

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO

PRAHA

MAGISTERSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM

2015-2017

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Michal Dubský

Agenda setting ve vybraných českých denících

Praha 2017

Vedoucí diplomové práce:
Mgr. Michal Schuster, MBA

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER COMBINED STUDIES

2015-2017

DIPLOMA THESIS

Michal Dubský

Agenda setting in selected Czech daily newspapers

Prague 2017

The Diploma Thesis Work Supervisor:

Mgr. Michal Schuster, MBA

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpal, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Michal Dubský

Poděkování

Děkuji panu Mgr. Michalu Schusterovi, MBA zejména za trpělivost a vynikající vedení při psaní této diplomové práce.

Anotace

Tato práce se věnuje výzkumu médií a jejich vlivu na veřejné mínění. Ve své teoretické části představuje teorii nastolování témat z pera amerického profesora Maxwella McCombse, dále pak rozebírá její další vývoj a zařazuje ji do kontextu jiných výzkumů médií. Ve své empirické části se pak o tuto teorii opírá a popisuje vlastní provedený výzkum na příkladu jednoho tématu. Komparuje ho s dalšími relevantními daty získanými z veřejných zdrojů. Následně využívá odpovědí pracovníků zkoumaných periodik pro vysvětlení a komentář získaných výsledků. Výsledky výzkumu jsou prezentovány a následně diskutovány.

Klíčová slova

Komparace, korelace, kvalitativní průzkum, kvantitativní průzkum, média, migrace, migrační krize, nastolování agendy, statistická data, veřejné mínění.

Annotation

This thesis deals with media research and their influence on public opinion. There is presented the theory of agenda setting written by American professor Maxwell McCombs in the theoretical part. The analysis of the development is next. The theory is putted into the context of other media research. The empiric part relies on this theory and describes own research on an example of the one topic. This research is compared with other relevant data obtained from public sources. The thesis uses the responses of the staffers of the periodicals for explanation and comment of the results which were obtained. The results of the research are presented and subsequently discussed.

Key words

Agenda setting, comparation, correlation, qualitative research, quantitative research, media, migration, migration crisis, public opinion, statistical data.

OBSAH

| | |
|--|-----------|
| ÚVOD..... | 9 |
| 1. TEORIE NASTOLOVÁNÍ AGENDY..... | 11 |
| 1.1 Hlavní myšlenka teorie nastolování agendy | 14 |
| 1.2 Předchůdci teorie nastolování agendy | 16 |
| 1.3 Další vývoj teorie nastolování agendy..... | 17 |
| 1.4 Zásadní práce ve výzkumu nastolování agendy | 22 |
| 2. NASTOLOVÁNÍ AGENDY V KONTEXTU JINÝCH VÝZKUMŮ .. | 26 |
| 2.1 Nastolování agendy od počátku do dneška..... | 28 |
| 3. ČTYŘI TEORIE TISKU..... | 29 |
| 3.1 Kritika čtyř teorií tisku..... | 31 |
| 4. PRŮZKUM VLIVU TŘÍ DENÍKŮ NA VEŘEJNÉ MÍNĚNÍ..... | 32 |
| 4.1 Stanovení výzkumných otázek a hypotéz | 35 |
| 4.2 Metodologie výzkumu | 38 |
| 4.3 Kvantitativní část výzkumu | 39 |
| 4.4 Kvalitativní část výzkumu | 42 |
| 4.5 Blesk | 44 |
| 4.5.1 Výsledky analýzy deníku Blesk..... | 45 |
| 4.6 MfDnes | 47 |
| 4.6.1 Výsledky analýzy deníku MfDnes..... | 48 |
| 4.7 Právo | 50 |
| 4.7.1 Výsledky analýzy deníku Právo..... | 51 |
| 4.8 ČTK | 53 |
| 4.8.1 Výsledky analýzy ČTK..... | 54 |
| 5. PRŮZKUMY VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ..... | 55 |
| 6. MIGRAČNÍ KRIZE – STATISTICKÁ DATA | 61 |
| 7. PREZENTACE VÝSLEDKŮ VÝZKUMU | 66 |
| 7.1 Zodpovězení výzkumných otázek a ověření výzkumných hypotéz | 85 |
| 8. DISKUZE VÝSLEDKŮ VÝZKUMU | 86 |

| | |
|---|-----------|
| ZÁVĚR..... | 91 |
| SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ | 93 |
| SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ..... | 96 |
| SEZNAM PŘÍLOH..... | 98 |

ÚVOD

Tato práce se bude věnovat veřejnému nastolování témat (agenda setting) ve vybraných českých denících: Blesk, MfDnes a Právo. Aspekt nastolování agendy je v zahraniční odborné literatuře dobře zpracován, toto dílo si neklade za cíl vyčerpávajícím způsobem znovu popsat již popsané, naopak jde o využití teoretických poznatků a jejich zasazení do soudobé české praxe. V našem prostředí není výzkumná tradice nastolování agendy nijak silná (nemnozí čeští badatelé působící po roce 2000 v této oblasti výzkumu médií budou zmíněni v teoretické části práce). Jejich úsilí se přitom soustředí zejména na získání relevantních tuzemských dat, nikoliv v posunu vlastní teorie. V tomtéž ostatně bude pokračovat i tato práce, která si klade za úkol prověřit platnost teoretických poznatků ze zahraniční literatury na jednom určitém tématu.

Tedy jde o teoreticko/empirickou práci využívající současné aktuální téma zajímavé i pro širší veřejnost. Proto bude práce snad velmi užitečná, protože může umožnit nahlédnout hlouběji na utváření veřejného mínění vlivem žurnalistických sdělení.

Na příkladu jednoho vybraného tématu zásadního pro veřejnost – byla zvolena migrace (migrační krize), protože je to téma důležité a společností bedlivě sledované – budou porovnána některá důležitá periodika, bude provedena kvantitativní analýza četnosti jejich obsahů vztahujících se k migraci ve stanovených obdobích. Zejména tato část výzkumu bude velmi náročná, jak z časového hlediska, tak z hlediska potřebného úsilí (je třeba detailně prostudovat desítky vydání zvolených deníků a zaznamenat všechny výskyty daného tématu). Získaná data budou komparována s výsledky průzkumů veřejného mínění o migraci a také s reálnými statistickými daty nejen tuzemskými, ale i na úrovni celé EU. To bude obnášet práci se zahraničními internetovými databázemi. Zjištěné výsledky pak budou doplněny kvalitativními metodami získávání informací, odpověďmi a komentáři pracovníků sledovaných deníků. Dohromady to pak přinese zpřesněný náhled na tato periodika a jejich vliv na utváření veřejného mínění v naší zemi.

Přínos práce je možno vidět dvojí. Jednak přiblíží a odhalí míru vlivu, která mají některá významná periodika na utváření veřejného mínění v naší zemi. Ovšem díky zvolenému testovacímu tématu (migrace, respektive migrační krize) může být zajímavá i pro širší veřejnost.

Umožní stanovit, jak souvisí zveřejňování určitých mediálních obsahů s jejich reflexí, v kvalitativní části šetření pak pomůže i napovědět, proč se tak děje.

Je skromným přáním autora, aby výsledkem nebylo dílo zbytečné, vypracované jen pro účely obhajoby, nýbrž aby provedené šetření posloužilo jako nahlédnutí do výzkumu v České republice poměrně málo zpracovaného, ovšem mimořádně zajímavého a podnětného vědeckého bádání. Nakonec by mohlo posloužit i právě zmíněným médiím, čímž by pak následně bylo užitečné i širšímu okruhu čtenářů.

Teoretická část

1. TEORIE NASTOLOVÁNÍ AGENDY

V této kapitole si stručně představíme vznik a základní význam slovního spojení agenda setting (dále jen česky „nastolování agendy“). Jedná se o zásadní ideu, která do značné míry ovlivňovala výzkumy masové komunikace jako takové. Představíme si taktéž jejího tvůrce, Maxwella McCombse a jeho dílo.

Teorie a vůbec pojem nastolování agendy vzniká na konci šedesátých let, jejím hlavním tvůrcem je profesor žurnalistiky Maxwell McCombs spolu se svým partnerem profesorem Donaldem L. Shawem. Dalšími, kdo přispěli k rozvoji základních myšlenek nastolování agendy, byl David Weaver, Gerald Funkhausert, Salma Ghanemová a jiní. Ovšem byla zde i celá řada prací, které se zabývaly zkoumaným tématem i před nimi, stejně tak vzniklá teorie prošla dalším rozsáhlým vývojem a věnovalo se jí následně velké množství výzkumníků po celém světě.

Nejprve si stručně představíme autora. Maxwell McCombs¹ (narozen 1938 v Birminghamu ve státě Alabama, USA) je jeden ze zakladatelů empirického výzkumu při stanovování funkce tisku. Po získání bakalářského titulu na Tulanské univerzitě v New Orleansu v roce 1960 McCombs pokračuje magisterským studiem na Stanfordu, které dokončil v roce 1961. Vrátil se do New Orleans a dva roky pracoval jako reportér pro New Orleans Times-Picayune až do roku 1963. Následně se zapisuje opět na Stanfordovu univerzitu do doktorského studia v oboru „komunikace“, které ukončil v roce 1966. Dále pracoval jako asistent profesor na Kalifornské univerzitě v Los Angeles až do roku 1967, a poté se přestěhoval na University of North Carolina na Chapel Hill, kde spolu s D. L. Shawem zahájili svou více než čtyřicetiletou spolupráci v oblasti výzkumu médií. V roce 1973 opustil Severní Karolínu a přešel na univerzitu v Syrakusách ve státě New York. Od roku 1975 do roku 1984 působil jako ředitel výzkumného střediska American Newspaper Publishers Association News Research Center. V roce 1985 se stal profesorem na Texaské univerzitě v Austinu, kde vedl oddělení žurnalistiky od roku 1985 do roku 1991. Od roku

¹ **ENCYCLOPEDIA BRITANICA**, *Maxwell McCombs*. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-19]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/biography/Maxwell-McCombs>

1994 též následně působil jako hostující profesor na univerzitě v Navaře ve Španělsku. Od roku 1997 do roku 1998 byl prezidentem Světové asociace pro výzkum veřejného mínění.

Studium role médií v amerických prezidentských volbách v roce 1968, McCombs a jeho dlouholetý výzkumný partner Donald L. Shaw, zahájili na Univerzitě Severní Karolíny v Chapel Hill. V ní nejprve testovali a potvrdili hypotézu, že zpravodajská média mají významný vliv na veřejné mínění. McCombs a Shaw prokázali, že publikum často posuzuje význam zpravodajské agendy založené na tom, jak často se o nich vyjadřují média a tím naznačují, do jaké míry média utvářejí veřejné mínění. Jednalo se o zásadní přelomovou myšlenku v době, kdy se obecně médiím nepřikládala zásadní vliv na veřejnost, respektive kdy tento vliv byl vkládán do kontextu s mnoha jinými. Podrobněji bude rozebráno v dalších kapitolách. Tato teorie se stává základem pro další rozsáhlý výzkum.

Článek, který prezentoval výsledky studie v Chapel Hill, "Agenda-Setting of Mass Media", se následně stal možná nejvíce citovaným článkem v oblasti výzkumu masové komunikace. Od roku 1968, kdy se v jeho průběhu tento nový termín objevil, začal být hojně využíván vědci v oboru. Od té doby se uskutečnily stovky studií nastolování agendy, z nichž mnohé byly popsány v zásadní knize Maxwella McCombse "Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion" z roku 2003. Její český překlad lektorovaný Vlastimilem Nečasem z roku 2009² se stal základním pramenem a návodem pro sepsání i této práce.

² MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.

Obrázek č. 1: „Maxwell McCombs v roce 2013“



Zdroj: *PUBLIC LECTURE – MAXWELL MCCOMBS: „Agenda setting of sustainability in the new media landscape.* [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://www.cbs.dk/en/cbs-fokus/business-in-society-bis-platforms/sustainability/events/public-lecture-maxwell-mccombs-agenda-setting-of-sustainability-in-the-new-media-landscape>³

³ CBS, *PUBLIC LECTURE – MAXWELL MCCOMBS: „Agenda setting of sustainability in the new media landscape.* [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://www.cbs.dk/en/cbs-fokus/business-in-society-bis-platforms/sustainability/events/public-lecture-maxwell-mccombs-agenda-setting-of-sustainability-in-the-new-media-landscape>

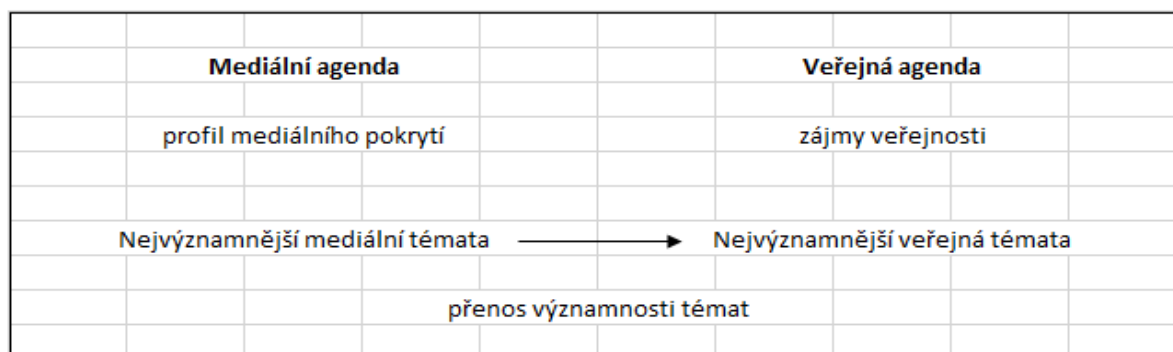
1.1 HLAVNÍ MYŠLENKA TEORIE NASTOLOVÁNÍ AGENDY

Zásadní myšlenkou teorie nastolování agendy je tento postřeh Bernarda Cohena: „Zpravodajská média možná nedokážou lidem s úspěchem říct, co si mají myslet, ale neuvěřitelně úspěšně dokážou svému publiku sdělit, na co má myslet.“⁴

To jinými slovy znamená, že samotný fakt, že se o nějaké téma zajímají média, říká mediálnímu publiku, že toto téma je důležité. Nelze s jistotou říci, jaký je faktický účinek na konkrétního člověka, to závisí na mnoha dalších okolnostech (u jednoho může povzbudit zájem, u druhého zase nezájem), ovšem už to, že se o nějakém tématu veřejně hovoří (stalo se agendou médií) je výrazný signál pro veřejné mínění.

Tato hypotéza se stala hlavní pro McCombsovu přelomovou studii „Chapel Hill“, která přesvědčivě dokázala korelaci názorů nerozhodnutých voličů prezidentských kandidátů o klíčových tématech s devíti zpravodajskými zdroji (pět novin, dvě televize a dva časopisy), které zase předkládaly svou mediální agendu. Výzkumníci potvrdili svou domněnku, že po určitém čase mediální publikum přebírá agendu médií a ta se stává agendou veřejnou.

Tabulka č. 1: „Role masových médií při nastolování agendy“



Zdroj: McCombs, *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*.⁵

Průzkumy potvrdily kauzalitu vztahu. Nabízí se ovšem otázka, zda je mediální agenda příčinou či důsledkem agendy veřejné. Nebo jinými slovy, zda média určují agendu veřejnou, či naopak veřejná agenda neurčuje agendu mediální (tedy zda média neinformují o tom, co chce slyšet veřejnost).

⁴ COHEN, B. In: MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 27. ISBN 978-80-7367-591-2.

⁵ MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 30. ISBN 978-80-7367-591-2.

Pro vyřešení této otázky je důležitým faktorem čas. Respektive možnost opakovaně se dotazovat a získat tak informace, co předchází. Další výzkumy potvrdily (zejména Wanta a Hu z roku 1994), že předchází mediální agenda, a to o různě dlouhou dobu v závislosti na typu média. Stejně tak různě dlouho odeznívá. Nazývá se to pak časový posun (anglicky time-lag). Tento jev shrnuje následující tabulka:

Tabulka č. 2: „Časové hledisko v procesu nastolování agendy“

| Zpravodajské médium | Časový posun (týdny)* | Nejvyšší korelace | Doba dozívání efektu (týdny)** |
|--|-----------------------|-------------------|--------------------------------|
| Národní TV zpravodajství | 1 | +0,92 | 8 |
| Lokální TV zpravodajství | 2 | +0,91 | 12 |
| Regionální TV zpravodajství | 3 | +0,88 | 26 |
| Lokální tisk | 4 | +0,60 | 26 |
| Zpravodajské časopisy | 8 | +0,58 | 26 |
| * Součet týdnů s nejvyšší korelací mediální a veřejné agendy. | | | |
| ** Doba, po kterou se korelační koeficient mediální a veřejné agendy držel nad hladinou statistické významnosti. | | | |

Zdroj: Wanta, W., Hu, Y. *Time-lag differences in the agenda setting proces*. In: McCombs, *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*.⁶

⁶ WANTA, W., HU, Y. In: MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 30. ISBN 978-80-7367-591-2.

1.2 PŘEDCHŮDCI TEORIE NASTOLOVÁNÍ AGENDY

Nejstarší úvahy o tom, co bylo později nazváno agenda settingem, pocházejí z přelomu století od amerického sociologa Roberta Ezry Parka zkoumajícího migraci, který si pravděpodobně poprvé povšiml selektivity mediálního výběru. Ve své knize „The Immigrant Press and Its Control“⁷ si všímá toho, co bude ve druhé polovině dvacátého století nazýváno „gatekeeping“, tj. výběrem zpráv, které editor zpráv předloží veřejnosti.

Nicméně i další se podíleli na výzkumech v tomto směru. Práce McCombse navazuje na starší výzkumy mediálního teoretika Waltera Lippmanna, kterého pak samotný McCombs uvádí jako duchovního otce teorie agenda settingu (ačkoliv Lippmann sám tento termín nikdy neužil). Ve své knize z roku 1922 (v ČR vydaná v roce 2015 pod názvem „Veřejné mínění“) nastoluje myšlenku tzv. pseudoprostředí⁸, což je mentální výhled na svět existující v naší mysli.

Lippmann tvrdí, že lidé nepřemýšlejí a nereagují na skutečné podněty, ale na jejich obrazy, které si vytvořili ve svých hlavách. Masová média jsou pak mostem, kterým se reálné podněty prostředí stávají „pseudoprostředím“.

Je tomu tak proto, že v moderní době nemáme šanci přihlížet událostem ve světě na vlastní oči, takže nejenže drtivou většinu z nich nikdy nezjistíme, ale i ty, které jsou nám předloženy a tvoří pak sumu našich znalostí a úsudků o současném světě, jsou „představy z druhé ruky“ předložené právě médiu (ty starší pak vzděláním). Pouhé obrazy v naší hlavě.

Tato úvaha z dvacátých let je poměrně zásadní pro pozdější výzkumy a důležitá i pro celkové vyznění této práce. Evokuje též Platónovo podobenství o jeskyni, ve které nikdy nespatříme reálný svět, sledujeme odraz stínů reality na zdi⁹.

A konečně poslední, kdo k danému tématu významně přispěl ještě před McCombsem, byl již zmiňovaný Bernard Cohen, který si ve své knize „The Press nad Foreign Policy“¹⁰ z roku 1963 všímá vlivu médií na americkou zahraniční politiku. Tato kniha vyšla těsně před vlastními výzkumy McCombse.

⁷ **PARK, R.** In: **ŠKODOVÁ, M.** *Agenda-setting: teoretické přístupy*. 1.vyd. Praha: sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2008, s. 15. ISBN 978-80-7330-151-4.

⁸ **LIPPMANN, W.** *Veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2015, s. 11. ISBN 978-80-262-0939-3.

⁹ **PLATÓN.** *Ústava*. Překlad František Novotný. 4. opr. vyd. Praha: OIKOYMENH, 2005, s. 427. ISBN 80-7298-142-0.

¹⁰ **COHEN, B.** In: **ŠKODOVÁ, M.** *Agenda-setting: teoretické přístupy*. 1.vyd. Praha: sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2008, s. 16. ISBN 978-80-7330-151-4.

1.3 DALŠÍ VÝVOJ TEORIE NASTOLOVÁNÍ AGENDY

Základní směr svého výzkumu vytyčil Maxwell McCombs se svými spolupracovníky již zmiňovanou Chapel Hill studií v roce 1968. V té vytyčil hlavní myšlenky teorie nastolování agendy. To však byl pouze začátek dalšího čtyřicetiletého výzkumu, který takto započal.

Během té doby byla původní teorie zpřesňována a doplňována, přibyly nové zásadní myšlenky. Není to ovšem tak, že by byly původní zjištění přepsány a nahrazeny, pouze se objevily další směry výzkumu. Tzn., že se starší fáze neuzavírají, nýbrž přibývají další.

Druhá fáze se datuje od roku 1972, kdy byla mimo jiné provedena tzv. Charlottská studie. V krátkosti znamenala objev kontingentních podmínek, které mohou zesilovat nebo oslabovat nastolování agendy. Jako nejdůležitější podmínka se jeví potřeba orientace jako psychologické vysvětlení přítomnosti účinků nastolování agendy, ale důležité jsou i podmínky dané vlastnostmi médií (rozdíl mezi vnímáním tisku a televizí).

McCombs využívá kanadského výzkumu Wintera, Eyala a Rogerse¹¹ a pro potřeby lepšího pochopení dopadů nastolování agendy rozděluje témata médií na „vtíravá a nevtíravá“. Vtíravá jsou taková témata, která běžně zasahují do života recipientů a ti o nich mají povědomí na základě osobní zkušenosti. Např. „inflace“ jako pojem, který mohou pocítit i na vlastních peněženkách jako zdražování a pokles vlastní životní úrovně. Na straně druhé tu máme nevtíravá témata, např. makroekonomické pojmy jiné jako „celková bilance zahraničního obchodu“, se kterými nemají a nemohou mít běžní recipienti osobní zkušenost. Ale pozor, zde je zádrhel: např. další ekonomický pojem „nezaměstnanost“ může být pro nezaměstnaného téma vtíravé, zatímco pro jiného nevtíravé – v podstatě akademické a nikdy nezažité.

Třetí fází vývoje obsahu výzkumu nastolování agend je druhá polovina let sedmdesátých, kdy McCombs představuje tzv. druhý stupeň nastolování agendy.

Je jím nastolování nejenom vlastní agendy témat, ale i významnosti atributů témat. Na určitou agendu je nutné nahlížet jako na objekt zájmu. McCombs parafrázoval původní Cohenův výrok o tom, že média dokážou publiku sdělit, **na co** má myslet tím, že přidal i pokračování. Umí též nastolit, **jak** myslet o objektech mediálních sdělení.¹² Odtud už je podle něj jen krok k tomu, aby nám sdělovala, **co** si máme myslet.

¹¹ WINTER, J., EYAL, CH., ROGERS, A. In: MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 27. ISBN 978-80-7367-591-2.

¹² MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 113. ISBN 978-80-7367-591-2.

Atributy objektů (mediálních agend) jsou tedy různé vlastnosti, kterých mohou tyto objekty nabývat. Je jich neomezeně mnoho. Média mohou za určitých okolností přenášet význam i různých pohledů na objekt. Dále s tímto konceptem pracuje tzv. rámcování. Základní pohled McCombse shrnuje následující tabulka, která již pojmenovává agendy prvního a druhého stupně. Základní dělení atributů je na věcné a emoční, u emočních byla korelace s veřejným míněním nižší.

Tabulka č. 3: „Nastolování agendy prvního a druhého stupně“

| Mediální agenda | Veřejná agenda |
|--|---------------------|
| přenos významnosti | |
| objekty | významnost objektů |
| účinky prvního stupně: tradiční nastolování agendy | |
| atributy | významnost atributů |
| účinky druhého stupně: nastolování agendy atributů | |

Zdroj: McCombs, *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*.¹³

Čtvrtou fází bádání o nastolování agendy je propojení této myšlenky s konceptem rámcování (framing), ke kterému došlo v letech osmdesátých a devadesátých. McCombs v tu dobu spolupracoval se Salmou Ghanemovou a jejich společnou práci poprvé představuje na konferenci ve Phoenixu v roce 1991 svým příspěvkem „The convergence of agenda setting and framing“¹⁴.

Postupem času se oba koncepty přímo propojují; rámcování se stává přímou součástí teorie nastolování agendy. V tomto období tato teorie přejímá i mnohé další koncepty, jako jsou stereotypizace, gatekeeping nebo spirála mlčení. Toto sblížení a propojení obou konceptů bylo i kritizováno, viz práce Mahera a Scheufeleho, kteří zdůrazňují odlišnou metodologii atp.¹⁵

¹³ MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 113. ISBN 978-80-7367-591-2.

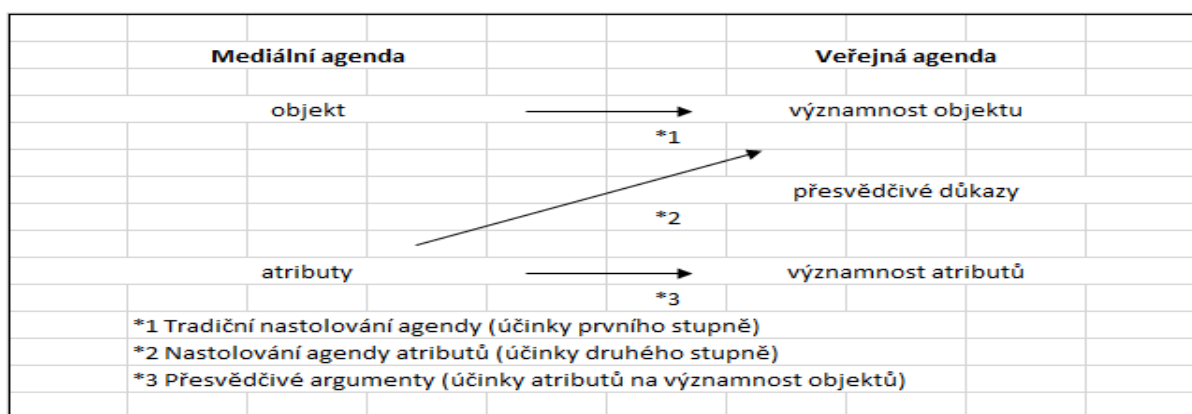
¹⁴ MCCOMBS, M., GHANEM, S. In: MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 132. ISBN 978-80-7367-591-2.

¹⁵ MAHER, T. M., SCHEUFELE, D. A. In: ŠKODOVÁ, M. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. 1.vyd. Praha: sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2008, s. 36. ISBN 978-80-7330-151-4.

Rámce a rámcování je nyní chápáno jako přenášení významnosti speciálních atributů. Ovšem ne každý atribut může být rámcem – jsou to komplexní atributy, nebo spíše dominantní perspektivy pohledu na objekt. Disponují významnými gestalt kvalitami. Sám McCombs o nich hovoří pak jako o tzv. makroatributech¹⁶.

Lze také hovořit o rámcích jako o „přesvědčivých argumentech“, které mohou významně ovlivnit přenos významnosti. Tedy mezi atributy panují zásadní rozdíly. Zdůvodňováno a vysvětleno to je na příkladu studie Salmy Ghanemové¹⁷ z Texasu z počátku devadesátých let, kdy došlo k navýšení pozornosti médií ke zločinnosti a následným zvýšeným obavám ze zločinnosti na straně veřejnosti. To navzdory tomu, že skutečná míra zločinnosti již několikátým rokem klesala. Použili novináři v Texasu výjimečně přesvědčivé argumenty, aby zarámcovali veřejnou diskuzi o zločinnosti?¹⁸

Tabulka č. 4: „Přesvědčivé argumenty: třetí cesta přenosu významnosti mezi mediální a veřejnou agendou“



Zdroj: McCombs, *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*.¹⁹

Tímto přístupem se již teorie nastolování agendy velmi vzdaluje původním představám z padesátých let o relativně slabém vlivu médií, což připouští samotný McCombs.

¹⁶ MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 134. ISBN 978-80-7367-591-2.

¹⁷ GHANEM, S. In: MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 58. ISBN 978-80-7367-591-2.

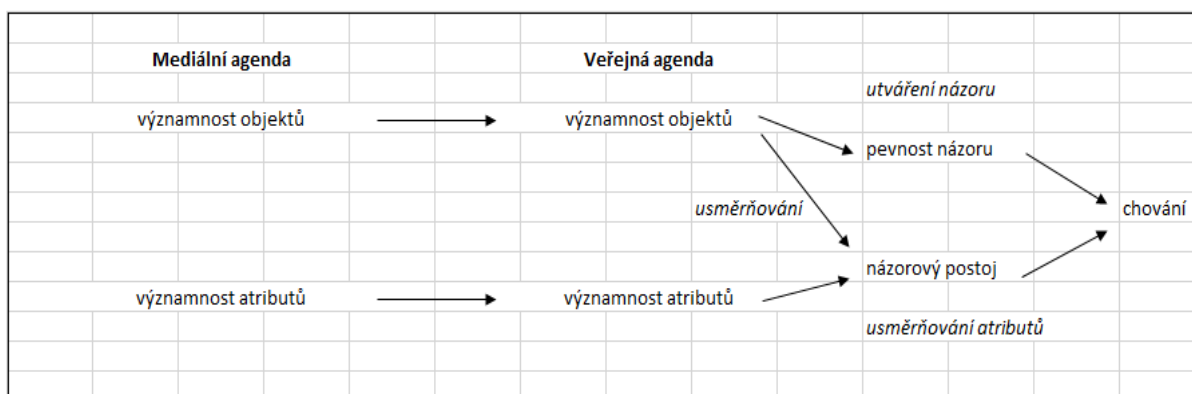
¹⁸ MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 140. ISBN 978-80-7367-591-2.

¹⁹ MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 139. ISBN 978-80-7367-591-2.

Další aspekt, který v tomto období přejímá teorie nastolování agendy, je tzv. priming (česky doslovně „nabíjení“ nebo „vstříkování“, dobrý překlad ovšem přinesl Nečasův překlad = usměrňování). Usměrňování podle výzkumu Iyengara a Kindera popsaných v knize „News that Matters“ znamená zvýrazňování perspektiv, podle nichž se následně bude orientovat názor veřejnosti.²⁰ Zatímco o některá témata mají žurnalisté zájem, jiné ignorují, čímž ovlivňují standardy, kterými hodnotí veřejné dění. Psychologickým základem usměrňování je selektivní pozornost veřejnosti. Výsledkem tohoto usměrňování je pak utváření názorů veřejnosti a změny jejího chování.

Důkazem mohou být starší studie McCombsova teamu o souvislosti s informováním o leteckých neštěstích a poklesech počtu koupených letenek a sjednávání pojištění letu. Anebo vliv ekonomického zpravodajství na ceny akcií. Výsledkem bylo další přepracování původního diagramu o působení agenda settingu.

Tabulka č. 5: „Důsledky nastolování agendy“



Zdroj: McCombs, *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*.²¹

McCombsovy výzkumy se tak dostávají do fáze, kdy uznává, že nastolováním agendy mohou média přímo ovlivňovat chování lidí.

Ovšem to ještě není konec vývoje tohoto konceptu. Samotný McCombs hovoří ve své knize „Agenda setting“ z roku 2009 o nutnosti vytvoření anatomického atlasu²² (respektive myšlenkové mapy) pokrývající teorii nastolování agendy v celé šíři a poznamenává, že další

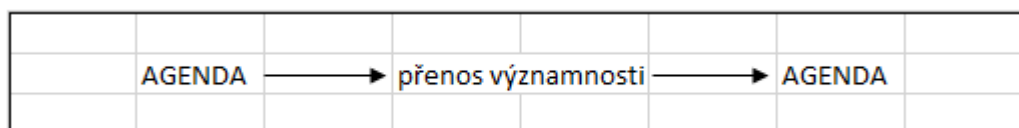
²⁰ IYENGAR, S., KINDER, D. In: MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 177. ISBN 978-80-7367-591-2.

²¹ MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 174. ISBN 978-80-7367-591-2.

²² MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 21. ISBN 978-80-7367-591-2.

části budou přibývat. Na konci pak dokonce rozšiřuje tento pojem mimo agendu masmediální a vyslovuje jednoduchou úspornou poučku vyjádřenou následující tabulkou.

Tabulka č. 6: „Všeobecný model nastolování agendy“



Zdroj: McCombs, *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*.²³

V tomto pojetí ovšem teorie nastolování agendy prudce expanduje do dalších oblastí sociokulturního bádání, je aplikovatelná téměř na jakékoliv působení na veřejnost včetně náboženství nebo školství. To je finální podoba bádání, ke které se pomocí různě silných důkazů pracovává profesor Maxwell McCombs v současné době.

