

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky

**Mediální obraz Andreje Babiše
na internetových portálech *iDNES.cz* a *Novinky.cz***

THE MEDIA IMAGE OF ANDREJ BABIŠ
ON INTERNET PORTALS *IDNES.CZ* AND *NOVINKY.CZ*

Bakalářská diplomová práce

Tereza Stryková

Vedoucí práce: Mgr. Jakub Ketman

Olomouc 2024

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou diplomovou práci vypracovala samostatně s použitím uvedených informačních zdrojů a literatury. Práce obsahuje celkem 101 883 znaků včetně mezer.

V Olomouci dne 24.04.2024

Tereza Stryková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala Mgr. Jakubu Ketmanovi za odborné vedení práce, cenné rady a vstřícnost při konzultacích. Velké díky náleží i mé rodině a blízkým za podporu a trpělivost při psaní práce a studiu.

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá mediálním obrazem Andreje Babiše jako kandidáta na prezidenta České republiky během volebního období. Práce má za cíl popsat ucelený mediální obraz Andreje Babiše na zpravodajských portálech *iDNES.cz* a *Novinky.cz* v období od 13. ledna 2023 do 28. ledna 2023 za použití kvantitativní obsahové analýzy a poté ho porovnat. V teoretické části práce popisuje základní pojmy a teorie související s mediální konstrukcí reality. Práce se v teoretické části věnuje i popisu vlivu vlastnictví na mediální obsah a krátké charakteristice Andreje Babiše. V metodologické části jsou popsány použité výzkumné metody a definovány výzkumné otázky a hypotézy. V návaznosti na prezidentské volby a na tehdejší majetkovou spojitost Andreje Babiše s portálem *iDNES.cz* má srovnání serverů ukázat, jak o Andreji Babišovi referovala dvě média s odlišnými vlastníky. Výsledky analytické části ukazují, že se portály věnovaly podobným tématům s minimálními odchylkami. Mediální obraz Andreje Babiše se tak skoro neliší. Jediný výraznější rozdíl ukázal menší prostor věnovaný citacím Andreje Babiše na serveru *iDNES.cz*.

Klíčová slova

Andrej Babiš, obsahová analýza, mediální obraz, prezidentské volby, *iDNES.cz*, *Novinky.cz*, agenda-setting, gatekeeping, vlastnictví médií

Abstract

This bachelor thesis deals with the media image of Andrej Babiš as a candidate for the presidency of the Czech Republic during the election period. The aim of the thesis is to describe and then compare the media image of Andrej Babiš on the news portals *iDNES.cz* and *Novinky.cz* in the period from 13 January 2023 to 28 January 2023 using quantitative content analysis. The theoretical part of the thesis describes the basic concepts and theories related to the media construction of reality. The theoretical part of the thesis also includes a description of the influence of ownership on media content and a brief characterisation of Andrej Babiš. The methodological part describes the research methods used and defines the research questions and hypotheses. In connection with the presidential elections and Andrej Babiš's ownership relationship with the *iDNES.cz* portal at the time, the comparison of the servers is intended to show how two media with different owners reported on Andrej Babiš. The results of the analytical part show that the portals covered related topics with minimal differences. Thus, the media image of Andrej Babiš hardly differs. The only significant difference was the less space devoted to quotes by Andrej Babiš on *iDNES.cz*.

Key Words

Andrej Babiš, content analysis, media image, presidential election, *iDNES.cz*, *Novinky.cz*, agenda-setting, gatekeeping, media ownership

Obsah

Úvod.....	8
1 Základní teoretická východiska	10
1.1 Mediální konstrukce reality.....	10
1.2 Nastolování agendy	11
1.2.1 Priming a Framing	12
1.2.2 Intermediální agenda	14
1.2.3 Mediální obraz a studie související s tématem	15
1.3 Vliv na podobu mediálního obsahu.....	17
1.3.1 Mediální logika.....	17
1.3.2 Gatekeeping a zpravodajské hodnoty	18
1.3.3 Vliv vlastnictví	19
1.4 Způsoby reprezentace.....	21
2 Charakteristika Andreje Babiše	23
2.1 Působení v politice	24
2.2 MAFRA.....	25
3 Metodologická část.....	27
3.1 Kvantitativní obsahová analýza.....	27
3.2 Cíl práce	27
3.3 Výzkumné otázky a hypotézy	28
3.4 Vzorek analýzy	30
3.4.1 <i>iDNES.cz</i>	30
3.4.2 <i>Novinky.cz</i>	31
3.5 Jednotka analýzy	31
3.6 Operacionalizace	32
4 Výzkumná část.....	38
4.1 Prostor věnovaný Andreji Babišovi	38

4.1.1	Andrej Babiš jako aktér	39
4.2	Témata článků	43
4.2.1	Hlavní témata.....	43
4.2.2	Vedlejší témata	46
4.3	Autoři článků.....	49
4.4	Titulní fotografie	51
4.5	Citování aktéři	52
4.6	Role Andreje Babiše.....	62
5	Diskuze	69
6	Závěr	72
7	Seznam pramenů.....	74
8	Seznam použitých zdrojů.....	75
8.1	Publikace a odborné články.....	75
8.2	Další internetové články a zdroje	78
9	Seznam grafů	83
10	Seznam tabulek	84

Úvod

Česká společnost v roce 2023 projevila výrazný zájem o prezidentské volby. Nasvědčuje tomu i překonání rekordu ve voličské účasti už během prvního kola. K volebním urnám dorazilo 68,24 % voličů. Ve druhém kole dosáhla voličská účast celých 70,25 %.¹ Voliči tak měli o volbu prezidenta České republiky ještě větší zájem, než měli o druhé kolo prezidentských voleb v roce 2018, kdy se rozhodovalo mezi pozdějším vítězem Milošem Zemanem a jeho konkurentem Jiřím Drahošem.²

Podle předvolebních průzkumů volbám od začátku dominovala tři jména. Andrej Babiš, Petr Pavel a Danuše Nerudová. Do druhého kola nakonec postoupili Andrej Babiš a Petr Pavel, který v prezidentských volbách zvítězil. Během samotných voleb se o to více ukázalo, jak zásadní je vliv médií na utváření obrazu o politických kandidátech. Většina našich znalostí o vlastnostech politických kandidátů totiž vychází ze zpravodajských příspěvků (McCombs 2009: 121).

Rovněž i podle Waltera Lippmanna (1998: 15) nereaguje veřejné mínění na prostředí, ale na pseudoprostředí, které vytvářejí zpravodajská média. Člověk může mít z události, kterou nezažil, jedině takový pocit, který vychází z jeho představy dané události (Lippmann 1998: 13).

Hlavním cílem práce je proto co nejlépe popsat mediální obraz Andreje Babiše v období od začátku prvního kola prezidentských voleb (13. 1. 2023 14.00 hodin včetně) do konce druhého kola prezidentských voleb (28. 1. 2023 14.00 hodin včetně) a porovnat, jak ho prezentují internetové zpravodajské servery³ *iDNES.cz* a *Novinky.cz*. Protože vlastnictví *iDNES.cz* bylo v té době majetkově propojeno s podnikatelem Andrejem Babišem, data z portálu *Novinky.cz* použijeme jako srovnání při případných odlišnostech. Návštěvnost serverů je totiž na srovnatelné bázi a obě média měla odlišné vlastníky.

¹ *Výsledek volby, c2023*. Online. Volby.cz - Český statistický úřad. Dostupné z: <https://www.volby.cz/pls/prez2023nss/pe2?xjazyk=CZ>. [cit. 2024-04-19].

² *Výsledek volby, c2018*. Online. Volby.cz - Český statistický úřad. Dostupné z: <https://www.volby.cz/pls/prez2018/pe2?xjazyk=CZ>. [cit. 2024-04-19].

³ Slova server, portál, web chápeme jako synonyma

Kvůli očekávanému velkému množství příspěvků v rámci zkoumaného období používáme metodu kvantitativní obsahové analýzy, která se tradičně užívá při zkoumání mediální agendy. Jako hlavní zdroj příspěvků byla zvolena databáze Anopress IT, prostřednictvím které jsme relevantní příspěvky vybrali. Pro kvantitativní obsahovou analýzu jsme zvolili všechny zpravodajské články publikované v daném období na portálech *iDNES.cz* a *Novinky.cz*, v nichž je zmíněno jméno Andrej Babiš ve všech podobách.

Práce je rozdělena na teoretickou a analytickou část. Nejdříve v teoretické části vymezujeme klíčové teorie a pojmy, které tvoří teoretický základ celé práce a pomohly nám formulovat výzkumné otázky a hypotézy. Úvodem se zaměřujeme na mediální konstrukci reality. V rámci zpracování mediálního obrazu se poté věnujeme i nastolování mediální a intermediální agendy, mediální logice, vlivu vlastnictví a způsobům reprezentace. Následně krátce charakterizujeme Andreje Babiše v souvislosti s pro naši práci důležitými událostmi, s nimiž je spjat.

V závěru teoretické části popíšeme metodologii práce. To znamená, že upřesňujeme a zdůvodňujeme výběr a použití výzkumné techniky a metody. Popíšeme kvantitativní obsahovou analýzu, stanovíme hlavní cíle práce, výzkumné otázky a hypotézy. Rovněž definujeme i kategorie a analytické jednotky výzkumu.

V analytické části za pomoci kvantitativní obsahové analýzy zkoumáme vybrané články. Získaná data vyhodnotíme a otestujeme námi stanovené hypotézy. Následující srovnání obou internetových serverů ukazuje, zda se prezentace Andreje Babiše na zpravodajských webech liší. Pokud ano, jak moc a ve kterých kategoriích. Z výsledků analýzy získáme odpovědi na hlavní a vedlejší výzkumné otázky.

1 Základní teoretická východiska

V teoretické části práce se zaměříme na pojmy, z kterých budou odvozeny výzkumné otázky a hypotézy. V kapitole se budeme zabývat mediální konstrukcí reality, nastolováním agendy, mediálním obrazem, mediální logikou, vlivem vlastnictví a dalšími faktory, které ovlivňují výslednou podobu zpravodajského obsahu.

1.1 Mediální konstrukce reality

Z teorie sociální konstrukce reality podle Petera L. Bergera a Thomase Luckmanna (1999) nám vychází, že člověk je předurčen k tomu, aby si kolem sebe vytvořil své vlastní prostředí. Současně lidstvo sdílí jednu společnou realitu všedního života, kterou nezpochybňuje a stejně tak jsou opakovanou činností vytvářeny společenské instituce, mezi které patří i média (Berger, Luckmann 1999). Díky tomu na ně můžeme aplikovat teorii sociální konstrukce reality a hovořit tak o mediální konstrukci reality.

Média jsou tedy v tomto smyslu zprostředkovateli reality. Konstruují obrazy událostí a poté tyto obrazy předkládají lidem. Následně recipienti tyto zkonstruované obrazy přijímají za platnou realitu. Občané se ve veřejné agendě orientují hlavně prostřednictvím zpravodajství. To znamená realitou, která je sestavena z novinářských zpráv (McCombs 2009: 25).

Média tak můžeme vnímat jako aktivní a nedílný prvek společnosti a jejich komunikačních a společenských procesů. Informace, které lidé nebo systémy zpracovávají, pocházejí ze dvou hlavních zdrojů. Z vnějších informací, to znamená z událostí a z vjemů kolem nás. Druhým zdrojem jsou naše osobní zkušenosti a pravidla pro zpracování informací. (Schulz 2000: 31–32) Naši skutečnost, kterou sami nějak vnímáme, tak ovlivňuje i to, jak média filtrovala a strukturovala dané informace pomocí vlastních zkušeností a pravidel.

Nejedná se tak o objektivní odraz reality. Jak uvádí Lippmann ve své knize *Public Opinion*. Média selektivně vybírají zprávy, které se dostanou ke čtenáři. Rozhoduje se například o tom, co bude otištěno, na jakém místě, kolik prostoru budou informace zabírat a jaký důraz budou jednotlivé položky mít. Médii předkládané obrazy reality podléhají žurnalistickým kritériím, jako je například mediální logika či výběr zdrojů. (Lippmann 1998: 354) V našem případě tak texty serverů *iDNES.cz* a *Novinky.cz* konstruují obrazy událostí. Jejich texty mají určeno, čemu se budou věnovat, jaké události a aktéry budou sledovat, včetně prostoru, který jim bude věnován.

Jelikož je Andrej Babiš výraznou postavou v české politice, konstruuje média jeho obraz pravidelně. Andrej Babiš tak může být zobrazován jako úspěšný podnikatel a politik, nebo rovněž jako kontroverzní osoba.

Tato skutečnost má pro naši práci o to větší význam vzhledem k tvrzení McCombse. Ten říká, že většina našich znalostí o vlastnostech a o volebních kampaních politických kandidátů vychází právě ze zpravodajských příspěvků (McCombs 2009: 121). Způsob, jakým ho média prezentují, tak neovlivňuje pouze vnímání jeho osoby společností jako takové. Mediální obraz Andreje Babiše má rovněž vliv na názory a preference voličů.

Důležitým kritériem je však i to, že nepředpokládáme, „že *existuje pouze jediná, nesporná, intersubjektivně závazná definice reality*.“ (Schulz 2000: 35) Tím pádem zprávy shledané společností jako přesvědčivé, budou publikem vnímány jako pravdivé a budou mít mnohem větší moc ovlivnit názor lidí (Schulz 2000: 33). To znamená, že zprávy o Andreji Babišovi, které jsou lidmi považovány za přesvědčivé, budou zároveň vnímány jako pravdivé, což může silněji ovlivnit názor voličů. Současně se názory voličů mohou lišit na základě rozdílnosti přijímaných zpráv.

Podobu a vnímání mediálního obrazu Andreje Babiše ovlivňuje řada faktorů. Z toho důvodu se v následující kapitole blíže zaměříme na nastolování agendy, která je pro náš výzkum klíčová.

1.2 Nastolování agendy

V návaznosti na předchozí kapitolu můžeme konstatovat, že zpravodajské servery vybrané pro tuto práci mají moc ovlivnit, kterými tématy týkajícími se Andreje Babiše se jejich publikum bude zabývat, či nebude. Rovněž pak média interpretují s tím spojenou realitu podle svých vnitřních mechanismů. Toto tvrzení doplňuje pro naši práci další důležitá teorie, kterou je nastolování agendy neboli *agenda-setting*.

Tímto konceptem se již dříve okrajově zabýval například Walter Lippmann nebo Bernard Cohen. Vůbec poprvé byl ovšem koncept pojmenován a rovněž i empiricky dokázán výzkumem v Chapel Hill v roce 1968 a to Maxwellem McCombsem a Donaldem Shawem.

Předvolební výzkum provedený v Severní Karolíně pracoval s hypotézou, „že *masová média nastolují agendu témat politické kampaně, protože ovlivňují, jak voliči vnímají významnost témat*.“ (McCombs 2009: 29) Výzkum měl tedy za cíl zkoumat zobrazení hlavních volebních témat ve zpravodajských médiích, která sledují doposud nerozhodnutí

voliči (McCombs 2009: 18). Podle teorie nastolování agendy platí, „že *agenda médií nastoluje veřejnou agendu.*“ (McCombs 2009: 30)

Z toho můžeme vyvodit, že pokud se média například zaměří na témata související s podnikáním Andreje Babiše a nebudou referovat o jeho činnosti ve vládě, budou voliči věnovat pozornost právě častěji zpracovávanému tématu, čímž by bylo jeho podnikání. Rovněž to znamená, že voliči budou klást více probíraným tématům větší váhu a naopak, což ovlivní jejich úsudek.

V rámci *agenda setting* hraje důležitou roli i charakteristika příjemce sdělení, a tedy i skutečnost, že „*každý z nás má vrozenou potřebu rozumět svému okolí.*“ (Shoemaker in: McCombs 2009: 91) Většina lidí ovšem nemá tak široké povědomí o veřejných tématech, a to včetně lidí vzdělaných (McCombs 2009: 73). Tím pádem se vzrůstající potřebou orientace ve veřejných tématech, jako jsou v našem případě volby, vzrůstá i pravděpodobnost naslouchání agendě masových médií (McCombs 2009: 96–97).

McCombs (2009: 113) ve své knize *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion* dochází k závěru, „že *media nám říkají nejen, na co máme myslet, ale i to, jak přemýšlet o některých objektech.*“

Pro náš výzkum je tak zásadní, že námi zkoumané servery neovlivňují pouze výběr témat týkající se Andreje Babiše, jejich uspořádání a potenciální důležitost, ale stejně tak mohou ovlivnit smýšlení recipientů o Andreji Babišovi. Proto se v naší práci zaměřujeme na to, jakou mediální agendu servery *Novinky.cz* a *iDNES.cz* nastolovaly. Vzhledem k tehdejšímu majetkovému propojení Andreje Babiše se serverem *iDNES.cz* považujeme za důležité zaměřit se na témata, která byla ve spojitosti s Babišem nastolována a jaké aspekty byly zdůrazňovány kvůli potřebné orientaci voličů v tematice voleb a jejich pravděpodobnějšímu naslouchání médiím.

1.2.1 Priming a Framing

S nastolováním agendy souvisí dva jevy. Priming a framing.

Teorie primingu pracuje s tvrzením, že lidská pozornost je selektivní a pozornost tak lidé věnují jen tomu, co je zaujme. Nejsou schopni věnovat pozornost všemu. Lidská mysl se tak soustředí na nějaké zvláštnosti či objekty. Proto se vytvořené dojmy soustředí kolem ústředních témat. Média tím pádem mohou ovlivňovat důležitost některých témat a i to, jak je vnímá publikum. (Iyengar, Kinder 1987: 63–64) Tím ovlivňují i to, s jakou snadností si

lidé na otázky související s těmito tématy vzpomenou (Hastie, Park 1986: 258). Vytváření úsudků a postojů totiž odpovídá snadnosti, s jakou si lze otázky nebo asociace vybavit (Tversky, Slovic, Kahneman 1982: 164). Kupříkladu politická témata, která si člověk pamatuje nejvíce nebo si je nejsnadněji vybaví, budou nejsilněji ovlivňovat vnímání politiků (Scheufele 2000: 300).

V našem případě tedy témata, která si člověk nejsnadněji v souvislosti s Andrejem Babišem vybaví, budou nejsilněji ovlivňovat i vnímání jeho osoby. Kupříkladu, pokud by média referovala o Babišovi hlavně v souladu s jeho prezidentskou kampaní, pak by si lidé ve spojení s jeho osobou vybavovali pojmy, jako je mír, zájmy naší země, pomoc občanům, tvrdě pracující člověk, který rozumí ekonomice, nebo férový muž se širokou škálou kontaktů a řešitel krizových situací. Tyto pozitivní konotace by pak měly vliv i na celkový názor voličů. Naopak témata týkající se střetu zájmů by byla upozaděna.

Framing nebo též rámcování pracuje s takzvanými rámci. Mediální nebo zpravodajské rámce fungují jako pracovní rutina. Ta novinářům umožňuje klasifikovat a identifikovat informace a následně je zpracovat pro předání publiku tak, aby bylo předání co nejefektivnější. Rámce současně umožňují zpracovávat velké množství informací. (Gitlin 1980: 7)

Teorie framingu nám tedy říká, že rámcováním vybíráme určité aspekty skutečnosti, které ve zprávách zdůrazníme tím, že prosadíme zaběhlé definice problému. To znamená, že podáme vysvětlení, proč se stalo to, co se stalo, ohodnotíme danou situaci z morálního hlediska, či doporučíme řešení dané záležitosti. (Entman 1993: 52) Z toho důvodu zde nemluvíme pouze o nastolování agendy, nýbrž o nastolování atributů, protože novináři zvýrazňují a vybírají určité aspekty, o kterých chtějí referovat. Například o věku, národnosti a podobně. (McCombs 2009: 132–133)

V našem případě to může znamenat, že publikum zasazuje atributy o Andreji Babišovi do rámců a přikládá jim různou míru důležitosti. Například, pokud by novináři zdůrazňovali podnikatelské úspěchy Andreje Babiše a jeho zkušenosti v oblasti ekonomiky, vystavěli by rámec na jeho ekonomických schopnostech, které mohou zlepšit finanční situaci země. To by pak mohlo zvýšit jeho popularitu u voličů, kteří vnímají ekonomiku jako klíčovou oblast politiky. Stejně tak to ale může vést i k tomu, že by lidé vnímali Babiše především jako podnikatele, nikoli jako politika.

Důležité je ovšem i to, co je z rámců vynecháno. I nepřítomnost aspektů může ovlivnit veřejné vnímání tím, že nabízí pouze jedinou interpretaci a nenabízí alternativní perspektivy. Z toho důvodu je vyloučení informací z rámců stejně důležité jako jejich zahrnutí. (Entman 1993: 54)

I proto jsme se rozhodli analyzovat dvě média, jelikož nám to umožní porovnat získaná data a případně i zjistit, jestli některý ze serverů určité aspekty například nevynechal a druhý server je do rámců naopak nezahrnul.

V našem případě by takové vynechání některých aspektů mohlo způsobit, že média budou zobrazovat kandidáty pouze v rámci úzké skupiny například právě aktuálních témat. V takovém případě by se mohla média věnovat hlavně tématům ekonomiky a inflace a podporovat tak osobnost Andreje Babiše jako úspěšného podnikatele. Naopak už by mohla opomíjet například témata spojená s kauzou Čapího hnízda nebo témata související s jeho nákupem *MAFRY*. Média by rovněž mohla opakovaně přisuzovat Andreji Babišovi pouze určité role, jako je například jeho role bývalého premiéra. Už by ale následně opomíjela jeho současnou roli poslance. Dá se tak předpokládat, že majetková spojitost s médiem může ovlivnit způsob rámcování.

1.2.2 Intermediální agenda

V rámci naší práce se rovněž zaměřujeme i na intermediální nastolování agendy, tedy na vzájemné ovlivňování médií, kdy pracovníci médií čerpají část témat z jiných médií.

Podle Matthewa Ehrlicha může takzvaný *kompetitivní ethos médií* vést k tomu, že média využívají témata z jiných médií jako zdroj pro vlastní práci v důsledku soutěživého přístupu v novinářské profesi. Novináři tak pravidelně sledují to, co dělají konkurenční média. Jejich cílem je zjistit, jaká témata ostatní média zpracovávají a také to, jakým způsobem to dělají. Sledování konkurence pomáhá novinářům zjistit, která témata a události mají potenciál zajímat veřejnost. To pak může vyústit v homogenizaci tematické agendy a média tak budou přikládat stejnou důležitost podobným tématům a událostem. Současně je to způsob médií, jak se vyvarovat tématům, která by se nemusela veřejnosti zamlouvat. Podle Ehrlicha je sledování obsahu ostatních médií rutinou novinářské profese. (Ehrlich 1995: 204-209)

O českém prostředí pak lze na základě studie „*Intermediální agenda českých médií*“ autorů Tomáše Trampoty a Vlastimila Nečase tvrdit, že intermediální agendu média realizují hlavně na tématech politických. Přitom překrývání obsahů některých médií může mít za

následek právě mnohem silnější vliv na preference veřejnosti. Stejně tak je ovšem možné zkoumat kvantitativní obsahovou analýzou pouze explicitně uvedené odkazy na jiná média. Bez uvedení zdroje nelze metodou určit možnou inspiraci jiným médiem. (Trampota, Nečas 2007: 18)

Na základě toho můžeme předpokládat, že novináři pracující pro *iDNES.cz* a *Novinky.cz* navzájem monitorují obsah konkurenčních serverů, aby zjistili, která témata jsou v popředí zájmu a jak jsou zpracována. V rámci politických témat, kam spadají i volby, by si tak mediální agenda obou médií mohla odpovídat a současně se i překrývat. Stejně tak se dá předpokládat výraznější role České tiskové kanceláře, jejíž snaha o homogenizaci obsahu může ovlivňovat podobnost v mediální agendě různých médií včetně serverů *iDNES.cz* a *Novinky.cz*.

1.2.3 Mediální obraz a studie související s tématem

Protože je naším cílem zkoumat mediální obraz, je potřebné si více přiblížit, jak se mediální obraz vytváří.

Mediální obraz představuje podle Jaromíra Volka (2013: 6) „*zobrazování, které reprezentuje abstraktní kvalitu nebo ideu, a to prostřednictvím symbolů nebo znaků.*“ Tento obraz tak „*má povahu typifikovaného, zjednodušeného symbolu.*“ (Volek 2013: 6)

To znamená, že se do zobrazovaných událostí či objektů dostávají například představy a názory těch, kdo obraz vytváří, tak i postoje a zkušenosti samotných příjemců. Následně dodává, že „*mediální obraz se snaží zachytit materializovaný a zdánlivě uchopitelný otisk skutečnosti, tak i individualizovanou zkušenost skládanou z dílčích atributů.*“ (Volek 2013: 6)

Pojem mediální obraz bývá ovšem čím dál častěji spojován s negativní konotací, protože je „*vnímán jako více či méně lživá konstrukce.*“ (Volek 2013: 6) Cílem mediálních obrazů je tak podle Volka vytvářet postoje publika, které budou splňovat záměry zadavatele (tamtéž).

