

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Filozofická fakulta

Katedra žurnalistiky

Mediální studia

Bc. Lenka Kyčerková

**Mediální pokrytí kandidátů do Poslanecké sněmovny
v tzv. seriózním tisku šesnáct dní před volbami v roce 2010**

Diplomová práce

Vedoucí práce: Mgr. Marek Lapčík, Ph.D.

Olomouc 2012

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a uvádím v seznamu použité literatury.

V Olomouci dne 18. 4. 2012

Lenka Kyčerková

Diplomová práce obsahuje znaků: 107 49

Chtěla bych poděkovat svému vedoucímu Mgr. Marku Lapčíkovi, Ph.D. za podnětné rady, které se týkaly obsahu diplomové práce a mým dvěma konzultantkám z Přírodovědecké fakulty Mgr. Michaele Jandové a Mgr. Janě Vrbkové, které mi dávaly rady ohledně statistického zpracování výsledné analýzy.

ANOTACE

Ve své diplomové práci se zabývám mediálním pokrytím kandidátů do Poslanecké sněmovny v tzv. seriózním tisku šesnáct dní před volbami v roce 2010. Hlavním teoretickým rámcem mé analýzy je belgický výzkum *Politicians in the News: Media or Party Logic?: Media Attention and Electoral Success in the Belgian Election Campaign of 2003*. Ve svém výzkumu zjišťuji, jestli se média rozhodovala samostatně v určování, komu věnují více pozornosti nebo byla ovlivněna příslušností kandidátů k jednotlivým politickým stranám. V celé výsledné analýze rovněž zkoumám, jestli se v mém výzkumu projevují znaky mediální nebo stranické logiky médií. Také se snažím zjistit, jestli je pro mediální pokrytí důležité, když je kandidát do Poslanecké sněmovny z malé, velké nebo nové politické strany. Podrobně se zabývám také dalšími elementy, které by mohly ovlivnit rozvrstvení mediální pozornosti před volbami, a zjišťuji, jak se lišilo mediální pokrytí v českých periodikách Mladá Fronta Dnes, Lidové noviny, Hospodářské noviny a Právo. Výsledky zjištění aplikuji na výsledky voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2010. Klíčová slova: média, volby, tisk, kandidát, strana

ANNOTATION

In this Thesis I focus on media coverage of the Chamber of Deputies candidates in a trustworthy press 16 days before the 2010 elections. The main theoretical framework of my analysis comes from the Belgian research *Politicians in the News: Media or Party Logic?: Media Attention and Electoral Success in the Belgian Election Campaign of 2003*. In my research I try to find out whether the media decided to focus attention on the candidates independently, or they were influenced by the candidates' political party membership. In the complex analysis I also examine if in my research the characteristic of media or party media logic can be found. I try to figure out whether it is important that the candidate comes from a small, big or new political party. In detail I pursue other elements, which could have an influence on stratification of the media attention before elections and I find out, how the media coverage in the Czech press Mlada Fronta Dnes, Lidove noviny, Hospodarske noviny and Pravo varies. I apply the analysis results on Chamber of Deputies elections in 2010.

Key words: media, election, press, candidate, party

OBSAH

ÚVOD.....	1
1. TEORETICKÝ RÁMEC	2
1.1 Stranická a mediální logika	5
1.2 Další dílčí výzkumy zaměřující se na stranictví.....	6
1.3 Analýzy kandidátních listin z hlediska ženských kandidátek do Poslanecké sněmovny	9
1.4 Výzkum mediální obraz političek ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2006	12
1.5 Tisk v době předvolební kampaně.....	13
2. POLITICKÁ SITUACE PŘED VOLBAMI DO POSLANECKÉ SNĚMOVNY V ROCE 2010	18
2.1 Volební průzkumy	20
3. METODIKA.....	22
3.1 Obsahová analýza	22
3.2 Nevýhody použití obsahové analýzy	24
4. VYMEZENÍ VÝBĚROVÉHO SOUBORU	25
5. PARAMETRY KATEGORIZACE.....	28
5.1 Politická strana	28
5.2 Kategorie vládní strana	29
5.3 Kategorie opoziční strana.....	29
5.4 Kategorie nová strana	30
5.5 Kategorie velká strana.....	30
5.6 Kategorie malá strana	31
5.7 Kategorie umístění kandidáta na kandidátní listině.....	31
5.8 Kategorie kandidát muž a kandidátka žena.....	32
5.9 Kategorie status celebrity.....	33
5.10 Kategorie premiéři	33
5.11 Kategorie vlády.....	34
6. STATISTICKÉ PRACOVÁNÍ	35
7. MEDIÁLNÍ POKRYTÍ U VLÁDNÍCH, OPOZIČNÍCH A NOVÝCH STRAN V ROCE 2010	37
8. MEDIÁLNÍ POKRYTÍ U VELKÝCH A MALÝCH POLITICKÝCH STRAN.....	40

9. MEDIÁLNÍ POKRYTÍ KANDIDÁTEK ŽEN A KANDIDÁTŮ MUŽŮ	43
9.1 MEDIÁLNÍ POKRYTÍ KANDIDÁTEK ŽEN	45
10. MEDIÁLNÍ POKRYTÍ JEDNOTLIVÝCH POLITICKÝCH STRAN	47
11. MEDIÁLNÍ POKRYTÍ PODLE UMÍSTĚNÍ NA KANDIDÁTNÍ LISTINĚ.....	51
12. MEDIÁLNÍ POKRYTÍ STATUSU CELEBRITA	55
13. MEDIÁLNÍ POKRYTÍ PODLE FUNKCE PREMIÉRA	56
14. MEDIÁLNÍ POKRYTÍ PODLE FUNKCE MINISTRA	58
15. VLIV MÍRY FINANCOVÁNÍ VOLEBNÍ KAMPANĚ NA MEDIÁLNÍ POKRYTÍ V TISKU PŘED VOLBAMI.....	59
16. POROVNÁNÍ VÝSLEDKŮ VOLEB Z ROKU 2010 S VÝSLEDKY VÝZKUMU	61
ZÁVĚR	63
SEZNAM ZKRATEK	67
SEZNAM PRAMENŮ	68
SEZNAM LITERATURY	70
SEZNAM SCHÉMAT	76
SEZNAM TABULEK	76
SEZNAM PŘÍLOH	77
PŘÍLOHY	78

ÚVOD

Ve své diplomové práci se zabývám mediálním pokrytím kandidátů do Poslanecké sněmovny v tzv. seriózním tisku šesnáct dní před volbami v roce 2010. Ve svém výzkumu pracuji s řadou teorií, ale hlavní teoretický rámec mi poskytuje belgický výzkum *Politicians in the News: Media or Party Logic?: Media Attention and Electoral Success in the Belgian Election Campaign of 2003*. Na základě tohoto výzkumu pokládám řadu výzkumných otázek, vytvářím vzájemně propojené hypotézy a rozšiřuji české téma o belgický pohled na situaci před volbami. Belgická studie mi byla nápomocná také při vytváření metodiky a jednotlivých kategorií. Kvůli rozdílnému politickému uspořádání v obou zemích a jiné délce předvolebního období nebylo možné, aby byly tyto dva výzkumy prováděny totožně. I z tohoto důvodu využívám ve svém výzkumu také řadu dílčích analýz a studií, doplňující český kontext, který belgická studie nemohla poskytnout.

Analýzu zpracovávám pomocí kvantitativní metody, která se pro můj výzkum nejlépe hodí, jelikož pracuji se surovými daty většího rozsahu. Data získávám pomocí obsahové analýzy a následným statistickým zpracováním čtyř periodik. Mezi tato periodika patří *Mladá fronta Dnes*, *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny* a *Právo*.

Mým cílem je analyzovat média během předvolební kampaně do Poslanecké sněmovny v roce 2010. Zjistit, jestli bude mediální pokrytí určeno stranickou nebo mediální logikou. Určit, jestli bude mediální pokrytí kandidátů ovlivněno jejich příslušností k určité straně nebo zda bude toto pokrytí ovlivněno i jinými elementy. Porovnat výsledky mého výzkumu s belgickým výzkumem, prezentovaným v článku *Politicians in the News: Media or Party Logic?: Media Attention and Electoral Success in the Belgian Election Campaign of 2003*. Vyzkoumat, zda jsou výsledky podobné a v čem se rozcházejí. Dále chci své výsledky porovnat s českými výzkumy, které v diplomové práci rovněž uvádím. Posledním cílem je vyzkoumat, jestli míra mediálního pokrytí hrála významnou roli pro výsledky parlamentních voleb v roce 2010.

1. TEORETICKÝ RÁMEC

Stěžejním výzkumem je pro mou diplomovou práci výzkum Petera van Elsta a Barta Maddense *Politicians in the News: Media or Party Logic?: Media Attention and Electoral Success in the Belgian Election Campaign of 2003*, který vyšel v *European journal of communication* v roce 2008. Autoři článku analyzovali média během voleb v Belgii v roce 2003. (AELST - MADDENS, 2005: 193-210) Já analyzuji média během předvolební kampaně do Poslanecké sněmovny v roce 2010. Belgičtí výzkumníci se snažili zjistit, jestli se mediální pozornost řídí tradiční stranickou logikou nebo mediální logikou. (AELST - MADDENS, 2005: 193-210) Provádím podobné určení v českém prostředí.

Tento empirický výzkum byl postaven na datech obsahujících informace o všech 948 vlámských kandidátech do Komory reprezentantů, což je dolní komora belgického parlamentu. Neobsahuje informace o valonských kandidátech, ti mají oddělené kampaně, jiné strany a také rozdílné mediální pokrytí v Belgii. (AELST - MADDENS, 2005: 193-210)

Belgický a český politický systém je mnoha ohledech rozdílný, proto nelze provést přesnou komparaci těchto dvou analýz, ale pracuji jen s některými prvky, které jdou přenést do českého prostředí. Mezi nejvýraznější rozdíly obou států patří následující: Belgie je parlamentní monarchií bez prvků přímé demokracie. Tato federace je tvořena třemi jazykovými společenstvími. Vlámské společenství tvoří obyvatelé Flander a nizozemsky mluvící obyvateli Bruselu. Francouzské společenství tvoří obyvatelé Valonska a francouzsky mluvící obyvatelé Bruselu. Německé společenství se koncentruje ve východní části provincie. V Belgii jsou rovněž tři rozdílné regiony, a to vlámský, valonský a bruselský. Tyto segmenty tvoří organizační jednotky celé belgické federace. (CHYTÍLEK 2005: 124-125)

Česká republika je na rozdíl od Belgie parlamentní demokracií. Dvoukomorový Parlament České republiky se skládá Poslanecké sněmovny a Senátu. Česká republika využívá modelu asymetrického bikameralismu, protože kompetence Poslanecké sněmovny jsou ve srovnání se Senátem klíčové. (HLOUŠEK 2005: 438) V Belgii má Senát zcela jiné postavení a je taky odlišně volen. V České republice je 81 senátorů a každé dva roky se volí třetina. (Zákon č. 1/1993 Sb., článek 16, odstavec 2) V Belgii je 71 senátorů, 40 je voleno přímo a 31 nepřímo. Z části jsou

delegování orgány jazykových společenství a z části kooptování podle jazykového klíče. (CHYTÍLEK 2005: 125-126) Z důvodu této velké rozdílnosti nelze využít pro český případ kategorii souběžné kandidatury do Senátu.

Další významnou rozdílností je to, že Belgie je známá velkým zájmem o vysokou politiku a volební účast je povinná. (ROSŮLEK 2009: 111) Tato povinnost v České republice neexistuje.

Stranický systém je také v mnohém odlišný. V Belgii jsou různé strany pro vlámskou a valonskou část Belgie. V diplomové práci pracuji pouze s výzkumem, který se týká Flander, takže uvedu pouze strany této části Belgie. V tomto systému se nachází čtyři podobně silné stranické subjekty. Jedná se o Alternativní socialistickou stranu, Křesťanské demokraty a Vlány, Vlámské liberály a demokraty a Vlámské zájmy, která je nástupkyní Vlámského bloku. Poslední relevantní stranou jsou Vlámští zelení, kteří dříve působili jako AGALEV. (HABÁŇ 2005)

Autoři prováděli kvantitativní výzkum, využívali mnohonárodnostní logistickou regresní analýzu. (AELST - MADDENS, 2005: 193-210) Toto analýzu nelze použít v českém případě kvůli malému počtu dat a z důvodu kratší předvolební kampaně. Pracovali s těmito závislými proměnnými: množství mediální pozornosti pro kandidáty v televizních zprávách a tisku. Výzkum zahrnoval data z šestitýdenní kampaně před volbami. Televizní pokrytí bylo měřeno počítáním toho, kolikrát se o kandidátovi do parlamentu zmínilo komerční a veřejnoprávní zpravodajství. Novinové pokrytí se měřilo počítáním článků, ve kterých byl kandidát zmíněn nejméně jedenkrát. Autoři pracovali rovněž s těmito nezávislými proměnnými: stranicí, pozice kandidáta na hlasovacím lístku, kandidatura do senátu, status celebrity, výdaje na kampaň a gender. (AELST - MADDENS, 2005: 193-210) V českém výzkumu pracuji pouze s tiskem, televizi do výzkumu nezahrnuji. Jednalo by se o obrovské množství dat, které by neodpovídalo rozsahu diplomové práce.

Centrální otázka belgické studie zní: *„Rozhodovala se média samostatně v určování, komu věnuje více pozornosti ve zprávách a tisku nebo jen následovala přání jednotlivých politických stran? Další výzkumné otázky: Byla velikost strany určující pro mediální pokrytí nebo tento element nehrál významnější roli? Jaké další elementy kromě politických stran mohly ovlivnit rozvrstvení mediální pozornosti před volbami?“* (AELST - MADDENS 2005: 193-210)

Těmito otázkami jsem se inspirovala také ve svém výzkumu a aplikuji je následovně: Rozhodovala se média samostatně v určování, komu věnuje více pozornosti nebo byla ovlivněna příslušností kandidátů k jednotlivým politickým stranám? Převládala v tomto případě mediální nebo stranická logika médií? Do jaké míry je pro mediální pokrytí důležité, jestli je kandidát z malé, velké nebo nové politické strany? Jaké další elementy, kromě politických stran, mohly ovlivnit rozvrstvení mediální pozornosti před volbami? Jak se lišilo mediální pokrytí v českých periodikách?

Hypotézy výzkumu Petera van Elsta a Barta Maddense: *„Média byla v předvolebním období do parlamentu výrazně ovlivněna stranickou politikou v Belgii. Velké a vládní strany měly mnohem větší šanci na širší mediální pokrytí než strany malé nebo opoziční. Kromě stranic tvářely významnou roli i jiné faktory (pozice kandidáta na hlasovacím lístku, kandidatura do senátu, status celebrity, výdaje na kampaň a gender), které ovlivňovaly mediální pokrytí ve zprávách a tisku před parlamentními volbami v Belgii v roce 2003.“* (AELST - MADDENS 2005: 193-210)

Kandidáti byli zmíněni ve více než 20 600 člancích v osmi vlámských novinách a téměř devětsetkrát se objevila zmínka o nějakém z kandidátů v hlavních večerních zpravodajstvích. Výsledky mediálního pokrytí kandidátů bylo hodně nerovnoměrné. Téměř 88 procent kandidátů se nikdy neobjevilo ve zprávách. Autoři belgické studie dospěli k tomu, že být ve vládních stranách Liberálů, Zelených a Socialistů není z pohledu mediální pozornosti vždy výhodné. Vládní strany měly určitý monopol na informace, které se do zpráv a novin dostaly, ale samotné zviditelnění v médiích se týkalo především premiéra a ministrů. Ostatní členové vládních stran měli slabé nebo žádné pokrytí v médiích. Opoziční Křesťanští demokraté získali obecně mnohem méně mediální pozornosti, ale tato pozornost byla mnohem rovnoměrněji rozprostřena mezi jednotlivé kandidáty. Malá Vlámská národní strana dostala minimální prostor, což výzkumníci předpokládali. Potvrdilo se, že pozice na hlasovacím lístku hrála také významnou roli, jen výjimečně se v tisku objevil někdo ze spodní části hlasovacího lístku. (AELST - MADDENS 2005: 193-210)

Podle zkoumání i gender ovlivňuje pokrytí v médiích. Ženy byly viděny v tisku a zprávách jen minimálně a autoři v této souvislosti mluví dokonce o diskriminaci žen. Rovněž se potvrdilo, že když je poslanec současně kandidátem do Senátu, získává více mediální pozornosti než jiní. Status celebrity se také projevil ve

zvětšeném zájmu o kandidáta v médiích, ale překvapivě výdaje na kampaň výrazněji neovlivnily kandidátovo objevování se v tisku a ve zprávách. Autoři se shodli na tom, že jejich hypotézy se z velké části potvrdily. Média v Belgii byla silně ovlivněna nejen stranickou logikou, ale i dalšími elementy. (AELST - MADDENS 2005: 193-210)

Výše přestavenými hypotézami a výsledky belgického výzkumu jsem se inspirovala také ve svém výzkumu a s drobnými modifikacemi je aplikuji na případ předvolební situace v tisku před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 2010: Média budou v předvolební kampani do Poslanecké sněmovny silně ovlivněna příslušností kandidátů k politickým stranám v ČR. Stranická a mediální logika bude v případě voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2010 propojena. Velké a vládní strany mají mnohem větší šanci na širší mediální pokrytí než strany malé nebo opoziční. Kromě stranicův budou hrát významnou roli i jiné faktory (pozice kandidáta na hlasovacím lístku, status celebrity, výdaje na kampaň a pohlaví), které ovlivní mediální pokrytí ve zprávách a tisku před parlamentními volbami v ČR v roce 2010. Celková míra mediálního pokrytí bude u kandidátů do Poslanecké sněmovny nerovnoměrná. Média budou reflektovat jen velmi malý počet kandidátů, ti však budou v celkových výsledcích voleb silně zvýhodněni před těmi, kteří se do médií nedostanou. Výsledky belgického a českého výzkumu budou v řadě věci totožné.

1.1 Stranická a mediální logika

V diplomové práci využívám také stranickou a mediální logiku. S těmito termíny pracuje belgická studie *Politicians in the News: Media or Party Logic?: Media Attention and Electoral Success in the Belgian Election Campaign of 2003*. Autoři zkoumají, zda je stranická logika stále přítomná v dnešní éře mediální logiky. Podle stranické logiky kandidáti z větších politických stran automaticky získávají mnohem větší mediální pozornost než kandidáti z malých stran. Za další indikátor stranické logiky považují pozici na kandidátní listině a to, zdali je kandidát do Poslanecké sněmovny také kandidátem na úřad senátora. Strany si tak nepřímou určují, kdo se v médiích objeví a kdo ne. Novináři v tomto případě pouze následují stranické vedení. Stranická logika působí na dvou úrovních. Vnější, kdy

se mediální pozornost distribuuje mezi stranami, a vnitřní, kdy k distribuci dochází mezi kandidáty jedné strany. (srov. AELST - MADDENS 2005: 194 – 199)

Mediální logika je podle autorů určena zpravodajskými hodnotami a je mnohem problematičtější k operacionalizaci. Za rozhodující zpravodajskou hodnotu je v tomto případě považována preference špiček mezi politiky. Větší prostor v médiích tak získávají členové vlády, protože to, co řeknou, se většinou přímo dotýká běžných občanů. Vláda tak získává monopol na oficiální verzi uvedených fakt. (srov. AELST - MADDENS 2005: 194 – 199) Schoenbach vyzdvihuje jako další důležitou zpravodajskou hodnotu fyzickou přitažlivost a charisma kandidáta. Dalším prvkem, který patří do mediální logiky, je konflikt. Kandidát, který je něčím konfliktní, získává častěji v médiích prostor než kandidát smířlivý a mírný. Také status celebrity úzce souvisí s mediální logikou, celebrita má větší možnost získat mediální pozornost. (srov. AELST - MADDENS 2005: 194 – 199)

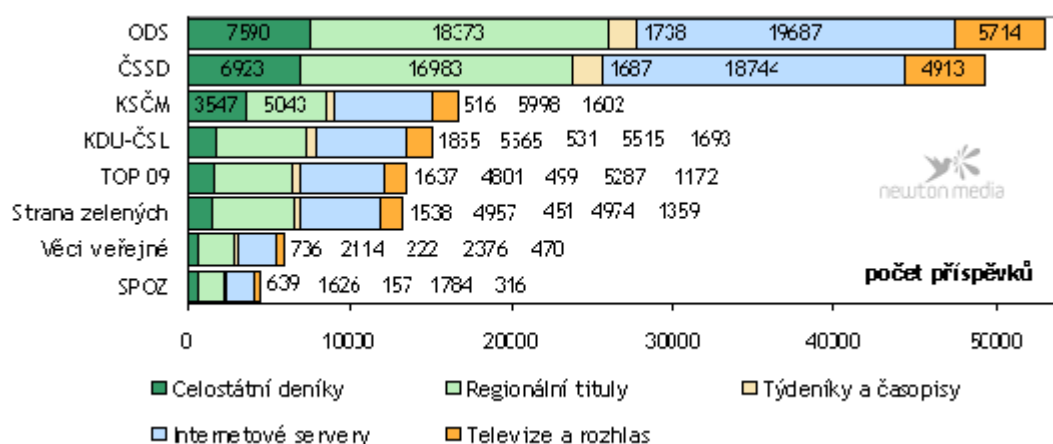
1.2 Další dílčí výzkumy zaměřující se na stranictví

Belgický výzkum je pro můj výzkum stěžejní, ale částečně využívám také teorii některých českých výzkumů. Především kvůli tomu, že dobře zachycují situaci politickou a mediální situaci v České republice, což u belgické studie není možné. Důležitým výzkumem je pro mou diplomovou práci výzkum mediálního pokrytí v tisku před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 2006. Provedla ho společnost Newton IT media monitoring a pracovala s daty sesbíranými v posledním volebním týdnu od 29. 5 do 2. 6. 2006. Týkal se čtyř periodik: Mladé fronty Dnes, Lidových novin, Hospodářských novin a Práva. (PETROVÁ 2006: 54-60) Ve svém výzkumu pracuji se stejnými periodiky, i proto je tento výzkum pro mé účely důležitý. Autoři výzkumu se zaměřovali na procentuální rozložení zmínek o politických stranách v těchto periodicích. Cílem výzkumu bylo poukázat na výraznou tendenci českého tisku ke stranickosti. (PETROVÁ 2006: 54-60) Já rovněž zkoumám zmínky o jednotlivých politických stranách v tisku a rovněž zachycuji situaci před volbami.