²³ MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 202. ISBN 978-80-7367-591-2.

Vlastní komparativní výzkum proběhl na náhodně vybraném vzorku sta nerozhodnutých voličů v pěti obvodech Chapel Hill. Zacílení průzkumu na nerozhodnuté voliče mělo svůj specifický účel, autoři totiž předpokládali, že právě nerozhodnutí budou nejvíce otevření vlivu médií. Vybrané skupině byla položena následující otázka: „Co vás v současné době nejvíce znepokojuje?“ (Tzv. MIP otázka.)

Následně byl proveden rozbor devíti hlavních zpravodajských zdrojů, pěti místních a národních novin, dvou televizí a dvou zpravodajských magazínů. Mapována byla hlavní témata v jednotlivých týdnech, která byla seřazena podle počtu příspěvků jim věnovaných. V mediální a veřejné agendě ve sledovaném období dominovalo pět témat: zahraniční politika, právo a pořádek, ekonomika, veřejná sociální péče a občanská práva. Výsledky korelační analýzy byly zcela jednoznačné: míra důležitosti pěti klíčových témat kampaně mezi nerozhodnutými voliči byla prakticky totožná s důležitostí těchto témat ve zpravodajství v příslušných týdnech“. Výsledek byl publikován v periodiku „Public Opinion Quarterly“.

Po tomto vítězství se o čtyři roky později McCombs se Shawem rozhodli provést další klíčový výzkum, tzv. Charlotte Study. Opět se jednalo o potvrzení hypotéz o nastolování agendy, opět o předvolební prezidentskou kampaň, ovšem průzkum byl mnohem robustnější. Navíc nebyl průzkum proveden jednorázově, nýbrž dotazovali se celkem třikrát v rozpětí čtyř měsíců.

Výsledkem bylo opětovné potvrzení vlivu nastolování agendy na voliče. Došlo k rozlišení na vliv tisku a televizí, u tisku byla zjištěna vyšší míra korelace. Úspěšnost agenda settingu byla pak o to vyšší, čím vyšší byl osobní zájem/potřeba voličů na získání informací. Přičemž diváci televizí měli menší a povrchnější zájem, zatímco u čtenářů tisku tomu bylo naopak. I tento výzkum dopadl pro dvojici výzkumníků pozitivně a podnítl je k další snaze.

Dalším důležitým výzkumem pak byla práce „The Issue of The Sixties“ Geralda Ray Funkhausera, který v roce 1973 publikoval v tomtéž periodiku. Je zajímavé, že v době práce Funkhauser pravděpodobně nebyl v žádném kontaktu s McCombsem ani nepoužíval jeho terminologii, ve své práci se k němu vůbec neodkazoval, přestože zkoumal podobný problém.

Jeho práce byla odlišná v tom, že se neomezoval na jedno město, nýbrž na celou zemi, kde využíval standardních výzkumů veřejného mínění Gallupova ústavu (MIP otázka). Z přehledu obsahů tří týdeníků pak vyhledával ta témata, která respondenti průzkumů označovali jako důležitá. Navíc ovšem přidal tzv. indikátor skutečnosti, což byla statistická data získaná ze statistické ročenky USA.

Jeho výzkum na jedné straně potvrdil závěry výzkumů McCombse a Shawa ohledně vlivu médií na osobní agendu respondentů. Zjistil také ovšem, že mediální realita se nemusí vůbec krýt s realitou skutečnou.

Funkhauser k tomu následně napsal: „Je možné, že veškeré zpravodajství v amerických médiích v průběhu 60. let bylo naprosto pravdivé a nepředpojaté. Nicméně naše závěry naznačují, že mediální pozornost věnovaná různým tématům v průběhu času byla zavádějící, a to v případě, že jako měřítko použijeme aktuální vývoj událostí. V každém sledovaném bodě nebylo velké téma v médiích skutečně velkým tématem. Současně zpravodajská předpojatost nemusí nutně zahrnovat názory a osobní úhly pohledu, ale může se objevit jako druh předpojatosti při výběru – což znamená systematické deformování skutečnosti.“²⁵

Tento výzkum (+ výzkum Chapel Hill) se stal vzorem pro tuto práci, tedy provedení podobného výzkumu nastolování agendy v podmínkách současné ČR.

Další výzkumy pak následovaly. Postupně se rozšiřoval záběr a původní teorie se obohacovala o další aspekty. Je řešena tzv. intermediální agenda, tzn. taková, kterou sdílí více jinak konkurenčních institucí. To bylo prokázáno v různých výzkumech, ty nejdůležitější provedli Dearing a Rogers²⁶. Byla prokázána vysoká míra redundance (tedy zmnožení sdělení, kdy jedno téma je jen o trochu jinými slovy popisováno mnoha různými médii), na čemž se shodla celá řada autorů. Vliv na to má i agenturní zpravodajství, což prokázali nezávisle na sobě Shoemakerová²⁷ a Funkhauser.

Důležitá práce ku potvrzení přenosu významnosti atributů byla provedena ve španělské Pamploně v roce 1995. Záměrem bylo studovat obrazy kandidátů v místních volbách. Jejím výsledkem bylo rozlišení na atributy faktické a emociální. Práce byla provedena teamem tvořeným McCombsem, Llamasem, Lopezem-Escobarem a Reym²⁸.

²⁵ **FUNKHAUSER, G.** In: **ŠKODOVÁ, M.** *Agenda-setting: teoretické přístupy*. 1.vyd. Praha: sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2008, s. 22. ISBN 978-80-7330-151-4.

²⁶ **DEARING, J. W., ROGERS, E. M.** In: **ŠKODOVÁ, M.** *Agenda-setting: teoretické přístupy*. 1.vyd. Praha: sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2008, s. 24. ISBN 978-80-7330-151-4.

²⁷ **SHOEMAKER, P. J.** In: **ŠKODOVÁ, M.** *Agenda-setting: teoretické přístupy*. 1.vyd. Praha: sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2008, s. 24. ISBN 978-80-7330-151-4.

²⁸ **MCCOMBS, M.** *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 119. ISBN 978-80-7367-591-2.

Co se týče výzkumů rámcování, které se ze sociologie převedl do prostředí komunikačních studií Scheufele v roce 1999, jeho kritiku pak provedl Maher.²⁹

McCombs s Ghanemovou pak přijali rámcování za své, když ho ztotožnili s nastolováním agendy atributů. Rozdíl je dle nich víceméně pouze terminologický, navzdory faktu, že průzkumy nastolování agendy probíhají kvantitativně, zatímco rámcování kvalitativně.

Co se týče usměrňování (primingu), důležité práce provedli Iyengar, Peters a Kinder,³⁰ když v roce 1991 zkoumali, zda je možné posouvat standardy, podle kterých veřejnost hodnotila prezidenta Cartera. Vliv vypíchnutí byl s jistotou prokázán.

Pokud máme zmínit i některé české výzkumy na téma nastolování agendy; bohužel je jich málo a až po roce 2000, pak je důležité zmínit Trampotu a Nečase, kteří v roce 2007 provedli výzkum intermediální agendy. Zkoumali vzájemné přebírání a citaci zpráv a redundanci napříč českými médii, zjistili, že deníky nejčastěji odkazují na televize, ty zase na deníky a rozhlasové stanice pak na deníky, přičemž jen málo se odkazuje na rozhlas. Výsledky své práce poté publikovali v časopisu Naše společnost.³¹

Zajímavou je teoretická bakalářská práce Tatiány Hruškové „*Fungování procesu agenda-setting*“, další zajímavé bakalářské práce dotýkající se tématu pak „*Krise brněnské koalice: politická realita, nebo mediální fikce? Agenda setting v komunální politice*“ Alžběty Nečasové, „*Agenda setting a prezidentská kampaň v USA 2012*“ Zuzany Staškové, „*Nastolování politické agendy ve veřejnoprávním médiu před parlamentními volbami ČR roku 2013*“ Markéty Klusákové a nakonec diplomová práce „*Rámcování jako podmínka procesu nastolování agendy*“ Kristýny Kympergrové,

Dalším důležitým českým pramenem je v této práci hojně citovaná kniha Markéty Škodové: „*Agenda-setting: teoretické přístupy*“. Ta ve své knize zmiňuje i další z nepočetné skupiny českých badatelů.³² Zmiňme alespoň pár dalších jmen: František Kalvas, Martin Kreidl. Na psaní knihy Škodové se též podíleli Jan Červenka a Paulína Tabery.

²⁹ MAHER, T. M., SCHEUFELE, D. A. In: ŠKODOVÁ, M. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. 1.vyd. Praha: sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2008, s. 36. ISBN 978-80-7330-151-4.

³⁰ IYENGAR, S., PETERS, M. E., KINDER, D. In: MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 177. ISBN 978-80-7367-591-2.

³¹ TRAMPOTA, T., NEČAS, V. „*Intermediální agenda českých médií*“. 2007 Naše společnost, roč. 5, č. 2, s. 12–19. ISSN 1214-438X.

³² ŠKODOVÁ, M. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. 1.vyd. Praha: sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2008, s. 63. ISBN 978-80-7330-151-4.

2. NASTOLOVÁNÍ AGENDY V KONTEXTU JINÝCH VÝZKUMŮ

Nejprve zařadíme teorii nastolování agendy do kontextu výzkumů médií. Poskytneme nám to lepší náhled na celkové zařazení tohoto tématu do kontextu mediálních výzkumů od jejich počátku až do dneška.

Nejznámější periodizaci teorií účinků masových médií předložil Denis McQuail ve své učebnici „Úvod do teorie masové komunikace“³³ v roce 1999, který vývoj názorů na dovednost médií dosahovat změn v kognitivní, emocionální či konativní složce postoje publika rozdělil na čtyři fáze. Jsou to: a) fáze všemocných médií; b) fáze omezených účinků; c) fáze silných účinků; d) fáze dohodnutého vlivu médií.

- a) Soustředěný zájem o studium účinků masových medií na společnost lze v západní (tj. USA, Kanada a Evropa) výzkumné tradici poprvé zaznamenat ve dvacátých letech 20. století. Z té doby též pochází právě fáze všemocných médií, někdy označována jako teorie „záračné střely“ či „injekční jehly“, odrážející zejména použití propagandy v průběhu první světové války a rozmach filmu. Byla to doba Harolda Lasswella a prvních velkých teorií o působení médií. Ve dvacátých a počátkem třicátých let minulého století byla masovým médiím přikládána zásadní moc utvářet veřejné i osobní mínění a přesvědčení, ovlivňovat chování, ba dokonce měnit i životní návyky publika.

Do tohoto období patří i zmiňované práce Roberta Parka a Waltera Lippmanna, které předcházely vlastní teorii nastolování agendy.

- b) Druhá fáze trvala přibližně od poloviny 30. do konce 60. let 20. století. Je charakterizována rozvojem zejména empirického výzkumu, postupně se upouští od představy všemocných médií a pasivních unifikovaných reakcí publika. Tato éra je označována jako etapa přesvědčení o omezených účincích médií a je spjata zejména s novými poznatky z oblasti psychologie (zejména se jedná o koncept postoje a teorie učení) a sociologie (zejména koncept názorového vůdcovství a dvoustupňového komunikačního toku). Výzkumníci došli k přesvědčení, že skutečný vliv médií na jedince je pochybný, protože závisí na obrovském množství dalších proměnných.

³³ MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 1.vyd. Praha: Portál, 1999, s. 360. ISBN 978-80-7178-200-9.

Důležitá byla práce sociologa Paula Lazarsfelda z roku 1940, který v sedmikolové sérii rozhovorů v Erie County v Ohiu zjistil jen málo jednoznačných důkazů o vlivu médií na příjemce.

Vrcholí pak publikováním práce Josepha Klappera „The Effects of Mass Communication“ v roce 1960, která účinnost médií chápe jako omezenou tím, že masová média fungují vždy v ustavené struktuře sociálních vztahů a jsou limitované sociálním kontextem.

c) Třetí fázi zhruba od sedmdesátých let charakterizuje návrat k představě spíše mocných médií. Příznačný je v tomto období zájem o zkoumání vlivu médií na celou společnost, nikoli pouze na jedince. Začíná se více uvažovat o dlouhodobém a nepřímém vlivu médií, zvláště pokud se jedná o předkládání vzorů a modelů chování.

d) Čtvrtá a zatím poslední fáze trvá přibližně od počátku 80. let 20. století. Nazývá se fází dohodnutých účinků, neboť média jsou sice vnímána jako mocná, ale sílí zároveň přesvědčení o aktivním publiku. Současní badatelé se shodnou na tom, že předpoklad, že média ovlivňují své publikum je opodstatněný.

Směr, stupeň, trvalost a předvídatelnost jsou ale velmi proměnlivé a nedají se prakticky zobecnit. I přes nemožnost jednoznačných závěrů ale zůstává studium médií důležité jako zdroj informací o způsobu, jakým se média stávají součástí sociálních a kulturních procesů.

2.1 NASTOLOVÁNÍ AGENDY OD POČÁTKU DO DNEŠKA

Pokud máme zařadit teorii nastolování agendy M. McComba, pak patří do třetí fáze, tedy do éry představ o spíše mocných médiích. Anebo přesněji řečeno, právě McCombs ji pomáhá konstituovat. Studie v Chapel Hill přichází právě na počátku tohoto období, McCombs, Shaw a jejich teorie nastolování agendy těsně předcházená prací Bernarda Cohena. Je zjevné, že teorie nastolování agendy (1968) předznamenává nový směr výzkumů, Maxwell McCombs a jeho spolupracovníci se tak stali hybateli nového směru výzkumu. Nicméně jejich práce tím neustala.

McCombs však své práce stále rozvíjí, jeho teorie přejímá nové prvky. Jak již bylo naznačeno v minulých kapitolách, další úrovní úvah bylo přijetí možnosti nastolování agendy druhého stupně, tedy přenos dalších prvků, které následně ve výsledku utvářejí agendu veřejnou.

Zhruba sblížením a splynutím nastolování agendy atributů (viz tabulka č. 5) s teorií rámcování můžeme hovořit o posunu do čtvrtého období dohodnutých účinků, kdy jsou média chápána jako velmi mocná, ovšem publikum je aktivní. Do této doby tedy patří další vývoj teorie nastolování agendy, zejména nastolování agendy druhého stupně a sblížení se (a propojení) s teorií rámcování a usměrňování. McCombs pak hovoří o nutnosti vytvoření široké myšlenkové mapy a očekává zahrnování dalších oblastí výzkumu.

Na závěr se pak posouvá mimo masmediální pole a svou teorii ještě dále rozšiřuje. Tento posun vrcholí vyslovením všeobecné teorie nastolování agendy (viz tabulka č. 6).

3. ČTYŘI TEORIE TISKU

Profesor Jirák ve své učebnici shrnuje čtyři teorie tisku³⁴ coby čtyři pokusy o vysvětlení úlohy tisku ve společnosti. Navzdory mnoha kritikám představuje dle autora této práce další užitečný náhled na práci médií, respektive tisku, a úloze nastolování agendy v tomto systému.

- a) První teorie je tzv. „autoritářská“, autorem tohoto konceptu je Frederic Siebert. Popisuje historicky podmíněný stav, v němž je tisk chápán jako prostředek, kterým autority (panovník, vláda) mohou jednosměrně komunikovat s publikem – obyvatelstvem. Tato teorie je chápána jako historicky nejstarší, časově je řazena od počátku médií až do konce 19. století.
- b) „Teorie libertariánská“ je teorií svobodného tisku. Jejím autorem je rovněž Frederick Siebert, který ji chápe jako protipól teorie autoritářské. Jejím základem je chápání mediálních institucí jako zcela svobodných, tedy mohou kdykoliv říct, co se jim zachce. Zcela zabraňuje zásahům státu, což je velmi žádoucí. Pluralita různých názorů vydavatelů nakonec vede k tomu, že jsou všechny prezentované názory v rovnováze, ke které ovšem dojde trh sám. Historicky je řazena od počátků rané demokracie a souvisí s rozvojem mocných mediálních domů, které měly díky ekonomické síle vysokou míru autonomie vůči státu. Viz tehdejší známý bonmot o tisku coby sedmé velmoci.
- c) Petersonova „teorie „společenské odpovědnosti“ je rozpracováním a adaptací libertariánské teorie ve druhé polovině dvacátého století (poválečná zkušenost). Stručně řečeno opakuje tezi o svobodě médií, ovšem doplňuje ji o hranici, za kterou by média neměla jít. Ovšem tuto hranici musí dodržovat zcela dobrovolně. Například by neměla podporovat zločinnost atp.
- d) Čtvrtá a poslední tzv. „komunistická teorie tisku“ od Wilbura Schramma chápe média jako nástroj jednoho typu socializace. Tj. jako prostředek výchovy „socialistického člověka“ a jako prostředek vzdělávání a osvěty. Základní ideou je myšlenka, že média v kapitalistických společnostech slouží kapitálu, zatímco v poměrech diktatury

³⁴ JIRÁK, J., KÖPPOVÁ, B. *Masová média*. 2.vyd. Praha: Portál, 2015, s. 120. ISBN 978-80-262-0743-6.

proletariátu slouží této diktatuře, respektive dělnické třídě. Je to návrat k autoritářské teorii, ovšem posunuté do podmínek druhé poloviny 20. století. Jedná se v zásadě o novodobou variantu autoritářského přístupu; v současnosti lze říct, že ideologie nemusí být pouze komunistická.

3.1 KRITIKA ČTYŘ TEORIÍ TISKU

Tyto čtyři trendy byly už vícekrát podrobeny rozsáhlé kritice, např. jako příliš podléhající optice své doby. (Kniha Sieberta-Petersona-Schramma „Four Theories of the Press“ vyšla v roce 1956). Např. Denis McQuail navrhuje v roce 1992 jiné rozdělení:³⁵

- a) Rozvojová teorie médií – předpoklad, že funkcí médií je rozvíjet národní kulturu a jazyk (v rámci dané národní politiky má socializační a vzdělávací cíle).
- b) Teorie demokratické participace – tato idea spočívá v představě, že by měla být média realizována velkým množstvím institucí. Neměla by existovat žádná centrální kontrola, ovšem měla by existovat v malých, menšinových a komunitních médiích tak, aby měli i jednotlivci a malé skupiny přístup do médií.

Nicméně i přes mnoho výtek mnoha dalších autorů a pokusů o opravu, rozdělení na čtyři teorie tisku stále představuje základní a velmi vlivné uspořádání úlohy tisku ve společnosti. Tomuto tématu se dále věnovali i Halin, Mancini, Hardy, Altschull a další.

Pokud se pokusíme do tohoto schématu zařadit McCombsovo nastolování agendy, pak ho lze přiřadit k teorii společenské odpovědnosti, ovšem přesněji tuto teorii lze zařadit do McQuailova rozdělení – do teorie demokratické participace. McCombs na více místech zdůrazňuje nutnost existence relativně otevřeného politického systému pro možnost nastolování témat. Nicméně žádný politický systém na světě není zcela ideálně otevřený, přestože teorie nastolování agendy může fungovat pouze ve světě svobodných médií. Tím je i zodpovězeno případné zařazení do rozdělení McQuaila; nastolování témat by v této dichotomii patřilo do teorie demokratické participace.

³⁵ MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 1.vyd. Praha: Portál, 1999, s. 77. ISBN 978-80-7178-200-9.

Praktická část

4. PRŮZKUM VLIVU TŘÍ DENÍKŮ NA VEŘEJNÉ MÍNĚNÍ

V této části práce se dostáváme k vlastnímu šetření, k empirické části práce. Bude nejprve nastíněno základní nastavení výzkumu, bude stanoven její výzkumný cíl, výzkumný vzorek atd.

V práci budou využity zahraniční teoretické poznatky uvedené v první části práce pro zjištění, zda odpovídají praxi v naší zemi. Tedy základním cílem je napodobení provedených výzkumů v zahraničí a ověření, zda je teorie nastolování agendy Maxwella McCombse validní i v českých podmínkách. Anebo ještě jinak řečeno, zda média v ČR uplatňují svůj vliv na veřejnost pomocí nastolování agendy stejně jako v jiných zemích.

Testovacím tématem, které bylo zvoleno, aby se vliv prokázal, se stala migrace, respektive migrační krize. A to z několika důvodů:

- a) Je to téma celospolečensky zajímavé.
- b) Je natolik konfliktní, aby nutilo žurnalisty vyjádřit své postoje. Lze tedy očekávat, že bude hojně zpracované publicisticky.
- c) V uplynulých dvou letech bylo mimořádně často zmiňované, je navíc dlouhodobě sledované statisticky.
- d) Z hlediska teorie McCombse se jedná o ideální téma pro výzkum, protože je tzv. nevtíravé, tedy obyvatelstvu nevstupuje běžně do jejich životů, mohou o něm získat informace téměř pouze z médií a na druhou stranu o něm budou chtít vědět.

Za tímto účelem byla vybrána tři česká periodika, u nichž bude provedena analýza četnosti zpráv a jejich obsahová analýza. Analyzována budou data ze tří časových období, aby se dokázala kauzalita mezi mediálními obsahy (téma migrace) a veřejným míněním. Získaná data pak budou komparována s výsledky průzkumů veřejného mínění Eurobarometr, které jsou veřejně dostupné a pokládány za validní a relevantní.

Další zajímavé srovnání bude porovnání četnosti zpráv těchto tří deníků s počty agenturních zpráv ČTK (Česká tisková kancelář) v tomtéž období. Což mimo jiné ukáže, do jaké míry agenturního zpravodajství tyto deníky využívají.

V druhé rovině šetření pak bude zjišťováno, do jaké míry se mediální obsahy vybraných periodik kryjí s realitou – tzn. bude přidán „indikátor reality“ po vzoru Geralda R. Funkhausera. Budou využity celoevropské statistiky Eurostatu o migraci, jakožto souborného statistického úřadu pro celou Evropskou unii, jehož výstupy jsou rovněž veřejně dostupné a jsou považovány za validní a relevantní.

Proč zrovna tři deníky? Byly vybrány úmyslně deníky a nikoliv televize či nějaký internetový zpravodajský server, protože se tisk v rámci výzkumu nastolování agendy jevil jako dlouhodobě vlivnější³⁶ než televize (v době provádění základních výzkumů ještě neexistoval internet). Televize dosahuje nejvyšší dobu korelace poměrně krátce a také míra korelace rychle odeznívá, zatímco v případě tisku je korelace sice nižší, nicméně trvá v nejvyšší hladině déle a později odeznívá. Viz tabulka „Časové hledisko v procesu nastolování agendy“.

Ve výsledku pak bude možné stanovit, zda vybrané české deníky uplatňují vliv na veřejné mínění.

Doba, kdy bude nutné provádět obsahovou analýzu deníků, byla stanovena v závislosti na průzkumech Eurobarometr, které jsou pravidelně prováděny dvakrát ročně, na jaře a na podzim. Bylo proto zvoleno období měsíce října v letech 2014, 2015 a 2016. Co už umožňuje meziroční srovnání a zároveň říjen předchází pravidelnému listopadovému výzkumu veřejného mínění.

Měsíční období před průzkumem se navíc jeví jako vyhovující pro dostatečnou dobu, kdy vliv tisku kulminuje (4 týdny).

A nakonec, které deníky byly vybrány? Pokud se podíváme do statistik serveru ABC ČR³⁷, který pravidelně publikuje ověřené náklady (údaje z října 2016 ještě nejsou v době psaní této práce ověřené, nicméně není třeba očekávat výrazné změny) periodického tisku, pak dlouhodobě nejvydávanejší jsou tyto tři deníky: Blesk, Mladá fronta DNES a Právo. Deníky z rodiny Vltava-Labe-Press, a.s. vycházející v lokalizacích nemohou být chápány na stejné úrovni jako deníky celostátní, byť mají dohromady vysoký náklad.

³⁶ MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 84. ISBN 978-80-7367-591-2.

³⁷ ABC ČR, *Ověřovaná data: Periodický tisk*. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk/>

Lze tedy říct, že tyto tři deníky pokrývají převážnou část tuzemských čtenářů novin a společně tedy tvoří hlavní část českého tisku, dohromady zhruba 60 % trhu včetně deníku Sport. Navíc jsou porovnatelné z hlediska četnosti vydání, všechny tři vycházejí periodicky šest dní v týdnu od pondělí do soboty.

Tyto tři deníky zároveň pokrývají dichotomii bulvár/seriózní tisk. Co se týče zaměření deníků, ačkoliv je uvedené politické zařazení pouze velmi hrubé, mohou být chápány jako mírně levicové, středové a mírně pravicové. Postihují tedy hlavní směry politického uvažování v této zemi. Další výhodou všech zmíněných deníků je kvalitní archiv přístupný online.

V druhé části průzkumu bude provedeno dotazování u tří zástupců vybraných periodik, což poskytne další informace, kvalitativní průzkum tak doplní průzkum kvantitativní.

Z hlediska Acapulské typologie (viz tabulka: Acapulská typologie: čtyři perspektivy nastolování agendy) můžeme výzkum zařadit k perspektivě III, tedy zkoumání historického vývoje.

4.1 STANOVENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK A HYPOTÉZ

V minulé kapitole byl stanoven hlavní výzkumný cíl, tj. napodobení provedených výzkumů ze zahraničí a ověření, zda média v ČR uplatňují svůj vliv na veřejnost pomocí nastolování agendy stejně jako v jiných zemích. Z toho budou také vycházet výzkumné otázky a hypotézy.

První zdaleka nejdůležitější otázkou je, zda k tomu opravdu dochází. Odpovědí na tuto otázku bude provedení analýzy četnosti zpráv o daném tématu ve sledovaném období přesně po vzoru Chapel Hill studie a dalších. Získaná data budou komparována s výsledky průzkumů veřejného mínění z téhož období. Kladně bude tato otázka zodpovězena, pokud bude zvýšená/snížená četnost zpráv o migraci odpovídat zvýšenému/sníženému chápání migrace veřejností jako nejzávažnější téma. Jako sekundární důkaz poslouží informace, na kolikáté straně se informace objevují. Přesné znění výzkumné otázky bylo stanoveno takto: **Dochází v ČR u tématu „migrace“ k ovlivňování veřejného mínění třemi vybranými periodiky pomocí nastolování agendy prvního stupně?**

Druhá, neméně závažná otázka, vychází z té první. Tato otázka zní, zda dochází k nastolování agendy druhého stupně (tedy agendy atributů) za předpokladu, že otázka číslo jedna bude zodpovězena kladně. Nebo ještě přesněji: zda dochází k rámcování tématu migrace. Zodpovězena tato otázka bude po provedení obsahové analýzy mediálních obsahů vztahujících se k migraci a zjištění, zda deníky přenášejí také atributy tématu migrace.

Tato otázka předpokládá, že se rámcování uskutečňuje a má vliv na veřejné mínění. Byla zvolena škála atributů, které mohou být přenášeny; na relativně bezproblémové, neutrální a relativně problematické. Zjištěná četnost relativně bezproblémových, neutrálních a relativně problematických zpráv bude porovnána s výzkumy veřejného mínění. Kladně tato otázka bude zodpovězena ve chvíli, kdy buď převáží rámcování „bezproblémové“, a ve výsledcích průzkumů veřejného mínění se migrace neprokáže jako problém, anebo může být zodpovězena kladně, pokud převáží rámcování „problematické“ a veřejnost vyjádří v průzkumech své obavy. Jako sekundární důkaz poslouží informace o tom, zda jsou mediální obsahy povahy zpravodajské anebo publicistické. Z povahy publicistických sdělení lze dovodit, že mají silnější možnost přenosu atributů než zpravodajství, tj. dokáží silněji působit na mysl čtenářů. Pokud vzroste/poklesne počet publicistických sdělení, pak můžeme usuzovat na sílící/slábnoucí vliv rámcování.

Otázka ovšem pozbývá smyslu ve chvíli, kdyby nebyla kladně zodpovězena otázka první, neboť by případné rámcování a další postupy pozbývaly smyslu a zjištěné výsledky by

tak byly případně pouze náhodné. Nebylo by tedy možné z ní vycházející hypotézu prokázat. Přesné znění výzkumné otázky bylo stanoveno takto: **Dochází v ČR u tématu „migrace“ k ovlivňování veřejného mínění třemi vybranými periodiky pomocí nastolování agendy druhého stupně?**

Třetí otázka zjišťuje, zda se informování veřejnosti kryje s realitou, tzn. bude porovnána již zjištěná četnost zpráv o migraci v daném období s realitu zachycujícími statistikami Eurostatu sledujícími migraci v těsně předcházejícím období (deníky mohou čerpat pouze z minulých dat). Respektive ověříme, zda se počty zpráv deníků opírají o realitu. Jedná se tedy o klasický Funkhauserův „indikátor reality“. Otázka bude zodpovězena kladně, pokud zvýšená/snížená četnost zpráv o migraci bude odpovídat faktickému zvyšování/snižování migrace v předchozím období. Přesné znění výzkumné otázky bylo stanoveno takto: **Koresponduje růst/pokles četnosti zpráv o migraci ve vybraných denících s reálnými statistickými daty o migraci?**

Další výzkumná otázka pak zní, zda lze najít souvislost mezi počty zpráv těchto tří deníků s počty agenturních zpráv ve zvolených obdobích. Již zjištěná četnost zpráv bude porovnána s počtem agenturních zpráv ČTK. Z korelace vyplyne, kolik procent zpravodajství ČTK deníky využívají. Jedná se tedy o intermediální nastolování agendy, kterou zkoumala např. Shoemakerová. Otázka bude zodpovězena kladně, pokud bude zvýšená/snížená četnost zpráv deníků odpovídat zvýšené/snížené četnosti agenturních zpráv. Přesné znění výzkumné otázky bylo stanoveno takto: **Koresponduje růst/pokles četnost zpráv o migraci ve vybraných denících s růstem/poklesem četnosti agenturních zpráv ČTK?**

Poslední výzkumná otázka se vztahuje k názorům pracovníků zvolených médií, spadá tedy do oblasti kvalitativního výzkumu. Těmto pracovníkům bude v rámci šetření položena písemně celá řada standardizovaných otázek, které odhalí jejich názory na problém nastolování agendy. Je obtížné předjímat výsledky kvalitativního výzkumu, otázka tedy musí být zvolena volněji. Přesné znění výzkumné otázky bylo stanoveno takto: **Jsou si pracovníci vybraných periodik vědomi své moci nastolovat agendu?**

Těmto pěti výzkumným otázkám pak v zásadě odpovídají následně stanovené výzkumné hypotézy:

- 1) Tři vybraná periodika ovlivňují veřejné mínění v ČR u tématu migrace pomocí nastolování agendy prvního stupně.**
- 2) Tři vybraná periodika ovlivňují veřejné mínění v ČR u tématu migrace pomocí nastolování agendy druhého stupně.**
- 3) Růst/pokles četnosti zpráv koresponduje s reálnými statistickými daty o migraci.**
- 4) Růst/pokles četnosti zpráv o migraci ve zvolených denících koresponduje s růstem/poklesem četnosti agenturního zpravodajství ČTK.**
- 5) Pracovníci vybraných periodik jsou si vědomi své moci nastolovat agendu.**

4.2 METODOLOGIE VÝZKUMU

Aby byl výzkum skutečně validní, je třeba předem stanovit náležitosti jeho provedení tak, jak to stanovuje odborná literatura, v tomto případě zejména kniha *Metody výzkumu médií*³⁸ od Trampoty a Vojtěchovské. Ta bude použita jako metodologický návod, jak správně výzkum provést.

Výzkum médií je interdisciplinární záležitostí, základní vědní obory prolínající se s výzkumem médií jsou zejména sociologie, psychologie, lingvistika, praktická teorie žurnalistiky, filozofie, estetika. Etnografie, filmové vědy, právní vědy, ekonomie aj.³⁹

Sociologie přispěla zejména logikou zkoumání vzorku a prosazením svých přístupů k poznání celku skrze poznání jednotlivostí. Tato práce využije právě sociologické přístupy a metody.

Jádrem bude užití kvantitativních metod, ty poslouží jako základ pro získání relevantních dat. Tyto metody vycházejí především z otázky **kolik?**⁴⁰ Výhodou těchto metod je vysoká reliabilita, přenositelnost, replikovatelnost. Vychází z pozitivismu.

Pro doplnění výsledků budou využity metody kvalitativní, které se ptají především **jak?**⁴¹ Jsou vysoce validní, vychází mimo jiné z hermeneutiky a fenomenologie.

