

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra žurnalistiky

**Mediální obraz Miloše Zemana
na internetových portálech Novinky.cz
a iDnes.cz v období od začátku prvního kola
prezidentských voleb do konce druhého kola
prezidentských voleb**

**Media image of Miloš Zeman on Internet portals Novinky.cz and
iDnes.cz since the beginning of the first round of the presidential
elections by the end of the second round of presidential elections**

Bakalářská práce

Zuzana NĚMCOVÁ

Vedoucí práce: Karel Páral, Mgr. et Mgr.

Olomouc 2015

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Mediální obraz Miloše Zemana na internetových portálech Novinky.cz a iDnes.cz v období od začátku prvního kola prezidentských voleb do konce druhého kola prezidentských voleb zpracovala sama a uvedla jsem všechny prameny a zdroje, ze kterých jsem čerpala. Práce obsahuje 98 609 znaků.

V Olomouci dne 10. dubna 2015

Zuzana Němcová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala svému vedoucímu práce panu Karlu Páralovi, Mgr. et Mgr., za pomoc, cenné připomínky a laskavé rady při psaní této bakalářské práce. Dále bych chtěla poděkovat své rodině za neutuchající trpělivost a inspiraci.

Abstrakt

Tato bakalářská práce na téma Mediální obraz Miloše Zemana na internetových portálech Novinky.cz a iDnes.cz v období od začátku prvního kola prezidentských voleb do konce druhého kola prezidentských voleb popisuje mediální obraz Miloše Zemana na internetových portálech Novinky.cz a iDnes.cz jako kandidáta na prezidenta.

Práce se zaměřuje na zobrazování osoby Miloše Zemana internetovými portály iDnes.cz a Novinky.cz v období od 11. 1. 2013 do 26. 1. 2013. Práce se v teoretické části zaměřuje na teoretické koncepty, ze kterých vychází výzkum práce. Teoretická část pojednává o sociálních a mediálních konstruktech reality, nastolování agendy a reprezentaci. Část věnovaná metodologii představuje použité metody ve vlastním výzkumu, cíle, otázky a hypotézy práce dále jsou v práci charakterizovány online portály a zaměřujeme se na osobu Miloše Zemana. Výstupem práce je vlastní výzkumná část s prezentací získaných výsledků.

Klíčová slova

Miloš Zeman, agenda setting, konstrukce reality, gatekeeping, mediální obraz, obsahová analýza, novinky.cz, idnes.cz

Abstract

This thesis on Media Image of Miloš Zeman on Internet portals Novinky.cz and iDnes.cz since the beginning of the first round of the presidential elections by the end of the second round of presidential elections describes the media image of Miloš Zeman on Internet portals Novinky.cz and iDnes.cz as candidate for president.

The work focuses on showing people Miloš Zeman Internet portals and iDnes.cz Novinky.cz in the period from 11. 1. 2013 to 26. 1. 2013. Working in the theoretical part focuses on theoretical concepts underlying the research work. The theoretical part deals with the social and media constructs reality, agenda setting and representation. The section devoted to methodology represents ingested methods in their own research, objectives, questions and hypotheses are further explained in this work online portals and focus on the person Miloš Zeman. The outcome of this work is its own research with the presentation of the results obtained.

Key words

Miloš Zeman, construction of reality, agenda-setting, media image, content analysis, novinky.cz, idnes.cz

Obsah

Úvod	8
1 Základní teoretická východiska	12
1.1 Sociální konstrukce reality	12
1.2 Mediální konstrukce reality	14
1.3 Nastolování mediální agendy	15
1.4 Reprezentace	17
2 Metodologie	20
2.1 Kvantitativní obsahová analýza	20
2.2 Cíl práce	21
2.3 Operacionalizace	21
2.4 Analytická jednotka a kategorizace	22
2.5 Výzkumné otázky a hypotézy	22
3 Charakteristiky	25
3.1 Charakteristika zpravodajských serverů	25
3.2 Charakteristika Miloše Zemana	29
3.3 Charakteristika zkoumaného období	31
4 Výzkumná část	33
4.1 Celkový počet analyzovaných jednotek	33
4.2 Hlavní téma článku	34
4.3 Titulování Miloše Zemana	37
4.4 Spojení Miloše Zemana s ostatními osobami	40
4.5 Spojení s politickými stranami	44