Autoři došli k závěru, že poslední dva dny před volbami periodika zmiňují nejčastěji všech pět pozdějších úspěšných politických stran Mladá fronta Dnes s 24 procenty, následují Hospodářské noviny se 14 procenty, Lidové noviny s 10 procenty a Právo s 2 procenty. Obecně periodika psaly nejvíce o ODS a ČSSD. (PETROVÁ 2006: 53) Tento výsledek budu zohledňovat také ve svém výzkumu, kde rovněž zkoumám, kolikrát se objeví zmínky o politických stranách v tisku. Výzkum z roku 2006 se shoduje s mou hypotézou, kterou jsem si vytvořila už díky belgické studii, že velké strany mají mnohem větší šanci na širší mediální pokrytí než strany malé. Ovšem už ne zcela, že vládní strany mají mnohem větší šanci na širší mediální pokrytí než strany opoziční. Ve svém výzkumu se zabývám delším časovým obdobím než pouhými dvěma dny, proto nemůže dojít k přesnému srovnání výsledků mé analýzy z praktické části.

Delší časové období zahrnovala analýza, která se také věnovala mediální pozornosti před volbami. Jejím zadavatelem byl NEWTON Media, a.s. Analýza sledovala, jak intenzivně jednotlivá tištěná média, online média, televize a rozhlas pokrývala jednotlivé politické strany. Výzkum zahrnoval pouze osm politických stran, které měly podle výzkumníků reálnou šanci dostat se nad hranici pěti procent, která je nutná pro vstup do Poslanecké sněmovny. Jednalo se o strany: ODS, ČSSD, KSČM, KDU-ČSL, TOP 09, SZ, VV a SPOZ. Sledovaným obdobím byly čtyři měsíce, a to období od 1. ledna do 30. dubna 2010. (PETROVÁ 2010: 120, NEWTON Media 2010)

TABULKA č. 1: Rozdělení spontánní publicity stran do jednotlivých skupin médií (NEWTON Media, 2010)



Výzkum došel k následujícím výsledkům: „*Největší pozornosti médií, a to jak tištěných, tak i internetových, televize a rozhlasu, se v předvolebním období těšily velké strany ODS a ČSSD, kterým náležel dohromady téměř 60 procentní podíl na souhrnné medializaci osmi stran. Občanští demokraté však poutali zájem médií přece jen více, když ve spontánní publicitě předčili ČSSD o osm procent.*“ (NEWTON Media 2010) Seřazení mediální pozornosti je podle grafu zřejmé. Největší mediální pozornost byla věnována ODS, která je následovaná ČSSD, KSČM, TOP 09, SZ, VV a poslední jsou SPOZ.(PETROVÁ 2010: 120)

Oba české výzkumy zahrnují jiné časové období než můj výzkum, ale poskytují důležité informace o preferenci mediální pozornosti velkým stranám. Druhý výzkum je aktuálnější, protože obsahuje data z roku 2010. Na základě tohoto výzkumu se zaměřím také na stranu SPOZ, VV, TOP 09. SPOZ je stranou malou, ale měla ve výzkumu zastoupení, VV a TOP 09 patří mezi nové strany a výrazné zastoupení měli také. Když je zastoupení těchto stran v tištěných médiích, online médiích, televizi a rozhlasu, pak bude zajímavé zjistit, jaké zastoupení bude pouze v tištěných periodikách v kratším časovém úseku před volbami v roce 2010. Díky rozdílné délce výzkumů a jiným výběrem zkoumaných periodik ovšem nelze provést přesné srovnání jako v předcházejícím výzkumu.

1.3 Analýzy kandidátních listin z hlediska ženských kandidátek do Poslanecké sněmovny

Nejvíce analýz existuje pro oblast postavení ženy ve společnosti a žen v politice. Předkládám zde dvě analýzy, které se přímo netýkají mediálního pokrytí, ale žen na kandidátních listinách, které s mou analýzou úzce souvisejí. První ze stěžejních analýz provedla socioložka Petra Rakušanová, která se věnovala problematice žen v české politice, a to v práci Zastoupení žen v české politice v kontextu voleb do Poslanecké sněmovny 2006: Trendy a výzvy. (RAKUŠANOVÁ 2006) Tuto analýzu vypracovala pro neziskovou organizaci Fórum 50 procent. Podle jejího názoru existuje rovnoprávnost mužů a žen před zákonem, ale ne absolutně. (RAKUŠANOVÁ 2006) Tvrdí, že diskriminace z hlediska pohlaví je zakázána, rovněž definuje rovnost šancí mužů a žen v usilování o volené i delegované funkce ve sférách politiky a ekonomiky, ale stále existují bariéry, které tomuto procesu brání. Jedná se o institucionální¹, individuální² a společenské³ bariéry. (RAKUŠANOVÁ 2006)

Nízká míra reprezentace je podle Petry Rakušanové úzce spojena se statutem žen, když jsou ženy chápány nikoli jako jednotlivci, ale jako skupina. Sociální status také považuje u žen za výrazně nižší než u mužů. (RAKUŠANOVÁ, 2006)

Dále nastiňuje dva přístupy k hodnocení účasti žen na politice. Jedná se o konzervativní a liberální přístup. Konzervativní definuje takto: *„Konzervativní přístup klade velký důraz na sílu politické identity, kterou vnímá jako silnější než genderovou. Podle zastánců konzervativního přístupu utvoří ženy ve vysoké politice elitní skupinu reflektující vlastní zájmy, spíše než že by do politiky přinášely genderová témata či genderovou senzitivitu témat stávajících.“* (RAKUŠANOVÁ 2006)

Zcela odlišný je liberální přístup, jehož základní definice zní: *„Liberální přístup klade důraz na možnost existence odlišné ženské politické kultury.“* (RAKUŠANOVÁ 2006)

¹ „Barierami institucionálními jsou volební systém a fungování politických stran.“ (RAKUŠANOVÁ, 2006)

² „Barierami individuálními jsou individuální postoje a názory.“ (RAKUŠANOVÁ, 2006)

³ „Barierami společenskými jsou hodnoty české veřejnosti nebo veřejný diskurs na téma zastoupení žen v politice.“ (RAKUŠANOVÁ, 2006)

Česká republika patří podle Petry Rakušanové k zemím, kde není velké zastoupení žen političek, ale postupem doby došlo k nárůstu jejich počtu. Zastoupení žen na kandidátkách se podle její analýzy pohybovalo v roce 2006 mezi 19, 8 procenty u konzervativní Křesťanskou demokratickou unií - Českou stranou lidovou a liberální Stranou zelených s 33, 8 procenty. Důvod tohoto velkého rozdílu spatřuje především v tom, že Strana zelených jako jediná důsledně uplatnila vnitrostranické kvóty pro sestavování kandidátních listin. Tato kvóta, byla takto poprvé uplatněna v České republice při sestavování kandidátních listin do všech typů voleb. Díky tomuto uplatnění kvóty tvoří ženy polovinu poslaneckého klubu Strany zelených. (RAKUŠANOVÁ 2006)

TABULKA č. 2: Průměrný podíl mužů a žen na kandidátkách vybraných politických subjektů (RAKUŠANOVÁ, 2006)

	Průměrný podíl žen na kandidátkách	Průměrný podíl mužů na kandidátkách
ČSSD	23,20%	76,80%
KDU-ČSL	19,80%	80,20%
KSČM	26,50%	73,50%
ODS	24,30%	75,70%
Zelení	33,80%	66,20%

Další významnou analýzu provedla Jana Smiggels Kavková v roce 2006. Zabývala se rozbořením kandidátních listin z hlediska genderu. Její studie měla název Analýza kandidátních listin pro volby do PSP ČR 2006 z hlediska zastoupení žen a mužů a vznikla v rámci projektu Volby do PSP ČR 2006 z genderového hlediska pro Forum 50 procent. (KAVKOVÁ 2006)

Zhoršení situace zapříčinily hlavně dvě největší strany, ODS a ČSSD, za které bylo zvoleno poměrně nejméně žen. Podíl političek v poslaneckém klubu ODS činí pouhých 11 %, v případě ČSSD je to 12 %. V případě obou stran se snížil podíl jejich zvolených zástupkyň oproti minulému volebnímu období, u občanských demokratů klesl o 3 %, u sociálních demokratů pak o 2 %. Bilance je o něco málo lepší v případě KDU-ČSL, kde poslankyně zastávají 15 % podíl, což je oproti minulému období o celých 5,5 % více. Mnohem vyšší je zastoupení političek v řadách KSČM a především SZ. Komunistky tvoří 31 % poslaneckého

klubu své strany a reprezentantky Zelených dokonce celou polovinu, tedy 50 %.(KAVKOVÁ 2006)

TABULKA č. 3: Zastoupení žen v PSP ČR: srovnání výsledků voleb 2002, a 2006. (KAVKOVÁ 2006)

Strana	Volby 2002		Volby 2006		Nárůst/pokles oproti minulému období
	Počet poslankyň	Podíl poslankyň	Počet poslankyň	Podíl poslankyň	
ODS	8	14,00%	9	11,00%	+1
KDU-ČSL	2	9,50%	2	15,00%	0
SZ*	-	-	3	50,00%	+3
ČSSD	11	14,00%	9	12,00%	-2
KSČM*	12	29,00%	8	31,00%	-4

Na základě analýzy kandidátních listin pro volby do Poslanecké sněmovny vyplynulo, že zastoupení žen bylo nízké navzdory vzrůstajícímu trendu posledních let. Nominované političky pěti největších stran, které byly předmětem hodnocení, tedy ODS, ČSSD, KSČM, KDU-ČSL a SZ, tvořily v průměru zhruba čtvrtinu všech kandidujících. Průměrný podíl žen na kandidátních listinách se rovnal 25,6 %. Vzhledem k tomu, že ženy tvoří poměrně velkou část členských základů hodnocených stran – v průměru 41 %, lze tedy konstatovat, že byly ve volbách do Sněmovny nedostatečně reprezentovány. (KAVKOVÁ 2006)

Oba výzkumy sice také pochází z roku 2006, takže není zcela aktuální situace v roce 2010, ale zabývají se kandidátními listinami, se kterými ve svém výzkumu také pracuji. Na základě těchto výzkumů si budu všimnout umístění žen na kandidátních listinách a to, jestli se jejich umístění nějak projevilo ve výsledném mediálním pokrytí. Také se zaměřím na to, které ženy byly na čelních místech kandidátek, a to především kvůli jejich stranickému zařazení. Tedy jestli se kvóty Strany zelených nějak projevily nejen na stranických kandidátkách, ale i na mediálním pokrytí před volbami. Také chci zjistit, jestli se dostatečná reprezentace žen na kandidátních listinách projevila v mediálním pokrytí u velkých stran, jako jsou strany ČSSD a ODS. Rovněž se chci zaměřit na nové strany, které v roce 2006 ještě nekandidovaly a zdali je situace u nich příznivější než u stran v roce 2006.

1.4 Výzkum mediální obraz političek ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2006

Tento výzkum se již nezabývá kandidátními listinami, ale přímo mediálním pokrytím žen v jednotlivých médiích. Jejimi autorkami jsou Pavlína Binková a Iva Basarová. Výzkum nazvaly Kandidátky na předsedu: mediální obraz političek ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2006. Publikován byl v roce 2008 na stránkách Gender, Sociologie. Tento výzkum byl vypracován rovněž pro neziskovou organizaci Fórum 50 %. (BINKOVÁ - BASAROVÁ: 2008)

Na začátku autorky vymezují základní teoretické koncepty, které se týkají propojení genderu a mediálního zastoupení, a které využívám při vyhodnocování mé analýzy. Pavlína Binková a Iva Basarová vnímají ženy jako marginalizované a stavěné do role subjektů a nikoli objektů. (BINKOVÁ, BASAROVÁ: 2008) Zmiňují teoretičku Simone de Beauvoir, která ve svém díle Druhé pohlaví uvádí, že ženami se nerodíme, ale stáváme se jimi. Připomenut je také sociolog Pierre Bourdieu, jenž zdůrazňuje nebezpečí reprodukce mužské dominance v sociálním řádu. Tato dominance je podle něj viditelná především ve vysoké politice. Autorky rovněž zachycují myšlenky Karen Ross, podle které se média podílejí na marginalizaci žen-političek. Podle Karen Ross média referují o normativním světě, ve kterém formulují a rutinně opakují, jak máme být muži a ženami. (BINKOVÁ - BASAROVÁ: 2008)

Výzkum Pavlíny Binkové a Ivy Basarové se zaměřil na reprezentaci ženských kandidátek a političek ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2006. Nezachycuji celý výzkum, ale pouze ty části, které mají spojitost s mou analýzou. Autorky se snažily odpovědět na tyto otázky: Jak bylo ve sledovaném období médiu uchopeno téma rovných příležitostí? Jakou podobu měla reprezentace žen v českém politickém životě v tomto období? (BINKOVÁ - BASAROVÁ: 2008)

Její analýza probíhala od 1. února do 1. července 2006. Výzkumným vzorkem byla pouze tištěná média, což odpovídá také mé analýze. V kvantitativní části využily klasickou metodu obsahové analýzy a data následně zpracovaly v programu pro statistickou analýzu dat. (BINKOVÁ - BASAROVÁ: 2008) I metoda a zpracování se v mnohém shodují s mou analýzou.

Během výzkumu přišly na následující informace: „Z porovnání tří deníků, které jsme analyzovaly, vyplývá, že s tematikou rovných příležitostí přicházely

nejčastěji *Hospodářské noviny*.⁴ *Mladá fronta Dnes*⁵ otiskla 80 článků s touto tematikou.“ (BINKOVÁ - BASAROVÁ: 2008) Nevýhodou je, že analyzují pouze tři deníky a tematické zaměření výzkumu je v mnohem odlišné. Tuto analýzu využívám především kvůli výše zmíněným teoriím některých myslitelů, kteří se zabývali postavením ženy a muže ve společnosti. Dále kvůli tomu, že ukazuje *Hospodářské noviny* jako vstřícnější k podávání informací o rovných příležitostech. Na základě svého výzkumu tak mohu zjistit, jaký prostor dávají právě zmíněné *Hospodářské noviny* ženským kandidátkám do Poslanecké sněmovny před volbami v roce 2010, když jsou pro ně rovné příležitosti nejčastějším tématem.

1.5 Tisk v době předvolební kampaně

Pro účely této práce je velmi důležité vymezení funkce sdělovacích prostředků ve vztahu k politice podle M. L. Defleur a Ballové-Rokeachové. Ty uvádějí následující dělení, kdy média zaujímají tři společenské role: vrátný, zapisovatel skóre a hlídací pes. Pokud jsou média v pozici vrátného, pak ovlivňují tím, kolik pozornosti věnují určitému problému.(srov. DE FLEUR - BALLOVÁ ROKEACHEOVÁ 1996: 147) V mém případě se jedná o počet článků, které se věnují kandidátovi do Poslanecké sněmovny. Hlídací pes se zde ujímá kontrolní funkce. Nejdůležitější je pro tuto práci funkce zapisovatele skóre, kdy sdělovací prostředky zaznamenávají jednak události odehrávající se na politické scéně, ale také jejich interpretaci společenskou náladu samy utvářejí. Jedná se především o interpretaci kvantitativní, a to tím, že čím častěji se objeví kandidát do veřejné funkce v médiích, tím je známější, často populárnější a má větší šanci na zvolení. (srov. VACÍK 2000: 46-47) Pokud se kandidáti v mé analýze vyskytují v novinách často, pak je možné, že právě toto jim umožní získat větší výsledný volební úspěch. V tomto případě je také klasickým příkladem zvolení Jimmyho Cartera, jenž vstoupil do kampaně za demokraty na funkci prezidenta jako federálně neznámý guvernér státu Geogia. Uvádí se, že v letech 1975 až 1976 se

⁴ Jednalo se o 25 případů, jež tvořily 36 % všech sledovaných článků otištěných v *Hospodářských novinách*.

⁵ Jednalo se o 26 % textů otištěných v *MF Dnes*.

jeho jméno objevilo v New York Times, Washington Post a Columbus Dispatch mnohem častěji než jméno jeho soupeře a to mu zvýšilo šance na zvolení prezidentem Spojených států amerických. (srov. VACÍK 2000: 68) Zkoumám, jestli se tento efekt objevuje také v českém prostředí. Aplikuji to především na nové politické strany a snažím se zjistit, jestli se mohlo jejich častější nebo naopak malé pokrytí projevit v samotných výsledcích voleb a může zde existovat nějaká souvislost.

Podle odůvodnění usnesení Nejvyššího správního soudu z roku 2006 patří média jako televize, rozhlas a tisk k důležitým nástrojům, jimiž se utváří veřejné mínění. Toto podle soudu platí jak pro běžný každodenní život, tak i pro předvolební období, v kterém se v rámci volební kampaně snaží kandidující politické strany přesvědčit potencionální voliče o přednostech svého volebního programu a o záporech řešení předkládaných jejich politickými soky. (srov. Usnesení Nejvyššího správního soudu 2006: 175-176) V odůvodnění se rovněž zdůrazňuje, že politická strana potřebuje, pro ovlivňování veřejného mínění a získání voličské podpory, mít přístup k médiím, v nichž by mohla prezentovat svůj volební program a své postoje k aktuálním tématům. Přístup k médiím je hodnocen jako předpoklad skutečné soutěže politických stran před volbami. (srov. Usnesení Nejvyššího správního soudu 2006: 175-176) Tento přístup k médiím souvisí úzce s mou analýzou, kdy zjistím, které politické strany tento přístup měly a které naopak ne. Také zhodnotím, jestli měl nějaký odraz v následném voličském úspěchu jednotlivých politických stran.

Pro období předvolební kampaně je velmi důležitý také volební marketing, který se dá definovat následovně: „*Volební marketing je souborem činností, jejichž cílem je v rámci volební kampaně precizní vymezení a propagování konkrétní volební nabídky a v podmínkách stálé konkurence.*“ (CABADA - KUBÁT 2004: 312) Pro výzkum mediálního pokrytí je důležitý jeden z principů volebního marketingu, kterým je pronikání na volební trh prostřednictvím prostředků masové komunikace. (srov. CABADA - KUBÁT 2004: 312-313) Propagace v tisku prostřednictvím metod volebního programu vede podle R. Wiszniowského ke čtyřem hlavním vzorcům volebního chování: volič volí neměně propagovaného kandidáta, volič mění své volební chování ve prospěch propagovaného kandidáta, propagovaný kandidát přitáhne dosavadní nevoliče a propagovaný kandidát přitáhne prvovoliče. (srov. WISZNIOWSKI 2002: 45-63)

Je zřejmé, že se i tyto volební vzorce projeví v mém výzkumu. Pokud volič volí neměně, pak ho zmínky o kandidátech nemusejí zajímat. Další volební vzorce jsou již pro výzkum mnohem důležitější, protože právě výskyt a větší propagace v Lidových novinách, Mladé frontě Dnes, Hospodářských novinách a právu mohly způsobit větší odezvu u nerozhodných voličů a prvovoličů. Ve výzkumu budu proto porovnávat své výsledky analýzy s konečnými výsledky voleb a budu tak moci přibližně určit, jestli je nějaká shoda s preferovanými politickými stranami v tisku. Nebude ovšem možné zjistit, jestli je to určeno vlivem prvovoličů, protože to již není předmětem mé analýzy.

Podle Jay G. Blumlera a Denise Kavanagha se v současné době nacházíme v takzvané třetí éře politické komunikace, kdy dochází k profesionalizaci a akceleraci politické komunikace. (srov. BLUMLER - KAVANAGH 1999: 209-230, PETROVÁ 2010: 118) Nabídka politických aktérů je ve třetí fázi zprostředkovaná voličům formou lehkých a nenáročných soft-news, spojením zábavy a informací⁶ a politiky se zábavou⁷. Tyto zprávy vedou k následné medializaci politiky. (srov. BLUMLER - KAVANAGH 1999: 209-230, srov. PETROVÁ 2010: 130) Tyto články se vyskytují také v mnou zkoumaných novinách a jsou často také součástí zpravodajské části novin.

Barbora Petrová rovněž tvrdí, že tato éra třetí politické komunikace je typická tím, že tradiční politické zpravodajství v médiích veřejné služby a v seriózním tisku ztrácí na atraktivitě. Dnešní český tisk se podle ní nezajímá tolik o průběh volební kampaně, ale dává přednost aktuální události, v jejíchž souvislosti zmiňuje strany a jejich aktéry. Důvěra voličů v český tisk ovšem postupně klesá. (srov. PETROVÁ 2010: 118-119, 129) Tato tendence je znatelná také z šetření Centra pro výzkum veřejného mínění, Sociologického ústavu z března 2010. Týkalo se důvěry k některým institucím veřejného života. Tištěným médiím podle tohoto průzkumu důvěřuje pouze 50 procent dotázaných a nedůvěru vyslovilo 47 procent. (srov. KUNŠTÁT 2010) Aktuální události měly jistě také velký vliv na článcích, které se objevovaly ve zpravodajské části novin 16 dní před volbami. Mohly tak způsobit vytěsnění informací o volební kampani a politicích. V diplomové práci se proto budu snažit zachytit také hlavní události, které toto vytěsnění mohly způsobit.