³⁸ TRAMPOTA, T., VOJTĚCHOVSKÁ, M. *Metody výzkumu médií*. 1.vyd. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.

³⁹ TRAMPOTA, T., VOJTĚCHOVSKÁ, M. *Metody výzkumu médií*. 1.vyd. Praha: Portál, 2010, s. 10. ISBN 978-80-7367-683-4.

⁴⁰ TRAMPOTA, T., VOJTĚCHOVSKÁ, M. *Metody výzkumu médií*. 1.vyd. Praha: Portál, 2010, s. 16. ISBN 978-80-7367-683-4.

⁴¹ TRAMPOTA, T., VOJTĚCHOVSKÁ, M. *Metody výzkumu médií*. 1.vyd. Praha: Portál, 2010, s. 18. ISBN 978-80-7367-683-4.

4.3 KVANTITATIVNÍ ČÁST VÝZKUMU

Bude použita kvantitativní metoda výzkumu spojovaná se jménem Bernarda Berelsona, jinak tradičně nazývaný „obsahová analýza“. Helmut Shera ji definuje následovně: „*kvantitativní výzkumná metoda pro systematický a intersubjektivně ověřitelný popis komunikačních obsahů, vycházející z vědecky podloženého kladení otázek.*“⁴²

Je stanovena správná posloupnost kroků.

Formulace výzkumných otázek a hypotéz byly provedeny už výše. Druhý krok je stanovení výběrového souboru populace – výzkumný vzorek. I ten již byl stanoven v předcházející kapitole (tři deníky Blesk, MfDnes a Právo, vydání z října let 2014, 2015 a 2016).

V této části práce tedy bude vysvětlena a prezentována analýza četnosti tématu „migrace“ v denících Blesk, MfDnes a Právo. Budou stanoveny a vysvětleny pravidla, za kterých bude analýza provedena. Jádrem tohoto typu výzkumu je stanovení konstrukce obsahových kategorií jednotlivých proměnných, které bude průzkum zkoumat. Existuje dvojitý přístup:

- a) Emergent kódování (vzorek je prozkoumán a následně jsou stanoveny kategorie)
- b) A priori kódování (kategorie jsou stanoveny a pak se prohledává vzorek)

V případě tohoto výzkumu se tedy bude jednat o druhou možnost, tedy a priori kódování. Kódováním obsahu vzorku se rozumí jeho analýza, kódovač je tedy výzkumník.

Je důležité zajistit, aby v případě více výzkumníků byla analýza provedena shodně, v tomto případě tento problém odpadá, jelikož výzkumník bude jen jeden (autor práce). Pokud by bylo výzkumníků více, bylo by nutné přikročit k zaškolení výzkumníků tak, aby všichni přistupovali ke kódovacímu manuálu stejně.

Výsledkem sestavení je tzv. kódovací manuál, tedy hlavní pomůcka a soupis zkoumaných proměnných a kategorií, které mohou nabývat. Zde tento manuál je:

Nejdůležitější provedenou analýzou bude analýza četnosti zpráv v těchto denících. Budou to tři analýzy vždy z října let 2014, 2015 a 2016. Bude zjištěna celková suma všech zpráv zařazených do rubrik **domácího a zahraničního zpravodajství, rozhovorů, názorových stránek**, respektive do **publicistiky**. Hlavním rozpoznávacím kritériem bude počet titulků (tedy pokračující články z první strany budou počítány dvakrát, protože mají

⁴² **SHERERA, H.** in: **TRAMPOTA, T., VOJTĚCHOVSKÁ, M.** *Metody výzkumu médií*. 1.vyd. Praha: Portál, 2010, s. 103. ISBN 978-80-7367-683-4.

vlastní titulek) Zprávy na první straně budou počítány vždy všechny včetně samostatných fotografických, infografik a jiných zpráv, protože jsou chápány v daném čísle jako nejzávažnější, navzdory tomu, že pak třeba odkazují a pokračují v rubrice kultura, sport atp. Druhý směrodatný aspekt po titulku pro zařazení konkrétního obsahu jako sledovaného tématu pak bude vlastní obsah.

Jako zpráva o migraci bude chápána každá, která nějakým způsobem zahrnuje **větší přesuny populace, masové stěhování, omezování a kritika migrace, migranty** a další velmi příbuzná témata.

Do průzkumu nebudou zařazeny části deníků, jako je např. sport, inzerce, ekonomika, kultura, regionální a jiné přílohy atp.

Z této sumy bude zjištěno, kolik procent tvořily obsahy věnované migraci. Součástí tohoto průzkumu bude i zjišťování, na jaké (na kolikáté) straně byly obsahy zveřejněny. I to je součástí postupu nastolování agendy.

Další sledovanou kategorií bude zařazení obsahů do zpravodajského a publicistického žánru. Tedy bude zjišťována přítomnost „názorů“ v konkrétních obsazích, pokud bude zpráva hodnocena jako názorově neutrální, pak bude přiřazena do zpravodajství. Pokud bude obsahovat zjevný názor autora obsahu, pak bude zařazena do publicistiky.

Poslední kategorií, která bude u obsahů sledována, bude rámcování daného obsahu. Atributů a rámců může být celá řada, pro potřeby této práce byly redukovány na tři základní: relativně bezproblémové, neutrální a relativně problematické obsahy.

Tato škála byla zvolena s ohledem na otázku průzkumů Eurobarometru (viz dále). Mírně pozměněná otázka MIP, kterou pokládá Eurobarometr svým respondentům, zní: „Co jsou podle Vás dva nejzávažnější problémy, před kterými dnes stojí naše země?“

Proto bude sledována kategorie problematičnosti. Mohlo by se zdát, že bude splývat s jinou škálou rámcování, která byla původně autorem práce zamýšlena, tj. rozdělení na pozitivní, neutrální a negativní, ale není tomu tak zcela.

Už z hlediska lingvistického je zřejmé, že pokud je dotazován největší problém, pak tazatel musí počítat s odpověďmi jak kognitivními, tak emotivními, které však budou zřejmě převažovat. Respektive respondent může odpovídat po zralé racionální úvaze a uvést nějaké téma jako problematické, i když celkově pozitivně hodnocené. Ovšem ve většině případů pravděpodobně dotazovaný uvede jako největší problém to téma, kterého se nejvíce obává, tedy má k němu a priori negativní postoj.

Toto jemné rozlišení průzkumy Eurobarometru nepostihují, ovšem při analýze mediálních obsahů k nim bude přihlíženo. Je to zároveň i výhodnější z hlediska hodnocení

obsahů zpravodajských obsahů. U obsahů publicistických je to zřejmé, tam má být názor autora přítomen. Hodnoceny tak ale budou nejen obsahy řazené do publicistiky, ale i do zpravodajství, kde by se „názorovost“ neměla projevovat. Ovšem relativní „problematičnost“ pravděpodobně ano. Pokud bude například emotivní vyznění zpravodajské zprávy zcela neutrální, přesto může kognitivně popisovat určitý problém. Anebo naopak může zpráva neutrálně popisovat bezproblémovost tématu.

Jaké tedy budou základní kategorie, podle kterých budou mediální obsahy zařazené jako domácí zpravodajství, zahraniční zpravodajství a publicistika hodnoceny?

- a) Počet obsahů v každém vydání. (Výsledkem bude číslo ke každému vydání.)
- b) Počet obsahů v každém vydání věnovaných tématu migrace. (Výsledkem bude číslo ke každému vydání.)
- c) Číslo strany deníku, na kterém je zpráva uvedena. (Výsledkem budou čísla přiřazená ke každé vybrané zprávě.)
- d) Zařazení mediálního obsahu do žánru zpravodajství anebo publicistika. (Výsledkem budou písmena z/p přiřazená ke každé vybrané zprávě.)
- e) Zařazení mediálního obsahu do škály „relativně problematické“, „neutrální“ a „relativně bezproblémové“. (Výsledkem budou znaky -/0/+ přiřazené ke každé vybrané zprávě.)

Výsledkem průzkumu pak bude kódovací list se zápisem výsledků výzkumu. V případě ručního zápisu bude třeba přepsat výsledek do elektronické podoby.

4.4 KVALITATIVNÍ ČÁST VÝZKUMU

Druhá část výzkumu bude provedení šetření mediálních profesionálů.⁴³ Je to přechod od kvantitativních metod ke kvalitativním, právě jejich kombinace může dát nejlepší náhled na danou problematiku. Samotné dotazování může dle teorie probíhat několika způsoby:

- a) Dotazník vyplňovaný účastníky výzkumu samostatně.
- b) Standardizované face to face dotazování.
- c) Telefonické dotazování.
- d) Hlubkové rozhovory face to face.
- e) Ohniskové skupiny.

Pro potřeby této práce byla zvolena metoda dotazníkového šetření. Nese to výhodu vysoké míry standardizace – tj. záruku shodného přístupu ke všem respondentům a je dobře podložené teoreticky.

Základem šetření je vypracování vhodného dotazníku a výběr testovacího vzorku. Cílem bylo získat odpovědi profesionálních pracovníků těchto deníků spjatých s každodenním provozem těchto deníků, a tedy zodpovědných za konkrétní mediální obsahy publikované v denících. Cílovou skupinou tohoto šetření byli tedy zvoleni libovolní členové redakcí všech tří deníků, redaktori politického zpravodajství, respektive zahraničních redakcí, případně vedení těchto redakcí včetně osob šéfredaktorů. Ideálně osob, které nějakým způsobem pracovali na tématu migrační krize, ať už jako řadoví žurnalisté, anebo jim nadřízení pracovníci. Pro sestavování samotného dotazníku platí pět základních pravidel:⁴⁴

⁴³ TRAMPOTA, T., VOJTĚCHOVSKÁ, M. *Metody výzkumu médií*. 1.vyd. Praha: Portál, 2010, s. 87. ISBN 978-80-7367-683-4.

⁴⁴ WIMMER, D. in: TRAMPOTA, T., VOJTĚCHOVSKÁ, M. *Metody výzkumu médií*. 1.vyd. Praha: Portál, 2010, s. 103. ISBN 978-80-7367-683-4.

- a) Cíl výzkumného projektu musí být jasný a dotazník musí obsahovat jen relevantní otázky.
- b) Otázky musejí být jasné a jednoznačné.
- c) Otázky musejí jasně vykazovat, co je po respondentech požadováno.
- d) Nikdy by se nemělo brát za samozřejmé, že respondent otázku pochopí.
- e) Při sestavování a řazení otázek je dobré se řídit Occamovým pravidlem.⁴⁵

V případě otevřených otázek je možné získat nečekané odpovědi, naopak při uzavřených otázkách je výhoda snadnost zpracování. V případě nejasnosti je možné provést pilotní studii dotazníku, tedy jeho test na malém vzorku.

Důležité je i zvolit metodu distribuce dotazníků. Případá do úvahy face to face, poštovní doručení, telefonické dotazování anebo využití internetové pošty. V případě tohoto výzkumu byla zvolena možnost internetového dotazování případně kombinovaná s telefonickým v případě, že nebude silná odezva. Jako úspěšné by se dalo označit získání vyplněného dotazníku alespoň jednoho z každého deníku.

Výsledkem bylo vytvoření a rozeslání dotazníku pro pracovníky deníků do tří redakcí, viz příloha A. Součástí rozesílání bylo i vytvoření průvodního e-mailu, který by pak jako přílohu obsahoval dotazník. Tento e-mail byl mírným způsobem obměňován, podle konkrétních adresátů. Verze e-mailu určená neadresně pro celou redakci je uvedena jako příloha B. Jako prvotní pak byly zvoleny elektronické adresy inzerované samotnými deníky, jedná se o adresy elektronických podatelen. V případě neúspěchu rozesílání na tyto adresy pak přicházelo do úvahy získání jiných adres pomocí telefonního dotazování.

Na získání dat a jejich vyhodnocení byla plánována doba jednoho měsíce (vyšlo to pak reálně přibližně na období poloviny dubna 2017 až poloviny května 2017). Pokud by nebyla odezva na první rozeslání dotazníku elektronickou poštou, bylo autorem naplánováno trojí telefonní kontaktování redakcí, vždy po jednom týdnu. Výsledkem telefonního spojení mělo být získání buď přímo souhlasu s účastí ve výzkumu, nebo alespoň odkaz na někoho dalšího, kdo by byl ochoten dotazník vyplnit.

⁴⁵ **SCS.ABZ.CZ**, *Slovník cizích slov – Occamova břitva*. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/břitva-occamova>

4.5 BLESK

Tento deník je dlouhodobě nejčtenějším periodikem v ČR. Je řazen do sféry bulvárního tisku, k čemuž se také sám otevřeně hlásí. Politicky neutrální.

Jeho průměrné denní tištěné náklady byly v říjnu 2014 **313 036** výtisků, v říjnu 2015 **288 860** výtisků a v říjnu 2016 **263 028** výtisků. Má internetovou mutaci BLESK.CZ, která nabízí některé obsahy na internetu.

Vydavatel: CZECH NEWS CENTER⁴⁶

Rok založení: 13. dubna 1992

Šéfredaktor: Radek Lain

Adresa redakce: Komunardů 1584/42, 170 00, Praha 7

Kontakt: +420 724 249 000, blesk@blesk.cz

Obrázek č. 2: „Logo deníku Blesk“



Zdroj: *Loga ke stažení*, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z:

<https://www.cncenter.cz/loga-ke-stazeni>⁴⁷

⁴⁶ CNC, *Czech news center*, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <https://www.cncenter.cz>

⁴⁷ CNC, *Loga ke stažení*, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <https://www.cncenter.cz/loga-ke-stazeni>

4.5.1 VÝSLEDKY ANALÝZY DENÍKU BLESK

Bulvární deník Blesk nabízí virtuální vydání svých výtisků formou ePaperu pouze formou nákupu předplacených počtů vydání, což lze zakoupit pomocí zprávy SMS. A to pouze v počtu dvou anebo pěti vydání za sníženou cenu oproti koupi klasického výtisku. Pro relativní náročnost jak technickou, tak finanční, bylo rozhodnuto provést výzkum pomocí klasického pročitání vytištěných vydání v čítárně Městské knihovny Praha. Jednotlivé výsledky byly zapsány ručně do kódovacího listu, který pak byl přepsán do elektronické formy. Jedná se o tři listy z října let 2014, 2015 a 2016.

V říjnu 2014 (26 vydání) Blesk zveřejňuje celkem **763** zpráv a z nich pouze **2** se věnují tématu migrace. Tedy **0,26 %** (zaokrouhleno na dvě desetinná místa). Z toho **žádná** na první straně, průměrné umístění stránky je **3**. Z těchto dvou zpráv jsou **obě** zpravodajské a **žádná** publicistická. Z hlediska problematičnosti jsou **obě** zprávy uvedeny v neutrálním kontextu (**100 %**). Viz příloha C.

V říjnu roku 2015 (celkem 26 vydání) pak Blesk ve sledovaných rubrikách publikuje celkem **539** zpráv, z toho **40** se věnuje problematice migrace, což činí celkem **7,42 %**. **4x** na první straně, průměrná strana je **5,83**. Z tohoto počtu je pak **39** zpráv zařazených do zpravodajství a **žádná** do publicistiky. V problematičtém kontextu je to **29** zpráv (**72,5 %**), v neutrálním **10** (**25 %**) a v bezproblémovém kontextu **1** zpráva (**2,5**). Viz příloha D.

V říjnu 2016 (25 vydání) pak Blesk ve sledovaných rubrikách publikuje celkem **419** zpráv, z toho pouze **3** se věnují problematice migrace, což činí celkem **0,72 %**. **žádná** na první straně, průměrná strana je **2,67**. Z tohoto počtu jsou pak všechny **3** zprávy zařazeny do zpravodajství a **žádná** do publicistiky. V problematičtém kontextu jsou to **2** zprávy (**66,67 %**) a v neutrálním kontextu **1** zpráva (**33,34 %**). Viz příloha E.

Dohromady lze říct, že deník Blesk nemá zpravodajství na prvním místě svých, tedy bulvárních témat, jeho prvním stranám dominují zejména společenská témata, případně černá kronika atp. Je to dáno bulvární povahou tohoto listu. Což je také důvod toho, že se politická/zpravodajská témata nestávají obsahem publicistiky. Jeho zpravodajství (povětšinou na druhé/třetí straně) je tedy tvořeno zprávami, jejichž výběr a zaměření samotné pak taktéž podléhá bulvárnímu zaměření deníku.

V případě dotazníkového šetření členů redakce deníku Blesk, dopadlo zcela neúspěšně. Po prvním odeslání nebyla odezva vůbec žádná. Při telefonních pokusech kontaktovat redakci pak vždy pokus skončil na pracovníkovi podatelny (hovory jsou údajně přepojovány na členy redakce pouze ve zvláštních, bohužel nespecifikovaných, případech). Tito pracovníci pak shodně v rozmezí tří týdnů třikrát doporučili, aby byl dotazník odeslán na

elektronickou podatelnu. Navzdory slovního ujištění jednoho z pracovníků na telefonu, že Blesk podporuje výzkum i studenty, odezva nepřišla žádná.

4.6 MFDNES

Druhý nejčtenější deník v ČR. Je řazen do sféry seriózního tisku, je to nejčtenější český seriózní list. Politicky neutrální, ale politické ladění komentátorů je mírně pravicové. Vzniká jako nová právnická osoba z původního deníku Mladá fronta, což byl orgánem Ústředního výboru Socialistického svazu mládeže.

Mediální dům Mafra vlastníci MfDnes i jiná média, je součástí mediální skupiny miliardáře Andreje Babiše, z nichž další nejdůležitější periodikum jsou Lidové noviny a rozhlasová stanice Impuls.

Její průměrné denní tištěné náklady byly v říjnu 2014 **210 114** výtisků, v říjnu 2015 **184 988** výtisků a v říjnu 2016 **165 048** výtisků. Má internetovou mutaci iDnes.cz, která nabízí některé obsahy na internetu.

Vydavatel: MAFRA, a. s.⁴⁸

Rok založení: 1. září 1990

Šéfredaktor: Jaroslav Plesl

Adresa redakce: Karla Engliše 519/11, 150 00, Praha 5

Kontakt: +420 225 062 201, mfdnes@mfdnes.cz

Obrázek č. 3: „Logo deníku MfDnes“



Zdroj: Portfolio, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z:

<http://www.mafra.cz/portfolio.aspx>⁴⁹

⁴⁸ MAFRA, A. S., *Mediální skupina Mafra*, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://www.mafra.cz>

⁴⁹ MAFRA, A. S., *Portfolio*, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://www.mafra.cz/portfolio.aspx>

4.6.1 VÝSLEDKY ANALÝZY DENÍKU MFDNES

V případě deníku MfDnes bylo provedení obsahové analýzy jednotlivých vydání nejsnadnější ze zmíněných deníků. V případě zaplacení předplatného totiž MfDnes umožní přístup k elektronickým verzím svých minulých vydání v úplné podobě. Tedy bylo možné provést výzkum přes internet.

Výsledkem výzkumu byly tedy tři kódovací listy z října let 2014, 2015 a 2016 zapisované rovnou elektronicky.

V případě října 2014 (25 vydání) MfDnes zveřejňuje celkem **816** zpráv a z nich je **17** věnováno tématu migrace. Tedy **2,08 %** (zaokrouhleno na dvě desetinná místa). Z toho **3x** na první straně, průměrné umístění stránky je **5,74**. Z těchto obsahů je **14** zpravodajských (**82,35 %**) a **3** publicistické (**17,65 %**). Z hlediska problematičnosti je **12 (70,59 %)** obsahů uvedeno v problematičtém kontextu, **3 (17,64 %)** v neutrálním a **2 (11,76 %)** v bezproblémovém kontextu. Viz příloha F.

Pokud srovnáme tato čísla s následujícími roky, pak můžeme zkonstatovat, že se migrace jako téma téměř neobjevuje a pokud ano, pak zejména v souvislosti s obavou z šíření chorob (v té době probíhala epidemie viru Ebola). Tedy často v domácím zpravodajství kvůli opatřením na letišti Václava Havla apod. Několik zpráv je pak o případné migraci krajanů z Ukrajiny kvůli tamnímu konfliktu. Zpráv o migraci z jihu a jihovýchodu do Evropy ve smyslu velké krize dalších let nalezneme v tomto měsíci pouze 2. Ani zmínka o migraci nebývá i u těch témat, kde by to šlo očekávat, například ve zprávách o řádění Islámského státu a válce v Sýrii (ta začíná od revoluce proti B. Asadovi v roce 2011).

V říjnu 2015 (26 vydání) byla situace zcela jiná. MfDnes zveřejňuje celkem **872** zpráv a z nich je **145** věnováno tématu migrace, což představuje **16,63 %** (zaokrouhleno na dvě desetinná místa). Z těchto zpráv je **20** na první straně, průměrné umístění je na straně **6,82**. Z těchto obsahů je **101** charakteru zpravodajského (**69,66 %**) a **44** řazeno do publicistiky (**30,35 %**). Z hlediska problematičnosti pak **93** obsahů (**64,14 %**) v problematičtém kontextu, **34 (23,45 %)** v neutrálním a **18 (12,41 %)** v bezproblémovém kontextu. Viz příloha G.

Co se týče vlastních mediálních obsahů, v domácím zpravodajství jsou zachyceny bezpečnostní manévry v ČR, zejména nasazení Policie ČR v pohraničí. V zahraničních rubrikách pak popis cesty migrantů z Turecka a Afriky po jejich trase do Německa a dalších zemí. Zmínky o kriminalitě a problémech migrantů se adaptovat. Téma migrace se stává hojně frekventovaným i v publicistice, na názorových stránkách. V MfDnes existuje rubrika studentů, ti v daném období nepsali téměř nic jiného než komentáře k uprchlické krizi.

V říjnu 2016 (25 vydání) pak MfDnes ve sledovaných rubrikách publikuje celkem **870** zpráv, z toho **57** se věnuje problematice migrace, což činí celkem **6,55 %**. **8x** na první straně, průměrná strana je **6,63**. Z tohoto počtu je pak **48** obsahů (**84,21 %**) zařazených do zpravodajství a **9** do publicistiky (**15,79 %**). V problematickém kontextu je to **34** obsahů (**59,65 %**), v neutrálním **19** (**33,33 %**) a v bezproblémovém kontextu **4** zprávy (**7,02 %**). Viz příloha H.

V domácím zpravodajství zmínky o českých zařízeních pro migranty a reakce na snahu EU zavádět kvóty pro přijetí migrantů, v zahraničním pak opět popisy migračních tras a zařízení pro migranty (p. Šafaříková), diplomatická jednání o migraci v EU atd.

Získávání dat do kvalitativní části výzkumu bylo bohužel neúspěšné. Po prvním odeslání redakci nepřišla žádná odezva. V následném telefonním dotazování bylo doporučeno zaslat dotazník celé redakci stejně jako v prvním případě. Opět žádná odezva. Na druhý pokus telefonem byla získána elektronická adresa šéfredaktora p. Jaroslava Plesla, ovšem bez odezvy na mail. Na třetí pokus bylo pouze získáno doporučení zaslání mailu s dotazníkem opět na všeobecnou adresu redakce. Načež nepřišla žádná odezva.

4.7 PRÁVO

Třetí nejčtenější deník v České republice. Je řazen do sféry seriózního tisku, je to druhý nejčtenější český seriózní list. Politicky neutrální, ale politické ladění komentátorů je mírně levicové. Vzniká jako nová právnická osoba z původního deníku Rudé právo, což byl orgánem Komunistické strany Československa.

Jeho průměrné denní tištěné náklady byly v říjnu 2014 **145 060** výtisků, v říjnu 2015 **139 923** výtisků a v říjnu 2016 **134 201** výtisků. Jeho internetovou mutací jsou NOVINKY.CZ, na které jsou umístovány vybrané obsahy.

Vydavatel: BORGIS, a. s. – Deník Právo⁵⁰

Rok založení: 1. ledna 1991

Šéfredaktor: Zdeněk Porybný

Adresa redakce: Slezská 2127/13, 120 00, Praha 2

Kontakt: +420 221 001 111, redakce@pravo.cz

Obrázek č. 4: „Logo deníku Právo“



Zdroj: *Právo*, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z:

<http://www.pravo.cz>⁵¹

⁵⁰ PRÁVO, A. S., *Právo*, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://www.pravo.cz>

⁵¹ PRÁVO, A. S., *Právo*, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://www.pravo.cz>

4.7.1 VÝSLEDKY ANALÝZY DENÍKU PRÁVO

Deník Právo nabízí po registraci bezplatný přístup do archivů starších zpráv, nicméně pouze od počátku stávajícího kalendářního roku. Není tedy možné dohledávat v přístupném archivu obsah důležitý pro tuto práci. Archiv spravuje společnost NEWTON Media a. s.⁵², která ovšem na žádost výzkumníka o zpřístupnění starších částí archivu nereagovala.

Starší vydání deníku Právo je možné si také zakoupit elektronicky na nákupním portálu Alza.cz, ovšem bez ohledu na předplatné za plnou cenu všech jednotlivých požadovaných vydání, což je pro potřeby diplomové práce finančně neúnosné.

Výzkum byl tedy proveden klasickou formou pročitání vytištěných vydání v čítárně Městské knihovny Praha. Jednotlivé výsledky byly zapsány ručně do kódovacího listu, který byl poté přepsán do elektronické formy. Jedná se o tři listy z října let 2014, 2015 a 2016.

V říjnu 2014 (26 vydání) deník Právo zveřejňuje celkem **1418** zpráv a z nich je **28** věnováno tématu migrace. Tedy **1,98 %** (zaokrouhleno na dvě desetinná místa). Z toho **žádná** na první straně, průměrné umístění stránky je **9,73**. Z těchto obsahů je **25** zpravodajských (**89,29 %**) a **3** publicistické povahy (**10,71 %**). Z hlediska problematičnosti je **21** obsahů (**75%**) uvedeno v problematičtém kontextu, **5** v neutrálním (**17,86 %**) a **2** (**7,14 %**) v bezproblémovém kontextu. Viz příloha CH.

Z těchto zpráv o migraci největší počet zahrnují zprávy o šíření viru Ebola, v několika případech jednání s krajánky z Ukrajiny o přistěhování, pouze ve dvou případech pak migrace z arabských zemí a Afriky, ovšem zmíněná pouze jako vedlejší téma v komentářích o válce v Afghanistanu a ruském angažmá v Sýrii.

V říjnu 2015 (26 vydání) publikovalo Právo ve sledovaných rubrikách celkem **1502** zpráv, z toho **226** se věnuje problematice migrace, což činí celkem **15,05 %**. **20x** na první straně, průměrná strana je **9,1**. Z tohoto počtu je pak **176** obsahů (**77,88 %**) zařazených do zpravodajství a **52** (**23,01 %**) do publicistiky. V problematičtém kontextu je to **108** obsahů (**47,79 %**), v neutrálním **103** (**45,57 %**) a v bezproblémovém kontextu **17** obsahů (**7,52 %**). Viz příloha I.

V tomto roce deník Právo věnoval migraci široký prostor, pravidelně se toto téma objevovalo v zahraničních rubrikách, často ovšem i v domácích, kdy se řešily přesuny příslušníků Policie ČR, připravenost zařízení pro migranty apod.

Velmi hojně o migraci psali komentátoři deníku Právo, zejména europoslanec za ČSSD, prof. Jan Keller (působící též jako stálý komentátor tohoto deníku), jež se jí věnoval

⁵² NEWTON MEDIA, A. S., *Newton media*, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: <http://www.newtonmedia.cz/cs>

téměř ve všech svých příspěvcích. Migrační téma je též přítomno i v mnoha rozhovorech atp., kdy se alespoň okrajově reportéři ptali na názor na migrační problematiku.

Co se týče října 2016 (25 vydání) publikovalo Právo ve sledovaných rubrikách celkem **1423** zpráv, z toho **72** se věnuje problematice migrace, což činilo celkem **5,06 %**. **4x** na první straně, průměrná strana je **12,22**. Z tohoto počtu je pak **58** obsahů (**80,56 %**) zařazených do zpravodajství a **14** (**19,44 %**) do publicistiky. V problematickém kontextu je to **38** obsahů (**52,78 %**), v neutrálním **30** (**41,67 %**) a v bezproblémovém kontextu **4** obsahy (**5,56 %**). Viz příloha J.

V tomto roce deník Právo dále sledoval problematiku migrace, ovšem už ne tak hojně. Zprávy o migraci se velmi často stávaly součástí zpráv v zahraniční rubrice primárně věnovaných jiným tématům (válečným). V domácí rubrice se téma migrace objevovalo zejména v souvislosti s bojem proti kvótám EU, také jako součást prohlášení některých politiků (např. prezidenta Miloše Zemana) ohledně migrace, následně pak v závěru měsíce i vyklízení tábora „Džungle“ v Calais, kritika OSN na adresu ČR a Miloše Zemana a odpovědi na tuto kritiku.

Deník Právo ze všech tří sledovaných deníků poskytuje nejrozsáhlejší politické zpravodajství, taktéž poskytuje největší prostor publicistům komentující politická témata.

V případě získávání odpovědí na dotazník pracovníků deníku v kvalitativní části průzkumu, jevílo se Právo nejnadějněji, ovšem i toto šetření skončilo neúspěchem. V případě prvního odeslání dotazníku redakci nepřišla žádná odezva. V případě prvního telefonického kontaktu pracovnice redakce přislíbila pomoc při výzkumu s tím, že rozešle mail v redakci. Nepřišla však žádná odezva.

V případě druhého kontaktu byla získána elektronická adresa zástupce šéfredaktora Roberta Denglera, který na zaslaný mail s dotazníkem krátce odpověděl. V odpovědi ocenil práci při výzkumu, ovšem do výzkumu se zapojit odmítl, neboť to označil za „incest“.

Při třetím dotazování bylo doporučeno zaslat mail s dotazníkem na adresu redakce, což bylo také opětovně učiněno, ovšem bez odezvy.

4.8 ČTK

Zajímavou možností k porovnání mediálních obsahů deníků je srovnání s agenturním zpravodajstvím. Jedinou českou zpravodajskou agenturou je Česká tisková kancelář. Stejně jako Česká televize a Český rozhlas je institucí veřejnoprávní, na rozdíl od nich ovšem provádí obchodní činnost a od roku 1996 není dotována ze státního rozpočtu. Je nástupnickou organizací Československé tiskové kanceláře.

Vydavatel: ČTK⁵³ (zřízena zákonem č. 517/1992 Sb.)

Rok založení: 28. října 1918

Šéfredaktor: JUDr. JIŘÍ MAJSTR, MBA

Adresa redakce: Opletalova 5/7, 111 44, Praha 1

Kontakt: +420 222 098 111, ctk@ctk.cz

Obrázek č. 5: „Logo ČTK“



Zdroj: ČTK. *Ke stažení: Logo ČTK*, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z:

http://www.ctk.cz/o_ctk/ke_stazeni/⁵⁴

⁵³ ČTK. *Česká tisková kancelář*, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://www.ctk.cz>

⁵⁴ ČTK. *Ke stažení: Logo ČTK*, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: http://www.ctk.cz/o_ctk/ke_stazeni/

4.8.1 VÝSLEDKY ANALÝZY ČTK

V případě ČTK nebyla provedena vlastní analýza z důvodů vysoké finanční náročnosti přístupu do archivů této společnosti, nicméně během komunikace s panem Janem Weisserem, tiskovým mluvčím ČTK, byla předána část požadovaných dat, a to ta nejcennější pro tento typ výzkumu, tj. počty agenturních zpráv k danému tématu migrace v měsíci říjnu let 2014, 2015 a 2016 a celkové počty agenturních zpráv řazených se štítkem politika (jak domácí, tak zahraniční). Tyto počty byly získány dohledáním v elektronickém archivu ČTK pomocí fultextového vyhledávání.

V případě října 2014 to bylo **23** zpráv o migraci z celkových **4355**, v říjnu 2015 pak **886** zpráv z celkových **3888**, v říjnu 2016 celkem **236** zpráv o migraci z celkové sumy **4214**. Všechny tři výše zmíněné deníky tyto agenturní zprávy odebírají.

Vlastní obsah zpráv již je obchodovatelnou informací s vysokou cenou, tedy nebylo možné ho pro potřeby diplomní práce získat. Nicméně při charakteru agenturního zpravodajství lze s jistotou odhadovat, že šlo o přesné, názorově neutrální zprávy podle vzoru⁵⁵, který ČTK pro své zprávy využívá. Nebylo by beztak ani možné získat údaje o umístění na straně (není), zařazení do zpravodajství a publicistiky (jedná se o agenturní zpravodajství).