Současně se podle Volka (2013: 16) nedá o významu mediálního obrazu během voleb pochybovat. Mediální obraz politika má vliv na voliče, čímž oslabují nebo posilují pozici politika (tamtéž). „*Jde o klíčový prvek dynamizující interakci mezi voliči, politickou stranou či kandidátem a různými typy komunikačních kanálů.*“ (tamtéž)

Dá se říci, že politik více slouží svému mediálnímu obrazu než svým voličům a stejně tak voliči věří více obrazům než samotným politikům. „*Z politické krajiny se stává mediální krajina,*“ která se snaží prodat politikův obraz. (Volek 2013: 10)

Mediální obrazy politických kandidátů jsou tak jasným příkladem nastolování agendy atributů. Většina informací, které o kandidátech máme, pochází ze zpráv nebo z kampaní v masových médiích. To potvrzuje velké množství studií (McCombs 2009: 121), včetně například studie *Attribute agenda setting and affective priming in a South Korean election: how media descriptions of candidate attributes affect political decision-making* z roku 2020. Autoři Yoomin Lee a Young Min (2020: 33) svým výzkumem potvrdili, že média hrají popisováním jednotlivých atributů kandidátů klíčovou roli, protože voliči si díky tomu mohou vytvářet určité vnímání kandidátů, a tím média mohou ovlivňovat, jak se voliči rozhodují ve volbách.

Další studie z roku 2010 od Meital Balmas a Tamira Sheafera *Candidate Image in Election Campaigns: Attribute Agenda Setting, Affective Priming, and Voting Intentions* zkoumala politická rozhodnutí během izraelských voleb v roce 2006. Autoři zjistili, že zdůrazňování určitých vlastností kandidátů v médiích má významný vliv na veřejné mínění a potvrdili tak, že v parlamentním systému může mediální prezentace kandidátů ovlivnit chování voličů. (Balmas, Sheafera 2010:1,19–20)

Studie z roku 2020 od autorky Nicole Smith Dahmen *Behavior notwithstanding Person perception and news photographs of the two leading candidates in the 2016 presidential election* zase potvrdila, že v prezidentských volbách 2016 v USA byly ve fotografickém zobrazení hlavních kandidátů rozdíly. Hillary Clinton byla prezentována ve fotografických záznamech příznivěji než Donald Trump. Studie tak naznačuje, že vnímání kandidáta formuje mnoho dalších faktorů a negativní prezentace ve fotografických záznamech nemusí nutně vést k porážce kandidáta. Pro voliče mohly být expresivní výrazy Trumpa naopak přitažlivé. (Dahmen 2020:154–155)

Celkově tak lze říci, že mediální obraz hraje klíčovou roli v politických kampaních a volbách, tedy i v politické kampani Andreje Babiše. Politici a jejich týmy si jsou vědomi síly médií při formování obrazu a snaží se tuto sílu využít k získání podpory veřejnosti. Stejně tak mohou média nerovnoměrně informovat o jednotlivých kandidátech a zkreslovat jejich mediální obraz s cílem ovlivnit voliče.

1.3 Vliv na podobu mediálního obsahu

Na podobu mediálního obsahu má vliv mnoho vnitřních i vnějších faktorů.

Tyto faktory můžeme rozlišit na vliv jednotlivců, jejich znalostí, postojů a na vliv organizační struktury a mediálních rutin. Můžeme sem zahrnout i vliv společenských institucí a společenských sil, jako je například síla trhu, který ovlivňuje tlak publika. Nebo jde právě o vliv zdrojů informací, politiků nebo vlády. Obsah je rovněž ovlivněn funkcí ideologických pozic, které udržují status quo. Jde tak o vliv tlaku na média, aby podporovala zájmy těch, kteří mají společenskou moc. (Shoemaker, Reese 2014: 7–8)

V následujících kapitolách se v návaznosti na působící vlivy zaměříme přímo na mediální logiku a v závěru i na vliv vlastnictví v souvislosti s tehdejšími majetkovými napojeními Andreje Babiše na server *iDNES.cz*.

1.3.1 Mediální logika

Pod pojmem mediální logiky si můžeme představit formu komunikace. Nejde tedy o obsah zprávy, ale o proces, skrz který média prezentují a předávají informace publiku, a to v rámci určitého média. Formát, který média používají, se stává rámcem nebo též perspektivou, která je používána k prezentaci a interpretaci fenoménů. Publikum tak automaticky rozezná například televizní zprávu od komedie. Formát totiž určuje, jak je materiál organizován, předáván a jaký styl nebo charakteristika je upřednostňována. (Altheide a Snow 1979: 10)

Mediální logika rovněž ovlivňuje i charakter institucí, jako je politika nebo náboženství. Například způsob, kterým politici prezentují sami sebe veřejnosti, může být ovlivněn tím, jak média prezentují politické události. (Altheide a Snow 1979: 11) Tím pádem se mohou samotní političtí aktéři přizpůsobovat mediální logice a získávají tak i přístup k příjemcům sdělení (Altheide a Snow 1979: 237). V takovém případě může docházet k tvorbě pseudoudálostí.

Tedy média budou referovat o naplánované události, z které má aktér události prospěch (Boorstin 1992: 11).

Autoři David L. Altheide a Robert P. Snow ve své knize *Media logic* (1979) obecně poukazují na existenci mediální logiky, která ovlivňuje, jak vnímáme svět, který nám média prezentují. Vztaženo na naši práci, formáty užití k prezentaci Andreje Babiše mohou ovlivnit vnímání jeho osoby a stejně tak se může politik přizpůsobit mediální logice a snažit se ji

ovlivnit svou politickou logikou. V případě Andreje Babiše a jeho tehdejšího majetkového propojení se serverem *iDNES.cz* by mohl mediální logiku tohoto média ovlivňovat.

V rámci mediální logiky se blíže v následující části zaměříme na zpravodajské hodnoty, gatekeeping, objektivitu, vyváženost a v neposlední řadě i na výběr zdrojů, které nám pomohou v metodické části při formulování hypotéz k výzkumu.

1.3.2 Gatekeeping a zpravodajské hodnoty

Pojem gatekeeper neboli doslovně vrátník či dveřník poprvé použil Kurt Lewin. Gatekeeping v souvislosti s médii zpracoval ale až americký sociolog David M. White.

Gatekeeping je procesem třídění a zpracovávání nesčetných informací do omezeného počtu zpráv, které se dostanou k příjemci. Tento proces určuje nejen to, které informace budou vybrány, ale také to, jaký bude obsah a povaha sdělení. Gatekeeping je ústřední úlohou médií v moderním veřejném životě. (Shoemaker, Vos 2009: 1)

Podle Shoemakerové ovšem gatekeeper nerozhoduje jen subjektivně dle svých představ a skutečnosti. Na rozhodnutí, které zprávy budou a nebudou vybrány, má vliv mnoho dalších faktorů. Může se jednat například o priority organizace a vliv na organizaci zvenčí. Rovněž mohou rozhodnutí ovlivňovat vztahy s kolegy a s nadřízenými. (Shoemaker, Reese 1996: 252–253)

Novináři tak mohou například upřednostnit témata zdůrazňující kampaň svých zaměstnavatelů, nebo by mohli upřednostňovat témata, která jsou pro zaměstnavatele výhodná. Neprospěšná mohou být naopak pro jejich konkurenty.

Na výběr zpráv má vliv samotné médium a mediální rutiny daného média (Shoemaker, Reese 2014: 182). S mediálními rutinami pak souvisí i výběr zdrojů.

Gans za hlavní novinářská kritéria pro výběr zdrojů považuje šest kritérií. Předchozí vhodnost zdroje, tedy zdroj, který již dříve poskytl vhodné informace. Schopnosti poskytnout během krátké doby mnoho informací bez většího úsilí novináře. Zdroj rovněž musí umět dobře artikulovat, musí být spolehlivý, důvěryhodný a autoritativní. (Gans 2004: 129–131) Významnou roli hraje i samotná geografická i sociální blízkost zdroje ve vztahu k novináři (Gans 2004: 117).

Stejně tak významnou roli hrají zpravodajské hodnoty. Poprvé zpravodajské hodnoty pojmenoval Walter Lippmann. Jeho teorii následně rozvinuli a metodologicky podložili Johan Galtung a Marie Rugeová, na které navázali další analytici jako Winfried Schulz.

Podle norských analytiků platí, že čím více zpráva splňuje požadavky jednotlivých zpravodajských hodnot, tím větší je pravděpodobnost, že bude informace vybrána a následně zpracována. Mezi zpravodajské hodnoty se řadí frekvence, práh pozornosti, jednoznačnost, význam, souznění, překvapení, kontinuita, variace, vztah k elitním národům a osobám, personalizace a negativita. (Galtung, Ruge 1965)

V naší práci se věnujeme prezidentskému volebnímu období, které odpovídá hned několika zpravodajským hodnotám. Totéž pak lze konstatovat v případě Andreje Babiše, jelikož se jedná o známou a politicky aktivní osobu. K tomu byl v dané době i kandidátem na prezidenta. Dá se proto očekávat, že témata související s Andrejem Babišem byla v období voleb pravděpodobně upřednostňována nad tématy jinými a nad osobami méně známými.

1.3.3 Vliv vlastnictví

Ve vztahu k naší práci je důležité rozebrat i vliv vlastnictví na výslednou podobu mediálního obsahu. Tento vztah jsme už dříve několikrát naznačili, přesto vliv vlastnictví ještě stručně definujeme.

Jak řekl Herberta Altschull. „*Obsah médií přímo souvisí s tím, kdo je financuje.*“ (Altschull in Shoemaker, Reese 2014: 115) Podle něj je totiž autonomie médií omezena hranicemi zisku vlastníků. Komerčně vlastněné médium tak odráží zájmy a cíle těch, kdo médium financují, tedy vlastníka a inzerentů, jejichž hlavním cílem je zisk. (tamtéž)

Tento stav pak stojí za hlavními změnami v profesionálním kodexu novináře. Majitelé se snaží minimalizovat náklady, zvyšovat příjmy a naplňovat potřeby inzerentů. (McChesney 2009: 23–24) V našem případě tak Andrej Babiš mohl mít zájem na tom, jak se bude psát nejen o jeho obchodních, ale i o jeho politických partnerech, a jak bude s kterými osobami zacházeno. Nejde však o jediný následek komercializace žurnalistiky.

Komercializace žurnalistiky způsobuje i to, že novináři nemohou plnohodnotně plnit svou roli hlídacích psů demokracie, protože se podřizují obchodnímu dohledu. Jsou omezeni prostředky i nutností dosáhnout zisku. Novináři se tak věnují jen určitým událostem a jiné zase opomíjí. Stejně tak může mít tlak majitelů vliv na vytváření zpráv, které podporují obchodní potřeby mateřských firem majitele. To potvrzuje i průzkum z Pewova výzkumného

střediska z roku 2000. Ten ukázal, že téměř polovina z 300 dotazovaných novinářů se vědomě dopustila vnitřní cenzury v potřebě vyhovět obchodním zájmům jejich společnosti nebo kvůli snaze vyhovět inzerentům. (McChesney 2009: 26–32) Novináři by tak mohli opomíjet kritické zpravodajství o podnicích Andreje Babiše, protože takové zpravodajství by mohlo poškodit jeho zájmy. Místo toho by mohla média naopak podporovat jeho podnikatelskou aktivitu.

Průnik obchodu do profesionální žurnalistiky tak má dvě podoby. Buď pronikají obchodní zájmy majitele přímo do zpráv, a to v podobě PR sdělení (McChesney 2009: 33), nebo „*novináři využívají svá privilegia k tomu, aby se příznivě vyjadřovali o obchodních spekulacích a investicích majitele.*“ (McChesney 2009: 34) Z toho lze vyvodit, že Andrej Babiš jakožto politik, má možnost nejen podporovat své podnikatelské zájmy, ale hlavně i své zájmy politické. Novináři se totiž mohou rovněž pozitivně vyjadřovat o jeho politických aktivitách a podporovat jeho politickou kampaň a image, což je pro tuto práci zásadní.

Není náhodou, že komerčně vlastněná média příliš neinvestují do investigativní žurnalistiky nebo do mezinárodního zpravodajství. Naopak z vybraných událostí vytvářejí kontroverzní a konfliktní situace, které ale na společnost mají mizivý efekt, aniž by věnovali pozornost těm událostem, kterými by si mohli zneprátnit zdroje s mocí. (McChesney 2009: 35) Nemůžeme tak tvrdit, že by média spojená s Andrejem Babišem zcela nepodporovala investigativní žurnalistiku. Je ale možné, že nevěnují dostatečnou pozornost tématům, která by mohla narušit vztahy s mocnými zdroji, investory, nebo se samotným majitelem média. Server *iDNES.cz* tak mohl pouze povrchově zmínit případné kauzy nebo „přešlapy“ Andreje Babiše, zatímco jiná média se jím mohla věnovat podrobněji.

Tím, že jsou média součástí korporátních společností, vzniká spojení kvůli stejným obchodním vztahům, investorům, stejným politickým hodnotám a spoluprací zaměstnanců. Následkem tohoto stavu je, že novináři mají méně podnětů k tomu, aby odhalovali kauzy, nebo podpořili jejich šíření. (McChesney 2009: 44–47)

Majitelé komerčních médií novináře zaměstnávají a propouštějí a stejně tak je majiteli určován i rozpočet a směr, jakým se jejich podnik vydá. „*Úspěšní novináři mají tendenci přijímat hodnoty těch, kdo podnik vlastní a vede.*“ (McChesney 2009: 52). Tento model vlastnictví může vést k omezení nezávislosti a k pluralismu v médiích, následkem je pak samotný vliv na svobodu tisku a demokratický diskurz v zemi.

Je totiž důležité připomenout i to, že média mohou někteří vlastníci vnímat jako „štít“, který zajistí, že se proti nim nikdo neodvážá vést „válku“. Investice v podobě nákupu médií může být čistě politickou strategií získat vliv. Tento vliv pak lze využít právě během volebního období. (Balčytienė, Bajomi-Lázár, Štětka, Sükösd 2015: 123–126)

Po zakoupení MAFRY Andrejem Babišem v roce 2013 došlo celkem k třem přímým zásahům do novinářské práce, a to jak v Mladé frontě Dnes, tak i v Lidových novinách. Novináři, kteří v redakcích Mladé fronty Dnes a Lidových novin zůstali, nebo odešli, se ale spíše setkali s nepřímým vlivem vlastnictví. Jednalo se především o vliv středního managementu, který filtrací a samotnou interpretací mohl skrýt původní záměr vlastníka. Rovněž docházelo k nepřímé kontrole skrze socializaci nově příchozích novinářů a jejich následnému osvojování si zaběhnutých způsobů práce, norem nebo hodnot pracovního prostředí bez toho, aniž by byli novináři přímo instruováni. Díky této automatické socializaci nebylo potřebné mít přímou kontrolu nad novinami, protože zaměstnanci ji vykonávali sami. Tím bylo zamezeno i investigativní novinářině, protože nikdo nechtěl novinářům předat kompromitující materiály. Stejně tak to vedlo k situacím, kdy se novináři záměrně snažili nalézt negativní informace o hnutí ANO 2011 a o Andreji Babišovi, nebo k jeho osobě byli mnohem více kritičtí. (Kotišová, Císařová 2023: 245–246)

Je tedy možné, že vliv vlastnictví mohl podobu mediálního obsahu ovlivnit jak v prospěch Andreje Babiše, tak i v jeho neprospěch vlivem nesouhlasu novinářů s jeho majetkovým napojením na server *iDNES.cz*.

1.4 Způsoby reprezentace

Z předešlých kapitol jsme došli k tomu, že média nejsou jen zrcadlením reality, ale spíše představují verze reality, které lidem reprezentují.

Pojem reprezentace se v souvislosti s mediálními produkty používá v několika významech, přičemž se týká jak médií, tak i publika. Tedy toho, jakým způsobem dochází k předání i přijetí informací. Reprezentace je tak způsob, kterým média prezentují informace a svět divákům, přičemž k tomu využívají svůj specifický jazyk a konvence, tím formují to, jak jsou informace prezentovány. (Lacey 1998: 131–132)

Reprezentaci přitom můžeme rozlišit na typ, archetyp a stereotyp.

V rámci typizace je postava reprezentována tím, co představuje. Nebere se tedy ohled na to, čím je postava jedinečná. Tím je potlačována individualita subjektu a je zvýrazněna

určitá vlastnost konkrétního projevu. (Lacey, 1998: 133) Andrej Babiš by tak mohl být typizován jako politik nebo jako arogantní podnikatel, aniž by bylo přihlédnuto k jeho individuálním projevům.

Archetypizace je univerzální vzor, který se vyskytuje jako základní postava, či symbol, podle kterého publikum okamžitě pozná, jaká role je prezentována. Tedy kdo je v příběhu hrdinou a kdo naopak zase padouchem. Současně jsou s archetypy spojeny i emoce. (Kidd 2016: 26) V našem případě by tak mohlo v rámci zpravodajství docházet ke zjednodušení politické reality a zkreslování zpravodajské objektivitu tím, že bude Andrej Babiše prezentován například jako archetypní hrdina, politik a podnikatel, který se snaží lidem pomoci, aniž by se média soustředila na ostatní aspekty jeho osoby.

Stereotypizace odpovídá zjednodušené reprezentaci, která je specifická pro jednotlivé kultury. Stereotyp pak může být prostředkem, kterým jednotlivci dokážou pochopit složitost různých skupin a kultur. Stereotypy tak deformují a zveličují lidské projevy, rysy nebo postoje a vynášejí hodnotové soudy. (Lippmann 1998: 85–91) V případě prezidentských voleb předpokládáme, že mohlo ze strany médií dojít k užití stereotypů například ve spojitosti se vzhledem jednotlivých kandidátů nebo z hlediska jejich genderových rolí. Z toho důvodu se rovněž zaměříme na to, jaké role byly Andreji Babišovi přisuzovány.

2 Charakteristika Andreje Babiše

V této kapitole stručně charakterizujeme Andreje Babiše, přičemž se pokusíme zaměřit hlavně na informace, které mohou být pro náš výzkum přínosné. To znamená, že se soustředíme na jeho politickou a podnikatelskou aktivitu.

Po nástupu do podniku zahraničního obchodu (PZO) Chemapol vstoupil Andrej Babiš roku 1980 do KSČ. Zde o dva roky později podle archivních svazků slovenského Ústavu paměti národa spolupracoval s StB. Nejdříve jako důvěrník, později jako agent s krycím jménem Bureš. Andrej Babiš veškerá obvinění popírá a na Ústav paměti národa podal v roce 2012 žalobu. Původně byly dokumenty okresním soudem Bratislava označeny za neprůkazné. Rozsudky ve prospěch Babiše ale následně zrušil Slovenský ústavní soud a žaloba byla zamítnuta. V obnoveném líčení v roce 2022 krajský soud v Bratislavě žalobu opětovně zamítl, zamítnutí potvrdil i Slovenský nejvyšší soud.⁴

Momentálně žaluje Andrej Babiš místo Ústavu paměti národa Slovenskou republiku zastoupenou ministerstvem vnitra.⁵

Celá situace si získala velkou mediální pozornost a Andrej Babiš byl často spojován s výrazy, jako je „komunistický udavač“ nebo „agent Bureš“.⁶

Od roku 1985 působil jako delegát PZO v Maroku. Na začátku devadesátých let se vrátil do Československa a dál pracoval pro PZO Petrimex. Agrofert vznikl s přispěním Andreje Babiše jako dceřiná firma Petrimexu, kde Babiš nadále pracoval. V roce 1995 se Agrofert od Petrimexu odpojil.

⁴ *Co všechno by musel Babiš vyvrátit, aby přestal být Burešem*, 2022. Online. In: Seznam zprávy.cz. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/zahranicni-stredni-evropa-cejchu-agenta-burese-se-babis-hned-tak-nezbavi-pritezujimu-tri-dokumenty-206137>. [cit. 2024-04-07].

⁵ *3:0 v neprospěch Babiše. Proč premiér neuspěl u slovenského Nejvyššího soudu kvůli evidenci u StB*, 2023. Online. In: IROZHLAS.cz. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/andrej-babis-evidence-stb-rozsudek-spatna-instituce-ministerstvo-vnitra_2310301118_vtk. [cit. 2024-04-07].

⁶ *Co jiného čekat od agenta Bureše, reagoval Kalousek na Babišovu žalobu*, 2013. Online. In: Novinky.cz. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-co-jineho-cekat-od-agenta-burese-reagoval-kalousek-na-babisovu-zalobu-203569>. [cit. 2024-04-07].

Firma Agrofert je českým a slovenským chemickým koncernem, který podniká v oblasti zemědělství a potravinářství. Vyrábí dusíkatá hnojiva a je třetím největším tuzemským exportérem. (Agrofert 2024)

Kvůli tomu, že se stal v roce 2014 ministrem financí, se Andrej Babiš vzdal svých funkcí v managementu, i nadále ale vlastnil všechny akcie koncernu.⁷

Tato vlastnická struktura se změnila v roce 2017, kdy akcie Agrofertu a SynBiolu přesunul do svěřenských fondů. Důvodem pro přesun byla novela zákona o střetu zájmů, která zakazuje členům vlády, aby se jejich firmy ucházely o dotace a provozovaly rozhlasové, televizní vysílání nebo periodický tisk. Svěřenskými správci Andrej Babiš určil manažery a spolupracovníky holdingu Alexeje Bílka a Zbyňka Průšu. Dohled nad svěřenskými fondy Andreje Babiše vykonává rada, jejíž součástí je manželka Andreje Babiše, která coby rodinný protektor má ve tříčlenné radě nejsilnější postavení jako rodinný protektor. Jmenoval ji Andrej Babiš a odvolat ji může rovněž pouze on. (transparency.cz 2018)

V roce 2022 Agrofert více než zdvojnásobil zisk na 12,97 miliardy korun z původních 5,78 miliardy korun.⁸ Podle časopisu Forbes byl Andrej Babiš v roce 2023 pátým nejbohatším Čechem.⁹

2.1 Působení v politice

V listopadu 2011 založil iniciativu ANO 2011 (Akce nespokojených občanů), ze které se o rok později stalo politické hnutí. Do čela hnutí byl Andrej Babiš zvolen téhož roku. Ve volbách do Poslanecké sněmovny se v roce 2013 hnutí umístilo na druhém místě za ČSSD. V lednu 2014 se stal místopředsedou vlády a ministrem financí ve vládě Bohuslava Sobotky.¹⁰

⁷ *Andrej Babiš: Životopis, kauzy a volby 2023*, 2023. Online. In: Novinky.cz. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/tag/andrej-babis-11041>. [cit. 2024-04-08].

⁸ *Babiš si za rok polepšil o 62 miliard*, 2023. Online. In: Novinky.cz. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/ekonomika-babis-si-za-rok-polepsil-o-62-miliard-40445635>. [cit. 2024-04-08].

⁹ *Andrej Babiš - 100 nejbohatších Čechů 2023* — *Forbes*, 2023. Online. Forbes.cz. Dostupné z: <https://forbes.cz/lists/nc23/andrej-babis/>. [cit. 2024-04-08].

¹⁰ *Poslanecký klub ANO 2011*, © 1995-2023. Online. Psp.cz. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/hp.sqw?k=5700>. [cit. 2024-04-08].

V roce 2016 se dostala do popředí kauza Čapího hnízda. Kauza se týká podezření z účelového čerpání dotací, které jsou ale určeny pouze středním nebo malým firmám. V lednu 2023 byl Andrej Babiš zproštěn obžaloby, tento rozsudek ale v září zrušil Vrchní soud v Praze a případ se vrátil k městskému soudu.¹¹ Ten nepravomocně rozhodl, že se nejednalo o trestný čin.¹²

Z postu ministra financí Andreje Babiše odvolal 24. května 2017 Miloš Zeman na návrh premiéra Sobotky. Návrh Sobotka odůvodnil podezřením, že Andrej Babiš neodváděl daně a rovněž ovlivňoval obsah médií, která dříve vlastnil.¹³

V parlamentních volbách v roce 2017 ANO zvítězilo a Andrej Babiš se stal předsedou vlády v koalici s ČSSD. V roce 2021 v parlamentních volbách se hnutí ANO umístilo na druhém místě a stalo se opoziční stranou.

V roce 2022 Andrej Babiš potvrdil svou kandidaturu na prezidenta, byť předtím opakovaně zdůrazňoval, že kandidovat na prezidenta nikdy nebude. V prezidentských volbách v roce 2023 prohrál v druhém kole proti Petru Pavlovi.¹⁴

2.2 MAFRA

V roce 2013 Andrej Babiš převzal mediální koncern MAFRA a. s., která vydává deníky Mladá fronta DNES, Lidové noviny, deník Metro a další tituly. Rovněž provozuje zpravodajský server iDNES.cz nebo hudební televizi Óčko. Současně získal do vlastnictví i firmu Londa, která vlastní pražskou rozhlasovou stanicí RockZone a Rádio Impuls. (Mediaguru 2023)

¹¹ *Kauza Čapí hnízdo se vrátí k projednání v únoru. Soudce Šott znovu předvolá znalce, kteří již vypovídali*, 2023. Online. In: IROZHLAS.cz. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/capi-hnizdo-kauza-soud-andrej-babis-jana-nagyova_2312131007_ako. [cit. 2024-04-08].

¹² *Soudce Šott dosud nevypracoval rozsudek v kauze Čapí hnízdo, o měsíc mu prodloužili lhůtu*, 2024. Online. In: IROZHLAS.cz. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/andrej-babis-soud-capi-hnizdo-jan-sott_2403131516_har. [cit. 2024-04-08].

¹³ *Zeman ve středu odvolá Babiše z vlády a novým ministrem financí jmenuje Ivana Pilného*, 2017. Online. In: Ceskatelevize.cz. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/clanek/domaci/zeman-ve-stredu-odvola-babise-z-vlady-a-novym-ministrem-financi-jmenuje-ivana-pilneho-97528>. [cit. 2024-04-08].

¹⁴ *Andrej Babiš: Životopis, kauzy a volby 2023*, 2023. Online. In: Novinky.cz. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/tag/andrej-babis-11041>. [cit. 2024-04-08].