⁶ Spojení zábavy a informací bývá označováno také jako infotainment. (PETROVÁ, 2010: 130)

⁷ Spojení informací se zábavou bývá označováno jako politainment. (PETROVÁ, 2010: 130)

Kandidáti do Poslanecké sněmovny mají podle Barbory Petrové dvě možnosti, jak na sebe upozornit v tisku. Strany mohou buď nakoupit inzertní plochy a sdělit zprávu přímo prostřednictvím nosičů sdělení, jako je inzerce v tisku. Druhou možnost spatřuje v nepřímé komunikaci s voličem zprostředkovanou médií. Zde ovšem spatřuje nevýhodu v tom, že kandidáti sice nemusí za tuto nepřímou komunikaci platit, ale riskují zkreslení svého sdělení. Výhodu vidí v tom, že kandidáti mohou čerpat z významné kredibility, kterou média obvykle mívají. (srov. PETROVÁ 2010: 118-119) V diplomové práci se budu snažit okrajově zachytit, kdo z politiků této nepřímé komunikace nejvíce využívá.

Výše zmíněná třetí éra komunikace úzce souvisí s typem volební kampaně, která se od roku 2004 postupně začala prosazovat v České republice. Pavel Šaradín a Eva Bradová ve své publikaci rozlišují tři etapy volebních kampaní. (srov. BRADOVÁ - ŠARADÍN 2006: 228-247) Jedná se o premoderní, moderní a postmoderní kampaň. Premoderní kampaň se nejvíce soustředila na tisk a je spojena především s nástupem masových stran. Politické strany měly buď vlastní politické tiskoviny, nebo je přímo podporovaly, aby si zajistily, že se o jejich aktivitách bude před volbami psát. Moderní kampaň byla typická tím, že začal dominovat vliv televize a ustupovala silná pozice tisku. Politické strany již neovlivňovaly periodika, která se stávala nezávislými. Postmoderní kampaň využívá především internetu a služeb volebních a manažerských expertů. První prvky postmoderní volební kampaně se v České republice objevily před volbami do Evropského parlamentu v roce 2004. (srov. BRADOVÁ - ŠARADÍN 2006: 228-247)

V České republice je za přelomovou předvolební kampaň do Poslanecké sněmovny považována ta, která se konala před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 2006. Anna Matušková ji dokonce označila jako a mimořádnou a zlomovou právě v oblasti politického marketingu. (srov. ŠKOCHOVÁ 2008) Podle jejího názoru pravděpodobně nejvíce dynamickým aktérem ve volbách byla Česká strana sociálně demokratická, která stylem své kampaně radikálně změnila pohled na organizování a chápání volební kampaně v České republice. Závěr volební kampaně označila za plebiscit mezi předsedou ČSSD Jiřím Paroubkem a předsedou ODS Mirkem Topolánkem. (srov. ŠKOCHOVÁ 2008) Volební

kampaň měla již výrazné prvky personalizace⁸, profesionalizace⁹ a amerikanizace¹⁰, protože jednotlivé strany využívaly negativní kampaně a docházelo k najmutí agentur a předvolebních konzultantů. (srov. BRADOVÁ - ŠARADÍN 2006: 234) Zejména personalizace je důležitá pro můj výzkum, protože sleduji jednotlivé kandidáty a to mi tento prvek volební kampaně zjednodušuje. Především u postavení kandidátů na kandidátních listinách a jejich následné mediální prezentaci se dá vyzorovat, jestli se prvek personalizace může objevovat také v tisku, což je jedním z hlavních témat mé diplomové práce.

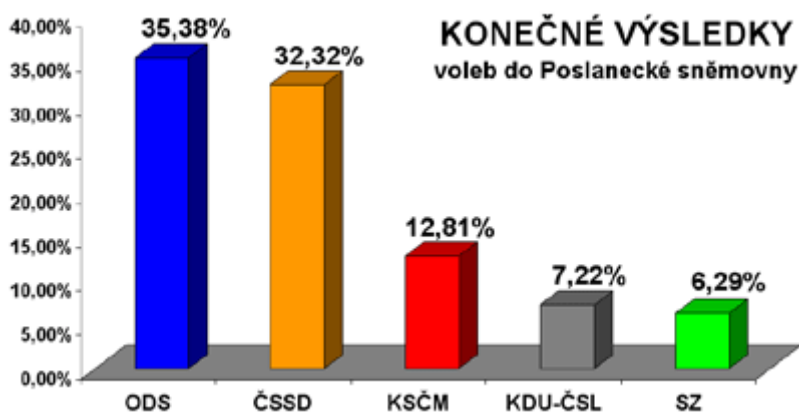
⁸ „Personalizace volebních kampaní je charakteristická tím, že je kampaň speciálně vyprofilovaná k tomu, aby vynikla osobnost kandidáta.“ (BRADOVÁ-ŠARADÍN, 2006: 234)

⁹ „Profesionalizaci volebních kampaní se rozumí využití služeb profesionálních volebních manažerů.“ (BRADOVÁ-ŠARADÍN, 2006: 234)

¹⁰ „Amerikanizace volebních kampaní je charakteristická používáním marketingových postupů.“ (BRADOVÁ-ŠARADÍN, 2006: 234)

2. POLITICKÁ SITUACE PŘED VOLBAMI DO POSLANECKÉ SNĚMOVNY V ROCE 2010

Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2006 probíhaly v období od 2. až 3. června a účastnilo se jich 64,47 procent občanů. Kandidovalo 26 politických stran. Skončily vítězstvím Občanské demokratické strany se ziskem 35 procent hlasů¹¹, následovala Česká strana sociálně demokratická s 32 procenty hlasů¹². (srov. ŠKOCHOVÁ 2006, srov. Celkové výsledky hlasování, Volby.cz 2006) Další strany, které ještě překročily pětiprocentní hranici, kdy se může politická strana dostat do Poslanecké sněmovny je následující: Komunistická strana Čech a Moravy s 13 procenty¹³, Křesťanská demokratická unie-česká strana lidová se sedmi procenty¹⁴ a Strana zelených s šesti procenty¹⁵. Pravice a levice získala shodně 100 mandátů. (srov. ŠKOCHOVÁ 2006, srov. Celkové výsledky hlasování, Volby.cz, 2006) S těmito procentovými výsledky pracuji ve výsledné obsahové analýze.



GRAF: č.1: Celkové výsledky voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2006 (Konečné výsledky voleb do Poslanecké sněmovny, Romea.cz 2006)

¹¹ ODS získala ve volbách 81 mandátů. (srov. ŠKOCHOVÁ 2006)

¹² ČSSD získala ve volbách 74 mandátů. (srov. ŠKOCHOVÁ 2006)

¹³ KSČM získala ve volbách 26 mandátů. (srov. ŠKOCHOVÁ 2006)

¹⁴ KDU-ČSL získala ve volbách 13 mandátů. (srov. ŠKOCHOVÁ 2006)

¹⁵ SZ získala ve volbách 6 mandátů. (srov. ŠKOCHOVÁ 2006)

Po dlouhých povolebních jednáních vznikla podle Roberta M. Axelroda minimální vítězná koalice¹⁶, která se skládala ze stran ODS, KDU-ČSL a SZ. Liberální orientace SZ umožnila utvořit právě tento typ koalice. Premiérem se stal předseda strany ODS Miroslav Topolánek. Zbývající relevantní politické strany ČSSD a KSČM se dostaly do opozice. (srov. JARMARA 2010: 118-119, AXELROD 1970: 174)

Podle Stanislava Balíka nebyla koaliční vláda silná od samotného počátku, ovšem největší oslabení nastalo v roce 2008, kdy se vzdal mandátu poslanec Michal Pohanka, který byl zvolen za ČSSD, ale podporoval vládu Mirka Topolánka. (srov. BALÍK 2009: 39-41) Tímto aktem začaly v Poslanecké sněmovně velké stranické spory, které postupně vedly k pěti hlasováním o vyslovení nedůvěry vládě. Při pátém byla nedůvěra vyjádřena nejnižším možným počtem, a to 101 hlasy. K tomuto hlasování došlo 24. března 2009 na 53. schůzi Poslanecké sněmovny. Pro vyslovení nedůvěry se vyjádřili všichni členové přítomní členové ČSSD, KSČM a čtyři zástupci koalice Věra Jakubková, Olga Zubová, Jan Schwippel a Vlastimil Tlustý. (srov. BALÍK 2009: 39-41)

Mirek Topolánek podal demisi již 26. března 2009 a prezident pověřil vládu výkonem úřadu do doby jmenování nové. Tento pád vlády byl problematický především tím, že proběhl uprostřed půlročního období, kdy Česká republika předsedala Evropské unii. (srov. BALÍK 2009: 39-41) Tato situace ovlivnila také celý můj výzkum. Počítala jsem s tím, že využiji data z výsledků voleb z roku 2006 a aplikuji je na volby v roce 2010 stejným způsobem jako v belgické studii. U tohoto modelu jsem nakonec zůstala, kvůli zachování kontinuity obou výzkumů.

Devátého dubna proběhlo jmenování nového premiéra. Stal se jím předseda Českého statistického úřadu Jan Fischer, který měl stanout v čele nepolitického kabinetu úřednické vlády. (srov. BALÍK 2009: 45-46) Úřednická vláda je definována následovně: „*Exekutivní orgán, který sice disponuje při vzniku politickou podporou v parlamentu, jehož členové se ale nerekrutují přednostně z politických stran, respektive jejich špiček, ale z řad státních úředníků,*

¹⁶ „*Ideově minimální vítězná koalice (v angličtině Minimal Connected Winning Coalition) vzniká na základě ideologické příslušnosti stran, které se nacházejí na pravolevé ose. Tyto strany se často shodují na programových cílech, jež chtějí realizovat v krátkodobém nebo střednědobém horizontu.*“ (JARMARA, 2010: 16-17)

akademiků či expertů, jejichž společným znakem je nesvázanost s politickými stranami.“ (BALÍK 2009: 45-46)

ČSSD do vlády jmenovala osm ministrů¹⁷, ODS šest¹⁸ a Strana zelených dva. Nová vláda byla prezidentem jmenována 8. května 2009. Tuto vládu jsem byla nucena reflektovat ve výzkumu u kategorie ministrů, protože právě ministři z úřednické vlády se nejčastěji objevovali v tisku. Ministři předchozí vlády naprosto minimálně. Na základě jednorázového ústavního zákona č. 195/2009 rozhodl prezident republiky o předčasném termínu konání voleb 9. a 10. října 2009. (srov. BALÍK 2009: 43-68)

S tímto schváleným termínem nastaly velké problémy, ČSSD nejprve s tímto termínem souhlasila, později prosazovala spíše volby koncem října. Ostatní politické strany prosazovaly termín 6. a 7. listopadu 2009. Nakonec ČSSD ustoupila a politické strany uzavřely nepsanou dohodu o listopadovém konání voleb. Tuto dohodu ovšem Jiří Paroubek těsně před rozpuštěním Poslanecké sněmovny porušil, a tak nebylo konání předčasných voleb možné.¹⁹ Volby do Poslanecké sněmovny se tedy konaly až v řádném termínu od 27. - 28. května 2010. Touto situací se narušily přípravy volební kampaně, protože probíhaly hned dvakrát. (srov. BALÍK 2009: 43-68) Tím, že se volby nakonec konaly v řádném termínu, mohla jsem se svým výzkumem pokračovat podle vzoru belgické studie a nebyly nutné větší úpravy v krácení volebního období.

2.1 Volební průzkumy

Volební průzkum z roku 2010 přinesl zajímavé informace, které se týkají důvěry občanů ústavním institucím a spokojenosti s politickou situací v březnu 2010. Šetření realizovalo Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav v době od 1. 3. do 8. 3. 2010. Výběr respondentů byl prováděn na základě kvótního výběru. V šetření byla respondentům pokládána otázka, zda důvěřují těmto ústavním situacím: Prezident, Vláda ČR, Poslanecká sněmovna ČR, Senát, Krajské zastupitelstvo a Obecní zastupitelstvo. Výsledky šetření udávají, že

¹⁷ Jednalo se o Jana Kohouta, Martina Pecinu, Vladimíra Tošovského, Petra Šimerku, Jakuba Šebestu, Václava Reidlbacha, Rostislava Vondrušku a Štefana Fuleho. (srov. BALÍK, 2009: 43-68)

¹⁸ Jednalo se o Martina Bartáka, Eduarda Janotu, Danielu Kovářovou, Gustava Slanečku, Danu Juráskovou a Miroslavu Kopicovou. (srov. BALÍK, 2009: 43-68)

¹⁹ Jednalo se o Ladislava Míku a Michaela Kocába. (srov. BALÍK, 2009: 43-68)

úřednické vládě důvěřovalo 68 procent respondentů. Poslanecká sněmovna získala pouze 17 procent. Spokojenost se současnou politickou situací vyjádřilo pouze osm procent respondentů, ani spokojeno, ani nespokojeno bylo 23 procent respondentů a nespokojenost vyjádřilo 66 procent. Spokojenost nejčastěji vyjadřovali přívrženci ODS, nespokojeni byli především přívrženci KSČM.(KUNŠTÁT 2010) V důsledku této situace je zřejmé, že právě členové úřednické vlády mohou být v novinách citováni a prezentováni častěji než členové poslední vlády, jmenované v roce 2006, což mi částečně komplikuje výzkum, protože pracuji s výsledky voleb do Poslanecké sněmovny z roku 2006. Zde se projevuje mediální logika, kdy jsou zvýhodňovány špičky vlády, a nehraje roli politické zastoupení v jednotlivých politických stranách.

3. METODIKA

V této práci využívám kvantitativní výzkum. Jeho deduktivní logika se pro mé účely hodí mnohem více než induktivní logika kvalitativního výzkumu. V kvalitativním výzkumu jde podle Darji Jarošové především o to, že je založen na tom, že výsledné poznání o lidech není možné bez popisu lidských zkušeností a to tak, jak je prožívají samotné aktéři. (srov. JAROŠOVÁ 2010: 2) Já ovšem pracuji s daty, s počty článků, a zde nedochází k popisu lidských zkušeností. Pracuji s omezeným počtem rozsahem informací o velkém počtu jednotlivců, což je typické pro kvantitativní výzkum. Kvalitativní výzkum je oproti tomu typický velkým počtem informací o nízkém počtu jednotlivců. (srov. JAROŠOVÁ 2010: 2) Existující problém, kterým je mediálním pokrytím kandidátů do Poslanecké sněmovny v tzv. seriózním tisku šesnáct dní před volbami v roce 2010, překládám pomocí teorií do hypotéz a podle nich vybírám výše zmíněné proměnné. Sebraná data jsem uspořádala do datové matice a výstupem výzkumu se mi stanou přijaté a zamítnuté hypotézy. (srov. JAROŠOVÁ 2010: 2)

3.1 Obsahová analýza

Pro tento druh výzkumu byla nejvhodnější analýzou obsahová analýza. Základní definice obsahové analýzy je následující: „*Obsahová analýza je kvantitativní výzkumnou metodou pro systematický a intersubjektivně ověřitelný popis komunikačních obsahů, vycházející z vědecky podloženého kladení otázek:*“ (SCHERER 2004: 30-34) Další možná definice je tato: „*Obsahová analýza je v prvé řadě měřicím nástrojem, který umožňuje převod verbální komunikace do měřitelných proměnných.*“ (KRONICK 1997: 57-58)

Pro svou analýzu jsem použila obsahovou analýzu právě kvůli tomu, že se jedná o vysoce strukturovaný a selektivní proces. Díky této strukturovanosti bude mít analýza vysoký stupeň systematické a intersubjektivní ověřitelnosti, která je pro můj výzkum klíčová. (srov. SCHERER 2004: 29-34) Systematický podle Helmuta Scherera znamená, že všechny mediální obsahy jsou zpracovány stejným způsobem. Intersubjektivní ověřitelností je podle něj to, že všichni ostatní jsou schopni při aplikaci našich výzkumných metod reprodukovat naše výsledky.

(srov. SCHERER 2004: 29-34) O tyto dva klíčové prvky ve svém výzkumu usiluji a je to další důvod, proč mi byla obsahová analýza tou nejvhodnější metodou.

Belgická studie je zpracována mnohonárodnostní logistickou regresní analýzou, ta se však v na studii v české prostředí nedá použít. Autoři zaznamenávají výskyt kandidátů za období šesti týdnů, pro takto dlouhý úsek je regresní analýza neúčinnější díky obrovskému množství dat. Já analyzuji mnohem kratší časový úsek, pro mé účely je přehlednější a statisticky významnější využití obsahové analýzy. Zpracovávám články ze čtyř periodik ze 12 dnů. Také proto je obsahová analýza nejlepším možným výběrem, jelikož je schopná zpracovat větší množství textů, ale stále zůstává statisticky relevantní. (srov. SCHERER 2004: 29) Následně data zpracovávám ve statistickém programu Statistika a Excelu. Výsledky vyhodnocuji pomocí čísel, tabulek a grafů. Podle Jane C. Kronick je základním cílem obsahové analýzy právě extrakce proměnných z textu v měřitelné podobě, což by se dalo také označit jako kvantitativní popis mediovaných obsahů. (srov. SCHERER 2004: 31, srov. KRONICK 1997: 57-58) Tento kvantitativní popis je také mým cílem.

Obsahovou analýzou se zabývá také Denis McQuail, když následovně popisuje základní postup při provádění této kvantitativní techniky: „1) zvolit vzorek obsahu, 2) vytvořit relevantní rámec kategorií vnějších referentů, 3) zvolit jednotku analýzy obsahu, 4) pomocí počítání frekvence zvolených jednotek obsahu zmiňujících se o relevantních tématech umístit obsah do připraveného rámce, 5) vyjádřit výsledky jako celkovou skladbu.“ (McQUAIL 2002: 308) Ve své práci využívám stejného postupu.

Velmi důležitou součástí mého výzkumu je také zajistit, aby zjištěné výsledky byly reliabilní. Podle Helmuta Scherera se jedná o nejdůležitější kvantitativní nárok, který je na vědecké šetření kladen. Reliabilita podle něj znamená, že metody využívané při šetření jsou zpracovány a zdokumentovány tak, že každý odborník, který tyto metody použije na stejném materiálu, musí dojít ke stejným výsledkům. (srov. SCHERER 2004: 34) Výzkum provádím tak, aby to bylo možné také v mé analýze mediálního pokrytí kandidátů do Poslanecké sněmovny před volbami.

V rámci obsahové analýzy rovněž využívám předdefinovaných kategorií, jejich postup je charakterizovaný směrem shora dolů. (srov. MIESSLER 117) Zaměřuji se především na neproblematizovaný a objektivně chápaný obsah textů, jakým

jsou jména kandidátů do Poslanecké sněmovny. (srov. MIESSLER 117) Pracuji s počítáním výskytu těchto jmen a jejich následným převáděním do kategorií. (srov. MIESSLER 117) U kategorie ženských kandidátek a umístění na kandidátních listinách vypisují ke jménům kandidátů také toto umístění a příslušnost k politické straně. Toto mi dovolí prohloubit analýzu o konkrétní jména, která by se díky využití pouhých dat naprosto vytratila.

3.2 Nevýhody použití obsahové analýzy

Použití obsahové analýzy přináší také několik nevýhod. Tomáš Trampota tvrdí, že kvantitativní obsahová analýza je schopná nabídnout tvrdá data, podíly a závislostní korelace zkoumaných kategorií, ale už nedokáže podat vysvětlení, proč tomu tak je a co to přesně znamená. Podle něj vyvolávají kvantitativní data představu objektivní danosti, ale jsou především výsledkem kategorizačního systému vystaveného výzkumníkem. (TRAMPOTA - VOJTĚCHOVSKÁ 2010: 105) Z tohoto důvodu také využívám méně předdefinovaných kategorií, abych předešla výraznějšímu zkreslení, a rozšiřuji svůj výzkum také o politické strany, které se do kategorií nevešly. Obsahová analýza redukuje jevy pouze na počítatelné skutečnosti a z tohoto důvodu ve své analýze zmiňuji také dobový kontext před a během voleb. Tímto zamezím většímu zobecnění výsledků, a můžu reagovat na to, jestli výsledky souhlasí s realitou oproštěnou od kategorizace dat.