4.6	Fotografie Miloše Zemana v článku.....	46
4.7	Pozice Miloše Zemana v článku.....	51
4.8	Řeč.....	53
4.9	Shrnutí	55
	Závěr.....	57
	Seznam literatury.....	60
	Seznam pramenů	62
	Seznam obrázků a grafů	64
	Seznam příloh.....	65
	Přílohy	66

Úvod

Masová média postihují a ovlivňují všechny oblasti lidského života. Velká pozornost médií je upírána také na politickou situaci v České republice. Média komentují veškeré politické dění a snaží se o co nejrychlejší zachycení, popsání a předání informací. V 21. století, kdy je v České republice možné se k internetu připojit z domácnosti nebo pomocí telefonu na jakémkoli místě, se doba mezi zachycením, popsáním a předáním informace zkracuje na minimum. Lidé tak mohou být informováni o událostech téměř souběžně s jejich průběhem. Této možnosti naplno využívají internetové zpravodajské servery, které takto informovaly i o historicky první přímé volbě prezidenta České republiky, která se uskutečnila v lednu 2013. Po vyhlášení výsledků prvního kola prezidentských voleb, při nichž si lidé vybírali z devíti kandidátů¹ na prezidentský úřad, začala mediální kampaň pro druhé kolo voleb, do kterého postoupili dva kandidáti: bývalý předseda vlády Miloš Zeman a ministr zahraničních věcí Karel Schwarzenberg. Přímá volba prezidenta byla v roce 2013 zcela novou zkušeností nejen pro občany, kandidáty, zastupitelskou demokracii, ale také pro média.

Podle Jiráka a Köpplové (2009: 346–349) jsou média hlavním zdrojem poznatků o politicích, kteří usilují o přízeň veřejnosti. Média se politických témat ujímají a zpracovávají je způsobem sobě vlastním, tak aby byla ekonomicky úspěšná. Aktéry politického dění jsou tedy politické organizace, obyvatelé, ale rovněž média.

¹ Kandidáti prvního kola prezidentských voleb: Jana Bobošíková, Jiří Dienstbier, Jan Fischer, Taťana Fischerová, Vladimír Franz, Zuzana Roithová, Karel Schwarzenberg, Přemysl Sobotka, Miloš Zeman (ČSÚ 2013).

