočen, mohla obě vysílání Našich zpráv obsahovat různé promluvy Miloše Zemana.

Z méně závažných opakujících se problémů můžeme zmínit odkazování na nespécifikované výzkumy veřejného mínění („podle průzkumů nejsilnější soupeř“, „naplnily se optimistické odhady“) nebo všeobecná generalizující tvrzení („výsledky nikoho příliš nepřekvapily“).

Níže uvedená tabulka shrnuje další pochybení identifikovaná ve zpravodajských relacích kvalitativní analýzou. Je zřejmé, že v převážné většině případů šlo opět o favorizaci Miloše Zemana (nebo Zemana s několika dalšími kandidáty), často kombinovanou s defavorizací Jiřího Drahoše.

Tabulka 8: Problémy identifikované kvalitativní analýzou

datum vysílání	čas na záznamu	citace	popis chyby, problému
20. 12. 2017	8:18	<i>"Opisoval prezidentský kandidát od svého konkurenta?"</i>	V úvodu zprávy položí redaktorka sugestivní otázku , která navozuje dojem, že Jiří Drahoš osobně převzal text z facebookového profilu M. Horáčka. Vzápětí je ovšem celá situace korigována vyjádřením mluvčí J. Drahoše, která za viníka označila externího spolupracovníka Drahošova týmu.
31. 12. 2017	14:45	<i>„Nejdřív chtěl premiér Sobotka podat demisi vlády, aby se zbavil ministra financí Andreje Babiše. Jenomže prezident Miloš Zeman se ho pokusil převést a zbavit se naopak Sobotky. Jejich společné vystoupení na Hradě nemělo obdoby. Dramatická výměna mezi dvěma nejmocnějšími muži republiky skončila odchodem Babiše z vlády. Krize ale trvala celý květen.“</i>	Zavadějící popis návštěvy premiéra Sobotky na Pražském hradě. Slovní spojení "společné vystoupení" nebo "dramatická výměna" nepovažujeme za adekvátní pro popis formálního setkání dvou vysokých ústavních činitelů. Text navíc sugeruje dojem , že oba aktéři se na celkovém vyznění situace podíleli rovnoměrně, což neodpovídá realitě - hybatelem událostí byl především Miloš Zeman.
3. 1. 2018	9:30	<i>„Prezidentští kandidáti dostali také volební čísla, s kterými budou za pár dní bojovat o naše hlasy. Stávající prezident Miloš Zeman bude mít na volebním lístku číslo 7. Jiří Drahoš číslo 9 a třeba Michal Horáček bude mít dvojku.“</i>	Neodůvodněná favorizace tří prezidentských kandidátů v reporáži o číslech, která byla přidělena jednotlivým kandidátům. Na obrazovce se objevuje všech devět jmen s příslušnými čísly, redaktor ovšem nahlas uvede pouze čísla Miloše Zemana, Jiřího Drahoše a Michala Horáčka (v tomto pořadí). Výběr těchto tří jmen není nijak odůvodněn. Může tak vzniknout dojem že se jedná o relevantnější skupinu kandidátů oproti

datum vysílání	čas na záznamu	citace	popis chyby, problému
			ostatním.
11. 1. 2018	15:46	<i>"Za pár hodin půjdou Češi k urnám volit hlavu státu. Co voličům vzkázal současný prezident? Bude i nadále podporovat premiéra Andreje Babiše a četl zprávu OLAF? I to dnes zazní v pořadu Týden s prezidentem."</i>	Výrazná favorizace Miloše Zemana v příspěvku o blížících se prezidentských volbách, hned v úvodu příspěvku následuje promluva M. Zemana z pořadu Týden s prezidentem. Prezident tak vedle prostoru pro vyjádření svých názorů získává status relevantnějšího kandidáta oproti osmi ostatním.
12. 1. 2018	2:51		Favorizace čtyř prezidentských kandidátů (Zeman, Drahoš, Topolánek, Horáček), u nichž byla odvysílána reportáž z průběhu jejich volby, dostali navíc možnost krátce vyjádřit své názory.
	2:51	<i>„Ano i přes incident prezident Miloš Zeman řádně odvolil. Ze všech kandidátů přišel k urně jako jeden z prvních. Jeho podle průzkumů nejsilnější soupeř, Jiří Drahoš, volil v hasičárně.“</i>	Defavorizující vyznění měl poukaz na místo, kde volil Jiří Drahoš. Inkriminovaná věta působila v kontextu příspěvku nadbytečně až absurdně.
13. 1. 2018	3:15	<i>„Protože Miloš Zeman v prvním kole nezískal nadpoloviční počet hlasů, má Jiří Drahoš stále ještě šanci ho porazit</i>	Favorizace Miloše Zemana - informace o výsledcích prvního kola je formulována tak, jako by vítězství Miloše Zemana bylo očekávaným a předpokládaným faktem.
	7:40	<i>„Skoro dva miliony lidí hodily svůj hlas Miloši Zemanovi. Já jenom připomenu, že oproti roku 2013 si polepsil o více jak 600 tisíc hlasů.“</i>	Moderátor se dopustil faktické nepřesnosti při porovnávání počtu hlasů, které Miloš Zeman získal v prvních kolech voleb v letech 2013 a 2018. Rozdíl ve skutečnosti činí přibližně 740 000 hlasů.
17. 1. 2018	9:08	<i>"Je to nedůstojné a za hranicí chápání slušných lidí. Tak hovoří Plzeňané o billboardu Miloše Zemana, který poškodil neznámý vandal."</i>	Reportáž o poškození billboardu Miloše Zemana možný dopad tohoto kroku neúměrně zveličuje .
	9:41	<i>„Myslíte, že to byl náhodný vandal nebo nějaká protikampaň?“</i>	Styl kladení otázek kolemjdoucím navíc neopodstatněně sugeruje myšlenku , že by mohlo jít o antikampaň proti Miloši Zemanovi.
25. 1. 2018	19:34	<i>„Pan nevím, suchar, vědátor z Prahy odtržený od života běžných lidí. I takové odsudky padají na hlavu prezidentského kandidáta Jiřího Drahoše. Je však opravdu takový a co má za sebou? Kdo ho podporuje? A má šanci uspět?“</i>	Defavorizace Jiřího Drahoše v příspěvku který mapoval jeho osobní a profesní život. V úvodu příspěvku redaktor cituje negativní předzívky a nařčení, kterých se Drahošovi v průběhu kampaně dostalo.

3.1.2 Kauzy Jaromíra Soukupa

Kauzy Jaromíra Soukupa jsou publicistickým pořadem TV Barrandov, v němž moderátor podrobně rozebírá detaily aktuálních či nedávných právních případů a afér. Pořad je vysílán jednou týdně ve středu, stopáž přesahuje jednu hodinu. Do sledovaného období spadala čtyři vysílání tohoto pořadu, dvě z období před prvním kolem voleb a dvě před druhým.

Sledovaná agenda byla před oběma koly voleb v pořadu kauzy Jaromíra Soukupa zastoupena zcela okrajově. S jedinou výjimkou byla přítomna pouze v několikavteřinových upoutávkách na různé pořady TV Barrandov (Týden s prezidentem, Duel Jaromíra Soukupa a Duel Jaromíra Soukupa – prezidentský speciál). Zmíněnou výjimku představovalo vysílání ze 17. 1. 2018 (tedy před druhým kolem voleb) věnované kauze soudce Ondřeje Havlína a trestné činnosti soudců a státních zástupců. Moderátor se zmínil o povolení, které Policie ČR získala od prezidenta Zemana ke stíhání jednoho ze soudců obviněných v souvislosti s vyšetřováním tzv. konkurzní mafie. Informace o jednotlivých vysíláních pořadu ve sledovaném období a o přítomnosti sledované agendy shrnuje následující tabulka.

Tabulka 9: Témata Kauz Jaromíra Soukupa a výskyt sledované agendy

	datum vysílání	téma	výskyt sledované agendy
1. kolo	20. 12. 2018	zneužívání dotací a investičních pobídek, ROP Severozápad	1x upoutávka na pořad Týden s prezidentem (v mimovolebním kontextu)
	10. 1. 2018	reorganizace policie, kauza soudce Ondřeje Havlína	v upoutávce na pořad Duel Jaromíra Soukupa s Tomiem Okamurou zmíněno konání 1. kola prezidentských voleb ⁶ 1x upoutávka na pořad Týden s prezidentem (v mimovolebním kontextu)
2. kolo	17. 1. 2018	kauza soudce Ondřeje Havlína, trestná činnost soudců	2x upoutávka na pořad Duel Jaromíra Soukupa - prezidentský speciál
			1x upoutávka na pořad Týden s prezidentem (v mimovolebním kontextu) zmíněno povolení Policii ČR od prezidenta Zemana ke stíhání jednoho ze soudců v souvislosti s kauzou tzv. konkurzní mafie
	24. 1. 2018	ROP Severozápad	2x upoutávka na reprízu pořadu Duel Jaromíra Soukupa - prezidentský speciál v upoutávce na pořad Duel Jaromíra Soukupa s Jaroslavem Faltýnkem tematizován postoj ANO k novému prezidentovi ⁷

3.1.3 Vlivní s Alex Mynářovou

Vlivní s Alex Mynářovou je pořad tvořený rozhovory moderátorky s osobnostmi z politiky, veřejné sféry, kultury a sportu. Po krátkém úvodním slově Alex Mynářové následuje rozhovor s hostem, pořad uzavírá závěrečné slovo moderátorky.

Ve sledovaném období byl pořad vysílán jednou týdně v úterý, celková stopáž činila 40 – 50 minut. Analyzovali jsme celkem tři vysílání pořadu, jedno z období před 1. kolem volby a dvě

⁶ „Během vysílání Duelu Jaromíra Soukupa nás budou od prvního kola voleb dělit už jen hodiny.“

⁷ „Generální ředitel Televize Barrandov Jaromír Soukup se druhého nejvýznamnějšího muže ANO bude ptát na to, jak se vítěz parlamentních voleb postaví k prezidentským volbám, jakou zvolí strategii pro vyjednávání o nové vládě a co konkrétního chystá ANO 2011 pro lidi.“

z období před kolem druhým. Vysílání ze 16. 1. 2018 se svou strukturou lišilo, šlo o sestřih vybraných momentů z dříve odvysílaných rozhovorů.

Analyzovanou agendu pořad tematizoval v rozhovoru s režisérem Zdeňkem Troškou ve vysílání z 19. 12. 2017. Host odpovídal na otázky moderátorky týkající se státního vyznamenání, které mu bylo 28. 10. 2017 uděleno prezidentem Zemanem. Tato pasáž rozhovoru byla uvedena krátkým záběrem na Zemana a Trošku při udělování medaile za zásluhy. Režisér v rozhovoru nejprve reflektoval svoje pocity ve chvíli, kdy se o udělení státního vyznamenání dozvěděl, krátce se zmínil o průběhu ceremoniálu a hovořil také o pozitivních a negativních reakcích, které na své ocenění zaznamenal. Na dotaz moderátorky⁸ se důrazně negativně vymezil vůči jiným oceněným, kteří vyznamenání odmítli převzít kvůli názorovému nesouhlasu s předávajícím prezidentem (aniž by moderátorka nebo host některého prezidenta jmenovali). Argumentoval nutností oddělovat světy umění a politiky a také vyjádřil přesvědčení, že ocenění získal zprostředkovaně od svých diváků a příznivců, kteří jeho jméno prezidentovi k vyznamenání navrhli. Pasáž rozhovoru věnovaná tomuto tématu trvala přibližně 3 minuty.

Prezidentská agenda byla ve zkoumaných vysíláních pořadu přítomna rovněž prostřednictvím krátkých upoutávek na jiné pořady TV Barrandov, které se této agendě věnovaly.⁹

Tabulka 10: Přehled reportáží odvysílaných ve sledovaném období v pořadu Vlivní s Alex Mynářovou

	datum	jméno hosta, afiliace	celková stopáž pořadu bez reklamních bloků
1. kolo	19. 12. 2017	Zdeněk Troška, režisér	29 m 21 s
2. kolo	16. 1. 2018	Michal Lukeš, ředitel Národního muzea	40 m 25 s
		Jakub Michálek, Česká pirátská strana	
		Jan Burian, ředitel Národního divadla	
		Petr Dohnal, generální ředitel Vězeňské služby	
		Jiří Kejval, předseda ČOV	
		Ivo Valenta, senátor	
		Miroslav Černoušek, sportovní manažer	
	Zdeněk Troška, režisér		
	23. 1. 2018	René Zavoral, generální ředitel Českého rozhlasu	40 m 39 s

⁸ „Byl by nějaký prezident, od kterého byste tu medaili nepřijal? Nebo jste ten člověk, který se jakoby povznese nad to, že třeba s některým politikem řekněme nesouhlasí a vnímá to tak, že mu to udělují právě lidé?“

⁹ Ve vysílání ze 16. 1. 2018 se dvakrát objevila upoutávka na pořad Týden s prezidentem, ve vysílání z 23. 1. 2018 se jednou vyskytla upoutávka na pořad Duel Jaromíra Soukupa – prezidentský speciál.

3.1.4 Zpravodajství a publicistika – shrnutí

Sledovaná agenda byla ve zpravodajské relaci TV Barrandov Naše zprávy přítomna před oběma koly prezidentských voleb. Zatímco před prvním kolem voleb tematizovala velká část relevantních příspěvků aktivity úřadujícího prezidenta Miloše Zemana v mimovolebním kontextu (42 %), před druhým kolem již výrazně převládala agenda prezidentských voleb (80 %).

Zatímco celkovou kvantitativní distribuci referencí o jednotlivých kandidátech před 1. i 2. kolem pokládáme za vysvětlitelné objektivně existujícími rozdíly mezi jednotlivými kandidáty, rozdíly ve stopážích jejich promluv v Našich zprávách pokládáme za natolik zásadní, že indikují narušení vyváženého přístupu k uchazečům o nejvyšší ústavní funkci. TV Barrandov v tomto kritériu výrazně zvýhodnila úřadujícího prezidenta Miloše Zemana, zejména díky zařazení řady pasáží z pořadu Týden s prezidentem do zpravodajských relací. Promluvy Miloše Zemana před prvním kolem volby tak představovaly 92 % úhrnné stopáže promluv všech kandidátů, před druhým kolem 86 %.

Další kvantitativní indikátory, tj. typy referencí využitých pro rámování mediálního obrazu jednotlivých kandidátů a podíly referencí s pozitivní či negativní valencí sytících tento obraz již neindikují výraznější narušení vyváženého přístupu k jednotlivým osobnostem.

Kvalitativní analýza naopak ve zpravodajských relacích před oběma koly voleb identifikovala celou řadu pochybení. V převážné většině případů šlo o různé typy favorizace Miloše Zemana (nebo Zemana spolu s několika dalšími kandidáty), generované zejména zařazováním ukázek z pořadu Týden s prezidentem.

V publicistických pořadech Vlivní s Alex Mynářovou a Kauzy Jaromíra Soukupa byla sledovaná agenda reprezentována pouze okrajově, především prostřednictvím řady upoutávek na jiné pořady TV Barrandov (Týden s prezidentem, Duel Jaromíra Soukupa nebo Duel Jaromíra Soukupa – prezidentský speciál).

3.2 Diskuzní pořady s předvolební dramaturgií

V následující části se věnujeme diskuzním pořadům TV Barrandov. Postupně budou zpracovány následující pořady: Aréna Jaromíra Soukupa, Duel Jaromíra Soukupa a Týden s prezidentem.

S ohledem na specifický formát pořadů, kombinující různé typy mluvčích ve vztahu k prezidentským volbám (kandidáty i nekandující politiky či úředníky), využíváme pro posouzení objektivitu a vyváženosti určeného vysílání dva analytické přístupy. V debatách, ve kterých byli hosty prezidentští kandidáti, prostřednictvím analytického schématu pro diskuzní pořady sledujeme prostor, který prezidentští kandidáti ve vysílání získali, a nestrannost a výkon moderátora ve vztahu k mluvčím – kandidátům. Ve vysíláních bez účasti některého z prezidentských kandidátů pak zkoumáme valenční strukturu promluv o prezidentských kandidátech jak ze strany moderátora, tak ze strany dalších mluvčích, kteří v pořadu vystoupili.

3.2.1 Aréna Jaromíra Soukupa

Pořad, ve kterém hlavní úlohu hraje to, co trápí a zajímá diváky televize Barrandov. Jedná se o diskuzní pořad, v němž pozvaní hosté odpovídají na dotazy moderátora a diváků.

Pořad je vysílán živě každé úterý od 21:25 hodin, čistá stopáž pořadu (bez reklamních bloků) se pohybuje kolem 80 minut. Pořad moderuje Jaromír Soukup.

Předmětem analýzy je vysílání pořadu v období od 15. 12. 2017 do 26. 1. 2018. Celkem bylo v zadaném časovém rámci odvysíláno 5 vydání pořadu, vysílání z 19. 12. 2017, 2. a 9. 1. 2018 spadají do období před 1. kolem prezidentských voleb, zbylá dvě vysílání z 16. a 23. 1. spadají do období před 2. kolem prezidentských voleb.