Přestože Andrej Babiš tvrdil, že jeho zájmem není ovlivňovat obsah médií, tak ještě v době, kdy MAFRU teprve kupoval, zatelefonoval do Lidových novin a požadoval vysvětlení, proč novináři nenapsali o jeho kampani. Po zakoupení MAFRY následoval hromadný odchod mnohých novinářů. (Vlasatá, Patočka 2017: 102)

V roce 2023 Andrej Babiš prodal celý podíl ve firmě podnikateli Karlu Pražákovi. Od ledna 2024 rovněž vešla v platnost novela zpřísnující zákaz vlastnění médií vrcholnými politiky, stejně jako přijímání dotací. Jde o úpravu normy z roku 2017.¹⁵

Závěrem tak můžeme shrnout, že mezi častá témata kritiky Andreje Babiše patří spojení s StB, konflikt zájmů, koncentrace moci nebo korupce. Stejně tak můžeme Andreje Babiše majetkově propojit s internetovým serverem iDNES.cz v době prezidentských voleb.

¹⁵ *Sněmovna schválila zpřísnění zákona o střetu zájmů, tzv. lex Babiš, 2023. Online. In: Ceskenoviny.cz. ČTK. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/2378285>. [cit. 2024-04-08].*

3 Metodologická část

3.1 Kvantitativní obsahová analýza

Metodou naší práce je kvantitativní obsahová analýza, která se tradičně používá při zkoumání mediálních obsahů. V této kapitole si blíže kvantitativní obsahovou analýzu představíme.

Podle Helmuta Scherera „*je kvantitativní obsahová analýza výzkumnou metodou pro systematický a intersubjektivně ověřitelný popis komunikačních obsahů, vycházející z vědecky podloženého kladení otázek.*“ (Scherer 2004: 30) Výhodou této metody je vysoká strukturovanost a tím pádem i ověřitelnost zjištění možným opakováním výzkumu. Výhodou je i objektivita, protože obsahová analýza je nezávislá na osobě výzkumníka. Specializované postupy, z kterých se metoda skládá, jsou tak naučitelné. Každý krok této metody odpovídá přesným pravidlům a mediované obsahy jsou zkoumány na základě vybraných znaků. Rovněž můžeme pomocí této metody zpracovat velké množství dat. (Scherer 2004: 29–30, Krippendorff 2004: 18)

Metoda je tak pro nás vhodná nejen kvůli možnosti zpracovat velké množství textů, ale také nám umožní snadné srovnání dat při zkoumání mediálního obrazu Andreje Babiše v rámci dvou zpravodajských serverů. Metoda je pro nás ideální i pro její vhodnost k testování hypotéz. Výsledná data lze navíc prezentovat pomocí grafů a tabulek.

Zvolená metoda je pro nás vhodná i kvůli tématu naší práce. Obsahové analýzy masových médií totiž umožňují zkoumat například to, kolik pozornosti věnují média jednotlivým kandidátům nebo politickým stranám (Schulz, Reifová 2004: 15).

3.2 Cíl práce

Hlavním výzkumným cílem práce je komparace mediálního obrazu Andreje Babiše na zpravodajských serverech *iDNES.cz* a *Novinky.cz*. Nejdříve se zaměříme na to, jak o tématu referují jednotlivé servery a následně výsledky analýzy porovnáme. Konkrétně se zaměříme na to, jestli se mediální obraz Andreje Babiše coby prezidentského kandidáta mezi zvolenými zpravodajskými servery liší. Pokud ano, popíšeme jakými způsoby. Nepřímo se tak pokusíme odhalit, zda mohl mít Andrej Babiš nějaký vliv na podobu mediálního obrazu vzhledem k tehdejší problematice vlastnictví serveru *iDNES.cz*.

Jednotlivé výstupy za zvolené období zpracujeme kvantitativní obsahovou analýzou. Zkoumat budeme, kolik prostoru Andrej Babiš v článcích na serverech dostal. Zda byl

hlavním nebo vedlejším aktérem. Zaměříme se rovněž na to, kolikrát byl Andrej Babiš citován a jak byly jeho citace dlouhé. Zaznameneáme i původce ostatních citací, o koho se jedná, zda jsou členy politické strany nebo politického hnutí. Pokud jsou, tak určíme kterého. I u nich zaznameneáme počet a délku citací kvůli následné možnosti porovnání prostoru, který jim servery věnovaly. Určíme, jaká byla hlavní a vedlejší témata článků. V neposlední řadě se rovněž zaměříme na obrazový materiál. Budeme zkoumat, jakými fotografiemi jsou články doplněny. Rovněž se pokusíme zjistit, jaké role vybrané servery Andreji Babišovi přisuzovaly.

Na základě vymezených cílů práce a teoretických konceptů jsme definovali následující výzkumné otázky a hypotézy.

3.3 Výzkumné otázky a hypotézy

HVO1: Jak vybrané internetové servery zobrazovaly Andreje Babiše jako kandidáta na prezidenta České republiky v období prezidentských voleb?

VVO1: S jakými tématy bude osoba Andreje Babiše v člancích nejčastěji spojována?

H1: Osoba Andreje Babiše bude nejčastěji spojována s tématem prezidentských voleb.

Tato hypotéza vychází z teorie gatekeepingu a ze zpravodajských hodnot. Tedy z předpokladu, že prezidentské volby byly redakcemi shledány jako nejzajímavější téma a byla jim věnována největší pozornost. Stejně tak prezidentské volby odpovídají hned několika zpravodajským hodnotám, čímž se zvyšuje pravděpodobnost, že bude téma zpracováno.

H2: Předpokládáme, že všechny námi zkoumané články budou obsahovat téma prezidentských voleb, přičemž počet článků, kde byly prezidentské volby hlavním tématem, bude převažovat.

V návaznosti na předchozí hypotézu usuzujeme, že z hlediska aktuálnosti prezidentských voleb a s přihlédnutím k tomu, že Andrej Babiš byl postupující kandidát do druhého kola, budou i v člancích netýkající se domácí politiky, zmíněny prezidentské volby. To znamená, že i v případě článků, jejichž hlavním tématem bude například kultura, budou vedlejším tématem prezidentské volby.

VVO2: Jací aktéři budou ve vybraných člancích nejčastěji citováni?

H3: V člancích serveru iDNES.cz bude nejčastěji citován Andrej Babiš.

Hypotéza vychází z předpokladu, že Andreji Babišovi bylo na tomto serveru věnováno více prostoru kvůli jeho tehdejšímu možnému vlastnickému vlivu. Díky tomu mu mohli redaktoři *iDNES.cz* poskytovat v daných komunikátech více promluv než například Petru Pavlovi, jeho konkurentovi.

HVO2: Zda a jak se liší mediální obraz Andreje Babiše na vybraných serverech?

VVO3: Na jakém serveru se bude Andrej Babiš objevovat častěji?

H4: Předpokládáme, že více prostoru dostal Andrej Babiš na serveru iDNES.cz.

Tato hypotéza vychází z problematiky tehdejšího vlastnického napojení Andreje Babiše a jeho možného vlivu na obsah médií. Média totiž mohou odrážet zájmy a cíle vlastníků médií. Například studie autorů Allison M. Archer a Joshua Clinton *Changing Owners, Changing Content: Does Who Owns the News Matter for the News?* z roku 2018 popisuje nárůst politického zpravodajství po změně majitele na předních stranách novin. Studie sice nerozvíjí, jak byly tyto politické události pokryty, ale zdůrazňuje skutečnost, že se zpravodajství více věnovalo politice, což naznačuje vliv vlastnictví na to, kterými tématy se budou média zabírat. (Archer, Clinton 2018: 366–367) V tomto případě by tak mohl server *iDNES.cz* ve větší míře referovat o Andreji Babišovi, nezávisle na tom, v jaké souvislosti bude Andrej Babiš zmíněn, a jestli bude vystupovat jako hlavní nebo vedlejší aktér.

H5: Tematická skladba článků se na jednotlivých zpravodajských webech nebude výrazně lišit.

Tato hypotéza vychází z teorie mediálních rutin. Mediální rutiny umožňují opakovat postupy, které jsou považovány za úspěšné. Současně jde o postupy, které usnadní zpracování při velkém objemu informací. (Shoemaker, Reese 1996: 165–166) To znamená, že média se mohou rovněž uchýlovat k opakovanému užití stejných zdrojů. Oba servery jsou zpravodajské a rovněž nabízí širokou škálu rubrik podobného zaměření. Pracovníci obou médií by tak měli mít podobné způsoby práce. V souvislosti s intermediální agendou v České republice tak můžeme předpokládat, že redakce *iDNES.cz* i *Novinky.cz* navzájem monitorují obsahy ostatních médií a dle toho uzpůsobují to, jakým tématům se budou věnovat a jakým způsobem je budou zpracovávat. To může přispět k tematické podobnosti článků.

H6: Předpokládáme, že v případě, kdy bude na fotografii zachycen Andrej Babiš, bude se jednat nejčastěji o fotografie zobrazující Andreje Babiše v kampani, a to na obou serverech.

Tato hypotéza vychází z mínění, že Andrej Babiš je známou a médií dlouhodobě sledovanou osobností. Vzhledem k tehdy probíhajícím prezidentským volbám se dá předpokládat, že Andrej Babiš bude servery zobrazován převážně formálně během aktivit, které souvisí s jeho politickou kampaní.

H7: Novinky.cz budou Andreji Babišovi přisuzovat více rolí než server iDNES.cz.

Tato hypotéza vychází z naší teoretické části, která se týká rámování, způsobů reprezentace a také vlivu vlastnictví. S ohledem na tehdejší majetkovou provázanost Andreje Babiše se serverem *iDNES.cz* není vyloučeno, že jeho nepřímý vliv nemohl mít dopad na způsob, jakým ho média tituluji a server *iDNES.cz* by tak mohl mít omezenější paletu možných rolí Andreje Babiše, než server *Novinky.cz*.

3.4 Vzorek analýzy

Výzkumným vzorkem naší analýzy jsou zpravodajské weby *iDNES.cz* a *Novinky.cz*, které si nyní stručně charakterizujeme.

3.4.1 iDNES.cz

Zpravodajský portál *iDNES.cz* funguje od 12. ledna 1998 a přináší informace z domácího i zahraničního zpravodajství. Stejně tak nabízí i témata z oblasti magazínů. Jde o největší webový portál společnosti MAFRA a.s.¹⁶

Portál se soustředí hlavně na zprávy z České republiky, ze zahraničí, z ekonomiky nebo zprávy s krimi tematikou. V oblasti magazínů se zaměřuje na kulturu, bydlení, moderní technologie, auta, celebrity a také na sekce pro muže a ženy. Portál má rovněž sekci zaměřenou na sport.

Vlastnictví MAFRY a.s. jsme si blíže vysvětlili v kapitole, kde jsme charakterizovali Andreje Babiše. Přesto je důležité připomenout, že server *iDNES.cz* přešel do vlastnictví Karla Pražáka.

¹⁶ *Portfolio iDNES.cz*, ©2024. Online. Mafra.cz. Dostupné z: <https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-idnes.htm&cat=internet>. [cit. 2024-04-08].

Podle Gemius Audience portál během ledna 2023 navštívilo 5 957 137 reálných uživatelů.¹⁷ O rok dříve navštívilo ve stejný čas server 6 805 722 reálných uživatelů.¹⁸

3.4.2 *Novinky.cz*

Zpravodajský portál *Novinky.cz* začal fungovat od roku 2003 jako spolupráce mezi Seznam.cz a deníkem Právo, coby zpravodajsko-publicistický portál (Bednařík, Jirák, Köpplová 2019: 419). Server se věnuje převážně domácímu a zahraničnímu zpravodajství. Rovněž informuje, podobně jako portál *iDNES.cz*, o tématech spojené s kulturou, internetem a PC, sportem, financemi, ekonomikou, bydlením, cestováním a dalšími kategoriemi. Také nabízí podcasty a pořady.

V roce 2022 se společnost Seznam.cz rozhodla odkoupit firmu Silky Zdeňka Porybného a jejím prostřednictvím pak i firmu Borgis. Ta je vydavatelem deníku Právo a rovněž dodávala obsah pro web *Novinky.cz*.¹⁹

Podle Gemius Audience portál během ledna 2023 navštívilo 5 253 849 reálných uživatelů.²⁰ V roce 2022 server navštívilo 5 456 617 reálných uživatelů.²¹

V roce 2022 patřil server *Novinky.cz* i server *iDNES.cz* k jedněm z nejnavštěvovanějších zpravodajských webů v České republice.²²

3.5 Jednotka analýzy

K získání článků potřebných pro naši analýzu jsme využili databázi Anopress IT. Jako klíčové slovo jsme zvolili jméno Andrej Babiš a Babiš ve všech pádech. Období jsme nastavili od 13. 1. 2023 14.00 hodin včetně do 28. 1. 2023 14.00 hodin včetně, tedy od začátku prvního kola prezidentských voleb, kdy se otevřely volební místnosti, až do konce kola

¹⁷ *GemiusRating*, 2023. Online. Gemius.com. Dostupné z: <https://rating.gemius.com/cz/tree/2>. [cit. 2024-04-08].

¹⁸ *GemiusRating*, 2022. Online. Gemius.com. Dostupné z: <https://rating.gemius.com/cz/tree/2>. [cit. 2024-04-08].

¹⁹ *Komu patří česká média: vlastníci a majitelé novin, webů, časopisů, televizí i rádií*, 2022. Online. Aktualne.cz. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/majitele-medii-v-cesku-noviny-weby-televize-kdo-vlastni/r~67160c86faff11e9ac60ac1f6b220ee8/v~sl:cbdaa9d79d4c4b24b753f99a96f0193f/>. [cit. 2024-04-08].

²⁰ *GemiusRating*, 2023. Online. Gemius.com. Dostupné z: <https://rating.gemius.com/cz/tree/2>. [cit. 2024-04-08].

²¹ *GemiusRating*, 2022. Online. Gemius.com. Dostupné z: <https://rating.gemius.com/cz/tree/2>. [cit. 2024-04-08].

²² *Nejsilnější na internetu byl loni Seznam, ovládl i zpravodajské weby*, 2023. Online. In: Mediaguru.cz. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/01/nejsilnejsi-na-internetu-byl-loni-seznam-ovladl-i-zpravodajske-weby/>. [cit. 2024-04-08].

druhého, kdy se volební místnosti finálně zavřely. Protože Anopress IT umožňuje nastavit si časové rozmezí pouze datem, nevyhovující články jsme z analýzy vyřadili během výzkumu. Jako zdroje pak byly nejdříve vybrány zpravodajské články serveru *iDNES.cz* a následně zpravodajské články serveru *Novinky.cz*. Články v databázi Anopress IT jsou seřazeny podle data vydání.

Po použití filtrů jsme získali požadované články. Pro server *iDNES.cz* jsme získali 517 článků. Pro server *Novinky.cz* to bylo 327 článků. Celkový zkoumaný vzorek čítal 844 článků. Do analýzy jsme zařadili všechny články, to znamená i ty, kde je Andrej Babiš zmíněn i jen jednou větou. Kvůli nemožnosti vyřadit pomocí filtrace z hledaných článků nezpravodajské texty, jako jsou například komentáře, byl zkoumaný počet článků nakonec menší, a to i kvůli našemu časovému období. Během filtrace jsme rovněž narazili na problém zdvojování článků vlivem aktualizací. Z toho důvodu jsme analyzovali vždy nejaktuálnější verzi článku. Pro server *iDNES.cz* jsme tak získali 183 článků a pro server *Novinky.cz* to bylo 150 článků. Celkem jsme tak analyzovali 333 článků.

3.6 Operacionalizace

proměnné, které slouží k identifikaci článku:

1. **Číslo článku** – každému článku jsme přiřadili pořadové číslo, podle kterého byl kódován. Postupovali jsme od článku nejstaršího po článek nejnovější.
2. **Zdroj** – článek byl publikovaný buď na serveru *iDNES.cz* nebo na *Novinky.cz*.
3. **Adresa URL** – jedinečná adresa, na které se nacházejí jednotlivé kódovací jednotky.
4. **Titulek** – plné znění titulku článku.
5. **Datum poslední aktualizace článku** – zapisujeme ve tvaru dd.mm.rrrr.

proměnné sloužící k analýze:

6. **Počet znaků článku** – započítáváme titulek, mezititulky, perex, samostatný text článku, infoboxy. Započítáváme všechny znaky včetně mezer.
7. **Citace Andreje Babiše** – zaměříme se na to, kolikrát byl Andrej Babiš v článku citován.
8. **Délka citace Andreje Babiše** – zaznamenáme celkovou délku citací na článek v přepočtu na znaky. Započítáváme všechny znaky včetně mezer mezi uvozovkami.

9. **Andrej Babiš jako aktér** – zaměříme se na to, zda je osoba Andreje Babiše hlavním nebo vedlejším aktérem.
10. **Téma článku** – zaznamenáváme hlavní a vedlejší téma článku. Při výzkumu vždy rozhodneme, které z témat bylo tématem hlavním. K tomuto tématu poté přiřadíme maximálně dvě další témata, která budou označena jako téma vedlejší. Vedlejší téma bude přiřazeno v případě, že hlavní téma dostatečně nevystihne tematické zaměření článku. Motivy jsme rozřadili do následujících kategorií, přičemž vždy je možné vybrat pouze jedno hlavní téma.
0. **Nevyškytuje se** – v případě vedlejšího tématu.
 1. **Prezidentské volby** – tématem článku jsou prezidentské volby, to například znamená prezidentské debaty, otázky na prezidentské kandidáty, jejich názory a jinak související témata s prezidentskými volbami, jako jsou politické kampaně kandidátů, nebo samotný volební proces a reakce občanů.
 2. **Domácí politika** – článek se zaměřuje na domácí politiku mimo prezidentské volby – jde tedy o lokální, regionální, národní politiku, vládu, jiné než prezidentské volby, politické procesy a projevy.
 3. **Ekonomika a finance** – téma článku se týká ekonomické politiky, chudoby, dopravy, nezaměstnanosti, obchodu a podnikání, bydlení, investic a inflace. Také sem zařadíme otázku přijetí/nepřijetí eura. V případě financování prezidentských kampaní uvádíme tuto kategorii jako téma vedlejší. To samé platí i pro sázkařství vztahující se k prezidentským volbám.
 4. **Obrana a vojenství** – článek se týká témat vojenství, armádního výcviku, národní obrany, kybernetické bezpečnosti. Do této kategorie nezahrnujeme témata týkající se války na Ukrajině a pomoci Ukrajině, ale zahrnujeme sem mezinárodní spolupráci s NATO a strategické obranné plány.
 5. **Zahraniční politika (EU)** – jedná se o témata související se zahraniční politikou Evropské unie. To znamená, že do této kategorie zařazujeme témata týkající se členských států Evropské unie či přímo samotné Evropské unie. Rovněž do této kategorie zahrneme téma migrace.
 6. **Zahraniční politika (mimo EU)** – jedná se o témata související se zahraniční politikou mimo Evropskou unii. To znamená, že sem

započítáváme témata související se zahraničními zeměmi, které nejsou součástí Evropské unie. Do této kategorie zařazujeme i Ukrajinu a s tím související válku na Ukrajině a pomoc Ukrajině. Nezahrnujeme sem ovšem témata týkající se obrany České republiky.

7. **Společnost** – článek se zaměřuje na sociální témata, jako je školství a vzdělávání, násilí a kriminalita, menšiny, sociální a genderová nerovnost. Na chudobu a nezaměstnanost v našem případě pohlížíme jako na témata ekonomická, proto je do této kategorie nezařazujeme. Zařazujeme sem i témata církevní, či téma charity.
8. **Zdravotnictví** – článek se zaměřuje na české zdravotnictví a lidské zdraví, na témata týkající se pandemie Covidu 19, epidemiologie a zdravotního stavu kandidátů či politiků a také dostupnosti zdravotní péče.
9. **Energie a udržitelnost** – zahrnujeme sem témata týkající se zemědělství, životního prostředí, rozvoje obnovitelných zdrojů, energetické politiky a emisí.
10. **Ostatní** – do této kategorie zařazujeme témata týkající se sportu a kulturních událostí – divadlo, kino, výstavy. Rovněž sem zařazujeme životy celebrit a další témata, která by neodpovídala předchozím kategoriím.
11. **Autor článku** – zaznamenáme jméno autora daného článku, v případě užití zkratky jméno dohledáme. Tento krok nám umožní vysledovat, kolik článků bylo psáno redaktory daného média a kolik článků bylo převzato a odkud.
12. **Autor citace** – zaznamenáme jméno autora či autorů dalších citací, kteří se v článku objeví.
13. **Citace ostatních aktérů** – zaznamenáme, kolikrát byl daný aktér v článku citován
14. **Délka citace ostatních aktérů** – zaznamenáme celkovou délku citací daných aktérů na článek v přepočtu na znaky. Započítáváme všechny znaky včetně mezer mezi uvozovkami.
15. **Role autora citace** – určíme, jestli se jedná o
 0. **žádná citace** – v článku se citace nevyskytuje.
 1. **odborníka** – odborník dané oblasti.
 2. **politika** – politická příslušnost k politické straně či k hnutí.

3. **úspěšný prezidentský kandidát** – počítáme pouze úspěšného kandidáta z voleb 2023.
 4. **neúspěšný prezidentský kandidát** – počítáme pouze neúspěšné kandidáty z voleb 2023.
 5. **média**
 6. **pracovníci médií**
 7. **rodina kandidátů**
 8. **známé osobnosti** – celebrity nebo jiné slavné osobnosti.
 9. **ostatní** – v případě, že nebude osoba odpovídat ani jedné z kategorií, bude zařazena do této kategorie.
16. **Politická příslušnost** – uvedeme, jestli je osoba členem politické strany. Pokud je, tak určíme jaké. V případě osob, které nejsou členy politické strany ani hnutí, ale za politickou stranu či hnutí kandidují, přiřadíme jejich politickou příslušnost k dané politické straně nebo hnutí.
0. není členem žádného politického hnutí ani strany
 1. <jméno strany>
17. **Titulní fotografie** – zaznamenáme titulní fotografie, na které se objevil Andrej Babiš (za titulní fotografie považujeme i náhledové obrázky videí)
0. Andrej Babiš není na titulní fotografii.
 1. **v kampani** – fotografie spadají do kategorie v kampani, pokud byly pořízeny v rámci tiskových konferencí, v rámci jeho programu (například návštěvy jednotlivých krajů). Po úvaze do této kategorie zařadíme i fotografie zobrazující Andreje Babiše, jak tráví svůj volný čas – například s rodinou. Toto rozhodnutí se odvíjí i od skutečnosti, že manželka Babiše se účastnila například tiskových konferencí, stejně tak byly fotografie jeho dětí uveřejněny na jeho facebookovém profilu například při odevzdání hlasovacích lístků. Lze tak říct, že rodina Andreje Babiše zapadá do jeho politické kampaně. Rovněž sem zařadíme případné fotografie z prezidentských debat nebo fotografie Andreje Babiše, na kterých bude zachycen s jinými prezidentskými kandidáty.
 2. **mimo kampaň** – v tomto případě se bude jednat o fotografie, na kterých je Andrej Babiš zachycen při výkonu své práce. To znamená například fotografie z Poslanecké sněmovny či z jeho oficiálního jednání jakožto

poslance České republiky. V případě fotografií, které by tématem odpovídaly tomu, jak Andrej Babiš tráví svůj volný čas a současně by tyto fotografie vykazovaly známky bulvárnosti, zařadíme je rovněž do této kategorie. V takové situaci se budeme řídit i kontextem samotného článku. V případě koláží nebo fotografií, u kterých nebude možné s jistotou určit, že se jedná o fotografii zobrazující Andreje Babiše v kampani, zařadíme fotografii také do této kategorie.

18. Role Andreje Babiše mimo citace – v rámci jednotlivých článků vysledujeme, jak krom implicitního jmenování jednotlivé servery o Andreji Babišovi referovaly, to znamená, že se zaměříme na role, které jsou napsané redaktorem média nebo ČTK, a tedy nebudeme zaznamenávat role obsažené v citacích. V rámci této kategorie tak chápeme jednotlivé odkazy na Andreje Babiše jako role, které mu média přisuzují. Jako roli chápeme jednak odkazy na Babiše bez implicitního jmenování jeho osoby (bývalý majitel Agrofertu), tak i substantiva, která se v textu vyskytují přímo u jeho jména (politik Andrej Babiš). Pokud bude role vyskytující se v článku synonymní k námi zvoleným kategoriím, rovněž budou do této kategorie zařazeny (například agent StB, do této kategorie zařazujeme i označení agent Bureš jakožto modifikaci agenta StB). Počítáme tedy s tím, že zaznamenáme i modifikace jednotlivých rolí a přiřadíme je k námi vymezeným rolím, které budou modifikacím odpovídat významově.

0. nevyskytuje se
1. předseda hnutí ANO (modifikace: lídr hnutí ANO)
2. šéf hnutí ANO (modifikace: šéf, stranický šéf)
3. vůdce hnutí ANO
4. bývalý premiér (modifikace: expremiér, bývalý předseda vlády, premiér)
5. poslanec (modifikace: poslanec ANO)
6. politik
7. kandidát na prezidenta (modifikace: kandidát na Hrad, kandidát)
8. nezávislý kandidát
9. protikandidát
10. kandidát Zemana (modifikace: Hradní kandidát)
11. kandidát hnutí ANO
12. bývalý ministr financí (modifikace: ministr financí)

13. miliardář
14. diplomat
15. agent StB (modifikace: Bureš, agent Bureš, komunistický udavač)
16. bývalý komunista (modifikace: bývalý člen KSČ)
17. ten, kdo šíří strach (modifikace: straší válkou)
18. ten, kdo chce mír (modifikace: mírotvůrce, zastánce míru)
19. podnikatel (modifikace: obchodník, bývalý podnikatel)
20. populist (modifikace: ztělesnění populismu)
21. lhář (modifikace: nešťítí se lží, člověk, co lže)
22. zloděj – člověk, co krade
23. Andrej Babiš jako zlo – zlo Andrej Babiš, označen za zlo
24. manipulátor.