4. VYMEZENÍ VÝBĚROVÉHO SOUBORU

Podle Helmuta Scherera se výběr souboru provádí na čtyřech rovinách: „*Nejprve musíme rozhodnout, jaká média budeme rozebírat. Za druhé si musíme rozmyslet, jaké obsahy budeme v těchto médiích analyzovat. Za třetí si musíme stanovit, za jaké časové období budeme mediální obsahy sledovat. A konečně si musíme také specifikovat mediované obsahové jednotky.*“ (SCHERER 2004: 35)

Moje analýza se nezabývá všemi médii, ale zaměřuje se pouze na český tisk. Vybrána byla čtyři česká celostátní periodika, která považuji za seriózní, i když bývá velmi problematické určit, který tisk je opravdu seriózní. Podle Milana Šmída seriózní tisk Česká republika nikdy neměla a dokonce trpí syndromem posttotalitní dobytelské země. Svou kritiku doplňuje tím, že považuje česká média za nekorigovaná, a to podle něj umožňuje daleko větší prostor k manipulaci s veřejností. Domnívá se rovněž, že většina politiků toho umí velmi dobře využít a nechtějí tento problematický stav nijak změnit. (srov. RŮŽIČKA 2011: 99)

Podle M. Mlčocha by seriózní noviny měly zveřejňovat ověřené informace, nezaujatě a nepodlehnout nátlaku na zveřejnění nepravdivé informace. (srov. MLČOCH 2002, srov. OSVALDOVÁ - HALADA 1999: 32) Novinář by také měl rozlišovat mezi zpravodajstvím a publicistikou. (srov. MLČOCH 2002)

Já jsem si vybrala čtyři periodika: Hospodářské noviny, Lidové noviny, Mladou Frontu Dnes a Právo, a to na základě výzkumu Hodnocení informací v médiích, který probíhal od 5.3. do 12.3.2007. Jeho realizátorem bylo Centrum pro výzkum veřejného mínění a zpracovala ho Markéta Škodová. Součástí výzkumu bylo, jaké důvěře se těší noviny v České republice. (srov. ŠKODOVÁ 2007: 1-3)

Výzkum došel k následujícímu: „*Největší důvěře se těší Mladá fronta Dnes, jejíž zpravodajský servis označily jako pravdivý dvě třetiny dotázaných (z toho 27 % uvedlo, že informace jsou „pravdivé a úplné“, a 32 % „pravdivé, ale neúplné“). Následují Lidové noviny s 40%, Právo s 39% a Hospodářské noviny s 38% podílem lidí, kteří si myslí, že jejich informace jsou pravdivé.*“ (ŠKODOVÁ 2007: 3) Tímto výzkumem jsem se inspirovala k výběru periodik ve své analýze, protože právě důvěra k novinám a míra jejich pravdivosti v očích veřejného mínění je jedním z prvků seriózního tisku, i když je jeho situace v České republice podle výše zmíněného názoru komplikovaná. Stejná periodika využívala také

Barbora Petrová pro svou analýzu volební kampaně v médiích v roce 2006, což je další důvod, proč pracuji právě s výše zmíněnými periodiky. (PETROVÁ 2006: 48)

Analýza se zaměřuje pouze na zpravodajskou část všech čtyř vybraných periodik. Tato část přináší nejvíce informací o kandidátech do Poslanecké sněmovny. Velmi důležitým aspektem výzkumu je zvolené časové období, které je v tomto případě v rozsahu 16 dnů před konáním voleb. Toto období bylo vybráno záměrně, a to na základě Volebního zákona č. 247/1995, který stanovuje v paragrafu 16 pro volební kampaň následující: *„(1) Pro volební kampaň může starosta vyhradit plochu pro vylepení volebních plakátů, a to 16 dnů přede dnem voleb. Možnost jejího využívání musí odpovídat zásadě rovnosti kandidujících politických stran a koalic, popřípadě kandidátů při volbách do Senátu. (4) Pro volby do Poslanecké sněmovny mají v době začínající 16 dnů a končící 48 hodin před zahájením voleb kandidující politické strany, politická hnutí a koalice, jejichž kandidátní listina byla zaregistrována, vyhrazeno v Českém rozhlasu celkem 14 hodin a v České televizi celkem 14 hodin v rámci jejich vysílacích okruhů bezplatně poskytnutého vysílacího času, který se rozdělí kandidujícím politickým stranám, politickým hnutím a koalicím rovným dílem. (5) Přestupku se dopustí fyzická osoba, která v době počínající třetím dnem přede dnem voleb do Parlamentu České republiky a končící ukončením hlasování zveřejní předvolební a volební průzkumy.“* (Zákon č. 247/1994, 27. září 1995: částka 65)

Na základě výše zmíněného paragrafu bylo pro výzkum zvoleno právě časové rozmezí 16 dnů před volbami. Jedná se o úsek od 12. května do 27. května 2010. V této době vrcholí předvolební kampaň v televizi, mohou se rozvěšovat plakáty a periodika věnují zvýšenou pozornost blížícím se volbám. (srov. Zákon č. 247/1994, 27. září 1995: částka 65) Nebylo zvoleno období tři dny před volbami, jelikož by to byl pro obsahovou analýzu příliš krátký časový úsek a nebylo by možné sebrat dostatečné množství relevantních dat. Jediným omezením je skutečnost, že periodika nevycházejí v neděli, takže se do samotného výzkumu nezapočítávaly dny 16. a 23. května. Hospodářské noviny vycházejí pouze od pondělí do pátku, ale i přesto jsem je do původní analýzy zahrnula, muselo se ovšem počítat s tím, že soboty ve výsledné analýze u tohoto periodika chybí. Výsledný počet analyzovaných dní bylo tedy 14, když se započítávají všední dny a soboty. Po zpracování těchto dat se sobotami u tří periodik a bez sobot u

Hospodářských novin se ale ukázalo, že výsledky by nebyly statisticky relevantní, protože bylo znát, že soboty ve výpočtech chybí a Hospodářské noviny měly ve všech případech nejmenší četnost výskytu článků. Proto jsem nakonec do datové matice nezahrnula ani soboty, aby výsledky Hospodářských novin nebyly podhodnoceny a statisticky znevýhodněny. Nakonec tedy pracuji s počtem 12 dnů.

Dalším krokem analýzy bylo určení její jednotky měření, kterou označuje Tomáš Trampota za nejmenší prvek, kterého si výzkumník všímá.²⁰ (srov. TRAMPOTA - VOJTĚCHOVSKÁ 2010: 105) Za tuto nejmenší jednotku byl zvolen článek ve zpravodajské části novin, ve kterém se objevilo jméno kandidáta do Poslanecké sněmovny alespoň jednou. Novinové pokrytí je následně měřeno počítáním těchto článků. Analyzované články se nacházely především na titulní straně a ve zpravodajské části novin. V této části nebyly vždy jen sledované články, ale díky nepředvídatelným situacím bylo zpravodajství ovlivněno i jinými událostmi. Mezi nejvýraznější patřily povodně v České republice, výhra zlaté medaile na hokejovém mistrovství světa, kauza bratrů Mašínů, úmrtí Petra Muka a soud s muži, kteří napadli romskou rodinu.

²⁰ TRAMPOTA, Tomáš – VOJTĚCHOVSKÁ, Martina: Metody výzkumu médií. Praha, Portál 2010, s. 105.

5. PARAMETRY KATEGORIZACE

Jedním z cílů analýzy je zjistit, jestli a jak bude mediální pokrytí kandidátů do Poslanecké sněmovny ovlivněno jejich příslušností k určité straně nebo bude toto pokrytí ovlivněno také jiným parametrem, a to umístěním na kandidátní listině, zastáváním úřadu premiéra v České republice, postem celebrity nebo jestli je kandidátem muž nebo žena.

Tento cíl souvisí také se sledovanými parametry. Jde o to zjistit, kolik článků reflektuje strany vládní, opoziční, nové, malé nebo velké, rozdílné umístění na kandidátních listinách, zastávání úřadu premiéra ve vládě, status celebrity v době voleb a to, jestli kandiduje muž nebo žena.

V článcích, jak již bylo dříve zmíněno, sleduji, jestli se v nich objeví jméno kandidáta do Poslanecké sněmovny. Pokud ano, zaznamenám tento výskyt. Kandidáta přiřadím do jedné z kategorií, které jsou určeny podle toho, zdali spadá do strany vládní, opoziční, nové, malé nebo velké. Dále si všímám počtu článků, ve kterých se objeví kandidát na různých místech kandidátní listiny. Zaznamenávám umístění na prvním, druhém a třetím místě. Pokud se umístí na následujících místech, spadá to do kategorie zbývající a zaznamenám jméno a jeho umístění.

Následuje rozdělení podle toho, zdali kandidát byl v dřívější době premiérem a také to, zdali zastával ve sledované době funkci ministra ve vládě. Poté si všímám toho, jestli je možné kandidáta považovat za celebrity a provedu podle toho další rozdělení, následuje dělení kandidátů podle toho, jestli se jednalo o muže nebo ženy. Rovněž kandidáta přiřadím k politické straně. Toto členění k jednotlivým politickým stranám umožní následnou rozsáhlejší analýzu.

5.1 Politická strana

Definic politické strany je několik. Vybrala jsem si definici Romana Davida, který za politickou stranu považuje následující: „*Politická strana je dobrovolná organizace občanů, která usiluje o získání účasti na státní moci. Jinými slovy se uchází o podporu ostatních občanů, aby byla ve volbách zvolena do*

zákonodárných sborů nebo orgánů místní samosprávy a mohla tak uskutečňovat svůj program.“ (DAVID 2003: 71)

5.2 Kategorie vládní strana

Vládní strana je politickou stranou, jejíž kandidáti se dostali do vlády na základě výsledků voleb do Poslanecké sněmovny, které se konaly v roce 2006. Vláda patří mezi výkonné orgány státní správy. Základní dělení vlády je podle Blondela dvojí, a to kabinetní a prezidentský systém. (srov. DAVID 2003: 226) V České republice je kabinetní systém vlády, jenž je charakteristický následujícím: *„Předseda vlády pracuje v kolegiálním kontextu, ve kterém se tým jeho ministrů plně účastní rozhodování. Ministři jsou zároveň odpovědní za výkon rozhodnutí v jednotlivých sektorech.“* (DAVID 2003: 226) Vládními stranami byly po volbách v roce 2006 tyto: Občanská demokratická strana, Křesťanská demokratická unie – česká strana lidová a Strana zelených. (srov. JARMARA 2010: 118-119) Z tohoto důvodu právě tyto tři strany spadají do kategorie vládní strana.

5.3 Kategorie opoziční strana

Opoziční strana by měla podle Michala Kubáta plnit kontrolní funkci. (srov. KUBÁT 2010: 53-54) Tuto kontrolu by měla podle něj vykonávat nad vládními stranami a to na půdě parlamentu. Rovněž tvrdí, že opoziční strana kritizuje, ale tato kritika by měla rovněž obsahovat nabídku jiné alternativy. (srov. KUBÁT 2010: 53-54) Petr Fiala uvádí, že politická opozice plní funkci artikulace a agregace společenských zájmů. (srov. KUBÁT 2010: 53-54) Těmto definicím vyhovují pouze dvě parlamentní, ale mimovládní strany po volbách z roku 2006, a to Česká strana sociálně demokratická a Komunistická strana Čech a Moravy. (srov. JARMARA 2010: 118-119)

5.4 Kategorie nová strana

Jako nová strana se definuji tu, která kandidovala samostatně až pro účely voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2010. Nezahrnuji sem strany, které byly dříve přejmenovány. Proto z této kategorie vypadla například Dělnická strana sociální spravedlnosti, která je pouze přejmenovanou Dělnickou stranou. Za nové strany je možné považovat tyto: Věci veřejné, TOP 09, Strana práv občanů Zemanovi, Klíčové hnutí, STOP, OBČANÉ, EVROPSKÝ STŘET, Česká pirátská strana a Strana svobodných občanů. (Počty kandidátů podle kandidátních listin 2010, 2006, 2002, 1998, 1996, Volby.cz)

5.5 Kategorie velká strana

Při definování velké strany využívám dvou politologických teorií. Velkou stranou je podle Miroslava Nováka ta, která dosahuje absolutní většiny voličských hlasů pouze výjimečně. Pokud je u moci, tak se souhlasem nebo podporou jiných stran. Z tohoto důvodů vládne většinou v koalici. Když je podle něj velká strana v opozici, pak může být díky svému rozměru vysoce účinná. (srov. CABADA - KUBÁT 2004: 250) Druhou definicí, z které vycházím, je velká strana podle Maurice Duvergera. Ten velkou stranu označuje jako dominantní (srov. CABADA - KUBÁT 2004: 250) a popisuje ji následovně: „*Dominantní strana se vyznačuje dvěma charakteristikami: strana je po nějakou dobu mnohem silnější než jakákoliv jiná strana, ale nemusí mít absolutní většinu mandátů, a veřejnost ji za dominantní považuje, to je ztotožňuje se s její ideologií a programem a věří tomu, že je dominantní.*“ (CABADA - KUBÁT 2004: 250) Minimální časové vymezení silnějšího postavení politické strany a její dominance ve státě jsou podle Maurice Duvergera tři volební období. Strana by podle něj měla být také důležitou institucionalizovanou politickou silou. (DUVERGER 1965: 203-204) Tyto uvedené definice splňují v České republice pouze strany Občanské demokratické strana a České strana sociálně demokratická.

5.6 Kategorie malá strana

Mezi malé politické strany řadíme podle politologa Petera Maira ty, které splňují několik základních požadavků. Malá politická strana by měla podle jeho dělení existovat v politickém systému již nějakou dobu, což je určeno trojí účastí ve volbách do národního zákonodárského sboru. Jeho druhá podmínka stanovuje dolní hranici volební podpory na jedno procento. Třetí podmínkou je určení horní hranice volební podpory, za kterou určil 15 procent. (srov. NOVÁ 2004: 293) Dalším důležitým definičním kritériem je to, aby se jednalo o strany malé, ale zároveň i relevantní. Podle Giovanniho Sartoriho jsou relevantními politickými stranami ty, které mohou disponovat koaličním nebo zastrášovacím potenciálem. (srov. SARTORI 1990: 316-349, srov. JARMARA 2010: 16-17) Tyto základní podmínky splňují v České republice pouze tři politické strany, a to Komunistická strana Čech a Moravy, Strana zelených a Křesťanská demokratická unie - česká strana lidová.

5.7 Kategorie umístění kandidáta na kandidátní listině

Podle Petra Vody volební soutěž probíhá v případě volby do Poslanecké sněmovny mezi jednotlivými stranami. Zároveň upozorňuje na to, že probíhá soutěž také mezi jednotlivými kandidáty o pozici na kandidátní listině. Na kandidátní listině počítá rovněž s efektem kandidáta. (srov. VODA, 2010: 186-187) Jeho podstata je charakterizována následovně: „*Podstata efektu kandidáta se nachází v teritoriální blízkosti kandidáta voličům. Kandidát zpravidla dostává více hlasů v místě bydliště, případně v jiném místě, které je z nějakého důvodu považováno za jeho domácí prostředí.*“ (VODA 2010: 186-187)

Pořadí kandidátů na listině není náhodné, je určeno stranickým řazením. Pozice souvisí s možností zisku preferenčních hlasů pro jednotlivé kandidáty. Častým pravidlem je, že nejvíce získává lídr kandidátky a se vzrůstajícím pořadovým číslem strmě klesá šance na zisk mandátu a na zisk vysokého počtu preferenčních hlasů. (srov. VODA 2010: 185-189)

V diplomové práci rozdělují kandidáty podle pořadí na čtyři podkategorie. Kandidáti, kteří se umístili na prvním, druhém, třetím a zbývajícím místě. Podle

tohoto dělení poznám, jestli je preferovaný v médiích lídr kandidátky nebo i další kandidáti. U druhého a třetího místa si zaznamenávám také jména všech kandidátů a to, za kterou stranu kandidují. U kandidátů od čtvrtého místa do posledního na listině zaznamenávám kromě jména a zařazení za politickou stranu také číslo, pod kterým kandidují. Tato data mi umožní hlubší analýzu a alespoň částečné vyrovnání nedostatků obsahové analýzy.

5.8 Kategorie kandidát muž a kandidátka žena

Další sledovanou kategorií je to, zdali je kandidát do Poslanecké sněmovny muž nebo žena. Podle Adrewa Heywooda je nutné odlišovat pojmy gender a pohlaví. Genderem se podle něj označují sociální a kulturní rozdíly mezi osobami mužského a ženského pohlaví. Pohlavím označuje pouze biologické rozdíly mezi muži a ženami. (srov. HEYWOOD 2004: 217) Lisa Adkinsová definuje pohlaví jako biologickou veličinu, gender naopak považuje za kulturní veličinu. Pohlaví je rovněž vnímáno za neutrální povrch, na který se promítá externí sociální význam. (srov. ADKINSKOVÁ 2006: 325)

Podle Martina Fafejty genderem rozumíme sociální konstrukt. Často je spojen s kulturními a sociálními stereotypy a očekáváními, které se pojí k jednotlivým pohlavím. Genderů může být podle tohoto autora mnoho. (srov. FAFEJTA 2004: 30)

Po důkladném zvážení a konzultacích s vedoucím diplomové práce nepoužívám označení pohlaví ani gender, ale označení kandidát muž a kandidátka žena do Poslanecké sněmovny. Označení gender a pohlaví nezapadalo vhodně do kontextu práce. Ve výzkumu zaznamenávám, kolikrát se ve zpravodajství objevil kandidát muž a kandidátka žena, což je v těchto volbách zajímavý parametr, protože některé z politických stran zvýšily počty ženských kandidátek do Poslanecké sněmovny. Jedná se především o Stranu zelených a Komunistickou stranu Čech a Moravy, což dokazují jejich programy, které cituji v dalším odstavci.

Strana zelených reflektuje větší zastoupení žen na kandidátních listinách následovně: „*Strana zelených prosazuje odpovídající zastoupení žen a mužů v politické reprezentaci. Nerovné postavení mužů a žen ve společnosti se mimo jiné*

odráží v oblasti politického rozhodování. Poměr mezi ženami a muži ve volených funkcích i ve státní správě by měl více odpovídat jejich podílu ve společnosti. Příklady táhnou, proto má SZ vnitrostranické kvóty, které dobrovolně uplatňuje, již nyní, v každé trojici kandidátů musí být jedna osoba opačného pohlaví. Proto SZ již v těchto volbách má ve 2/3 krajů ženu na jednom z prvních dvou míst kandidátek. Strana zelených podpoří vznikající novelu volebního zákona, která uzákoní minimální třetinové zastoupení žen a mužů na kandidátních listinách.“ (Volební program Strany zelených 2010: 62-63)

Komunistická strana Čech a Moravy ve svém politickém programu prosazují následující: „*Rovné příležitosti žen a mužů, včetně většího zastoupení žen v rozhodovacích procesech; podpora ženského hnutí a ženských zájmových organizací.*“ (Otevřený volební program KSČM 2010)

5.9 Kategorie status celebrity

Peter van AELST a Bart MADDENS definují celebrity jako kandidáta do Poslanecké sněmovny jako toho, kdo nepůsobil dříve v aktivní politice, ale kdo je velmi dobře známý v oblasti sportu a zábavy nebo je synem či dcerou populárního politika. Podle jejich názoru jim média dávají mnohem větší prostor než neznámým kandidátům s běžným občanským zaměstnáním. (srov. AELST - MADDENS 2008: 197-200)

V České republice je na kandidátních listinách možno považovat za celebrity hlavně kandidáty ze Strany zelených, protože právě v této straně je zastoupeno nejvíce umělců. V České straně sociálně demokratické bude mít ten to status Jiří Šlégr, který dříve působil jako hokejista. (srov. Jmenné seznamy, ČSSD, SZ 2010, Volby.cz)

5.10 Kategorie premiéři

Andrew Heywood definuje funkci premiéra následovně: „*Prime minister, první ministr, předseda vlády. Šéf vlády, jehož moc je odvozena z vedoucího postavení nejsilnější strany, nebo koalice stran, v parlamentu.*“ (HEYWOOD 2004: 458)
Od roku 1989 působilo v České republice devět ministrů. (srov. ČALOUK 2006:

7-25) V diplomové práci zaznamenávám v této kategorii pouze dva premiéry, a to Miloše Zemana, Jiřího Paroubka, protože pouze tito premiéři kandidovali ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2010.(srov. Jmenné seznamy 2010, Volby.cz)

5.11 Kategorie vlády

Podle Romana Davida stojí vláda v České republice mezi prezidentským a kabinetním modelem. V tomto modelu má premiér stejné hlasovací právo jako jiní členové vlády, ale jeho postavení je mnohem silnější, jelikož mu umožňuje sestavit svůj vládní tým a kteréhokoliv člena vlády v průběhu jejího fungování vyměnit. (srov. DAVID 2003: 227) Pro účely diplomové práce pracuji se jmény členů vlády vzniklé z voleb z roku 2006.

6. STATISTICKÉ PRACOVÁNÍ

Data získaná pomocí obsahové analýzy následně statisticky zpracovávám v programu STATISTIKA a výsledné tabulky a grafy upravuji pro větší přehlednost v programu Excel. Nejprve vytvářím datovou matici, a to na základě výše zmíněných kategorií: vládní, opoziční, nové, malé nebo velké a mužské a ženské pohlaví kandidátů, premiéři, první, druhé, třetí a zbývající místo na kandidátní listině. V datové matici je rovněž uvedeno devět politických stran, ostatní strany jsou v kategorii další. Všechny kategorie a rozepsané politické strany zanáším do matice u každého ze čtyř periodik zvlášť. Pracuji s daty z 16 dní, přičemž nejsou započítávány dvě neděle a dvě soboty, takže se jedná ve výsledku o data ze 12 dní. Datové matice mám zmenšené a každé z periodik je zachyceno přehledně do samostatných tabulek v příloze. Jako první jsou počty článků z Mladé fronty dnes, následují Lidové noviny, Hospodářské noviny a poslední dvě tabulky zachycují data z Práva. (srov. Příloha č.1)

V datových maticích jsou zmíněny tyto politické strany výslovně: ČSSD – Česká strana sociální demokracie, ODS - Občanská demokratická strana, TOP 09, VV – Věci veřejné, KSČM – Komunistická strana Čech a Moravy, SZ – Strana zelených, KDU-ČSL – Křesťanská demokratická unie – Česká strana lidová, SPOZ - Strana Práv Občanů ZEMANOVCÍ a DSSS - Dělnická strana sociální spravedlnosti. (srov. Příloha č.1)

Poslední kategorii je DALŠÍ, kam spadají strany s minimální nebo žádnou zmínkou ve vybraném tisku, proto jsem je dala do jedné kategorie: LIB - Liberálové, KONS - Konzervativní strana, KC - Koruna česká, CSNS: Česká strana národně sociální, NP - NÁRODNÍ PROSPERITA, SPRRSC - Sdružení pro republiku – Republikánská strana Československá, M: Moravané, STOP, ES - EVROPSKÝ STŘED, PB: Pravý blok, ČSNS2005 - Česká strana národně socialistická, SUVERENITA - Suverenita-blok J. Bobošíkové, HS - Humanistická strana, CPS - Česká pirátská strana, DSSS - Dělnická strana sociální spravedlnosti, SVOBODNÍ - Strana svobodných občanů, KH - Klíčové hnutí. U těchto stran jsem nejprve dělala analýzu se všemi těmito stranami, posléze jsem je pro větší přehlednost dala do již zmíněné celkové kategorie DALŠÍ. Datová matice je tak mnohem přehlednější. (srov. Příloha č.1)

Kromě základních statistických operací využívám také některé analýzy závislosti. Z korelačních analýz je to Pearsonův korelační koeficient. „*Pearsonův korelační koeficient udává míru síly vztahu dvou náhodných spojitých proměnných a měří sílu pouze lineárního vztahu. Jeho nevýhodou je ovlivnění odlehlými hodnotami a rovněž nerozlišuje mezi závisle a nezávisle proměnnou.*“ (srov. HENDL 2004: 243-244, 257-259) Dále v diplomové práci využívám Chí-test. „*Chí-test slouží ke statistickému testování shody mezi očekávanými a pozorovanými hodnotami. Chí-testem vypočítaná hodnota se pak srovnává s kritickou hodnotou odpovídající zvolené hladině významnosti (nejčastěji 5 %) při daném počtu stupňů volnosti.*“ (Lízal 2008: 1)

Pro zjištění rozsahu výběru, síly a velikosti účinků využívám odhad relativní a absolutní četnosti. Jan Hendl udává, že výpočtem odhadu relativní četnosti dochází k odhadu dosažené nepřesnosti při 95 procentní spolehlivosti. (srov. HENDL 2004: 404)

7. MEDIÁLNÍ POKRYTÍ U VLÁDNÍCH, OPOZIČNÍCH A NOVÝCH STRAN V ROCE 2010

Mediální pokrytí²¹ vládních, opozičních a nových stran se u jednotlivých periodik liší. Vládní strany jsou nejčastěji zmíněny v Lidových novinách, kde se objevují ve 29,1 procentech článků zpravodajské části novin. Nejmenší výskyt mají vládní strany v Hospodářských novinách, které se zmiňují o kandidátech z vládních stran pouze v 21,4 procentech svých článků. Opoziční strany nejčastěji reflektují shodně Lidové noviny a Hospodářské noviny s 26,9 procenty a nejméně Právo s 21,5 procenty. Nové strany nejčastěji reflektují Lidové noviny s 29,9 procenty a nejméně se jim věnují Hospodářské noviny s 19,7 procenty. Mediální pokrytí vládních opozičních a nových stran je přehledně zachyceno v grafu a tabulce. Graf ukazuje absolutní i relativní četnosti výskytu. Obsahuje také chybové úsečky, které uvádějí standardní chybu.