Tabulka 11: Datum vysílání a hosté pořadu

referenční období	datum vysílání	host	afiliace
1. kolo voleb	19. 12. 2017	Jiří Drahoš	kandidát na prezidenta republiky
	2. 1. 2018	Michal Horáček	kandidát na prezidenta republiky
		Petr Hájek	bývalý tiskový mluvčí Václava Klause
		Jiří Ovčáček	mluvčí prezidenta Miloše Zemana
	9. 1. 2018	Andrej Babiš	ANO
		Aleš Gerloch	právník, PrF UK
2. kolo voleb	16. 1. 2018	Radek Vondráček	ANO
		Václav Klaus mladší	ODS
		Tomio Okamura	SPD
		Jaroslav Foldyna	ČSSD
	23. 1. 2018	Andrej Babiš	ANO

3.2.1.1 Debaty s účastí prezidentských kandidátů

V určeném vysílání před 1. kolem prezidentských voleb vystoupili v pořadu pouze dva prezidentští kandidáti – Jiří Drahoš (19. 12.) a Michal Horáček ve speciálním vysílání pořadu z 2. 1. 2018, koncipovaném jako předvolební debata před 1. kolem voleb. Zhodnotíme-li strukturu mluvčích optikou prezidentských voleb, je určené vysílání z hlediska zastoupení prezidentských kandidátů nevyvážené.

Samotný moderátor se k výběru hostů do pořadu vyjádřil způsobem, ze kterého nevyplývá snaha o poskytnutí prostoru všem kandidátům v pořadu¹⁰, nejasná jsou i kritéria výběru hostů do vysílání z 2. 1. Moderátor v úvodu debaty z 2. 1. uvedl, že byli pozváni kandidáti, které označil za *vážné* (Miloš Zeman, Jiří Drahoš, Michal Horáček, Mirek Topolánek), přičemž místo Miloše Zemana, který avizoval, že se debat účastnit nebude, pozval jeho mluvčího, Jiřího Ovčáčka. Výběrové kritérium „vážnosti“ není nijak blíže specifikováno, pouze vágním odkazem na průzkumy.¹¹

Z hlediska struktury hostů tak vzniká podezření, že v rámci určeného vysílání před 1. kolem prezidentských voleb nebyl kandidátům umožněn srovnatelný přístup do vysílání, čímž mohlo dojít ke znevýhodnění kandidátů, kteří se v určeném vysílání pořadu neobjevili, respektive nebyli do vysílání pozváni. Netransparentní způsob výběru kandidátů do vysílání a výslednou nerovnováhu v zastoupení kandidujících osobností ve zkoumaném vysílání lze chápat jako možné porušení zásad objektivit a vyváženosti dle odstavce 2 a 3, § 31 zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání.

Podíváme-li se blíže na základní kvantitativní ukazatele vztahující se k prezidentským kandidátům, kteří ve zkoumaném vysílání vystoupili, pak Jiří Drahoš hovořil 32 minut, Michal Horáček pak ve vysílání s dalšími dvěma účastníky diskutoval 19 minut. Menší prostor poskytnutý Michalu Horáčkovi je dán skutečností, že vysílací čas v debatě, koncipované jako předvolební speciál, sdílel s dalšími dvěma účastníky.

Za povšimnutí stojí velmi krátká průměrná délka odpovědí u Jiřího Drahoše (13 s.). Ta je vysvětlitelná několika faktory. Jednak úspornějším stylem vyjadřování samotného kandidáta a také vysokým počtem obdržení dotazů. Ten souvisí s dramaturgií pořadu i způsobem moderace. Jiří Drahoš obdržel množství otázek anketního typu, respektive dotazů s očekávanou jednoslovnou či velmi krátkou odpovědí (znalost představitelů státu dle předkládaných fotografií, umístování osobností na magnetické tabule, jak by se zachoval v pozici prezidenta v určitých situacích s odpovědí – ano – ne). Moderátor pojal svou roli aktivním způsobem, kladl velké množství dotazů, kvalitativní monitoring debaty však také ukázal, že opakovaně vstupoval do řeči kandidáta s cílem urychlit jeho odpovědi¹².

¹⁰ „Stejně jako u dalších našich pořadů i do ní si zvu hosty já. A všichni ti internetoví hrdinové mají smůlu, protože mně do výběru hostů nemůže nikdo zasahovat. (J. Soukup, 2. 1. 2018, čas: 2:20)

¹¹ „Nyní známe profily všech kandidátů, kterým dávají průzkumy reálnou možnost pozlobit Miloše Zemana. Toho vám představovat už nemusím... toliko k hostům, které jsem pozval do dnešní Arény. Chybí nám bohužel pan Topolánek a pan Drahoš, kterým se zase nelíbí pan Ovčáček.“ (čas: 12:05)

¹² Podobný způsob moderace jsme zaznamenali v Duelu Jaromíra Soukupa ze 14. 12. s Mirkem Topolánkem.

Tabulka 12: Stopáž promluv kandidátů, celková a průměrná stopáž odpovědí

kandidát	celková stopáž diskuze	celková stopáž promluv kandidáta	počet dotazů	průměrná délka odpovědí
Jiří Drahoš	1 h 20 min 40 s	32 min 6 s	147	13 s
Michal Horáček	1 h 24 min 6 s	19 min 1 s	36	32 s

Tabulka 13: Typy moderátorských dotazů

kandidát	hlavní dotaz (%)	vedlejší dotaz (%)	doplňovací dotaz (%)	hlavní dotaz (počet)	vedlejší dotaz (počet)	doplňovací dotaz (počet)	celkem dotazů
Jiří Drahoš	27 %	61 %	12 %	35	76	20	131
Michal Horáček	39 %	35 %	26 %	9	8	6	23

Oba kandidáti obdrželi ve většině případů věcné, neutrální dotazy, z hlediska valence a zacílení dotazů však pozorujeme mezi oběma kandidáty rozdíly. Michal Horáček obdržel od moderátora pouze neutrální a věcně zacílené dotazy, kritické dotazy na jeho adresu zazněly jen ze strany publika či dalších hostů v pořadu. V případě Jiřího Drahoše pak v kategorii moderátorských dotazů pozorujeme vyšší podíl kritických dotazů (16 dotazů, 12 % z celku moderátorských dotazů) i ad hominem dotazů, tedy osobně laděných útočných dotazů zpochybňujících kredibilitu mluvčího (14 dotazů, 11 % z celku moderátorských dotazů). Míra kritičnosti moderátora je tedy u obou kandidátů rozdílná v neprospěch Jiřího Drahoše.

Tabulka 14: Valence dotazů dle typu tazatele

kandidát	typ tazatele	neutrální dotaz (%)	vstřícný dotaz (%)	kritický dotaz (%)	neutrální dotaz (počet)	vstřícný dotaz (počet)	kritický dotaz (počet)	celkem dotazů
Jiří Drahoš	dotaz moderátora	86 %	2 %	12 %	112	3	16	131
	dotaz z publika	88 %		13 %	14		2	16
	celkem	86 %	2 %	12 %	126	3	18	147
Michal Horáček	dotaz moderátora	100 %			23			23
	dotaz z publika	75 %		25 %	6		2	8
	dotaz hosta v debatě	33 %		67 %	1		2	3
	celkem	88 %		12 %	30		4	34

Tabulka 15: Zacílení dotazů dle typu tazatele

kandidát	typ tazatele	ad hominem (%)	ad rem (%)	ad hominem (počet)	ad rem (počet)	celkem dotazů
Jiří Drahoš	dotaz moderátora	11 %	89 %	14	117	131
	dotaz z publika		100 %		16	16
	celkem	10 %	90 %	14	133	147
Michal Horáček	dotaz moderátora		100 %		23	23
	dotaz z publika	25 %	75 %	2	6	8
	dotaz hosta v debatě		100 %		3	3
	celkem	6 %	91 %	2	32	34

Z hlediska tematického rámování obou kandidátů vidíme, že moderátor věnoval pozornost jejich názorům na vnitropolitická témata, druhá nejsilnější skupina dotazů spadá do rámce osobnosti kandidáta, zahrnující i dotazy na kompetence kandidáta pro výkon prezidentské funkce. Detailnější srovnání je s ohledem na nízký počet moderátorských dotazů adresovaných Michalu Horáčkovi problematické.

Tabulka 16: Tematické rámce moderátorských dotazů

kandidát	počet moderátorských dotazů	program kandidáta, plány ve funkci	osobnostní rysy, morální integrita kandidáta	vnitropolitické názory kandidáta	zahraničně politické názory kandidáta	hodnotové, ideové, politické postoje	volební strategie	hodnocení protikandidáta	jiné téma
Jiří Drahoš	131	15 %	27 %	27 %	4 %	16 %	11 %	2 %	19 %
Michal Horáček	23	15 %	18 %	26 %	12 %	15 %	9 %	15 %	18 %

Bližší pohled na valenci dotazů v tematických rámcích ukazuje u Jiřího Drahoše na vyšší míru kritických dotazů zejména v rámci osobnostních rysů kandidáta, zahrnujícím i dotazy na profesní kompetence kandidáta pro výkon prezidentské funkce (25 %), tedy v jednom ze tří hlavních rámců, skrz které moderátor kandidáta ve vysílání prezentoval.

U Michala Horáčka detailnější analýzu valence dotazů z jednotlivých témat s ohledem na nízkou četnost dotazů neprovádíme.

Tabulka 17: Valence dotazů v tematických rámcích nesených moderátorskými dotazy

kandidát	téma dotazu	počet	neutrální dotaz (%)	vstřícný dotaz (%)	kritický dotaz (%)
Jiří Drahoš	program kandidáta, plány ve funkci	20	100 %		
	osobnostní rysy, morální integrita kand.	36	67 %	3%	31%
	vnitropolitické názory kandidáta	35	97 %		3%
	zahraničně politické názory kandidáta	5	80 %		20%
	hodnotové, ideové, politické postoje	18	89 %		11%
	volební strategie	15	100 %		
	hodnocení protikandidáta	3	33 %		67%
	jiné téma	28	89 %	7%	4%

KVALITATIVNÍ ANALÝZA

Pro větší přehlednost prezentujeme zjištění z kvalitativní analýzy za jednotlivá vysílání odděleně.

DEBATA Z 19. 12. 2017 (Jiří Drahoš)

Během debaty s Jiřím Drahošem jsme u některých témat na straně moderátora zaznamenali výroky či dotazy, které měly vůči Jiřímu Drahošovi defavorizační vyznění. Dotazy či výroky moderátora byly koncipovány tak, že narušovaly kredibilitu kandidáta v některých oblastech s ním spojovaných nebo prostřednictvím nedoložených či významově posunutých tvrzení negativně postihovaly obraz kandidáta.

Jiří Drahoš coby reprezentant vědy

V části debaty věnované stavu vědy a vysokého školství moderátor prezentuje ničím nedoložené tvrzení, že věda a vysoké školství *míří dolů*. Vzhledem k tomu, že Jiří Drahoš v této oblasti zastával význačné pozice, jedná se o tvrzení s potenciálně defavorizačním účinkem vůči jeho osobě – moderátorův výrok naznačuje, že Jiří Drahoš reprezentuje oblast, která nevykazuje dobré výsledky. Kandidát se proti tomuto tvrzení následně ohrazuje:

moderátor: „*Tak, věda a vysoké školství všeobecně míří teď trochu dolů, to asi...*“ (čas na nahrávce: 1:59:40)

J. Drahoš: „*věda míří nahoru, pane Soukupe.*“

moderátor: „*myslíte? A vysoké školství?*“

J. Drahoš: „*minimálně Akademie věd míří stále nahoru a vysoké školy se také zlepšují, takže tam bych s vámi vůbec nesouhlasil.*“

Jiří Drahoš coby vědec

„*Vědci získávají spousty různých cen, ale u vás jsem jich moc nenašel. Proč?*“ (čas: 1:59:35)

Tvrzení, nesené dotazem, neurčitým odkazem na spoustu odpůrců implikuje, že Drahoš byl nepřilíš úspěšný vědec a snižuje tak jeho kredit. Samotný kandidát pak vyvolanou představu vyvrací informací, že od prezidenta Klause obdržel státní vyznamenání za zásluhy v oblasti vědy, což je nejvyšší možné vyznamenání v České republice.

Jiří Drahoš coby předseda Akademie věd ČR

„*Vaším velkým zastáncem je Jiří Grygar, to je pravda, ten říká to samé. Ten dokonce říká, že jste ji vytáhl z krize nahoru, no. Ale pak máte zase spoustu odpůrců, kteří říkají, že jaksí za vás Akademie věd běžela samospádem.*“ (čas: 2:00:30).

Opět nekonkrétní, nedoložení tvrzení o *spoustě odpůrců* s defavorizujícím účinkem vůči dotazovanému, které implikuje, že Jiří Drahoš v pozici předsedy AV ČR nebyl příliš úspěšným. Jiří Drahoš se tvrzení brání, z následné debaty vyplynulo, že moderátor tvrzení staví pouze na tvrzení komentátora Vladimíra Baráka z časopisu Týden.

J. Drahoš: „*Spoustu odpůrců, pane Soukupe. Jsou to lidé, kteří to říkají z nějakého důvodu. Zkuste se poptat po Akademii věd, aby bylo jasné, kolik. Jestli 95 %...*“

Moderátor: „*já tam nikoho neznám. Ale to, že běžela samospádem, říká elitní komentátor časopisu Týden, no tak mi nezbývá....*“

J. Drahoš: „*to je kdo?*“

moderátor: „*To je pan Barák.*“

J. Drahoš: „*pan Barák, jo? Co ví pan Barák o vědě? A o Akademii věd?*“

moderátor: „*učí na vysoké škole, zabývá se školstvím, je to elitní novinář.* (čas: 2:00:54)

(Ne)zkušenost s vedením

„*Já jsem řekl, že s řízením státního úřadu zkušenosti nemáte, což může být výhoda, což může být nevýhoda.*“ (čas: 2:23:44).

Opět věcně nepřesný dotaz, který implikuje nezkušenost prezidentského kandidáta s řízením státní instituce, což implicitně snižuje jeho kompetenci pro výkon prezidentského úřadu. Jiří Drahoš reaguje a uvádí věc na pravou míru:

J. Drahoš: „*Počkejte, a co myslíte, že je Akademie věd?*“

moderátor: „*to snad není, to je snad je samosprávná vědecká organizace.*“

J. Drahoš: „*Akademie věd jako taková, vedení Akademie věd je organizační složkou státu, čili já jako předseda Akademie věd jednak.., je to funkce na úrovni ministra, mám to štěstí že nemusím chodit na vládu, ale jinak ústavy Akademie..*“

Poté, co se Drahoš vymanil z defavorizačního tvrzení moderátora, moderátor téma poněkud účelově posouvá do další roviny, opět s cílem snížit kredit kandidáta poukazováním na jeho nezkušenost v politické sféře:

moderátor: „*to určitě. Předseda Akademie věd je samozřejmě významná funkce, ale nemáte zkušenosti s jednáním, koaličním jednáním, jednáním vlády, náměstky a tak dále.*“ (čas: 2:24:19)

J. Drahoš: „*ale mám zkušenosti s jednáním s ministry, premiéry, ministry financí.*“

moderátor: „*chápu, chápu a uznávám, doufám, že chápete a uznáváte moji námitku.*“

J. Drahoš: „*nejsem profesionální politik.*“

moderátor: „*Tak, a o to právě jde. Kdo vám bude radit v těch věcech, s kterými sám zkušenost nemáte?* (čas: 2:24:40)

Bezúhonnost Jiřího Drahoše

Moderátor Jiřímu Drahošovi na straně jedné přiznává bezúhonnost a nezkorumpovatelnost, tuto představu vzápětí narušuje poukázáním na *konfliktíček zájmů*, spočívající v tom, že Jiří Drahoš podepsal darovací smlouvu o bezplatném převodu pozemku na stavbu bytového domu družstvu, od kterého poté koupil byt, který věnoval dceři. Presentace těchto informací, i přes snahy o vysvětlení ze strany Jiřího Drahoše, tak ve svém výsledku narušuje představu morální bezúhonnosti kandidáta. Tvrzení moderátora, že takovým způsobem proklepávají každého kandidáta, nelze v rámci určeného vysílání potvrdit ani vyvrátit. Lze pouze konstatovat, že vůči Michalu Horáčkovi, který vystoupil v Aréně Jaromíra Soukupa 2. 1. 2018, moderátor tento postup nezvolil. Je nutno ovšem zmínit, že vysílání z 2. 1. mělo charakter diskuze s celkem třemi hosty. Míru účelovosti jednání moderátora tedy nelze jednoznačně posoudit.