19. **Role Andreje Babiše v citacích aktérů** – budeme postupovat stejně jako u kategorie 18 s tím rozdílem, že se zaměříme na role obsažené v citacích aktérů jiných aktérů, než je Andrej Babiš. Rozsahem citace rozumíme text mezi uvozovkami. Kategorie rolí jsou totožné s rolemi v kategorii 18.

20. **Role Andreje Babiše v jeho citacích** – budeme postupovat stejně jako u kategorie 18 a 19 s tím rozdílem, že se zaměříme na role obsažené v citacích Andreje Babiše. Rozsahem citace rozumíme text mezi uvozovkami.

0. nevyskytuje se
1. nezávislý kandidát
2. mluvčí občanů/lidu
3. diplomat
4. ten, kdo chce mír
5. kandidát hnutí ANO

4 Výzkumná část

4.1 Prostor věnovaný Andreji Babišovi

Zpravodajské servery *iDNES.cz* a *Novinky.cz* v období od 13. 01. 2023 do 28. 01. 2023 v časovém rozmezí od 14.00 hodin do 14.00 hodin vydaly celkem 333 článků, které splňují dříve stanovené podmínky. Na serveru *iDNES.cz* vyšlo celkem 183 článků, na webu *Novinky.cz* jich vyšlo 150. V rámci délky článků dostal Andrej Babiš více prostoru na portálu *iDNES.cz*. Články obsahovaly celkem 710 510 znaků včetně mezer. V průměru obsahoval jeden článek 3 883 znaků. Na portálu *Novinky.cz* obsahovaly články celkově 422 651 znaků včetně mezer, v průměru tak jeden článek odpovídal 2 818 znakům.

Nejdelší článek vyšel na *Novinky.cz*, přičemž se jednalo o online reportáž. Titulek článku zní „*Komplet sečteno. Vítězem prezidentských voleb je Pavel*“²³ a obsahoval 18 222 znaků. Nejdelším článkem na serveru *iDNES.cz* byl článek s titulkem „*Pavel je favorit, kdyby to záleželo na Praze, už je prezident, piší ve světě*“²⁴. Článek má 10 227 znaků a obsahuje část online reportáže, která z celkového počtu znaků činí 682 znaků. V obou případech byl Andrej Babiš jedním z hlavních aktérů.

Nejkratší článek byl uveřejněn na serveru *Novinky.cz* s titulkem „*V Praze už by byl Pavel prezidentem*“²⁵, přičemž má 616 znaků. Andrej Babiš je v tomto případě aktérem vedlejším. Na serveru *iDNES.cz* byl nejkratší článek s titulkem „*Babiš nakonec navštívil i Pražské Jezulátko. Před Bohem jsme si rovni, miní*“²⁶. Článek čítá 1 318 znaků a Andrej Babiš je hlavním aktérem článku.

Z časového hlediska četnosti článků, jak je zobrazeno na grafu číslo 1, bylo nejvíce komunikátů publikováno 14. 01. 2023, tedy v druhý den voleb, kdy byli známi postupující

²³ *Komplet sečteno. Vítězem prezidentských voleb je Pavel*, 2023. Online. In: *Novinky.cz*. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/volby-prezidenta-2023-online-vysledky-40421304>. [cit. 2024-04-08].

²⁴ *Pavel je favorit, kdyby to záleželo na Praze, už je prezident, piší ve světě*, 2023. Online. In: *IDNES.cz*. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/zahranicni-tisk-media-prezidentske-volby-ohlasy.A230114_183539_volby-2022_idvs. [cit. 2024-04-08].

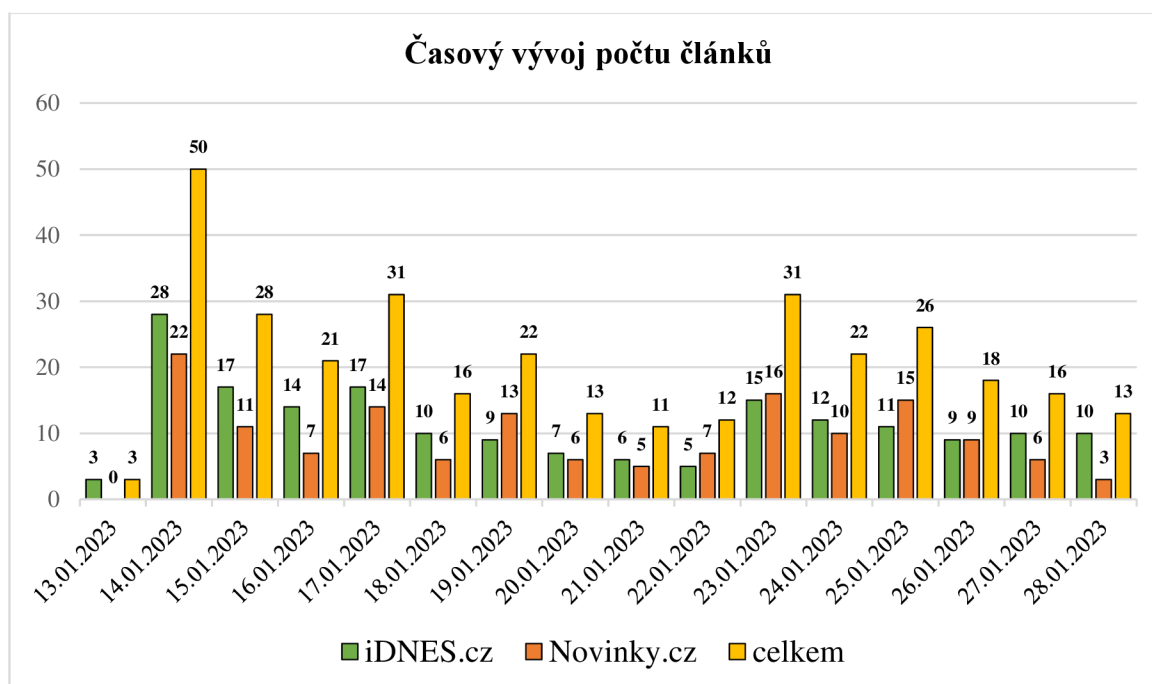
²⁵ *V Praze už by byl Pavel prezidentem*, 2023. Online. In: *Novinky.cz*. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/volby-prezidenta-v-praze-uz-by-byl-pavel-prezidentem-40420015>. [cit. 2024-04-08].

²⁶ *Babiš nakonec navštívil i Pražské Jezulátko. Před Bohem jsme si rovni, miní*, 2023. Online. In: *IDNES.cz*. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/andrej-babis-jezulátko-kostel-korunovacni-klenoty.A230117_162633_domaci_pukk. [cit. 2024-04-08].

finalisté Andrej Babiš a Petr Pavel. Z grafu je rovněž patrné, že mírný nárůst počtu článků během volebního období nastal dne 23. 01. 2023. Největší pokles v průběhu volebního období nastal 21. 01. 2023. Před finálním uzavřením volebních místností dne 28. 01. 2023 vydal server *iDNES.cz* více článků než server *Novinky.cz*. 13. 01. 2023 jich oba servery po 14.00 hodině včetně vydaly stejně.

Oba portály tak vykazovaly podobný způsob fungování v rámci četnosti uveřejněných článků za dané dny.

Graf č. 1: Časový vývoj počtu článků



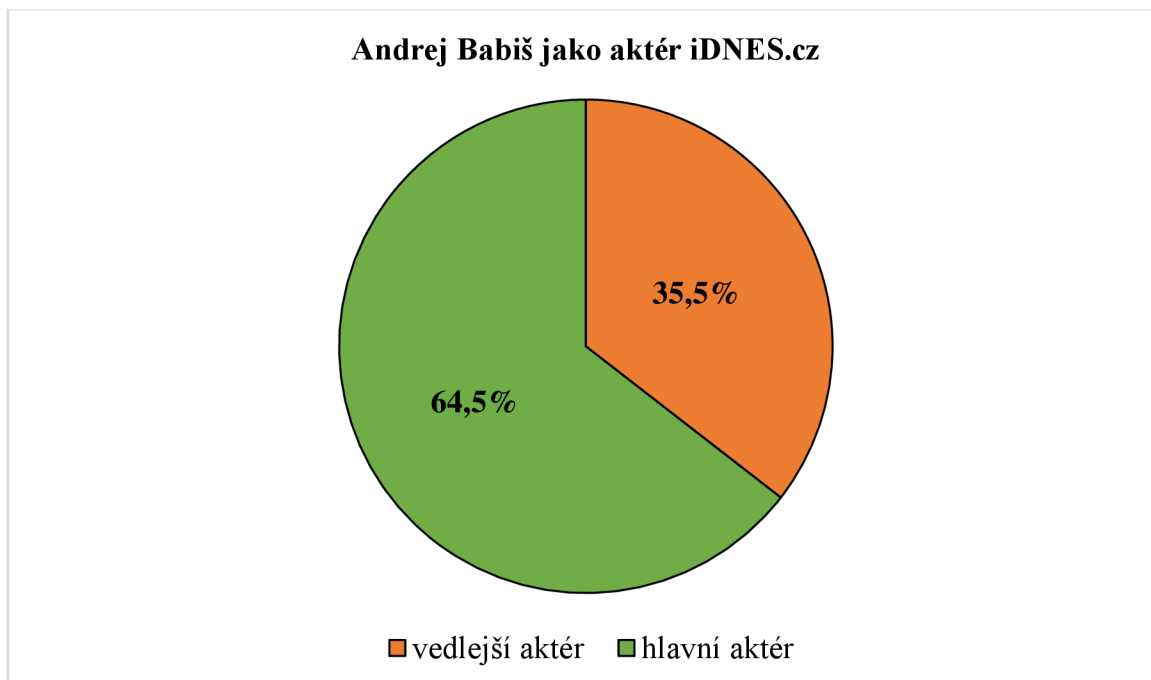
Popisek grafu č. 1: zelená barva znázorňuje počet článků, které vydal server *iDNES.cz* za daný den. Oranžová barva představuje počet článků vydané portálem *Novinky.cz* v daný den. Žlutá barva znázorňuje celkový počet článků, které uveřejnily oba servery v daný den.

4.1.1 Andrej Babiš jako aktér

Celkem jsme analyzovali 333 článků. Ze serveru *iDNES.cz* jsme získali celkem 183 výzkumných jednotek. Andrej Babiš byl hlavním aktérem v 118 z nich, což představuje víc

než polovinu článků z portálu *iDNES.cz*. Jako vedlejší aktér vystupoval Andrej Babiš ve zbylých 65 případech, tedy v 35,5 %.

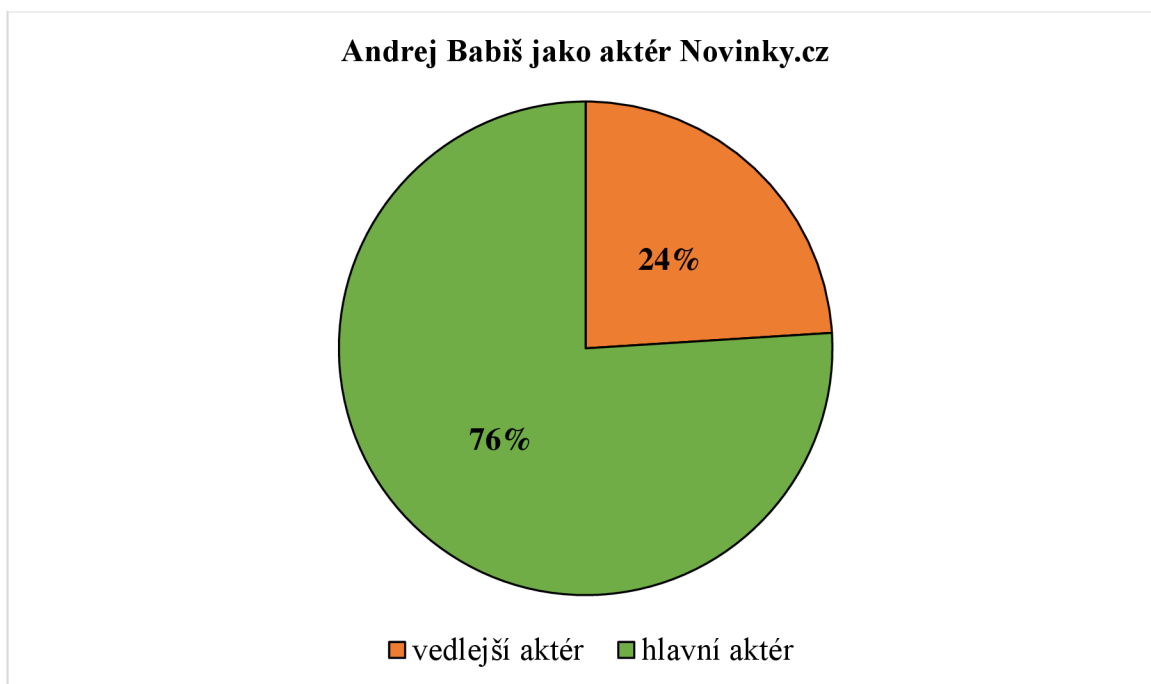
Graf č. 2: Andrej Babiš jako aktér iDNES.cz



Popisek grafu č. 2: zelená část představuje procentuální rozložení článků, kde byl Andrej Babiš hlavním aktérem. Oranžové pole znázorňuje Andreje Babiše jako vedlejšího aktéra.

Na zpravodajském serveru *Novinky.cz* jsme analyzovali celkem 150 výzkumných jednotek. Andrej Babiš byl v tomto případě hlavním aktérem v 114 případech, tedy v 76 % z celkového množství zkoumaných jednotek na portálu *Novinky.cz*. Ve zbylých 24 % tedy v 36 případech byl Andrej Babiš aktérem vedlejším, jak ukazuje graf číslo 3.

Graf č. 3: Andrej Babiš jako aktér Novinky.cz



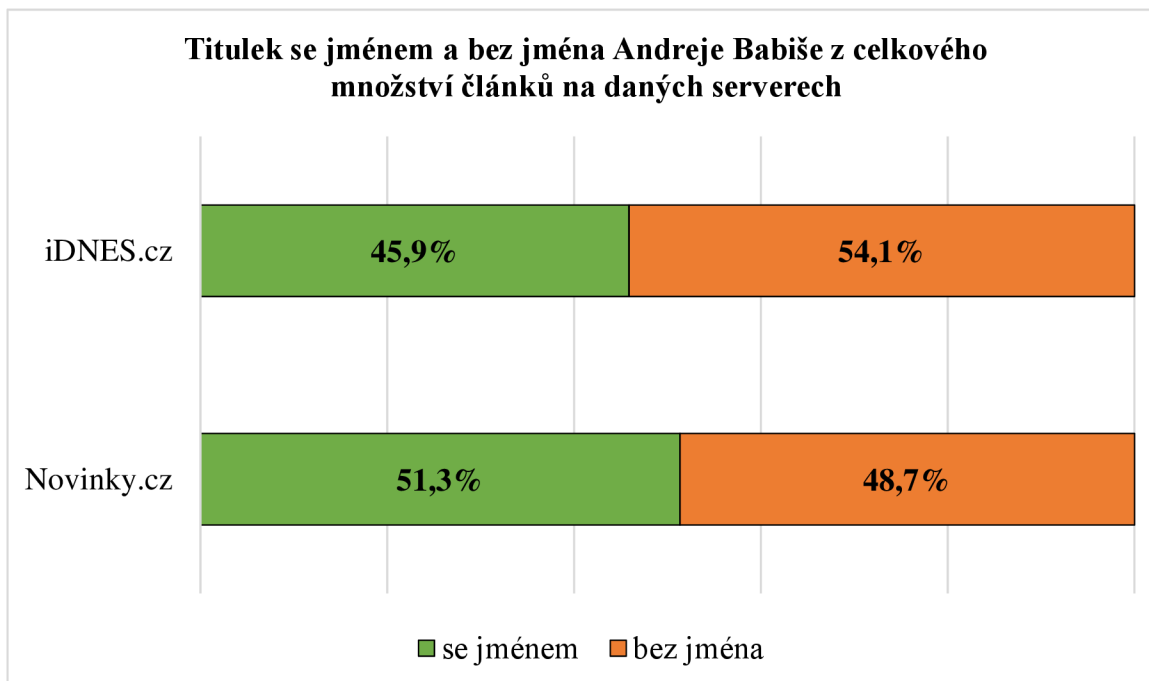
Popisek grafu č. 3: zelená část představuje procentuální rozložení článků, kde byl Andrej Babiš hlavním aktérem. Oranžové pole znázorňuje Andreje Babiše jako vedlejšího aktéra.

Z grafů číslo 2 a 3 nám vyplývá, že na serveru *Novinky.cz* byl Andrej Babiš hlavním aktérem častěji než na serveru *iDNES.cz*, přičemž byl ale Andrej Babiš na obou serverech v převažující většině hlavním aktérem.

Podobný výsledek lze přisoudit podobností obou serverů, které jsou zpravodajské. Rovněž mají podobnou mediální agendu a mají podobné rozložení rubrik. Zabývají se jednak zpravodajstvím, tak jejich webové stránky obsahují rubriky, jako je například bydlení, sport nebo cestování. Z toho můžeme usoudit, že oba portály mají podobné cílové publikum a pracují na přibližně stejném principu.

Při celkovém srovnání je tak hypotéza číslo 4 platná. Andrej Babiš dostal více prostoru na serveru *iDNES.cz* v rámci celkového množství článků nezávisle na aktérství v daných komunikátech. Jako hlavní aktér vystupoval ale častěji na serveru *Novinky.cz*. Oproti portálu *iDNES.cz* se ale nejedná o výrazný rozdíl. V obou případech byl Andrej Babiš v nadpoloviční většině hlavním aktérem. Největší rozdíl tak činí množství článků a jejich průměrná délka.

Graf č. 4: Titulek se jménem a bez jména Andreje Babiše z celkového počtu článků na daných serverech



Popisek grafu č. 4: zelená část grafu představuje články s titulkem, jejichž součástí bylo jméno Andreje Babiše z celkového množství článků, které vyšly na jednotlivých portálech. Oranžová část znázorňuje články s titulkem, které neobsahovaly jméno Andreje Babiše z celkového množství článků jednotlivých serverů.

V návaznosti na prostor věnovaný Andreji Babišovi jsme se zaměřili i na výskyt jeho jména v titulcích článků. Došli jsme k následujícím zjištěním, které vyplývají z grafu číslo 4.

Na serveru *iDNES.cz* obsahoval titulek článku jméno Andreje Babiše v 84 případech, což činí 45,9 % z počtu článků, které na daném webu vyšly. Z toho 79 článků s titulkem obsahujícím jméno Andreje Babiše spadá do článků, kde byl Andrej Babiš hlavním aktérem. To činí 67 % z daných 118 článků, kde byl Andrej Babiš hlavním aktérem.

Na *Novinky.cz* se titulek obsahující jméno Andreje Babiše vyskytl v 77 případech, což činí 51,3 % z celkového počtu článků, které na webu vyšly. Z toho 75 článků s titulkem, který obsahoval jméno Andreje Babiše, spadá do článků, kde byl Andrej Babiš hlavním aktérem. To činí 65,8 % z daných 114 článků.

Tyto informace nám doplňují hypotézu číslo 4. Jméno Andreje Babiše bylo častěji obsaženo v titulcích jednotlivých článků na serveru *Novinky.cz* než na serveru *iDNES.cz*. V titulcích tak dostal více prostoru Andrej Babiš na portálu *Novinky.cz*. V rámci článků, kde

byl Andrej Babiš hlavním aktérem, nám vychází, že server *iDNES.cz* naopak použil jméno Andreje Babiše v titulku častěji, pokud byl Andrej Babiš hlavním aktérem. Rozdíl mezi weby je v tomto směru ale opět minimální. To nás znovu vede k předpokladu, že servery fungují na podobném principu.

4.2 Témata článků

4.2.1 Hlavní témata

Nejčastějším hlavním tématem byly pro oba zpravodajské portály prezidentské volby. Druhým nejčastějším tématem bylo pro server *iDNES.cz* téma ostatní. Tento nárůst je dán výskytem článků STALO SE, které popisují nejdůležitější události dne, aniž bychom mohli určit převažující hlavní téma. Celkem se těchto článků vyskytlo 10. U těchto komunikátů nebylo rovněž možné určit vedlejší témata podle stanoveného kritéria, kdy jsme mohli určit maximálně dvě témata vedlejší. Ve dvou případech tak tyto články obsahují až 5 vedlejších témat. U všech těchto článků se ale vyskytuje téma prezidentských voleb.

Další nejpočetnější kategorií s počtem deseti článků je pro server *iDNES.cz* téma domácí politiky. Pro oba servery bylo v tomto ohledu hlavní téma hlasování o nedůvěře vládě. To vyvolalo hnutí ANO. Téma souviselo s absencí poslance Andreje Babiše, v té době kandidáta na prezidenta, na samotném hlasování.

Server *Novinky.cz* má jako druhou nejpočetnější kategorii téma společnost, kde se zaměřuje převážně na kriminalitu v souvislosti s výhrušnými vzkazy, nebo na vrácení peněžních darů nadaci Agrofert. Tomuto tématu se *Novinky.cz* věnovaly celkem ve čtyřech případech. Jeden z článků „*Domov pro seniory vrátil Agrofertu dar. Nechce být součástí Babišovy kampaně*“²⁷, jsme zakódovali pod téma prezidentské volby, protože se charitativní organizace přímo vymezuje proti zapojení do kampaně Andreje Babiše tím, že vrací dar obdrženy od nadace Agrofert. Tu Andrej Babiš označuje za svou nadaci, přestože je součástí svěrenských fondů. Ve zbylých třech případech jsme články zařadili pod téma společnost, protože pojednávají o vrácení i ostatních darů a celkovému fungování charitativní organizace. Téma prezidentských voleb jsme v těchto případech určili jako téma vedlejší.

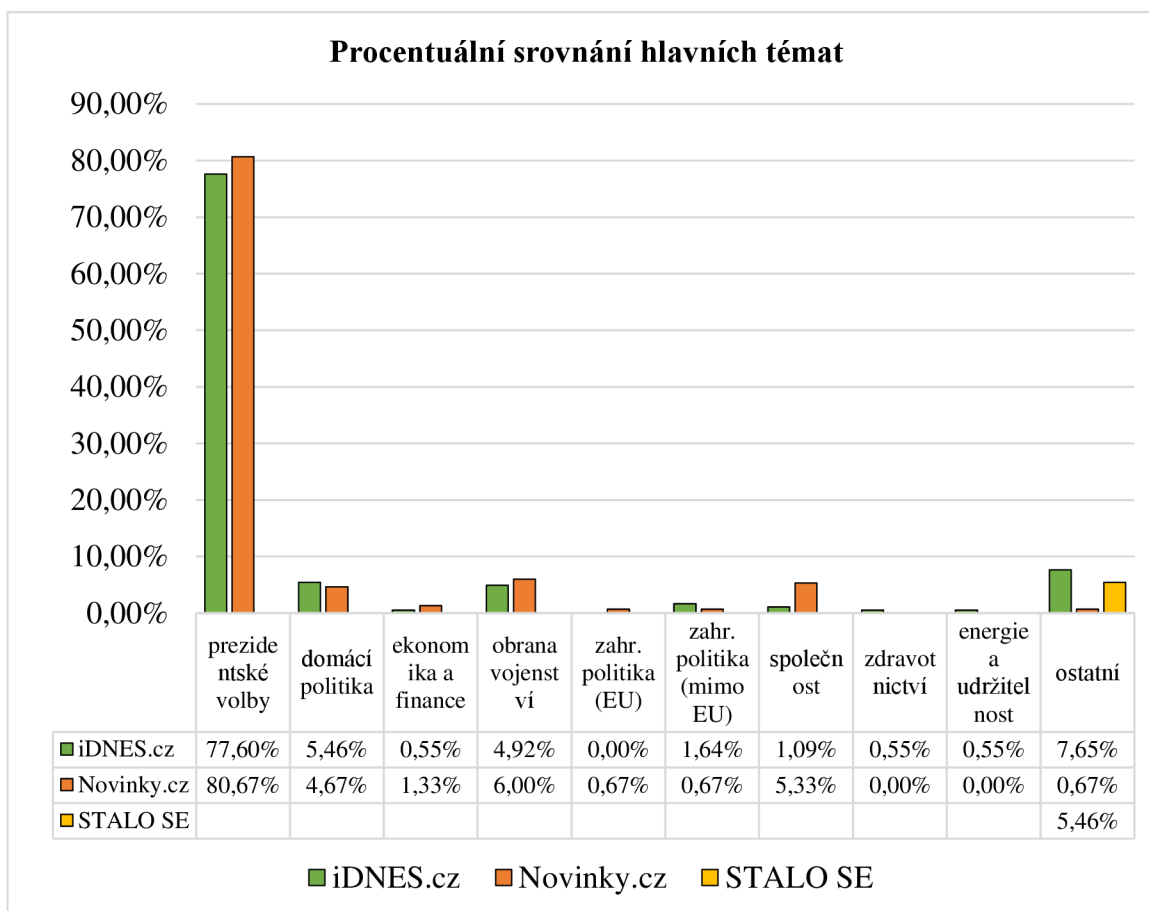
²⁷ *Domov pro seniory vrátil Agrofertu dar. Nechce být součástí Babišovy kampaně*, 2023. Online. In: *Novinky.cz*. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-domov-pro-seniory-vratil-agrofertu-dar-nechce-byt-soucasti-babisovy-kampane-40420854>. [cit. 2024-04-09].