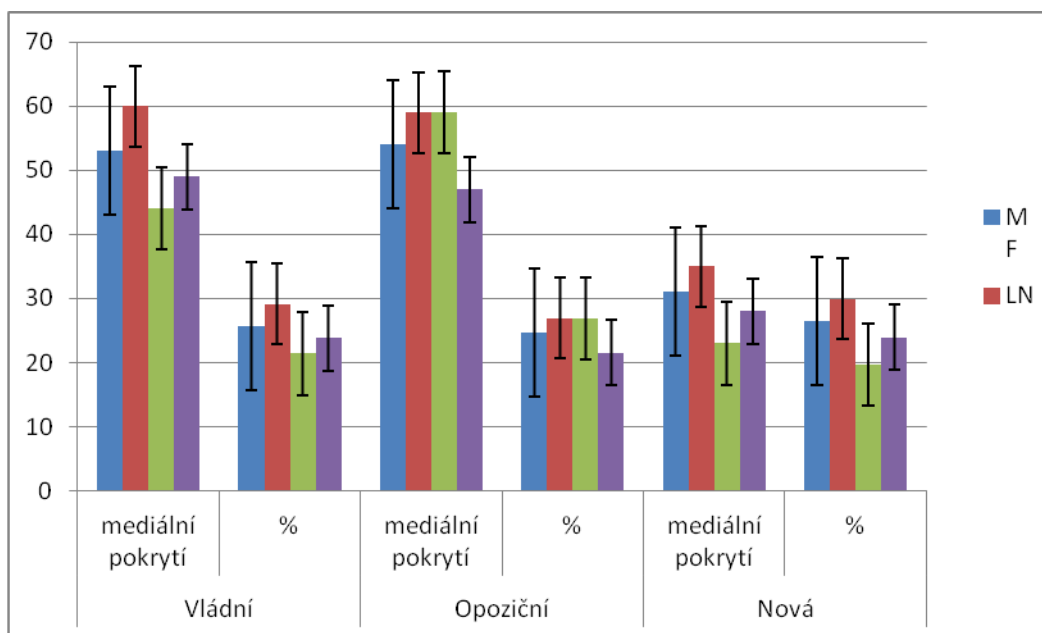
Pokud pracujeme pouze s absolutními čísly, pak má největší mediální pokrytí opoziční strana s 219 články, druhá je vládní strana s 206 články a poslední nová strana se 117 články. Tuto nastalou situaci budu analyzovat v následujících grafech.

TABULKA č. 4: Mediální pokrytí vládních, opozičních a nových stran v periodikách (MF: Mladá fronta, LN: Lidové noviny, HN: Hospodářské noviny, PR: Právo)

Periodikum	VLADNI		OPOZICNI		NOVA	
	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%
MF	53	25,7	54	24,7	31	26,5
LN	60	29,1	59	26,9	35	29,9
HN	44	21,4	59	26,9	23	19,7
PR	49	23,8	47	21,5	28	23,9
celkem	206	100	219	100	117	100

²¹ Mediální pokrytí měřím počtem článků, ve kterých se kandidát do poslanecké sněmovny objeví alespoň jedenkrát.

GRAF č. 2: Mediální pokrytí vládních, opozičních a nových stran v periodikách (MF: Mladá fronta, LN: Lidové noviny, HN: Hospodářské noviny, PR: Právo)



Podle tohoto grafu je patrné, že noviny dávaly mnohem větší prostor článkům, které zachycují vládní a opoziční strany, což jen částečně potvrzuje mou hypotézu inspirovanou belgickou studií, že velké a vládní strany mají mnohem větší šanci na širší mediální pokrytí než strany malé, nové nebo opoziční. Zde se ukazuje, že v celkových výsledcích na tom sice vládní strana byla mnohem lépe než nová strana, ale nebylo tomu tak již v porovnání vládní a opoziční strany, protože se kandidáti opoziční strany objevili celkově ve více člancích než ti vládní. Výsledky neodpovídají belgickému modelu také v tom, že opoziční Křesťanští demokraté získali obecně mnohem méně mediální pozornosti než vládní strany. (AELST - MADDENS 2005: 193-210)

V českém případě se také ukazuje, že je zde velmi silný vliv mediální logiky, protože vládní strany zde získaly opravdu velký prostor v porovnání s novými subjekty. Mediální logiku ovšem lze aplikovat v případě mnoha článků, kde se objevují opoziční kandidáti. Jedním z možných vysvětlení je konfliktní jednání opozice, které by mohlo být pro média zajímavé, tím by se naplnila mediální logika i v tomto případě.

Moje výsledky se shodují s výzkumem Barbory Petrové (PETROVÁ 2006: 53), která měla také největší výskyt zmínek o stranách ODS a ČSSD, což odpovídá i mému výzkumu.

TABULKA č. 5: Výpočet Paersonův chí-kv. a M-V chí-kvadr. mediálního pokrytí vládních, opozičních a nových stran v periodikách

Statist.	Statist. : noviny(4) x Kód(3) (data.sta		
	Chí-kvadr.	sv	p
Pearsonův chí-kv.	2,97979	df=6	p=,8113
M-V chí-kvadr.	2,96507	df=6	p=,8132

Hypotéza H0 : Vybrané strany a noviny jsou na sobě nezávislé. Testuji na asymptotické hladině významnosti $p=0,05$. Na asymptotické hladině významnosti $p=0,05$ hypotézu H0 o nezávislosti vybraných stran a novin nelze zamítnout, tj. v rámci daného dělení nelze vyloučit, že mezi novinami není rozdíl.

8. MEDIÁLNÍ POKRYTÍ U VELKÝCH A MALÝCH POLITICKÝCH STRAN

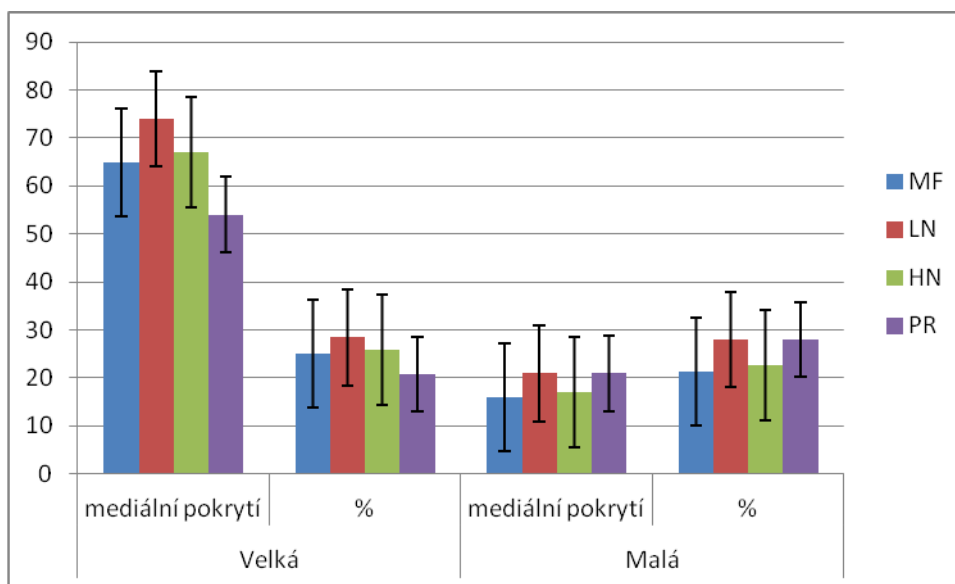
Na základě tabulky a uvedených absolutních hodnot je zřejmé, že velké strany se objevují v novinách mnohem častěji než strany malé. 260 článků zmiňuje velké strany a pouze 75 článků malé. V tomto případě se jedná o výrazný rozdíl.

Velké strany nejčastěji zmiňují Lidové noviny, v kterých nacházíme 28,5 procent článků v této kategorii, a nejméně velké strany uvádí Právo s 20,8 procenty. Malé strany jsou shodně zmiňovány nejčastěji v Lidových novinách a Právu s 28 procenty, což dělá u obou fakticky 21 článků. Mladá fronta Dnes reflektuje velké strany u 25 procent svých článků a malé strany pouze u 21,3 procent. Hospodářské noviny obsahují 25,8 procent článků o velkých stranách a pouze 22,7 procent o malých stranách, což je druhý nejhorší výsledek. Právo má nejméně článků o velkých stranách.

TABULKA č. 6: Mediální pokrytí velkých a malých stran v periodikách (MF: Mladá fronta, LN: Lidové noviny, HN: Hospodářské noviny, PR: Právo)

Periodikum	VELKA		MALA	
	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%
MF	65	25,0	16	21,3
LN	74	28,5	21	28,0
HN	67	25,8	17	22,7
PR	54	20,8	21	28,0
celkem	260	100	75	100

GRAF č. 3: Mediální pokrytí velkých a malých stran v periodikách (MF: Mladá fronta, LN: Lidové noviny, HN: Hospodářské noviny, PR: Právo)



Jedna část grafu ukazuje mediální pokrytí velkých a malých stran v procentech. Lze vidět rovnoměrný počet článků u malých stran v Lidových novinách a Právu. Rovněž je znatelné, že podobných hodnot dosahují malé strany u Mladé fronty a Hospodářských novin. Tato tabulka tolik nevystihuje velké rozdíly mezi velkými a malými stranami u jednotlivých periodik.

Rozdíl mnohem lépe ukazuje část grafu s absolutními čísly. Na něm je zřejmé, že článků o malých stranách je v periodikách mnohem méně než článků o stranách velkých. Zde se rovněž v praxi projevuje stranická logika v médiích, protože malé strany mají mnohem menší šanci získat prostor pro své kandidáty v celorepublikových vydáních sledovaných novin. Výsledky odpovídají také belgickému výzkumu, protože tam byly v novinách malé strany také znevýhodněny.

TABULKA č. 7: Výpočet Paersonův chí-kv. a M-V chí-kvadr. mediálního pokrytí velkých a malých stran v periodikách

Statist.	Statist. : noviny(4) x Kód(2) (data.sta		
	Chí-kvadr.	sv	p
Pearsonův chí-kv.	1,91087	df=3	p=,5911
M-V chí-kvadr.	1,85502	df=3	p=,6030

Hypotéza H_0 : Vybrané strany a noviny jsou na sobě nezávislé. Testuji na asymptotické hladině významnosti $p=0,05$. Na asymptotické hladině významnosti $p=0,05$ hypotézu H_0 o nezávislosti vybraných stran a novin nelze zamítnout, tj. v rámci daného dělení nelze vyloučit, že mezi novinami není rozdíl.

9. MEDIÁLNÍ POKRYTÍ KANDIDÁTEK ŽEN A KANDIDÁTŮ MUŽŮ

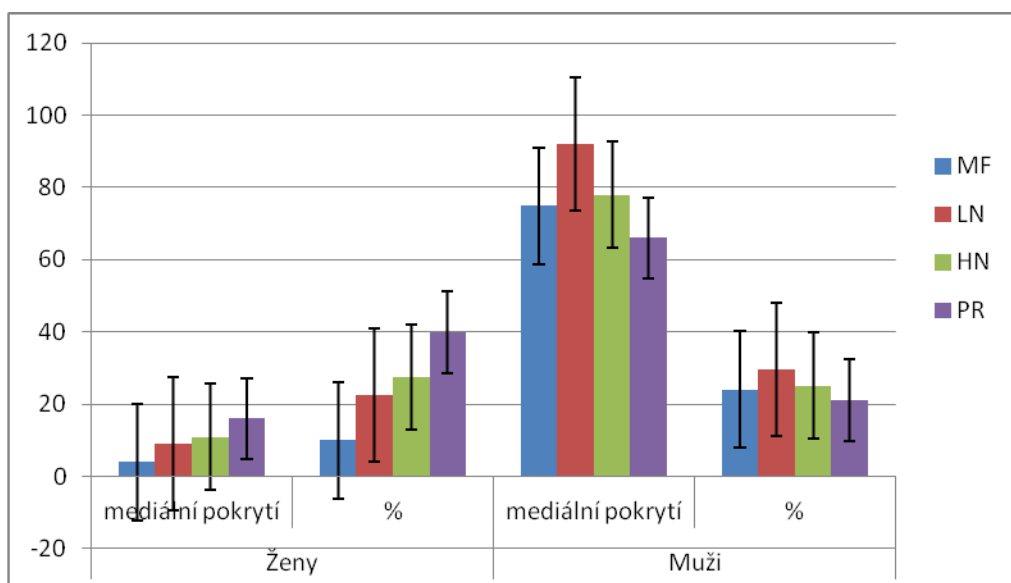
Podle tabulky je zřejmé, že jsou ženy v novinách silně podhodnoceny. Nejčastěji jsou zmiňovány Právu se 40 procenty, ale i přesto se jedná pouze o 16 článků. Nejméně článků se vyskytuje v Mladé frontě Dnes s 10 procenty, což jsou pouze 4 články.

Muži dominují v Lidových novinách s 29,6 procenty. To vytváří v porovnání s ženami obrovský nepoměr. Maximum u žen rovnající se pouze 16 článkům je velmi odlišným maximem u mužů, které je 92 článků. Nejméně článků s mužskými kandidáty najdeme v Právu, kde je 21,2 procent, tedy 66 článků. V Hospodářských novinách jsou ženy s 27,5 procenty a v Lidových novinách jsou ženy s 22,5 procenty, tedy v 9 článcích. V absolutních číslech muži také jasně dominují. Kandidátky ženského pohlaví můžeme najít dohromady pouze v 40 článcích, muže ve 311 článcích. Toto je obrovský nepoměr.

TABULKA č. 8: Mediální pokrytí kandidátek žen a kandidátů mužů v periodikách (MF: Mladá fronta, LN: Lidové noviny, HN: Hospodářské noviny, PR: Právo)

Periodikum	ŽENY		MUŽI	
	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%
MF	4	10,0	75	24,1
LN	9	22,5	92	29,6
HN	11	27,5	78	25,1
PR	16	40,0	66	21,2
celkem	40	100	311	100

GRAF č. 4: Mediální pokrytí kandidátek žen a kandidátů mužů v periodikách (MF: Mladá fronta, LN: Lidové noviny, HN: Hospodářské noviny, PR: Právo)



Tento graf ukazuje mediální pokrytí ženského a mužského pohlaví kandidátů do Poslanecké sněmovny v absolutních číslech a procentech. Znatelná je především dominance Práva v zastoupení žen a naopak podhodnocení ženských kandidátek v případě Mladé Fronty Dnes. Ostatní periodika zde vypadají vyrovnaněji.

Můj výzkum se v tomto ohledu naprosto shoduje s belgickým výzkumem, protože i zde se dá hovořit o diskriminaci ženských kandidátek v novinách před volbami. Mediální nebo stranická logika zde nejde přímo určit, protože se touto problematikou přímo nezabývá. Výsledky také ukazují, že se zde v praxi uplatňuje společenská bariéra bránící vstupu do politiky definované Petrou Rakušanovou. (RAKUŠANOVÁ 2006) Výzkum potvrdil také názor sociologa Pierra Bourdieua o nebezpečí reprodukce mužské dominance v sociálním řádu. Dominance je opravdu ve vysoké politice velmi výrazná. Výsledek potvrzuje také myšlenku Karen Ross, protože média v tomto případě marginalizují ženské kandidátky. (BINKOVÁ - BASAROVÁ: 2008)

TABULKA č. 9: Výpočet Paersonův chí-kv. a M-V chí-kvadr. mediálního pokrytí kandidátek žen a kandidátů mužů v periodikách

Statist.	Statist. : novin(4) x Kód(2) (data.sta		
	Chí-kvadr.	sv	p
Pearsonův chí-kv.	9,18668	df=3	p=,0269
M-V chí-kvadr.	9,13429	df=3	p=,0275

Hypotéza H_0 : Vybraní kandidáti muži a ženy a noviny jsou na sobě nezávislí. Testujeme na asymptotické hladině významnosti $p=0,05$. Na asymptotické hladině významnosti $p=0,05$ hypotézu H_0 o nezávislosti vybraných stran a novin zamítáme, tj. v rámci daného dělení může mezi novinami být rozdíl. Avšak Pearsonův chí-kvadrát test by se měl použít jen v případě, že všechny buňky v kontingenční tabulce jsou větší než 5. Proto nelze tento výsledek považovat za plně relevantní.

9.1 MEDIÁLNÍ POKRYTÍ KANDIDÁTEK ŽEN

V Právu se vyskytují hned tři kandidátky za KSČM. Jmenovitě Kateřina Konečná v jednom článku, Miloslava Vostrá v jednom článku a Zuzka Bebarová – Rujberová, také v jenom článku. Následuje KDU – ČSL, které mělo v člancích 2 ženy a to Janu Hybáškovou v jednom článku a Michaelu Šojdovou ve čtyřech. V Právu byly rovněž články s jednou ze zástupkyň ODS Miroslavou Němcovou, která byla hned ve 5 člancích. Jedinou zástupkyní malé strany Suverenita byla Jana Bobošíková se 3 články.

V Mladé frontě Dnes najdeme pouze čtyři články s ženskými kandidátkami. Ve dvou člancích se objevila kandidátka za ODS Miroslava Němcová. V Mladé frontě Dnes se neprosadilo moc žen, ale jsou zde články o ženách, které se v žádném jiném periodiku neobjevily. Jmenovitě se jedná o kandidátku za Stranu zelených Olgu Sommerovou a kandidátku za Klíčové hnutí Taťánu Fischerovou. Obě získaly prostor v jednom článku.

V Lidových novinách bylo 9 článků s ženskými kandidátkami. Ve dvou člancích figurovala Miroslava Němcová za ODS, v jednom Miloslava Vostrá za KSČM, v jednom Kateřina Konečná také za KSČM, a v jednom Miroslava Šojdová za KDU – ČSL. V Lidových novinách byly také zastoupeny ženy z dosud nezmiňovaných politických stran, pokud jde o ženské kandidátky. V tomto případě jde o VV a ČSSD.

ČSSD byla ženou zastoupena jednou ženou, a to Miladou Emmerovou, hned ve dvou článcích. Věci veřejné dvěma ženami, obě se vyskytovaly v pouze v jednom článku. Byly to Kateřina Klasnová a Kristína Kočí.

Hospodářské noviny poskytují ženám stejný prostor 11 článků. Největší získala jasně Miroslava Němcová z ODS s šesti články. Následuje Kateřina Klasnová za VV se dvěma články. Po jednom článku má Vlasta Parkanová za TOP 09, Michaela Šojdrová za KDU – ČSL a Marta Semelová za KSČM.

V reakci na výzkum Petry Rakušanové (RAKUŠANOVÁ 2006) je zřejmé, že uplatnění kvót u některých stran se projevilo na kandidátkách, ale ji méně v počtu článků se ženskými kandidátkami do Poslanecké sněmovny. Strana zelených i přes uplatnění kvót nedostala ženské kandidátky do tisku před volbami, ale pouze na čelní místa kandidátek. Je zde pravděpodobně vliv toho, že ač se jedná o stranu vládní, tak spadá spíše do malých stran. Kvóty naopak prospěly mediálně i Komunistické straně Čech a Moravy, protože její kandidátky byly zmíněny v pěti článcích. Nová politická strana Věci veřejné měla také mezi lídry jednotlivých kandidátek často ženu, a i to se projevilo v mediálním pokrytí, i když pouze v Lidových a Hospodářských novinách.