Obrázek 1 Schéma politické komunikace

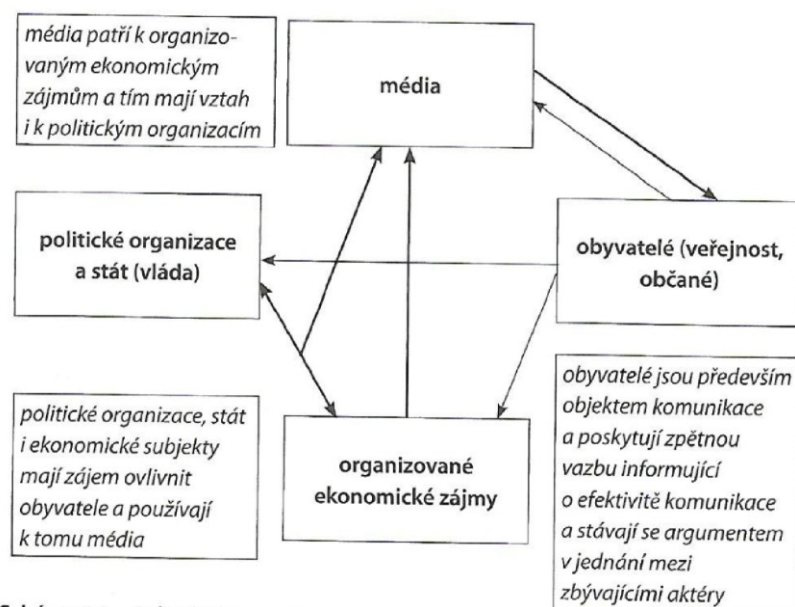


Schéma 1.1. Politická komunikace

Zdroj: Jirák, Köpplová, 2009: 350

Prvním impulzem ke zpracování mediálního obrazu Miloše Zemana při prvních přímých prezidentských volbách byla kniha Jana Herzmana² a Martina Komárka³ s názvem „Proč právě Zeman?“⁴. Autoři v knize popisují a komentují průběh voleb jinak než jejich kolegové, neboť se mohli dostat na místa, kam jiní novináři přístup neměli. Zároveň v knize rozebírají důležité okamžiky voleb, které mohly ovlivnit výsledky první přímé volby prezidenta. Veškeré komentáře, analýzy a glosy autorů se přitom soustředí na dění kolem Miloše Zemana, vítěze voleb. Autoři popisují situace a události od zrodu prezidentských kandidátů přes volební průzkumy a předvolební debaty až po okomentování a zhodnocení konečných výsledků prezidentských voleb.

Stejná otázka, která se objevila v knize Herzmana a Komárka, tedy zda mohla média ovlivnit výsledek prezidentských voleb, bude zkoumána i v této práci. Pokusíme se analyzovat mediální obraz Miloše Zemana prezentovaný na dvou nejnavštěvovanějších internetových zpravodajských serverech Novinky.cz a iDnes.cz.

Na obrázku 2 můžeme vidět změny volebních preferencí dvou kandidátů postupujících do druhého kola voleb, Karla Schwarzenberga a Miloše Zemana. Práce se bude zabývat

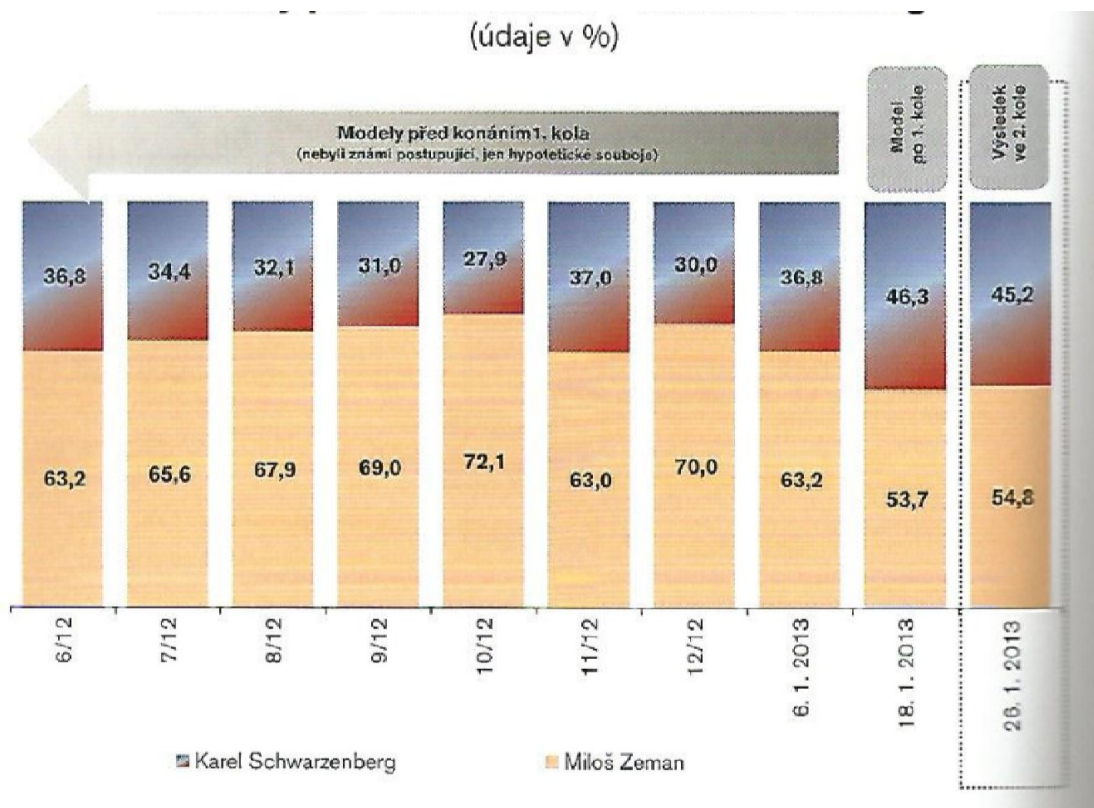
² Pořizovatel volebních průzkumů pro prezidentské kandidáty, se kterými byl ve styku od roku 2012 až do nejvypjatějších chvil v lednu 2013 (Herzmann, Komárek, 2013).