Server *iDNES.cz* se ve článcích, které jsme zakódovali pod téma společnost, zaměřil také na výhrušné vzkazy a pak na téma církevní, jako je tomu ve článku „*Království pravdy a lásky je blízko, znělo na mši. Přišli Zeman, Babiš i Pavel*“²⁸. Církevním tématům se věnoval i portál *Novinky.cz*.

Tématu obrany a vojenství jakožto hlavnímu tématu se věnovaly oba servery ve stejném počtu článků v souvislosti s prohlášením Andreje Babiše v prezidentské debatě na ČT1 dne 22. 01. 2023, kdy Babiš prohlásil, že by nevyslal české vojáky na pomoc napadeným členům NATO. S tím souvisí i náhlý nárůst počtu článků dne 23. 01. 2023, jak můžeme vidět na grafu 1. Oba portály tak vyhodnotily výrok jako významnou událost v politické sféře, která splňovala kritéria zpravodajských hodnot.

²⁸ *Království pravdy a lásky je blízko, znělo na mši. Přišli Zeman, Babiš i Pavel*, 2023. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/katedrala-sv-vita-bohoslužba-za-vlast-ucast-prezident-zeman-kandidati-pavel-babis.A230122_075858_domaci_wass. [cit. 2024-04-09].

Graf č. 5: Procentuální srovnání hlavních témat



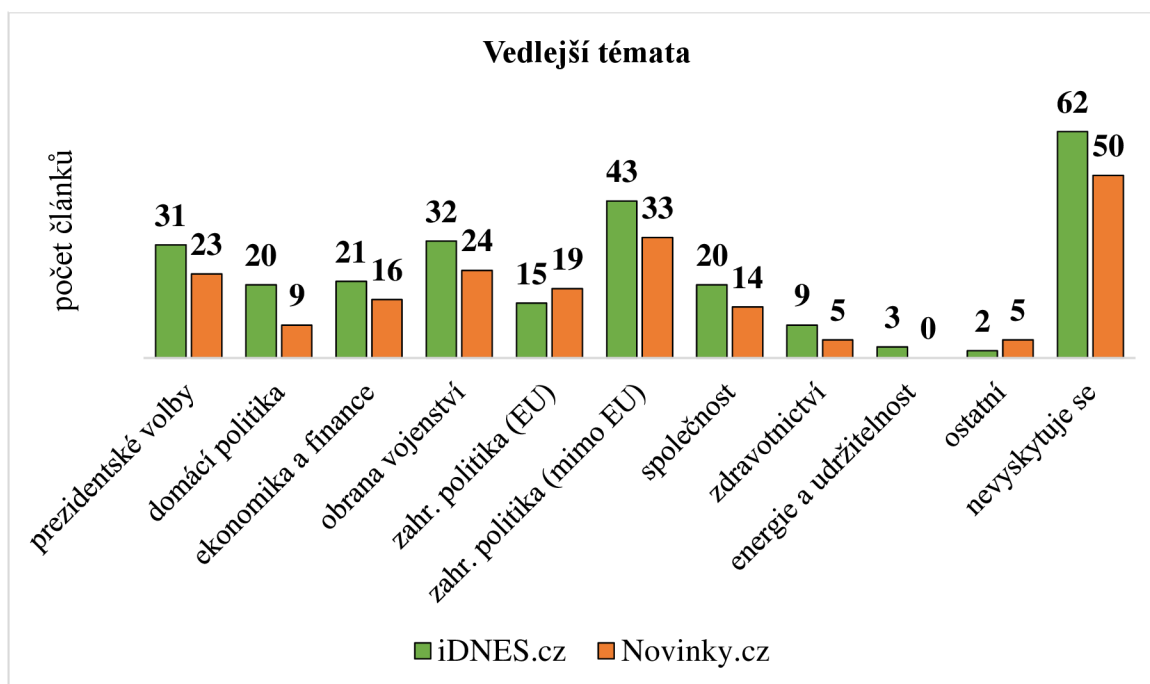
Popisek grafu č. 5: zelená barva ukazuje podíl, který zaujímá procentuální rozložení hlavních témat v rámci jednotlivých kategorií pro server iDNES.cz. Oranžová barva představuje procentuální rozložení témat v rámci jednotlivých kategorií pro portál Novinky.cz. Žlutá barva ukazuje procentuální podíl článků STALO SE v kategorii ostatní.

Z grafu číslo 5 můžeme vyčíst, že oba servery se věnovaly prezidentským volbám jako hlavnímu tématu nejčastěji, přičemž věnovaný prostor si za dané období procentuálně odpovídá. V případě ostatních kategorií je rozdíl čtyř procentních bodů možné pozorovat v kategorii společnost a poté rozdíl sedmi procentních bodů v kategorii ostatní. Zde jsou ovšem hlavním důvodem nepoměru články STALO SE.

Ukázalo se tak, že hypotéza číslo 1, ve které jsme uvedli, že Andrej Babiš bude nejčastěji spojován s tématem prezidentských voleb, je platná. Portály v tomto případě vykazovaly podobný způsob rozhodování o důležitosti daných témat. Prezidentské volby byly pro oba portály nejdůležitější událostí.

4.2.2 Vedlejší témata

Graf č. 6: Vedlejší témata



Popisek grafu č. 6: zelená barva představuje počet článků portálu iDNES.cz, které spadají do kategorií daných vedlejších témat. Oranžová barva představuje počet článků na Novinky.cz, které spadají do kategorií daných vedlejších témat.

Kódovali jsme maximálně 2 vedlejší témata až na již dříve zmíněnou výjimku. Na serveru *iDNES.cz* se celkem nacházelo 62 článků ze 183, které neobsahovaly žádné vedlejší téma. To činí 33,9 % z celkového množství článků, které vyšly na portálu *iDNES.cz*. Současně všechny tyto články byly zakódovány pod hlavní téma prezidentských voleb. Výjimkou z toho byly na serveru *iDNES.cz* dva články. „*KONTEXT: Dávám naší straně ještě rok, říká "nejrozumnější komunista" Dolejš*“²⁹. Tento článek byl zakódován pod téma domácí politika. Druhý článek „*Za odvážné se považuje jen 19 % Čechů, vzorem jsou Havel či Kalousek*“³⁰ jsme zakódovali do kategorie různé.

²⁹ *KONTEXT: Dávám naší straně ještě rok, říká "nejrozumnější komunista" Dolejš*, 2023. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/jiri-dolejs-komunisticka-strana-levice-podcast-kontext.A230123_144115_domaci_rapc. [cit. 2024-04-09].

³⁰ *Za odvážné se považuje jen 19 % Čechů, vzorem jsou Havel či Kalousek*, 2023. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/odvaha-behavior-pruzkum.A230123_104830_domaci_knn. [cit. 2024-04-09].

U serveru *Novinky.cz* vyšlo celkem 50 článků, které mají pouze hlavní téma, přičemž 49 z nich bylo zakódováno pod hlavní téma prezidentských voleb. Článek „*Stát nepočítá s dostavbou D3 pomocí PPP projektu*“³¹ byl zakódován pod téma ekonomie a finance. 50 článků bez vedlejšího tématu odpovídá 33,3 %, z celkového množství článků, které vyšly na portálu *Novinky.cz*.

Převažujícím vedlejším tématem je u obou serverů zahraniční politika mimo EU. Důvodem je „protiválečné“ zaměření kampaně Andreje Babiše a samotné billboardy Andreje Babiše, kde se vymezuje proti válce. V této souvislosti rozumíme pod pojmem válka probíhající válku na Ukrajině, nikoli obecný pojem, který by spadal do kategorie obrana a vojenství. Do kategorie obrana a vojenství, která je druhou nejpočetnější kategorií u obou webů, jsme zařadili články, které se zabývaly „urážkou vojáků“ ze strany Andreje Babiše a jeho kampaně. Rovněž sem spadaly články týkající se výroku Andreje Babiše o nevyhlášení vojenské pomoci spojencům NATO. V této souvislosti se objevuje i téma zahraniční politiky v rámci EU, protože toto prohlášení vyvolalo reakce především v sousedícím Polsku a došlo k setkání prezidentů obou států.

S kategorií zdravotnictví souvisí především onemocnění Petra Pavla během volebního období a tím způsobené rušení akcí a rovněž „nachlazení“ Andreje Babiše a jeho neúčast na hlasování o nedůvěře vlády. Zdravotní stav kandidátů spadá do této kategorie kvůli předchozím zdravotním potížím Miloše Zemana, které ukázaly veřejný zájem na tomto tématu.

Kategorie energie a udržitelnost byla ve větší míře probrána na serveru *iDNES.cz* a to jednou v případě článku STALO SE z celkových tří výskyty. Na *Novinkách.cz* bylo téma energií zmíněno pouze jako okrajové téma, tudíž jsme ho nezaznamenali jako téma vedlejší.

Podle teorie nastolování agendy byl Andrej Babiš primárně spojován s tématem prezidentských voleb s návazností na jeho „protiválečnou“ volební kampaň a billboardy, které přitáhly velkou pozornost na domácí scéně a s tématem vojenství v souvislosti s jeho výrokem během předvolební debaty o nevyhlášení vojenské pomoci spojencům NATO.

³¹ *Stát nepočítá s dostavbou D3 pomocí PPP projektu*, 2023. Online. In: *Novinky.cz*. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/ekonomika-stat-nepocita-s-dostavbou-d3-pomoci-ppp-projektu-40420533>. [cit. 2024-04-09].

Hypotéza číslo 2 je tak z části neplatná. Počet článků, kde jsou prezidentské volby hlavním tématem, sice převažuje nad těmi, kde není, vyskytly se ale články, které se prezidentských voleb netýkají. Na serveru *Novinky.cz* se jedná celkem o pět článků. Jedním z nich je například článek s titulkem „*Vláda chce zatáhnout ČR do války za každou cenu, prohlásil Okamura*“³²nebo článek „*Francouzské úřady dál vyšetřují Babiše kvůli praní peněz a daňovým únikům*“³³.

Na serveru *iDNES.cz* se jedná o 10 článků. Například o článek s titulkem „*Rodina mě držela, bál jsem se, řekl Zeman o nemoci. Vystrčil přiznání ocenil*“³⁴, nebo o článek „*Stropnický se setkal s proruským dezinformátorem. Ministrovi to vadí*“³⁵. Celkem tak hypotéza číslo 2 není platná u 15 článků.

V návaznosti na tematickou skladbu článků jsme se zaměřili blíže na komunikáty, ve kterých je obsaženo jméno Andreje Babiše v titulku. V obou případech bylo jméno Andreje Babiše v titulku nejčastěji uvedeno v souvislosti s prezidentskými volbami jakožto s hlavním tématem. Zcela bez uvedení prezidentských voleb, ať už jako téma hlavní nebo vedlejší, bylo jméno Andreje Babiše v titulku uvedeno celkem pětkrát. Dvakrát na serveru *iDNES.cz* a třikrát na serveru *Novinky.cz*. Z obou portálů do tohoto výběru spadá článek, který se týká návštěvy bohoslužby. Druhý článek portálu *iDNES.cz* se týkal absence Andreje Babiše na hlasování o nedůvěře vládě. V případě serveru *Novinky.cz* se jednalo o články, které pojednávaly o daňových únicích Andreje Babiše ve Francii a o jeho svěřenských fondech.

Jméno Andreje Babiše bylo obsaženo v titulku na obou serverech převážně tehdy, když se článek týkal v rámci vedlejších témat zahraniční politiky mimo EU a obrany

³² *Vláda chce zatáhnout ČR do války za každou cenu, prohlásil Okamura*, 2023. Online. In: *Novinky.cz*. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-vlada-chce-zatahnout-cr-do-valky-za-kazdou-cenu-prohlasil-okamura-40420310>. [cit. 2024-04-09].

³³ *Francouzské úřady dál vyšetřují Babiše kvůli praní peněz a daňovým únikům*, 2023. Online. In: *Novinky.cz*. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/volby-prezidenta-francouzske-urady-dal-vysetruji-babise-kvuli-prani-penez-a-danovym-unikum-40420436>. [cit. 2024-04-09].

³⁴ *Rodina mě držela, bál jsem se, řekl Zeman o nemoci. Vystrčil přiznání ocenil*. Online. In: *iDNES.cz*. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/prezident-milos-zeman-senat-zbaveni-funkce-zdravotni-stav.A230116_111641_domaci_imat. [cit. 2024-04-09].

³⁵ *Stropnický se setkal s proruským dezinformátorem. Ministrovi to vadí*, 2023. Online. In: *iDNES.cz*. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/setkani-stropnicky-izrael-zarko-raptor-jovanovic.A230120_103334_domaci_kop. [cit. 2024-04-09].

a vojenství. Pro server *iDNES.cz* pak bylo třetím vedlejším nejčastějším tématem kategorie společnost. Pro server *Novinky.cz* to bylo téma zahraniční politiky v rámci EU. Tematické rozložení titulků, kde se vyskytuje jméno Andreje Babiše, bylo pro oba servery velmi podobné.

Rozdíl se objevil pouze u množství článků obsahující v titulku jméno Andreje Babiše podle dnů, kdy byly zveřejněny. Větší rozdíl v množství vydaných článků se jménem Andreje Babiše v titulku se týká dne 15. 01. 2023, kdy server *iDNES.cz* vydal 12 článků s titulkem obsahující jméno Andreje Babiše a server *Novinky.cz* jich vydal šest. Oproti tomu portál *Novinky.cz* vydal 25. 01. 2023 celkem deset článků, z nichž každý obsahoval v titulku jméno Andreje Babiše. Web *iDNES.cz* v tento den vydal tři články, které měly v titulku jméno Andreje Babiše.

4.3 Autoři článků

Tabulka č. 1: Autoři více než deseti článků

jméno autora iDNES.cz	počet článků	jméno autora Novinky.cz	počet článků
ČTK	58	ČTK	29
iDNES.cz	43	Jaroslav Soukup	24
Josef Kopecký	20	Jan Menšík	23
Terezie Wasserbauerová	16	Novinky	23
Kateřina Vaníčková	11	Klára Beranová	22

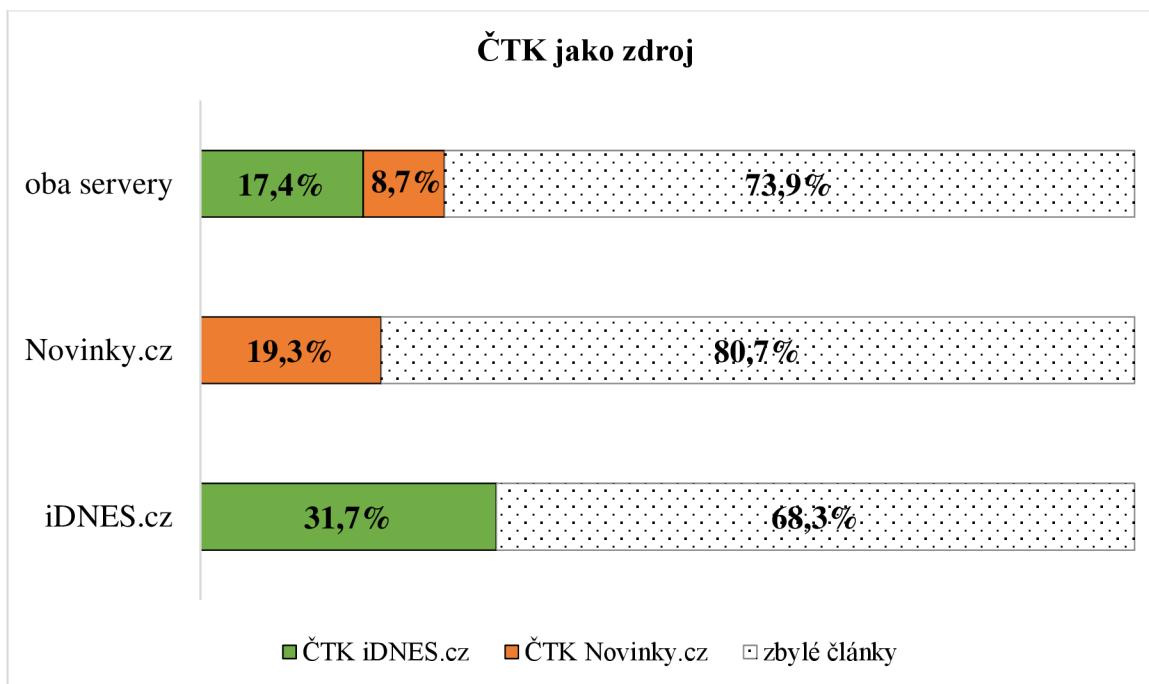
Popisek tabulky č. 1: V prvním sloupci jsou uvedeni autoři portálu *iDNES.cz*. Druhý sloupec ukazuje množství napsaných článků daného autora. Ve třetím sloupci je uvedeno jméno autora portálu *Novinky.cz*. Poslední sloupec udává množství článků autorů serveru *Novinky.cz*.

Oba servery měly početně stejné množství autorů, tedy 46. Z toho oba portály uváděly jako oficiální zdroj Českou tiskovou kancelář. Portál *iDNES.cz* v 58 případech, tedy v 31,7 %, *Novinky.cz* v 29 případech, což je 19,3 %, jak můžeme vidět na grafu číslo 7.

Server *Novinky.cz* jako další oficiální zdroje uvedl v 9 případech deník Právo, který rovněž spadá pod skupinu Borgis a. s. stejně jako *Novinky.cz*. Z tabulky 1 můžeme rovněž vyčíst, že více než 10 článků napsalo na každém serveru pět autorů. Z toho se jedná o Českou tiskovou kancelář, která má nejvyšší množství článků na obou serverech. Rovněž větší množství článků spadá v obou případech pod obecné označení redakcí serverů. Tři redaktori na obou serverech pak napsali více než 10 článků.

Jako autor článku byl server *iDNES.cz* explicitně uveden v 43 případech, přičemž v 35 případech to bylo v kombinaci s ČTK. Portál *Novinky.cz* byl explicitně uveden v 23 případech, rovněž nejčastěji v kombinaci s ČTK a to ve 13 případech.

Graf č. 7: ČTK jako zdroj



Popisek grafu č. 7: zelená barva znázorňuje podíl autorství ČTK na serveru *iDNES.cz*. Oranžová barva představuje podíl autorství ČTK na portálu *Novinky.cz*. Šrafovaná část znázorňuje články, kde nebyla ČTK uvedena jako autor článku, a to buď v rámci jednotlivých serverů, tak i obou serverů dohromady.

Server *Novinky.cz* tak použil jako zdroj ČTK v menší míře než server *iDNES.cz*. ČTK zaujímá jako zdroj v celkovém množství článků 26,1 %, jak můžeme vidět na grafu číslo 7.

S těmito zjištěními a s informacemi týkající se tematické skladby článků se nám potvrzuje platnost hypotézy číslo 5 – skladba článků se nebude na serverech výrazně lišit. Současně se nám potvrdilo i přejímání informací ze stejných zdrojů a s tím související podobná mediální agenda. Současně se nám potvrdila i teorie intermediální agendy. Tedy, že média jako své zdroje nemusí nutně využívat pouze nemediální zdroje, nebo kupříkladu tiskové zprávy, ale i ostatní média (Trampota, Nečas 2007: 12). Těm pak převládají média dominantní, z kterých ostatní média čerpají informace. Takové přebírání témat způsobuje jejich překrývání, a to následně zvyšuje šanci do vyšší míry ovlivnit veřejnost. (Trampota, Nečas 2007: 18)

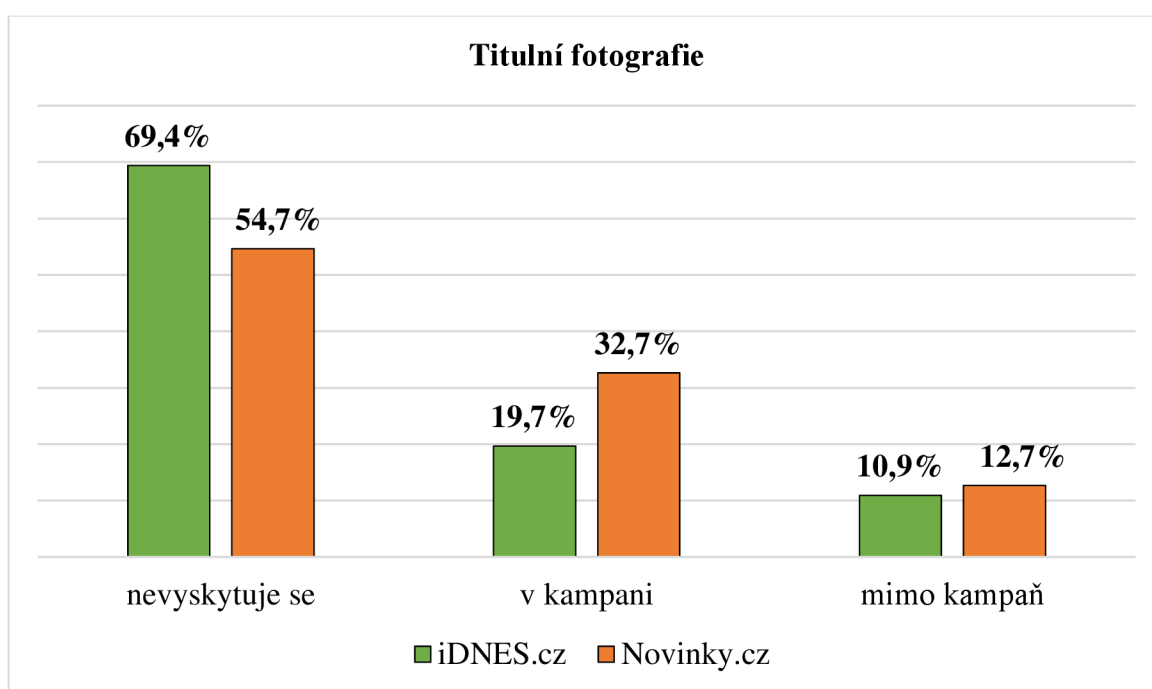
4.4 Titulní fotografie

Titulní fotografie, či náhledový obrázek videa jsme kódovali podle toho, jestli se na fotografii nachází Andrej Babiš. Pokud ano, rozlišovali jsme, jestli se jedná o fotografii spadající do kampaně Andreje Babiše, nebo nejedná.

Na serveru *iDNES.cz* byl Andrej Babiš zachycen z celkového počtu 183 titulních fotografií na 56 fotografiích. Z toho jsme 36 fotografií zakódovali jako fotografie „Andrej Babiš v kampani“ a 20 fotografií jako „Andrej Babiš mimo kampaň“.

Na serveru *Novinky.cz* byl Andrej Babiš zachycen z celkového počtu 150 titulních fotografií na 68 fotografiích. Z toho jsme 49 fotografií zakódovali jako fotografie „Andrej Babiš v kampani“ a 19 fotografií jako „Andrej Babiš mimo kampaň“.

Graf č. 8: Titulní fotografie



Popisek grafu č. 8: zelená barva představuje procentuální podíl fotografií serveru *iDNES.cz* z celkového množství titulních fotografií na portálu *iDNES.cz*. Oranžová barva zobrazuje procentuální podíl fotografií serveru *Novinky.cz* z celkového množství titulních fotografií na portálu *Novinky.cz*.

Po porovnání obou serverů jsme došli k závěru, že server *Novinky.cz* uveřejnil více fotografií, které zachycují Andreje Babiše v kampani než server *iDNES.cz*. Portál *iDNES.cz* Andreje Babiše na titulních fotografiích ve více než 60 % nezobrazoval. Andrej Babiš se dle předpokladu na fotografiích, které jsme zakódovali jako Andrej Babiš v kampani, nejčastěji

objevoval jako účastník prezidentské debaty nebo na tiskové konferenci. Rovněž byl zachycen i ve svém volném čase, například při návštěvě korunovačních klenotů.

Tato zjištění nám potvrdila platnost hypotézy číslo 6, kde jsme předpokládali, že v případě, kdy bude na fotografii zachycen Andrej Babiš, tak půjde o fotografii zobrazující Andreje Babiše v kampani, a to na obou serverech.

4.5 Citování aktéři

Celkem jsme zakódovali 322 aktérů, kteří byli v článcích citováni. Z celkového počtu oba servery citovaly 75 aktérů shodně, z toho jich 28 mělo politickou příslušnost. Server *iDNES.cz* pak citoval dalších 176 aktérů a portál *Novinky.cz* zbylých 71. Celkem tak *iDNES.cz* citoval 251 aktérů. Server *Novinky.cz* jich citoval 146. Na obou webech se vyskytly i články, které neobsahovaly žádnou citaci.