Poměr zpráv o migraci k celkovému počtu tak v říjnu 2014 činí **0,53 %**, v říjnu 2015 **22,79 %** a v říjnu 2016 pak **5,60 %** (zaokrouhлено na dvě desetinná místa).

Pro potřeby této práce tak tyto data mohou posloužit jako kvalitní sekundární zdroj informací, užitečný pro dokreslení zdrojů pro své zpravodajství a publicistiku, které česká média v dané době měly.

Lze zkonstatovat, že ČTK se vůči výzkumníkovi chovalo nejvstřícněji a bezplatně poskytlo požadované informace.

⁵⁵ ČTK. *Forma agenturních informací*. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: http://www.ctk.cz/o_ctk/ke_stazeni/

5. PRŮZKUMY VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ

Abychom mohli zjistit, jaké jsou účinky nastolování agendy na veřejnost, musíme zjistit, jaké jsou názory veřejnosti. Samotný autor konceptu *agenda-settingu* Maxwell McCombs využíval Gallupův výzkum a odpovědi na tzv. „MIP“ otázku (Most Important Problem)⁵⁶, tedy v překladu: „Co je podle Vás nejzávažnější problém, před nímž dnes stojí naše země?“ Účastníci výzkumů odpovídali a v delším časovém období vzniká jasně patrný trend nejpalčivějších problémů společnosti, alespoň v hlavách respondentů.

V našich současných podmínkách podobný průzkum provádí Eurobarometr (anglicky: *Eurobarometer*), což je série průzkumů veřejného mínění, které od roku 1973 zadává sekce Analýz veřejného mínění pro EK (Evropskou komisi). V rámci průzkumů jsou pravidelně vydávány zprávy o veřejném mínění v různých oblastech týkajících se (od roku 1990) nejrůznějších problémů členských států EU. Průzkumy se provádějí ve všech členských zemích (případně též i v kandidátských zemích, pokud je zájem). Výsledky Eurobarometrů jsou publikovány Generálním ředitelstvím pro tisk a komunikaci EK a následně hojně citovány médii.

Eurobarometr byl původně koncipován jako způsob zlepšení informační a komunikační strategie EU. Nicméně stal se z něj uznávaný zdroj průzkumů veřejného mínění v různých otázkách. Jedná se o velmi užitečný nástroj pro poznání veřejného mínění v širokém okruhu záležitostí týkajících se nejen EU. Jeho výhodou je pravidelné opakování vždy na jaře a na podzim, což umožňuje získat časově porovnatelný trend veřejného mínění navíc porovnatelný s ostatními členskými zeměmi EU i s EU jako celkem.

Standardní Eurobarometr je pravidelně prováděný výzkum vždy v jarních měsících (od dubna do června) a na podzim (od října do listopadu). Metodika je face-to-face (osobních rozhovorů), respondenti v určitých skupinách (kvótní výběr) odpovídají vždy na „baterii“ otázek. Průzkum je vždy proveden na cca jednom tisíci respondentů, což je považováno za dostatečné pro reprezentativnost průzkumu⁵⁷.

Vedle toho existují i průzkumy mimořádné. Tzv. speciální Eurobarometr je mimořádný průzkum k určitému tématu normálně nezařazovanému, i když i tento průzkum může získávat pro srovnání obvykle sledovaná data. Bleskový Eurobarometr je pak rychlé telefonické dotazování na určité téma, může být redukován i na určité sociální skupiny apod.

⁵⁶ MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 47. ISBN 978-80-7367-591-2.

⁵⁷ HUK, J. *Výzkum veřejného mínění a mediální publikum*. 2.vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2013, s. 49. ISBN 978-80-7452-031-0.

Obecně lze říct, že průzkumy Eurobarometr jsou považovány za validní a jsou často citované (jejich výsledky lze navíc bezplatně využít, pokud je uveden zdroj a jedná se o nekomerční využití).

Eurobarometr nabízí pozměněnou „MIP“ otázku, ptá se respondentů na dva nejdůležitější problémy, kterým čelí daná země. Všechny průzkumy jsou veřejně dostupné na internetu.

Pro potřeby této práce byly vybrány výsledky dotazování v uplynulých deseti letech, tj. od roku 2007 do roku 2017, respektive z průzkumů Eurobarometr 67 až Eurobarometr 86. Výsledkem byla následující tabulka zpracovaná autorem této práce. Pro tuto práci je důležitá položka „imigrace“, ostatní položky jako „terorismus“, „zdravotnictví“ apod. byly vybrány a přidány pro dokreslení situace v různých letech a pochopení váhy jednotlivých zjištění. Eurobarometr eviduje zhruba dvakrát větší množství „problematických“ položek, tedy odpovědí na největší problémy.

Tabulka č. 8: „Jaké jsou dva nejdůležitější problémy, kterým čelí Vaše země?“

| Průzkum | Čas sběru dat | Imigrace | | Terorismus | | Nezaměstnanost | | Ekonomika | | Kriminalita | | Zdravotnictví | |
|---------|---------------|----------|----|------------|----|----------------|----|-----------|----|-------------|----|---------------|----|
| | | CZ | EU | CZ | EU | CZ | EU | CZ | EU | CZ | EU | CZ | EU |
| 67 | duben 2007 | 5 | 15 | 2 | 12 | 21 | 34 | 22 | 20 | 28 | 24 | 39 | 18 |
| 68 | říjen 2007 | 4 | 15 | 3 | 10 | 13 | 27 | 19 | 17 | 26 | 24 | 38 | 21 |
| 69 | květen 2008 | 4 | 11 | 2 | 7 | 14 | 24 | 16 | 20 | 24 | 20 | 39 | 19 |
| 70 | říjen 2008 | 0** | 9 | 0** | 5 | 17 | 26 | 25 | 37 | 26 | 17 | 28 | 16 |
| 71 | červen 2009 | 0*** | 9 | 0*** | 5 | 50 | 49 | 45 | 42 | 17 | 16 | 18 | 14 |
| 72 | říjen 2009 | 4 | 9 | 1 | 4 | 50 | 51 | 53 | 40 | 17 | 19 | 13 | 14 |
| 73 | květen 2010 | 3 | 9 | 2 | 4 | 48 | 48 | 51 | 40 | 10 | 16 | 16 | 15 |
| 74 | listopad 2010 | 3 | 11 | 1 | 7 | 38 | 45 | 42 | 35 | 13 | 15 | 19 | 14 |
| 75 | květen 2011 | 2 | 11 | 1 | 5 | 35 | 42 | 40 | 30 | 13 | 15 | 13 | 14 |
| 76 | listopad 2011 | 3 | 7 | 1 | 3 | 27 | 41 | 47 | 42 | 20 | 11 | 10 | 13 |
| 77 | květen 2012 | 2 | 8 | 0 | 2 | 31 | 46 | 39 | 35 | 14 | 11 | 10 | 12 |
| 78 | listopad 2012 | 3 | 8 | 1 | 2 | 35 | 48 | 37 | 37 | 11 | 11 | 12 | 12 |
| 79 | květen 2013 | 3 | 10 | 1 | 3 | 44 | 51 | 36 | 33 | 14 | 12 | 11 | 11 |
| 80 | listopad 2013 | 2 | 12 | 1 | 2 | 46 | 49 | 35 | 33 | 13 | 11 | 13 | 12 |
| 81 | červen 2014 | 7 | 15 | 1 | 2 | 41 | 48 | 27 | 29 | 23 | 12 | 11 | 14 |
| 82 | listopad 2014 | 8 | 18 | 1 | 6 | 40 | 45 | 20 | 24 | 20 | 9 | 14 | 16 |
| 83 | květen 2015 | 18 | 23 | 5 | 7 | 29 | 42 | 19 | 21 | 14 | 9 | 14 | 18 |
| 84 | listopad 2015 | 47 | 36 | 7 | 11 | 19 | 36 | 16 | 19 | 14 | 10 | 9 | 14 |
| 85 | květen 2016 | 32 | 28 | 9 | 16 | 16 | 33 | 15 | 19 | 13 | 10 | 16 | 16 |
| 86 | listopad 2016 | 25 | 26 | 6 | 14 | 11 | 31 | 14 | 19 | 17 | 11 | 16 | 18 |

Zdroj: autor práce, duben 2017 (data Eurobarometr 67 až 86⁵⁸)

* Výsledky jsou uvedeny v procentech.

** V průzkumu 70 nebylo uvedeno číselně, pouze že není považováno za problém.

*** V průzkumu 71 nebylo uvedeno číselně, pouze že není považováno za problém.

⁵⁸ EUROPEAN COMMISSION, *Public Opinion*. [online]. © 2017 [cit. 2017-03-29]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/#p=1&instruments=STANDARD>

Z tabulky celkem jasně vyplývá, že imigrace nebyla před rokem 2010 v České republice považována za problém, na přelomu let 2008 a 2009 dokonce zcela vypadla z přehledu. Její význam pro českou veřejnost začíná růst v červnu 2014. V celoevropském měřítku obava z imigrace jako závažného problému dosáhla nejnižší hodnoty v roce 2012, pak začíná postupně růst.

Vrcholu pak v České republice chápání imigrace jako závažného problému dosáhlo v listopadu 2015 (47 %), kdy i v celoevropském kontextu dosáhla svého maxima (36 %). V té době vrcholila tzv. migrační krize, jak byla prezentována v médiích. V roce 2016 pak význam imigrace zase pro respondenty postupně klesá.

Pokud tato data porovnáme s jinými závažnými tématy, můžeme zjistit jejich sílu. Například v roce 2009, kdy přišla celosvětová ekonomická krize, považovalo ekonomiku a nezaměstnanost za největší problém 45 % a 53 % (50 % a 50 %) českých respondentů. V Evropské unii pak 42 % a 40 % (respektive 49 % a 51 %) respondentů.

Lze tedy říct, že vrcholící ekonomická krize byla považována za jeden ze dvou nejzávažnějších problémů zhruba polovinou respondentů jak v ČR, tak v EU, zatímco v případě migrační krize pouze zhruba více než třetinou respondentů. Stejně tak doba trvání zvýšených obav z daného tématu byla delší v případě ekonomické krize.

Od listopadu 2010 pak Eurobarometr začal zadávat a následně publikovat i pozměněnou otázku: „Jaké jsou dva nejdůležitější problémy, kterým čelí Evropská unie?“ V tomto případě jsou uvedené výsledky ještě zajímavější.

Tabulka č. 9: „Jaké jsou dva nejdůležitější problémy, kterým čelí Evropská unie?“

| | | „Jaké jsou dva nejdůležitější problémy, kterým čelí Evropská unie?“ | | | | | | | | | |
|----|---------------|---|---------------|---------|------------|----------------|-----------|-------------|----|----|----|
| | | Průzkum | Čas sběru dat | Migrace | Terorismus | Nezaměstnanost | Ekonomika | Kriminalita | CZ | EU | CZ |
| 74 | listopad 2010 | 13 | 14 | 12 | 15 | 23 | 27 | 53 | 46 | 10 | 8 |
| 75 | květen 2011 | 12 | 20 | 16 | 13 | 20 | 23 | 50 | 43 | 9 | 8 |
| 76 | listopad 2011 | 10 | 9 | 11 | 7 | 18 | 25 | 58 | 59 | 9 | 6 |
| 77 | květen 2012 | 8 | 9 | 6 | 5 | 21 | 32 | 53 | 54 | 9 | 6 |
| 78 | listopad 2012 | 9 | 8 | 6 | 4 | 30 | 36 | 47 | 53 | 6 | 6 |
| 79 | květen 2013 | 12 | 10 | 13 | 7 | 27 | 38 | 45 | 48 | 10 | 7 |
| 80 | listopad 2013 | 13 | 16 | 2 | 4 | 28 | 36 | 43 | 45 | 7 | 8 |
| 81 | červen 2014 | 21 | 21 | 11 | 6 | 24 | 34 | 28 | 39 | 11 | 7 |
| 82 | listopad 2014 | 26 | 24 | 17 | 11 | 21 | 29 | 25 | 33 | 13 | 7 |
| 83 | květen 2015 | 44 | 38 | 30 | 17 | 13 | 24 | 18 | 27 | 10 | 8 |
| 84 | listopad 2015 | 76 | 58 | 32 | 25 | 9 | 17 | 12 | 21 | 10 | 8 |
| 85 | květen 2016 | 67 | 48 | 52 | 39 | 6 | 15 | 9 | 19 | 10 | 9 |
| 86 | listopad 2016 | 63 | 45 | 47 | 32 | 7 | 16 | 9 | 20 | 12 | 8 |

Zdroj: autor práce, duben 2017 (data Eurobarometr 74 až 86⁵⁹)

* Výsledky jsou uvedeny v procentech.

⁵⁹ EUROPEAN COMMISSION, *Public Opinion*. [online]. © 2017 [cit. 2017-03-29]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/#p=1&instruments=STANDARD>

Pokud porovnáme data z obou tabulek, je zřejmé, že pro obyvatele České republiky se stala migrační krize největší hrozbou pro Evropskou unii, která překonala i pokračující krizi ekonomickou v roce 2010. V listopadu 2015 dosahuje rekordních hodnot 76 % a i v roce 2016 pak 67 % a 63 %.

Na druhou stranu, pro průměr EU migrační krize vrcholila taktéž v listopadu 2015 a ani hodnota 58 % výrazně nepřevyšuje hodnoty starostí o ekonomiku z let krize ekonomické (59 % z listopadu 2011).

Dalším zjevným zjištěním je i fakt, že v obavách z imigrace čeští respondenti rozlišují. Zatímco v případě celoevropských obav jsou čísla rekordní, v případě imigračních obav tuzemských je dosažených 47 % řádově srovnatelných s jinými vážnými tématy z jiných let.

V dalších kapitolách pak budou tato získaná data veřejného mínění o migraci porovnána se zveřejněnými reálnými daty Eurostatu a také s četností migračního tématu zastoupeného v médiích.

Pro potřeby této práce jsou zcela zásadní data o migraci z listopadu 2014, 2015 a 2016. Migraci jako jeden ze dvou největších problémů, kterým čelí ČR, vnímá česká veřejnost v těchto průzkumech **8 % v listopadu 2014, 47 % v listopadu 2015 a 25 % v listopadu 2016**. V letech 2015 a 2016 jsou to nejzávažněji jmenované problémy.

Co se týče celé Evropské unie, pak migraci jako jeden ze dvou největších problémů, kterým čelí EU, vnímá česká veřejnost v těchto průzkumech **26 % v listopadu 2014, 76 % v listopadu 2015 a 63 % v listopadu 2016**. Ve všech letech je migrace chápána jako největší problém.

6. MIGRAČNÍ KRIZE – STATISTICKÁ DATA

V této kapitole se zaměříme na migrační krizi z hlediska reálných dat tak, jak je zachytil Eurostat. Bude pak možné porovnat agendu mediální s jejími dopady na veřejné mínění a zároveň bude provedeno tzv. „ověření realitou“ tak, jak to udělal ve své práci publikované v *Public Opinion Quarterly* Gerald Ray Funkhouser⁶⁰.

Pro tuto práci budou využita data organizace Eurostat, což je statistický úřad Evropské unie. Je organizační složkou Evropské komise na úrovni generálního ředitelství EK. Jeho úkolem je předkládat harmonizovaná statistická data na úrovni celé EU a zároveň poskytovat statistické srovnání jednotlivých regionů a členských států EU. Jeho data slouží jako základní a oficiální podklad pro rozhodování Evropské komise, Evropské centrální banky a dalších institucí. Sídlo má ve městě Lucemburk (hl. město Lucemburska).

Eurostat sám výzkumnou činnost v terénu neprovádí, veškerá svoje data získává od organizací pověřených jednotlivými členskými státy ke shromažďování statistických dat na jejich vlastním území (v ČR je to Český statistický úřad). Eurostat se tedy zabývá zejména zpracováním těchto dat a jejich převedením do porovnatelné podoby tak, aby byly celoevropsky a mezinárodně srovnatelné. Jeho další činností je také zprostředkování ověřených dat v rámci EU jednotlivým státům a cílem je též postupná harmonizace metodiky získávání dat v jednotlivých členských státech EU tak, aby byla mezinárodně porovnatelná.

Proč byla zvolena právě statistika žadatelů o azyl? Jedná se totiž o ověřitelnou statistiku zahrnující skutečný počet lidí, kteří vyjádřili zájem o život v dané zemi a lze je považovat za doložitelné migranty na místě, kam směřovali (tedy nikoliv pouze procházející, neregistrované atd.).

Nejprve je nutné uvést celkovou statistiku příchodu migrantů do Evropské unie, respektive přesnou statistiku žadatelů o azyl (podle pravidel tzv. Dublinského systému se musí žadatelé o azyl registrovat v první zemi EU, které dosáhli od svého příchodu). Navzdory možné nepřesnosti (mnozí migranti Dublinská pravidla porušují a mají snahu se registrovat až v některé z dalších zemí na cestě do své cílové destinace) je tato statistika chápána jako oficiální přehled o počtech příchozích migrantů do EU.

⁶⁰ FUNKHOUSER, R. In: MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 53. ISBN 978-80-7367-591-2.

Tabulka č. 10: „Počty žadatelů o azyl v EU od roku 2008 do roku 2016.“

| Počty žadatelů o azyl v EU od roku 2008 do roku 2016 | | | | | | | | | | |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|-----------|--|
| Rok | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | |
| Evropská unie | 182 040 | 226 725 | 229 575 | 290 905 | 313 265 | 403 600 | 595 530 | 1 325 565 | 1 234 525 | |
| Česká republika | 1 050 | 620 | 380 | 485 | 505 | 490 | 905 | 1 235 | 1 200 | |
| Německo | 21 325 | 27 575 | 41 245 | 45 680 | 64 410 | 109 375 | 172 945 | 441 800 | 722 265 | |
| Rakousko | - | - | - | - | - | - | 25 675 | 85 505 | 39 860 | |

Zdroj: autor práce, duben 2017 (data Eurostat⁶¹)

V tabulce dat získaných z přehledů Eurostatu vidíme postupný nárůst počtu migrantů do Evropské unie v letech 2008 až 2013, pak následně skokový nárůst na 595 530 registrovaných uchazečů o azyl v roce 2014 a následné dva rekordní roky 2015 (v tomto roce dosáhla migrace prozatímního vrcholu: 1 325 565 osob) a 2016 (tento rok je již veřejností chápán jako postkrizový, přesto 1 234 525 osob).

Pro srovnání byla uvedena i Česká republika, Německo a Rakousko. (Německo coby země s největším počtem azylantů, Rakousko pak jako země velikostí a počtem obyvatel srovnatelná s ČR.)

Počty azylantů jsou v ČR o poznání chudší než ve zbytku EU, oproti rokům 2015 a 2016 pouze 1 235 a 1 200 osob, což jsou i ve srovnání se sousedním Rakouskem (85 505 a 39 860 ve stejném období) velmi skromná čísla.

Dlužno dodat, že zájem migrantů o získání azylu v různých zemích je výsledkem působení celé řady faktorů, zejména přitažlivosti/přísnosti migrační a sociální politiky dané země, dosavadní počty přijatých azylantů, důležité je i působení geografických aspektů; Česká republika neleží na takzvané „migrační trase“ a její migrační politika je poměrně restriktivní na rozdíl od Rakouska, její přitažlivost pro migranty není vysoká. Ale to není tématem této práce, předmětem je migrace coby mediální agenda.

Pro účely této práce jsou ještě podstatnější podrobnější čtvrtletní a měsíční přehledy, které Eurostat pravidelně zveřejňuje. Pro plné zachycení migrační krize je nutné začít prvním kvartálem 2015 (s porovnáním do roku 2014). Zatím poslední zveřejněný přehled k 15. dubnu 2017 je ze třetího kvartálu 2016.

⁶¹ EUROSTAT, *Asylum and first time asylum applicants by citizenship, age and sex Annual aggregated data (rounded)*. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>

Tabulka č. 11: „Počty žadatelů o azyl v EU v roce 2014.“

| Počty žadatelů o azyl v EU roce 2014 | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|--------|--------|--------|----------|----------|--|
| Kvartál | Q1 | | | Q2 | | | Q3 | | | Q4 | | | |
| Měsíc | Leden | Únor | Březen | Duben | Květen | Červen | Červenec | Srpen | Září | Říjen | Listopad | Prosinec | |
| Evropská unie | 40 705 | 35 265 | 37 325 | 39 295 | 42 840 | 46 380 | 58 525 | 55 110 | 57 440 | 59 120 | 64 795 | 69 115 | |
| Česká republika | 60 | 50 | 90 | 85 | 100 | 70 | 105 | 100 | 140 | 120 | 90 | 130 | |
| Německo | 14 920 | 11 655 | 11 700 | 11 890 | 12 955 | 14 555 | 20 930 | 18 705 | 20 100 | 22 250 | 22 500 | 20 370 | |
| Rakousko | 1 520 | 1 235 | 1 330 | 1 410 | 1 780 | 1 765 | 2 215 | 2 445 | 3 290 | 3 155 | 3 690 | 4 200 | |

Zdroj: autor práce, duben 2017 (data Eurostat⁶²)

Tato tabulka ukazuje poslední „předkrizový“ rok 2014, v únoru počty žadatelů o azyl v EU dokonce mírně klesaly. Od března 2014 pak nepřetržitý růst počtu žádostí o azyl v EU.

Tabulka č. 12: „Počty žadatelů o azyl v EU v roce 2015.“

| Počty žadatelů o azyl v EU roce 2015 | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|---------|---------|---------|----------|----------|--|
| Kvartál | Q1 | | | Q2 | | | Q3 | | | Q4 | | | |
| Měsíc | Leden | Únor | Březen | Duben | Květen | Červen | Červenec | Srpen | Září | Říjen | Listopad | Prosinec | |
| Evropská unie | 60 215 | 64 855 | 60 615 | 57 695 | 66 725 | 88 775 | 116 345 | 141 370 | 165 410 | 167 190 | 154 695 | 104 440 | |
| Česká republika | 95 | 90 | 170 | 105 | 85 | 85 | 75 | 85 | 100 | 115 | 115 | 110 | |
| Německo | 21 675 | 22 770 | 28 675 | 24 490 | 23 745 | 32 700 | 36 505 | 36 305 | 44 480 | 58 125 | 57 685 | 46 725 | |
| Rakousko | 3 875 | 3 060 | 2 770 | 3 715 | 6 190 | 7 485 | 8 555 | 8 500 | 10 545 | 12 015 | 11 655 | 7 135 | |

Zdroj: autor práce, duben 2017 (data Eurostat⁶³)

V roce 2015 dosáhla migrační krize do EU svého mediálního vrcholu. Zatímco na jaře počty nových žadatelů stagnovaly, příliv běženců přes léto sílil a vrcholil na podzim. V listopadu, zejména vlivem zimního počasí, se nárůst mírně snížil, ovšem pouze na úroveň léta.

⁶² EUROSTAT, *Asylum quarterly report*. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/eurostat/documents/6049358/7005580/Q1_2015_SE+article.pdf/c7904337-30b8-4e60-9292-8789266199db

⁶³ EUROSTAT, *Asylum quarterly report*. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/eurostat/documents/6049358/7005580/Q1_2015_SE+article.pdf/c7904337-30b8-4e60-9292-8789266199db

Tabulka č. 13: „Počty žadatelů o azyl v EU v roce 2016.“

| Počty žadatelů o azyl v EU roce 2016 | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|--------|---------|--------|--------|--------|---------|----------|---------|---------|-------|----------|----------|
| Kvartál | Q1 | | | Q2 | | | Q3 | | | Q4 | | |
| Měsíc | Leden | Únor | Březen | Duben | Květen | Červen | Červenec | Srpen | Září | Říjen | Listopad | Prosinec |
| Evropská unie | 90 290 | 102 715 | 94 095 | 98 915 | 93 435 | 113 380 | 110 755 | 130 525 | 117 030 | | | |
| Česká republika | 100 | 150 | 110 | 115 | 75 | 90 | 85 | 90 | 115 | | | |
| Německo | 50 530 | 66 125 | 58 310 | 59 670 | 54 050 | 73 025 | 72 975 | 89 690 | 74 770 | | | |
| Rakousko | 5 750 | 4 945 | 3 185 | 4 020 | 3 760 | 3 020 | 2 910 | 3 065 | 2 435 | | | |

Zdroj: autor práce, duben 2017 (data Eurostat⁶⁴)

V roce 2016 se pak počty nových žadatelů o azyl v EU zhruba udržují na úrovni letních měsíců 2015, tj. zhruba 100 000 nových žadatelů každý měsíc. V tabulkách je zajímavé povšimnout si několika zajímavých momentů:

- 1) Počty žadatelů o azyl v ČR zůstávají stále zhruba stejné od roku 2014 do roku 2016. Navíc z infografik Eurostatu vyplývá, že i jejich složení je jiné než u států zasažených migrační vlnou z Afriky a jihozápadní Asie⁶⁵.
- 2) Počty žádostí v ČR dosahují pravidelně zhruba 100 osob každý měsíc, zatímco například v sousedním Rakousku jde řádově o tisíce osob každý měsíc. Lze tedy konstatovat, že téma migrace je pro ČR evidentně zahraničním tématem z hlediska řazení do zpravodajství.
- 3) Počty žádostí o azyl v EU v letech 2015 a 2016 jsou velmi podobné, Fakticky šlo o velmi mírný pokles, přičemž ještě na počátku roku 2016 se mohlo zdát, že dosavadní rekordní rok 2015 bude opět překonán, protože v prvních měsících byly počty žadatelů o třetinu vyšší než v roce minulém.
- 4) Počty žádostí podléhají sezónním vlivům (zimní počasí) a stejně tak i v následku změn migrační politiky, viz Rakousko od počátku roku 2016.⁶⁶

⁶⁴ EUROSTAT, *Asylum quarterly report*. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/6049358/7005580/Asylum+Quarterly+Report+-+Q3+2016.pdf/2ad7a4f9-495f-4480-9ed9-1d08a54b4611>

⁶⁵ EUROSTAT, *Asylum applicants in the EU*. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/eurostat/news/themes-in-the-spotlight/asylum2016>

⁶⁶ NOVINKY.CZ, *Rakousko přitvrdí a nepustí do země běžence, kteří tam nepožádají o azyl*. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/zahranicni/evropa/391905-rakousko-pritvrdi-a-nepusti-do-zeme-bezence-kteri-tam-nepozadaji-o-azyl.html>

Přehledy Eurostatu jsou neustále zpřesňovány, takže se uvedené počty azylantů mírně liší v různých přehledech. Například v posledním přehledu z 3 kvartálu 2016 byly mírně pozměněny počty v minulých srovnávacích obdobích, šlo o změny v řádech desítek osob.

Pro potřeby této práce jsou nejdůležitější data z třetího kvartálu 2014, třetího kvartálu 2015 a třetího kvartálu 2016. Ve třetím kvartálu 2014 žádalo o azyl v ČR **345** žadatelů, v roce 2015 **260** a v roce 2016 **290** žadatelů.

Ve stejné době za celou EU žádalo v roce 2014 **171 075** azylantů, v roce 2015 **423 125** a v roce 2016 **358 310** azylantů.

7. PREZENTACE VÝSLEDKŮ VÝZKUMU

Kombinací a porovnáním dat uvedených v předcházejících kapitolách můžeme získat empiricky podložený náhled na fungování teorie nastolování témat v českém prostředí. Můžeme tak zodpovědět výzkumné otázky, potvrdit, případně vyvrátit, výzkumné hypotézy.

K tomu, abychom mohli ověřit platnost teorie nastolování agendy, bude použita po vzoru autorů tohoto typu výzkumů korelační analýza prezentovaná pomocí grafiky. Čím úplnější a vyšší korelace, tím bližší a shodnější budou ramena grafů. Naopak se snižující se mírou korelace bude zejména shodnost porušena a ramena se k sobě budou buď přibližovat, anebo se vzdalovat. V případě přibližování to znamená, že rozdíl mezi sledovanými veličinami zmenšuje, v případě vzdalování naopak roste.

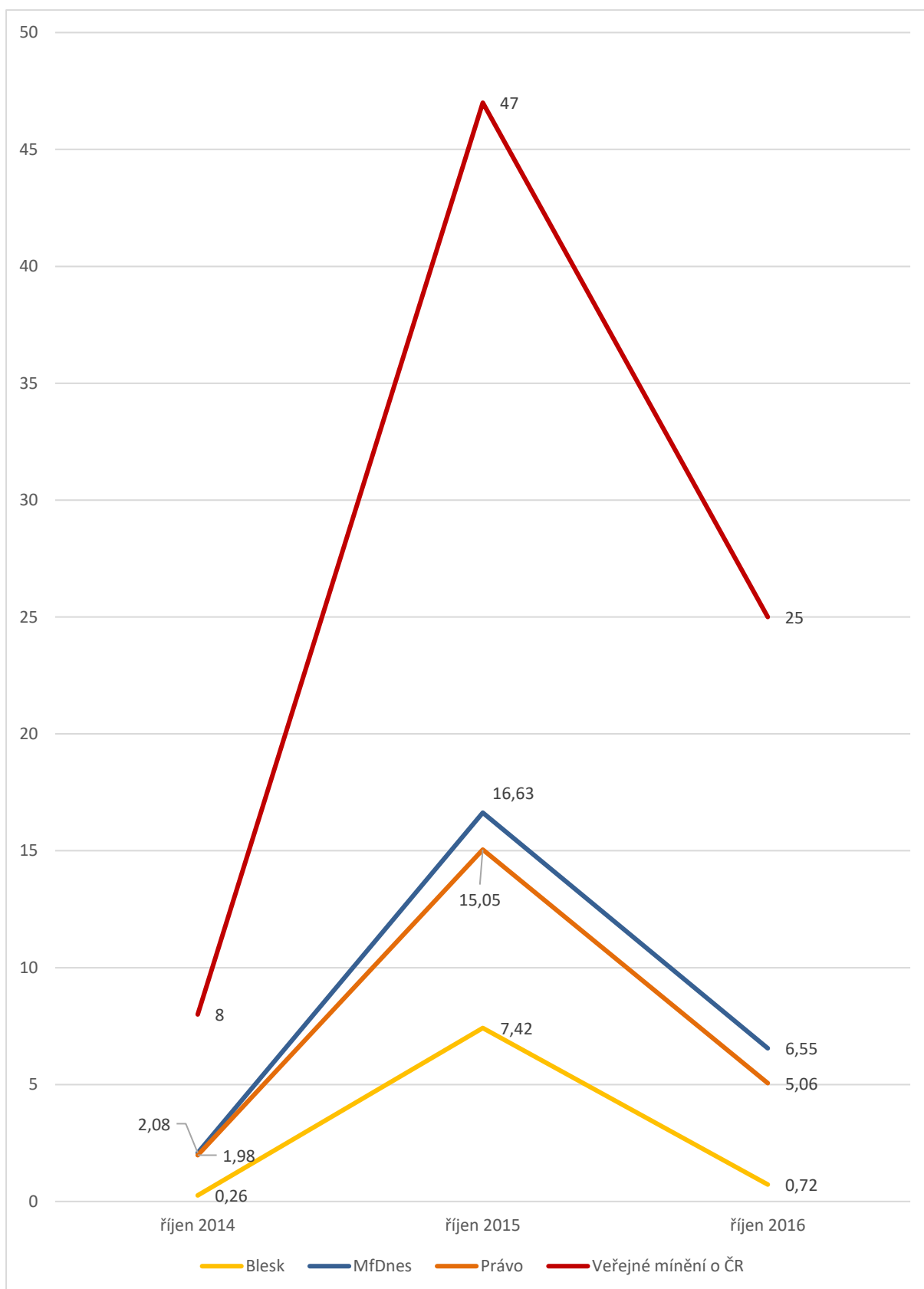
Grafy jsou úmyslně vertikálně roztažené, aby sledované korelace vynikly.

Vzhledem k tomu, že budou použita data ze tří různých období, bude první výzkumná otázka, tj. *„Dochází v ČR u tématu „migrace“ k ovlivňování veřejného mínění třemi vybranými periodiky pomocí nastolování agendy prvního stupně?“* zodpovězena kladně ve chvíli, kdy ve všech třech obdobích bude korelace mezi četností obsahů věnovaných migraci v daných denících pozitivní. Tedy prokáže se teoretický předpoklad, že tato periodika přispívají k formování veřejného mínění.