moderátor: „*Taky jsem říkal, že jste nezkorumpovatelný, nebo nic takového se nenašlo. Naši novináři z Empresa Media a z časopisu Týden a další naše média samozřejmě štourali, štourali a štourali, ale nic jsme nevyštourali. Ale jenom takovou drobnůstku. Jednu takovou drobnůstku. Takový konfliktíček zájmu. V roce 2003 jste jako předseda Ústavu chemických procesů podepsal, nebo ředitel, ředitel Ústavu chemických procesů, podepsal smlouvu, darovací smlouvu o bezplatném převodu pozemku na stavbu bytového domu družstvu,*“

zaměstnancům Akademie věd, a od stejného družstva a zaměstnanců Akademie věd jste potom koupil byt, který jste následně věnoval dceři. Mýlím se? Je to správně? Není tam trošku konfliktíček zájmu, že.. (čas: 2:18:27)

J. Drahoš: „komu že jsem ten byt věnoval?“

moderátor: „dceři.“

J. Drahoš: „Ale pane Soukupe, je to volaaké zmetěné, jak říkal major Terazky.“

moderátor: „Ne ne ne, nejdříve jste pozemky, ne, já se na to ptám, je to jediná věc, kterou jsme našli, jinak jsme na vás opravdu nic nenašli. Je to z veřejných zdrojů. Pozemky byly bezplatně převedeny na to družstvo, od kterého jste si potom koupil byt.“

J. Drahoš: „já jsem si nekupoval byt od žádného družstva. My jsme družstevně stavěli, bylo to na pozemcích Akademie věd. Akademie věd měla zájem o to postavit stabilizační byty formou družstevní výstavby, čili všechno jsme si financovali sami, pozemky nám pronajala a potom, dle stavebního zákona, nakonec jsme ty pozemky odkoupili. To je všechno, pane Soukupe.“

moderátor: „Vy jste, vy jste podepsal smlouvu o bezúplatném převodu, jako ředitel ústavu, na to družstvo.“

J. Drahoš: „já si nejsem vědom toho, že bych podepisoval smlouvu..“

moderátor: „Je to ve veřejných registrech, v pořádku, je to jediná věc, takový malý konfliktíček zájmu, ale...“

J. Drahoš: „není to žádný konfliktíček, ani zájmů.“

moderátor: „no dobře.“

J. Drahoš: „jestli to je to jediné, co na mě vaši skvělí agenti vyšťárali..“

moderátor: „to je novinářská povinnost.“

J. Drahoš: „ale vždyť jo, já vám to neberu.“

moderátor: „my si takhle proklepáváme každého kandidáta.“

J. Drahoš: „fakt? Opravdu každého?“

moderátor: *opravdu každého.*“

Sympatie k Miroslavu Kalouskovi

Jiří Drahoš uvedl, že během svého působení v pozici předsedy Akademie věd jednal s různými politiky, s Miroslavem Kalouskem (ministr financí) a Pavlem Bělobrádkem (místopředseda vlády pro vědu, výzkum a inovace), přičemž jednání s těmito politiky hodnotil pozitivně. Moderátor posouvá předchozí vyjádření mluvčího do pozice, že jsou mu uvedení politici sympatičtí. Nepodložená a věcně nesprávná informace o sympatiích kandidáta vůči Miroslavu Kalouskovi má, vzhledem k tomu, že Miroslav Kalousek v žebříčcích oblíbenosti tuzemských politiků opakovaně obsazuje spodní příčky, potenciálně poškozující vyznění vůči kandidátovi.

„Tak, vy jste sám říkal, že jako předseda Akademie věd jste mluvil s politiky, jednal s nimi. Kdo byl sympatický, to jste říkal. Kalousek, Bělobrádek, jsou tam ještě nějaký další? (čas: 2:20:16).

Jiří Drahoš jej vzápětí opravuje: „prosím, to nebylo vůbec o nějakých sympatiích, pane Soukupe.“

Mimo výše popsané případy jsme setkali i s dalšími defavorizačními promluvami moderátora na adresu Jiřího Drahoše. V čase 2:35:03 moderátor Jiřímu Drahošovi adresuje několik

dotazů, které dle svého vyjádření našel na sociálních sítích¹³. V tomto kontextu moderátor přečte dva výroky, oba s defavorizačním negativním vyzněním vůči kandidátovi:

- „*Nechceme za prezidenta Jiřího Drahoše, nástupce knížete Schwarzenberga. Sluníčkář a vítač z Pražské kavárny jak vyšitý. Bude jenom proplouvat a ničemu nevadit.*“ *Jak se proti tomuhle ohradíte?*“ (čas: 2:35:30)
- „*Je to chytrý člověk a docela charismatický, ale podepsal výzvu vědců, takže bohužel.*“ (čas: 2:36:15)

Danou praktiku považujeme za nepřijatelnou, neboť neurčitým odkazem na sociální sítě v zásadě moderátorovi umožňuje kandidátovi adresovat jakýkoliv dotaz či tvrzení.

V kontextu informace, že kandidát nosí brýle bez dioptrií, označuje moderátor Jiřího Drahoše nepřímou za *fintila*:

- „*Pak jsem četl ještě jednu věc. Já jsem četl, že jste absolvoval operaci očí, a proto brýle již nosit nemusíte a prý nosíte brýle jenom se skly. Já jsem u vašeho předchozího spolukandidáta, nebo předchozího účastníka debaty, říkal, koukněte na toho fintila. Proč nosíte brýle bez dioptrií?*“ (čas: 2:51:46)

V části pořadu, ve které hosté na tabuli umísťují vybrané zahraniční a domácí osobnosti dle míry blízkosti či sympatie k nim (ano, ne, jak kdy), Jiří Drahoš nechá umístit fotografii Angely Merkelové doprostřed tabule (jak kdy). Moderátor na to reaguje: „*(v)íte, víte, my jsme v časopise Týden uveřejnili rozhovor s panem Čižmárem, což je manžel paní Čižmárové, která byla zabita vloni na vánočních trzích v Berlíně, a bylo to velmi emotivní. A on řekl, že viní Angelu Merkelovou. Co byste vzkázal panu Čižmárovi?*“ (čas: 3:15:21) Výrok lze hodnotit jako problematický v několika rovinách. Dotaz je sugestivní v tom smyslu, že vytváří kauzalitu mezi teroristickými útoky v Německu a kroky kancléřky, přičemž tento schematický předpoklad je dotazem nesen jako fakt. Prostřednictvím takto nekorektně formulovaného dotazu moderátor jednak zpochybňuje odpověď kandidáta a současně jeho volbu staví do silně negativního světla.

Opakovaně jsme také identifikovali situace (čas: 1:57:34, 2:25:15, 2:32:55, 2:36:30, 2:47:38, 2:55:54, 2:59:52, 3:00:34, 3:20:39, 2:04:24), kdy moderátor vstupoval do řeči kandidáta a nenechal jej domluvit. Pro ilustraci uvádíme jednu ukázkou (čas: 2:04:24):

J. Drahoš hovoří o tom, že myšlenka inkluzivního vzdělávání je v pořádku, ale provedení nikoliv: „*inkluzí jako taková ano, ale musí se pro to vytvořit podmínky. Těch žáků, kteří jsou vzděláváni ve školách v rámci inkluze v té třídě, musí být málo. Když tam bude jeden takový student s asistentem, všechno se dá zvládnout. Když tam budou..*“

moderátor: „*takže inkluze ano*“ (čas: 2:04:23)...

¹³ Moderátor: „*(p)ane Drahoši, vy jste tady odpovídal na dotazy lidí z publika. Já jsem si našel na sociálních sítích pár dotazů.*“ (čas: 2:35:03) Jiří Drahoš se ptá, zda jsou dotazy anonymní. Moderátor odpovídá: „*Anonymních, já nevím, já ty profily neznám. Většinou, když píše někdo něco ošklivého, tak je stejně skrytý za nějakým anonymním účtem.*“ (čas: 2:35:17)

Jiří Drahoš: *tři nebo čtyři, tak to nebude fungovat...*
moderátor mu odebírá slovo: „Dobře. Další dotaz“

DEBATA Z 2. 1. 2018 (M. Horáček, J. Ovčáček, P. Hájek)

I v debatě, které se zúčastnili Michal Horáček, Jiří Ovčáček a Petr Hájek, jsme zaznamenali výskyt momentů či promluv moderátora, které lze z hlediska principu moderátorské nestrannosti vnímat problematicky.

Z hlediska principu moderátorské nestrannosti se jeví silně problematicky úvodní řeč moderátora před zahájením debaty. V části, ve které moderátor vysvětluje, proč jsou prezidentské volby důležité, všem prezidentským kandidátům vyjma Miloše Zemana podsouvá, že se o funkci prezidenta uchází proto, že je láká moc s touto funkcí spjatá. Tato informace, negativně postihující dotčené kandidáty, není nijak zdrojově doložena, má charakter subjektivního postoje moderátora. Daný výrok má však vůči dotčeným kandidátům defavorizační vyznění.

„Český prezident má spoustu pravomocí a velkou moc, jak nám mimo jiné ukazuje Miloš Zeman právě nyní při sestavování vlády. A podle všeho ona vůně moci přivábila hodně lidí, kteří by ji chtěli také okusit.“ (čas: 1:32)

V následné řeči se moderátor pouští do věcně nepodloženého, zcela subjektivního hodnocení kandidátů. Vágním odkazem na blíže nespecifikované průzkumy prezentuje Miloše Zemana, Jiřího Drahoše, Mirka Topolánka a Michala Horáčka jako vážné kandidáty, čímž defavorizuje všechny nejmenované. Jiřího Drahoše, Mirka Topolánka a Michala Horáčka prezentuje jako kandidáty, „*kterým dávají průzkumy reálnou možnost pozlobit Miloše Zemana*“ (čas: 12:05). Slovo *pozlobit* je hodnotící, implikuje Zemana jako vítěze/favorita voleb, zatímco ostatní uvedení kandidáti mu mohou vítězství pouze zkomplikovat. Tímto výrazem tak moderátor favorizuje Miloše Zemana a defavorizuje tři uvedené kandidáty. Tyto také defavorizuje v rámci popisů vybraných kandidátů, opět majících charakter zcela subjektivních hodnocení moderátora.

Mirka Topolánka prezentuje jako politika, který je schopen pro naplnění svých cílů udělat cokoli. Zdůrazňující doplněk „opravdu cokoli“ pak vyvolává negativní konotace: „*Mirek Topolánek je muž razantních názorů, že jimi někdy překvapí i sám sebe. Je dokonalým prototypem zkušeného politika, který je schopný pro naplnění svých cílů udělat téměř cokoli, opravdu cokoli.*“ (čas: 12:12)

Jiří Drahoš je moderátorem prezentován silně negativně jako *majitel nestálých názorů*¹⁴, s legendární schopností měnit názory dle svých potřeb a publika, který nikoho nebaví, nezajímá a o kterém nikdo nic neví: „*(u) popisu Jiřího Drahoše se vám může stát, že usnete. Jediné, čím umí překvapit je to, že nikdo do poslední chvíle nikdy neví, co si zrovna bude*

¹⁴ „*Mimo našeho stávajícího pana prezidenta, Miloše Zemana, to jsou bývalý premiér Mirek Topolánek, textař Michal Horáček a pak také akademik a majitel hodně nestálých názorů, Jiří Drahoš*“ (čas: 8:36)

myslet. Jeho schopnost měnit názor podle potřeby a publika se stala již legendární. Pan Drahoš je kandidát, který nikomu nevadí, nikoho nebaví, nikoho nezajímá a nikdo o něm ani nic neví. A možná bude taky naším prezidentem, uvidíme.“ (čas: 10:25).

V popisu Michala Horáčka moderátor kandidáta snižuje tvrzením, že svět nemá zájem o to, aby mu Michal Horáček vrátil, co od něj dostal: *„(o)proti tomu Michal Horáček je člověk, který nějakým záhadným řízením osudu dospěl k názoru, že chce světu vrátit to, co od něj dostal. Otázka je, zda svět to chce zpět. Na každý pád je ale velmi vážným kandidátem. Mimo jiné proto, že jako jediný si kampaň platí sám. A navíc je s Michalem Horáčkem sranda, což prokázal v minulé Aréně, kde byl hostem.“ (čas: 10:46)*

Silně defavorizující výroky pak moderátor pronesl i na adresu Marka Hilšera a Petra Hanniga. Oba označil za „kuriózní kandidáty“, Petra Hanniga moderátor přímo dehonestuje, když říká, že jeho *„největší zásluhou je asi to, že pro Českou republiku objevil neposlušné tenisky Lucie Bílé“* (8:05). Marek Hilšer je pak prezentován jako kandidát, který stojí v protikladu k důležitosti prezidentských voleb, jako *ten chlap, který se na protest proti Rusku svlékl do půli těla:*

„Ano, tyhle volby jsou důležité. A nesnižuje to ani fakt, že mezi kandidáty jsou lidé jako třeba Marek Hilšer, což je ten chlap, který se na protest proti Rusku svlékl do půli těla... a já vám říkám, že si budu zvat, koho chci, ale on říká, že pokud náhodou si budu zvat, koho chci, tak si na mě bude stěžovat vrchnosti. Asi si skutečně myslí, že je tady nějaký cenzorní úřad (7:55). Zpět ale k tématu. Mezi kandidáty je ale i jistý Petr Hannig, jehož největší zásluhou je asi to, že pro Českou republiku objevil neposlušné tenisky Lucie Bílé.“ Kromě těchto kuriózních postav tu máme čtyři lidi, kteří mají reálnou šanci stát se naším prezidentem.“ (čas: 7:22 - 8:13)

Při souhrnném hodnocení úvodní řeči moderátora tak lze konstatovat, že moderátor ve své úvodní řeči k prezidentským kandidátům přistupoval nevyváženě. Pronášel subjektivní, věcně či zdroji nepodložené výroky a hodnotící soudy, kterými favorizoval Miloše Zemana a defavorizoval všechny ostatní zmíněné kandidáty (J. Drahoš, M. Topolánek, M. Horáček, M. Hilšer, P. Hannig). Popsané projevy de/favorizace jsou natolik výrazné, že je lze považovat za porušení principu nestrannosti moderátora ve vztahu k prezidentským kandidátům i zásady poskytování objektivních a vyvážených informací.

Problematické momenty jsme zaznamenali i v průběhu samotné debaty. V samém úvodu debaty jeden z hostů, Jiří Ovčáček na svém řečnickém stole vystavil fíkus. Jeho vystavení vysvětlit způsobem, který měl dehonestující vyznění vůči blíže neurčeným kandidátům, kteří do debaty nepřišli¹⁵. Moderátor na urážlivé výroky nijak nezareagoval, nezasáhl.

J. Ovčáček: *„já jsem, pane Soukupe slyšel, že někteří odmítli přijít, tak jsem za ně vzal adekvátní náhradu.“* (čas: 14:14)

moderátor: *„a vysvětlíte nám, pane Ovčáčku, proč ten fíkus?“*

¹⁵ Jméno konkrétního kandidáta, kterého měl fíkus v debatě symbolicky zastoupit, nebylo v dané situaci explicitně zmíněno, z kontextu Ovčáčkovy promluvy je zřejmé, že se jednalo o Jiřího Drahoše. Spojení s fíkusem pak explicitně ozřejmil moderátor v čase 16:55 („vadí vám, že Jiří Drahoš nepřišel?“)

J. Ovčáček: „*tak já myslím, že ten fikus velice dobře nahradí některé, kteří nepřišli. On je výborný v tom, že kam ho postavíte, tam stojí, nehýbe se, občas vypustí nějaký dužnatý list, je ve své podstatě neškodný, nemá žádné názory.*“

Moderátor: „*já jsem tady v úvodu řekl, že zájem diváků a veřejnosti je pro nás to stěžejní, co nás zajímá, a já věřím, že dnešní trojice hostů diváky zaujme.*“ (čas 14:52)

Opakovaně jsme také zaznamenali ladění návodných, sugestivních dotazů ze strany moderátora, například:

- „*Nemáte pocit, že teď je privatizována ta jediná pravda, že to strašení totalitou, nedemokratičností atd. je přehnané, zvláště když se týká většinou těch, kteří vyhráli volby, bude konec demokracie atd. Rozumíte, na co se ptám?*“ (M. Horáček, čas: 54:15)
- „*Pane Ovčáčku, ke stejnému tématu. Sledujete ten neuvěřitelný diskurz o tom, že bychom jak televize měli být zakázáni nebo pokutováni nějakou vrchností, nějakým cenzorem, protože dáváme prostor Miloši Zemanovi, nebo Tomio Okamurovi, nebo Andreji Babišovi, kteří mají oporu v podpoře lidí. Sledujete to?*“ (J. Ovčáček, čas: 1:04:20)
- „*Nepřijde vám, že většina kandidátů má spíše program antizeman, že je to negace zemanových myšlenek a možná málo přesvědčování lidí o pozitivních věcech. Není tam té negace moc?*“ (P. Hájek, čas: 46:16)

V průběhu debaty jsme také zaznamenali užití vulgarismu ze strany hosta. Na dotaz jestli by Jan Fischer byl stejně těžkým soupeřem jako Miloš Zeman, Michal Horáček odpovídá s použitím vulgarismu: „*jestli by byl nebo nebyl pan Fischer těžkým soupeřem, nemohu říci, protože mě naučili lidi tohleto: dívej se živým do očí a ne mrtvým do řiti*“ (čas: 37:24). Moderátor na užití vulgarismu nijak nereagoval a mluvčího nekorigoval.