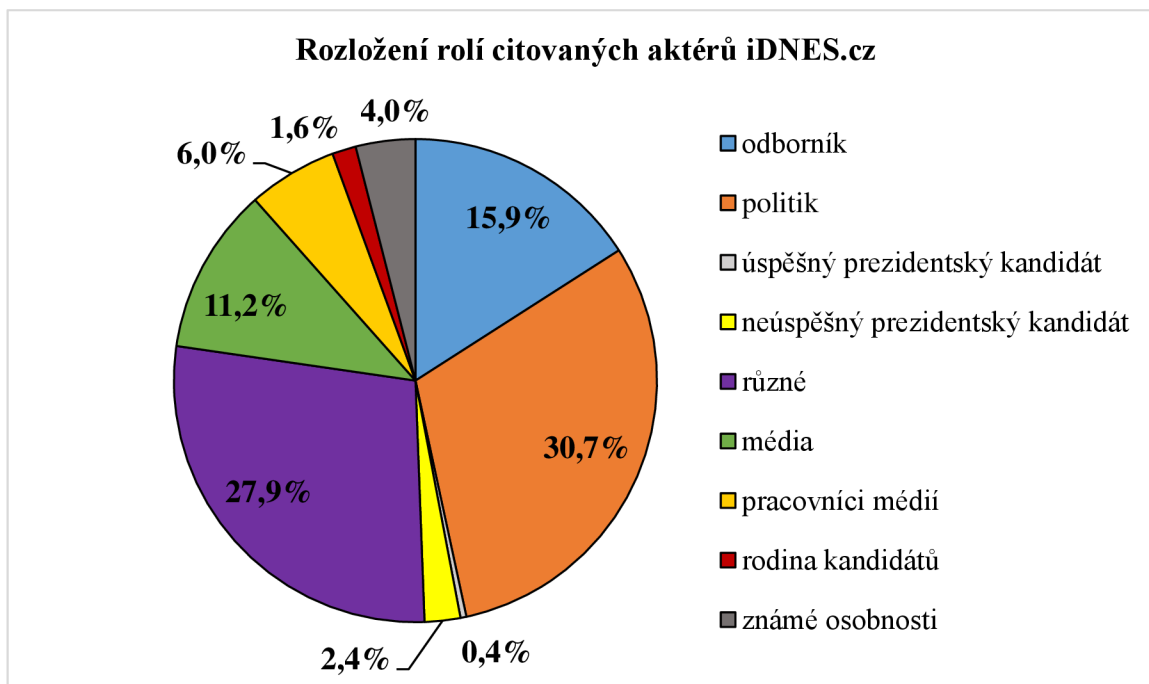
Server *iDNES.cz* obsahoval 23 článků, které neobsahovaly žádnou citaci a 4 články, kde byl citován pouze Andrej Babiš. Celkem tyto články obsahovaly 13 citací, přičemž Andrej Babiš vystupoval jako hlavní aktér ve třech článcích. Průměrně obsahovaly citace Andreje Babiše v těchto článcích 315 znaků. Z toho jeden z článků spadá do *iDNES.cz Premium*. Jedná se o článek s titulkem „*Babiš chválil za kampaň Tünde Bartha. Kdo je pravá ruka šéfa ANO*“³⁶.

Server *Novinky.cz* obsahoval 21 článků, které neobsahovaly žádnou citaci. Čtyři články obsahovaly pouze citace Andreje Babiše, přičemž se jednalo o články, kde byl Andrej Babiš hlavním aktérem. Celkem tyto články obsahovaly 22 citací Andreje Babiše. Průměrně obsahovaly tyto citace 400 znaků.

Na portálu *iDNES.cz* citace zaujaly celkem 173 321 znaků včetně mezer. To je 24,4 % z celkového počtu znaků všech článků, které vyšly na serveru *iDNES.cz*. Na *Novinky.cz* citace zaujaly 106 183 znaků včetně mezer, což je 25,1 % z celkového množství znaků článků, které vyšly na daném serveru.

³⁶ *Babiš chválil za kampaň Tünde Bartha. Kdo je pravá ruka šéfa ANO*, 2023. Online. In: *iDNES.cz*. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/tunde-bartha-andrej-babis-volby-kampan-kanclerka.A230114_175619_volby_lisv. [cit. 2024-04-09].

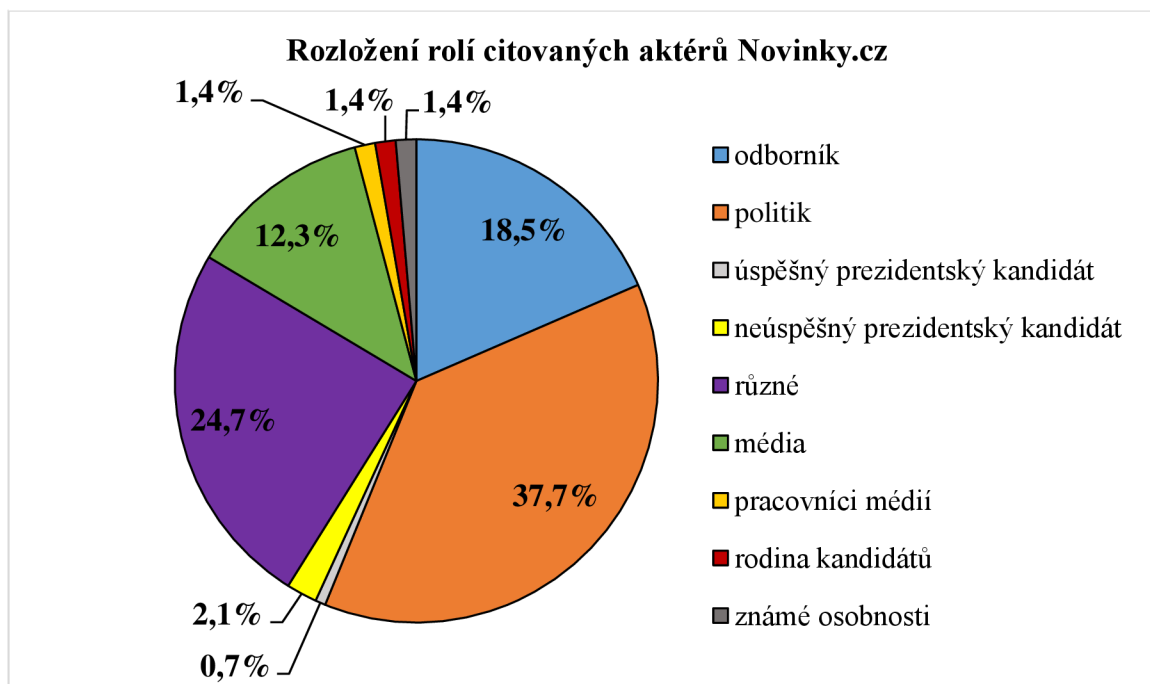
Graf č. 9: Rozložení rolí citovaných aktérů iDNES.cz



Popisek grafu č. 9: graf znázorňuje procentuální rozprostření rolí aktérů na serveru iDNES.cz. Modrá barva představuje odborníky, oranžová politiky, světle šedá představuje roli úspěšného prezidentského kandidáta celých voleb. Světle žlutá barva zobrazuje neúspěšné prezidentské kandidáty z roku 2023. Fialová barva představuje roli různé, zelená barva roli médií. Tmavě žlutá barva znázorňuje pracovníky médií. Tmavě červená barva zobrazuje procentuální rozložení rolí rodinných příslušníků prezidentských kandidátů. Tmavě šedá zobrazuje roli známých osobností.

Na serveru iDNES.cz bylo citováno 40 odborníků, 77 politiků, Petr Pavel jakožto úspěšný kandidát na prezidenta a šest neúspěšných kandidátů na prezidenta z roku 2023, jimiž jsou Karel Janeček, Marek Hilšer, Pavel Fischer a Danuše Nerudová, Jaroslav Bašta a Marek Hilšer. 70 aktérů jsme zařadili do kategorie různé, jednalo se například o členy volební komise, mluvčí a o občany České republiky. Do kategorie médií se řadí 28 aktérů. Pracovníků médií bylo citováno celkem 15. Z rodin kandidátů byla citována Monika Babišová, Monika Hilšerová, Eva Pavlová a Klára Fischerová. Celkem server iDNES.cz citoval deset známých osobností.

Graf č. 10: Rozložení rolí citovaných aktérů Novinky.cz



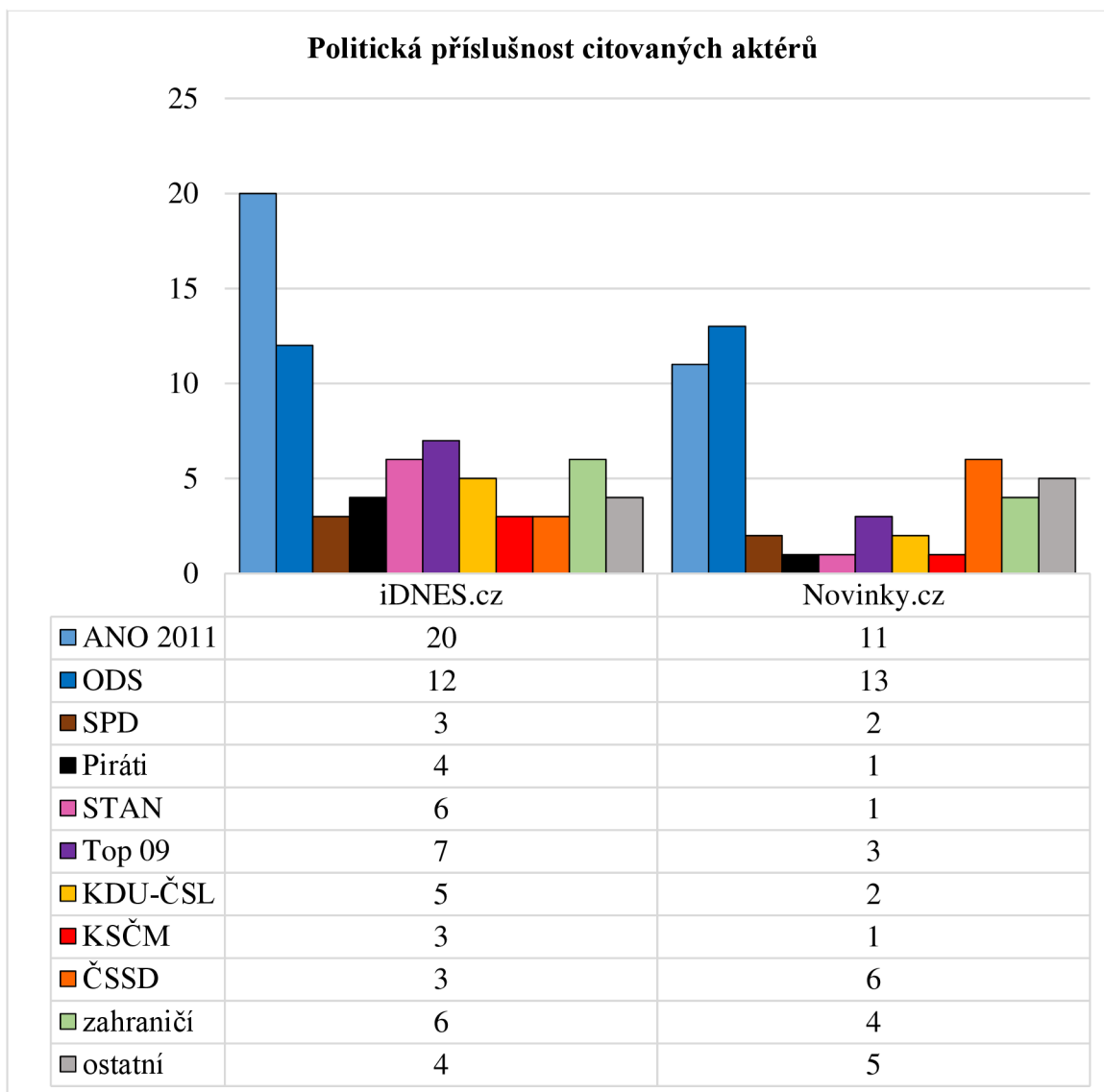
Popisek grafu č. 10: graf znázorňuje procentuální rozprostření rolí aktérů na serveru Novinky.cz. Modrá barva představuje odborníky, oranžová politiky, světle šedá představuje roli úspěšného prezidentského kandidáta celých voleb. Světle žlutá barva zobrazuje neúspěšné prezidentské kandidáty z roku 2023. Fialová barva představuje roli různé, zelená barva roli médií. Tmavě žlutá barva znázorňuje pracovníky médií. Tmavě červená barva zobrazuje procentuální rozprostření rolí rodinných příslušníků prezidentských kandidátů. Tmavě šedá zobrazuje roli známých osobností.

Na serveru *Novinky.cz* bylo citováno 27 odborníků a 55 politiků. Rovněž byl citován Petr Pavel jakožto úspěšný prezidentský kandidát a tři neúspěšní prezidentští kandidáti, tedy Marek Hilšer, Pavel Fischer a Danuše Nerudová. 36 aktérů jsme zakódovali pod kategorií různé. Do kategorie médií spadá 18 aktérů, přičemž *Novinky.cz* citovali 2 pracovníky médií. Z rodin kandidátů byly citovány Monika Babišová a Eva Pavlová, tedy manželky obou postupujících kandidátů. *Novinky.cz* celkově citovaly rovněž 2 známé osobnosti.

Při porovnání obou serverů můžeme z grafů číslo 9 a 10 vyčíst, že hlavní rozdíl spočívá v rozložení aktérů s rolí média, pracovníků médií a aktérů s rolí známé osobnosti. Web *Novinky.cz* použil spíše aktéry s rolí média než samotné mediální pracovníky. *Novinky.cz* také citovaly menší počet členů rodin kandidátů na prezidenta, známých osobností a neúspěšných prezidentských kandidátů než portál *iDNES.cz*. Procentuálně z množství aktérů jednotlivých serverů měly *Novinky.cz* širší výběr odborníků a politiků než na *iDNES.cz* oproti jiným skupinám.

V rámci citovaných aktérů měli největší zastoupení aktéři bez politické příslušnosti, nebo nestraníci, a to v počtu 178 na serveru *iDNES.cz* a 97 na serveru *Novinky.cz*.

Graf č. 11: Politická příslušnost citovaných aktérů



Popisek grafu č. 11: světle modrá barva představuje počet aktérů s politickou příslušností hnutí ANO 2011. Tmavě modrá barva reprezentuje počet aktérů s politickou příslušností Občanské demokratické strany. Hnědá barva znázorňuje aktéry s politickou příslušností ke straně Svoboda a přímá demokracie. Černá barva reprezentuje zastoupení politických příslušníků České pirátské strany. Růžová reprezentuje aktéry politické strany Starostů a nezávislých. Fialová barva zobrazuje aktéry s politickou příslušností Top 09. Žlutá barva reprezentuje KDU-ČSL. Červená barva značí KSČM, oranžová ČSSD. Světle zelená znázorňuje počet aktérů, kteří mají politickou příslušnost, ale jde o zahraniční aktéry. Šedá barva představuje zbytek aktérů s politickou příslušností.

V případě serveru *iDNES.cz*, bylo citováno nejvíce aktérů s politickou příslušností ANO 2011. Nejčastěji byla citována Alena Schillerová, která se vyskytla ve 13 člancích a byla celkově citována 35krát, což odpovídá 3 503 znakům. *Novinky.cz* rovněž nejvíce citovaly v rámci hnutí ANO 2011 Alenu Schillerovou. Celkem se její citace vyskytly v devíti člancích, přičemž jich bylo v celkovém množství 23. To odpovídá 2 601 znakům včetně mezer.

Celkově byli politici hnutí ANO 2011 zastoupeni v rámci citací na serveru *iDNES.cz* v celkovém počtu 10 015 znaků, což odpovídá 5,8 % z celkového počtu znaků citací. Na serveru *Novinky.cz* to bylo 5 262 znaků, což odpovídá 5 % z celkového množství citací daného serveru.

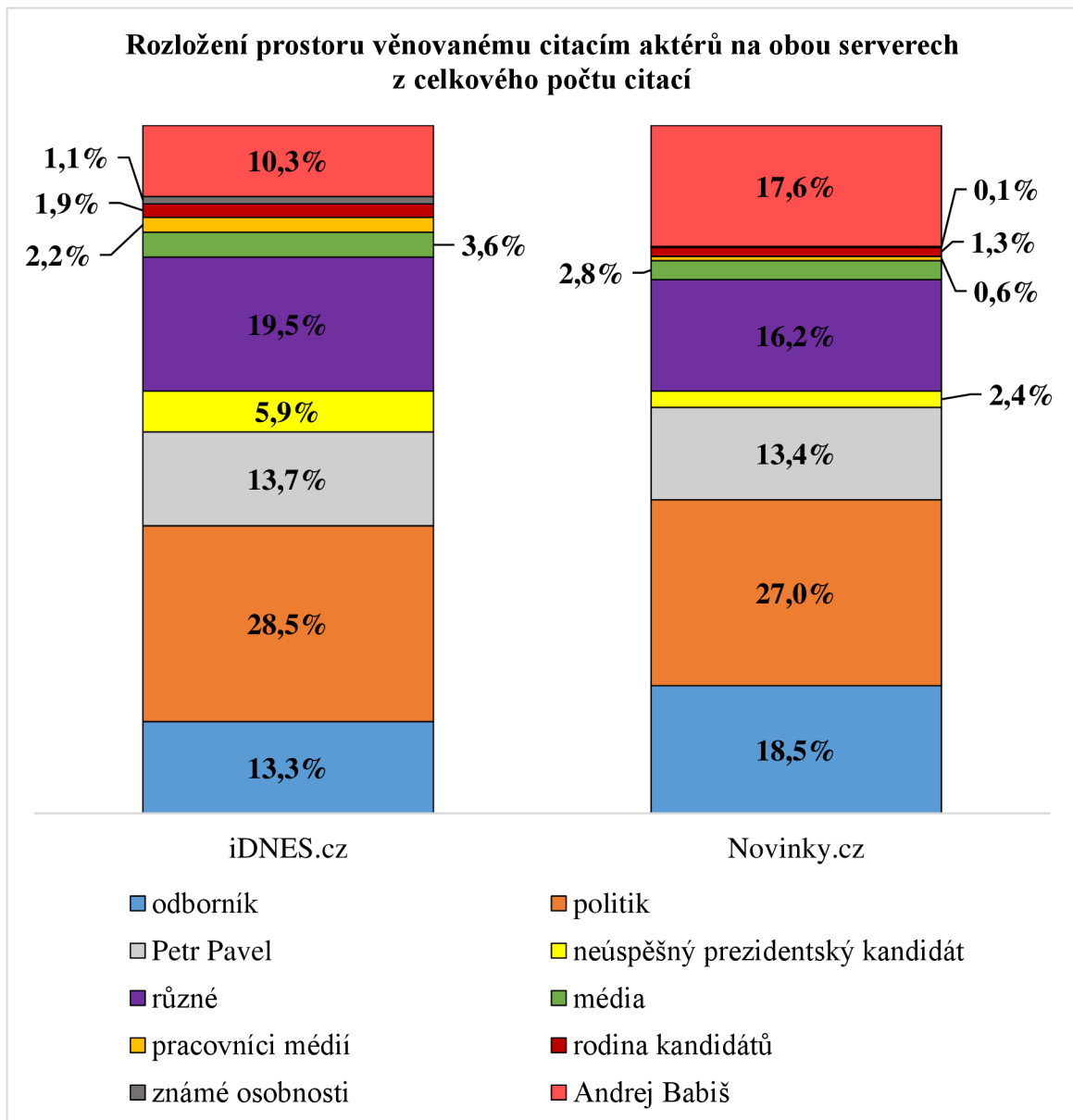
Server *Novinky.cz* měl nejvíce aktérů s politickou příslušností v rámci Občanské demokratické strany. Nejčastěji byl citován Petr Fiala, a to celkově 23krát. Jeho citace se objevily v 6 člancích, přičemž v celkovém počtu se jedná o 3 869 znaků. Server *iDNES.cz* měl na druhém místě nejvíce citovaných aktérů s politickou příslušností Občanské demokratické strany. Rovněž byl nejčastěji citován Petr Fiala a to v 15 člancích. Celkově byl citován 35krát v množství 5 730 znaků včetně mezer.

Celkově byli politici Občanské demokratické strany zastoupeni na serveru *iDNES.cz* v rámci citací v celkovém počtu 13 146 znaků, což odpovídá 7,6 % z celkového počtu znaků. Na serveru *Novinky.cz* to bylo 8 856 znaků, což odpovídá 8,3 % z celkového množství článků.

Oba servery tak mají podobné rozprostření u obou těchto politických stran, přičemž *iDNES.cz* dal o něco více prostoru hnutí ANO 2011 a naopak *Novinky.cz* daly o něco více prostoru Občanské demokratické straně z hlediska citací. Po porovnání aktérů je patrný rozdíl v množství samotných citovaných aktérů, který je nejvýraznější u politiků hnutí ANO 2011.

Další hlavní rozdíl je v množství zastoupení aktérů za Českou pirátskou stranu a za hnutí Starostové a nezávislí, kdy *Novinky.cz* citovaly pouze Víta Rakušana a Jana Lipavského. Oba aktéry citoval i server *iDNES.cz*. Větší zastoupení mají naopak *Novinky.cz* u politické strany Sociální demokracie. Oba servery citovaly shodně za Sociální demokracii pouze Tomáše Petříčka.

Graf č. 12: Rozložení prostoru věnovanému citacím aktérů na obou serverech z celkového počtu citací



Popisek grafu č. 12: Graf znázorňuje procentuální rozprostření prostoru, který byl věnován aktérům rozdělených dle rolí v rámci jejich citací, a to na obou serverech. Modrá barva představuje odborníky, oranžová politiky, světle šedá představuje Petra Pavla. Světle žlutá barva zobrazuje neúspěšné prezidentské kandidáty. Fialová barva představuje roli různé, zelená barva média. Tmavě žlutá barva znázorňuje pracovníky médií. Tmavě červená barva zobrazuje rodinné příslušníky prezidentských kandidátů. Tmavě šedá zobrazuje známé osobnosti. Světle červená zobrazuje prostor v citacích věnovaný Andreji Babišovi.

Z grafu číslo 14 můžeme vyčíst, kolik prostoru servery věnovaly aktérům rozřazených do kategorií z celkového množství citací obou portálů. Největší rozdíl je patrný u prostoru,

který věnoval server *iDNES.cz* a server *Novinky.cz* Andreji Babišovi. Více prostoru mu dal portál *Novinky.cz* a rozdíl tak činí přes sedm procentních bodů. Prostor věnovaný Petru Pavlovi je oproti tomu na obou serverech skoro totožný.

Novinky.cz rovněž mnohem více citovaly odborníky, což odpovídá i procentuálnímu rozložení rolí v grafech číslo 11 a 12. Server *iDNES.cz* věnoval zřejmě větší prostor neúspěšným prezidentským kandidátům a známým osobnostem. To opět odpovídá grafům číslo 11 a 12.

V tabulce číslo 2 jsme uvedli 30 citovaných aktérů a Andreje Babiše dle počtu znaků, který jim byl v celkovém množství věnován na serveru *iDNES.cz*.

Tabulka č. 2: Prostor věnovaný citovaným aktérům na serveru iDNES.cz

jméno	role	politická příslušnost	počet článků	citace	znaky
Petr Pavel	úspěšný prezidentský kandidát	bez/nestraník	44	290	23661
Andrej Babiš	neúspěšný prezidentský kandidát	Ano 2011	53	219	17892
hlas lidu	různé	bez/nestraník	26	124	13953
Petr Fiala	politik	ODS	15	35	5730
Miloš Zeman	politik	bez/nestraník	8	33	5047
Danuše Nerudová	neúspěšný prezidentský kandidát	bez/nestraník	8	27	3595
Alena Schillerová	politik	Ano 2011	13	35	3503
Jana Černochová	politik	ODS	9	27	3388
Jan Kubáček	odborník	bez/nestraník	4	9	2179
Jaroslav Bašta	neúspěšný prezidentský kandidát	SPD	4	9	2065
Miloš Gregor	odborník	bez/nestraník	3	12	1968
Tomio Okamura	politik	SPD	10	13	1824
Jiří Drahoš	politik	STAN	1	8	1761
Jiří Dolejš	politik	KSČM	1	7	1733
Vít Rakušan	politik	STAN	6	13	1673
Jan Graubner	různé	bez/nestraník	1	10	1665
Monika Babišová	rodina kandidátů	bez/nestraník	4	12	1632
Eva Pavlová	rodina kandidátů	bez/nestraník	2	8	1570
Kamil Kopecký	odborník	bez/nestraník	1	7	1407
Radim Dohnal	odborník	bez/nestraník	1	5	1379
Josef Mlejnek	odborník	bez/nestraník	5	12	1323
Jan Lipavský	politik	Piráti	5	9	1320
Ladislav Vrabel	různé	bez/nestraník	2	10	1320
Marek Hilšer	neúspěšný prezidentský kandidát	MHS	3	10	1317
Marian Jurečka	politik	KDU-ČSL	5	6	1295
Pavel Fischer	neúspěšný prezidentský kandidát	bez/nestraník	5	8	1280
Markéta Pekarová Adamcová	politik	Top bez/nestraník ⁹	5	8	1245
Cyril Höschl	odborník	bez/nestraník	1	1	1188
Ivan Bartoš	politik	Piráti	3	7	1173
Tomáš Zima	neúspěšný prezidentský kandidát	bez/nestraník	1	9	1097
Eva Hromádková	různé	bez/nestraník	5	5	1086

Popisek tabulky č. 2: v prvním sloupci tabulky jsou zaznačeny jména 30 aktérů ze serveru iDNES.cz s nejvyšším počtem znaků v rámci svých citací od aktéra s nejvyšším počtem znaků sestupně dolů. Ve druhém sloupci jsou zaznačeny role daných aktérů. Ve třetím jejich politická příslušnost. Ve čtvrtém

je zaznamenán počet článků, ve kterých se vyskytla citace aktérů. V pátém sloupci je zaznačen celkový počet citací aktéra. V posledním sloupci je celkový počet znaků včetně mezer, které jejich citace obsahovaly.

V tabulce číslo 3 jsme uvedli 30 citovaných aktérů a Andreje Babiše dle počtu znaků, který jim byl v celkovém množství věnován na serveru *Novinky.cz*.