Nejlepší způsob, jak korelaci prokázat, je předvést data formou grafů, které nadevší pochyby prokážou případný korelační trend. Nejprve budou porovnána data četnosti tématu migrace z měsíců říjen s listopadovými výsledky šetření Eurobarometr, kdy se výzkumná otázka ptala na hlavní problémy ČR.

Procentuální vyjádření míry obav nemá stejný základ jako procentuální vyjádření četnosti mediálních obsahů, z vertikálního rozestupu mezi rameny grafů tedy nelze nic dovozovat, důležitá je pouze samotná korelace.

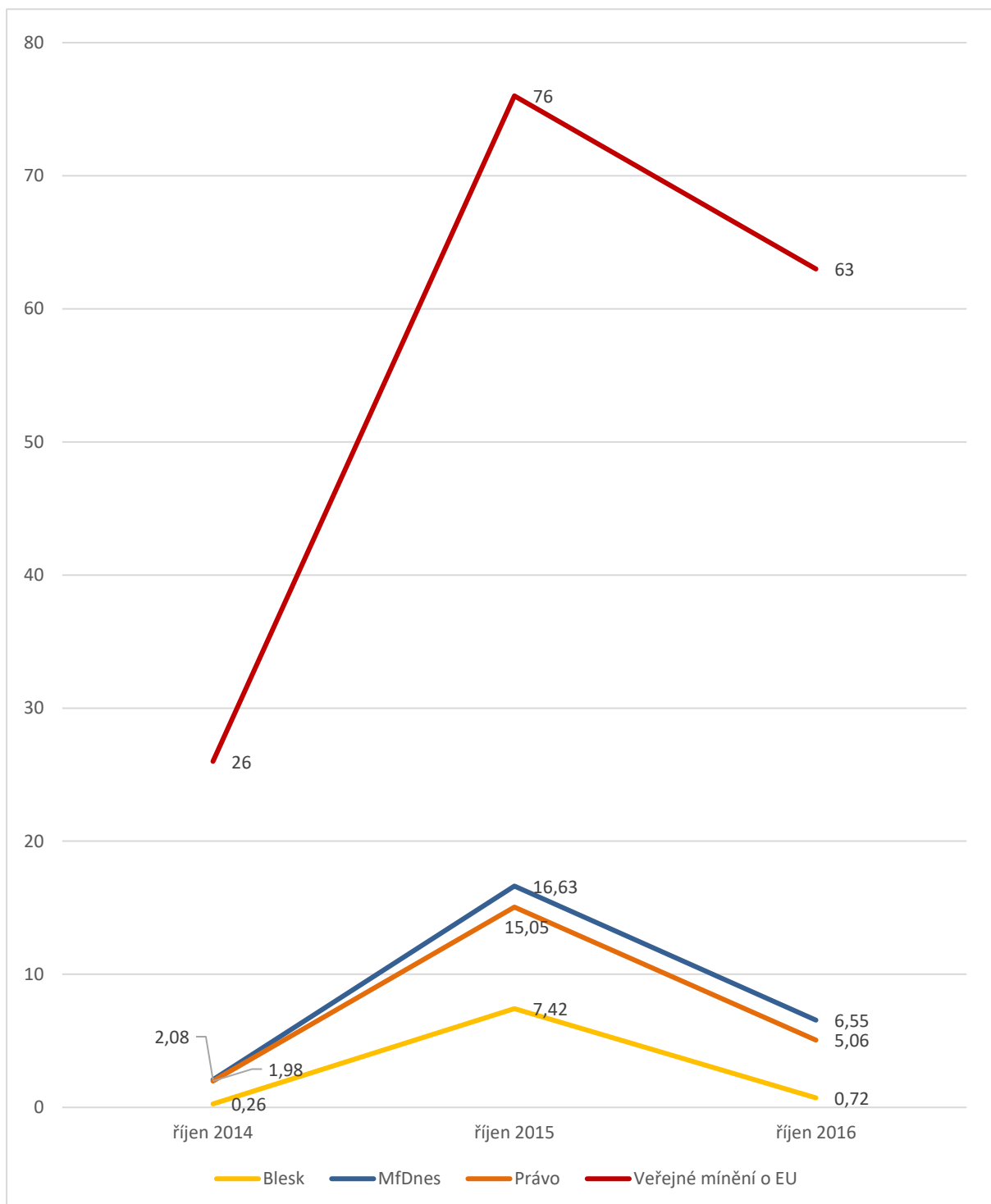
Graf č. 1: „Srovnání četnosti tématu migrace v denících s výsledky průzkumu veřejného mínění na otázku největšího problému ČR.“



Zdroj: autor práce, 2017 (výsledky srovnání dat)

Z uvedeného grafu vyplývá korelace mezi mediálními obsahy. Ještě průkaznější korelace je pak v případě, kdy se zaměříme na průzkum veřejného mínění dotazující problémy EU.

Graf č. 2: „Srovnání četnosti tématu migrace v denících s výsledky průzkumu veřejného mínění na otázku největšího problému ČR.“



Zdroj: autor práce, 2017 (výsledky srovnání dat)

Z obou grafů vyplývá, že četnost výskytu tématu migrace v denících Blesk, MfDnes a Právo koreluje s výsledky výzkumů veřejného mínění poptávajících největší problém ČR/EU. Respondenti průzkumů pak rozlišují a problém migrace pak považují za tento problém zejména za problém EU a méně pak samotné ČR. Další silný důkaz byl získán po užití tzv. indikátoru skutečnosti (viz níže).

Zajímavým výsledkem bylo i porovnání jednotlivých korelací. Lze zkonstatovat, že pokud obavy veřejného mínění rostly, počty obsahů v denících rostly rychleji, zatímco když obavy veřejného mínění klesaly, počty obsahů v denících klesaly rychleji.

Jako podpůrný důkaz lze uvést i průměrnou stranu, na které se v denících zprávy o migraci objevovaly. Tato data nejsou plně srovnatelná, jelikož každý z deníků má různé vnitřní uspořádání, mají různý počet stran, a navíc počty stran různě kolísají vlivem příloh. První strana je pak zcela smíšená, mohou se v ní objevovat obsahy různého zařazení.

V případě deníku Blesk se politické zpravodajství pravidelně objevuje na druhé a třetí straně, ze světa pak jsou smíšené zpravodajské a bulvární obsahy zhruba na straně dvacáté. V případě deníku MfDnes pak je domácí politické zpravodajství od druhé do páté strany, zahraniční pak kolem osmé strany. V případě deníku Právo pak domácí politické zpravodajství od strany druhé do zhruba desáté (na páté/šesté jsou pak komentáře), zahraniční zpravodajství zhruba od strany desáté do osmnácté. Obecně lze říct, že čím blíže první straně se daný obsah nachází, tím větší závažnost mu deník přisuzuje. Na druhou stranu, čím více zahraničního zpravodajství (migrační krize), tím dále od první se průměrná strana jeví.

Je to zajímavé i z toho ohledu, že se migrační krize území ČR dotkla jen minimálně (viz tabulka č.13) a můžeme ji zařadit do zahraničního zpravodajství umístěvaného tradičně „dále od první strany než domácí“ v deníku, přesto proniká do domácího zpravodajství. A naopak v průběhu krize se obsahy věnující se migraci pevně usadily na stranách věnovaných zahraničním tématům. Z tohoto schématu se vymyká Blesk, který v říjnu let 2014 a 2016 o migraci téměř neinformoval. Viz tabulka č. 14.

Tabulka č. 14: „Umístění migrace na stranách.“

| | 2014 | 2015 | 2016 |
|---------------|------|------|-------|
| Blesk | 3 | 5,84 | 2,67 |
| MfDnes | 5,74 | 6,82 | 6,63 |
| Právo | 9,73 | 9,09 | 12,23 |

Zdroj: autor práce, 2017 (výsledky srovnání dat)

V případě výpisu průměrných stran s obsahy věnovanými migraci se tento podpůrný důkaz ukázal jako neprůkazný, neboť se v něm projevil dvě protichůdné tendence.

Lze však celkově říct, že korelace se v případě četnosti plně potvrdila, takže výzkumná otázka č. 1, tj. „Dochází v ČR u tématu „migrace“ k ovlivňování veřejného mínění třemi vybranými periodiky pomocí nastolování agendy prvního stupně?“ byla zodpovězena kladně a hypotéza č.1 „Tři vybraná periodika ovlivňují veřejné mínění v ČR u tématu migrace pomocí nastolování agendy prvního stupně.“ byla potvrzena.

Ve srovnání získaných dat lze dále pokračovat a pokusit se empiricky doložit nastolování agendy druhého stupně, tj. zejména rámcování, kterým média ovlivňují kontext svých obsahů. Z hlediska průzkumu obsahů to odpovídá zařazení těchto obsahů do kontextu problematického, neutrálního, bezproblémového.

Jelikož z průzkumů Eurostatu vyplývá, že obyvatelé ČR považovali migraci za závažný problém, pak by se uvažovaný vliv nastolování agendy projevil, pokud budou obsahy zjištěné při průzkumu zařazené jako problematické.

V tomto případě nelze využít grafu pro přehledné zobrazení výsledků. Ovšem lze využít tabulku ukazující převahu problematických kontextů nad pozitivními.

Tabulka č. 15: „Problematicčnost tématu migrace v letech 2014, 2015 s 2016.“

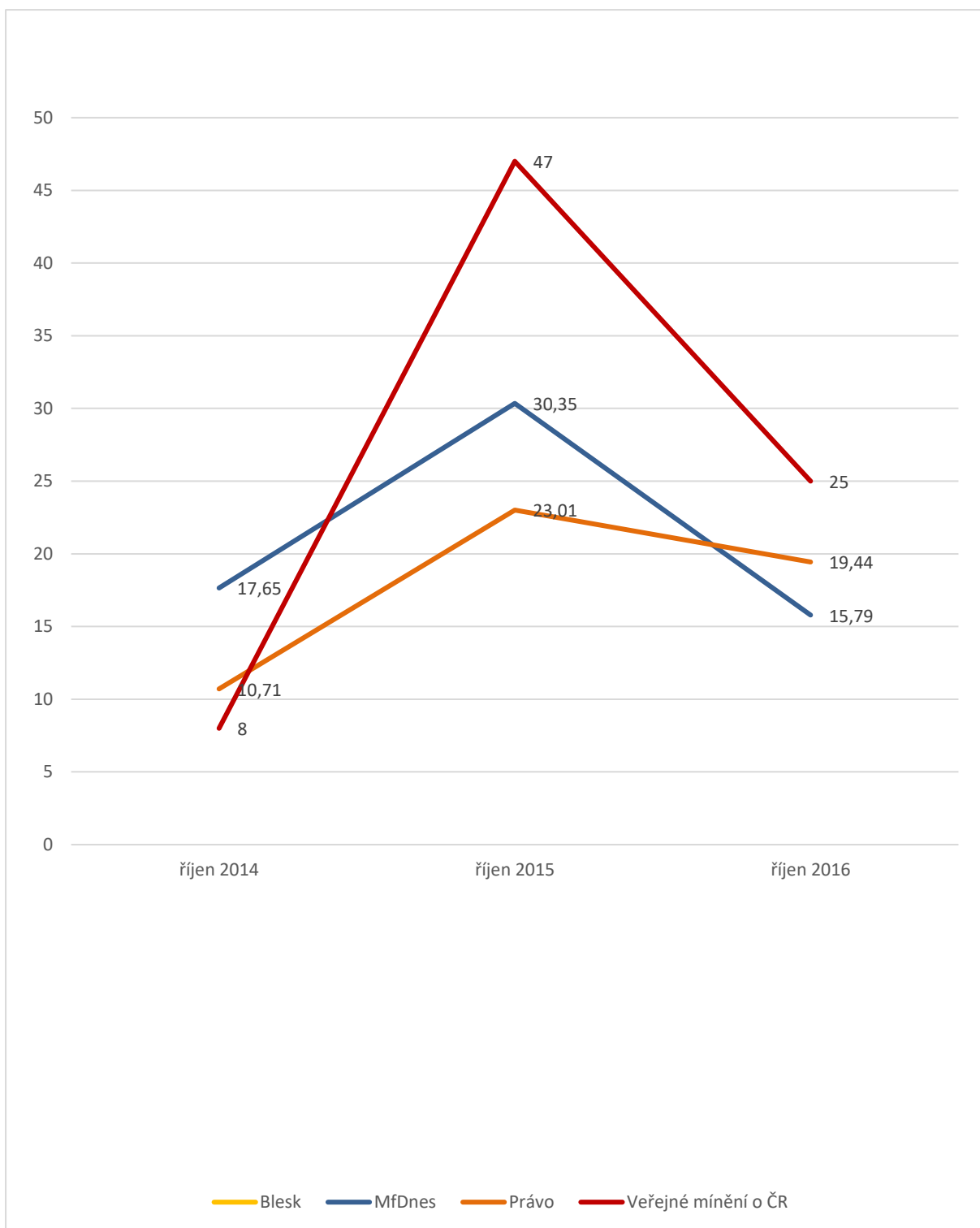
| | Říjen 2014 | | Říjen 2015 | | Říjen 2016 | |
|---------------|------------|----------|------------|----------|------------|---------|
| Blesk | 0% | = 0% | 72,50% | > 2,50% | 66,67% | > 0% |
| MfDnes | 70,59% | > 11,76% | 64,14% | > 12,41% | 59,65% | > 7,02% |
| Právo | 75% | > 7,14% | 47,79% | > 7,52% | 52,78% | > 5,56% |

Zdroj: autor práce, 2017 (výsledky srovnání dat)

Z uvedené tabulky vyplývá, že kromě října 2014 v deníku Blesk, ve všech ostatních sledovaných obdobích u všech deníků převažuje zařazení migrace do problematických kontextů.

Jako podpůrný důkaz lze využít i počet obsahů deníků řazených do publicistiky. Lze předpokládat, že zvýšený zájem o nějaké téma se projeví zvýšenou pozorností publicistů. Mediální obsahy řazené k publicistice pak spíše vyjadřují postoj deníku, respektive více působí na přenos atributů (nastolování témat druhého stupně). V tomto srovnání není uveden deník Blesk, protože nebyly zjištěny žádné publicistické útvary na téma migrace. Je zajímavé si povšimnout, že deník Právo se z korelace vymyká.

Graf č. 3: „Srovnání četnosti tématu migrace zařazených do publicistiky v denících s výsledky průzkumu veřejného mínění na otázku největšího problému ČR.“

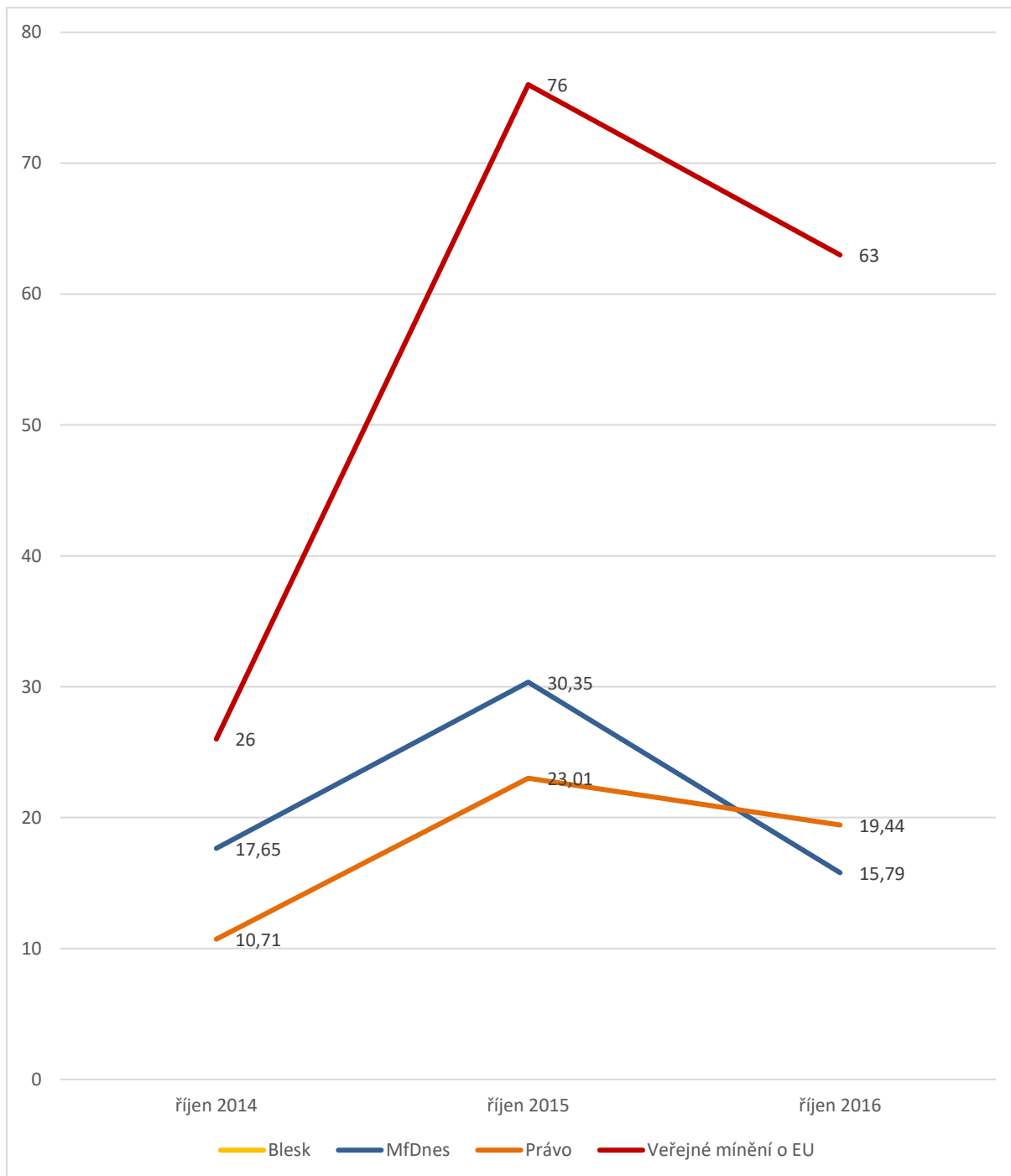


Zdroj: autor práce, 2017 (výsledky srovnání dat)

V případě porovnání s výsledky průzkumu o největších problémech EU je zjištěná korelace již slabší. Jak vidno, publicisté deníku Právo věnují tématu migrace v říjnu 2016 více

prostoru než v deníku MfDnes, jejich zájem se navíc rozchází s celkovým poklesem obav/zájmu veřejnosti.

Graf č. 4: „Srovnání četnosti tématu migrace zařazených do publicistiky deníků s výsledky průzkumu veřejného mínění na otázku největšího problému EU.“



Zdroj: autor práce, 2017 (výsledky srovnání dat)

V grafech č. 3 a 4 byla zjištěná korelace slabá, ovšem to byl jev očekávatelný. Je tomu tak proto, že právě na publicistické a názorové rovině se může zájem o téma plně projevit. Výrazně se to také projevilo, viz zájem publicistů deníku Právo.

Další podpůrný důkaz o nastolování témat druhého stupně je počet mediálních obsahů věnovaných tématu migrace na první straně deníků. Umístění na první stranu značí vysokou míru zájmu a signalizace důležitosti tématu. Pro porovnání bude opět nejlepší zvolit tabulku.

Tabulka č. 16: „Četnost umístění mediálních obsahů na prvních stranách.“

| | Říjen 2014 | Říjen 2015 | Říjen 2016 |
|---------------|------------|------------|------------|
| Blesk | 0x | 4x | 0x |
| MfDnes | 3x | 20x | 8x |
| Právo | 0x | 20x | 4x |

Zdroj: autor práce, 2017 (výsledky srovnání dat)

Z grafu vyplývá, že umístěním na první straně deníku se signalizovala významnost tématu migrace nejvíce v roce 2015.

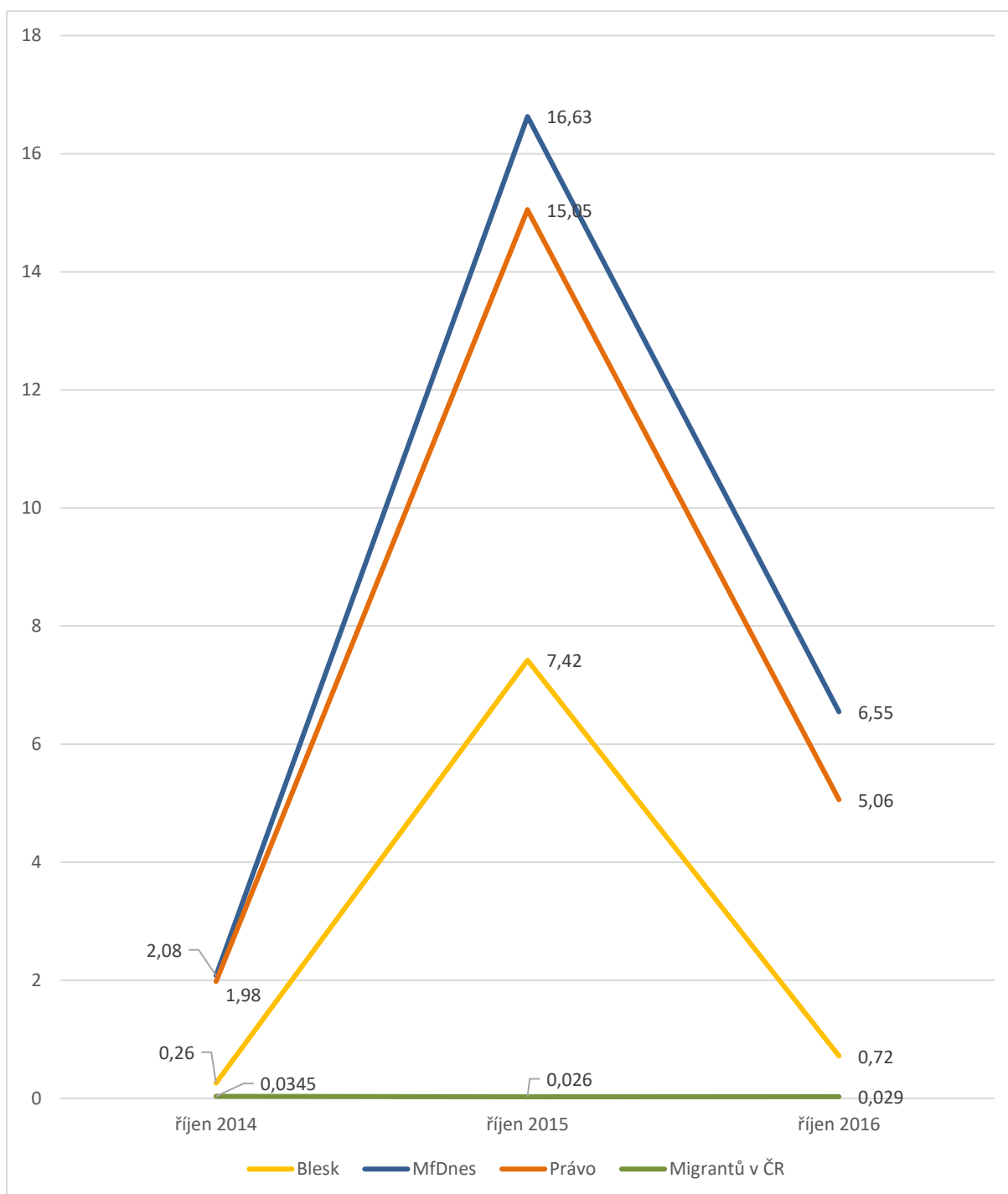
Na základě těchto provedených důkazů lze napsat, že testovací otázka č. 2, tj. „Dochází v ČR u tématu „migrace“ k ovlivňování veřejného mínění třemi vybranými periodiky pomocí nastolování agendy druhého stupně?“ byla zodpovězena kladně a hypotéza č.2 „Tři vybraná periodika ovlivňují veřejné mínění v ČR u tématu migrace pomocí nastolování agendy druhého stupně.“ byla potvrzena.

Pro posouzení, zda četnost mediálních obsahů věnovaných migraci odpovídá realitě (respektive veřejné agendě tak, jak ji definoval McCombs), bylo třeba porovnat analýzu četnosti mediálních obsahů s analýzou počtu podaných žádostí o azyl v ČR a EU. Tato data poskytovaná Eurostatem nejlépe přibližují reálné počty migrantů, kteří přišli žádat o azyl do EU, tedy realitu migrace s mediálním pseudoprostředím o migraci tak, jak ho definoval Lippmann.

Korelaci mediálních dat lze opět naznačit graficky. Určitým problémem byla odlišnost řádů. Zatímco četnost mediálních obsahů je vyjádřena procentuálně, počty migrantů jsou v řádech stovek až statisíců osob. Pro potřeby srovnání tedy byly počty azylantů vyděleny všechny ve stejném poměru deseti tisíci, v takovém případě se pak mohou prezentovat v jednom grafu, poměry růstu a poklesu počtu azylantů vůči četnosti mediálních obsahů

zůstanou zachovány. Pro toto a jakákoliv další zobrazení skutečných počtů migrace je třeba si uvědomit, že zobrazení počtu azylantů, v určitém poměru zmenšené, nemá stejný základ jako procenta u jiných veličin. Může tedy posloužit pouze pro znázornění zvyšující se/snižující se míry korelace, stejně jako v případě výsledků průzkumů veřejného mínění.

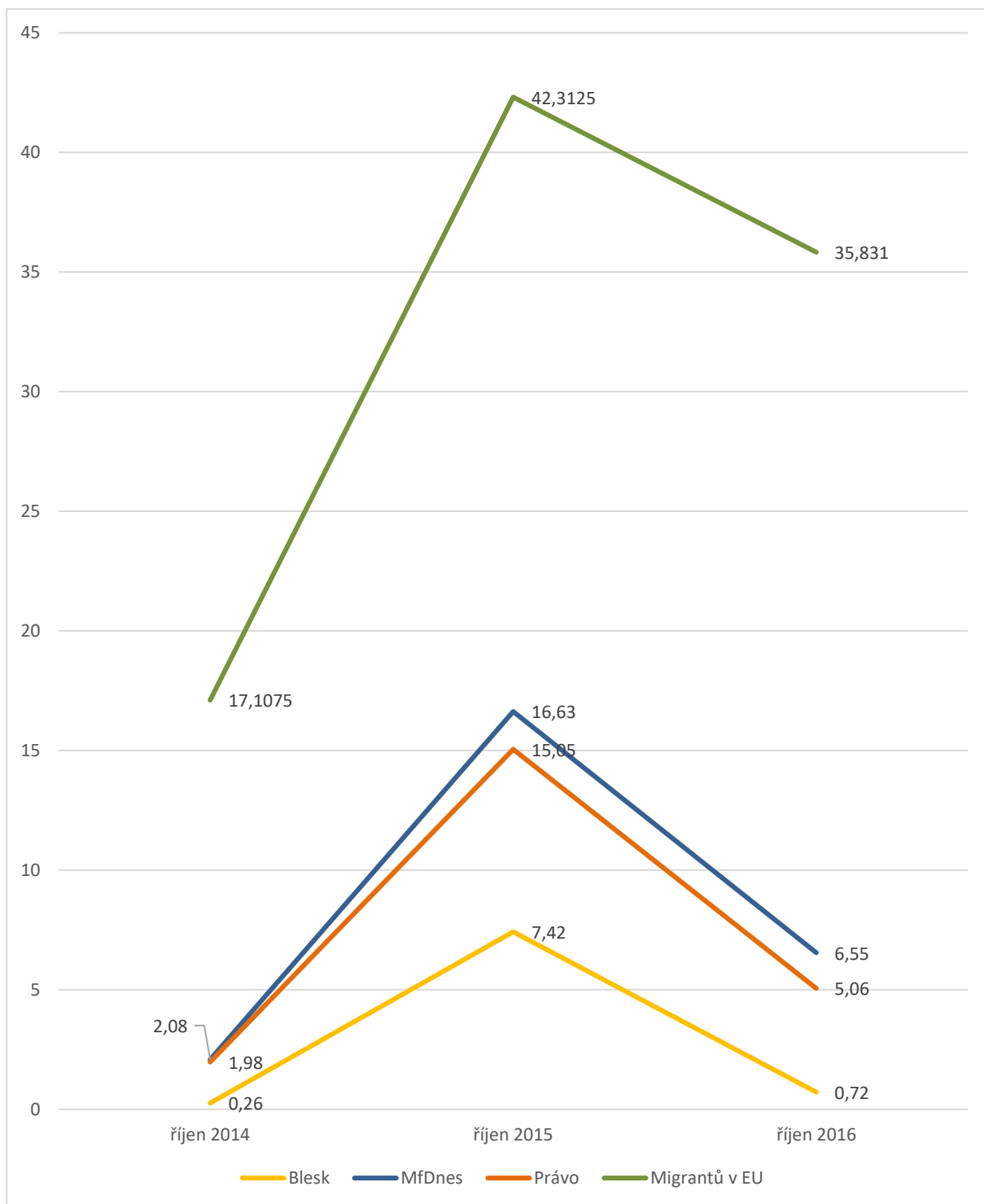
Graf č. 5: „Srovnání četnosti tématu migrace v denících se skutečným počtem podaných žádostí o azyl v ČR.“



Zdroj: autor práce, 2017 (výsledky srovnání dat)

V případě srovnání četnosti tématu migrace s počty azylantů v celé EU pak vypadá graf následujícím způsobem:

Graf č. 6: „Srovnání četnosti tématu migrace v denících se skutečným počtem podaných žádostí o azyl v EU.“



Zdroj: autor práce, 2017 (výsledky srovnání dat)

V tomto případě se korelace buď zcela neprokázala (v případě počtů azylantů v ČR), anebo se prokázala poměrně slabě (v případě počtů azylantů v EU).

Na základě toho lze konstatovat, že testovací otázka č. 3, tj. „*Koresponduje růst/pokles četnosti zpráv o migraci ve vybraných denících s reálnými statistickými daty o migraci?*“ byla zodpovězena záporně a hypotéza č.3 „*Růst/pokles četnosti zpráv koresponduje s reálnými statistickými daty o migraci.*“ byla vyvrácena.

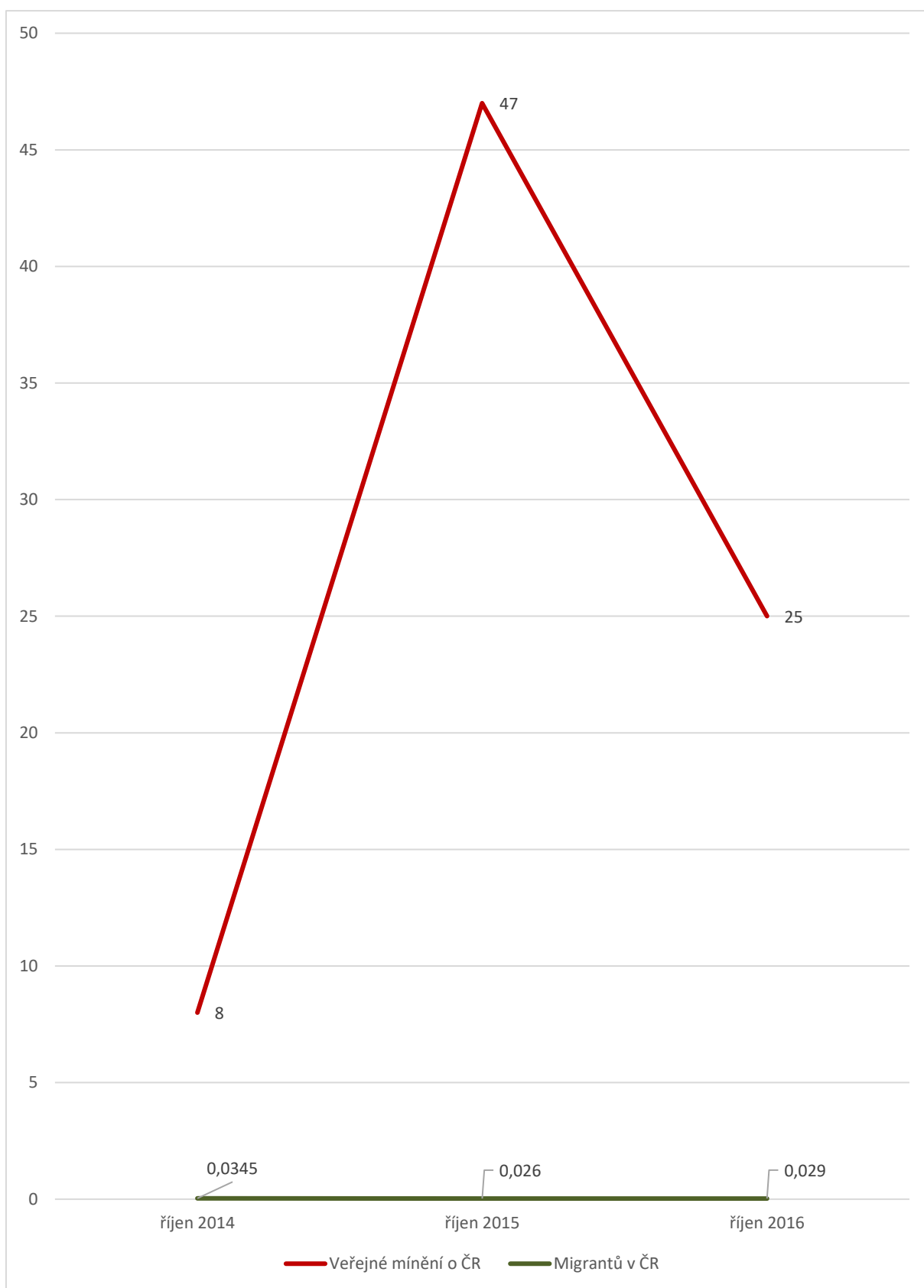
Toto zjištění bude poměrně diskutováno v další části práce. Užitím Funkhauserova tzv. indikátoru skutečnosti se nepotvrdila korelace reality a obsahů médií, což však odborná literatura již anticipovala, viz právě průzkumy G. Funkhausera.