3.2.1.2 Debaty bez účasti prezidentských kandidátů

Tato kapitola se zaměřuje na vysílání pořadu bez účasti některého z prezidentských kandidátů.

V těchto vydáních pořadu jsme se zaměřili na valenční strukturu promluv o prezidentských kandidátech, jak ze strany moderátora, tak ze strany dalších mluvčích, kteří v pořadu hovořili. Cílem této části analýzy je popsat valenční strukturu promluv o kandidátech a zjistit, zda v daných vydáních pořadu nedocházelo k nevyvážené reprezentaci kandidátů prostřednictvím vytváření pozitivního či naopak negativního obrazu.

Tabulka 18: Zkoumaná vysílání a hosté pořadu

referenční období	datum vysílání	host	afiliace
1. kolo voleb	9. 1. 2018	Andrej Babiš	ANO
		Aleš Gerloch	právník, PrF UK
2. kolo voleb	16. 1. 2018	Radek Vondráček	ANO
		Václav Klaus ml.	ODS
		Tomio Okamura	SPD
		Jaroslav Foldyna	ČSSD
	23. 1. 2018	Andrej Babiš	ANO

Ve vysílání předcházejícím 1. kolu prezidentských voleb jsme identifikovali celkem 30 tematických zmínek vztahujících se k prezidentským kandidátům. V debatě z 9. 1. byl nejčastěji zmiňován Miloš Zeman (47 % všech zmínek), méně často pak Michal Horáček (20 %), Mirek Topolánek (17 %) a Jiří Drahoš (13 % zmínek). Miloš Zeman byl nejčastěji zmiňován i ve dvou debatách bez účasti prezidentských kandidátů odvysílaných v období před 2. kolem prezidentských voleb, k jeho osobě se vztahovalo 52 % všech výpovědí, učiněných o kandidátech. Jiří Drahoš byl tematizován méně, celkem v 39 případech (29 %).

Tabulka 19: Počet referencí o jednotlivých kandidátech (N = 152)

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
Zeman	14	47 %	64	52 %	78	51 %
Drahoš	4	13 %	35	29 %	39	26 %
Hilšer			11	9 %	11	7 %
Topolánek	5	17 %	4	3 %	9	6 %
Horáček	6	20 %	3	2 %	9	6 %
Fischer	1	3 %	5	4 %	6	4 %
celkem	30	100 %	122	100%	152	100 %

Ve vysílání před 1. kolem voleb měly promluvy o jednotlivých kandidátech nejčastěji neutrální vyznění. Výjimkou je Mirek Topolánek s převažujícím výskytem referencí s negativní valencí (4), který byl negativně prezentován v souvislosti se způsobem získání důvěry jím sestavené vlády v roce 2007. Detailnějšímu kvantitativnímu posouzení valenčního rámování jednotlivých kandidátů ve vysílání před 1. kolem voleb však brání celkově nízký počet referencí (30).

Ve vysílání před 2. kolem prezidentských voleb pak ve valenční struktuře promluv o postupujících kandidátech pozorujeme výrazné rozdíly. Téměř polovina promluv vztahujících se k Miloši Zemanovi měla vůči němu pozitivní vyznění (45 %), polovina byla laděna neutrálně (50 %) a jen 5 % bylo kritických. U Jiřího Drahoše sice také převažují neutrálně laděné promluvy (60 %), častěji však byl prezentován v negativních konotacích (31 %) a naopak výrazně méně v promluvách s pozitivní valencí (3 reference tohoto typu, 9 %).

Lze tak konstatovat, že pořad ve vysílání před 2. kolem voleb konstruoval pozitivně-neutrální obraz Miloše Zemana a neutrálně-negativní obraz Jiřího Drahoše. Z hlediska valenční struktury promluv o kandidátech tak lze vysílání před 2. kolem voleb označit za nevyvážené.

Tabulka 20: Valence referencí vůči jednotlivým kandidátům (N = 152)

		neutrální		pozitivní valence		negativní valence		celkem	
		počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
1. kolo	Zeman	12	86 %	2	14 %			14	100 %
	Horáček	5	83 %			1	17 %	6	100 %
	Topolánek	1	20 %			4	80 %	5	100 %
	Drahoš	3	75 %			1	25 %	4	100 %
	Fischer	1	100 %					1	100 %
	celkem	22	73 %	2	7 %	3	20 %	30	100 %
2. kolo	Zeman	32	50 %	29	45 %	3	5 %	64	100 %
	Drahoš	21	60 %	3	9 %	11	31 %	35	100 %
	Hilšer	4	36 %	3	27 %	4	36 %	11	100 %
	Fischer	2	40 %	3	60 %			5	100 %
	Topolánek	1	25 %			3	75 %	4	100 %
	Horáček	2	67 %			1	33 %	3	100 %
	celkem	62	51 %	38	31 %	22	18 %	122	100 %

Při bližším pohledu na valenční strukturu promluv o postupujících kandidátech se ukazuje, že zdrojem hodnotících (pozitivních či negativních) promluv o kandidátech byli zejména pozvaní hosté. Zatímco promluvy moderátora měly vůči kandidátům převážně neutrální vyznění (84 % referencí s neutrálním vyzněním u Miloše Zemana, 86 % u Jiřího Drahoše), promluvy hostů o Miloši Zemanovi měly dominantně pozitivní vyznění (69 %), vůči Jiřímu Drahošovi pak nejčastěji nesly negativní valenci (48 %). Výběr hostů, zastávajících postoje blízké Miloši Zemanovi či jej přímo podporujících, při absenci podporovatelů Jiřího Drahoše, tak rezultoval v nevyváženou reprezentaci jednotlivých kandidátů před 2. kolem voleb v neprospěch Jiřího Drahoše.

Tabulka 21: Valence referencí vůči Miloši Zemanovi a Jiřímu Drahošovi ve vysílání před 2. kolem voleb dle typu mluvčích

		neutrální		pozitivní valence		negativní valence		celkem	
		počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
M. Zeman	host	11	28 %	27	69 %	1	3 %	39	100 %
	moderátor	21	84 %	2	8 %	2	8 %	25	100 %
	celkem	32	50 %	29	45 %	3	5 %	64	100 %
J. Drahoš	host	9	43 %	2	10 %	10	48 %	21	100 %
	moderátor	12	86 %	1	7 %	1	7 %	14	100 %
	celkem	21	60 %	3	9 %	11	31 %	35	100 %

3.2.2 Duel Jaromíra Soukupa

Politický diskusní pořad, který má za cíl poskytnout věcnou diskusi politiků, ze které si již sami diváci vytvoří svůj vlastní názor¹⁶. Jedná se o debatu hosta s moderátorem, za účasti publika.

Pořad vysílán každý čtvrtek od 20:55, respektive od 21:15 hod. Stopáž pořadu se pohybuje od 60 do 85 minut. Moderuje jej Jaromír Soukup.

Předmětem analýzy je vysílání pořadu v období od 14. 12. 2017 do 26. 1. 2018. Celkem bylo v zadaném časovém rámci odvysíláno 7 vydání pořadu, 6 standardních a jeden předvolební speciál z 22. 1. 2018.

Tabulka 22: Datum vysílání a hosté pořadu

referenční období	datum vysílání	host	afiliace
1. kolo voleb	14. 12. 2017	Mirek Topolánek	kandidát na prezidenta ČR
	21. 12. 2017	Adam Vojtěch	ministr zdravotnictví
	4. 1. 2018	Alena Schillerová	ministřyně financí
	11. 1. 2018	Tomio Okamura	SPD
2. kolo voleb	18. 1. 2018	Jiří Čunek	KDU-ČSL
		Jana Vildumetzová	ANO
	25. 1. 2018	Jaroslav Faltýnek	ANO
	22. 1. 2018	Miloš Zeman	prezident ČR a kandidát na prezidenta

3.2.2.1 Debaty s účastí prezidentských kandidátů před 1. kolem voleb

Z hlediska objektivit a vyváženosti pořadu ve vztahu k prezidentským volbám lze poukázat na skutečnost, že ve čtyřech vydáních pořadu, spadajících do určeného období před 1. kolem prezidentských voleb, vystoupil pouze jeden z devíti prezidentských kandidátů, Mirek Topolánek. Z hlediska zastoupení kandidátů v určeném vysílání před 1. kolem prezidentských voleb lze pořad hodnotit jako nevyvážený. Kritéria výběru hostů navíc nebyla v určených vysíláních pořadu blíže upřesněna. Z hlediska struktury hostů tak vzniká podezření, že v rámci určeného vysílání pořadu nebyl kandidátům umožněn srovnatelný přístup do vysílání a došlo k jednostrannému zvýhodnění jednoho z kandidátů, což lze chápat jako možné porušení objektivit a vyváženosti vysílání ve vztahu k prezidentským volbám.

V rámci debaty s Mirkem Topolánkem moderátor vnášel různá témata s omezeným prostorem pro dotazy z publika. Jak ukazují data o struktuře dotazů, moderátor v průběhu debaty zanášel velké množství témat nesených hlavními dotazy. Kratší průměrná délka odpovědí Mirka Topolánka je dána způsobem moderace. Moderátor (podobně jako

¹⁶ Zdroj: <https://www.barrandov.tv/duel-jaromira-soukupa>

například v Aréně Jaromíra Soukupa) častěji vstupoval do řeči mluvčího s cílem urychlit odpověď hosta.

Z hlediska valence a zacílení moderátor v naprosté většině případů hostovi adresoval neutrální, věcné dotazy. V jednotkách případů jsme zaznamenali vstřícné, kritické a ad hominem dotazy. Množství vstřícných, kritických a osobně laděných dotazů zpochybňujících kredibilitu či obraz kandidáta (ad hominem) nedosahuje četností, na základě kterých by bylo možno hovořit o převažujícím stranickém přístupu moderátora či podjatosti vůči kandidátovi.

Tabulka 23: Stopáž promluv kandidáta, celková a průměrná stopáž odpovědí

kandidát	celková stopáž diskuze	celková stopáž promluv kandidáta	počet dotazů	průměrná délka odpovědi	podíl promluv kandidáta na celkové stopáži (%)
Mirek Topolánek	1 h 43 s	34 min 23 s	106	19 s	57 %

Tabulka 24: Typy moderátorských dotazů

kandidát	hlavní dotaz (%)	vedlejší dotaz (%)	doplňovací dotaz (%)	hlavní dotaz (počet)	vedlejší dotaz (počet)	doplňovací dotaz (počet)	celkem dotazů
Mirek Topolánek	40 %	37 %	24 %	42	39	25	106

Tabulka 25: Valence dotazů

kandidát	neutrální dotaz (%)	vstřícný dotaz (%)	kritický dotaz (%)	neutrální dotaz (počet)	vstřícný dotaz (počet)	kritický dotaz (počet)	celkem dotazů
Mirek Topolánek	89 %	6 %	5 %	95	6	5	106

Tabulka 26: Zacílení dotazů

kandidát	ad hominem (%)	ad rem (%)	ad hominem (počet)	ad rem (počet)	celkem dotazů
Mirek Topolánek	3 %	97 %	3	103	106

Co se týče tematického zaměření dotazů, moderátor hostu adresoval nejčastěji dotazy zaměřené na osobnost a osobnostní charakteristiky kandidáta, jeho názory na vnitropolitická témata a na jeho program a plány ve funkci prezidenta.

Tabulka 27: Tematické rámce dotazů

kandidát	počet dotazů	program kandidáta, plány ve funkci	osobnostní rysy, morální integrita kandidáta	vnitropolitické názory kandidáta	zahraničně politické názory kandidáta	hodnotové, ideové, politické postoje	volební strategie	hodnocení protikandidáta	jiné téma
Mirek Topolánek	106	21 %	30 %	29 %	13 %	11 %	5 %	11 %	14 %

KVALITATIVNÍ ANALÝZA

Kvalitativní analýza odhalila ve výkonu moderátora řadu prohrěšků. Opakujícím se problémem bylo stavění dotazů na informacích, které nebyly korektně doloženy zdrojem, případně byl zdroj uveden nepřesně. Vyskytly se i dotazy postavené na nepřiměřené generalizaci:

- „Já jsem někde četl, že jste schopný integrovat pražskou kavárnu a venkovskou hospodu..?“ (čas na nahrávce: 6:27)
- „Já jsem se někde dopátral, že prý to o vás řekl David Rath, to není pravda?“ (čas: 4:36)
- „Co Vy a migrace, Váš názor na uprchlíky, příčiny a řešení? To je totiž věc, která lidí hrozně zajímá. Já vím, že tady mnoho uprchlíků není, že to fyzicky lidem zatím moc nevadí, ale oni se toho obávají, jsou toho plná média. Ve všech průzkumech nám vychází, že uprchlíci a migrace je problém, že se toho lidé prostě obávají..“ (čas: 9:03)
- „A všichni nadáváte stávajícímu kancléři a nikdo nechce říct, kdo bude dělat toho nového.“ (čas: 43:00)

Za určitou formu de/favorizace nikoliv hosta (Mirka Topolánka), ale některých nepřítomných protikandidátů, lze označit situaci, kdy moderátor Mirka Topolánka vybídl, aby se vyjádřil ke dvěma kandidátům – Jiřímu Drahošovi a Michalu Horáčkovi. Danou část debaty zahájil takto: „(p)ojďme se trochu vymezit k vašim hlavním konkurentům, předpokládejme, že do druhého kola postoupí Miloš Zeman, aspoň všechny průzkumy tomu odpovídají. Rvačka bude o to druhé místo. Já vím, průzkumy, průzkumy. Ale ono to tak zatím vypadá.“ (moderátor, čas: 31:26). Daným výrokiem moderátor (bez konkretizace zdrojů, na základě kterých své tvrzení staví) favorizuje Miloše Zemana tím, že z něj činí jasně favorita voleb, a současně jej tímto způsobem odděluje od ostatních kandidátů. Následně vybídl Mirka Topolánka, aby se vyjádřil ke dvěma protikandidátům - Jiřímu Drahošovi a Michalu Horáčkovi. Tím selektivně otevřel prostor k logicky spíše kritickým vyjádřením jednoho z kandidátů vůči moderátorem vybraným protikandidátům, což lze považovat za moderátorský faul vůči oběma

nepřítomným kandidátům. Ostatní kandidáti, včetně Miloše Zemana, v tomto kontextu byli moderátorem zcela opomenuti. Pokud bylo záměrem moderátora získat názor hosta na protikandidáty, kteří si dle předvolebních výzkumů stojí nejlépe, měl být do hodnocení zahrnut i Miloš Zeman.

Za moderátorský faul lze považovat i výrok moderátora, ve kterém hosta přirovnal k Felixi Holzmannovi a v podstatě jej označil za komika: „(t)o je poslední Týden.. Samozřejmě kluci z Týdne mne nemají moc rádi, protože prudím s prezidentem Zemanem. No jo, co můžou dělat, že jo. Jak jste řekl, vlastníci médií.. A tady oni chtěli Vás na titulní stranu, nakonec jsme tam dali Felixe Holzmannu, vás jsme dali malou.. já sem klukům z týdnů říkal, komik jako komik.. /M. Topolánek: smích/ ale zase tam máte krásný rozhovor, kde říkáte Babišovi bych menšinovou vládu nedovolil..“ (čas: 17:33)

Z hlediska principu moderátorské nestrannosti lze považovat za problematickou i hodnotící promluvu moderátora, zahrnující vstřícný projev vůči Mirku Topolánkovi i negativní, hodnotící hodnocení nepřítomného kandidáta Michala Horáčka:

- „Já teď narážím na to, že vy jste byl premiérem a ono je to z Vás cítit, na rozdíl třeba od Michala Horáčka, který říká proklamace a je velmi filosofický, a nejsem si úplně jistý jestli ví jak fungují ministerstva, kdo a jak..“ (čas: 58:45)

Zejména ve druhé části pak moderátor místy přestal držet profesionální odstup a projevoval vůči kandidátovi pozitivní emoce (hlasitě se smál Topolánkovým vtipům), skrz které mohl divák nabýt dojmu určité blízkosti či momentálního spříznění mezi ním a hostem (například čas: 39:01, 39:35, 41:16, 44:29, 68:39, 73:11) či reagoval souhlasnými výroky, například:

moderátor: „já jsem chtěl říci, že Gerhard Schröder je velmi háklivý na novináře, nepříjemný, až mě to překvapilo.“ (čas na nahrávce: 1:08:56)

M. Topolánek: „a to přece nejsem já..“

moderátor: „no právě, no, taková krásná debata dneska.“ (1:09:00)

I přes popsané situace však konstatujeme, že zjištěná pochybení nedosahují intenzity ani četnosti, na základě kterých bychom konstatovali zjevný či systematický favorizující či defavorizující přístup moderátora vůči přítomnému hostu či nepřítomným prezidentským kandidátům.