Je zřejmé, že stále budou na kandidátkách a v médiích dominovat muži, ale ženy se již dostávají především do předních pozic na kandidátkách a to jim poskytuje snadnější vstup do médií. Nejlepším příkladem je Miroslava Němcová, kandidující za Občanskou demokratickou stranu, která je lídrem kandidátky za Vysočinu. V mém výzkumu byla zmíněna z žen nejčastěji, což jistě také souvisí se stranickou logikou, protože je lídrem velké politické strany. Stranická logika se ukazuje také v tom, že kandidátky malých stran dostaly v tisku velmi malý prosto, takže by se dalo hovořit o dvojnásobném znevýhodnění. (srov. AELST - MADDENS 2005: 193-210)

10. MEDIÁLNÍ POKRYTÍ JEDNOTLIVÝCH POLITICKÝCH STRAN

Mediální pokrytí jednotlivých politických stran přehledně zobrazuje následující tabulka. ČSSD dosahuje největšího pokrytí v Lidových novinách a Hospodářských novinách s 27, 2 procenty, 56 článků. ODS má nejvíce článků také v Lidových novinách s 29, 4 procenty, 52 článků. U TOP 09 lze sledovat klesající tendenci, kdy největší pokrytí má v Lidových novinách sice s 31,7 procenty, v porovnání s ostatními novinami, ale dosahuje reálně pouze 26 článků. Věci veřejné se nejvíce prosadily v Mladé frontě s 37 procenty, 17 článků. V Právu je nejvíce článků o KSČM, která zde dosahuje 32, 1 procent, ale jedná se pouze o 9 článků. Strana zelených má zajímavou shodu v Lidových novinách a Mladé Frontě, kde má 29,2 procent, což je reálně 7 článku. Další větší podíl získala KDU – ČSL, která měla nejvíce článků v Právu, a to 9.

Velkým překvapením je strana SPOZ, která má nejvíce článků v Právu, a to 8. Krajně pravicová strana DSSS se také prosadila, nejvíce v Mladé frontě, kde o kandidátech z této strany informovaly 2 články. Ostatní politické strany získaly v periodikách minimální nebo žádný prostor a jsou zahrnuti v kategorii další.

TABULKA č. 10: Výpočet Paersonův chí-kv. a M-V chí-kvadr. Mediálního pokrytí jednotlivých politických stran

Statist.	Statist. : noviny(4) x Kód(10) (data.sta		
	Chí-kvadr.	sv	p
Pearsonův chí-kv.	33,8097	df=27	p=,1716!
M-V chí-kvadr.	37,4856!	df=27	p=,0863!

Hypotéza H_0 : Vybrané strany a noviny jsou na sobě nezávislé. Testuji na asymptotické hladině významnosti $p=0,05$. Na asymptotické hladině významnosti $p=0,05$ hypotézu H_0 o nezávislosti vybraných stran a novin nelze zamítnout, tj. v rámci daného dělení nelze vyloučit, že mezi novinami není rozdíl. Avšak Pearsonův chí-kvadrát test by se měl použít jen v případě, že všechny buňky v kontingenční tabulce jsou větší než 5. Proto nelze tento výsledek považovat za plně relevantní.

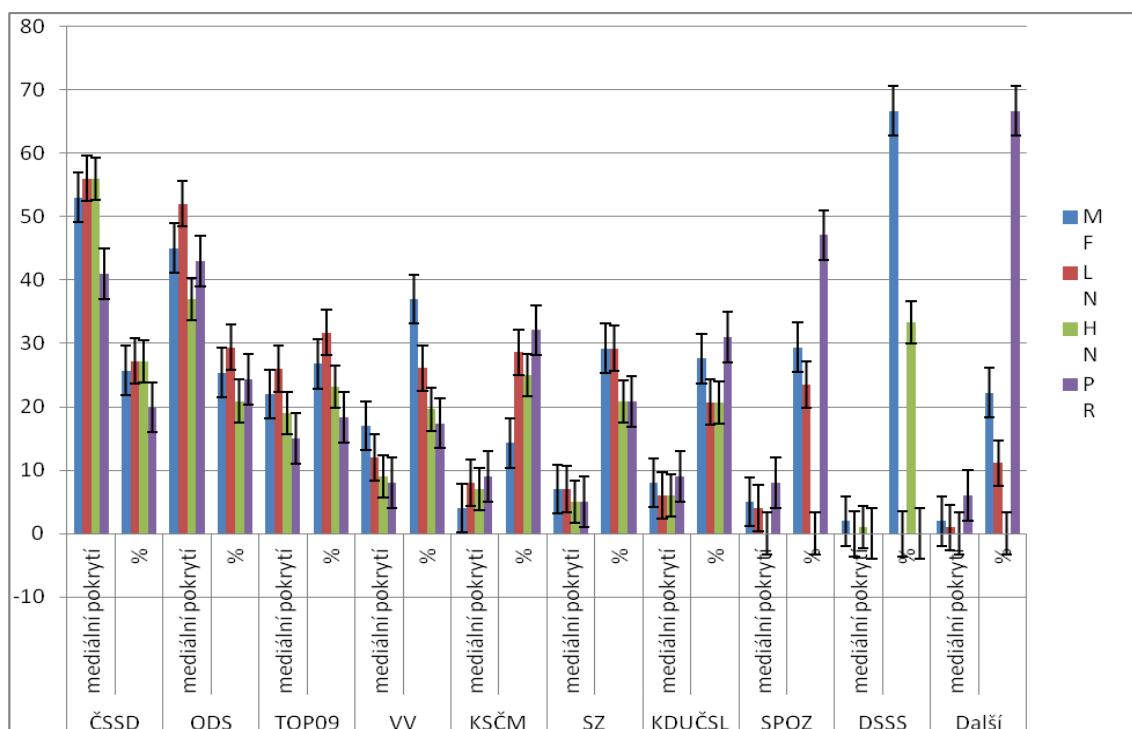
Periodikum	ČSSD		ODS		TOP09		VV		KSČM	
	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%
MF	53	25,7	45	25,4	22	26,8	17	37,0	4	14,3
LN	56	27,2	52	29,4	26	31,7	12	26,1	8	28,6
HN	56	27,2	37	20,9	19	23,2	9	19,6	7	25,0
PR	41	19,9	43	24,3	15	18,3	8	17,4	9	32,1
Celkem	206	100	177	100	82	100	46	100	28	100

Periodikum	SZ		KDUČSL		SPOZ		DSSS		Další	
	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%
MF	7	29,2	8	27,6	5	29,4	2	66,7	2	22,2
LN	7	29,2	6	20,7	4	23,5	0	0,0	1	11,1
HN	5	20,8	6	20,7	0	0,0	1	33,3	0	0,0
PR	5	20,8	9	31,0	8	47,1	0	0,0	6	66,7
Celkem	29	100	29	100	17	100	3	100	9	100

TABULKA č. 11: Mediální pokrytí jednotlivých politických stran v periodikách (MF: Mladá fronta, LN: Lidové noviny, HN: Hospodářské noviny, PR: Právo, VV: Věci veřejné, KSČM: Komunistická strana Čech a Moravy, SZ: Strana zelených, KDU – ČSL: Křesťanská demokratická unie – Česká strana lidová, SPOZ: Strana práv občanů Zemanovci, DSSS – Dělnická strana sociální spravedlnosti, DALŠÍ)

Na tomto grafu lze nejlépe vidět, že velmi malé strany z kategorie další mají minimální šanci dostat se do médií. Většina takových subjektů se v novinách neobjevila vůbec, což se týká těchto politických stran: LIB - Librálové, KONS - Konzervativní strana, KC - Koruna česká, CSNS: Česká strana národně sociální, NP - NÁRODNÍ PROSPERITA, SPRRSC - Sdružení pro republiku - Republikánská strana Československá, M: Moravané, ES - EVROPSKÝ STŘED, PB: Pravý blok, ČSNS2005 - Česká strana národně socialistická. Kandidáti politických stran, kteří získali alespoň pár článků, jsou tito:, SUVERENITA 5 článků, Humanistická strana 1 článek, po jednom článku mají také Klíčové hnutí, SVOBODNÍ a Česká pirátská strana.

GRAF č. 5: Mediální pokrytí jednotlivých politických stran v periodikách (MF: Mladá fronta, LN: Lidové noviny, HN: Hospodářské noviny, PR: Právo, VV: Věci veřejné, KSČM: Komunistická strana Čech a Moravy, SZ: Strana zelených, KDU – ČSL: Křesťanská demokratická unie – Česká strana lidová, SPOZ: Strana práv občanů Zemanovci, DSSS – Dělnická strana sociální spravedlnosti, DALŠÍ)



Tento graf absolutních i relativních četností znázorňuje dominanci ČSSD a ODS ve všech periodikách. Třetí nejsilnější zastoupení má TOP 09 a následují Věci Veřejné. KSČM, SZ A KDU – ČSL dosahují stejných hodnot v absolutních

číslech. Na grafu jde velmi dobře vidět, že právě kandidáti velkých stran jsou periodiky zvýhodňováni. Překvapivé je velmi dobré umístění dvou nových stran a nízké hodnoty u stabilních politických subjektů jako jsou KDU-ČSL a KSČM. Noviny se zde řídily především stranickou logikou, protože zvýhodnění velkých stran je viditelné. (srov. AELST - MADDENS 2005: 193-210) Zajímavostí je poměrně velký počet článků strany SPOZ, což je do jisté míry způsobeno známým lídrem Milošem Zemanem, protože nikdo jiný z této strany ve výzkumu zmíněn nebyl. Tak se dostává do popředí i mediální logika, jelikož se jedná o charismatického mediálně známého politika. (srov. AELST - MADDENS 2005: 193-210)

11. MEDIÁLNÍ POKRYTÍ PODLE UMÍSTĚNÍ NA KANDIDÁTNÍ LISTINĚ

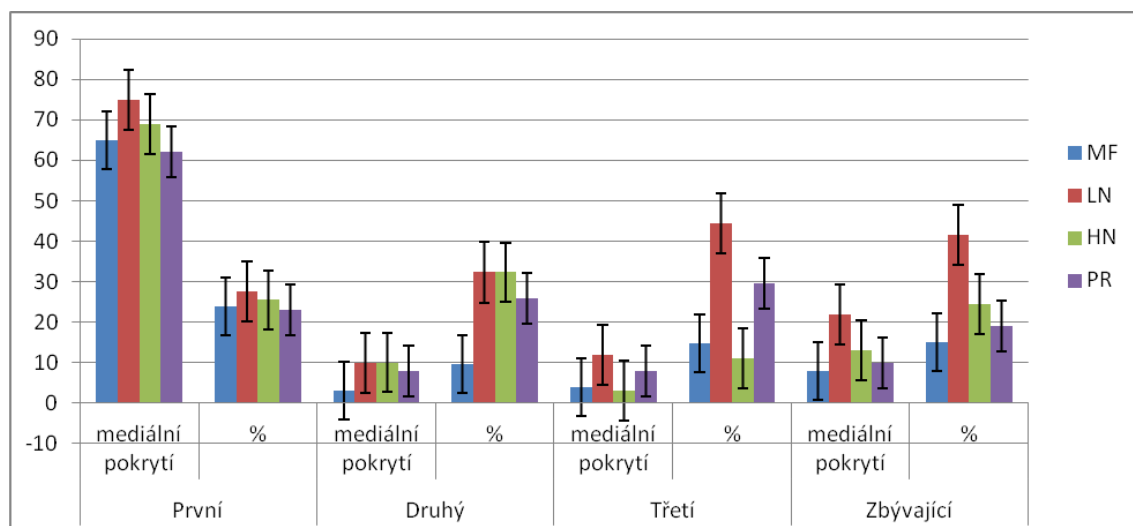
Umístění na kandidátní listině je významným faktorem především pro stranickou logiku médií. V mnou analyzovaných periodikách se tento faktor projevil velmi výrazně. Lídři kandidátek se dostali do všech periodik výrazně častěji než kandidáti z dalších míst. Nejvíce článků první z kandidátních listin věnovaly Lidové noviny s 75 články, což dělalo 27,7 procent, následovaly Hosodářské noviny se 69 články, Mladá fronta se 65 články a Právo se 62 články. Je zřejmé, že zde se projevuje jak mediální, tak stranická logika. (srov. AELST - MADDENS 2005: 193-210)

Příkladem mediální logiky bylo jednání Jiřího Paroubka, který na počátku volební kampaně oznámil novinám svůj návrat do médií a odvolal bojkot tisku. Tím na sebe nejen více upozornil, ale jednalo se o klasické propagování politické špičky v tisku. Stranická logika zase úzce souvisí s upřednostněním lídrů kandidátek, což se v tom to případě také potvrdilo. Belgická studie se zde také shoduje s českým prostředím, protože lídři kandidátek jsou nadhodnoceni v obou zemích přibližně stejně. (srov. AELST - MADDENS 2005: 193-210) Tím se také projevuje výrazně prvek personalizace kampaně, která je pro moderní předvolební kampaň typická. Osobnost Jiřího Paroubka se tak dostala do popředí a byla více medializovaná. (srov. BRADOVÁ-ŠARADÍN, 2006: 234)

Tabulka č. 12: Mediální pokrytí podle umístění na kandidátní listině
(MF: Mladá fronta, LN: Lidové noviny, HN: Hospodářské noviny, PR: Právo)

Periodikum	PRVNÍ		DRUHÝ		TŘETÍ		ZBÝVAJÍCÍ	
	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%
MF	65	24,0	3	9,7	4	14,8	8	15,1
LN	75	27,7	10	32,3	12	44,4	22	41,5
HN	69	25,5	10	32,3	3	11,1	13	24,5
PR	62	22,9	8	25,8	8	29,6	10	18,9
Celkem	271	100	27	100	27	100	53	100

GRAF č. 6: Mediální pokrytí podle umístění na kandidátní listině
(MF: Mladá fronta, LN: Lidové noviny, HN: Hospodářské noviny, PR: Právo)



Na druhém místě kandidátky získávají kandidáti mnohem méně prostoru. Je znatelný až propad zájmu o tyto kandidáty. Nejvíce o nich informují Lidové noviny a Hospodářské noviny s deseti články. V lidových novinách se ve čtyřech článcích objevuje Pavel Bém, v jednom Milada Emmerová, ve dvou Petr Tluchoř, ve dvou Jeroným Tejc a v jednom Miloslava Vostrá. V Hospodářských novinách se objevují tři články s Pavlem Bémem, dva s Jeronýmem Tejcem a Kateřinou Klasnovou a po jednom článku získali Jiří Papež, Petr Tluchoř a Jiří Šlégr. V Mladé Frontě se objevili dva články s Pavlem Bémem a jeden s Janem Zahradilem. V Právu máme osm článků, ve třech se objevuje kandidát Jeroným Tejc, ve čtyřech Pavel Bém a jednom Miloslava Vostrá.

I na druhém místě se projevuje především kombinace mediální a stranické logiky, jelikož nejčastěji zmiňovaný v článku, Pavel Bém, je na z předních místech kandidátky, ale je také mediálně známým politikem, o kterém se mluví i mimo jeho politické jednání a jeho soukromí nepatří mezi neznámé oblasti pro širokou veřejnost. (srov. AELST - MADDENS 2005: 193-210)

Na třetím místě kandidátky se nejčastěji objevovali politici, kteří byli zmíněni rovněž v Lidových novinách. Sedm článků zmiňovalo Víta Bárta a pět Marka Šnajdra. V Právu se také nejčastěji objevovaly články s Vitem Bárta, kromě něj také po jednom článku s Michalem Krausem a Markem Šnajdrem. Mladá fronta obsahovala z třetích míst na kandidátce opět převážně články s Vitem Bárta. Podobně jsou na tom také Hospodářské noviny, kdy ze tří článků, kde byli kandidáti z třetího místa, ve dvou člancích byl zmíněn Vít Bárta.

Na tomto třetím místě se již nejvíce uplatňuje mediální logika, ale je také znát obrovský propad počtu článku v porovnání s prvním a druhým místem. Mediální logika se projevuje především v upřednostnění článků s Vitem Bárta, který byl známým a diskutovaným ještě před nástupem do politiky a proto byl pro média mnohem zajímavější než neznámí politici z třetích míst kandidátní listiny. (srov. AELST - MADDENS 2005: 193-210)

Nejzajímavější jsou ovšem další pozice na kandidátních listinách. Zde mají opět největší zastoupení Lidové noviny s 22 články. Jména kandidátů zmíněných v Lidových novinách a jejich číslo na kandidátní listině je následující: David Rath – 9 místo, Vladimír Pavelka – 4 místo, Martin Jan Stránský – 4 místo, Michal Hašek – 11 místo, Petr Orel – 5 místo, Jiří Novotný – 10 místo, Matěj Stropnický – 9 místo, Jaromír Drábek – 15 místo, Marek Benda – 17 místo.

V počtu článků ze zbývajících míst kandidátní listiny následovaly Hospodářské noviny: David Rath – 9 místo, Michal Hašek – 11 místo, Daniel Roman – 16 místo, Vladimír Šoltys – 7 místo, Tomáš Dub – 7 místo, Petr Petržílek – 10 místo.

Právo má 10 článků, ale zde se objevovali pouze 3 kandidáti: Michal Hašek – 11 místo, Michal Doktor – 7 místo a David Rath – 9 místo. Mladá fronta dosahuje s devíti články nejmenšího pokrytí: Marek Benda – 17 místo, Pavel Severa – 8 místo, David Rath – 9 místo.

Na zbývajících místech kandidátky se objevují nejčastěji, a ve všech novinách, dvě jména. Tito dva kandidáti jsou zároveň hejtmani, a jedná se o Davida Ratha z ČSSD a Michala Haška rovněž z ČSSD. Oba v předvolebním období zažívali

jistou konfliktní situaci. Michal Hašek byl ve funkci hejtmana v zatopené oblasti, a proto měl mnohem větší prostor v médiích než jiní kandidáti. Davida Ratha se týkalo před volbami několik kauz, kritizoval otevřeně vládu a byl neustále v konfliktu s jinými hejtmany. Tím je podporována mediální logika médií, která vyhledává konfliktní situace. (srov. AELST - MADDENS 2005: 193-210) V tomto případě se projevila větším počtem článků, kde se vyskytovali tito dva kandidáti. Na základě výsledků mého výzkumu a výzkumu Barbory Petrové se ukazuje, že Davida Ratha nejlépe čerpal z významné kredibility, kterou média výše zmíněná média mívají. (srov. PETROVÁ, 2010: 118-119)

TABULKA č. 13: Výpočet Paersonův chí-kv. a M-V chí-kvadr. mediálního pokrytí podle umístění na kandidátní listině

Statist.	Statist. : noviny(4) x Kód(5) (data.sta		
	Chí-kvadr.	sv	p
Pearsonův chí-kv.	14,9703	df=12	p=,24306
M-V chí-kvadr.	15,4602	df=12	p=,21724

Hypotéza H0 : Vybraní kandidáti a noviny jsou na sobě nezávislí. Testuji na asymptotické hladině významnosti $p=0,05$. Na asymptotické hladině významnosti $p=0,05$ hypotézu H0 o nezávislosti vybraných kandidátů a novin nelze zamítnout, tj. v rámci daného dělení nelze vyloučit, že mezi novinami není rozdíl. Avšak Pearsonův chí-kvadrát test by se měl použít jen v případě, že všechny buňky v kontingenční tabulce jsou větší než 5. Proto nelze tento výsledek považovat za plně relevantní.

12. MEDIÁLNÍ POKRYTÍ STATUSU CELEBRITA

Mediální pokrytí podle statusu celebrity bylo u kandidátů do Poslanecké sněmovny zanedbatelné. Zvolené kategorizaci vyhovovalo jen velmi málo zástupců politických stran. Periodika dávala přednost spíše kandidátům s politickou praxí, než umělcům a sportovcům. Jediní dva kandidáti, kteří se v tisku objevili, a můžeme je považovat za celebrity, vyhovující zvolené kategorii, jsou Olga Sommerová a Jiří Šlégr. Oba byli zmíněni pouze v jediném článku, takže nelze použít ani srovnání s belgickou studií, ani aplikovat mediální nebo stranickou logiku. (srov. AELST - MADDENS 2005: 193-210)

13. MEDIÁLNÍ POKYTÍ PODLE FUNKCE PREMIÉRA

Dřívější zastávání funkce premiéra hraje významnou roli v tom, zda – li se kandidát objeví v tisku nebo ne. V tomto případě se jedná o dva kandidáty do Poslanecké sněmovny Jiřího Paroubka a Miloše Zemana. Oba jsou zároveň lídry svých kandidátek, takže se tyto dvě kategorie částečně překrývají. Podle tabulky nejvíce článků s bývalými premiéry obsahují již tradičně Lidové noviny a 27,8 procenty a 57 články a nejméně shodně Mladá fronta a Právo s 23,9 procenty a 49 články.

TABULKA č.14: Mediální pokrytí bývalých premiérů v periodikách (MF: Mladá fronta, LN: Lidové noviny, HN: Hospodářské noviny, PR: Právo)

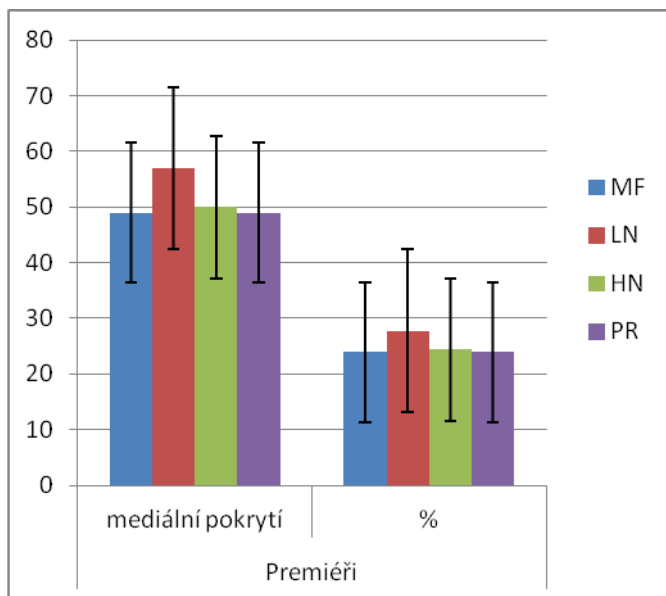
Periodikum	PREMIÉŘI	
	Mediální pokrytí	%
MF	49	23,9
LN	57	27,8
HN	50	24,4
PR	49	23,9
Celkem	205	100

Hypotéza H₀: pravděpodobnost objevení se článku o premiérovi je ve všech periodikách stejná = 0.25. Použitím chí-kvadrát testu dobré shody pro test "rovnoměrnosti" pro články s premiéry byla zjištěna hodnota $p = 0.8576$. Na asymptotické hladině významnosti $p = 0,05$ hypotézu H₀ nelze zamítnout, tedy pravděpodobnost výskytu v rámci vybraných 4 periodik může být stejná.