V případě dat z ČR se prokazuje, že se počty mediálních obsahů vůbec nekryjí s reálnými počty migrantů. V případě dat celé EU již určitá korelace existuje, avšak je poměrně slabá a v roce 2016 se opět začíná rozcházet. To jinými slovy znamená, že zatímco počty migrantů příliš neklesají v porovnání s předchozím rokem, ve stejném období klesá četnost mediálních obsahů značně.

Což však mimo jiné však silně poukázalo na platnost závěrů v případě hypotézy 1., tzn. že média ovlivňují veřejné mínění pomocí nastolování témat. Kdyby veřejné mínění reagovalo na skutečná data o migraci, pak by se v případě ČR nestala migrace zásadním problémem pro respondenty, naopak v případě EU by téměř neklesalo označení migrace jako problému.

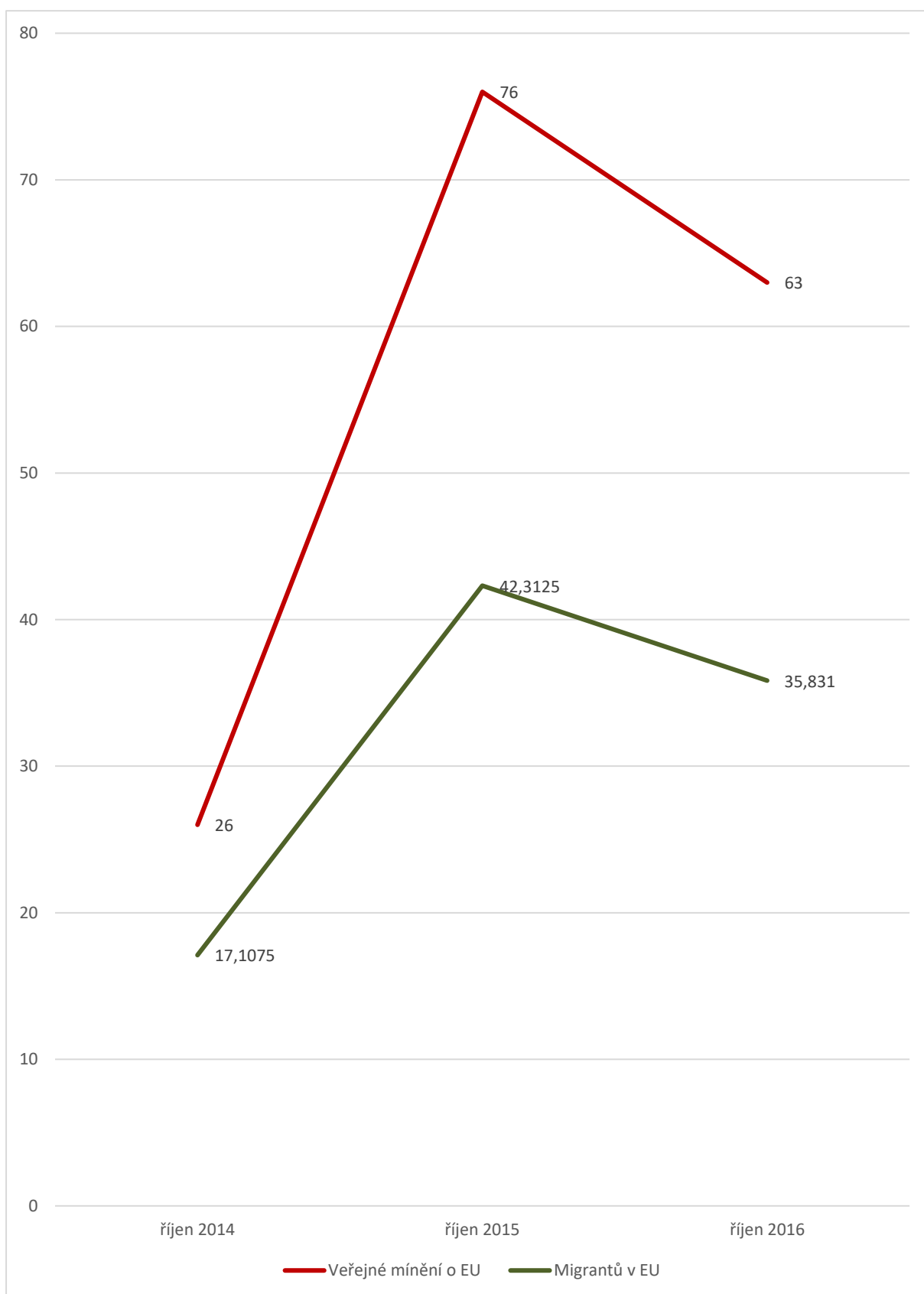
Protože nelze předpokládat, že by většina populace studovala data Eurostatu (a podobné zdroje), lze z toho vysuzovat, že své informace o snižování závažnosti problému migrace v roce 2016 získali respondenti právě z médií, respektive díky mediálnímu nastolování agendy. Viz následující grafy, ten první porovnává veřejné mínění a skutečné počty azylantů v ČR. Druhý graf porovnává veřejné mínění s počty azylantů v celé EU.

Graf č. 7: „Srovnání výsledků průzkumů veřejného mínění se skutečným počtem podaných žádostí o azyl v ČR.“



Zdroj: autor práce, 2017 (výsledky srovnání dat)

Graf č. 8: „Srovnání výsledků průzkumů veřejného mínění se skutečným počtem podaných žádostí o azyl v EU.“

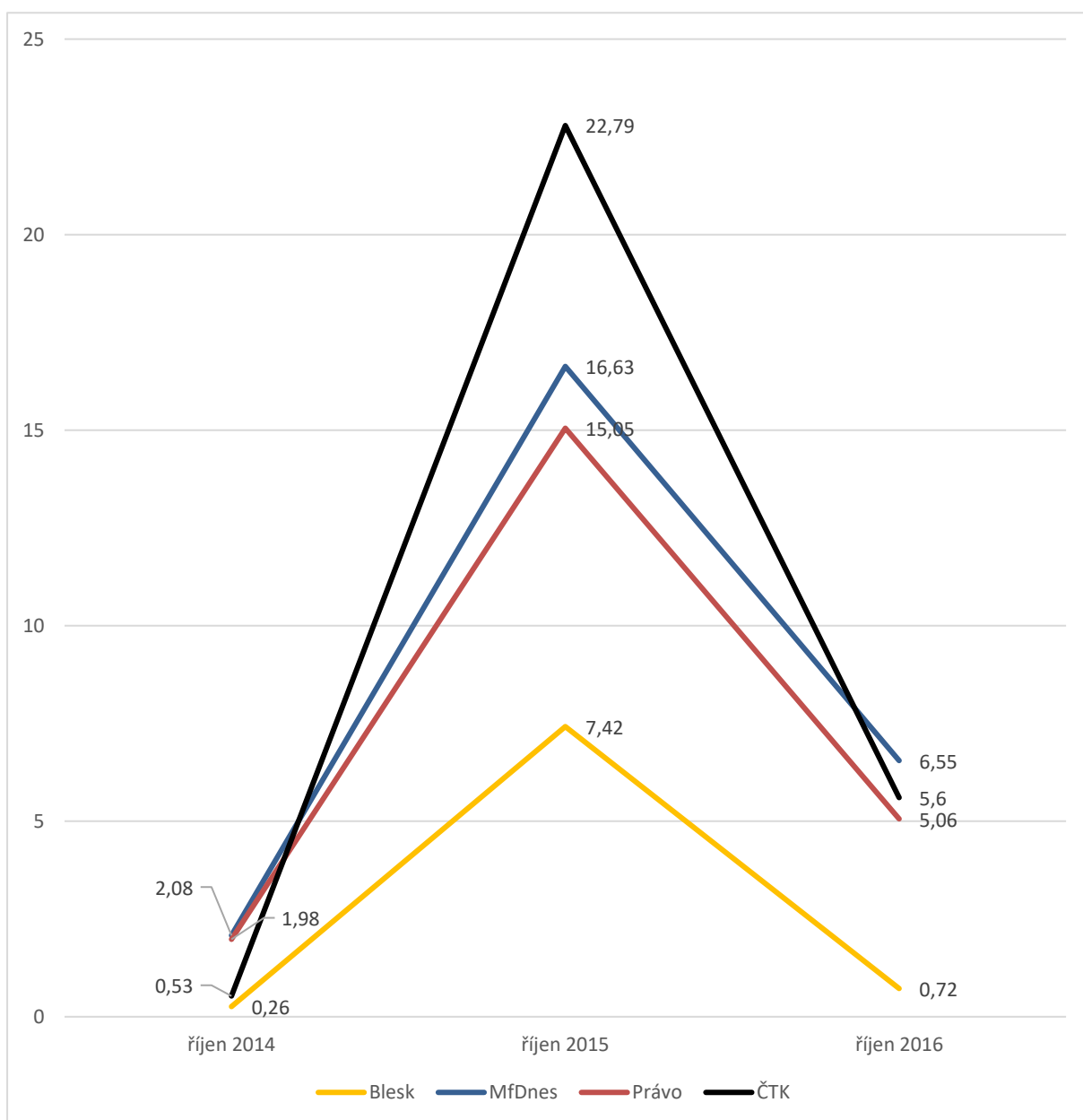


Zdroj: autor práce, 2017 (výsledky srovnání dat)

V případě porovnání počtů azylantů za celé roky 2014, 2015 s 2016 by tento jev vynikl ještě výrazněji, nicméně byla použita pouze data z měsíců využitých již v jiných srovnáních.

Poslední srovnání vycházející z kvantitativního výzkumu se pokouší zjistit míru intermediálního nastolování témat, tj. do jaké míry koreluje počty zpráv agenturního zpravodajství o migraci s mediálními obsahy ve třech zkoumaných denících. Pro získání lepšího přehledu pak výsledek opět graficky:

Graf č. 9: „Srovnání četnosti tématu migrace v denících s četností zpráv o tématu migrace v ČTK.“



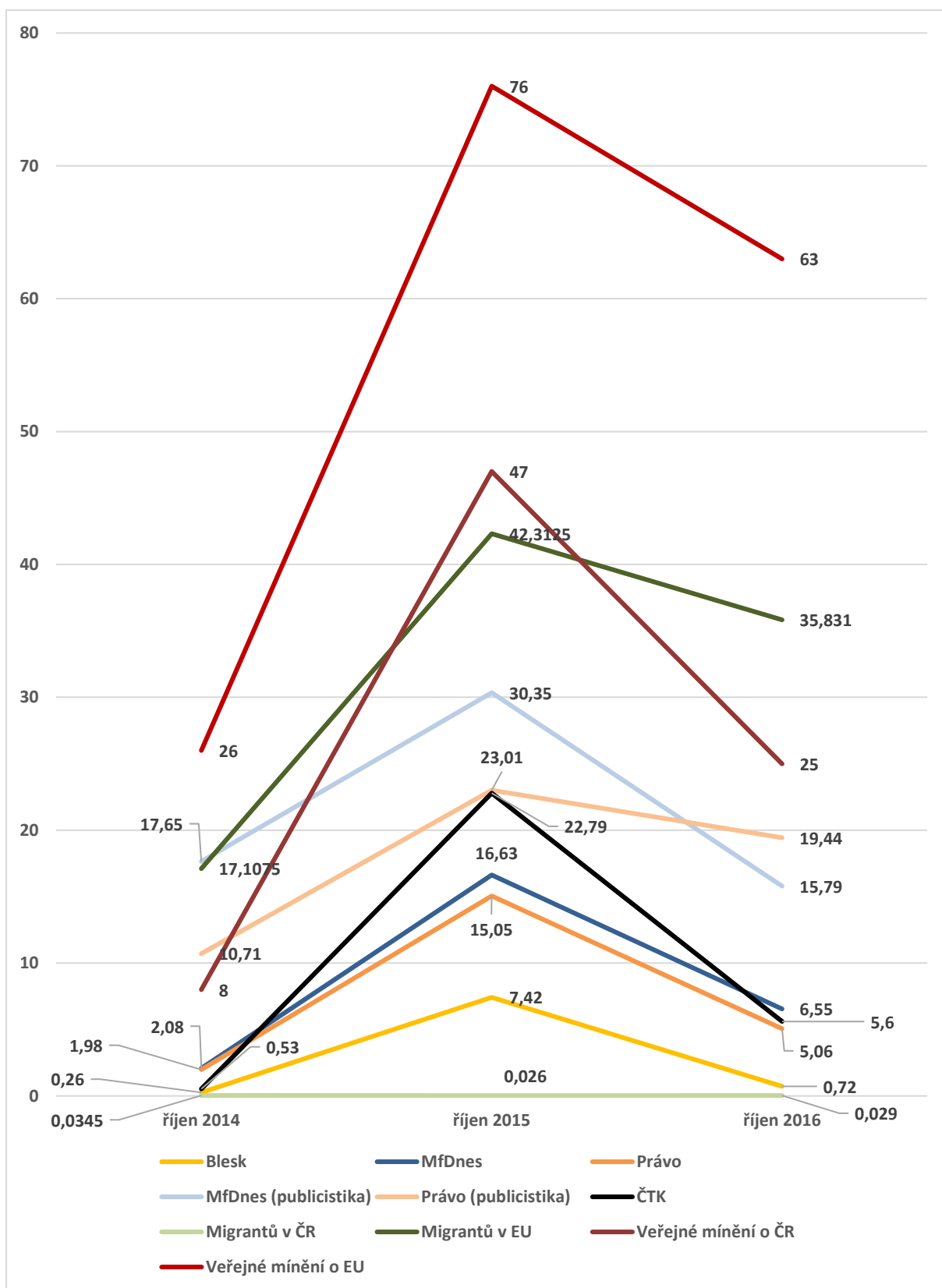
Zdroj: autor práce, 2017 (výsledky srovnání dat)

Ve třech sledovaných obdobích byla procentuálně vyjádřená četnost agenturních zpráv o migraci nejprve nižší než u deníků, aby pak rychle převýšila zájem těchto deníků, a poté naopak rychleji zájem ČTK o migraci padal. Korelace je natolik slabá, že ji nelze prokázat, respektive můžeme ji považovat za nedostatečně potvrzenou. Lze tedy dovozovat, že vliv „sezónnosti témat“ se u zpravodajství ČTK projevuje silněji než v případě deníků. Tedy zpravodajství ČTK natolik silně předbíhá deníky, že lze konstatovat nepříliš silnou závislost deníků na agenturním zpravodajství.

Z grafu č. 9 vyplývá, že testovací otázka č. 4, tj. *„Koresponduje růst/pokles četnost zpráv o migraci ve vybraných denících s růstem/poklesem četnosti agenturních zpráv ČTK?“* nebyla zodpovězena a hypotézu č.4 *„Růst/pokles četnosti zpráv o migraci ve zvolených denících koresponduje s růstem/poklesem četnosti agenturního zpravodajství ČTK.“* nebylo možno prokázat.

Poslední graf v této kapitole (č. 10) bude graf smíšený, kde budou pro srovnání prezentovány všechny výše uvedené veličiny do jednoho grafu.

Graf č. 10: „Souhrnný graf mediálních dat četnosti obsahů, veřejného mínění a počtů azylantů.“



Zdroj: autor práce, 2017 (výsledky srovnání dat)

Tyto výsledky lze prezentovat i jinak, pomocí tabulky znázorňující dvě období od října 2014 až do října 2015, a pak od října 2015 až do října 2016. V uvedené tabulce je nárůst/pokles zájmu o migraci znázorněn procentuálním vyjádřením. Toto vyjádření je plně porovnatelné ve všech kategoriích.

Tabulka č. 17: „Souhrnná tabulka mediálních dat četnosti obsahů, veřejného mínění a počtů azylantů.“

| | 2014 až 2015 | | | | 2015 až 2016 | | | |
|--|-------------------|----------------|--------|-------------------|------------------|--------|-------------------|--|
| Média | Říjen 2014 | růst o: | | Říjen 2015 | pokles o: | | Říjen 2016 | |
| Blesk | 0,26 | 2853,85 % | 28,54x | 7,42 | 90,29 % | 10,31x | 0,72 | |
| MfDnes | 2,08 | 799,52 % | 7,99x | 16,63 | 60,61 % | 2,54x | 6,55 | |
| Právo | 1,98 | 760,1 % | 7,60x | 15,05 | 66,38 % | 2,97x | 5,06 | |
| ČTK | 0,53 | 4300 % | 43,00x | 22,79 | 75,43 % | 4,07x | 5,6 | |
| Veřejné mínění | | růst o: | | | pokles o: | | | |
| Problém pro ČR | 8 | 587,5 % | 5,88x | 47 | 46,81 % | 1,88x | 25 | |
| Problém pro EU | 26 | 292,31 % | 2,92x | 76 | 17,11 % | 1,21x | 63 | |
| Migrace | | růst o: | | | pokles o: | | | |
| Do ČR | 345 | 24,64 %* | 0,75x | 260 | 11,54 %** | 0,89x | 290 | |
| Do EU | 171075 | 247,33 % | 2,47x | 423125 | 15,32 % | 1,18x | 358310 | |
| * - pokles v ČR navzdory evropskému trendu | | | | | | | | |
| ** - růst v ČR navzdory evropskému trendu | | | | | | | | |

Zdroj: autor práce, 2017 (výsledky srovnání dat)

Z tabulky je jasně patrné, že zatímco četnost výskytu tématu migrace v denících roste v období 2014/15 vždy více (v případě Blesku a ČTK výrazně více) než rostou obavy veřejného mínění, v období 2015/16 klesá četnost vždy rychleji (v případě Blesku a ČTK výrazně rychleji) než obavy veřejného mínění. V případě reálných dat azylantů je situace zcela odlišná. V případě dat z ČR v období 2014/15, kdy reálné počty azylantů v ČR mírně klesají, zvyšují se obavy zhruba 6x, zatímco když rostou, snižují se obavy zhruba 2x. To vše při velmi nízkých základech, kdy hovoříme maximálně o stovkách osob.

V případě EU pak je situace taktéž mírně odlišná, zatímco obavy z migrace v období 2014/15 rostou 3x, pak počty migrantů rostou zhruba 2,5x. Tedy média zesilují obavy. Naopak když počty migrantů mírně klesají (1,18x) v období 2015/16, pak obavy veřejného mínění klesají rychleji (1,21x). V případě migrace do EU pak hovoříme o vysokých počtech

v řádech stovek tisíc osob za kvartál. Lze tedy konstatovat, že média oslabují obavy veřejného mínění.

Pro správnou interpretaci je nutné si uvědomit, že zatímco deníky v říjnu roku 2014 nevěnovaly migraci téměř žádnou pozornost, v říjnu roku 2015 pak pozornost maximální, což vedlo k velkému rozdílu. Naopak v říjnu roku 2016 zaměření na téma migrace klesá, ale stále nemizí. Nejmarkantnější je tento trend patrný v případě ČTK.

Došlo tak k promísení rozlišení na zahraniční a domácí problémy, což souvisí i s posunem témat ze zahraničního do domácího zpravodajství, viz tabulka č. 14 „Umístění na stranách“.

Následně měly být prezentovány výsledky vztahující se k druhé části průzkumu, tj. získání odpovědi na otevřené otázky položené pracovníkům tří deníků, tj. Blesku, MfDnes a Práva. Výsledky však bohužel nebyly žádné, žádný z pracovníků těchto tří deníků se nevolil zodpovědět otázky položené výzkumníkem. I tato neochota však určitým způsobem vypovídá. Jediný náznak zdůvodnění tohoto odmítnutí přišel v náznaku v odpovědi p. Roberta Denglera, zástupce šéfredaktora deníku Právo (příloha K), který zapojení do výzkumu označil za „incest“. Z této formulace lze usuzovat, že odpovídání na otázky položené v dotazníku mohlo být i pro jiné pracovníky deníků nepříjemné, respektive dokonce snad mohlo být chápáno jako ohrožující.

Kvalitativní část průzkumu tedy nemohla být provedena, veškerý výzkum tedy zůstal kvantitativní.

7.1 ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK A OVĚŘENÍ VÝZKUMNÝCH HYPOTÉZ

Na závěr této kapitoly je třeba shrnout výsledky.

V případě testovací otázky č.1 (*Dochází v ČR u tématu „migrace“ k ovlivňování veřejného mínění třemi vybranými periodiky pomocí nastolování agendy prvního stupně?*) byla korelace zjištěna. Hypotéza č. 1 (*Tři vybraná periodika ovlivňují veřejné mínění v ČR u tématu migrace pomocí nastolování agendy prvního stupně.*) tak byla potvrzena. Toto zjištění je zásadní, ostatní otázky a hypotézy jsou spíše doplňujícího a pomocného charakteru.

Testovací otázka č. 2 (*Dochází v ČR u tématu „migrace“ k ovlivňování veřejného mínění třemi vybranými periodiky pomocí nastolování agendy druhého stupně?*) byla zodpovězena taktéž kladně. Hypotéza č.2 (*Tři vybraná periodika ovlivňují veřejné mínění v ČR u tématu migrace pomocí nastolování agendy druhého stupně.*) tak byla potvrzena.

Testovací otázka č. 3 (*Koresponduje růst/pokles četnosti zpráv o migraci ve vybraných denících s reálnými statistickými daty o migraci?*) byla zodpovězena záporně, hypotéza č. 3 (*Růst/pokles četnosti zpráv koresponduje s reálnými statistickými daty o migraci.*) byla zamítnuta. Toto zamítnutí je však další silný důkaz o potvrzení hypotézy č. 1.

Testovací otázka č. 4 (*Koresponduje růst/pokles četnost zpráv o migraci ve vybraných denících s růstem/poklesem četnosti agenturních zpráv ČTK?*) nebyla zodpovězena průkazně, protože korelace byly příliš slabé. Hypotézu č. 4 (*Růst/pokles četnosti zpráv o migraci ve zvolených denících koresponduje s růstem/poklesem četnosti agenturního zpravodajství ČTK.*) tak nebylo možno prokázat.

Testovací otázka č. 5 (*Jsou si pracovníci vybraných periodik vědomi své moci nastolovat agendu?*) nebyla zodpovězena, protože nebyla získána relevantní data od pracovníků deníků. Hypotézu č. 5 (*Pracovníci vybraných periodik jsou si vědomi své moci nastolovat agendu.*) tak nebylo možno prokázat.

8. DISKUZE VÝSLEDKŮ VÝZKUMU

V této kapitole bude provedený výzkum zhodnocen, vysvětleny některé důležité aspekty provedeného výzkumu, komentovány některé zajímavé výsledky.

V prvé řadě je třeba napsat, že provedený výzkum, ačkoliv jeho výsledky byly v některých ohledech poměrně průkazné, nedokáže zodpovědět otázku, jakým způsobem ovlivňují česká média veřejné mínění, zcela uspokojivě a vyčerpávajícím způsobem.

To, že veřejné mínění může reagovat především na obsahy médií, slaběji pak na realitu, je známo již delší čas. Tato teorie je i v ČR všeobecně známa, pro osoby zasvěcené do mediální teorie i praxe nemůže být překvapivá. Přínos této práce spočívá v tom, že tyto kvalifikované dohady jsou vyjádřeny přesně. Výzkum může být zopakován, je vysoce validní. V případě opakování by samozřejmě mohlo dojít k mírně odlišným výsledkům zejména vlivem stanovení kritérií samotné analýzy mediálních obsahů (např. by se mohly mírně lišit počty obsahů věnovaných migraci podle toho, že byly na migraci zaměřeny zcela, anebo v nich byla jen letmo zmíněna). Ovšem ani takové mírné změny jednotlivých hodnot by zcela jistě nezměnilo celkové výsledky, neboť ty jsou mimořádně průkazné, nárůsty a poklesy četností jsou povětšinou mnohonásobné.

Korelace vlivu nastolování témat na veřejné mínění byla tedy sice prokázána, ale pouze u tří deníků Blesk, MfDnes a Právo. V ČR však působí celá řada dalších médií. Uvedená tři periodika ovládají zhruba 60 % trhu na poli deníků (a to včetně deníku Sport a dalších deníků s omezeným zpravodajstvím, ve skutečnosti je jejich pozice na trhu a předpokládaný vliv ještě větší), nicméně jsou zde i hojně vydávané týdeníky atd., takže můžeme předpokládat významný vliv v konkurenci tiskových médií.

Nicméně stále zde jsou televize, rádia a internet. Samotný McCombs prováděl své stěžejní výzkumy v době, kdy ještě televize nebyla natolik rozšířená, a internet neexistoval. V sedmdesátých a osmdesátých mu vycházelo, že tisk je vlivnější než televize s ohledem na trvání vlivu (tj. televize dokáže rychle pozornost k určitému tématu získat, ale nedovede jej dobře udržet). Doba se však vlivem technologického pokroku změnila. McComb se tomuto technologickému posunu taktéž věnuje a nabízí určité odhady budoucího působení vlivu tisku, audiovizu a internetu, nicméně stále jsou to pouze kvalifikované odhady. McCombs je poměrně skeptický k názorům, že vliv nastolování agendy ustoupí následkem fragmentizace jak na straně médií, tak straně konzumentů.⁶⁷

⁶⁷ MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 207. ISBN 978-80-7367-591-2.

Bylo by tedy zajímavé provést výzkum u **všech hlavních** zpravodajských kanálů obyvatel ČR a vliv nastolování agendy tak definitivně kvantifikovat. Bohužel, takový průzkum je mimo možnosti této práce a jednoho člověka, byl by zapotřebí celý team výzkumníků, jak ho ve své učebnici provádění mediálních výzkumů předpokládá třeba Trampota. I tak by to byla práce náročná, neboť by se jednalo o prověření a zařazení desítek tisíců mediálních obsahů z několika desítek relevantních zdrojů; průzkum pouhých tří periodik po dobu tří měsíců zahrnoval projití několika tisíců mediálních obsahů.

Tato práce tedy může významně napovědět, protože výsledky byly poměrně průkazné, nicméně konečnou odpověď nedává.

Pozorný čtenář si jistě povšiml, že procentuální vyjádření četnosti tématu migrace nemá stejný základ ani s procentuálním vyjádřením míry obav respondentů výzkumů Eurobarometru, ani s poměrným zobrazením počtů reálných azylantů dle Eurostatu. Grafy tedy nabízejí pouze znázornění korelace, ne skutečnou kvantifikovatelnou míru nastolování témat; to při relativně malém (v poměru k celkovému rozsahu zpravodajských zdrojů) rozsahu výzkumu zahrnutého do této práce ani není možné.

Nyní je možné okomentovat výsledky a upozornit na některé zajímavé výsledky, které třeba ani nebyly formulovány a sledovány jako odpověď na výzkumné otázky, při prezentaci výsledků se však projeví.

Pokud jde o první a nejdůležitější výzkumnou otázku, pak lze konstatovat, že četnost mediálních obsahů zaměřených na migraci koreluje se zájmem veřejnosti o toto téma. To bylo ostatně očekávatelné a ve shodě s teorií nastolování témat. Některé zjištěné výsledky se však tomuto základnímu schématu poněkud vymykají a ukazují, že praxe je pestřejší než teorie. Lze totiž zkonstatovat, že pokud obavy veřejné mínění rostly, počty obsahů v denících rostly rychleji, zatímco když obavy veřejného mínění klesaly, počty obsahů v denících klesaly rychleji.

Teorie nastolování témat soupeří s jinou teorií, tj. že obsah zpravodajství sice koreluje výsledky průzkumů veřejného mínění, ale kauzalita je opačná, tedy že média veřejné mínění nespoluvytvářejí, nýbrž nechávají se jím vést. Jinými slovy, pouze reagují na poptávku veřejnosti.

Tato soupeřící teorie byla vyvrácena, jde to ověřit dvěma způsoby. Tím prvním je tzv. time-lag analýza užitá již samotným McCombem (viz tabulka č.2). Tato metoda nemohla být v této práci užitá, neboť jejím nutným předpokladem jsou dostatečné průzkumy veřejného mínění, tato závislost se nejlépe prokazuje laboratorními experimenty.

Druhý způsob je využít Funkhauserův „indikátor skutečnosti“, který byl využit i v této práci (data Eurostatu o reálné migraci). Je nutno připomenout, že výzkum prokázal, že výsledky šetření hodnoty obav obyvatelstva zjištěných průzkumy veřejného mínění (Eurobarometr) se rozcházejí s reálnými daty o žadatelích o azyl získanými z Eurostatu.

Jinými slovy veřejné mínění reagovalo nárůstem obav z migrace bez ohledu na skutečný stav, kdy v ČR jsou počty udělených azylů v řádech stovek osob ročně, a tedy porovnání s EU zanedbatelné. A zároveň velmi slabě koreluje i se stavem v celé EU, kdy celoroční počty reálných žádostí o azyl v letech 2015 a 2016 příliš neklesly (přibližně z 1 320 000 žadatelů na 1 230 000 žadatelů).

Z toho lze vyvodit následující silný důkaz prokazující přítomnost nastolování témat: Jelikož veřejné mínění nereaguje na realitu, pak musí reagovat na něco jiného a tím „něčím“ jsou právě média. Kdyby média pouze reagovala na skutečné dění, pak by u tématu jako je migrace nemohlo dojít k poklesu zájmu navzdory skutečnosti, jelikož veřejnost nemá možnost si skutečnost jinak ověřit než právě přes média.

Tento jev není odborné literatuře neznámý, podařilo se ho prokázat jak Funkhauserovi, tak Ghanemové, tak i dalším výzkumníkům v celé řadě výzkumů. V prvním případě šlo o zájem veřejnosti o válku ve Vietnamu v sedmdesátých letech, tento zájem americké veřejnosti se zvyšoval/snižoval bez ohledu na skutečné množství nasazených amerických vojáků a jejich ztrát.⁶⁸

Ve druhém případě šlo o výzkum Ghanemové v americkém Texasu, kde na počátku devadesátých let rostly obavy tamní veřejnosti z kriminality navzdory tomu, že skutečné počty trestných činů setrvale klesaly.⁶⁹ Vedle toho k podobným jevům došlo i při sledování témat a obav z drog, nedostatku pohonných hmot, objev tématu znečištění životního prostředí atp.

Z výše napsaného lze tedy konstatovat, že média v ČR dovedou působit na veřejné mínění navzdory realitě. McCombs to připisuje „výjimečně přesvědčivým argumentům“ využívaných médií. To odpovídá i české praxi, kdy média dovedou formulovat velmi

⁶⁸ FUNKHAUSER, G., R., In: MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 53. ISBN 978-80-7367-591-2.

⁶⁹ GHANEM, S., In: MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 58. ISBN 978-80-7367-591-2.

sugestivní sdělení a tím účinnost nastolování témat zvyšovat (např. ⁷⁰), anebo naopak obav veřejnosti tlumit navzdory realitě (např. ⁷¹).