3.2.2.2 Prezidentský speciál před 2. kolem voleb

22. ledna 2018 TV Barrandov odvysílala speciální vysílání Duel Jaromíra Soukupa – prezidentský speciál. Speciální vysílání bylo původně koncipováno jako předvolební debata s prezidentskými kandidáty, kteří postoupili do druhého kola prezidentských voleb – Jiřím Drahošem a Milošem Zemanem. Jiří Drahoš účast v debatě odmítl, pořad tak byl odvysílán pouze s Milošem Zemanem.

Stopáž vysílání činila 85 minut. Debatu moderoval Jaromír Soukup. Debata byla vysílána živě, za účasti publika.

Moderátor v rozhovoru Miloši Zemanovi adresoval dotazy zejména z oblasti domácí a zahraniční politiky, zaměřil se dále na osobnostní rysy kandidáta, jeho hodnotové a ideové postoje a program či kroky v prezidentské funkci. Host obdržel celkem 74 dotazů a k promluvám získal více než 47 minut.

Vzhledem k tomu, že v pořadu vystoupil pouze jeden kandidát, není na úrovni pořadu možné posuzovat vyváženost moderátora referenčním posuzováním hodnot kvantitativních indikátorů a je nutno je posuzovat samostatně. V tomto kontextu je relevantním kvantitativním indikátorem nestrannosti moderátora ve vztahu k mluvčímu míra polemičnosti moderátorských dotazů.

Jak ilustruje tabulka níže, moderátor sice nejčastěji hostu adresoval neutrálně laděné dotazy (81 %), současně však pozorujeme velmi nízký počet kritických dotazů (1 %) a naopak četný výskyt dotazů s pozitivní valencí¹⁷ (vstřícný dotaz, nahrávka; 18 %).

Poměrně vysoký podíl vstřícných dotazů s pozitivní valencí naznačuje přítomnost podpůrného přístupu ze strany moderátora. Pro danou interpretaci také svědčí zjištění z kvalitativní části analýzy, která odhalila četný výskyt dalších souhlasných a favorizujících projevů moderátora, narušujících jeho nestrannost vůči Miloši Zemanovi.

Tabulka 28: Stopáž promluv kandidáta, celková a průměrná stopáž odpovědí

kandidát	celková stopáž diskuze	celková stopáž promluv kandidáta	počet dotazů	průměrná délka odpovědí	podíl promluv kandidáta na celkové stopáži (%)
Miloš Zeman	1 h 25 min 31 s	47 min 12 s	74	38	55 %

Tabulka 29: Typy moderátorských dotazů

kandidát	hlavní dotaz (%)	vedlejší dotaz (%)	doplňovací dotaz (%)	hlavní dotaz (počet)	vedlejší dotaz (počet)	doplňovací dotaz (počet)	celkem dotazů
Miloš Zeman	20 %	49 %	31 %	15	36	23	74

Tabulka 30: Valence dotazů

kandidát	neutrální dotaz (%)	vstřícný dotaz (%)	kritický dotaz (%)	neutrální dotaz (počet)	vstřícný dotaz (počet)	kritický dotaz (počet)	celkem dotazů
Miloš Zeman	81 %	18 %	1 %	60	13	1	74

¹⁷ Za vstřícný dotaz, nahrávku, považujeme dotaz, který zahrnuje souhlasné stanovisko moderátora s jednáním, názorem, pozicí či předchozím tvrzením respondenta, nebo zlepšuje obraz respondenta (vyzdvihává jeho kvality, odbornost, jiné vlastnosti). Za nahrávku však považujeme i sugestivní, návodný dotaz, ve kterém moderátor dotazovaný problém či oblast jednostranně rámuje způsobem, který konvenuje se známými názory či postoji respondenta.

Tabulka 31: Zacílení dotazů

kandidát	ad hominem (%)	ad rem (%)	ad hominem (počet)	ad rem (počet)	celkem dotazů
Miloš Zeman		100 %		74	74

Tabulka 32: Tematické rámce dotazů

kandidát	počet dotazů	program kandidáta, plány ve funkci	osobnostní rysy, morální integrita kandidáta	vnitropolitické názory kandidáta	zahraničně politické názory kandidáta	hodnotové, ideové, politické postoje	volební strategie	hodnocení protikandidáta	jiné téma
Miloš Zeman	74	22 %	15 %	51 %	30 %	25 %	1 %	1 %	12 %

KVALITATIVNÍ ANALÝZA

Kvalitativní analýza odhalila četný výskyt moderátorských chyb i dílčích projevů favorizace kandidáta ze strany moderátora.

Z hlediska principu vyváženosti a moderátorské nestrannosti považujeme za silně problematickou více než sedmiminutovou úvodní řeč moderátora před zahájením debaty¹⁸.

¹⁸ Přepis úvodního slova moderátora na začátku debaty uvádíme v doslovném znění (čas: 00:21 – 7:51): (k)terá tři slova slyšíte nejčastěji, když se mluví o Čechách? Určitě je to pivo, Švejk a Jágr. Pár vzdělanějších lidí k této trojici ještě možná přidá jméno jednoho z nejslavnějších českých autorů, kterým byl ovšem spíše Němec, Franz Kafka. A tím jsme ve výčtu u konce. Když pak přijde řeč na vlastnosti Čechů, zhusta se objevují slova jako vtípní, chytří, šikovní, vynalézaví. A vůbec nikoho v tu chvíli ani nenapadne, že samochvála smrdí. Já si samozřejmě myslím, že všechny ty krásné kladné charakteristiky platí, ale také vím, že to není celá pravda, aby byl obrázek o nás úplný, je potřeba k těm pozitivním věcem přidat také pár negativních.

Dobrý večer, vítám Vás v Duelu Jaromíra Soukupa, který dnes mimořádně vysíláme v pondělí. Dobrý večer, jak vám, divákům u televizorů, tak i všem, kteří jste dnes přišli do našeho studia na Barrandově. Vítám Vás u prezidentského duelu Jaromíra Soukupa.

A co bych já sám přihodil do množiny záporných vlastností Čechů? Určitě bych neřekl, na rozdíl od některých politiků, že Češi kradou, tedy rozhodně ne víc, než jiné národy, i když tuším, že při sledování pořadu Kauzy Jaromíra Soukupa byste snadno mohli nabýt i jiného dojmu. Já si myslím, že na jednu z našich nejhorších vlastností se často zapomíná. Je to asi tím, že si ji vůbec nechceme přiznat. Je jí naše představa, že se objeví spasitel. Někdo, naše čekání, že přijde někdo, a vytáhne nás z bryndy. Raději jsme spoléhali na blanické rytíře. V roce 1938 jsme čekali, že se o nás postarají spojenci, a o deset let později nás zase měl zachránit Sovětský svaz. Přes všechny zkušenosti nás ještě neomrzela ta představa, že přijde někdo zvenčí, a všechno jako by mávnutím kouzelného proutku, změní.

A všimněte si, že přesně tohle je vidět vždy, když probíhají v naší republice volby. Pokaždé hledáme někoho nového, čistého. On se objeví a všechno bude jinak. Zkrátka bude líp. Jeden by řekl, že se Češi už po těch desetiletích poučí a zjistí, že nikdy se věci nemění jen tak, že na začátku a na konci všeho musí být především lidská snaha, píle a práce. Toto naše hledání ideálu a spasitele je pro lidi ze zahraničí velmi zábavné. Svědčí totiž o tom, jak naivní jsme. Všimněte si třeba té dětinské představy, že nejlepším politikem bude vždy ten, který doposud politiku nedělal. Ale je to opravdu tak? Jen si vzpomeňte, že i prezident Václav Havel, kterého si nesmírně vážím, samozřejmě, jako většina z nás, udělal v době, kdy se politiku učil, řadu věcí, které by zkušený

Moderátor v ní uvádí výčet dobrých a špatných vlastností Čechů, přičemž za jednu ze špatných vlastností Čechů sám doplňuje *hledání spasitele*, tedy někoho zvenčí, nového, čistého, *kdo nás vytáhne z bryndy* a jehož příchodem se *všechno jako by mávnutím kouzelného proutku, změní*.

Ve volbách se dle něj tato vlastnost či očekávání projevují volbou nových tváří, nepolitiků. Očekávání pozitivní změny, nesené novými tvářemi, které moderátor pejorativně označuje za hledání spasitele, pak označuje za *naivní, velmi zábavné pro lidi ze zahraničí* a dětinské: *„(v)šimněte si třeba té dětinské představy, že nejlepším politikem bude vždy ten, který doposud politiku nedělal“* (čas: 3:15). Zkušenost s prezidentem Havlem pak dle moderátora ukazuje, že se dopustil řady chyb, které by zkušený politik neudělal: *„(a)le je to opravdu tak? Jen si vzpomeňte, že i prezident Václav Havel, kterého si nesmírně vážím, samozřejmě, jako většina z nás, udělal v době, kdy se politiku učil, řadu věcí, které by zkušený politik neudělal.“*

politik neudělal. A kolik chyb mu kolegové státníci odpouštěli jen proto, že si ho přirozeně vážili, respektovali ho a vzhlíželi k němu jako k jedné z ikon, která porazila socialismus.

Poslední dobou hodně lidí stejně naivně a tak nějak automaticky říká, že by prezident měl spojovat společnost. Tahle věta je nyní v éteru všudypřítomná. Přejde mi, že si ji jedním uchem pustíme do hlavy, projde nám skrz a vyjde nám druhým uchem zase ven. Nezanechá zvláštní škody. Ale časem tam uvízne. Sám jsem se přistihl u toho, že jsem si začal brát tuto věc jako danou pravdu, nějaké dogma, o kterém se vlastně nediskutuje. Prezident má spojovat společnost. A víte co? Já ani vlastně nevím. Přejde mi, že jakmile začne být společnost příliš jednotná, je to signál něčeho špatného. Myslím si, že společnost, která není nějakým způsobem, v uvozovkách, rozdělená, je jako stojatá voda v rybníce. Sice je to ze začátku bezpečné, ale postupně ubývá života. Nevím, jestli se mi tahle paralela povedla. Já nikdy nebyl zrovna nějaký dobrý poeta. Nicméně, představte si to takhle. Občanská společnost je něco jako voda, když plyne, člověk má chuť se do ní pustit, ale vlezli byste do stojaté vody plné žabince? Já třeba ne. Myslím, že nějaký spor by ve společnosti vždycky měl být, protože jakmile není, nevzniká nic nového.

Samozřejmě neshody ve společnosti se nesmějí změnit v nepřeklenutelnou propast. A prezident by samozřejmě měl bránit tomu, aby k tomuhle extrému došlo. Jenže, prosím pěkně, vzpomeňte si, jaké to bylo, když prezident naposledy spojoval společnost. A to tak, že na něj celá společnost měla stejný názor. Naposledy byl to Gustáv Husák, prezident zapomnění. A tak tedy, to fakt nechci.

Panu prezidentu Miloši Zemanovi se často vyčítá, že společnost rozděluje, já nevím, jestli to lze říci takto jednoznačně. Už skoro rok se s ním potkávám týden co týden. Můj dojem je, a nekladu si vůbec nárok na objektivitu, poznamenávám, nejsem veřejnoprávní novinář, že Miloš Zeman má jednoduše silné názory a ty vyostřuje.

A navíc, spory ve společnosti tu byly i v minulosti. My máme sice takový zvyk si idealizovat všechno, co už pominulo, ale i z toho důvodu vnímáme časy Tomáše Garrigue Masaryka jako zlaté období, ale ono to tak jednostranné nebylo. Byla to doba plná sporů, a vážných, a Masaryk v nich rozhodně nehrál roli někoho, kdo spojuje. Naopak, Masaryk spoustu lidí velice štval a bylo dost novinářů, kteří skoro každý den psali, že má z veřejného života odejít, a tak dále. Jen si vzpomeňte na hilsneriádu. Vzpomene si dnes někdo na to, že ho po příjezdu do Prahy musela chránit před útočníky policie? Že na něj házeli kamení a studenti jej vypískali?

Miloš Zeman je prezidentem, který společnost možná polarizuje. To, že s ním třeba nesouhlasíte vy, neznamená, že s ním v tu chvíli nesouhlasí někdo jiný. A když nic jiného, polarizovat znamená dělit mezi dvěma póly, a jen mezi dvěma póly, kladným a záporným, může vzniknout náboj, jiskra.

Do dnešního prezidentského duelu jsme pozvali jednoho prezidenta a jednoho kandidáta. Nechci se k tomu moc vracet, protože jsem byl osobně velmi zklamán jednáním Jiřího Drahoše, který odmítl účast v této debatě. Považuji to za neuctivé, ne vůči mně, ale vůči vám, divákům u televizních obrazovek a samozřejmě i vůči vám všem, kteří jste dnes přišli do našeho studia na Barrandově. Ale takové je jeho rozhodnutí, a já je respektuji.

Pojďme tedy spolu dál do dnešního Duelu Jaromíra Soukupa, jehož hostem je prezident České republiky pan Miloš Zeman. Dobrý večer, pane prezidente.

Převvedeno do kontextu prezidentských voleb daná konstrukce říká, že jen lidé, kteří se chovají dětinsky a jsou naivní, volí Jiřího Drahoše. Komunikát latentně nese i binární opozitum – lidé, kteří nejsou naivní a dětinsky nehledají spasitele, volí kandidáta, který je zkušeným politikem a nebude dělat chyby, Miloše Zemana. Moderátor tak ve výsledku dehonestuje voliče Jiřího Drahoše a motivy volby Jiřího Drahoše a skrytě pléduje pro Miloše Zemana. Daná promluva má tak ve svém důsledku silně defavorizující vyznění vůči Jiřímu Drahošovi a naopak favorizuje Miloše Zemana. Takovýto projev považujeme u moderátora diskuzního pořadu s předvolební dramaturgií za nepatřičný. Stranickost moderátora je v této promluvě natolik zřejmá, že významně narušuje moderátorovu nestrannost hned v úvodu debaty.

Z hlediska nestrannosti moderátora považujeme za nepatřičnou i další část úvodní řeči moderátora, ve které sděluje svůj názor na představu, že by měl prezident spojovat společnost. Tuto představu negativně nálepkuje jako dětinskou, dogma. Komunikát opět pracuje v binárním opozitech. Tezi o spojování společnosti prezidentem moderátor ztotožňuje s názorově homogenní společností, což mu následně umožňuje tuto myšlenku prezentovat v negativních významech (stojatá voda v rybníce, kde ubývá života, normalizační, husákovská společnost). Výsledkem hodnotící, zcela subjektivní moderátorovy promluvy je vyjádření negativního postoje moderátora k jednomu z možných atributů výkonu prezidentské funkce, který je spojován s jedním z kandidátů - Jiřím Drahošem. V protikladu pak v pozitivních významech moderátor staví společnost myšlenkově pluralitní, které je vlastní střetávání a konflikt, tedy atributy, spojované s Milošem Zemanem: „*Miloš Zeman je prezidentem, který společnost možná polarizuje. To, že s ním třeba nesouhlasíte vy, neznamená, že s ním v tu chvíli nesouhlasí někdo jiný. A když nic jiného, polarizovat znamená dělit mezi dvěma póly, a jen mezi dvěma póly, kladným a záporným, může vzniknout náboj, jiskra.*“ (čas: 6:53))

Názor, že Miloš Zeman polarizuje společnost, je pak moderátorem bagatelizován, moderátor navíc otevřeně vyjadřuje své pozitivní mínění o názorech Miloše Zemana: „*(p)anu prezidentu Miloši Zemanovi se často vyčítá, že společnost rozděljuje, já nevím, jestli to lze říci takto jednoznačně. Už skoro rok se s ním setkávám týden co týden. Můj dojem je, a nekladu si vůbec nárok na objektivitu, poznamenávám, nejsem veřejnoprávní novinář, že Miloš Zeman má jednoduše silné názory a ty vyostřuje.*“ (čas: 5:42)

Na závěr úvodní promluvy moderátor opět defavorizoval Jiřího Drahoše, když jednostranně a negativně zvýznamnil jeho neúčast v dané debatě, přičemž zcela pominul skutečnost, že přítomný kandidát, Miloš Zeman, se nezúčastnil žádné z kandidátských debat před prvním kolem prezidentských voleb: „*(d) o dnešního prezidentského duelu jsme pozvali jednoho prezidenta a jednoho kandidáta. Nechci se k tomu moc vracet, protože jsem byl osobně velmi zklamán jednáním Jiřího Drahoše, který odmítl účast v této debatě. Považuji to za neuctivé, ne vůči mně, ale vůči vám, divákům u televizních obrazovek a samozřejmě i vůči vám všem, kteří jste dnes přišli do našeho studia na Barrandově. Ale takové je jeho rozhodnutí, a já je respektuji.*“ (čas: 7:20)

Při souhrnném hodnocení úvodní řeči moderátora tak lze konstatovat, že moderátor ve své úvodní řeči k prezidentským kandidátům přistupoval nevyváženě. Prezentoval zdroji

nepodložená, subjektivní stanoviska, v rámci kterých přímo i nepřímo vyjadřoval podporu Miloši Zemanovi a naopak (zjevně i nepřímo) prezentoval kritický postoj k Jiřímu Drahošovi, jeho voličům či možným motivům jeho volby. Rozdíly v reprezentaci obou kandidátů v úvodní řeči moderátora a popsané prvky favorizace Miloše Zemana a naopak defavorizace Jiřího Drahoše jsou natolik výrazné, že je lze považovat za porušení principu nestrannosti moderátora ve vztahu k prezidentským kandidátům. Problematicnost zjištění je posílena i skutečností, že se nejednalo o pochybení či promluvy při interakci s hostem, ale o předem připravenou, více než sedmiminutovou monologickou úvodní řeč moderátora. Prezentace Miloše Zemana v pozitivním světle ze strany moderátora hned v úvodu diskuze navíc měla potenciál ovlivnit vnímání kandidáta během samotné debaty.