Mediální pokrytí je v případě premiérů velmi vyrovnané a dalo by se říct, že všechna periodika mají velký zájem psát ve svých člancích o premiérech současných, ale i minulých, i když to není zcela jasný ukazatel. V naprosté většině článků byl zmíněn Jiří Paroubek a Miloš Zeman se objevoval v člancích pouze pokud se článek týkal strany SPOZ. I zde se projevuje prvek personalizace volební kampaně, protože oba politici se dostávali pravidelně do popředí před ostatní členy strany. U Jiřího Paroubka to nebylo tak markantní, ale u Miloše

Zemana byla personalizace velmi důležitým prvkem kampaně a zviditelňování v médiích. (srov. BRADOVÁ-ŠARADÍN, 2006: 234)

GRAF č. 7: Mediální pokrytí bývalých premiérů v periodikách (MF: Mladá fronta, LN: Lidové noviny, HN: Hospodářské noviny, PR: Právo)



Mediální logika je u funkce premiéra stejně podstatná jako stranická, protože se u této kategorie vzájemně překrývají. Nelze podle charakteristiky v belgické studii určit, která je významnější. (srov. AELST - MADDENS 2005: 193-210)

14. MEDIÁLNÍ POKRYTÍ PODLE FUNKCE MINISTRA

Mediální pokrytí podle funkce ministra rovněž nelze použít, protože v tisku se objevovali především členové přechodné úřednické vlády a jen málo z nich kandidovalo v následujících volbách. V tomto případě se tedy nelze držet kategorií nastavené belgickou studií. (srov. AELST - MADDENS 2005: 193-210)

15. VLIV MÍRY FINANCOVÁNÍ VOLEBNÍ KAMPANĚ NA MEDIÁLNÍ POKRYTÍ V TISKU PŘED VOLBAMI

Belgická studie pracuje také s efektem vlivu míry financování na volební kampaň. Ve svém výzkumu pracují s daty společnosti Kantar Media, které byly využity pro studii Anny Matuškové. Sledovala mediální kampaň v roce 2010. (srov. MATUŠKOVÁ 2010: 111) Společnost měřila výdaje politických stran do reklamy v roce 2010 v milionech českých korun. Měřila množství finančního toku do těchto médií: televize, rádio, tisk, venkovní a vnitřní reklama a kinoreklama. Vždy vycházela z běžně dostupných ceníkových cen. (srov. MATUŠKOVÁ 2010: 111)

TABULKA č. 15 : Výdaje politických stran do reklamy v roce 2010 v milionech českých korun (srov. MATUŠKOVÁ 2010: 111)

Politická strana	leden až květen 2010
ČSSD	383,07
ODS	227,69
VV	69,39
TOP 09	36,28
SPOZ	34,3
KDU-ČSL	5,21
KSČM	7,32
SUVERENITA	11,22
SZ	3,49

Podle tabulky nejvíce investovala do reklamní kampaně ČSSD. Následovaly ODS, VV, TOP 09, SPOZ, KDU – ČSL, KSČM, SUVERENITA a SZ. Podle následující tabulky je vidět, že toto velké financování se straně ČSSD vyplatilo, protože její kandidáti se nejčastěji objevovali v novinách. Druhé místo ODS ve financování rovněž souhlasí s druhým místem počtu článků. Rozdíl je na třetím a čtvrtém místě. Třetím v množství financování je VV, ale v množství článků je až čtvrté po TOP 09. Dalo by se říci, že VV se tímto její financování nevyplatilo tolik jako méně nákladná kampaň TOP 09. Pokud se tímto způsobem podívám

na ostatní politické strany, pak prodělaly, a to s výjimkou Strany zelených, která i když investovala ze všech zmíněných politických stran nejméně, měla stejně článků v novinách jako strana KDU – ČSL a více než SPOZ, kteří do kampaně investovali mnohem větší náklady. Podle předních míst lze ovšem tvrdit, že míra financování mediální kampaně má velký vliv na mediální pokrytí v tisku před volbami, což se nepotvrdilo v belgické studii. (srov. AELST - MADDENS 2005: 193-210)

TABULKA č.16: Mediální pokrytí jednotlivých politických stran v periodikách (MF: Mladá fronta, LN: Lidové noviny, HN: Hospodářské noviny, PR: Právo, VV: Věci veřejné, KSČM: Komunistická strana Čech a Moravy, SZ: Strana zelených, KDU – ČSL: Křesťanská demokratická unie – Česká strana lidová, SPOZ: Strana práv občanů Zemanovci, DSSS – Dělnická strana sociální spravedlnosti, DALŠÍ)

Periodikum	ČSSD		ODS		TOP09		VV		KSČM	
	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%
MF	53	25,7	45	25,4	22	26,8	17	37,0	4	14,3
LN	56	27,2	52	29,4	26	31,7	12	26,1	8	28,6
HN	56	27,2	37	20,9	19	23,2	9	19,6	7	25,0
PR	41	19,9	43	24,3	15	18,3	8	17,4	9	32,1
Celkem	206	100	177	100	82	100	46	100	28	100

Periodikum	SZ		KDUČSL		SPOZ		DSSS		Další	
	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%
MF	7	29,2	8	27,6	5	29,4	2	66,7	2	22,2
LN	7	29,2	6	20,7	4	23,5	0	0,0	1	11,1
HN	5	20,8	6	20,7	0	0,0	1	33,3	0	0,0
PR	5	20,8	9	31,0	8	47,1	0	0,0	6	66,7
Celkem	29	100	29	100	17	100	3	100	9	100

16. POROVNÁNÍ VÝSLEDKŮ VOLEB Z ROKU 2010 S VÝSLEDKY VÝZKUMU

Tabulka č. 17: Výsledky voleb do Poslanecké sněmovny ČR 2010 (PINK – VALTEROVÁ 2010)

Politická strana	Počet hlasů	Podíl hlasů	Počet mandátů
ČSSD	1 155 267	22,08	56
KSČM	589 765	11,27	26
KDU-ČSL	229 717	4,39	-
ODS	1 057 792	20,22	53
SPOZ	226 527	4,33	-
Suverenita	192 145	3,67	-
SZ	127 831	2,44	-
TOP09	873 833	16,70	41
VV	569 127	10,88	24

TABULKA č. 18: Mediální pokrytí jednotlivých politických stran v periodikách (MF: Mladá fronta, LN: Lidové noviny, HN: Hospodářské noviny, PR: Právo, VV: Věci veřejné, KSČM: Komunistická strana Čech a Moravy, SZ: Strana zelených, KDU – ČSL: Křesťanská demokratická unie – Česká strana lidová, SPOZ: Strana práv občanů Zemanovci, DSSS – Dělnická strana sociální spravedlnosti, DALŠÍ)

Periodikum	ČSSD		ODS		TOP09		VV		KSČM	
	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%
MF	53	25,7	45	25,4	22	26,8	17	37,0	4	14,3
LN	56	27,2	52	29,4	26	31,7	12	26,1	8	28,6
HN	56	27,2	37	20,9	19	23,2	9	19,6	7	25,0
PR	41	19,9	43	24,3	15	18,3	8	17,4	9	32,1
Celkem	206	100	177	100	82	100	46	100	28	100

Periodikum	SZ		KDUČSL		SPOZ		DSSS		Další	
	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%	Mediální pokrytí	%
MF	7	29,2	8	27,6	5	29,4	2	66,7	2	22,2
LN	7	29,2	6	20,7	4	23,5	0	0,0	1	11,1
HN	5	20,8	6	20,7	0	0,0	1	33,3	0	0,0
PR	5	20,8	9	31,0	8	47,1	0	0,0	6	66,7
Celkem	29	100	29	100	17	100	3	100	9	100

Anna Matušková charakterizuje volební trh v České republice za polozavřený. Nastavené podmínky nejsou podle jejího názoru příliš příznivé pro novou politickou pobídku, ale nevylučovala rovněž úspěch nových politických stran či uskupení. (MATUŠKOVÁ 2006: 218)

Podle tabulky a grafů je zřejmé, že výsledky a míra mediální pozornosti vzájemně souvisí. Nejvíce prostoru v analyzovaných periodikách získali kandidáti ČSSD a ti rovněž získali nejvíce mandátů ve volbách. Druhými v mediální pozornosti byla strana ODS. Tento údaj rovněž odpovídá zájmu novin o jejich politiku, protože se stali druhou nejčastěji zmiňovanou stranou. TOP 09 je třetí stranou rovněž v obou případech. Rozdíl je až na čtvrtém místě, které má ve volbách KSČM, ale větší mediální pozornost získaly Věci veřejné, jež ve volbách skončily až páté. Jiné politické strany mandát nezískaly. Je pravděpodobné, že všechny ze zmiňovaných měly dostatečný přístup k mediální prezentaci.

Na základě mých teorií je zajímavé především určit, jestli se mediální pozornost projevila u nových politických aktérů, jakým byly strany VV a TOP 09. Jejich mediální pokrytí nebylo v porovnání s malými stranami zanedbatelné, takže je možné, že také tato mediální pozornost, 82 a 46 článků, mohla přispět k volebnímu úspěchu ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2010.

Je také pravděpodobné, že se zde provily teorie R. Wiszniowského, kdy právě větší výskyt stran VV a TOP 09 v Lidových novinách, Mladé frontě Dnes, Hospodářských novinách a právu mohly způsobit větší odezvu u nerozhodných voličů a prvovoličů. (srov. WISZNIOWSKI 2002: 45-63) Tuto spojitost nelze výzkumem dokázat, ale je možná na základě zmíněné teorie.

ZÁVĚR

Ve své diplomové práci jsem se zabývala mediálním pokrytím kandidátů do Poslanecké sněmovny v tzv. seriózním tisku šesnáct dní před volbami v roce 2010. Za hlavní teoretický rámec jsem si zvolila výzkum Petera van Elsta a Barta Maddense *Politicians in the News: Media or Party Logic?: Media Attention and Electoral Success in the Belgian Election Campaign of 2003*, který vyšel v *European journal of communication* v roce 2008. Tito autoři analyzovali volby již v roce 2003, a to na území Belgie. Vytvořili řadu výzkumných otázek a hypotéz, kterými jsem se inspirovala také ve svém výzkumu. Problematické se ovšem ukázalo, že výzkum nešel aplikovat stejně na poměry v České republice a to především kvůli jinému volebnímu zákonu a rozdílnému politickému uspořádání obou zemí. Kvůli rozdílnému počtu zkoumaných dat bylo potřebné použít také jinou metodu sběru než v belgickém případě.

Inspirována belgickým výzkumem jsem se snažila zjistit následující: Rozhodovala se média samostatně v určování, komu věnuje více pozornosti nebo byla ovlivněna příslušností kandidátů k jednotlivým politickým stranám? Převládala v tomto případě mediální nebo stranická logika médií? Do jaké míry je pro mediální pokrytí důležité, jestli je kandidát z malé, velké nebo nové politické strany? Jaké další elementy, kromě politických stran, mohly ovlivnit rozvrstvení mediální pozornosti před volbami? Jak se lišilo mediální pokrytí v českých periodikách? Na všechny tyto výzkumné otázky se mi podařilo odpovědět.

Na základě belgického výzkumu jsem si položila i tyto hypotézy: Média budou v předvolební kampani do Poslanecké sněmovny silně ovlivněna příslušností kandidátů k politickým stranám v ČR. Stranická a mediální logika bude v případě voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2010 propojena. Velké a vládní strany mají mnohem větší šanci na širší mediální pokrytí než strany malé nebo opoziční. Kromě stranic budou hrát významnou roli i jiné faktory (pozice kandidáta na hlasovacím lístku, status celebrity, výdaje na kampaň a pohlaví), které ovlivní mediální pokrytí ve zprávách a tisku před parlamentními volbami v ČR v roce 2010. Celková míra mediálního pokrytí bude u kandidátů do Poslanecké sněmovny nerovnoměrná. Média budou reflektovat jen velmi malý počet kandidátů, ti však budou v celkových výsledcích voleb silně zvýhodněni

před těmi, kteří se do médií nedostanou. Výsledky belgického a českého výzkumu budou v řadě věcí totožné.

Kromě belgické studie jsem pracovala s velkou řadou českých analýz a studií, které se týkaly především stranictví a umístěním ženy na kandidátní listině. Rozsáhleji jsem se věnovala také dílčím genderovým teoriím, které doplňovaly můj výzkum především v kategorii mužský kandidát a ženská kandidátka do Poslanecké sněmovny. Rovněž jsem se snažila nastínit problematickou situaci před volbami v roce 2010, kdy díky pádu vlády a nástupu úřednické vlády, muselo dojít k částečné modifikaci mého výzkumu.

V diplomové práci jsem využívala kvantitativní metodu a obsahovou analýzu, která mi poskytla možnost následného vyhodnocení dat pomocí statistických analýz. V diplomové práci jsem kromě dvou koeficientů používala tabulky četností, které se k mému výzkumu hodily nejlépe. Během shromažďování dat jsem také narazila na nedostatky obsahové analýzy, které jsem se snažila vyliminovat, již dříve zmíněným, dobovým kontextem před a během voleb.

Při vymezení výběrového souboru se ukázalo problematické, přesně určit, co je v České republice seriózní tisk, nakonec jsem se opřela o jeden z výzkumů, který hodnotil informace v médiích a za nejdůvěryhodnější stanovil Mladou frontu, Lidové noviny, Hospodářské noviny a Právo, takže jsem začala pracovat právě s těmito čtyřmi periodiky.

Jako problematický se ukázal také výběr počtu dnů, během které jsem měla průzkum vykonávat, z původních šestnácti dnů jsem musela nakonec pracovat s pouhými dvanácti, aby dal výzkum hodnověrné statistické informace a nedošlo k žádnému zkreslení.

Parametry kategorizace jsem si zvolila z velké části na základě inspirace belgickým výzkumem, ale musela jsem je modifikovat podle českých politologických teorií. Za základní parametry jsem si zvolila kategorie: vládní strana, opoziční strana, nová strana, velká strana, malá strana, umístění kandidáta na kandidátní listině, kandidát muž a kandidátka žena, status celebrity, premiéři a vláda.

Při analýze mediálního pokrytí vládních, opozičních a nových stran jsem zjistila, že vládní strany jsou nejčastěji zmíněny v Lidových novinách a nejméně v Hospodářských novinách. Překvapivé ovšem bylo, že opoziční strany měly celkově větší prostor v předvolebním tisku, než strany vládní. Nové byly podle

očekávání podhodnoceny. Prokazují zde také velmi silný vliv nejen stranické logiky médií, ale také mediální.

U mediálního pokrytí velkých a malých stran je také vidět obrovský rozdíl mezi těmito kategoriemi. Malé strany byly rovněž podle očekávání silně podhodnoceny. Nepřekvapivé bylo také mediální pokrytí u mužských kandidátů a ženských kandidátek. Ženy byly zmíněny ve 40 článcích a muži ve 311 článcích. Tento výsledek mi potvrdil řadu teorií, které jsem zmínila v teoretickém rámci. Následně jsem se zabývala mediálním pokrytím pouze kandidátek žen. Zde se velmi silně projevila stranická logika v tom, že nejvíce článků bylo zaznamenáno s Miroslavou Němcovou, která byla lídrem kandidátky za Vysočinu. Mediální pokrytí jednotlivých stran ukázalo naprostou dominanci strany ČSSD, následovaly strany ODS, TOP 09, VV a KSČM.

Mediální pokrytí podle umístění na kandidátní listině jasně upřednostňovalo lídry politických stran, ale nejzajímavější výsledky byly u těch, kteří se neumístili na prvním, druhém, ani třetím místě. Tehdejší hejtman David Rath uměl velmi dobře využít prvků mediální logiky a zároveň kredibility jednotlivých periodik, a i když z devátého místa kandidátky, byl velmi často zmiňován v novinách.

Následující dvě kategorie nešly v českém prostředí analyzovat. Status celebrity, protože jen opravdu velmi málo kandidátů splňovalo tuto kategorii a ti co ano, nebyli v tisku zmiňováni. Funkce ministra byla také problematická určit, protože většina členů úřednické vlády nekandidovala v roce 2010 do Poslanecké sněmovny.

Mediální pokrytí funkce premiéra se ukázalo v periodikách jako rovnoměrné, což bylo také způsobeno tím, že se v převážné většině jednalo o Jiřího Paroubka, který v té době odvolal bojkot na média, takže si ho média ještě daleko více všimla a on jich. Bývalý premiér Miloš Zeman vystupoval především jako zástupce své strany SPOZ.

V diplomové práci jsem se také věnovala vlivu míry financování na mediální pokrytí a ukázalo se, že může souviset, protože většina stran, která investovala do volební kampaně větší částku peněz, byla v médiích častěji a měla větší podíl na mediálním pokrytí. Výjimku tvořila z tohoto konceptu Strana zelených. V poslední kapitole porovnávám výsledky voleb s mediálním pokrytím a zjišťuji, že mohou vzájemně souviset.

Tato diplomová práce by se dala rozpracovat na srovnání předvolebního mediálního pokrytí před jednotlivými volbami v České republice a mohlo by dojít z zajímavé konfrontaci zjištěných výsledků.

SEZNAM ZKRATEK

ČSSD – Česká strana sociální demokracie

ODS - Občanská demokratická strana

TOP 09

VV – Věci veřejné

KSČM – Komunistická strana Čech a Moravy

SZ – Strana zelených

KDU-ČSL – Křesťanská demokratická unie – Česká strana lidová

SPOZ - Strana Práv Občanů ZEMANOVCI

DSSS - Dělnická strana sociální spravedlnosti.

LIB – Liberálové

KONS - Konzervativní strana

KC - Koruna česká

CSNS: Česká strana národně sociální

NP - NÁRODNÍ PROSPERITA

SPRRSC - Sdružení pro republiku – Republikánská strana Československá

M – Moravané

STOP

ES - EVROPSKÝ STŘED

PB: Pravý blok

ČSNS2005 - Česká strana národně socialistická

SUVERENITA - Suverenita-blok J. Bobošíkové

HS - Humanistická strana

CPS - Česká pirátská strana

DSSS - Dělnická strana sociální spravedlnosti

SVOBODNÍ - Strana svobodných občanů

KH - Klíčové hnutí

SEZNAM PRAMENŮ

Hospodářské noviny, 12. 5 – 27. 5. 2010.

Jmenné seznamy, Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 28. a 29.5.2010, Volby.cz [cit. 10. 4. 2011]. Dostupné z www: <http://www.volby.cz/pls/ps2010/ps111?xjazyk=CZ&xxkraj=0&xstrana=9&xv=1&xt=1>

Konečné výsledky voleb do Poslanecké sněmovny. Romea.cz, Praha, 3.6.2006, [cit. 10. 4. 2012]. Dostupné z www: http://www.romea.cz/index.php?id=servis/z2006_0374.

Lidové noviny, 12. 5 – 27. 5. 2010.

Mladá fronta Dnes, 12. 5 – 27. 5. 2010.

Otevřený volební program KSČM pro volby pro PS PČR 2010, Oficiální stránky KSČM, [cit. 10. 4. 2012]. Dostupné z www: <http://www.kscm.cz/volby-a-akce/poslanecka-snemovna-pcr6/programove-cile-kscm/volebni-program-2010-2014>.

Právo, 12. 5 – 27. 5. 2010.

Usnesení Nejvyššího správního soudu ze dne 4. 7. 2006, spisová značka Vol 66/2006, č. 948/2006 Sb. NSS, In: PODHRAZKÝ, Milan: *Přehled judikatury ve věcech voleb, referend a politických stran*. Praha, ASPI 2008, s. 175-176.

Volební program Strany Zelených, volby do Poslanecké sněmovny 2010, Oficiální stránky Strany zelených, s. 62 – 63, [cit. 10. 4. 2012]. Dostupné z www: <http://www.zeleni.cz/underwood/download/files/sz-volebni-program-2010.pdf>.

Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 2. 3. 2006. Celkové výsledky hlasování. Volby.cz, <http://www.volby.cz/pls/ps2006/ps2?xjazyk=CZ>

Výsledky voleb. Volby.cz, Český statistický úřad, [cit. 10. 4. 2011]. Dostupné z www: <http://www.volby.cz/>

Zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky, článek 16, odstavec 2.

Zákon o volbách do Parlamentu České republiky a o změně a doplnění některých dalších zákonů č. 247/1994, ze dne 27. září 1995, částka 65 Sbírky zákonů, glosy. info, [cit. 10. 4. 2012]. Dostupné z www: <http://glosy.info/priloha/volebni-zakon/>.

SEZNAM LITERATURY

ADKINSOVÁ, Lisa: Feministická sociální teorie. In: HARRIGTON, Austin a kol.: *Moderní sociální teorie: základní témata a myšlenkové proudy*. Praha, Portál 2006, ISBN 80-7367-093-3 (váz.).

AELST, Peter van – MADDENS, Bart a kol.: *Politicians in the News: Media or Party Logic?: Media Attention and Electoral Success in the Belgian Election Campaign of 2003* [online]. *European journal of communication*, 23, 2008, č. 2, [cit. 10. 4. 2011]. Dostupné na [www: http://ejc.sagepub.com/cgi/reprint/23/2/193](http://ejc.sagepub.com/cgi/reprint/23/2/193).

AXELROD, R. Robert: *Conflict of Interest: a theory of divergent goals with applications to politics*. Chicago, Markham 1970.

BALÍK, Stanislav, a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2010*. Brno : Centrum pro studium demokracie a kultury, 2010. [ISBN 978-80-7325-224-3](https://www.isbn-international.org/view/title/978-80-7325-224-3).