³ Komentátor Mladé fronty DNES. Přímou volbu prezidenta sledoval po celou dobu a analyzoval chování a šance kandidátů (Herzmann, Komárek, 2013).

⁴ „Kniha o dramatu, jehož aktéry jsme byli my všichni. Už jen proto stojí za to si ji přečíst!“ (Herzmann, Komárek, 2013). Takto popsali knihu sami autoři.

mediálním obrazem Miloše Zemana v období od 11. 1. 2013 do 26. 1. 2013. Na obrázku 2 je patrný pokles volebních preferencí Miloše Zemana v tomto období. Práce se proto pokusí zodpovědět otázku, nakolik za tento pokles mohla mediální prezentace Miloše Zemana.

Obrázek 2 Model volebních preferencí pro duel Zeman–Schwarzenberg



Zdroj: Herzmann, Komárek, 2013

Tématem bakalářské práce je komparace mediálních obrazů prezidenta Miloše Zemana v průběhu historicky první přímé volby prezidenta České republiky. Výběr tématu považuji za vhodný, vzhledem ke skutečnosti, že přímá volba prezidenta byla v roce 2013 vůbec první přímou volbou prezidenta u nás. Mediální obraz Miloše Zemana, tak jak byl médií předkládán veřejnosti, mohl do jisté míry ovlivnit výsledek prezidentských voleb. Přímá volba prezidenta totiž přináší zcela novou situaci, kdy jedním z nejdůležitějších a nejvyužívanějších prostředků při získávání hlasů občanů, jsou právě média. Ta mají při přímé volbě hlavy státu v rukou moc ovlivňovat názory občanů tím, že mohou upřednostňovat a zvýhodňovat jednoho či druhého kandidáta skrze svůj mediální prostor. Kandidáti na prezidentský úřad vedou kampaně za použití jakýchkoli sdělovacích prostředků, kterými se snaží získat co největší počet hlasů.

Analytický vzorek práce tvoří články na internetových serverech iDnes.cz a Novinky.cz, ve kterých se vyskytovalo jméno Miloš Zeman ve všech jeho podobách.

Při kvantitativní obsahové analýze budeme analytické jednotky čerpat z mediální databáze Anopress⁵ a dále z archivu jednotlivých serverů. Cílem práce je srovnání výsledných mediálních obrazů Miloše Zemana na jednotlivých serverech.

Bakalářská práce je rozdělena do čtyř částí. První část obsahuje teoretický rámec, který bude tvořit základ pro část analytickou. První kapitola pojednává především o konstruktech reality, které budou tvořit teoretický základ celé práce. V rámci zpracování mediálního obrazu bude část práce věnována způsobům reprezentace a nastolování agendy. Druhá kapitola popisuje metodologii práce, tedy postup, jakým byly naplňovány cíle práce. Třetí kapitola charakterizuje Miloše Zemana, internetové servery a popis zkoumaného období, jež tvoří rámec pro analýzu mediálního obrazu.