Tabulka č. 3: Prostor věnovaný citovaným aktérům na serveru *Novinky.cz*

jméno	role	politická příslušnost	počet článků	citace	znaky
Andrej Babiš	neúspěšný prezidentský kandidát	ANO 2011	65	201	18616
Petr Pavel	úspěšný prezidentský kandidát	bez/nestraník	44	318	14259
Petr Fiala	politik	ODS	6	23	3869
hlas lidu	různé	bez/nestraník	32	51	3159
Miroslav Prchal	různé	bez/nestraník	4	12	3015
Miloš Zeman	politik	bez/nestraník	5	25	2935
Alena Schillerová	politik	ANO 2011	9	23	2601
Martin Buchtík	odborník	bez/nestraník	3	9	2227
Jakub Horák	odborník	bez/nestraník	2	10	2204
Danuše Nerudová	neúspěšný prezidentský kandidát	bez/nestraník	6	17	1925
Roman Kovařík	odborník	bez/nestraník	2	12	1852
Miloslav Lujka	odborník	bez/nestraník	2	7	1704
Alexandr Vondra	politik	ODS	1	9	1590
Miroslav Kalousek	politik	Top 09	3	10	1534
Pavel Pola	různé	bez/nestraník	2	6	1150
Jan Kubáček	odborník	bez/nestraník	1	10	1123
Jan Cieslar	různé	bez/nestraník	2	6	1121
Josef Mlejnek	odborník	bez/nestraník	3	7	1100
Monika Babišová	rodina kandidátů	bez/nestraník	2	4	1005
příznivci Pavla	různé	bez/nestraník	1	3	980
Ladislav Mrklas	odborník	bez/nestraník	2	8	968
Petr Blažek	odborník	bez/nestraník	1	4	953
Tomio Okamura	politik	SPD	4	13	904
Jan Lipavský	politik	Piráti	2	5	902
Karel Pluhař	odborník	bez/nestraník	1	3	902
Tomáš Kostecký	odborník	bez/nestraník	1	5	890
Markéta Pekarová Adamová	politik	Top 09	3	5	873
Ivo Vondrák	politik	ANO 2011	3	9	856
Petr Sokol	odborník	bez/nestraník	1	5	856
Edgars Rinkēvičs	politik	zahraníčí	2	5	835
Jiřina Staruchová	různé	bez/nestraník	1	4	792

Popisek tabulky č. 3: v prvním sloupci tabulky jsou zaznačeny jména 30 aktérů ze serveru Novinky.cz s nejvyšším počtem znaků v rámci svých citací od aktéra s nejvyšším počtem znaků sestupně dolů. Ve druhém sloupci jsou zaznačeny role daných aktérů. Ve třetím jejich politická příslušnost. Ve čtvrtém je zaznamenán počet článků, ve kterých se vyskytla citace aktérů. V pátém sloupci je zaznačen celkový počet citací aktéra. V posledním sloupci je celkový počet znaků včetně mezer, které jejich citace obsahovaly.

Z tabulek číslo 2 a 3 a z grafu číslo 14 nám vyplývá, že Andrej Babiš dostal v rámci citací přepočtených na znaky více prostoru na serveru *Novinky.cz* než na serveru *iDNES.cz*. Tam více prostoru dostal Petr Pavel. Citace Andreje Babiše se na obou portálech objevily v rámci výskytu na článek ze všech citovaných aktérů nejčastěji. V rámci počtu citací byl ovšem Petr Pavel na *Novinky.cz* citován vícrát než Andrej Babiš, byť v přepočtu na znaky dostal Andrej Babiš více prostoru.

Z tabulek číslo 2 a 3 nám rovněž vyplývá, že v daném výběru se celkem překrývá 11 aktérů. Současně můžeme vidět, že server *iDNES.cz* dal mnohem větší prostor citacím „hlasu lidu“, který jak už jsme dříve zmínili, představují hlavně občané České republiky, volební komise či zapisovatelé. Nejvíce prostoru dostal „hlas lidu“ v článku „*Chalupář Petr Pavel je v Čermné jako doma, získal tu 77 procent hlasů*“³⁷.

Oba servery rovněž citovaly aktéry s přímým označením odpůrci a příznivci Andreje Babiše a také příznivci Petra Pavla. Explicitně citoval odpůrce Petra Pavla pouze server *iDNES.cz* a to jednou citací. Na obou serverech dostali více prostoru jmenovitě uvedení příznivci Petra Pavla a odpůrci Andreje Babiše než odpůrci Petra Pavla a příznivci Andreje Babiše.

Hypotéza číslo 3, že Andrej Babiš bude nejčastěji citován a bude mu věnováno více prostoru na serveru *iDNES.cz*, se tak ukázala jako neplatná. Současně se nám ale znovu potvrzuje platnost hypotézy číslo 5 o tematické skladbě článků. Překrývají se nám užité zdroje jakožto citovaní aktéři serverů. Přesto existují rozdíly v rámci množství rolí citovaných aktérů a v prostoru, který jim byl v rámci těchto rolí, věnován. Příkladem je citovaný aktér Miroslav Prchal, kterému server *Novinky.cz* poskytl nejvíce prostoru jakožto pátému v pořadí dle tabulky číslo 3. Miroslav Prchal je ředitelem neziskové společnosti Girasole, o které jsme

³⁷ *Chalupář Petr Pavel je v Čermné jako doma, získal tu 77 procent hlasů*, 2023. Online. In: *iDNES.cz*. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/hradec-kralove/ceska-cermna-volby-prezident-2023-petr-pavel-chalupa.A230114_160309_hradec-zpravy_tuu. [cit. 2024-04-09].

se již dříve zmínili v tematickém zaměření článků. Server *iDNES.cz* se tímto tématem nezabýval a rovněž Miroslava Prchala ani jednou necitoval.

4.6 Role Andreje Babiše

Role Andreje Babiše jsme rozřadili do tří kategorií, které jsou znázorněny v tabulkách číslo 4, 5 a 6. K tomuto rozdělení jsme přistoupili z důvodu lepšího vystínění mediálního obrazu Andreje Babiše. První část rolí jsme vyčlenili na role vyskytující se v citacích aktérů. Předpokládali jsme, že tyto role budou mít expresivnější charakter, protože jde o přímé citace aktérů. Tento předpoklad se potvrdil v případě obou serverů.

Tabulka č. 4: Role Andreje Babiše v citacích aktérů

role	modifikace	výskyt iDNES.cz	výskyt Novinky.cz
předseda hnutí ANO	lídr hnutí ANO	4	2
šéf hnutí ANO	šéf, stranický šéf	0	1
vůdce hnutí ANO		0	0
bývalý premiér	expremiér, bývalý předseda vlády, premiér	11	5
poslanec ANO	poslanec	2	3
politik		0	0
kandidát na prezidenta	kandidát, kandidát na Hrad	25	15
nezávislý kandidát		0	0
protikandidát		1	0
kandidát Zemana	Hradní kandidát	2	2
kandidát hnutí ANO		0	0
bývalý ministr financí	ministr financí	0	0
miliardář		3	2
diplomat		1	0
agent StB	Bureš, agent Bureš, komunistický udavač	9	12
bývalý komunista	bývalý člen KSČ	3	3
ten, kdo šíří strach	straší válkou	6	7
ten, kdo chce mír	chci mír, mírotvůrce, zastánce míru, zachová mír	2	1
podnikatel	obchodník, bývalý podnikatel	3	0
populista	ztělesnění populismu	7	3
lhář	neštítí se lží, člověk, co lže	16	12
zloděj	člověk, co krade	1	4
Andrej Babiš jako zlo	zlo Andrej Babiš, označen za zlo	13	9
manipulátor		3	1

Popisek tabulky č. 4: v prvním sloupci jsou zaznamenány role Andreje Babiše v citacích aktérů, v druhém sloupci jejich modifikace. Třetí sloupec představuje počet výskytů dané role v rámci serveru iDNES.cz a čtvrtý sloupec počet výskytů v rámci portálu Novinky.cz.

Andrej Babiš byl v rámci citací aktérů nejčastěji označován za kandidáta na prezidenta, a to na obou serverech. Jako agent StB nebo jako Bureš byl Andrej Babiš převážně označován v rámci citací obyvatel České republiky nebo přímo v citacích odpůrců. V těchto citacích byl Andrej Babiš také často označován za lháře.

Jako zlo byl nejčastěji Andrej Babiš označován v citacích Danuše Nerudové. Například v článku „*Nerudovou čekal bouřlivý potlesk. Podpořím Pavla, dala jsem ženám naději, řekla*“³⁸ a to ve větě, „*pořád je tady velké zlo. A to zlo se jmenuje Andrej Babiš*“.

Jako manipulátor byl označen v citaci Petra Pavla například v článku „*Chci být prezidentem všech, řekl Babiš. Většina národa vás nechce, opáčil Pavel*“³⁹. V daném článku byl Andrej Babiš Pavlem označen i za například „*chaotického mikromanažera*“. Stejně tak byl v redaktory zvolených citacích Petra Pavla opakovaně označen za kandidáta Miloše Zemana.

V článku „*Pavlovi přistály na účtu miliony. Babišovi desetníky a nadávky*“⁴⁰ byl Andrej Babiš zase označen rolemi „*Bureši, jste zlo, lhář a zloděj*“. Role Andreje Babiše v citacích aktérů se tak na obou portálech příliš nelišily. To odpovídá i shodným aktérům obou serverů a podobné mediální agendě, kdy obě média přikládala důležitost stejným informacím.

Druhou část rolí jsme vyčlenily pro role, které se vyskytly mimo citace aktérů, tedy v textu redakce a v rámci parafrází. Očekávali jsme, že bude převyšovat výskyt rolí s neutrálnějším charakterem, což se také potvrdilo u rolí obou serverů. Skrze parafráze se vyskytly role s expresivnějším charakterem. Jejich počet si při výsledném porovnání odpovídal.

³⁸ *Nerudovou čekal bouřlivý potlesk. Podpořím Pavla, dala jsem ženám naději, řekla*, 2023. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/prezidentske-volby-volebni-stab-danuse-nerudove.A230114_125028_volby_wass. [cit. 2024-04-10].

³⁹ *Chci být prezidentem všech, řekl Babiš. Většina národa vás nechce, opáčil Pavel*, 2023. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/volba-prezidenta-prezidentsky-duel-ceske-televize-petr-pavel-andrej-babis.A230122_180200_volby_kop. [cit. 2024-04-10].

⁴⁰ *Pavlovi přistály na účtu miliony. Babišovi desetníky a nadávky*, 2023. Online. In: Novinky.cz. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-pavlovi-pristaly-na-uctu-miliony-babisovi-desetniky-a-nadavky-40420133>. [cit. 2024-04-10].

Tabulka č. 5: Role Andreje Babiše mimo citace aktérů

role	modifikace	výskyt iDNES.cz	výskyt Novinky.cz
předseda hnutí ANO	lídr hnutí ANO	62	38
šéf hnutí ANO	šéf, stranický šéf	54	51
vůdce hnutí ANO		0	0
bývalý premiér	expremiér, bývalý předseda vlády, premiér	92	79
poslanec ANO	poslanec	5	20
politik		1	3
kandidát na prezidenta	kandidát, kandidát na Hrad	154	119
nezávislý kandidát		1	1
protikandidát		16	12
kandidát Zemana	Hradní kandidát	0	0
kandidát hnutí ANO		2	2
bývalý ministr financí	ministr financí	0	14
miliardář		2	13
diplomat		4	3
agent StB	Bureš, agent Bureš, komunistický udavač	1	9
bývalý komunista	bývalý člen KSČ	5	4
ten, kdo šíří strach	straší válkou	6	7
ten, kdo chce mír	chci mír, mírotvůrce, zastánce míru, zachová mír	3	2
podnikatel	obchodník, bývalý podnikatel	0	0
populista	ztělesnění populismu	1	4
lhář	neštítí se lží, člověk, co lže	1	8
zloděj	člověk, co krade	0	2
Andrej Babiš jako zlo	zlo Andrej Babiš, označen za zlo	7	8
manipulátor		0	0

Popisek tabulky č. 5: v prvním sloupci jsou zaznamenány role Andreje Babiše v mimo citace aktérů, v druhém sloupci jejich modifikace. Třetí sloupec představuje počet výskytů dané role v rámci serveru iDNES.cz a čtvrtý sloupec počet výskytů v rámci portálu Novinky.cz.

Mimo citace, tedy v rámci parafrází a zbytku textu, byl Andrej Babiš nejčastěji označován za kandidáta na prezidenta. Server iDNES.cz pak častěji označoval Andreje Babiše za předsedu hnutí ANO a naopak portál Novinky.cz Andreje Babiše častěji označoval jako šéfa hnutí ANO. Role šéf hnutí ANO může rovněž evokovat negativní konotace v souvislosti

s větší mírou kontroly. Oproti tomu role předseda či lídr hnutí ANO může mít více neutrální a profesionální konotaci.

Stejně tak *Novinky.cz* Andreje Babiše označovaly vícekrát jako poslance a jako miliardáře. Nárůst označení miliardář lze ale přičíst opakovanému výskytu infoboxu ve vícero článcích.

Portál *iDNES.cz* pak v žádném článku nereferoval o Andreji Babišovi jako o bývalém ministrovi financí. *Novinky.cz* o Babišovi referovaly jako o ministrovi financí ale převážně v infoboxu. Jde tedy o stejnou situaci jako u role miliardář. Stejně tak byl na serveru *Novinky.cz* Andrej Babiš častěji označován mimo citace za lháře a populistu. Také byl více označován jako agent StB. Server *iDNES.cz* spojoval Andreje Babiše z hlediska komunistické minulosti s neutrálnějším označením, tedy s rolí bývalý komunista.

Jako populistický politik byl označen například v článku „*Babišův projev vyděsil i politology: Chce odradit voliče Pavla*“⁴¹. Často se objevoval i parafrázovaný výrok Danuše Nerudové, že je Andrej Babiš zlo, a to na obou serverech stejně jako v případě citací.

Třetí kategorií jsou role Andreje Babiše v jeho vlastních citacích. Tato kategorie měla umožnit přinést ucelenější pohled na citace Andreje Babiše a na role, které se v těchto citacích objevují. Předpokládali jsme, že v těchto citacích by se mohlo odrazit to, jak si Andrej Babiš přeje, aby ho společnost viděla. Proto by tyto citace mohly mít pozitivnější charakter než u předchozích dvou kategorií. Nepřítomnost takových rolí by pak také mohla nastínit způsob výběru citací Andreje Babiše.

U obou portálů se nevyskytly v citacích Andreje Babiše role s negativní konotací. Role s více pozitivní konotací se ale více vyskytly u serveru *iDNES.cz*. K tomu, abychom ale mohli určit důvody zvolení nebo nezvolení daných rolí, bychom museli kupříkladu vést kvalitativní rozhovory s jednotlivými členy redakcí. Ty by nám přinesly podrobnější vhled do fungování redakcí a mohly znatelněji poukázat i na případný vliv vlastnictví.

⁴¹ *Babišův projev vyděsil i politology: Chce odradit voliče Pavla*, 2023. Online. In: *Novinky.cz*. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/volby-prezidenta-babisuv-projev-vydesil-i-politology-chce-odradit-volice-pavla-40420036>. [cit. 2024-04-10].

Tabulka č. 6: Role Andreje Babiše v jeho citacích

role	modifikace	výskyt iDNES.cz	výskyt Novinky.cz
nezávislý kandidát		2	0
mluvčí občanů/lidu	ten, kdo hájí zájmy lidu, ochránce lidu, pomáhá lidem	8	0
diplomat		14	10
bývalý komunist	bývalý člen KSČ, komunist, člověk s komunistickou minulostí	1	1
ten, kdo chce mír	chci mír, mírotvůrce, zastánce míru, zachová mír	8	14
kandidát hnutí ANO		0	1

Popisek tabulky č. 6: v prvním sloupci jsou zaznamenány role Andreje Babiše v mimo citace aktérů, v druhém sloupci jejich modifikace. Třetí sloupec představuje počet výskytů dané role v rámci serveru iDNES.cz a čtvrtý sloupec počet výskytů v rámci portálu Novinky.cz.

U serveru iDNES.cz převažuje role diplomata kvůli opakovanému citování hesla, které Andrej Babiš použil ve své kampani. „*Nezavleču Česko do války. Jsem diplomat. Ne voják*“. Později se po vlně kritiky, která se zobrazila i v tematickém rozložení článků, omluvil a uvedl, že místo slova voják mělo být použito slovo generál. Role diplomat se tak objevuje i u serveru Novinky.cz v podobném množství.

Jako nezávislý kandidát byl Andrej Babiš označen ve dvou případech, a to na portálu iDNES.cz v článcích „*Nové kolo boje o Hrad: Pavel vyrazí do krajů, Babiš vytahuje minulost*“⁴² a v „*Já nejsem rozvědčík, chystají na mě špínu o KGB, čeká Babiš tvrdou kampaň*“⁴³. V obou případech se označuje za „*jediného nezávislého kandidáta, nezkorumpovatelného*“. Naopak na serveru Novinky.cz byl označen za kandidáta hnutí ANO.

Stejně tak se vyskytuje role osoby, která pomáhá a chrání zájmy lidu. V této souvislosti šlo o další heslo z kampaně, ale i o přímé užití v jiných citacích Andreje Babiše

⁴² *Nové kolo boje o Hrad: Pavel vyrazí do krajů, Babiš vytahuje minulost*, 2023. Online. In: iDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/prezidentsti-kandidati-petr-pavel-a-andrej-babis-druhe-kolo-kampan.A230114_164539_volby_vank. [cit. 2024-04-10].

⁴³ *Já nejsem rozvědčík, chystají na mě špínu o KGB, čeká Babiš tvrdou kampaň*, 2023. Online. In: iDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/andrej-babis-prezidentske-volby-volebni-stab.A230113_151801_volby_misl. [cit. 2024-04-10].

jako je tomu u již zmíněného článku „*Nové kolo boje o Hrad: Pavel vyrazí do krajů, Babiš vytahuje minulost*“.⁴⁴ U portálu *Novinky.cz* jsme tuto roli nezaznamenali.

V rámci role bývalý komunista byl Andrej Babiš na serveru *Novinky.cz* označen za obyčejného člena této strany. Na serveru *iDNES.cz* za „*jen řádového komunistu*“. Oba články pojednávají o průběhu předvolební debaty na České televizi.

Hypotéza číslo 7, že *Novinky.cz* budou Andreji Babišovi přisuzovat více rolí, je neplatná. V případě citací aktérů jsme nezaznamenali výrazný rozdíl. V citacích Andreje Babiše mu více rolí přisoudil server *iDNES.cz*. V rámci rolí mimo citace je hypotéza platná pouze u role bývalého ministra financí. Je to dáno ale především opakovaným výskytem role v infoboxu.

V návaznosti na kapitolu reprezentace v teoretické části můžeme z dosažených výsledků vyvodit i to, že Andrej Babiš byl na obou serverech typizován jako politik, a to mimo citace jednotlivých aktérů. Stejně tak se objevuje typ populista a manipulátor. V rámci citací byl Andrej Babiš stereotypizován především jako lhář nebo zloděj. Také jsme na obou serverech zaznamenali archetypní roli „Andrej Babiš jako zlo“, tedy zlo, které je nutné porazit.

U samotných citací Andreje Babiše jsme vyzorovali archetypní prvky u rolí mluvčího občanů a zastávce míru. Obě role mají pro Andreje Babiše pozitivní konotaci a vzbuzují dojem archetypního hrdiny.

⁴⁴ *Nové kolo boje o Hrad: Pavel vyrazí do krajů, Babiš vytahuje minulost*, 2023. Online. In: *iDNES.cz*. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/prezidentsti-kandidati-petr-pavel-a-andrej-babis-druhe-kolo-kampan.A230114_164539_volby_vank. [cit. 2024-04-10].

5 Diskuze

Hlavním cílem této práce bylo porovnat mediální obraz Andreje Babiše na zpravodajských serverech *iDNES.cz* a *Novinky.cz* během prezidentských voleb 2023. Tyto dva portály jsme zvolili záměrně, protože Andrej Babiš byl v dané době majetkově napojen na server *iDNES.cz*. Portál *Novinky.cz* má pak srovnatelnou návštěvnost jako server *iDNES.cz*. Oba weby měly v dané době odlišné vlastníky, což nám částečně umožnilo zkoumat potenciální vliv vlastníka na výsledný mediální produkt.

Jako výzkumnou metodu jsme zvolili kvantitativní obsahovou analýzu. Během analýzy jsme nenarazili na výraznější obtíže. Podařilo se nám odhadnout tematické zaměření článků i role aktérů, kteří se budou v článcích vyskytovat. Při kódování jsme pouze rozšířili proměnné pro kategorii role Andreje Babiše. Také jsme vytvořili novou kategorii, která se zvláště zaměřila na role Andreje Babiše v jeho citacích. Zvolenou metodu proto považujeme za vhodnou vzhledem k tématu i samotnému cíli naší práce.

V metodologické části jsme stanovili dvě hlavní výzkumné otázky a tři vedlejší výzkumné otázky.

- **HVO1: Jak vybrané internetové servery zobrazovaly Andreje Babiše jako kandidáta na prezidenta České republiky v období prezidentských voleb?**
- VVO1: S jakými tématy bude osoba Andreje Babiše v článcích nejčastěji spojována?
- VVO2: Jací aktéři budou ve vybraných článcích nejčastěji citováni?
- **HVO2: Zda a jak se liší mediální obraz Andreje Babiše na vybraných serverech?**
- VVO3: Na jakém serveru se bude Andrej Babiš objevovat častěji?

Následně jsme stanovili sedm hypotéz.

- *H1: Osoba Andreje Babiše bude nejčastěji spojována s tématem prezidentských voleb.*
- *H2: Předpokládáme, že všechny námi zkoumané články budou obsahovat téma prezidentských voleb, přičemž počet článků, kde byly prezidentské volby hlavním tématem, bude převažovat.*
- *H3: V článcích serveru iDNES.cz bude nejčastěji citován Andrej Babiš.*
- *H4: Předpokládáme, že více prostoru dostal Andrej Babiš na serveru iDNES.cz.*
- *H5: Tematická skladba článků se na jednotlivých zpravodajských webech nebude výrazně lišit.*

- *H6: Předpokládáme, že v případě, kdy bude na fotografii zachycen Andrej Babiš, bude se jednat nejčastěji o fotografie zobrazující Andreje Babiše v kampani, a to na obou serverech.*
- *H7: Novinky.cz budou Andreji Babišovi přisuzovat více rolí než server iDNES.cz.*

Po porovnání hlavních a vedlejších témat jsme ověřili platnost hypotéz 1 a 5. Obě se ukázaly jako platné. Prezidentské volby byly pro oba portály z hlediska gatekeepingu nejzajímavější událostí. Současně volba prezidenta splňuje hned několik zpravodajských hodnot, jako je například aktuálnost nebo personalizace. Určující tak pro nás byla témata vedlejší. Ta nám ukázala, že oba portály sdílí podobnou mediální agendu. Tu potvrzuje i výběr zdrojů. Servery měly jednak své vlastní citované aktéry, ale i velkou část zdrojů sdílely. Stejně tak přejímaly informace od České tiskové kanceláře, což z části také ovlivnilo podobnou tematickou skladbu článků. Podobnost tematického rozložení se nám potvrdila i při bližším zaměření se na titulky obsahující jméno Andreje Babiše. Objevily se pouze menší odlišnosti, které jsme vypožorovali už při obecném porovnání tematické struktury článků. V rámci intermediální agendy by bylo rovněž zajímavé zaznamenat odkazy v textu zkoumaných článků na převzaté informace z textů jiných médií.

Naopak jako z části neplatná se ukázala hypotéza 2. Téma prezidentských voleb jakožto hlavní téma sice převažovalo, ale ne všechny články na obou portálech téma prezidentských voleb obsahovaly.

Co se týče prostoru věnovaného Andreji Babišovi, je hypotéza 4 platná. Více prostoru dostal Andrej Babiš skrze celkový počet i průměrnou délku článků na serveru *iDNES.cz*. Pokud bychom se ale zaměřili čistě na prostor věnovaný Andreji Babišovi coby hlavnímu aktérovi, ukázala by se hypotéza jako neplatná. *Novinky.cz* Andreje Babiše uváděly častěji jako hlavního aktéra.

Jako platná se ukázala i hypotéza 6. Po zvážení by bylo ale nejspíš vhodné více zanalyzovat užití fotografie. Mohli jsme zjistit, jak často se fotografie opakují, a jestli servery využívají spíše koláže či samostatné fotografie. Rovněž by se při této příležitosti mohl rozlišit počet fotografií a počet videí a podrobněji se zaměřit na to, kdo všechno se na fotografiích a videích vyskytuje. V případě videí by bylo možné zkoumat i aktéry videa a jejich promluvy. Například, zda se ve videu objevuje reportér, a jestli Andreji Babišovi přisuzuje nějaké role. Vzhledem k celkovému množství článků by to bylo ale příliš časově náročné.

Hypotéza 7 zabývající se rolemi Andreje Babiše, se ukázala platná jen z části, a to v případě kategorie role Andreje Babiše mimo citace aktérů. Naopak více rolí měl Andrej Babiš ve svých vlastních citacích na serveru *iDNES.cz*. Současně šlo o role s pozitivní konotací pro kampaň Andreje Babiše, které *Novinky.cz* nezohlednily.