BINKOVÁ, Pavlína-BASAROVÁ, Iva: *Kandidátky na předsedu: mediální obraz političek ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2006*. 27. 1. 2008, *Gender, Sociologie*, [online] [cit. 19. 4. 2011] Dostupné na [www: http://www.genderonline.cz/view.php?cislocclanku=2008012716](http://www.genderonline.cz/view.php?cislocclanku=2008012716).

BLUMLER, J. G.-KAVANAGH, D.: *The Third Age of Political Communication: Influences and Features*. *Political Communication*, roč. 16, č. 3, 1999, ISSN 10584609.

BRADOVÁ, Eva-ŠARADÍN, Pavel: *Volební kampaně v ČR A VOLBY 2006: amerikanizace kampaní?* In: DANČÁK, Břetislav-HLOUŠEK, Vít: *Parlamentní volby 2006 a české politické strany*. Brno, Mezinárodní politologický ústav 2006, ISBN 8021041617.

CABADA, Ladislav – KUBÁT, Michal: *Úvod do studia politické vědy*. Praha, Eurolex Bohemia 2004, ISBN 80-86432-63-7 (brož.).

ČALOUD, Dalibor – FOLTÝN, Tomáš: Politické strany a jejich systém v období 2002-2006. In: ČALOUD, Dalibor – FOLTÝN, Tomáš? *Volby do Poslanecké sněmovny*. Brno, Centrum pro studium demokracie a kultury 2006, ISBN 80-7325-108-6.

DAVID, Roman: *Politologie. Základy společenských věd*. Olomouc, Nakladatelství OLOMOUC 2003, ISBN 80-7182-162-4.

DE FLEUR, Melvin L.-BALLOVÁ ROKEČHOVÁ, Sandra J.: *Teorie masové komunikace*. Praha, Karolinum 1996, ISBN 80-7184-099-8.

DUVERGER, Maurice: *Political Parties*. London 1965.

FAFEJTA, Martin: *Úvod do sociologie pohlaví a sexuality*. Věrovany, Nakladatelství Jan Piszkiwicz 2004, ISBN 80-86768-06-6 (brož.).

HABÁŇ, Martin: Belgické politické strany a jejich postoje k evropskému integračnímu procesu [online]. *Středoevropské politické studie*, 2 - 3, č. 7, 2005, [cit. 10. 4. 2011]. Dostupné z www: <http://www.cepsr.com/clanek.php?ID=243>. ISSN 1213-2691.

HENDL, Jan: *Přehled statistických metod zpracování dat. Analýza a metaanalýza dat*. Praha, Portál 2004, ISBN 80-7178-820-1 (váz.).

HEYWOOD, Andrew: *Politologie*. Praha, EUROLEX BOHEMIA 2004, ISBN 978-80-7380-115-1.

HLOUŠEK, Vít: Česko. In: STRMISKA, Maxmilián a kol.: *Politické strany moderní Evropy*, Praha, Portál 2005, ISBN 80-7367-038-0 (váz.).

CHYTILEK, Roman: Belgie. In: STRMISKA, Maxmilián a kol.: *Politické strany moderní Evropy: analýza stranicko-politických systémů*. Praha, Portál 2005, ISBN 80-7367-038-0 (váz.).

JARMARA, Tomáš: *Politické strany: vybrané kapitoly z teorie a praxe politických stran*. Ostrava, Vysoká škola báňská – Technická univerzita 2010, ISBN 978-80-248-2263-1 (brož.).

JAROŠOVÁ, Darja: *Kvalitativní výzkum – úvod do studia*. Ostrava, Fakulta zdravotních věd 2010.

KAVKOVÁ, SMIGGELS, Jana: *Analýza kandidátních listin pro volby do PSP ČR 2006 z hlediska zastoupení žen a mužů* [online]. Forum 50 procent, [cit. 10. 4. 2011]. Dostupné z www: <http://padesatprocent.cz/docs/analyza-kand-listin.pdf>.

KRONICK, Jane C.: Alternativní metodologie pro analýzu kvalitativních dat. *Sociologický časopis*, XXXIII, 1/1997, ISSN 0038-0288.

KUBÁT, Michal: *Politická opozice v teorii a středoevropské praxi*. Praha. DOKOŘÁN 2010. ISBN 9788073632854.

KUNŠTÁT, Daniel: *Důvěra některým institucím veřejného života* [online]. Tisková zpráva, Po100326, Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav, 26. 3. 2010, [cit. 10. 4. 2011]. Dostupné z www: http://www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/101025s_po100326.pdf.

KUNŠTÁT, Daniel: *Důvěra ústavním institucím a spokojenost s politickou situací v březnu 2010* [online]. Tisková zpráva, Po100319, Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav, 19. 3. 2010, [cit. 10. 4. 2011]. Dostupné z www: http://www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/101024s_pi100319.pdf.

LÍZAL, Pavel: *Chí – test*. Skripta, Brno, Přírodovědecká fakulta Masarykovy univerzity 2008.

MATUŠKOVÁ, Anna: Politický marketing a české politické strany. In: DANČÁK, Břetislav-HLOUŠEK, Vít: *Parlamentní volby 2006 a české politické strany*. Brno, Mezinárodní politologický ústav 2006, ISBN 9788021051690.

MCQUAIL, Denis: *Úvod do teorie masové komunikace*, Praha, Portál 2002, ISBN 8071787140.

MELOUN, Milan – MILITKÝ, Jiří: *Statistické zpracování experimentálních dat v chemometrii, biometrii, ekonometrii a v dalších oborech přírodních, technických a společenských věd*. Praha, ARS MAGNA 1998, ISBN 80-7219-003-2 (váz).

MISSLER, Jan: Kritická diskursivní analýza (CDA) a velké množství masmediálních textů [online], [cit. 10. 2. 2012]. Dostupné z www: http://www.pulib.sk/elpub2/FF/Bocak1/pdf_doc/miessler.pdf.

NEWTON Media, a.s.: *Největšímu zájmu médií se před volbami těšila ODS, v inzerci nemá ČSSD konkurenci* [online]. 26. 5. 2010, [cit. 10. 4. 2011]. Dostupné z www: <http://www.mediainfo.cz/279/1685.html>.

MLČOCH, M.: *Několik poznámek k jazykovým a nejazykovým prostředkům v současném bulvárním a tzv. seriózním tisku*. [online]. Naše řeč, 85, 2003, č. 5, [cit. 10. 2. 2011]. Dostupné z www: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7698>

NOVÁ, Pavla: Malé politické strany v českém stranickém systému v letech 1996-1998. In: NOVÁK, Miroslav – LEBEDA, Tomáš a kol.: *Volební a stranické systémy: ČR v mezinárodním srovnání*. Pelhřimov, Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk 2004, ISBN 8086473880.

OSVALDOVÁ, Barbara – HALADA, Jan: *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha, Libri 1999, ISBN 80-85938-76-1.

PINK, Michal-VALTEROVÁ, Aneta: *Volby do Poslanecké sněmovny 2010 a jejich „alternativní“ výstupy* [online]. Středoevropské politické studie, CEPSR, 2-

3, XII, 2010, [cit. 10. 2. 2012]. Dostupné z [www: http://www.cepsr.com/clanek.php?ID=414](http://www.cepsr.com/clanek.php?ID=414).

PETROVÁ, Barbora: Média a volební kampaň. In: BALÍK, Stanislav a kol: *Volby do Poslanecké sněmovny 2010*, Brno, Centrum pro studium demokracie a kultury 2010, ISBN 9788073252243 (brož.).

PETROVÁ, Barbora: Volební kampaň v médiích. In: ČALOUK, Dalibor-FOLTÝN, Tomáš: *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2006*. Brno, Centrum pro studium demokracie a kultury 2006, ISBN 8073251086.

RAKUŠANOVÁ, Petra: *Zastoupení žen v české politice v kontextu voleb do Poslanecké sněmovny 2006: Trendy a výzvy* [online]. Forum 50 procent, [cit. 10. 1. 2012]. Dostupné z [www: http://padesatprocent.cz/docs/PR_analyza_volby_2006.pdf](http://padesatprocent.cz/docs/PR_analyza_volby_2006.pdf).

ROSŮLEK, Přemysl: *Média a politika*. Plzeň, Západočeská univerzita Plzeň 2009, ISBN 978-80-7043-841-1 (brož.).

RŮŽIČKA, Vlastimil: *Politika a média v konzumní společnosti*. Praha, Graga 2011, ISBN 978-80-247-3667-9.

SARTORI, Giovanni: *A Typology of Party Systeme in The West European Party Systeme*, Oxford 1990.

SCHERER, Helmut: Úvod do metody obsahové analýzy. In: SCHULZ, Winfried – SCHERER, Helmut a kol.: *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Karolinum, Praha 2004, ISBN 80-246-0827-8 (brož.).

ŠKOCHOVÁ, Marie: Analýza voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky v roce 2006 [online]. *Internetový politologický časopis e-Polis*, AS CPSSU, 15.8.2008, [cit. 10. 2. 2012]. Dostupné z [www: http://www.e-polis.cz/komparace/297-analyza-voleb-do-poslanecke-snemovny-parlamentu-ceske-republiky-v-roce-2006.html](http://www.e-polis.cz/komparace/297-analyza-voleb-do-poslanecke-snemovny-parlamentu-ceske-republiky-v-roce-2006.html).

ŠKODOVÁ, Markéta: *Hodnocení informací v médiích*. [online]. Centrum pro výzkum veřejného mínění, 20.6.2007, [cit. 10. 2. 2012]. Dostupné z [www: http://www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/100699s_om70620.pdf](http://www.cvvm.cas.cz/upl/zpravy/100699s_om70620.pdf)

TRAMPOTA, Tomáš – VOJTĚCHOVSKÁ, Martina: *Metody výzkumu médií*. Praha, Portál 2010, ISBN 978-80-7367-683-4 (brož.).

VACÍK, Milan: *Volební kampaně a sdělovací prostředky*. In: ŠIMÍČEK, Vojtěch (ed.): *Volební kampaně v České republice*. Brno, Mezinárodní politologický ústav 2000, ISBN 80-210-2352.

VODA, Petr: *Efekt kandidáta*. In: BALÍK, Stanislav.: *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2010*. Brno, Centrum pro studium demokracie a kultury 2010, ISBN 9788073252243 (brož.).

WISZNIOWSKI, R.: *Wprowadzenie do teorii marketingu politycznego*. In: JABLONSKI, A.-SOBKOWIAK, L. (eds.): *Marketing polityczny w teorii i praktyce*. Wrocław, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 2002.

SEZNAM SCHÉMAT

Graf č. 1: Celkové výsledky voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2006.....	18
Graf č. 2: Mediální pokrytí vládních, opozičních a nových stran v periodikách..	38
GRAF č. 3: Mediální pokrytí velkých a malých stran v periodikách.....	41
GRAF č. 4: Mediální pokrytí kandidátek žen a kandidátů mužů v periodikách...	44
GRAF č. 5: Mediální pokrytí jednotlivých politických stran v periodikách.....	49
GRAF č. 6: Mediální pokrytí podle umístění na kandidátní listině.....	52
GRAF č. 7: Mediální pokrytí bývalých premiérů v periodikách	57

SEZNAM TABULEK

TABULKA č. 1: Rozdělení spontánní publicity stran do jednotlivých skupin médií	7
TABULKA č. 2: Průměrný podíl mužů a žen na kandidátkách vybraných politických subjektů.....	10
TABULKA č. 3: Zastoupení žen v PSP ČR: srovnání výsledků voleb 2002, a 2006.....	11
TABULKA č. 4: Mediální pokrytí vládních, opozičních a nových stran v periodikách.....	37
TABULKA č. 5: Výpočet Paersonův chí-kv. a M-V chí-kvadr. mediálního pokrytí vládních, opozičních a nových stran v periodikách	39
TABULKA č. 6: Mediální pokrytí velkých a malých stran v periodikách.....	40

TABULKA č. 7: Výpočet Paersonův chí-kv. a M-V chí-kvadr.	41
TABULKA č. 8: Mediální pokrytí kandidátek žen a kandidátů mužů v periodikách.....	43
TABULKA č. 9: Výpočet Paersonův chí-kv. a M-V chí-kvadr. mediálního pokrytí kandidátek žen a kandidátů mužů v periodikách.....	45
TABULKA č. 10: Výpočet Paersonův chí-kv. a M-V chí-kvadr. mediálního pokrytí kandidátek žen a kandidátů mužů v periodikách.....	47
TABULKA č. 11: Mediální pokrytí jednotlivých politických stran v periodikách	48
TABULKA č. 12: Mediální pokrytí podle umístění na kandidátní listině.....	52
TABULKA č. 13: Výpočet Paersonův chí-kv. a M-V chí-kvadr. mediálního pokrytí podle umístění na kandidátní listině.....	54
TABULKA č.14: Mediální pokrytí bývalých premiérů v periodikách.....	56
TABULKA č. 15 : Výdaje politických stran do reklamy v roce 2010 v milionech českých korun.....	59
TABULKA č.16: Mediální pokrytí jednotlivých politických stran v periodikách	60
TABULKA č. 17: Výsledky voleb do Poslanecké sněmovny ČR 2010.....	61
TABULKA č. 18: Mediální pokrytí jednotlivých politických stran v periodikách	61

SEZNAM PŘÍLOH

Datová matice	78
---------------------	----

PŘÍLOHY

	1 VLADNI MF	2 OPOZIC NIMF	3 NOVAM F	4 VELKÁM F	5 MALAMF	6 ZENAMF
12. května	4	4	3	5	2	0
13. května	5	3	2	5	3	0
14. května	1	2	3	3	0	0
17. května	4	6	2	6	0	1
18. května	3	2	1	4	0	0
19. května	4	3	1	4	3	1
20. května	6	6	4	6	0	0
21. května	8	7	3	9	2	1
24. května	3	3	3	3	2	0
25. května	3	4	1	4	1	0
26. května	8	6	4	8	3	0
27. května	4	8	4	8	0	1

	7 MUZMF	8 PREMM F	9 PRVNIM F	10 DRUHY MF	11 TRETIM F	12 ZBYVMF
12. května	5	4	5	0	1	1
13. května	6	2	6	0	0	0
14. května	4	2	4	0	0	0
17. května	8	5	5	1	0	1
18. května	4	2	4	0	0	0
19. května	5	4	5	0	0	2
20. května	7	5	5	0	2	1
21. května	9	8	9	0	0	0
24. května	5	3	5	0	0	0
25. května	5	3	3	1	0	1
26. května	9	6	8	0	1	1
27. května	8	5	6	1	0	1

	13 ČSSDM F	14 ODSMF	15 TOP09M F	16 VVMF	17 KSCMM F	18 SZMF
12. května	4	4	3	2	1	0
13. května	2	4	2	1	0	1
14. května	2	1	1	2	0	0
17. května	6	4	2	0	0	0
18. května	2	3	1	0	0	0
19. května	3	4	1	0	0	3
20. května	6	6	1	3	0	0
21. května	7	3	3	3	2	0
24. května	3	3	3	3	0	0
25. května	4	2	1	0	0	1
26. května	6	7	3	1	1	2
27. května	8	4	1	2	0	0

	19 KDUČSL MF	20 SPOZM F	21 DSSSMF	22 DALŠÍM F	23 VLADNIL N	24 OPOZIC NILN
12. května	0	0	0	0	5	2
13. května	2	1	0	0	4	3
14. května	0	0	1	0	6	3
17. května	0	0	0	1	1	2
18. května	0	0	0	0	5	6
19. května	0	0	1	0	8	7
20. května	0	0	0	1	2	1
21. května	0	0	0	0	4	4
24. května	2	0	0	0	5	6
25. května	1	0	0	0	7	7
26. května	3	2	0	0	3	5
27. května	0	2	0	0	10	13

	25 NOVALN	26 VELKAL N	27 MALALN	28 ŽENYLN	29 MUŽILN	30 PREMLN
12. května	1	5	0	0	5	3
13. května	2	4	1	0	4	4
14. května	1	5	1	0	7	3
17. května	1	2	1	0	3	2
18. května	3	7	2	2	9	5
19. května	3	9	3	4	10	5
20. května	0	2	1	0	2	1
21. května	3	5	3	3	8	4
24. května	5	8	0	0	10	8
25. května	6	9	3	0	13	6
26. května	4	5	2	0	6	4
27. května	6	13	4	0	15	12

	31 PRVNIL N	32 DRUHYL N	33 TRETILN	34 ZBYVLN	35 CSSDLN	36 ODSLN
12. května	2	1	0	0	2	5
13. května	4	0	0	0	3	4
14. května	7	1	0	1	3	5
17. května	4	1	1	0	2	0
18. května	7	1	1	3	5	5
19. května	8	2	5	5	7	7
20. května	3	1	0	2	1	2
21. května	4	0	1	3	3	2
24. května	9	0	2	0	6	5
25. května	7	1	1	3	6	6
26. května	5	0	0	2	5	3
27. května	15	2	1	3	13	8

	37 TOP09L N	38 VVLN	39 KSCMLN	40 SZLN	41 KDU CSL LN	42 SPOZLN
12. května	1	0	0	0	0	0
13. května	2	0	0	1	1	0
14. května	1	0	0	0	1	0
17. května	1	0	0	0	1	1
18. května	2	2	2	0	0	0
19. května	2	1	1	0	1	1
20. května	0	0	0	1	0	0
21. května	1	2	1	1	1	0
24. května	5	1	0	0	0	0
25. května	3	3	1	2	0	1
26. května	4	1	2	0	0	0
27. května	4	2	1	2	1	1

	43 DSSSLN	44 DALŠÍLN	45 VLADNI HN	46 OPOZIC NIHN	47 NOVAH N	48 VELKAH N
12. května	0	0	3	5	3	5
13. května	0	0	2	2	0	2
14. května	0	0	6	7	2	7
17. května	0	0	5	3	1	5
18. května	0	0	6	2	2	5
19. května	0	0	2	3	3	3
20. května	0	0	0	4	3	4
21. května	0	1	2	6	1	5
24. května	0	0	3	6	2	6
25. května	0	0	3	7	3	8
26. května	0	0	2	6	2	6
27. května	0	0	10	8	1	11

	49 MALAHN	50 ZENAHN	51 MUZHN	52 PREMH M	53 PRVNÍH N	54 DRUHY HN
12. května	0	1	5	5	5	2
13. května	0	1	2	1	1	0
14. května	2	1	7	6	7	0
17. května	2	2	6	3	6	2
18. května	3	1	6	4	6	1
19. května	0	2	4	2	4	1
20. května	0	1	6	2	6	0
21. května	3	1	8	3	5	0
24. května	1	0	6	5	5	2
25. května	1	0	8	7	8	1
26. května	1	0	6	6	6	1
27. května	4	1	14	6	10	0

	55 TRETIH N	56 ZBYVHN	57 CSSDH N	58 ODSHN	59 TOP09H N	60 VVHN
12. května	0	5	5	3	3	2
13. května	0	1	2	2	0	0
14. května	0	0	6	6	2	0
17. května	0	0	3	3	1	1
18. května	0	1	2	3	2	0
19. května	1	0	4	3	2	2
20. května	1	1	4	0	2	1
21. května	0	0	4	2	0	1
24. května	0	0	6	3	1	1
25. května	0	0	7	3	3	1
26. května	1	0	6	3	2	0
27. května	0	5	7	6	1	0

	61 KSCMHN	62 SZHN	63 KDUČSL HN	64 SPOZHN	65 DSSSHN	66 DALŠÍH N
12. května	0	0	0	0	0	0
13. května	0	0	0	0	0	0
14. května	2	0	0	0	0	0
17. května	0	2	0	0	0	0
18. května	1	0	3	0	0	0
19. května	0	0	0	0	0	0
20. května	0	0	0	0	1	0
21. května	3	0	0	0	0	0
24. května	1	0	0	0	0	0
25. května	0	0	1	0	0	0
26. května	0	1	0	0	0	0
27. května	0	2	2	0	0	0

	67 VLADNI PR	68 OPOZIC NIPR	69 NOVAP R	70 VELKAP R	71 MALAPR	72 ZENAPR
12. května	6	6	6	5	4	4
13. května	3	4	6	4	1	0
14. května	7	5	2	8	1	3
17. května	2	3	2	2	3	3
18. května	5	3	3	6	3	1
19. května	3	5	1	5	3	2
20. května	3	2	0	3	1	1
21. května	3	3	1	3	0	0
24. května	5	4	0	4	0	0
25. května	3	2	2	3	2	0
26. května	6	5	4	6	3	2
27. května	3	5	1	5	0	0

	73 MUZPR	74 PREMP R	75 PRVNIP R	76 DRUHY PR	77 TRETIP R	78 ZBYVPR
12. května	7	3	6	0	2	4
13. května	7	3	5	0	0	0
14. května	8	4	7	0	0	1
17. května	3	2	4	0	1	0
18. května	7	6	7	0	0	1
19. května	6	4	5	1	0	1
20. května	3	3	3	1	0	0
21. května	3	3	3	0	2	1
24. května	5	6	5	0	1	1
25. května	3	5	5	1	0	0
26. května	9	7	7	1	0	1
27. května	5	3	5	0	2	0

	79 CSSDPR	80 ODSPR	81 TOP09P R	82 VVPR	83 KSCMP R	84 SZPR
12. května	5	4	3	2	1	2
13. května	2	3	2	1	1	0
14. května	5	6	1	1	0	0
17. května	2	2	2	0	2	0
18. května	3	5	2	0	1	2
19. května	4	2	1	0	2	0
20. května	1	3	0	0	1	0
21. května	3	3	0	1	0	0
24. května	4	4	0	0	0	0
25. května	2	3	2	0	0	0
26. května	5	5	2	2	1	1
27. května	5	3	0	1	0	0

	85 KDUČSL PR	86 SPOZPR	87 DSSSPR	88 DALŠÍP R
12. května	1	1	0	2
13. května	0	2	0	1
14. května	1	0	0	1
17. května	1	1	0	1
18. května	1	3	0	0
19. května	2	0	0	0
20. května	0	0	0	0
21. května	0	0	0	0
24. května	0	0	0	0
25. května	2	0	0	0
26. května	1	1	0	1
27. května	0	0	0	0