Metodologická část představuje kvantitativní obsahovou analýzu, která bude použita při zpracování dat ve výzkumné části. Dále budou v metodologické části určeny hlavní cíle výzkumu, výzkumné otázky a hypotézy, představeny budou analytické jednotky a kategorie, operacionalizace a hlavní výzkumný cíl práce. Poslední částí práce bude samotná analýza mediálního obrazu Miloše Zemana, která objasní, jaký prostor byl Miloši Zemanovi jako kandidátovi na prezidenta na vybraných portálech věnován, jakým způsobem byl Miloš Zeman titulován, zda v analyzovaných článcích vystupoval jako hlavní, jeden z hlavních nebo vedlejší aktér a s jakými jmény a politickými stranami byl nejčastěji spojován, a dále zda byla v článku užita jeho přímá nebo nepřímá řeč. Poslední část je zaměřena na analýzu získaných dat, která by měla objasnit, jak jednotlivé servery zobrazovaly Miloše Zemana v době prezidentských voleb.

⁵ Anopress IT je dodavatelem profesionálního monitoringu médií (Anopress IT, a. s., 2015). Přístup k databázi je možný přes elektronické zdroje knihovny Univerzity Palackého v Olomouci.

1 Základní teoretická východiska

V teoretické části práce se zaměříme na koncepty, z nichž bude vlastní výzkum vycházet. V této kapitole se budeme zabývat sociální a mediální konstrukcí reality, nastolováním agendy, reprezentací a mediálním obrazem.

1.1 Sociální konstrukce reality

Základním konceptem práce je mediální konstrukce reality, která vychází z poznatků sociální konstrukce reality. Konstruováním sociální reality se zabývali američtí autoři Peter Berger a Thomas Luckmann ve své knize *Sociální konstrukce reality*. Ta bude tvořit hlavní zdroj informací pro kapitolu věnovanou sociální konstrukci reality.

V devatenáctém století se z filozofie vydělily jednotlivé sociální vědy a každá z nich si kladla otázku, jak se lidé dobírají poznání skutečnosti. Při tom si každá z věd vybudovala vlastní pojmosloví a definovala východiska, teorie a metody, jak tuto otázku zkoumat (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996: 255). Sociologie se rovněž oddělila od filozofie na začátku devatenáctého století a jednotlivá její odvětví se začala věnovat studiu procesů, při nichž se významy a poznatky vytváří během sociální interakce, a to za užití jazyka. Začal být zkoumán způsob, jak tyto procesy utváří osobní a společenský život člověka (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996: 256).

I pro Bergera a Luckmanna je realita vytvářena sociálně a sociologie musí analyzovat procesy, kterými k tomu dochází (Berger, Luckmann, 1999: 9). Autoři definovali realitu jako nějakou vlastnost, která náleží jevům, jimž přisuzujeme existenci, která je nezávislá na naší vlastní vůli. Vědění je pro ně jistota, že tyto jevy jsou skutečné a jsou nositelem nějakých určitých vlastností (Tamtéž).

Základními pojmy pro sociální konstrukci reality jsou tedy realita a vědění. Obyčejný člověk se většinou nezabývá tím, co je pro něj realita, nebo tím, co ví, do té doby, dokud se neocitne tváří v tvář nějakému problému. To si však sociologie nemůže dovolit, proto byla vytvořena vědecká disciplína s názvem „sociologie vědění“. Pojem „sociologie vědění“ vytvořil Max Scheler ve 20. letech 20. století v Německu. Většího ohlasu se však dočkalo pojetí sociologie vědění teprve od amerického sociologa Karla Menheima. Ten se domnívá, že „*vědění musí být považováno za vědění vždy z určitého úhlu pohledu*“ (Menheim

in Berger, Luckmann, 1999: 10–17). Podle Bergera s Luckmannem (1999: 21) se „*sociologie vědění musí zabývat vším, co je ve společnosti považováno za vědění.*“