V debatě jsme zaznamenali opakovaný výskyt souhlasných projevů moderátora v reakci na předchozí výrok kandidáta (chápu, já samozřejmě chápu, samozřejmě, to jistě). Vyjadřování souhlasného postoje narušuje nestrannost a neutrální přístup moderátora, daný typ promluvy implikuje správnost názorů mluvčího, čímž dochází k jeho favorizaci ze strany moderátora.

- M. Zeman: „*A čím výš v politice stoupáte, tak tím máte být odpovědnější. Vladimír Špidla byl premiér, po něm ostatně Stanislav Gross, a Petra Buzková byla ministryně školství. To je ve všech třech případech vysoká odpovědnost. Nemá cenu kritizovat někoho, kdo nezastává tak vysoké funkce, ale čím víc stoupáte, tím větší kritice budete vystaven, a je to tak dobře.*“
moderátor: „*Samozřejmě, na kopci fouká, se říká.*“ (čas 13:33)
- M. Zeman: „*Slovo lobbovat má stále ještě u některých lidí negativní smysl a já si myslím, že je bílý a černý lobbying. Bílý lobbying znamená, že za vámi někdo přichází a říká, pane prezidente nebo pane premiér, to je jedno, mám pro Vás zadarmo ty a ty informace o mé konkurenci a naopak bych chtěl zdůraznit, že moje firma je naprosto vynikající. To je bílý lobbying, na tom není nic špatného..*“
moderátor: „*Chápu. Ekonomická diplomacie je věc, na kterou si prostě budeme muset zvykat, a americký velvyslanec to takto definoval...*“ (čas: 16:46)
- M. Zeman: „*Pokud věříte médiím, tak si vzpomeňte na jednu zásadu, která říká, že v médiích máte tři druhy zpráv. Zprávy pravdivé, zprávy pravděpodobnostní a zprávy ostatní. Pravdivé, pravdivou zprávou je datum vydání, pravděpodobnostní zprávou je předpověď počasí, no a Vy jste teď citoval to ostatní.*“
moderátor: „*No dobře, tak konkrétně, pane prezidente. Náš vztah k Evropské unii. Bude se měnit podle Vašeho přání? Jaká je vize?*“ (čas: 19:05)
- M. Zeman: „*...Tomu říká Evropská unie a její model učení princip subsidiarity, ale není to nic jiného, než že všechno to, co můžete řešit na národní úrovni, nemáte řešit na úrovni nadnárodní a naopak. Čili například pomazánkové máslo určitě nebudete řešit na nadnárodní úrovni.*“
moderátor: „*To jistě. Sebevědomí při rozhodování o našich národních záležitostech já samozřejmě chápu, a v několika našich debatách jsme hovořili o takzvaném tvrdém jádru Evropské unie, že jedna věc je samozřejmě poklonkování nebo kývání na každou hloupost, jako je pomazánkové máslo, a druhá věc je směřování našeho státu a zakotvení v euroatlantickém prostoru.*“ (čas: 20:06)

- M. Zeman: „*Co s tím, zvyšovat mzdy, ale to je knížecí rada pokud neřeknu jak je zvyšovat. Podívejte se, já jezdím po podnicích a mluvím jak se zaměstnanci tak s jejich šéfy a vím, že ti šéfové při vší úctě k nim nejsou takoví humanisté, aby těm zaměstnancům přidávali tak říkajíc zadarmo. Oni jim dneska přidávají proto, aby jim neutekli. A z toho vyplývá, že ten sedmiprocentní růst mezd, který zřejmě bude pokračovat i v dalších letech, je vyvolán nedostatkem pracovních sil.*“
moderátor: „Což nepochybně bude pravda. A o případných inflačních dopadech zvyšování mzdy, pane prezidente, budeme hovořit po posledním reklamním brejku.“ (čas: 1:23:27)
- M. Zeman: „*...Čili chceme-li, aby důchodci měli slušnou životní úroveň, je zapotřebí, aby důchodový účet byl sycen ze zdrojů sociálního pojištění, které by byly vyšší, než jsou dnes.*“
moderátor /souhlasně dokončuje myšlenku mluvčího/: „A jsou tedy trvalé, nikoliv jednorázové, jako třeba těžba nerostů. Jasný názor.“ (1:055:06)
- moderátor /v kontextu tématu podpory nájemního bydlení/: „Obec, ano. O tom jsme hovořili. V tom se shodujeme.“ (čas: 101:08)

V kontextu otázky, co bude kandidát dělat bezprostředně po skončení voleb, pak moderátor vyjadřuje své pozitivní mínění o předchozím vyjádření kandidáta. Výrok „to bylo velmi lidské“ silně narušuje moderátorovu nestrannost, naopak implikuje podporu či pozitivní mínění moderátora o kandidátovi. Tvrzení sugestivně staví kandidáta do pozitivního světla, čímž jej favorizuje.

moderátor: „*Včera v televizi Nova jste řekl, že v případě prohry Vám to bude líto.*“

M. Zeman: „*Ano.*“

moderátor: „To bylo velmi lidské.“ (čas: 15:06)

Moderátor nejen, že nesehrával roli názorového oponenta, ale v některých pasážích debaty deklaruje snahu přizpůsobit se tomu, co chce respondent. Vzniká tak komunikační situace, ve které moderátor vytváří obraz kandidáta coby člověka, jehož rady je vhodné akceptovat, čímž jej staví do pozitivního světla.

M. Zeman: „*.... Ale oni mají své mešity, oni mají své radikální imámy, své no-go areas, Saint-Denis v Paříži, Molenbeek v Bruselu a tak dále a tak dále. Ale vidím, že se opět nadechujete, takže Vám dám slovo.*“

moderátor: „*Já jenom dýchám, pane prezidente. Já dýchám a čekám, až domluvíte, já si nestěžuju, že odpovídáte příliš dlouho.*“

M. Zeman: „*Já vždycky odpovídám příliš dlouho.*“

moderátor: „*Vy si stěžujete, že se ptám příliš dlouho.*“

M. Zeman: „*Já vždycky odpovídám příliš dlouho, protože se řídím jednou krásnou zásadou, kterou, když dovolíte, řeknu i Vám.*“

moderátor: „*Co mně zbývá. Dovolím.*“

M. Zeman: „*Na každou složitou otázku, pane Soukupe, existuje jednoduchá, srozumitelná, stručná, nesprávná odpověď.*“

moderátor: „*Budu se snažit dávat krátké, stručné, správné otázky.*“

M. Zeman: „*Výborně.*“ (čas: 45:57)

Za projev favorizace lze považovat i část debaty věnovanou vybraným bonmotům kandidáta, během které moderátor předčítá vybrané bonmoty kandidáta a doptává se jej, zda si

vzpomene, na koho byly mířeny. Zvoleným tématem i způsobem jeho uchopení moderátor kandidáta staví do role univerzálního hodnotitele, autority, která je oprávněna vyslovovat jednostranné a v některých případech i dehonestující soudy o jiných¹⁹.

„Pane prezidente, pojďme nechat zatím vážná témata. Já jsem si připravil přehled několika Vašich bonmotů. Vy jste známý tím, že bonmotů jste řekl desítky, možná stovky. Spoustu lidí jste káral, chválil, peskoval nebo doslova...doslova mučil. Myslím samozřejmě verbálně. Já Vám zkusím říci některé Vaše výroky z minulosti, a zkuste, jestli si pamatujete, o kom jste je řekl.“ (čas: 1:12:40)

Moderátor také nijak nezareagoval na faul, kterého se dopustil Miloš Zeman, když ve své promluvě bez jakéhokoliv věcného doložení kriminalizoval Zdeňka Bakalu: *„(a)le na druhé straně, a proto to říkám, copak tady nebyl Viktor Kožený a Harvardské fondy, copak tady nebyly lehké topné oleje, copak tady nebyly desítky, v menším měřítku stovky podvodů a tunelů? Copak tady pořád ještě dnes neběhá po svobodě Zdeněk Bakala, který vytuneloval OKD? A my si budeme stěžovat, že zaostáváme za Německem. V Německu, obávám se, by ten Bakala, ale i Kožený, dopadli daleko hůř než u nás.“ (M. Zeman, čas: 92:50)*

Z hlediska poskytování objektivních a vyvážených informací pak za problematický považujeme i četný výskyt sugestivních dotazů, často vystavených na argumentech či informacích bez jejich korektního zdrojování.

- *„Ale souhlasíte, pane prezidente, že poctivá práce je cenná, ať ji dělá člověk na jakékoliv pozici. Ať je to poslanec, ať je to senátor, ať je to dělník u pásu, prodavač, nebo jakákoliv jiná profese. Všechny poctivé práce, které se dělají poctivě, mají svoji hodnotu.“ (čas: 25:30)*
- *„Jasná odpověď. Já jsem sice nehovořil o hospodách, mluvil jsem o nájemních bytech, ale myslím, že Vaši podporu nájemního bydlení jsem z toho vyrozuměl.“ (čas: 1:40:40)*
- *„Myslíte si, že budoucnost Andreje Babiše v politice je svázána s Vámi v pozici prezidenta?“ (čas: 1:09:00)*
- *„Pane prezidente, Andrej Babiš řekl, že průměrný důchod by se měl zvýšit na patnáct tisíc korun, a samozřejmě se vede debata, jestli to důchodový systém unese a tak dále o důchodové reformě. A nemělo by to být tak, že to prostě seniorům dlužíme? A prostě to tak udělat.“ (čas: 17:50)*
- *„Pane prezidente, než nás přerušila poslední reklamní přestávka, hovořili jsme o výši mezd a o tom, že příští rok nebo tento rok, lze očekávat sedmiprocentní růst mezd. Já mám takovou otázku. Není určitá nespokojenost s polistopadovým vývojem v České republice způsobena také trochu zklamáním z toho, že jsme prostě to Německo nedohrnali? Že životní úroveň nestoupá tak rychle, jak jsme si mysleli?“ (čas: 1:31:46)*

¹⁹ Moderátor přečetl celkem pět bonmotů: (k)omu podlehla vláda a zkurvila tak služební zákon? Komu? O kom to bylo? Kdo by se měl likvidovat, protože jich je příliš? O kom jste hovořil - Byl vegetarián, nekuřák, abstinents a ani s jeho sexuálním životem nebylo všechno v pořádku. O kom jste hovořil - Byl to jediný silný politický protihráč, kterého jsem v životě potkal, protože ostatní byli stádo šašků. O které straně jste hovořil - Má antilidra, který své voliče spolehlivě odpuzuje. Kdo jím byl?

- „*Pane prezidente, s tím souvisí možná vzdáleně další otázka. Podle výzkumu Centra pro výzkum veřejného mínění třicet sedm procent Čechů nechce, aby vedle nich bydlel soused tmavé pleti. Možná mě teď obviníte z toho, že uvozuji odpověď, ale není to alarmující?“ (čas: 48:29)*
- „*Pane prezidente, ve stejném výzkumu, teď tyto dvě otázky se jmenují tolerance, ve stejném výzkumu je uvedeno, že dvacet tři procent Čechů nechce, aby vedle nich zase bydlel homosexuál. A to podle mého názoru alarmující je.“ (čas: 49:20)*

Zaznamenali jsme také sugestivní dotazy, které na základě neurčitých informací předmětný problém jednostranně zasazovaly do interpretačního rámce, který konvenuje s postoji kandidáta. Tímto způsobem dochází k upřednostňování určité perspektivy před jinými a zvýhodňování jejího nositele. Absence zdrojů informací, formujících interpretační rámec tématu, pak vytváří dotazy, které spíše než zdroji doložená fakta odráží subjektivní postoje moderátora:

- „*Je celá řada regionů v Evropě, které jaksí přijaly větší množství uprchlíků, třeba německé Sasko, které si stěžují prostě logicky na vyšší úroveň kriminality. Což je fakt, a dávají to do spojitosti s větším množstvím, s větším počtem uprchlíků. Německá média ale čím dál tím častěji uvádí to, že největší problémy lze očekávat ve druhé a třetí generaci těch uprchlíků. Mimo jiné s tím se potýká Francie, která otevřela svou náruč migraci v osmdesátých letech. Je z toho cesta ven v dnešní době? Vycházejme z toho, že jsou skutečně statisíce lidí, kteří teď v Evropě jsou.“ (čas: 43:07) /Dotaz zanáší ničím nedoložený vztah mezi přijatým počtem migrantů v Sasku a nárůstem kriminality – místo faktického doložení argumentů je vystaven na interpretacích či postoji moderátora, který je prezentuje jako logické či fakt, případně se (opět nekonkrétně) odvolává na německá média. Takovéto informačně nepodložené tvrzení tak spíše než fakt vyjadřuje názor mluvčího. Samotné nekorektní (věcně nedoložené) spojení migrace a kriminality pak opět nahrává respondentovi, tedy kandidátovi, u kterého je varování před hrozbami a riziky spojenými s imigrací z muslimských zemí jedním z hlavních programových témat./*
- „*No, tak ale abychom byli objektivní. Na jedné straně jsme tedy mluvili o netoleranci české veřejnosti, podle výzkumu Centra veřejného mínění, vůči občanům jiné pleti, lidem jiné pleti, a třeba vůči homosexuálům, na druhé straně jsem četl v časopise Reflex, že Šimon Pánek, což je šéf Člověka v tísní, řekl, že Češi chtějí přijímat uprchlíky a chtějí jim pomáhat. Svědčí to trochu o odtrženosti té pověstné pražské kavárny od reality?“ (čas: 51:44) /Dotaz je věcně chybný v tom smyslu, že poukazem na výsledek průzkumu CVVM, dle kterého si 37 % dotázaných nepřeje za souseda člověka tmavé pleti a 23 % homosexuála, vyvrací tvrzení Šimona Pánka, že Češi chtějí přijímat uprchlíky a chtějí jim pomáhat, přičemž tyto informace se vzájemně nevyklučují. Moderátorovi nicméně pomyslný rozpor slouží jako prostředek defavorizace „pražské kavárny“, přičemž míru odtrženosti této sociální skupiny od reality pak sugestivně předkládá k posouzení kandidátovi, který se vyznačuje vymezováním se vůči této jím zkonstruované skupině. Nekorektně vystavený dotaz tak jednostranně zanáší pouze názorovou perspektivu, která konvenuje s postoji kandidáta./*
- *Pane prezidente, než nás přerušila reklamní přestávka, hovořili jsme o trestním stíhání Andreje Babiše, klientelistických sítích a tak dále. Já bych to uvedl otázkou, jestli se politici možná nechovají trochu moc stádně. Místo aby si informace ověřili a zkoumali je, tak je přijmou a chovají se jaksí jednotně. To ovšem platí i o novinářích, já už jiný nebudu, já to nemám moc rád a většinou se stavím proti. Nemůže to být tedy ten případ i jaksí jednotného názoru politické a mediální fronty na stíhání Andreje Babiše? (čas: 1:04:10) /Otázka negativně*

hodnotí novináře a politiky s určitým postojem k trestnímu stíhání Andreje Babiše (moderátor hovoří o politické a mediální frontě), kterou zpochybňuje poukazem na stádní chování a neověřování informací. Pominutím kontextuálních informací (důvod trestního stíhání) a určitou formou bagatelizace trestního stíhání Andreje Babiše odkazem na jednotnou mediální a politickou frontu dotaz nahrává respondentovi, který Andreje Babiše jmenoval premiérem. Moderátor tak do dotazu sugestivně zakomponovává takové čtení problému, které konvenuje s postojem Miloše Zemana. Tímto způsobem mu nahrává./

- „*Váš protikandidát Jiří Drahoš se nechal v podstatě jasně slyšet, že druhý pokus v případě jeho úspěchu, že by se Jiří Drahoš stal prezidentem, Andrej Babiš jistý rozhodně nemá. A spíše se zdá, tak jak z řeči pan Drahoše se dalo vyčíst, že druhým pokusem by pravděpodobně pověřil druhého na pásce. Což je tedy Petr Fiala. Nejde o to? Necítí Petr Fiala možnost dostat se k moci?“ (čas: 1:06:41)*
- „*Promiňte za tu hypotézu, pokud Vy jste někdy brán, že tvoříte jaksi takové mocenské duo Zeman-Babiš, tak po sledování výsledků prvního kola prezidentské volby, tak mně přišlo, že se rodí možná podobné duo Drahoš-Fiala. Proto jsem se na to ptal. Možná, že by nás čekal návrat pana Kalouska do vlády. Já nevím.“ (čas: 68:30) /Zcela spekulativní, věcně nepodložený, návodný dotaz, který vytváří ničím nedoloženou představu mocenského dua Drahoš-Fiala. Dotaz navíc účelově implikuje, že Miloš Zeman ve spojení s Andrejem Babišem představují bariéru proti návratu Miroslava Kalouska (dlouhodobě jednoho z nejméně oblíbených politiků v zemi) do vlády./*
- „*No ono těch nápadů Evropské komise je více. Některé členské státy uvažují o tom, že nabídnou tři tisíce eur těm uprchlíkům, migrantům, kteří se vrátí do svých zemí původu. Logicky tedy mě napadá úvaha, jestli tedy se tím nerozproudí turistika, že přijedou uprchlíci, požádají o azyl, vezmou si ty tři tisíce a pojedou zpátky. Že to bude taková turistika pro tři tisíce eur.“ (čas: 39:28) /Úvahy některých členských států EU jsou směřovány se záměry Evropské komise. Dotaz je tak věcně chybný, formulace však umožňuje respondentovi vyjádřit svůj známý kritický postoj vůči krokům EU v otázce migrace./*
- „*Je pravda, že některé státy, třeba Německo, se snažily nedostatek pracovních sil řešit jaksi přijímáním migrantů a moc úspěšní s tím nebyly. Já jsem samozřejmě ale hovořil třeba o Bulharsku, Ukrajině, Rusku a dalších. (čas: 47:53) /Dotaz místo nestranné formulace nese ničím nedoložené negativní hodnocení moderátora k zaměstnávání migrantů z muslimských zemí coby řešení problému nedostatku pracovních sil (moc úspěšní s tím nebyly). Negativní rámec pak koresponduje s kritickým postojem respondenta k imigraci z muslimských zemí./*

Souhrnně lze konstatovat, že kvalitativní analýza identifikovala četný výskyt promluvy moderátora, které podporují a sdílejí názorové pozice Miloše Zemana.