Zajímavým aspektem tohoto nastolování témat a jejich rámcování je v zásadě shoda zkoumaných deníků na zasazování tématu migrace do vysoce problematického kontextu. V mnoha ohledech přímo alarmujícího. Právě tato shoda je ve výsledku pravděpodobně více účinná, než kdyby pouze málo médií, ovšem tím silněji, bilo na poplach. Ukazuje se to plně v tabulce č. 13. Pomocným argumentem je pak četnost publicistických sdělení v denících MfDnes a Právo, v tomto případě jednotu rámcování narušuje deník Právo, jehož publicisté neopustili téma migrace tak rychle, jako v případě publicistů MfDnes. Korelace byla slabší, přesto však stále patrná.

Zajímavým výsledkem je též malá korelace mezi agenturním zpravodajstvím ČTK a zmíněnými periodiky. V tomto případě jsou navíc data a procentuálně vyjádřená míra četnosti tématu migrace s daty deníků plně porovnatelné. Lze přitom očekávat, že česká zpravodajská agentura se stane hlavním zdrojem zejména zahraničních zpráv pro česká periodika.

Ve skutečnosti však, navzdory tomuto předpokladu, je získaná korelace velmi slabá. Lze to zdůvodnit tím, že zatímco v případě deníků lze nasadit i jiné možnosti ovlivňování veřejného mínění, zejména nastolování agendy druhého stupně, pak v případě zpravodajství agenturního lze uvažovat pouze o nastolování agendy prvního stupně.

Uvažovat lze i o vlivu marketingu, kdy agenturní zpravodajství potřebuje nabízet mírný převis nabídky nad poptávkou a v případě objevení se (relativně) nového tématu musí téma pokrýt úplněji než vlastní deníky různého zaměření (a každý s vlastní redakční politikou).

Pravděpodobně proto analýza četnosti tématu migrace vychází pro ČTK hůře ve fázi růstu zájmu a stejně tak poklesu zájmu, naopak na vrcholu zájmu se nejvíce přibližuje procentuálnímu vyjádření obav veřejnosti z migrace.

Dalším zajímavým výsledkem tohoto průzkumu je silná korelace mezi deníky navzájem, zejména mezi MfDnes a Právem. Jejich vzájemná korelace je velmi nápadná;

⁷⁰ **LIDOVKY.CZ**, *Evropou otrásla fotografie mrtvého chlapce, otevře se Evropa? Ptají se britská média*. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/evropou-otrasla-fotografie-mrtveho-chlapce-otevre-se-evropa-ptaji-se-britska-media-gee-/zpravy-svet.aspx?c=A150903_092726_ln_zahranici_mpr

⁷¹ **IDNES.CZ**, *Dny neřízené migrace končí, balkánská cesta byla uzavřena, uvedl Tusk*, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/novy-presidlovaci-mechanismus-a-vice-penez-turecku-summit-eu-pu2-/zahranicni.aspx?c=A160307_175058_zahranicni_rych

s deníkem Blesk je již slabší. To lze vysvětlit zpravodajským a seriózním zaměřením těchto dvou deníků oproti bulvárnímu Blesku, pro který není politické zpravodajství základem jeho obsahu.

Velká blízkost/podobnost zaměření deníků MfDnes a Právo, jejichž výsledky se k sobě velmi přibližují, ukazuje na přítomnost intermediálního ovlivňování tak, jak to opět předpokládá McCombs.⁷²

Naopak rozdíly mezi realitou a mediálními obsahy a výsledky šetření veřejného mínění ukazují na přítomnost rozdílných náhledů pracovníků těchto médií na téma migrace, neboť lze usuzovat, že nabídka jejich zpravodajských zdrojů byla velmi obdobná.

Posledním zjištěním tohoto výzkumu je, že pro pracovníky zmíněných deníků je zřejmě nepříjemné odpovídat na otázky vztahující se k nastolování agendy, anebo jim nepříjde významné účastnit se výzkumu v této oblasti. Tato neochota je možná jednak kvůli možné obavě z nařčení z manipulace veřejností, respektive prokázané výsledky šetření, se kterými byli tito pracovníci rámcově seznámeni (zejména rozpor v reálných počtech migrantů v ČR a EU, se kterými počty mediálních obsahů příliš nekorelují), možná nekorespondovaly s jejich vlastní sebe prezentací v této oblasti.

⁷² MCCOMBS, M. *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009, s. 165. ISBN 978-80-7367-591-2.

ZÁVĚR

V závěru práce si připomeneme nejdůležitější výstupy této práce a zařadíme je do kontextu dění v ČR.

Byla potvrzena přítomnost nastolování témat v některých českých denících, konkrétně v denících Blesk, MfDnes a Právo. Tím se potvrdila platnost zahraniční teorie agenda settingu od amerického profesora Maxwella McCombse i pro naše mediální prostředí.

Vzhledem k relativně úzkému výzkumnému vzorku (tři deníky ve třech měsících) není možné přesněji kvantifikovat tento vliv deníků na veřejné mínění celkově v rámci ČR, lze však s jistotou tento vliv pozorovat u zmíněných tří periodik.

Působení nastolování témat v praxi bylo zkoumáno na případě tzv. uprchlické krize, která zasáhla Evropu oficiálně v roce 2015; ve skutečnosti však zesilování migrace do Evropské unie trvalo již minimálně od roku 2010, v roce 2015 se pouze toto zesilování urychlilo (v tomto roce žádalo o azyl zhruba 2x větší množství lidí než v tom předcházejícím), aby v roce 2016 pouze mírně oslabilo, v žádném případě však nekleslo na předkrizovou úroveň (pokles zhruba o desetinu).

České veřejné mínění pak problém migrace až do roku 2014 nepovažovalo za závažný problém, stejně tak i zmíněné tři české deníky, stejně tak ani zpravodajská agentura ČTK. Tématu se ještě na podzim 2014 věnují zcela okrajově, a pokud už o migraci píšou, pak v souvislosti s Ukrajinou nebo jen velmi obecně.

V roce 2015 pak přichází kulminace zájmu jak veřejnosti, tak i médií. Téma migrace se stává samozřejmou součástí zahraničních rubrik a nejen jich; migračním tématem se zabývají publicisté, komentátoři, řeší se i na vnitrostátní úrovni vlivem policejních manévrů atp. A to navzdory tomu, že se České republiky v porovnání s jinými zeměmi téměř nedotkla. Respondenti v listopadu 2015 však považují migraci jak na české, tak na evropské úrovni za jeden ze dvou největších problémů, před kterými ČR/EU stojí. Tento nárůst zájmu byl nejsilnější u ČTK, která se zcela vymkla ostatním zkoumaným deníkům.

V roce 2016, kdy skutečné počty žadatelů o azyl příliš neklesají, však rychleji klesá zájem těchto tří deníků i ČTK o dané téma. V návaznosti na tom klesají i obavy obyvatelstva vyjadřované průzkumy veřejného mínění Eurobarometru. A opět se vymykají výsledky ČTK, jejíž zájem padá rychleji než u sledovaných deníků.

Navíc lze sledovat i další zajímavou tendenci, výsledky průzkumu četnosti s obavami veřejného mínění nekorelují zcela přesně. Spíše můžeme hovořit o předcházení a utváření tohoto veřejného mínění, protože v období, kdy obavy veřejnosti rostly, počty mediálních

obsahů rostly rychleji, zatímco když obavy veřejnosti klesaly, počty obsahů klesaly rychleji. Nejvýrazněji pak u ČTK. V případě deníku Blesk pak vysoké míry nárůstu a pak i poklesu byly způsobeny menším počtem zpráv, tedy celkově nižší srovnávací základnou. Pro bulvární deník není politické zahraniční zpravodajství prioritou.

Právě pokles zájmu médií i veřejnosti v roce 2015 poskytuje nejpřesvědčivější důkaz toho, že minimálně některá česká média (zminěné tři deníky a ČTK) využívají nastolování témat a další teoreticky popsané postupy k tomu, aby ovlivňovaly veřejné mínění.

Z dat let 2014 a 2015 totiž stále nebylo zřejmé, zda tyto deníky pouze nereagují na realitu, časový posun prezentací mediálních obsahů a reakcí veřejného mínění na ně nebylo možné získat z důvodů nízké intenzity relevantních průzkumů veřejného mínění, pro takové šetření by byl nejlepší laboratorní experiment a zkoumání dopadů na názory testovací skupiny respondentů v rámci dnů.

Nicméně tzv. indikátor skutečnosti, tzn. porovnání analýz mediálních obsahů a veřejného mínění s reálnými daty zcela jasně prokázal, že veřejné mínění nereaguje na realitu, nýbrž právě na média.

V tomto ohledu bylo šetření velmi úspěšné, získané výsledky signifikantní a zajímavé i pro budoucí práci v této oblasti výzkumů. Bylo by zajímavé i užitečné zároveň provést další průzkumy podobně zaměřené, ovšem na širším výzkumném vzorku většího počtu médií (nejenom tiskových, ale i televizi, rádií a na internetu), aby bylo možné definitivně kvantifikovat míru vlivu, který naše důležitá zpravodajská média mají na naše smýšlení o světě. Takto získaná nezpochybnitelnými výzkumy podložená data by pak byla užitečným vodítkem nejen pro ona média, ale i pro širokou veřejnost.

Bohužel, zájem zkoumaných deníků o tento výzkum byl mizivý, stejně tak jejich ochota se přímo výzkumu účastnit. Tato práce tak byla ochuzena o zajímavou složku možných zjištění, v případných dalších výzkumech v této oblasti je nutné se zaměřit i na komunikaci se zkoumanými médii.

Je skromným přáním autora, aby tato práce byla užitečným odrazovým můstkem k dalšímu zájmu o tuto oblast výzkumu. Zároveň aby poskytla námět k dalším úvahám svých čtenářů.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů:

1. **HUK, J.** *Výzkum veřejného mínění a mediální publikum*. 2.vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2013. ISBN 978-80-7452-031-0.
2. **JIRÁK, J., KÖPPOVÁ, B.** *Masová média*. 2.vyd. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.
3. **LIPPMANN, W.** *Veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0939-3.
4. **MCCOMBS, M.** *Agenda setting: masová média a veřejné mínění*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-591-2.
5. **MCQUAIL, D.** *Úvod do teorie masové komunikace*. 1.vyd. Praha: Portál, 1999. ISBN 978-80-7178-200-9.
6. **PLATÓN.** *Ústava*. Překlad František Novotný. 4. opr. vyd. Praha: OIKOYMENH, 2005, ISBN 80-7298-142-0.
7. **ŠKODOVÁ, M.** *Agenda-setting: teoretické přístupy*. 1.vyd. Praha: sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2008. ISBN 978-80-7330-151-4.
8. **TRAMPOTA, T., NEČAS, V.** *Intermediální agenda českých médií*. 2007 Naše společnost roč. 5, č. 2, s. 12–19. ISSN 1214-438X.
9. **TRAMPOTA, T., VOJTĚCHOVSKÁ, M.** *Metody výzkumu médií*. 1.vyd. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.

Seznam použitých internetových zdrojů:

1. ABC ČR, Ověřovaná data: Periodický tisk. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://www.abccr.cz/overovana-data/periodicky-tisk/>
2. CBS, PUBLIC LECTURE – MAXWELL MCCOMBS: „Agenda setting of sustainability in the new media landscape. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://www.cbs.dk/en/cbs-fokus/business-in-society-bis-platforms/sustainability/events/public-lecture-maxwell-mccombs-agenda-setting-of-sustainability-in-the-new-media-landscape>
3. CNC, Czech news center, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <https://www.cncenter.cz>
4. CNC, Loga ke stažení, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <https://www.cncenter.cz/loga-ke-stazeni>
5. ČTK. Česká tisková kancelář, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://www.ctk.cz>
6. ČTK. Ke stažení: Logo ČTK, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: http://www.ctk.cz/o_ctk/ke_stazeni/
7. ČTK. Forma agenturních informací. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: http://www.ctk.cz/o_ctk/ke_stazeni/
8. ENCYCLOPEDIA BRITANICA, Maxwell McCombs. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-19]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/biography/Maxwell-McCombs>

9. EUROPEAN COMMISSION, Public Opinion. [online]. © 2017 [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/#p=1&instruments=STANDARD>
10. EUROSTAT, Asylum and first time asylum applicants by citizenship, age and sex Annual aggregated data (rounded). [online]. © 2017 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>
11. EUROSTAT, Asylum applicants in the EU. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/eurostat/news/themes-in-the-spotlight/asylum2016>
12. EUROSTAT, Asylum quarterly report. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/6049358/7005580/Asylum+Quarterly+Report+-+Q3+2016.pdf/2ad7a4f9-495f-4480-9ed9-1d08a54b4611>
13. EUROSTAT, Asylum quarterly report. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/eurostat/documents/6049358/7005580/Q1_2015_SE+article.pdf/c7904337-30b8-4e60-9292-8789266199db
14. IDNES.CZ, Dny neřízené migrace končí, balkánská cesta byla uzavřena, uvedl Tusk, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/novy-presidlovaci-mechanismus-a-vice-penez-turecku-summit-eu-pu2-zahranicni.aspx?c=A160307_175058_zahranicni_rych
15. LIDOVKY.CZ, Evropou otrásla fotografie mrtvého chlapce, otevře se Evropa? Ptají se britská média. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/evropou-otrasla-fotografie-mrtveho-chlapce-otevře-se-evropa-ptaji-se-britska-media-gee-/zpravy-svet.aspx?c=A150903_092726_ln_zahranici_mpr
16. MAFRA, A. S., Mediální skupina Mafra, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://www.mafra.cz>
17. MAFRA, A. S., Portfolio, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://www.mafra.cz/portfolio.aspx>
18. NEWTON MEDIA, A. S., Newton media, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: <http://www.newtonmedia.cz/cs>
19. NOVINKY.CZ, Rakousko přitvrdí a nepustí do země běžence, kteří tam nepožádají o azyl. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/zahranicni/evropa/391905-rakousko-pritvrdi-a-nepusti-do-zeme-bezence-kteri-tam-nepozadaji-o-azyl.html>
20. PRÁVO, A. S., Právo, [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://www.pravo.cz>
21. SCS.ABZ.CZ, Slovník cizích slov – Occamova břitva. [online]. © 2017 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/britva-occamova>

SEZNAM ZKRATEK

EK - Evropská komise

EU - Evropská unie

ČR - Česká republika

ČSSD – Česká strana sociálně demokratická

ČTK – Česká tisková kancelář

MIP – Most Important Problem

USA – Spojené státy americké

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Seznam obrázků

| | |
|---|----|
| Obrázek č. 1: „Maxwell McCombs v roce 2013“ | 13 |
| Obrázek č. 2: „Logo deníku Blesk“ | 44 |
| Obrázek č. 3: „Logo deníku MfDnes“ | 47 |
| Obrázek č. 4: „Logo deníku Právo“ | 50 |
| Obrázek č. 5: „Logo ČTK“ | 53 |

Seznam tabulek

| | |
|---|----|
| Tabulka č. 1: „Role masových médií při nastolování agendy“ | 14 |
| Tabulka č. 2: „Časové hledisko v procesu nastolování agendy“ | 15 |
| Tabulka č. 3: „Nastolování agendy prvního a druhého stupně“ | 18 |
| Tabulka č. 4: „Přesvědčivé argumenty: třetí cesta přenosu významnosti mezi mediální a veřejnou agendou“ | 19 |
| Tabulka č. 5: „Důsledky nastolování agendy“ | 20 |
| Tabulka č. 6: „Všeobecný model nastolování agendy“ | 21 |
| Tabulka č. 7: „Acapulská typologie: čtyři perspektivy nastolování agendy“ | 22 |
| Tabulka č. 8: „Jaké jsou dva nejdůležitější problémy, kterým čelí Vaše země?“ | 57 |
| Tabulka č. 9: „Jaké jsou dva nejdůležitější problémy, kterým čelí EU?“ | 59 |
| Tabulka č. 10: „Počty žadatelů o azyl v EU od roku 2008 do roku 2016.“ | 62 |
| Tabulka č. 11: „Počty žadatelů o azyl v EU v roce 2014.“ | 63 |
| Tabulka č. 12: „Počty žadatelů o azyl v EU v roce 2015.“ | 63 |
| Tabulka č. 13: „Počty žadatelů o azyl v EU v roce 2016.“ | 64 |
| Tabulka č. 14: „Umístění migrace na stranách.“ | 70 |
| Tabulka č. 15: „Problematičnost tématu migrace v letech 2014, 2015 s 2016.“ | 70 |
| Tabulka č. 16: „Četnost umístění mediálních obsahů na prvních stranách.“ | 74 |
| Tabulka č. 17: „Souhrnná tabulka mediálních dat četnosti obsahů, veřejného mínění a počtů azylantů.“ | 83 |

Seznam grafů

| | |
|---|----|
| Graf č. 1: „Srovnání četnosti tématu migrace v denících s výsledky průzkumu veřejného mínění na otázku největšího problému ČR.“ | 67 |
|---|----|

| | |
|--|----|
| Graf č. 2: „Srovnání četnosti tématu migrace v denících s výsledky průzkumu veřejného mínění na otázku největšího problému ČR.“ | 68 |
| Graf č. 3: „Srovnání četnosti tématu migrace zařazených do publicistiky v denících s výsledky průzkumu veřejného mínění na otázku největšího problému ČR.“ | 72 |
| Graf č. 4: „Srovnání četnosti tématu migrace zařazených do publicistiky deníků s výsledky průzkumu veřejného mínění na otázku největšího problému EU.“ | 73 |
| Graf č. 5: „Srovnání četnosti tématu migrace v denících se skutečným počtem podaných žádostí o azyl v ČR.“ | 75 |
| Graf č. 6: „Srovnání četnosti tématu migrace v denících se skutečným počtem podaných žádostí o azyl v EU.“ | 76 |
| Graf č. 7: „Srovnání výsledků průzkumů veřejného mínění se skutečným počtem podaných žádostí o azyl v ČR.“ | 78 |
| Graf č. 8: „Srovnání výsledků průzkumů veřejného mínění se skutečným počtem podaných žádostí o azyl v EU.“ | 79 |
| Graf č. 9: „Srovnání četnosti tématu migrace v denících s četností zpráv o tématu migrace v ČTK.“ | 80 |
| Graf č. 10: „Souhrnný graf mediálních dat četnosti obsahů, veřejného mínění a počtů azylantů.“ | 82 |

SEZNAM PŘÍLOH

| | |
|---|------|
| Příloha A – Dotazník pracovníkům deníků | I |
| Příloha B – Průvodní e-mail určený redakcím deníků..... | III |
| Příloha C – Kódovací list deníku Blesk říjen 2014 | IV |
| Příloha D – Kódovací list deníku Blesk říjen 2015 | V |
| Příloha E – Kódovací list deníku Blesk říjen 2016..... | VI |
| Příloha F – Kódovací list deníku MfDnes říjen 2014..... | VII |
| Příloha G – Kódovací list deníku MfDnes říjen 2015 | VIII |
| Příloha H – Kódovací list deníku MfDnes říjen 2016 | IX |
| Příloha CH – Kódovací list deníku Právo říjen 2014 | X |
| Příloha I – Kódovací list deníku Právo říjen 2015 | XI |
| Příloha J – Kódovací list deníku Právo říjen 2016 | XII |
| Příloha K – Odpověď p. R. Denglera na žádost o účast ve výzkumu | XIII |

Dotazník pracovníkům deníků

Tento dotazník se skládá ze tří skupin otevřených otázek. Na každou skupinu otázek lze odpovídat komplexně jako na jednu otázku, anebo na každou podotázku ze skupiny zvlášť. Nemusíte odpovídat na všechno, podotázky můžete chápat také jako námět k zamyšlení. Třetí skupina otázek se týká Vašeho komentáře k provedenému statistickému šetření, jehož stručné výsledky naleznete na druhé straně tohoto listu. Odpovědi můžete elektronicky vepisovat do dotazníku a tím odsouvat další obsah, výsledný list může být libovolně dlouhý, Vašim odpovědím se meze nekladou. Prosím o následné odeslání výsledného listu jako přílohy na mail michmildub@seznam.cz Pokud byste měli nějaké dotazy, anebo žádali další informace, prosím volejte číslo 725 707 106, anebo napište na mail.

1) První skupina otázek se týká obecně agenda settingu. Váš deník má spolu s dalšími nepochybný vliv na veřejné mínění v ČR. **Jste si tohoto vlivu vědomi, sledujete ho/měříte ho nějak sami? Snažíte se veřejné mínění usměrňovat nabídkou informací, anebo naopak reagujete na poptávku veřejnosti? Usilujete o posílení tohoto vlivu, je pro Vás vliv Vašeho deníku na veřejné mínění prestižní záležitostí?**

...

2) Druhá skupina se týká testovacího tématu – migrační krize, v jehož případě bylo provedeno šetření. Vztahují se tedy zejména ke gatekeepingu. Ze zájmu deníků o migraci lze soudit, že v určitém roce byla tématem zajímavým, v jiném zase téměř neznámým nebo naopak již nezajímavým. Vaše informace pomohou dovysvětlit konkrétní výsledky šetření. **Máte ohledně tématu migrace stanovenou nějakou redakční politiku, případně jakou? Jak určujete, kolik zájmu věnuje Váš deník nějakému tématu (např. migrační krizi)? Je to otázka instinktu šéfredaktora/editorů, nabídky konkurence, nabídky agentur atd., zájmu veřejnosti o nějaké téma? Jak případně poznáte zájem veřejnosti o nějaké téma?**

...

3) **Můžete, prosím, stručně okomentovat výsledky (nejen) Vašeho deníku ve výzkumu? Viz konec dotazníku.**

...

Příjmení a zejména pozice v redakci: ...

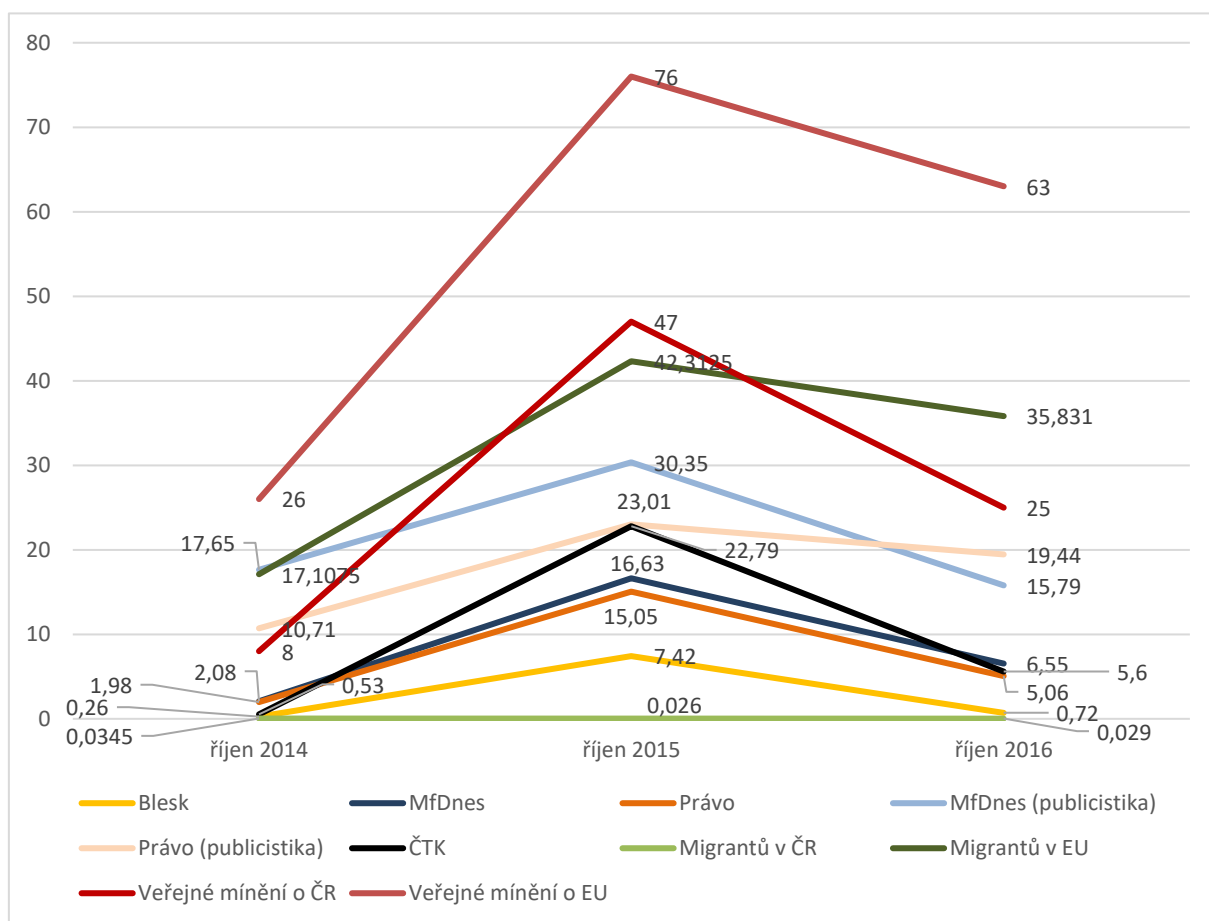
Stručné výsledky šetření

Graf popisuje migrační krizi tak, jak se odrážela v četnosti obsahů deníků Blesk, MfDnes, Právo (a agentury ČTK), veřejného mínění (migrace jako největší problém pro ČR/EU) a skutečných počtů žadatelů o azyl v ČR/EU. Jedná se o data z října let 2014, 2015 a 2016, listopadových průzkumů veřejného mínění z těchto let a údajů o počtech migrantů za třetí kvartál zmíněných let.

Z grafu je zřejmé, že v říjnu roku 2014 projevovaly deníky i ČTK minimální zájem o téma migrace, v roce 2015 zájem o toto téma vrcholil, čemuž odpovídaly vysoké hodnoty obav obyvatelstva. Migraci pak respondenti považovali za hlavní problém i pro ČR, navzdory tomu, že počty azylantů jsou v ČR v porovnání s EU zanedbatelné. V roce 2016 skutečné počty žadatelů příliš neklesly (v ČR byly stabilně mizivé, zatímco v EU klesaly jen velmi mírně), četnost informování o migraci ve třech denících však klesá rychleji, a to u všech tří deníků i ČTK. V reakci na média pak klesají i obavy obyvatelstva z migrace, čímž se definitivně potvrzuje vliv médií, protože veřejné mínění evidentně reaguje na média a nikoliv na reálné počty migrantů v říjnu daných let.

V případě mediálních obsahů a veřejného mínění jsou hodnoty v grafu procentuální, počty migrantů jsou skutečné počty v poměru zkrácené 10 000 (lze tedy porovnávat pouze míru korelace, nikoliv skutečná čísla).

„Souhrnný graf mediálních dat četnosti obsahů, obav veřejného mínění a skutečných počtů migrantů.“



Zdroj: autor práce, 2017 (výsledky srovnání dat)

Příloha B – Průvodní e-mail určený redakcím deníků

Vážená redakce,

Jmenuji se Michal Dubský a rád bych Vás požádal o pomoc se svým výzkumem, respektive o účast v něm. Jsem univerzitním studentem sociální a mediální komunikace a píšu diplomní práci na téma teorie agenda settingu (autor prof. M. McCombs), fakticky zkoumám pomocí kvantitativních metod vliv tří nejvýznamnějších tuzemských deníků (Blesk, MfDnes a Právo + ČTK) na veřejné mínění. Vybral jsem si jedno téma migrační krize coby teoreticky velmi vhodné pro tři analýzy četnosti z měsíce října tří let (2014, 2015, 2016). To jsem porovnával s průzkumy veřejného mínění z téže doby a skutečnými počty migrantů v té době žádajícími o azyl (v ČR i EU). Mám výsledky, které jsou velmi zajímavé, empiricky podložené a docela průkazné. Rád bych položil pár jednoduchých otázek buď nejlépe někomu z vedení redakce, anebo i řadovému členovi redakce zpravodajství, který pracoval na tématu migrační krize.

Stručné výsledky tohoto šetření jsou uvedeny uvnitř dotazníku přiloženého jako příloha tohoto e-mailu. Tyto výsledky naplňují teoretické předpoklady a kopírují výsledky jiných výzkumů podobného založení ze zahraničí. Pokud byste měli zájem o tyto a další data, rád Vám je poskytnu.

Pro doplnění svých výsledků bych rád získal vyjádření nějakého editora/redaktora Vašeho deníku a zároveň odpovědi na tři skupiny otázek k danému tématu. Odpovědi by byly vhodným doplněním a obohacením kvantitativního výzkumu již provedeného. Dotazníkový list je přiložen k mailu. Obsahuje také graf, který shrnuje základní výsledky výzkumu.

Po vyplnění pošlete, prosím, elektronicky vyplněný list dotazníku na e-mailovou adresu: **michmildub@seznam.cz** Pokud byste měli jakékoliv dotazy, můžete odepsat na uvedenou adresu anebo volejte na číslo 725 707 106. Byl bych Vám opravdu vděčný za kladné vyřízení.