Neplatná byla pak hypotéza 3, kdy byl Andrej Babiš nejčastěji citován naopak na serveru *Novinky.cz*. V celkovém prostoru, který zaujímaly citace Andreje Babiše, byl pak rozdíl mezi portály o to výraznější. Naopak u Petra Pavla byl věnovaný prostor jeho citacím na obou serverech velmi podobný. To samé platí i pro dvě nejvíce zastoupené politické strany na obou serverech, tedy hnutí ANO 2011 a Občanskou demokratickou stranu. Jejich pokrytí z hlediska prostoru citací jsme porovnali kvůli tomu, že je Andrej Babiš lídrem hnutí ANO. Z hlediska potenciálního vlivu vlastnictví na mediální obsah se tak i v návaznosti na výsledky studie „*I Know Which Devil I Write for*”: *Two Types of Autonomy Among Czech Journalists Remaining in and Leaving the Prime Minister's Newspapers*“, může nabízet výklad rozdílu jako důsledek kritického postoje samotných novinářů k Andreji Babišovi. Vliv vlastníků na mediální obsah nelze ale za pomoci kvantitativní obsahové analýzy zcela pokrýt. V takovém případě by bylo potřebné vést rozhovory s jednotlivými redaktory a pochopit tak vnitřní struktury médií a způsob práce během prezidentských voleb v roce 2023. Stejně tak se nabízí možnost zahrnutí do analýzy i publicistické články, které by mohly znatelněji ukázat názory samotných novinářů k osobě Andreje Babiše.

Můžeme tak říci, že oba servery zobrazovaly Andreje Babiše podobným způsobem. Babiš byl především spojován s tématem prezidentských voleb a s vedlejšími tématy zahraniční politika mimo EU a obrana a vojenství. Vyskytlo se i několik drobných odchylek v tematické skladbě a v prostoru citovaných aktérů. *Novinky.cz* poskytly velký prostor řediteli hospicu, který vrátil finanční dar nadaci Agrofert. Naopak *iDNES.cz* věnoval prostor demonstraci Ladislava Vrabely a jeho podpoře Andreje Babiše coby kandidáta na prezidenta. Nejzásadnější rozdíl ale představuje prostor věnovaný citacím Andreje Babiše, který je na serveru *iDNES.cz* menší než na *Novinky.cz*.

6 Závěr

Hlavním cílem této práce byla komparace mediálního obrazu Andreje Babiše na zpravodajských portálech *iDNES.cz* a *Novinky.cz*. Tyto dva servery jsme zvolili záměrně, protože v době zkoumání jsme mohli Andreje Babiše majetkově propojit s portálem *iDNES.cz*. Server *Novinky.cz* jsme zvolili jednak kvůli odlišnému vlastnictví, ale i kvůli tomu, že se také jedná o zpravodajský web stejně jako v případě serveru *iDNES.cz*. Portály jsou si současně podobné i z hlediska rubrik a jejich návštěvnost je na srovnatelné bázi. Z toho důvodu jsme předpokládali, že by mohla obě média přikládat důležitost podobným tématům.

Jako výzkumnou metodu jsme zvolili kvantitativní obsahovou analýzu, díky které se nám podařilo ověřit platnost nebo neplatnost všech sedmi námi stanovených hypotéz a rovněž jsme zodpověděli výzkumné otázky. Platné se ukázaly hypotézy 1, 4, 5 a 6. Z části platné jsou hypotézy 2 a 7. Jako zcela neplatná se ukázala hypotéza 3.

Komerčně vlastněná média často zrcadlí zájmy svých vlastníků, což může omezovat autonomii novinářů a vyústit v omezení kritického zpravodajství. Majitelé totiž mohou ovlivňovat obsah médií přímo či nepřímo a výsledkem může být posilování politického vlivu daného majitele nebo posílení jeho dalších zájmů. Stejně tak vliv vlastnictví může způsobit i zaujatost redaktorů vůči majiteli média. Andrej Babiš byl se serverem *iDNES.cz* majetkově nepřímo spojen, jak jsme poukázali v kapitole Charakteristika Andreje Babiše. Z tohoto důvodu jsme se rozhodli zjistit, zda média nevytváří odlišné mediální obrazy Andreje Babiše.

Komparace zpravodajských webů ukázala, že mediální obraz Andreje Babiše se téměř na daných portálech neliší. V kontextu jevů priming a framing lze říci, že mediální obraz Andreje Babiše byl primárně rámcován v souvislosti s prezidentskými volbami. Stejně tak byl ale rámcován především v souvislosti s tématem zahraniční politiky mimo Evropskou unii a také s tématem obrany a vojenství. Obě média tak intenzivněji zdůrazňovala jeho aktivity a postoje v těchto dvou oblastech a menší pozornost věnovala naopak jeho aktivitám a postojům v oblasti ekonomiky a financí. Kupříkladu server *iDNES.cz* zcela opominul jeho roli bývalého ministra financí. Média tak spíše zdůraznila pravomoci a povinnosti prezidenta České republiky v souvislosti se zastupováním státu, nebo z hlediska postu vrchního velitele ozbrojených sil. Ekonomickému charakteru role prezidenta republiky, jako je například jmenování členů Bankovní rady České národní banky, média tolik pozornosti nevěnovala. Tento způsob reprezentace Babiše v médiích mohl mít vliv na rozhodování voličů.

Tematicky se ale servery věnovaly stejným oblastem až na drobné odchylky. To znamená, že se oba servery zabývaly stejnými událostmi v námi vymezeném období. Dané období, tedy od 13. 01. 2023 od 14.00 hodin včetně do 28. 01. 2023 14.00 hodin včetně, nám rovněž poskytlo dostatečné množství článků k analýze.

Servery vykazaly užití stejných aktérů citací, i užití citací aktérů, které druhý zpravodajský server nepoužil. Oba portály přejímaly informace z České tiskové kanceláře. Agenda médií tak byla velmi podobná a v mnoha aspektech se dokonce překrývala. Tím tato témata mohla získat na větší důležitosti v očích veřejnosti. Na analýzu lze v budoucnu navázat dalšími výzkumy.

7 Seznam pramenů

iDNES.cz v období od 13. ledna 2023 od 14.00 hodin včetně do 28. ledna 2023 do 14.00 hodin včetně.

Novinky.cz v období od 13. ledna 2023 od 14.00 hodin včetně do 28. ledna 2023 do 14.00 hodin včetně.

8 Seznam použitých zdrojů

8.1 Publikace a odborné články

ALTHEIDE, David L. a SNOW, Robert P., 1979. *Media Logic*. United States of America: SAGE Publications. ISBN 0-8039-1296-X.

ARCHER, Allison M. a CLINTON, Joshua, 2018. Changing Owners, Changing Content: Does Who Owns the News Matter for the News? Online. *Political Communication*. 2018-07-03, roč. 35, č. 3, s. 353-370. ISSN 1058-4609. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1375581>. [cit. 2024-04-07].

BALČYTIENĚ, Auksė; BAJOMI-LÁZÁR, Péter; ŠTĚTKA, Václav a SÜKÖSD, Miklós, 2015. Oligarchization, de-Westernization and vulnerability: Media between democracy and authoritarianism in Central and Eastern Europe. Online. *Journal of Media, Cognition and Communication*. Roč. 3, č. 1, s. 119-141. ISSN 2245-9855. Dostupné z: <https://tidsskrift.dk/mef-journal/article/view/28712/25164>. [cit. 2024-04-07].

BALMAS, M. a SHEAFER, T., 2010. Candidate Image in Election Campaigns: Attribute Agenda Setting, Affective Priming, and Voting Intentions. Online. *International Journal of Public Opinion Research*. 2010-06-01, roč. 22, č. 2, s. 204-229. ISSN 0954-2892. Dostupné z: <https://doi.org/10.1093/ijpor/edq009>. [cit. 2024-04-07].

BEDNAŘÍK, Petr; JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara, 2019. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. 2., upravené a doplněné vydání. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-0553-3.

BERGER, Peter L. a LUCKMANN, Thomas, 1999. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii věděni*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury. ISBN 80-85959-46-1.

BOORSTIN, Daniel J., 1992. *The image: a guide to pseudo-events in America*. 25th anniversary edition. New York: Vintage Books, a division of Random House. ISBN 978-0-679-74180-0.

DAHMEN, Nicole Smith, 2020. Behavior notwithstanding: Person perception and news photographs of the two leading candidates in the 2016 presidential election. Online. *Newspaper Research Journal*. Roč. 41, č. 2, s. 146-159. ISSN 0739-5329. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/0739532920919829>. [cit. 2024-04-07].

- EHRlich, Matthew C., 1995. The competitive ethos in television newswork. Online. *Critical Studies in Mass Communication*. Roč. 12, č. 2, s. 196-212. ISSN 0739-3180. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/15295039509366931>. [cit. 2024-04-16].
- ENTMAN, Robert M., 1993. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. Online. *Journal of Communication*. 1993-12-01, roč. 43, č. 4, s. 51-58. ISSN 0021-9916. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>. [cit. 2024-04-07].
- GALTUNG, Johan a RUGE, Mari Holmboe, 1965. The Structure of Foreign News. Online. *Journal of Peace Research*. Roč. 2, č. 1, s. 64-90. ISSN 0022-3433. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/002234336500200104>. [cit. 2024-04-07].
- GANS, Herbert J., 2004. *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. 25th anniversary edition. Evanston, Illinois: Northwestern University Press. ISBN 0-8101-2237-5.
- GITLIN, Todd, 1980. *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*. 1. United States of America: University of California Press. ISBN 9780520038899.
- HASTIE, Reid a PARK, Bernadette, 1986. The relationship between memory and judgment depends on whether the judgment task is memory-based or on-line. Online. *Psychological Review*. Roč. 93, č. 3, s. 258-268. ISSN 1939-1471. Dostupné z: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.93.3.258>. [cit. 2024-04-07].
- IYENGAR, Shanto a KINDER, Donald R., 1987. *News that matters: Television and American Opinion*. Reprint edition. University of Chicago Press. ISBN 0226388565.
- KAHNEMAN, Daniel; SLOVIC, Paul a TVERSKY, Amos, 1982. *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*. United States of America: Cambridge University Press. ISBN 978-0-521-28414-1.
- KIDD, Mary Anna, 2016. Archetypes, Stereotypes and Media Representation in a Multi-cultural Society. Online. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. Roč. 236, s. 25-28. ISSN 18770428. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.12.007>. [cit. 2024-04-07].
- KOTISOVA, Johana a CÍSAŘOVÁ, Lenka W., 2023. “I Know Which Devil I Write for”: Two Types of Autonomy Among Czech Journalists Remaining in and Leaving the Prime

Minister's Newspapers. Online. *The International Journal of Press/Politics*. Roč. 28, č. 1, s. 238-256. ISSN 1940-1612. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/19401612211045229>. [cit. 2024-04-07].

KRIPPENDORFF, Klaus, 2004. *Content analysis: an introduction to its methodology*. 2nd ed. Thousand Oaks: Sage Publications. ISBN 978-0-7619-1545-4.

LACEY, Nick, 1998. *IMAGE AND REPRESENTATION Key Concepts in Media Studies*. New York: St. Martin's Press. ISBN 978-0-312-21203-2.

LEE, Yoomin a MIN, Young, 2020. Attribute agenda setting and affective priming in a South Korean election: how media descriptions of candidate attributes affect political decision-making. Online. *Asian Journal of Communication*. 2020-01-02, roč. 30, č. 1, s. 20-38. ISSN 0129-2986. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/01292986.2019.1688364>. [cit. 2024-04-07].

LIPPMANN, Walter, 1998. *Public opinion: With a New Introduction by Michael Curtis*. 2. print. New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers. ISBN 9781560009993.

MCCOMBS, Maxwell E., 2009. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-591-2.

MCCHESENEY, Robert Waterman, 2009. *Problém médií: jak uvažovat o dnešních médiích*. Všeň: Grimmus. ISBN 978-80-902831-2-1.

SHOEMAKER, Pamela J. a REESE, Stephen D., 1996. *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. Second Edition. New York: Longman Publishers. ISBN 0-8013-1251-5.

SHOEMAKER, Pamela J. a REESE, Stephen D., 2014. *Mediating the Message in the 21st Century: a Media Sociology Perspective*. Third Edition. New York: Routledge, Taylor & Francis Group. ISBN 978-0-415-98913-8.

SHOEMAKER, Pamela J. a VOS, Timothy, 2009. *Gatekeeping Theory*. Online. Routledge. ISBN 9780203931653. Dostupné z: <https://doi.org/10.4324/9780203931653>. [cit. 2024-04-07].

SCHERER, Helmut, 2004. Úvod do metody obsahové analýzy. In: SCHULZ, Winfried a REIFOVÁ, Irena. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2., přeprac. vyd. Praha: Karolinum, s. 29-50. ISBN 80-246-0827-8.

SCHEUFELE, Dietram A., 2000. Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited: Another Look at Cognitive Effects of Political Communication. Online. *Mass Communication and Society*. 2009-11-17, roč. 3, č. 2-3, s. 297-316. ISSN 1520-5436. Dostupné z: https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0323_07. [cit. 2024-04-07].

SCHULZ, Winfried, 2000. Funkce a důsledky politické komunikace. In: JÍRÁK, Jan a ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, s. 24-40. ISBN 80-246-0182-6.

SCHULZ, Winfried a REIFOVÁ, Irena, 2004. Analýza obsahu mediálních sdělení. 2., přeprac. vyd. Praha: Karolinum. ISBN 80-246-0827-8.

TRAMPOTA, Tomáš a NEČAS, Vlastimil, 2007. Intermediální agenda českých médií. *Naše společnost*. Roč. 5, č. 2, s. 12-19. ISSN 1214438X.

VLASATÁ, Zuzana a PATOČKA, Jakub, 2017. *Žlutý baron: skutečný plán Andreje Babiše: zřídít stát jako firmu*. V Brně: Referendum. ISBN 978-80-270-1674-7.

VOLEK, Jaromír, 2013. Mediální obraz ve volební kampani: první prezidentská volba v médiích jako ritualizované (melo)drama o hledání aristokrata plebejce. Online. *Mediální obraz politiky (a): Sborník 22. konference člověk a média*. S. 5-18. Dostupné z: http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2013_jaro.pdf. [cit. 2024-04-07].

8.2 Další internetové články a zdroje

3:0 v neprospěch Babiše. Proč premiér neuspěl u slovenského Nejvyššího soudu kvůli evidenci u StB, 2023. Online. In: IROZHLAS.cz. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/andrej-babis-evidence-stb-rozsudek-spatna-institute-ministerstvo-vnitra_2310301118_vtk. [cit. 2024-04-07].

Aktualizovaná mapa vlastníků českých médií 2023 | *MediaGuru*, 2023. Online. *Mediaguru.cz*. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/03/aktualizovana-mapa-vlastniku-ceskych-medii-2023/>. [cit. 2024-04-08].

Andrej Babiš - 100 nejbohatších Čechů 2023 — *Forbes*, 2023. Online. *Forbes.cz*. Dostupné z: <https://forbes.cz/lists/nc23/andrej-babis/>. [cit. 2024-04-08].

Andrej Babiš: Životopis, kauzy a volby 2023, 2023. Online. In: *Novinky.cz*. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/tag/andrej-babis-11041>. [cit. 2024-04-08].

Babiš chválil za kampaň Tünde Bartha. Kdo je pravá ruka šéfa ANO, 2023. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/tunde-bartha-andrej-babis-volby-kampan-kanclerka.A230114_175619_volby_lisv. [cit. 2024-04-09].

Babiš nakonec navštívil i Pražské Jezulátko. Před Bohem jsme si rovni, mini, 2023. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/andrej-babis-jezulatko-kostel-korunovacni-klenoty.A230117_162633_domaci_pukk. [cit. 2024-04-08].

Babiš si za rok polepsil o 62 miliard, 2023. Online. In: Novinky.cz. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/ekonomika-babis-si-za-rok-polepsil-o-62-miliard-40445635>. [cit. 2024-04-08].

Babišův projev vyděsil i politology: Chce odradit voliče Pavla, 2023. Online. In: Novinky.cz. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/volby-prezidenta-babisuv-projev-vydesil-i-politology-chce-odradit-volice-pavla-40420036>. [cit. 2024-04-10].

Chalupář Petr Pavel je v Čermné jako doma, získal tu 77 procent hlasů, 2023. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/hradec-kralove/ceska-cermna-volby-prezident-2023-petr-pavel-chalupa.A230114_160309_hradec-zpravy_tuu. [cit. 2024-04-09].

Chci být prezidentem všech, řekl Babiš. Většina národa vás nechce, opáčil Pavel, 2023. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/volba-prezidenta-prezidentsky-duel-ceske-televize-petr-pavel-andrej-babis.A230122_180200_volby_kop. [cit. 2024-04-10].

Co jiného čekat od agenta Bureše, reagoval Kalousek na Babišovu žalobu, 2013. Online. In: Novinky.cz. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-co-jineho-cekat-od-agenta-burese-reagoval-kalousek-na-babisovu-zalobu-203569>. [cit. 2024-04-07].

Co všechno by musel Babiš vyvrátit, aby přestal být Burešem, 2022. Online. In: Seznam zprávy.cz. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/zahranicni-stredni-evropa-cejchu-agenta-burese-se-babis-hned-tak-nezbavi-pritezuji-mu-tri-dokumenty-206137>. [cit. 2024-04-07].

Domov pro seniory vrátil Agrofertu dar. Nechce být součástí Babišovy kampaně, 2023. Online. In: Novinky.cz. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-domov-pro-seniory-vratil-agrofertu-dar-nechce-byt-soucasti-babisovy-kampane-40420854>. [cit. 2024-04-09].

Francouzské úřady dál vyšetřují Babiše kvůli praní peněz a daňovým únikům, 2023. Online. In: Novinky.cz. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/volby-prezidenta-francouzske-urady-dal-vysetruji-babise-kvuli-prani-penez-a-danovym-unikum-40420436>. [cit. 2024-04-09].

GemiusRating, 2022. Online. Gemius.com. Dostupné z: <https://rating.gemius.com/cz/tree/2>. [cit. 2024-04-08].

GemiusRating, 2023. Online. Gemius.com. Dostupné z: <https://rating.gemius.com/cz/tree/2>. [cit. 2024-04-08].

Já nejsem rozvědčík, chystají na mě špímu o KGB, čeká Babiš tvrdou kampaň, 2023. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/andrej-babis-prezidentske-volby-volebni-stab.A230113_151801_volby_misl. [cit. 2024-04-10].

Kauza Čapí hnízdo se vrátí k projednání v únoru. Soudce Šott znovu předvolá znalce, kteří již vypovídali, 2023. Online. In: IROZHLAS.cz. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/capi-hnizdo-kauz-a-soud-andrej-babis-jana-nagyova_2312131007_ako. [cit. 2024-04-08].

Komplet sečteno. Vítězem prezidentských voleb je Pavel, 2023. Online. In: Novinky.cz. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/volby-prezidenta-2023-online-vysledky-40421304>. [cit. 2024-04-08].

Komu patří česká média: vlastníci a majitelé novin, webů, časopisů, televizí i rádií, 2022. Online. Aktualne.cz. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/majitele-medii-v-cesku-noviny-weby-televize-kdo-vlastni/r~67160c86faff11e9ac60ac1f6b220ee8/v~sl:cbdaa9d79d4c4b24b753f99a96f0193f/>. [cit. 2024-04-08].

KONTEXT: Dávám naší straně ještě rok, říká "nejrozumnější komunista" Dolejš, 2023. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/jiri-dolejs-komunisticka-strana-levice-podcast-kontext.A230123_144115_domaci_rapc. [cit. 2024-04-09].

Království pravdy a lásky je blízko, znělo na mši. Přišli Zeman, Babiš i Pavel, 2023. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/katedrala-sv-vita-bohosluzba-za-vlast-ucast-prezident-zeman-kandidati-pavel-babis.A230122_075858_domaci_wass. [cit. 2024-04-09].

Nejsilnější na internetu byl loni Seznam, ovládl i zpravodajské weby, 2023. Online. In: Mediaguru.cz. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/01/nejsilnejsi-na-internetu-byl-loni-seznam-ovladl-i-zpravodajske-weby/>. [cit. 2024-04-08].

Nerudovou čekal bouřlivý potlesk. Podpořím Pavla, dala jsem ženám naději, řekla, 2023. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/prezidentske-volby-volebni-stab-danuse-nerudove.A230114_125028_volby_wass. [cit. 2024-04-10].

Nové kolo boje o Hrad: Pavel vyrazí do krajů, Babiš vytahuje minulost, 2023. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/prezidentsti-kandidati-petr-pavel-a-andrej-babis-druhe-kolo-kampan.A230114_164539_volby_vank. [cit. 2024-04-10].

O AGROFERTu, 2024. Online. Agrofert.cz. Dostupné z: <https://www.agrofert.cz/o-agrofertu>. [cit. 2024-04-08].

Pavel je favorit, kdyby to záleželo na Praze, už je prezident, píše ve světě, 2023. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/zahranicni-tisk-media-prezidentske-volby-ohlasy.A230114_183539_volby-2022_idvs. [cit. 2024-04-08].

Pavlovi přistály na účtu miliony. Babišovi desetníky a nadávky, 2023. Online. In: Novinky.cz. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-pavlovi-pristaly-na-uctu-miliony-babisovi-desetniky-a-nadavky-40420133>. [cit. 2024-04-10].

Portfolio iDNES.cz, ©2024. Online. Mafra.cz. Dostupné z: <https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-idnes.htm&cat=internet>. [cit. 2024-04-08].

Poslanecký klub ANO 2011, © 1995-2023. Online. Psp.cz. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/hp.sqw?k=5700>. [cit. 2024-04-08].

Rodina mě držela, bál jsem se, řekl Zeman o nemoci. Vystrčil příznání ocenil. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/prezident-milos-zeman-senat-zbaveni-funkce-zdravotni-stav.A230116_111641_domaci_imat. [cit. 2024-04-09].

Sněmovna schválila zpřísnění zákona o střetu zájmů, tzv. lex Babiš, 2023. Online. In: Ceskenoviny.cz. ČTK. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/2378285>. [cit. 2024-04-08].

Soudce Šott dosud nevypracoval rozsudek v kauze Čapí hnízdo, o měsíc mu prodloužili lhůtu, 2024. Online. In: IROZHLAS.cz. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/andrej-babis-soud-capi-hnizdo-jan-sott_2403131516_har. [cit. 2024-04-08].

Stát nepočítá s dostavbou D3 pomocí PPP projektu, 2023. Online. In: Novinky.cz. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/ekonomika-stat-nepocita-s-dostavbou-d3-pomoci-ppp-projektu-40420533>. [cit. 2024-04-09].

Střet zájmů Andreje Babiše – Transparency International, 2018. Online. Transparency.cz. Dostupné z: <https://www.transparency.cz/kauzy/andrej-babis/#case-development>. [cit. 2024-04-08].

Stropnický se setkal s proruským dezinformátorem. Ministrovi to vadí, 2023. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/setkani-stropnicky-izrael-zarko-raptor-jovanovic.A230120_103334_domaci_kop. [cit. 2024-04-09].

V Praze už by byl Pavel prezidentem, 2023. Online. In: Novinky.cz. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/volby-prezidenta-v-praze-uz-by-byl-pavel-prezidentem-40420015>. [cit. 2024-04-08].

Vláda chce zatáhnout ČR do války za každou cenu, prohlásil Okamura, 2023. Online. In: Novinky.cz. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-vlada-chce-zatahnout-cr-do-valky-za-kazdou-cenu-prohlasil-okamura-40420310>. [cit. 2024-04-09].

Výsledek volby, c2018. Online. Volby.cz - Český statistický úřad. Dostupné z: <https://www.volby.cz/pls/prez2018/pe2?xjazyk=CZ>. [cit. 2024-04-19].

Výsledek volby, c2023. Online. Volby.cz - Český statistický úřad. Dostupné z: <https://www.volby.cz/pls/prez2023nss/pe2?xjazyk=CZ>. [cit. 2024-04-19].

Za odvážné se považuje jen 19 % Čechů, vzorem jsou Havel či Kalousek, 2023. Online. In: IDNES.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/odvaha-behavior-pruzkum.A230123_104830_domaci_knn. [cit. 2024-04-09].

Zeman ve středu odvolá Babiše z vlády a novým ministrem financí jmenuje Ivana Pilného, 2017. Online. In: Ceskatelevize.cz. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/clanek/domaci/zeman-ve-stredu-odvola-babise-z-vlady-a-novym-ministrem-financi-jmenuje-ivana-pilneho-97528>. [cit. 2024-04-08].

9 Seznam grafů

Graf č. 1: Časový vývoj počtu článků.....	39
Graf č. 2: Andrej Babiš jako aktér iDNES.cz	40
Graf č. 3: Andrej Babiš jako aktér Novinky.cz.....	41
Graf č. 4: Titulek se jménem a bez jména Andreje Babiše z celkového počtu článků na daných serverech	42
Graf č. 5: Procentuální srovnání hlavních témat.....	45
Graf č. 6: Vedlejší témata	46
Graf č. 7: ČTK jako zdroj	50
Graf č. 8: Titulní fotografie.....	51
Graf č. 9: Rozložení rolí citovaných aktérů iDNES.cz	53
Graf č. 10: Rozložení rolí citovaných aktérů Novinky.cz.....	54
Graf č. 11: Politická příslušnost citovaných aktérů	55
Graf č. 12: Rozložení prostoru věnovanému citacím aktérů na obou serverech z celkového počtu citací	57

10 Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Autoři více než deseti článků	49
Tabulka č. 2: Prostor věnovaný citovaným aktérům na serveru iDNES.cz	59
Tabulka č. 3: Prostor věnovaný citovaným aktérům na serveru Novinky.cz.....	60
Tabulka č. 4: Role Andreje Babiše v citacích aktérů	63
Tabulka č. 5: Role Andreje Babiše mimo citace aktérů.....	65
Tabulka č. 6: Role Andreje Babiše v jeho citacích	67