Jde zvláště o výskyt:

- vstřícných dotazů a dalších souhlasných projevů moderátora vůči Miloši Zemanovi,
- sugestivních otázek konvenujících s postoji a názory Miloše Zemana,
- explicitních projevů favorizace Miloše Zemana a
- explicitních projevů defavorizace Jiřího Drahoše.

Společně s absencí názorové oponentury ze strany moderátora lze popsaná pochybení ve svém celku chápat jako popření principu moderátorské nestrannosti. Identifikovaná pochybení dosahují četnosti i intenzity, na základě kterých lze výkon moderátora posuzovat

v intencích záměrné favorizace Miloše Zemana a možného porušení zásad objektivit a vyváženosti na úrovni daného vysílání pořadu.

3.2.2.3 Debaty bez účasti prezidentských kandidátů

V pěti vysíláních pořadu bez účasti prezidentských kandidátů vystoupilo celkem 6 mluvčích, z toho čtyři spjatí s hnutím ANO (ministři jednobarevné vlády A. Babiše, hejtmanka za ANO a místopředseda ANO), dále Tomio Okamura (SPD) a senátor a hejtman Jiří Čunek (KDU-ČSL).

Tabulka 33: Zkoumaná vysílání a hosté pořadu

referenční období	datum vysílání	host	afiliace
1. kolo voleb	21. 12. 2017	Adam Vojtěch	ministr zdravotnictví, nestraník za hnutí ANO
	4. 1. 2018	Alena Schillerová	ministřyně financí, nestraník za hnutí ANO
	11. 1. 2018	Tomio Okamura	SPD
2. kolo voleb	18. 1. 2018	Jiří Čunek	KDU-ČSL
		Jana Vildumetzová	ANO
	25. 1. 2018	Jaroslav Faltýnek	ANO

Ve vysílání před 1. kolem prezidentských voleb jsme identifikovali celkem 64 tematických zmínek vztahujících se k prezidentským kandidátům. Nejčastěji ze všech kandidátů zmiňován Miloš Zeman (45 % všech zmínek), méně často pak Michal Horáček (17 %) a Jiří Drahoš (11 % zmínek). Reference o dalších kandidátech pak nepřekračují 10 %. Miloš Zeman byl nejčastěji zmiňován i ve dvou debatách bez účasti prezidentských kandidátů odvysílaných v období před 2. kolem prezidentských voleb. K jeho osobě se vztahovalo 55 % referencí o kandidátech, Jiří Drahoš byl tematizován méně, celkem v 32 případech (29 %).

Tabulka 34: Počet referencí o jednotlivých kandidátech (N = 155)

	1. kolo		2. kolo		celkem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
Zeman	29	45 %	50	55 %	79	51 %
Drahoš	7	11 %	32	35 %	39	25 %
Horáček	11	17 %	1	1 %	12	8 %
Fischer	2	3 %	4	4 %	6	4 %
Hilšer	2	3 %	3	3 %	5	3 %
Kulhánek	4	6 %	1	1 %	5	3 %
Topolánek	5	8 %			5	3 %
Hannig	2	3 %			2	1 %
Hynek	2	3 %			2	1 %
celkem	64	100 %	91	100 %	155	100 %

Podíváme-li se na časový průběh referencí o prezidentských kandidátech před 1. kolem voleb, je zřejmé, že moderátor téma prezidentských voleb a kandidátů zanášel zejména

v debatě bezprostředně předcházející 1. kolu voleb, do které spadá 97 % zmínek o kandidátech.

Tabulka 35: Reference o prezidentských kandidátech dle data vysílání (N = 155)

referenční období	datum vysílání	počet	v %
1. kolo voleb	21. 12. 2017	0	0 %
	4. 1. 2018	2	3 %
	11. 1. 2018	62	97 %
	celkem	64	100 %
2. kolo voleb	18. 1. 2018	63	69 %
	25. 1. 2018	28	31 %
	celkem	91	100 %

Před 1. kolem voleb měly téměř tři čtvrtiny referencí o Miloši Zemanovi neutrální hodnotící vyznění (72 %), poměrně velký podíl nesl pozitivní valenci (24 %), promluvu s negativní valencí jsme zaznamenali pouze jednu.

Na straně druhé figurují ostatní kandidáti, kteří byli ve vysílání prezentováni nejčastěji prostřednictvím výroků s negativním vyzněním vůči jejich osobě. Z hlediska valenční struktury zmínek o jednotlivých kandidátech tak lze vysílání před 1. kolem voleb hodnotit jako nevyvážené ve prospěch Miloše Zemana a v neprospěch všech jeho protikandidátů. Z valenčního hlediska nevyvážený obraz jednotlivých kandidátů odráží do značné míry postoje jednoho mluvčího, Tomia Okamury, podporovatele Miloše Zemana a hosta debaty z 11. 1.

Podobně i ve vysílání před 2. kolem prezidentských voleb pak ve valenční struktuře referencí o postupujících kandidátech pozorujeme rozdíly. Valence referencí navázaných na oba postupující kandidáty byla sice nejčastěji neutrální, u Miloše Zemana však pozorujeme čtenější výskyt pozitivních referencí (34 %) než u Jiřího Drahoše (6 %).

Tabulka 36: Valence referencí vůči jednotlivým kandidátům (N = 155)

		neutrální		pozitivní valence		negativní valence		celkem	
		počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
1. kolo	Zeman	21	72 %	7	24 %	1	3 %	29	100 %
	Horáček	5	45 %			6	55 %	11	100 %
	Drahoš	1	14 %			6	86 %	7	100 %
	Topolánek	1	20 %	1	20 %	3	60 %	5	100 %
	Kulhánek	1	25 %			3	75 %	4	100 %
	Hilšer					2	100 %	2	100 %
	Hannig					2	100 %	2	100 %
	Hynek					2	100 %	2	100 %
	Fischer					2	100 %	2	100 %
	celkem	29	45 %	8	13 %	27	42 %	64	100 %
2. kolo	Zeman	28	56 %	17	34 %	5	10 %	50	100 %
	Drahoš	25	78 %	2	6 %	5	16 %	32	100 %
	Fischer	2	50 %	2	50 %			4	100 %
	Hilšer	2	67 %	1	33 %			3	100 %
	Kulhánek					1	100 %	1	100 %
	Horáček	1	100 %					1	100 %
	celkem	58	64 %	22	24 %	11	12 %	91	100 %

Při bližším pohledu na valenční strukturu promluv o postupujících kandidátech se ukazuje, že zdrojem hodnotících (pozitivních či negativních) promluv o kandidátech byli nejen pozvaní hosté, ale také moderátor pořadu. 40 % jeho výpovědí o Miloši Zemanovi mělo vůči danému kandidátovi pozitivní vyznění a naopak třetina jeho referencí týkající se Jiřího Drahoše nesla vůči tomuto kandidátovi negativní valenci. Pozorované rozdíly ve valenčním rámování obou kandidátů ze strany moderátora lze zvažovat v intencích favorizace Miloše Zemana a defavorizace Jiřího Drahoše ze strany moderátora.

Tabulka 37: Valence referencí vůči Miloši Zemanovi a Jiřímu Drahošovi ve vysílání před 2. kolem voleb dle typu mluvčích

		neutrální		pozitivní valence		negativní valence		celkem	
		počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
M. Zeman	host	19	63 %	9	30 %	2	7 %	30	100 %
	moderátor	9	45 %	8	40 %	3	15 %	20	100 %
	celkem	28	56 %	17	34 %	5	10 %	50	100 %
J. Drahoš	host	20	87 %	1	4 %	2	9 %	23	100 %
	moderátor	5	56 %	1	11 %	3	33 %	9	100 %
	celkem	25	78 %	2	6 %	5	16 %	32	100 %

3.2.3 Týden s prezidentem

Pravidelný diskuzní pořad, ve kterém se prezident republiky v exkluzivních rozhovorech z prostor Lánského zámku vyjadřuje k aktuálnímu politickému dění. Pořad je vysílán pravidelně, každý čtvrtek od 20:15 hod. Rozhovory moderuje Jaromír Soukup, stopáž se pohybuje mezi 45 a 55 minutami.

V určeném časovém rámci byly odvysílány celkem 4 rozhovory, tři v období před 1. kolem prezidentských voleb a jeden spadající do období před 2. kolem voleb.

Tabulka 38: Datum vysílání

referenční období	datum vysílání	host	stopáž vysílání
1. kolo voleb	21. 12. 2017	Miloš Zeman	45 min 18 s
	4. 1. 2018	Miloš Zeman	48 min 45 s
	11. 1. 2018	Miloš Zeman	49 min 44 s
2. kolo voleb	18. 1. 2018	Miloš Zeman	55 min 13 s

V rámci daného pořadu Miloš Zeman získal k prezentaci svých názorů přibližně 1,5 hodiny v období před 1. kolem prezidentských voleb a 30 minut v období před 2. kolem prezidentských voleb. Souhrnně pak k promluvám inkasoval více než 2 hodiny (2 hod. 2 min.).

Tabulka 39: Stopáž promluv kandidáta, celková a průměrná stopáž odpovědí

kandidát	referenční období	celková stopáž vysílání	celková stopáž promluv kandidáta	počet dotazů	průměrná délka odpovědí
Miloš Zeman	1. kolo voleb	2 h 23 min 47 s	1 h 31 min 23 s	133	41 s
	2. kolo voleb	55 min 13 s	30 min 36 s	68	27 s
	celkem	3 h 19 min 0 s	2 h 1 min 59 s	201	36 s

Tabulka 40: Typy moderátorských dotazů

kandidát	referenční období	hlavní dotaz (%)	vedlejší dotaz (%)	doplňovací dotaz (%)	hlavní dotaz (počet)	vedlejší dotaz (počet)	doplňovací dotaz (počet)	celkem dotazů
Miloš Zeman	1. kolo voleb	23 %	53 %	25 %	30	70	33	133
	2. kolo voleb	15 %	63 %	22 %	10	43	15	68
	celkem	20 %	56 %	24 %	40	113	48	201

Jak ukazují data o struktuře a povaze kladených dotazů, moderátor mluvčímu adresoval pouze věcně zacílené a ve velké většině neutrální dotazy (84 %). Přesto z hlediska struktury kladených dotazů pozorujeme jistou valenční nerovnováhu. Tu způsobuje vyšší četnost dotazů s pozitivní valencí (souhrnně 31, což představuje 15 % všech dotazů) a naopak minimální výskyt kritických dotazů (2 dotazy tohoto typu, 1 % všech dotazů). Znamená to, že moderátor průměrně každý sedmý dotaz formuloval způsobem, podporujícím předchozí

tvrzení či názory a stanoviska kandidáta mluvčího (vstřícný dotaz, nahrávka), naopak výraznější kritická reflexe promluv mluvčího se téměř nevyskytuje.

Tabulka 41: Valence dotazů

kandidát	referenční období	neutrální dotaz (%)	vstřícný dotaz (%)	kritický dotaz (%)	neutrální dotaz (počet)	vstřícný dotaz (počet)	kritický dotaz (počet)	celkem dotazů
Miloš Zeman	1. kolo voleb	85 %	15 %		113	20		133
	2. kolo voleb	81 %	16 %	3 %	55	11	2	68
	celkem	84 %	15 %	1 %	168	31	2	201

Tabulka 42: Zacilení dotazů

kandidát	referenční období	ad hominem (%)	ad rem (%)	ad hominem (počet)	ad rem (počet)	celkem dotazů
Miloš Zeman	1. kolo voleb		100 %		133	133
	2. kolo voleb		100 %		68	68
	celkem		100 %		201	201

Z hlediska diskutovaných témat moderátor v rozhovorech spadajících do období před 1. kolem prezidentských voleb prostřednictvím dotazů zanášel zejména témata z domácí politiky (55 % dotazů), méně pak i tematické rámce týkající se prezidentských voleb – hodnocení protikandidátů (12 %) či volební strategie (4 %). V rozhovoru z 18. 1., spadajícího do období před 2. kolem prezidentských voleb, pak pozorujeme posun v tematické struktuře dotazů. Rámování kandidáta prostřednictvím dotazů zaměřených na názory mluvčího na vnitropolitické dění je slabší (24 % dotazů) a naopak častěji jsou přítomné dotazy na postoje kandidáta (28 %) a dotazy nesoucí rámce tematizující volební agendu.

Tabulka 43: Tematické rámce dotazů

kandidát	referenční období	počet dotazů	program kandidáta, plány ve funkci	osobnostní rysy, morální integrita kandidáta	vnitropolitické názory kandidáta	zahraničně politické názory kandidáta	hodnotové, ideové, politické postoje	volební strategie	hodnocení protikandidáta	jiné téma
Miloš Zeman	1. kolo voleb	133	2 %	3 %	55 %	11 %	17 %	4 %	12 %	8 %
	2. kolo voleb	68	9 %		24 %	7 %	28 %	24 %	31 %	6 %
	celkem	201	4 %	2 %	43 %	10 %	21 %	11 %	19 %	8 %

KVALITATIVNÍ ANALÝZA

Kvalitativní monitoring rozhovorů ukázal, že moderátor příliš neplnil roli názorového oponenta, nekonfrontoval hosta s odlišnými názorovými perspektivami. Naopak, identifikovali jsme četný výskyt moderátorských promluv přitakávajících předchozím výrokům Miloše Zemana, případně pokládání sugestivních dotazů, formulovaných takovým způsobem, aby byly v souladu se známými postoji kandidáta. Tyto vstřícné promluvy jsme zaznamenali v rozhovorech spadajících do obou referenčních období.