S pozdravem Michal Dubský

Příloha C – Kódovací list deníku Blesk říjen 2014

| Blesk říjen 2014 | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------|----|-------|-------------|---------------|----------------|--------|--------------|---|---|-----------------|---|-----|---|
| | | datum | počet zpráv | počet migrace | strana migrace | průměr | žánr migrace | z | p | Problematičnost | - | 0 | + |
| středa | 1 | | 32 | 0 | | | | | | | | | |
| čtvrtek | 2 | | 30 | 0 | | | | | | | | | |
| pátek | 3 | | 37 | 0 | | | | | | | | | |
| sobota | 4 | | 34 | 0 | | | | | | | | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 6 | | 37 | 1 | 3 | 3,00 | z | 1 | 0 | | | 1 | |
| úterý | 7 | | 31 | 1 | 3 | 3,00 | z | 1 | 0 | | | 1 | |
| středa | 8 | | 35 | 0 | | | | | | | | | |
| čtvrtek | 9 | | 28 | 0 | | | | | | | | | |
| pátek | 10 | | 31 | 0 | | | | | | | | | |
| sobota | 11 | | 26 | 0 | | | | | | | | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 13 | | 18 | 0 | | | | | | | | | |
| úterý | 14 | | 26 | 0 | | | | | | | | | |
| středa | 15 | | 21 | 0 | | | | | | | | | |
| čtvrtek | 16 | | 20 | 0 | | | | | | | | | |
| pátek | 17 | | 27 | 0 | | | | | | | | | |
| sobota | 18 | | 25 | 0 | | | | | | | | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 20 | | 25 | 0 | | | | | | | | | |
| úterý | 21 | | 28 | 0 | | | | | | | | | |
| středa | 22 | | 41 | 0 | | | | | | | | | |
| čtvrtek | 23 | | 35 | 0 | | | | | | | | | |
| pátek | 24 | | 38 | 0 | | | | | | | | | |
| sobota | 25 | | 31 | 0 | | | | | | | | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 27 | | 30 | 0 | | | | | | | | | |
| úterý | | | | | | | | | | | | | |
| středa | 29 | | 21 | 0 | | | | | | | | | |
| čtvrtek | 30 | | 30 | 0 | | | | | | | | | |
| pátek | 31 | | 26 | 0 | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | |
| Celkem: 26 vydání | | | 763 | 2 | 0x na první | 3,00 | | 2 | 0 | | 0 | 2 | 0 |
| Procentuálně: | | | 0,262123 | % | | | | | 0 | % | 0 | 100 | |

Příloha D – Kódovací list deníku Blesk říjen 2015

| Blesk říjen 2015 | | | | | | | | | | | | | |
|------------------|-----------|-------------|---------------|----------------|-------------|--------------|---|----|-----------------|---|------|----|-----|
| | datum | počet zpráv | počet migrace | strana migrace | průměr | žánr migrace | z | p | Problematicnost | - | 0 | + | |
| čtvrtek | 1 | 28 | 0 | | | | | | | | | | |
| pátek | 2 | 26 | 2 | 4,4 | 4 | z,z | 2 | | 0,- | 1 | 1 | | |
| sobota | 3 | 31 | 0 | | | | | | | | | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 5 | 13 | 3 | 1,2,3 | 2 | z,z,z | 3 | | -,-,- | 3 | | | |
| úterý | 6 | 17 | 3 | 1,2,20 | | z,z,z | 3 | | 0,0,- | 1 | 2 | | |
| středa | 7 | 20 | 1 | 2 | 2 | z | 1 | | 0 | | 1 | | |
| čtvrtek | 8 | 23 | 2 | 4,4 | 4 | z,z | 2 | | -,- | 2 | | | |
| pátek | 9 | 27 | 1 | 4 | 4 | z | 1 | | - | 1 | | | |
| sobota | 10 | 23 | 1 | 2 | 2 | z | 1 | | - | 1 | | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 12 | 23 | 2 | 4,4 | 4 | z,z | 2 | | -,0 | 1 | 1 | | |
| úterý | 13 | 17 | 3 | 1,3,4 | 2,666667 | z,z,z | 3 | | -,-,- | 3 | | | |
| středa | 14 | 22 | 1 | 5 | 5 | z | 1 | | - | 1 | | | |
| čtvrtek | 15 | 17 | 0 | | | | | | | | | | |
| pátek | 16 | 21 | 1 | 2 | 2 | z | | | + | | | 1 | |
| sobota | 17 | 18 | 4 | 2,3,3,16 | 6 | z,z,z,z | 4 | | -,-,0,- | 3 | 1 | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 19 | 19 | 5 | 2,3,3,24,24 | 11,2 | z,z,z,z,z | 5 | | +,+,+,-,- | 2 | 3 | | |
| úterý | 20 | 20 | 0 | | | | | | | | | | |
| středa | 21 | 21 | 1 | 3 | 3 | z | 1 | | 0 | | 1 | | |
| čtvrtek | 22 | 17 | 1 | 20 | 20 | z | 1 | | - | 1 | | | |
| pátek | 23 | 28 | 4 | 1,2,3,24 | 7,5 | z,z,z,z | 4 | | -,-,-,- | 4 | | | |
| sobota | 24 | 17 | 0 | | | | | | | | | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 26 | 16 | 3 | 2,3,3 | 2,666667 | z,z,z | 3 | | -,-,- | 3 | | | |
| úterý | 27 | 20 | 0 | | | | | | | | | | |
| středa | | | | | | | | | | | | | |
| čtvrtek | 29 | 18 | 1 | 7 | 7 | z | 1 | | - | 1 | | | |
| pátek | 30 | 20 | 0 | | | | | | | | | | |
| sobota | 31 | 17 | 1 | 16 | 16 | z | 1 | | - | 1 | | | |
| Celkem: | 26 vydání | | 539 | 40 | 4x na první | 5,835185 | | 39 | 0 | | 29 | 10 | 1 |
| Procentuálně: | | | 7,42115 | % | | | | | 0 | % | 72,5 | 25 | 2,5 |

Příloha E – Kódovací list deníku Blesk říjen 2016

| Blesk říjen 2016 | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|--------------|----------|----------|-----------------|-----------------|-----------------|----------|--|
| | datum | počet zpráv | počet migrace | strana migrace | průměr | žánr migrace | z | p | Problematicnost | - | 0 | + | |
| sobota | 1 | 11 | 0 | | | | | | | | | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 3 | 15 | 3 | 2,3,3 | 2,666667 | z,z,z | 3 | | -,-,0 | 2 | 1 | | |
| úterý | 4 | 21 | 0 | | | | | | | | | | |
| středa | 5 | 18 | 0 | | | | | | | | | | |
| čtvrtek | 6 | 18 | 0 | | | | | | | | | | |
| pátek | 7 | 13 | 0 | | | | | | | | | | |
| sobota | 8 | 13 | 0 | | | | | | | | | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 10 | 17 | 0 | | | | | | | | | | |
| úterý | 11 | 13 | 0 | | | | | | | | | | |
| středa | 12 | 19 | 0 | | | | | | | | | | |
| čtvrtek | 13 | 16 | 0 | | | | | | | | | | |
| pátek | 14 | 14 | 0 | | | | | | | | | | |
| sobota | 15 | 19 | 0 | | | | | | | | | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 17 | 14 | 0 | | | | | | | | | | |
| úterý | 18 | 18 | 0 | | | | | | | | | | |
| středa | 19 | 17 | 0 | | | | | | | | | | |
| čtvrtek | 20 | 17 | 0 | | | | | | | | | | |
| pátek | 21 | 18 | 0 | | | | | | | | | | |
| sobota | 22 | 18 | 0 | | | | | | | | | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 24 | 17 | 0 | | | | | | | | | | |
| úterý | 25 | 23 | 0 | | | | | | | | | | |
| středa | 26 | 30 | 0 | | | | | | | | | | |
| čtvrtek | 27 | 14 | 0 | | | | | | | | | | |
| pátek | | | | | | | | | | | | | |
| sobota | 29 | 12 | 0 | | | | | | | | | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 31 | 14 | 0 | | | | | | | | | | |
| Celkem: | 25 vydání | 419 | 3 | | 2,6667 | | 3 | 0 | | 2 | 1 | 0 | |
| Procentuálně: | | 0,71599 | % | | | | | 0 | % | 66,66667 | 33,33333 | 0 | |

Příloha F – Kódovací list deníku MfDnes říjen 2014

| MfDnes říjen 2014 | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------|-------|-------------|---------------|----------------|--------|--------------|-------------|----------|------------|----------|----------|----------|--|
| | datum | počet zpráv | počet migrace | strana migrace | průměr | žánr migrace | z | p | problem. - | 0 | + | | |
| středa | 1 | 27 | 0 | | | | | | | | | | |
| čtvrtek | 2 | 31 | 1 | 1,2 | 1,50 | p | | 1 | - | 1 | | | |
| pátek | 3 | 30 | 3 | 1,2,3 | 2,00 | z,z,z | 3 | | -,0,- | 2 | 1 | | |
| sobota | 4 | 42 | 0 | | | | | | | | | | |
| neděle | 5 | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 6 | 29 | 0 | | | | | | | | | | |
| úterý | 7 | 33 | 3 | 2,2,10 | 4,67 | z,z,z | 3 | | 0,+,- | 1 | 1 | 1 | |
| středa | 8 | 36 | 0 | | | | | | | | | | |
| čtvrtek | 9 | 28 | 0 | | | | | | | | | | |
| pátek | 10 | 30 | 1 | 4 | 4,00 | p | | 1 | - | 1 | | | |
| sobota | 11 | 30 | 1 | 4 | 4,00 | z | 1 | | - | 1 | | | |
| neděle | 12 | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 13 | 40 | 0 | | | | | | | | | | |
| úterý | 14 | 30 | 0 | | | | | | | | | | |
| středa | 15 | 29 | 2 | 13,16 | 14,50 | z,p | 1 | 1 | -,- | 2 | | | |
| čtvrtek | 16 | 32 | 1 | 6 | 6,00 | z | 1 | | 0 | | 1 | | |
| pátek | 17 | 30 | 0 | | | | | | | | | | |
| sobota | 18 | 41 | 2 | 1,4 | 2,50 | z,z | 2 | | -,- | 2 | | | |
| neděle | 19 | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 20 | 34 | 0 | | | | | | | | | | |
| úterý | 21 | 35 | 0 | | | | | | | | | | |
| středa | 22 | 30 | 0 | | | | | | | | | | |
| čtvrtek | 23 | 30 | 0 | | | | | | | | | | |
| pátek | 24 | 36 | 1 | 7 | 7,00 | z | 1 | | - | 1 | | | |
| sobota | 25 | 38 | | | | | | | | | | | |
| neděle | 26 | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 27 | 32 | 1 | 10 | 10,00 | z | 1 | | - | 1 | | | |
| úterý | 28 | | | | | | | | | | | | |
| středa | 29 | 30 | 1 | 7 | 7,00 | z | 1 | | + | | | 1 | |
| čtvrtek | 30 | 33 | 0 | | | | | | | | | | |
| Celkem: | 25 | 816 | 17 | | 5,74 | | 14 | 3 | | 12 | 3 | 2 | |
| Procentálně: | | 2,083333333 | % | 3x na první | | | 82,35294118 | 17,64706 | | 70,58824 | 17,64706 | 11,76471 | |
| | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | |

Příloha G – Kódovací list deníku MfDnes říjen 2015

| MfDnes říjen 2015 | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------|-----------|-------------|---------------|-----------------------------|--------|-----------------------|-----|----------|-------------------------|----------|----------|----------|--|
| | datum | počet zpráv | počet migrace | strana migrace | průměr | žánr migrace | z | p | problem. | - | 0 | + | |
| Čtvrtek | 1 | 30 | 4 | 6,8,8,11 | 8,25 | z,z,z,p | 3 | 1 | -,-,0,0 | 2 | 2 | | |
| Pátek | 2 | 28 | 2 | 8,8 | 8,00 | z,z | 2 | | 0,0 | | 2 | | |
| Sobota | 3 | 38 | 7 | 1,3,3,4,8,8,14 | 5,86 | z,z,z,z,z,z,p | 6 | 1 | -,-,-,-,+, | 6 | | 1 | |
| Neděle | 4 | | | | | | | | | | | | |
| Pondělí | 5 | 34 | 8 | 1,1,2,2,3,6,7,10 | 4,00 | z,z,z,z,z,z,p | 7 | 1 | -,-,-,-,+,+,- | 4 | 2 | 2 | |
| Úterý | 6 | 35 | 4 | 4,8,8,8 | 7,00 | z,z,z,z | 4 | | 0,-,-,- | 3 | 1 | | |
| Středa | 7 | 37 | 1 | 10 | 10,00 | p | | 1 | 0 | | 1 | | |
| Čtvrtek | 8 | 37 | 3 | 1,8,8, | 5,67 | z,z,z | 3 | | 0,-,0 | 1 | 2 | | |
| Pátek | 9 | 32 | 9 | 1,1,2,4,8,8,8,9,10 | 5,67 | z,z,z,z,z,z,p,p | 7 | 2 | -,-,-,-,-,+,- | 5 | 2 | 2 | |
| Sobota | 10 | 37 | 8 | 1,1,4,4,7,14,15,15 | 7,63 | z,z,z,p,z,p,p,p | 4 | 4 | -,-,-,-,-,0 | 6 | 2 | | |
| Neděle | 11 | | | | | | | | | | | | |
| Pondělí | 12 | 30 | 3 | 4,7,13 | 8,00 | p,z,p | 1 | 2 | -,-,0,- | 2 | 1 | | |
| Úterý | 13 | 30 | 10 | 1,2,4,5,11,11,11,11,12,13 | 8,10 | z,z,z,z,p,p,p,p,p,p | 4 | 6 | 0,-,0,-,-,-,+,-,+0 | 5 | 3 | 2 | |
| Středa | 14 | 32 | 6 | 1,8,8,11,11,11 | 8,33 | z,z,z,p,p,p | 3 | 3 | 0,-,-,-,-,- | 4 | 1 | 1 | |
| Čtvrtek | 15 | 31 | 6 | 1,4,4,8,11,11 | 6,50 | z,z,p,z,p,p | 3 | 3 | -,-,-,+, | 5 | | 1 | |
| Pátek | 16 | 29 | 3 | 8,8,8 | 8,00 | z,z,z | 3 | | -,-,0,- | 2 | 1 | | |
| Sobota | 17 | 34 | 5 | 1,7,7,7,14 | 7,20 | z,z,z,z,p | 4 | 1 | -,-,-,-, | 5 | | | |
| Neděle | 18 | | | | | | | | | | | | |
| Pondělí | 19 | 27 | 6 | 1,2,6,7,7,13 | 6,00 | z,z,z,z,z,p | 5 | 1 | -,-,-,-,0 | 5 | 1 | | |
| Úterý | 20 | 36 | 10 | 1,2,2,2,4,8,10,10,10,13 | 6,20 | z,z,z,z,z,z,p,p,p,p | 6 | 4 | 0,-,0,-,-,-,0,0,-,- | 6 | 4 | | |
| Středa | 21 | 40 | 11 | 1,2,8,8,8,11,11,11,11,12,13 | 8,73 | z,z,z,z,z,p,p,p,p,p,p | 5 | 6 | +,-,-,-,-,-,0,-,+,-,-,- | 6 | 1 | 4 | |
| Čtvrtek | 22 | 35 | 7 | 1,4,8,10,10,10,13 | 8,00 | z,z,z,p,p,p,p | 3 | 4 | -,-,-,-,-,+,- | 4 | 1 | 2 | |
| Pátek | 23 | 31 | 2 | 2,8 | 5,00 | z,z | 2 | | -,- | 2 | | | |
| Sobota | 24 | 45 | 6 | 2,2,7,7,14,14 | 7,67 | z,z,z,z,p,p | 4 | 2 | -,-,0,-,-,-,- | 4 | 1 | 1 | |
| Neděle | 25 | | | | | | | | | | | | |
| Pondělí | 26 | 28 | 6 | 1,2,2,2,6,7 | 3,33 | z,z,z,z,z,z | 6 | | -,-,-,-,0,-,- | 4 | 1 | 1 | |
| Úterý | 27 | 40 | 7 | 1,2,8,8,8,12,13 | 7,43 | z,z,z,z,z,p,p | 5 | 2 | -,-,-,-,0,0,0 | 3 | 4 | | |
| Středa | 28 | | | | | | | | | | | | |
| Čtvrtek | 29 | 24 | 3 | 1,8,9 | 6,00 | z,z,z | 3 | | -,-,- | 2 | | 1 | |
| Pátek | 30 | 35 | 5 | 1,2,8,8,8 | 5,40 | z,z,z,z,z | 5 | | -,-,-,-, | 5 | | | |
| Sobota | 31 | 37 | 3 | 2,7,7 | 5,33 | z,z,z | 3 | | 0,-,- | 2 | 1 | | |
| Celkem: | vydání 26 | 872 | 145 | | 6,82 | | 101 | 44 | | 93 | 34 | 18 | |
| Procentuálně: | | 16,62844037 | % | | | 20x na první | | 69,65517 | 30,344828 | 64,13793 | 23,44828 | 12,41379 | |

Příloha H – Kódovací list deníku MfDnes říjen 2016

| MfDnes říjen 2016 | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------|-----------|-------------|---------------|------------------|----------|-----------------|-------|-------|-------------------|---|-------|-------|------|
| | datum | počet zpráv | počet migrace | strana migrace | | žánr migrace | z | p | Problem. | - | 0 | + | |
| sobota | 1 | 40 | 4 | 1,6,6,12, | 6,25 | z,z,p,p | 2 | 2 | -,0,-,0 | | 2 | 2 | |
| neděle | 2 | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 3 | 37 | 5 | 1,2,8,8,9 | 5,60 | z,z,z,z,z | 5 | | -,,-,-,-,- | | 5 | | |
| úterý | 4 | 31 | 3 | 6,6,8 | 6,67 | z,z,p | 2 | 1 | -,0,+ | | 1 | 1 | 1 |
| středa | 5 | 35 | 8 | 1,2,3,3,3,3,6,11 | 4,00 | z,z,z,z,z,z,z,p | 7 | 1 | -,,-,0,+0,-,-,-,- | | 5 | 2 | 1 |
| čtvrtek | 6 | 31 | 2 | 6,10 | 8,00 | z,p | 1 | 1 | 0,0 | | | 2 | |
| pátek | 7 | 35 | 4 | 1,6,8,13 | 7,00 | z,z,p,p | 2 | 2 | 0,-,-,- | | 3 | 1 | |
| sobota | 8 | 38 | 3 | 1,6,16 | 7,67 | z,z,p | 2 | 1 | -,,-,+ | | 2 | | 1 |
| neděle | 9 | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 10 | 26 | 0 | | | | | | | | | | |
| úterý | 11 | 30 | 1 | 8 | 8,00 | z | 1 | | - | | 1 | | |
| středa | 12 | 30 | 3 | 1,5,6 | 4,00 | z,z,z | 3 | | -,0,0 | | 1 | 2 | |
| čtvrtek | 13 | 30 | 3 | 8,8,8 | 8,00 | z,z,z | 3 | | 0,0,- | | 1 | 2 | |
| pátek | 14 | 38 | 2 | 6,6, | 6,00 | z,z, | 2 | | -,0 | | 1 | 1 | |
| sobota | 15 | 44 | 1 | 7 | 7,00 | z | 1 | | - | | 1 | | |
| neděle | 16 | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 17 | 37 | 0 | | | | | | | | | | |
| úterý | 18 | 41 | 1 | 8 | 8,00 | z | 1 | | + | | | | 1 |
| středa | 19 | 38 | 3 | 1,6,7 | 4,67 | z,z,z | 3 | | 0,-,0 | | 2 | 1 | |
| čtvrtek | 20 | 32 | 1 | 8 | 8,00 | z | 1 | | 0 | | | 1 | |
| pátek | 21 | 29 | 1 | 7 | 7,00 | z | 1 | | 0 | | | 1 | |
| sobota | 22 | 43 | 2 | 7,7, | 7,00 | z,z | 2 | | -,,- | | 2 | | |
| neděle | 23 | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 24 | 36 | 0 | | | | | | | | | | |
| úterý | 25 | 32 | 2 | 6,7 | 6,50 | z,z | 2 | | -,0 | | 1 | 1 | |
| středa | 26 | 39 | 1 | 6 | 6,00 | z | 1 | | - | | 1 | | |
| čtvrtek | 27 | 31 | 2 | 8,11 | 9,50 | z,p | 1 | 1 | -,,- | | 2 | | |
| pátek | 28 | | | | | | | | | | | | |
| sobota | 29 | 42 | 2 | 7 | 7,00 | z,z | 2 | | -,,- | | 2 | | |
| neděle | 30 | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 31 | 25 | 3 | 1,3,8 | 4,00 | z,z,z | 3 | | 0,0,- | | 1 | 2 | |
| | 25 | | | | | | | | | | | | |
| Celkem: | vydání 25 | 870 | 57 | | 6,63 | | 48 | 9 | | | 34 | 19 | 4 |
| Procentuálně: | | 6,55 | % | | 8x první | | 84,21 | 15,79 | | | 59,65 | 33,33 | 7,02 |

Příloha CH – Kódovací list deníku Právo říjen 2014

| Právo říjen 2014 | | | | | | | | | | | | |
|------------------|-----------|-------------|---------------|----------------|--------|--------------|----------|----------|------------------|----|----------|----------|
| | datum | počet zpráv | počet migrace | strana migrace | průměr | žánr migrace | z | p | Problematicčnost | - | 0 | + |
| středa | 1 | 46 | 0 | | | | | | | | | |
| čtvrtek | 2 | 59 | 2 | 13,15 | 14,00 | z,z | 2 | | -,- | 2 | | |
| pátek | 3 | 64 | 3 | 4,7,14 | 8,33 | z,p,z | 2 | 1 | 0,-,- | 2 | 1 | |
| sobota | 4 | 48 | 3 | 3,10,11 | 8,00 | z,z,z | 3 | | 0,-,- | 2 | 1 | |
| neděle | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 6 | 45 | 2 | 11,12 | 11,50 | z,z | 2 | | -,+ | 1 | | 1 |
| úterý | 7 | 51 | 1 | 12 | 12,00 | z | 1 | | - | 1 | | |
| středa | 8 | 60 | 1 | 5 | 5,00 | z | 1 | | + | | | 1 |
| čtvrtek | 9 | 50 | 2 | 4,11 | 7,50 | z,z | 2 | | 0,0 | | 2 | |
| pátek | 10 | 59 | 1 | 5 | 5,00 | z | 1 | | - | 1 | | |
| sobota | 11 | 70 | 1 | 14 | 14,00 | z | 1 | | - | 1 | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 13 | 56 | 1 | 16 | 16,00 | z | 1 | | - | 1 | | |
| úterý | 14 | 58 | 1 | 9 | 9,00 | z | 1 | | - | 1 | | |
| středa | 15 | 57 | 1 | 13 | 13,00 | z | 1 | | - | 1 | | |
| čtvrtek | 16 | 60 | 2 | 7,16 | 11,50 | p,z | 1 | 1 | -,- | 2 | | |
| pátek | 17 | 47 | 1 | 5 | 5,00 | z | 1 | | - | 1 | | |
| sobota | 18 | 58 | 2 | 15,17 | 16,00 | z,z | 2 | | -,- | 2 | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 20 | 47 | 0 | | | | | | | | | |
| úterý | 21 | 46 | 1 | 5 | 5,00 | z | 1 | | - | 1 | | |
| středa | 22 | 53 | 1 | 4 | 4,00 | z | 1 | | 0 | | 1 | |
| čtvrtek | 23 | 61 | 1 | 14 | 14,00 | z | 1 | | - | 1 | | |
| pátek | 24 | 56 | 1 | 6 | 6,00 | p | | 1 | - | 1 | | |
| sobota | 25 | 56 | 0 | | | | | | | | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 27 | 43 | 0 | | | | | | | | | |
| úterý | | | | | | | | | | | | |
| středa | 29 | 49 | 0 | | | | | | | | | |
| čtvrtek | 30 | 57 | 0 | | | | | | | | | |
| pátek | 31 | 62 | 0 | | | | | | | | | |
| Celkem: | 26 vydání | 1418 | 28 | 0x 1 strana | 9,73 | | 25 | 3 | | 21 | 5 | 2 |
| Procentuálně: | | 1,974612 | % | | | | 89,28571 | 10,71429 | | 75 | 17,85714 | 7,142857 |

Příloha I – Kódovací list deníku Právo říjen 2015

| Právo říjen 2015 | | | | | | | | | | | | | |
|------------------|-------|-------------|---------------|------------------------------|----------|---------------------------|----------|----------|---------------------------|----------|----------|----------|--|
| | datum | počet zpráv | počet migrace | strana migrace | průměr | žánr migrace | z | p | Problematicnost | - | 0 | + | |
| čtvrtek | 1 | 63 | 10 | 1,1,3,6,6,7,8,15,15,17 | 7,9 | z,z,z,z,p,p,z,z,z,z | 8 | 2 | 0,-,-,0,0,-,+0,- | 5 | 4 | 1 | |
| pátek | 2 | 64 | 10 | 1,1,2,2,2,3,6,13,13,13 | 5,6 | z,z,z,z,z,z,p,z,z,z | 9 | 1 | +0,0,0,+0,0,0,-,- | 2 | 6 | 2 | |
| sobota | 3 | 60 | 12 | 1,1,2,2,2,6,6,8,8,9,12,12 | 5,75 | z,z,z,z,z,p,p,p,p,z,z,z | 8 | 4 | -,-,-,0,0,0,0,-,-,-,- | 7 | 5 | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 5 | 47 | | 2,3,6,6,10,10 | 6,166667 | z,z,p,p,z,z | 4 | 2 | -,-,0,-,0,- | 4 | 2 | | |
| úterý | 6 | 65 | 10 | 2,3,4,6,6,6,12,12,12,12 | 7,5 | z,z,z,z,p,p,z,z,z,z | 8 | 2 | +,-,0,0,-,-,-,0,-,0 | 5 | 4 | 1 | |
| středa | 7 | 49 | 11 | 1,3,3,7,7,7,14,14,14,14 | 8,272727 | z,z,z,p,p,p,p,z,z,z,z | 7 | 4 | +,-,0,0,-,0,0,0,-,- | 4 | 6 | 1 | |
| čtvrtek | 8 | 65 | 11 | 4,5,6,17,17,17,17 | 11,85714 | z,p,p,z,z,z,z | 5 | 2 | -,-,0,0,-,+0 | 3 | 3 | 1 | |
| pátek | 9 | 62 | 9 | 1,2,4,6,6,16,16,16,16 | 9,222222 | z,z,z,p,p,z,z,z,z | 7 | 2 | -,-,+0,-,0,-,0,- | 5 | 3 | 1 | |
| sobota | 10 | 55 | 11 | 1,6,8,8,8,9,20,20,20,20,20 | 12,72727 | z,z,p,p,p,p,z,z,z,z,z | 7 | 4 | 0,0,0,0,0,-,-,-,-,-,- | 5 | 6 | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 12 | 44 | 7 | 2,6,6,6,10,11,11 | 7,428571 | z,p,p,p,z,z,z | 4 | 3 | 0,-,0,-,-,0,0 | 3 | 4 | | |
| úterý | 13 | 57 | 10 | 1,2,2,3,6,6,6,7,12,12 | 5,7 | z,z,z,z,p,p,p,p,z,z | 6 | 4 | -,0,-,0,-,-,0,0,0,0 | 4 | 6 | | |
| středa | 14 | 45 | 5 | 3,3,6,16,16 | 8,8 | z,z,p,z,z | 4 | 1 | -,-,-,-,0 | 4 | 1 | | |
| čtvrtek | 15 | 65 | 4 | 7,7,15,15 | 11 | p,p,z,z | 2 | 2 | 0,0,0,- | 1 | 3 | | |
| pátek | 16 | 60 | 6 | 4,4,12,12,12,12 | 9,333333 | z,z,z,z,z,z | 6 | | -,0,0,0,-,0 | 2 | 4 | | |
| sobota | 17 | 52 | 8 | 4,6,16,16,16,16,16,16 | 13,25 | z,p,z,z,z,z,z,z | 7 | 1 | -,+0,0,-,-,+0 | 3 | 3 | 2 | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 19 | 56 | 10 | 1,2,2,11,11,11,11,12,12,12 | 8,5 | z,z,z,z,z,z,z,z,z,z | 10 | | 0,0,-,0,+,-,0,-,0,0 | 3 | 6 | 1 | |
| úterý | 20 | 57 | 8 | 1,3,6,6,16,16,16,16 | 10 | z,z,p,p,z,z,z,z | 6 | 2 | 0,+0,0,0,0,0,- | 1 | 6 | 1 | |
| středa | 21 | 63 | 7 | 1,3,6,15,15,15,15 | 10 | z,z,p,z,z,z,z | 6 | 1 | -,0,-,-,0,0,- | 4 | 3 | | |
| čtvrtek | 22 | 72 | 9 | 5,6,14,14,14,14,14,15 | 12,22222 | z,p,z,z,z,z,z,z,z | 8 | 1 | 0,-,-,-,+0,-,-,- | 6 | 2 | 1 | |
| pátek | 23 | 64 | 9 | 1,3,3,3,3,6,8,12,12 | 9 | z,z,z,z,z,p,z,z,z | 8 | 1 | -,0,-,0,-,-,-,0,- | 6 | 3 | | |
| sobota | 24 | 56 | 13 | 1,1,4,4,7,7,8,9,15,15,15,16 | 9 | z,z,z,z,p,p,z,z,z,z,z,z | 11 | 2 | -,-,-,-,0,-,-,-,-,-,0,0,- | 10 | 3 | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 26 | 59 | 13 | 1,1,2,2,4,6,6,7,7,10,10,11 | 5,692308 | z,z,z,z,z,p,p,p,p,p,z,z,z | 8 | 5 | 0,-,-,0,+0,-,-,+0,0,+,- | 5 | 5 | 3 | |
| úterý | 27 | 46 | 5 | 6,12,13,13,13 | 11,4 | p,z,z,z,z | 4 | 1 | 0,0,-,-,- | 3 | 2 | | |
| středa | | | | | | | | | | | | | |
| čtvrtek | 29 | 56 | 12 | 1,4,6,6,7,7,8,10,10,12,19,19 | 9,083333 | z,z,p,p,z,z,z,z,z,z,z | 10 | 2 | -,-,0,-,0,-,+,-,-,0,0,- | 7 | 4 | 1 | |
| pátek | 30 | 60 | 7 | 1,4,6,12,12,12,12 | 8,428571 | z,z,p,z,z,z,z | 6 | 1 | 0,+0,0,0,-,-,- | 2 | 4 | 1 | |
| sobota | 31 | 60 | 9 | 3,6,7,16,16,16,16,16,18 | 12,66667 | z,p,p,z,z,z,z,z,z | 7 | 2 | -,0,0,-,0,0,0,-,- | 4 | 5 | | |
| celkem 26 vydání | | 1502 | 226 | 20x 1 strana | 9,096194 | | 176 | 52 | | 108 | 103 | 17 | |
| Procentuálně: | | 15,0466 | % | | | | 77,87611 | 23,00885 | | 47,78761 | 45,57522 | 7,522124 | |

Příloha J – Kódovací list deníku Právo říjen 2016

| Právo říjen 2016 | | | | | | | | | | | | | |
|------------------|-----------|-------------|---------------|---------------------|------------|-----------------|---|----------|------------------|---|----------|----------|---------|
| | datum | počet zpráv | počet migrace | strana migrace | průměr | žánr migrace | z | p | Problematicčnost | - | 0 | + | |
| sobota | 1 | 54 | 3 | 6,8,21 | 11,6667 | p,z,z | 2 | 1 | 0,0,0 | | 3 | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 3 | 60 | 8 | 1,2,3,6,6,10,10,10 | 6,0000 | z,z,z,p,p,z,z,z | 6 | 2 | -,-,+,0,0,0,- | 4 | 3 | 1 | |
| úterý | 4 | 57 | 4 | 6,6,18,18 | 12,0000 | p,p,z,z | 2 | 2 | 0,-,-,0 | 2 | 2 | | |
| středa | 5 | 53 | 3 | 1,6,15 | 7,3333 | z,p,z | 2 | 1 | 0,0,0 | | 3 | | |
| čtvrtek | 6 | 59 | 3 | 16,16,16 | 16,0000 | z,z,z | 3 | | -,0,- | 2 | 1 | | |
| pátek | 7 | 56 | | | | | | | | | | | |
| sobota | 8 | 51 | 3 | 5,14,15 | 11,3333 | z,z,z | 3 | | -,-,0 | 2 | 1 | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 10 | 55 | 3 | 6,6,15 | 9,0000 | p,p,z | 1 | 2 | 0,0,- | 1 | 2 | | |
| úterý | 11 | 54 | 3 | 7,12,13 | 10,6667 | p,z,z | 2 | 1 | 0,0,0 | | 3 | | |
| středa | 12 | 54 | 4 | 6,18,18,18 | 15,0000 | p,z,z,z | 3 | 1 | -,-,0,- | 3 | 1 | | |
| čtvrtek | 13 | 54 | 2 | 16,16 | 16,0000 | z,z | 2 | | 0,- | 1 | 1 | | |
| pátek | 14 | 57 | 3 | 6,12,13 | 10,3333 | p,z,z | 2 | 1 | -,-,0 | 2 | 1 | | |
| sobota | 15 | 60 | 3 | 16,18,18 | 17,3333 | z,z,p | 2 | 1 | -,0,0 | 1 | 2 | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 17 | 57 | 3 | 6,10,11 | 9,0000 | z,z,z | 3 | | 0,0,0 | | 3 | | |
| úterý | 18 | 56 | 1 | 12 | 12,0000 | z | 1 | | - | 1 | | | |
| středa | 19 | 64 | 2 | 16,16 | 16,0000 | z,z | 2 | | +0 | | 1 | 1 | |
| čtvrtek | 20 | 53 | 7 | 5,14,14,15,16,16,16 | 13,7143 | z,z,z,z,z,z,z | 7 | | 0,0,-,-,-,-,- | 5 | 2 | | |
| pátek | 21 | 62 | 1 | 12 | 12,0000 | z | 1 | | - | 1 | | | |
| sobota | 22 | 57 | 1 | 17 | 17,0000 | z | 1 | | - | 1 | | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 24 | 46 | 1 | 11 | 11,0000 | z | 1 | | - | 1 | | | |
| úterý | 25 | 54 | 5 | 1,5,6,12,13 | 7,4000 | z,z,p,z,z | 4 | 1 | -,-,0,-,- | 4 | 1 | | |
| středa | 26 | 53 | 2 | 13,15 | 14,0000 | z,z | 2 | | -,- | 2 | | | |
| čtvrtek | 27 | 62 | 5 | 1,7,10,10,10 | 7,6000 | z,p,z,z,z | 4 | 1 | -,,-,-,-,+ | 4 | | 1 | |
| pátek | | | | | | | | | | | | | |
| sobota | 29 | 69 | 1 | 20 | 20,0000 | z | 1 | | - | 1 | | | |
| neděle | | | | | | | | | | | | | |
| pondělí | 31 | 66 | 1 | 11 | 11,0000 | z | 1 | | + | | | 1 | |
| Celkem: | 25 vydání | | 1423 | 72 | 4x1 strana | 12,2242 | | 58 | 14 | | 38 | 30 | 4 |
| Procentuálně: | | 5,059733 | % | | | | | 80,55556 | 19,44444 | | 52,77778 | 41,66667 | 5,55556 |

Příloha K – Odpověď p. R. Denglera na žádost o účast ve výzkumu

Vážený pane kolego,

děkuji Vám za informace a za zájem. Vážím si toho, že jste nejen spočítal články k tématu, ale jistě i přečetl a vyhodnotil. O účast ve Vašem průzkumu však nemám zájem, byl by to trochu incest 😊

Srdečně

Robert Dengler

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Michal Dubský

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: Kombinovaná

Název práce: Agenda setting ve vybraných českých denících

Rok: 2017

Počet stran textu bez příloh: 85

Celkový počet stran příloh: 13

Počet titulů českých použitých zdrojů: 9

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 0

Počet internetových zdrojů: 21

Vedoucí práce: Mgr. Michal Schuster, MBA