- *„A do jaké míry by prezident tedy měl obecně vstupovat aktivně do jaksi výkonné politiky? Já jsem dával příklad, každý týden spolu vedeme rozhovory, znám Vaše názory na zdravotnictví, obranu, zahraniční politiku, celou řadu věcí, rozpočet a tak dále, a svůj úřad vykonáváte aktivně i při personálních rozhodnutích, aby jaksi správa státu byla co nejlépe Vašim zásadám. U těch ostatních kandidátů mi tato snaha nepřišla. Měl jsem pocit, že spíše chtějí být méně aktivním prezidentem.“ (21. 12., čas: 23:55)*
- *„Pane prezidente, před pěti lety v době prezidentské volby zvláště mezi prvním a druhým kolem, v době souboje mezi Vámi a Karlem Schwarzenbergem, byla atmosféra stejně vyhrocená, možná ještě více. Takoví ti univerzální nositelé pravdy, někdy nazývaní Pražskou kavárnou, upozorňovali na to, že jde o souboj o osud demokracie a svobody, a že pokud vyhrajete Vy, tak ztratíte svobodu a demokracii, a čeká nás bída a zmar v uvozovkách. No, po pěti letech můžeme říci, že demokracii jsme neztratili a objektivně se máme lépe... Ono je znakem totalitních režimů vytvářet neustále obraz nepřítele“ (4. 1., čas: 10:40)*
- *„Tak zcela evidentně je to používáno, ten argument, právě proto, aby veřejnost byla znejistěna. Tak vysvětlil jste to“ (4. 1., čas: 7:04) /moderátor takto reaguje na odpověď Miloše Zemana ohledně svého zdravotního stavu a prohlášení Mirka Topolánka, že mu podlomené zdraví neumožňuje vykonávat prezidentský mandát/*
- *„No samozřejmě, býti členem Evropské unie přeci nemůže znamenat pouze kývat na všechno, co si ostatní země, nebo ty silnější země vymyslí... Ale zpochybnění to není, tak tomu rozumím. NATO je stejný případ, jsme pevnou součástí NATO... A ekonomická diplomacie je ekonomickou diplomacií a je to tedy pomoc českým firmám, nikoli příklon České republiky na východ...“ (18. 1., čas: 20:58)*
- *„Víte, ta hlasitá část veřejnosti, tato v uvozovkách Pražská kavárna, jak se říká na Pražském hradě, ale ta část veřejnosti, která upozorňuje na riziko ztráty svobody a demokracie a tak dále, se většinou v posledních letech soustřeďuje na vítěze voleb. To znamená na ty, kteří ve volbách uspěli. Na Andreje Babiše, na Tomio Okamuru, do určité míry i na Vás. Nesvědčí to v uvozovkách o krizi elit, že tedy názor hlasité části veřejnosti se prostě čím dál tím více oddaluje od názoru běžných lidí, kteří ve volbách rozhodují? Nebo o ztrátě kontaktu s realitou?“ (4. 1., čas: 13:04)*
- *„Ale já se chci zeptat na to Vaše původní rozhodnutí nechodit do předvolebních debat těch kandidátů. Bylo to proto, že jich bylo osm a všichni měli jedno téma anti-Zeman? Logicky pak by ta debata probíhala tak, že pokud každý dostane deset minut, což tak v debatách bývá, protože to musí být vyrovnané, tak osmdesát minut bude trvat, než si vyslechnete všechny invektivy na Vaši hlavu, a pak deset minut“ (18. 1., čas: 8:37)*

Na straně moderátora jsme také identifikovali dílčí promluvy s defavorizačním vyzněním vůči protikandidátům Miloše Zemana či jeho názorovým odpůrcům. Problematičnost těchto výroků spočívá mimo jiné v tom, že se jedná o subjektivní, hodnotící postoje moderátora či

defavorizační tvrzení, která nejsou ničím doložena. Taková vyjádření jsou pak v rozporu s nestranným přístupem moderátora k volební agendě a jejím aktérům.

- „*Já jsem měl ve svých pořadech hosty ty hlavní Vaše protivníky, pana Drahoše, pana Horáčka a pana Topolánka a mezi nimi jsou poměrně velké rozdíly ve znalostech politických reálií a znalostech jak funguje stát.... No, jaksí v těch debatách bylo zřejmé, že pan Horáček, aspoň u mě, se jaksí věnoval politickým deklaracím a obecně platným zásadám, což je samozřejmě jeho právo, ale o jeho znalostech a schopnostech řídit stát a jaksí kontaktech v té komunitě vedoucích představitelů státu jsem se moc nedozvěděl.*“ (21. 12., čas: 22:20)
- „*Tak pojďme ke konkrétnějším věcem. Hovořili jsme o odvaze, zbabělosti, statečnosti v politice. Víte, co mě zaujalo v letošní prezidentské kampani? Jak často jsou schopni ti kandidáti měnit názor na tu samou věc během několika týdnů nebo měsíců. O čem to svědčí?*“ (11. 1., čas: 10:08)
- „*Tak jeden z Vašich protikandidátů velmi pružně měnil názory například na to, jestli by jmenoval trestně stíhaného premiéra předsedou vlády, nebo nejmenoval. Tak to je takový jeden z příkladů, který je asi nejviditelnější.*“ (narážka na J. Drahoše, jeho jméno však není explicitně zmíněno, 11. 1., čas: 10:34)
- „*No, na tom se asi právě shodneme, protože role politického marketingu a těch poradců v několika posledních volbách, ať už parlamentních nebo jiných, byla možná až přeceňována. A zdá se, že spousty kandidátů tedy se rozhodli věřit politickému marketingu, průzkumům a trochu se možná ztratila autentičnost. Vypadá to, jako kdyby ty volební kampaně už dělali jenom ti poradci, a ti politici byli jenom takovým...*“ (protikandidáti M. Zemana, 11. 1., čas: 11:23)
- „*K událostem ve Sněmovně se ještě dostaneme, ale já jsem spíše hovořil o politice jako marketingovém produktu, kdy na jednu a tu samou věc, aniž by se cokoli zvláštního stalo, kandidát má zcela evidentně podle rad poradců během několika týdnů rozdílné názory.*“ (narážka na J. Drahoše, jeho jméno však není explicitně zmíněno, 11. 1., čas: 13:08)
- „*Pane prezidente, před pěti lety v době prezidentské volby zvláště mezi prvním a druhým kolem, v době souboje mezi Vámi a Karlem Schwarzenbergem, byla atmosféra stejně vyhrocená, možná ještě více. Takoví ti univerzální nositelé pravdy, někdy nazývaní Pražskou kavárnou, upozorňovali na to, že jde o souboj o osud demokracie a svobody, a že pokud vyhrajete Vy, tak ztratíme svobodu a demokracii, a čeká nás bída a zmar v uvozovkách. No, po pěti letech můžeme říci, že demokracii jsme neztratili a objektivně se máme lépe... Ono je znakem totalitních režimů vytvářet neustále obraz nepřítele*“ (4. 1., čas 10:40)

Shrňme-li výsledky kvalitativní analýzy, pak lze říci, že popsaná moderátorská pochybení a promluvy narušující moderátorskou nestrannost se promítaly pozitivně vůči Miloš Zemanovi a naopak negativně postihovaly jeho protikandidáty. Kvalitativní monitoring pořadu také ukázal, že moderátor příliš neplnil roli názorového oponenta a nekonfrontoval hosta s odlišnými perspektivami či názory. Kvantitativní analýza pak ukázala, že míra vstřícných promluv vůči Miloši Zemanovi dosáhla 15 % z celku moderátorských dotazů.

Ponecháním pořadu v programové nabídce vysílání v období před prvním i druhým kolem prezidentských voleb i způsobem vedení rozhovorů tak provozovatel jednostranně poskytl Miloši Zemanovi prostor pro prezentaci svých názorů, čím mohlo dojít ke znevýhodnění ostatních kandidátů a porušení zákona.

3.2.4 Diskusní pořady s předvolební dramaturgií – shrnutí

Cílem analýzy vybraných diskusních pořadů TV Barrandov bylo zjistit, zda v těchto pořadech docházelo k objektivní a vyvážené reprezentaci prezidentských kandidátů, a zda byl vůči nim uplatněn nestranný přístup.

Z hlediska zastoupení kandidátů v předvolebních diskusních pořadech i prostoru, poskytnutém k vyjádření, lze vysílání před 1. i 2. kolem prezidentských voleb označit za nevyvážené.

V období před 1. kolem prezidentských voleb v určených diskusních pořadech vystoupili pouze čtyři z devíti kandidátů – Miloš Zeman, Jiří Drahoš, Mirek Topolánek a Michal Horáček. Mezi kandidáty, kterým provozovatel umožnil přístup do vysílání, pak jsou i výrazné rozdíly v prostoru, který získali. Nejvíce prostoru ve vysílání v daném období získal Miloš Zeman, který díky vysílání pořadu Týden s prezidentem i v předvolebním období, vystoupil ve vysílání celkem třikrát a inkasoval k promluvám více než 1,5 hodiny. Zbylí tři kandidáti, kteří v daném období ve vysílání vystoupili, obdrželi prostoru výrazně méně (od 19 do 34 minut). Je nutno ovšem doplnit, že Jiří Drahoš a Mirek Topolánek odmítli nabídku účasti ve vysílání Arény Jaromíra Soukupa z 2. 1. 2018.

Ostatní kandidáti se v určeném vysílání v období před 1. kolem prezidentských voleb neobjevili vůbec, přičemž kritéria pro přístup do vysílání nebyla jasně specifikována. Výsledkem je z hlediska poskytnutého prostoru nevyvážená reprezentace prezidentských kandidátů ve vysílání diskusních pořadů TV Barrandov v období před 1. kolem prezidentských voleb.

Ve vysílání před 2. kolem prezidentských voleb vystoupil pouze Miloš Zeman. Tato skutečnost je dána tím, že Jiří Drahoš odmítl pozvání do speciální prezidentské debaty z 22. 1. (Duel Jaromíra Soukupa speciál). V rámci daného referenčního období pak bylo také odvysíláno jedno vydání pořadu Týden s prezidentem, ve kterém Miloš Zeman získal dalších 30 minut k vyjádření. Ponecháním pořadu v programové nabídce tak provozovatel poskytl Miloši Zemanovi prostor pro prezentaci svých názorů, čím mohlo dojít ke znevýhodnění protikandidáta, který obdobný prostor nezískal.

Tabulka 44: Přítomnost prezidentských kandidátů v diskusních pořadech TV Barrandov

kandidát	pořad	vysílání před 1. kolem voleb	vysílání před 2. kolem voleb	celkem
Miloš Zeman	Týden s prezidentem	3	1	4
	Duel Jaromíra Soukupa Speciál		1	1
	celkem	3	2	5
Jiří Drahoš	Aréna Jaromíra Soukupa	1		1
Mirek Topolánek	Duel Jaromíra Soukupa	1		1
Michal Horáček	Aréna Jaromíra Soukupa	1		1

Tabulka 45: Stopáž promluv prezidentských kandidátů v diskuzních pořadech TV Barrandov

kandidát	pořad	vysílání před 1. kolem voleb	vysílání před 2. kolem voleb	celkem
Miloš Zeman	Týden s prezidentem	1 h 31 min 23 s	30 min 36 s	2 h 1 min 59 s
	Duel Jaromíra Soukupa Speciál		47 min 9 s	47 min 9 s
	celkem	1 h 31 min 23 s	1 h 17 min 45 s	2 h 49 min 8 s
Jiří Drahoš	Aréna Jaromíra Soukupa	32 min 6 s		32 min 6 s
Mirek Topolánek	Duel Jaromíra Soukupa	34 min 23 s		34 min 23 s
Michal Horáček	Aréna Jaromíra Soukupa	19 min 1 s		19 min 1 s

Podobná dramaturgie většiny zkoumaných diskuzních pořadů i stejná osoba v pozici moderátora nabízí srovnání přístupu moderátora k jednotlivým kandidátům. Jak ilustrují data o valenci a zacílení dotazů, byť moderátor všem kandidátům adresoval dominantně neutrální, věcné dotazy, nepřistupoval k nim zcela stejným způsobem. Vůči Jiřímu Drahošovi volil kritičtější přístup s množstvím osobně laděných a ad hominem dotazů. Na opačné straně pak lze identifikovat Miloše Zemana, u kterého výskyt dotazů s pozitivní valencí při téměř nulovém výskytu kritických dotazů indikuje přítomnost vstřícnějšího přístupu moderátora než u ostatních kandidátů, kteří v diskuzních pořadech v období před 1. a 2. kolem vystoupili.

Tabulka 46: Valence moderátorských dotazů v diskuzních pořadech TV Barrandov

období	kandidát	neutrální (%)	vstřícný (%)	kritický (%)	neutrální (počet)	vstřícný (počet)	kritický (počet)	celkem dotazů
1. kolo voleb	Miloš Zeman	85 %	15 %		113	20		133
	Jiří Drahoš	86 %	2 %	12 %	112	3	16	131
	Mirek Topolánek	89 %	6 %	5 %	95	6	5	106
	Michal Horáček	100 %			23			23
2. kolo voleb	Miloš Zeman celkem	81 %	17 %	2 %	115	24	3	142
	<i>detail - Týden s prezidentem</i>	81 %	16 %	3 %	55	11	2	68
	<i>detail - Duel J. Soukupa speciál</i>	81 %	18 %	1 %	60	13	1	74
celkem	Miloš Zeman	83 %	16 %	1 %	228	44	3	275
	Jiří Drahoš	86 %	2 %	12 %	112	3	16	131
	Mirek Topolánek	89 %	6 %	5 %	95	6	5	106
	Michal Horáček	100%			23			23

Tabulka 47: Zacílení moderátorských dotazů v diskuzních pořadech TV Barrandov

referenční období	kandidát	ad hominem (%)	ad rem (%)	ad hominem (počet)	ad rem (počet)	celkem dotazů
1. kolo voleb	Miloš Zeman		100 %		133	133
	Jiří Drahoš	11 %	89 %	14	117	131
	Mirek Topolánek	3 %	97 %	3	103	106
	Michal Horáček		100 %		23	23
2. kolo voleb	Miloš Zeman		100 %		142	142

referenční období	kandidát	ad hominem (%)	ad rem (%)	ad hominem (počet)	ad rem (počet)	celkem dotazů
celkem	Miloš Zeman		100 %		275	275
	Jiří Drahoš	11 %	89 %	14	117	131
	Mirek Topolánek	3 %	97 %	3	103	106
	Michal Horáček		100 %		23	23

Kvalitativní analýza vysílání s účastí prezidentských kandidátů pak na straně moderátora odhalila četný výskyt promluv s de/favorizačním vyzněním vůči prezidentským kandidátům. Tyto promluvy jsme zaznamenali v Duelu Jaromíra Soukupa z 14. 12. a 22. 1., Aréně Jaromíra Soukupa z 19. 12. a 2. 1. a ve vysílání pořadu Týden s prezidentem z 21. 12., 4. 1. a 11. 1. Identifikované de/favorizační projevy moderátora vykazují systematickou povahu v tom smyslu, že favorizovaly Miloše Zemana a defavorizovaly jeho protikandidáty.

Rozdíly v reprezentaci jednotlivých kandidátů jsme zaznamenali i ve vysílání bez účasti prezidentských kandidátů. Analýza valenční struktury zmínek o prezidentských kandidátech, učiněných hosty pořadu či moderátorem, ukázala, že ve vysílání Arény Jaromíra Soukupa i Duelu Jaromíra Soukupa před 2. kolem voleb byla reprezentace Miloše Zemana a Jiřího Drahoše z hlediska valenčního rámování nevyvážená ve prospěch Miloše Zemana a v neprospěch Jiřího Drahoše. Tuto nevyváženost lze interpretovat jako důsledek výběru hostů ve vysílání pořadu před 2. kolem voleb, většinově zastávajících postoje blízké Miloši Zemanovi či jej přímo podporujících. Ve zkoumaném vysílání pořadu Duel Jaromíra Soukupa byly rozdíly ve valenčním rámování obou kandidátů syceny i hodnotícími promluvami samotného moderátora.

Výstupy z kvalitativní i kvantitativní analýzy tak indikují, že v celku zkoumaných diskuzních pořadů docházelo k opakovanému porušování vyváženého přístupu ke kandidujícím osobnostem, projevujícím se systematickým zvýhodňováním Miloše Zemana a naopak znevýhodňováním ostatních kandidátů.

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:

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

Ve zpravodajské relaci Naše zprávy jsme před oběma koly voleb identifikovali výraznou nerovnováhu v prostoru poskytnutém promluvám jednotlivých kandidátů. Zejména díky prezentaci pasáží z pořadu Týden s prezidentem získal převážnou část celkové stopáže promluv Miloš Zeman, což považujeme za narušení vyváženého přístupu k jednotlivým kandidátům. Rovněž kvalitativní analýza zpravodajských relací odhalila celou řadu pochybení, většinou šlo o různé formy favorizujícího přístupu ne prospěch Miloše Zemana.

V diskuzních pořadech TV Barrandov s předvolební dramaturgií jsme konstatovali nevyvážený přístup k jednotlivým kandidátům z hlediska jejich zastoupení v určených pořadech i z hlediska prostoru, který byl poskytnut těm uchazečům, kteří do vysílání přístup získali. Také zaznamenané odchylky ve struktuře a povaze moderátorských dotazů indikovaly vstřícnější přístup moderátora vůči Miloši Zemanovi. Kvalitativní analýza pak u moderátora odhalila četný výskyt momentů narušujících nestrannost vůči prezidentským kandidátům. Identifikovali jsme řadu moderátorských promluv s favorizačním vyzněním ve prospěch Miloše Zemana a defavorizačním vyzněním vůči jeho protikandidátům. Tyto projevy měly opakující se, systematickou povahu.

Podobně obraz kandidátů, konstruovaný promluvami moderátora a hostů v diskuzích bez přítomnosti prezidentských kandidátů vykazuje valenční odchylky ve prospěch Miloše Zemana a v neprospěch Jiřího Drahoše. Tuto nevyváženost lze interpretovat jako důsledek nevyváženého výběru hostů do vysílání pořadů Aréna Jaromíra Soukupa a Duel Jaromíra Soukupa před 2. kolem voleb, kterými většinou byli přímí podporovatelé Miloše Zemana či politici zastávající postoje blízké Miloši Zemanovi.

- 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 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.**

Výstupy z kvalitativní i kvantitativní analýzy zpravodajských, publicistických a předvolebních diskuzních pořadů TV Barrandov indikují, že v celku zkoumaných pořadů docházelo k opakovanému porušování vyváženého přístupu ke kandidujícím osobnostem, projevujícím

se systematickým zvýhodňováním Miloše Zemana a naopak znevýhodňováním ostatních kandidátů.

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.