Sociální konstrukce reality tvrdí, že vztah mezi člověkem, jakožto tvůrcem sociálního světa, a sociálním světem, jakožto výtvořem člověka, je dialektický. Autoři uvádějí, že „*společnost je výtvořem člověka. Společnost je objektivní realitou. Člověk je výtvořem společnosti*“ (Berger, Luckmann, 1999: 64). Autoři zároveň tvrdí, že svět každodenního života není pouze světem, který by členové společnosti považovali za danou realitu, ale je to také svět, který má původ v myšlenkách a činnostech členů společnosti a který je právě těmito myšlenkami a činnostmi udržován jako reálný (Berger, Luckmann, 1999: 25).

Společnost je v sociální konstrukci reality chápána jako objektivní i subjektivní realita (Berger, Luckmann, 1999: 128). V oblasti chápání společnosti jako objektivní a zároveň subjektivní reality hrají důležitou roli dva zásadní procesy, kterými jsou institucionalizace a legitimizace. Institucionalizace je proces, který vzniká v okamžiku, kdy se jakákoliv lidská činnost, která podléhá habitualizaci, často opakuje. Tím se ustálí vzorec opakované činnosti, který může být napodobován. Habitualizace znamená, že daná činnost může být v budoucnu opakovaná stejným způsobem bez většího úsilí (Berger, Luckmann, 1999: 56). Autoři Berger a Luckmann (1999: 93) popisují proces legitimizace jako „*druhoplánovou objektivaci významu*“. Legitimizace vytváří nové významy, které integrují již utvořené významy v průběhu institucionalizací. Existují čtyři úrovně legitimizace, z nichž první je základem samozřejmého vědění a náleží k ní všechna jednoduchá ponaučení, například typu „*Tak se věci dělají*“, většinou na otázku „*Proč?*“. V druhé úrovni legitimizace nalezneme nejrůznější vysvětlovací schémata, která popisují vztahy mezi soubory objektivních významů. Patří sem například přísloví a morální zásady. „*Třetí úroveň legitimizace sestává z explicitních teorií, kterými je určitá institucionální oblast legitimizována prostřednictvím diferencovaného souboru vědění.*“ Legitimizace třetí úrovně jsou složité a specialisté je předávají prostřednictvím formalizovaných zasvěcovacích postupů (Berger, Luckmann, 1999: 95–96). Čtvrtou úroveň legitimizace tvoří symbolické světy, které jsou chápány jako matrice veškerých společenských objektivovaných a subjektivně reálných významů (Berger, Luckmann, 1999: 96–97).

Společnost je tedy chápána jako dialektický proces složený ze tří složek: externalizace, která je chápána jako existence člověka, jež externalizuje do společenského světa, internalizace, která společenský svět internalizuje jako objektivní realitu, tedy objektivizací (Berger, Luckmann, 1999: 128).

Pro naši práci je důležitý fakt, že prezidentská volba prošla skrze habitualizaci institucionalizací. Volbu prezidenta vnímáme jako realitu, která tady byla, je a bude. Aby byla realita přijata za subjektivní, musí být nejprve legitimizována. Na procesu legitimizace se významnou měrou podílejí média (Žurovcová, 2011: 11).

1.2 Mediální konstrukce reality

Předchozí kapitola o sociální konstrukci reality nás dovedla k poznání, že lidská komunikace je založena na odkazování ke světu, který je v dané společnosti konstruován jako společné pojetí reality (Jirák, Köpplová, 2007: 165). Realita podle Reifové (2004: 107) nepředchází zpravodajské obsahy a ani se v nich neodráží, ale je konstruována až ve chvíli jejího definování. Dokud tedy není skutečnost interpretována, je z hlediska sociální interakce neuchopitelná, a tudíž neexistuje. Masová média jsou jedním z nejmocnějších sociálních aktérů, kteří definují, a tudíž vytváří a konstruují realitu. Média se významnou měrou podílejí na konstrukci reality a jsou schopna definovat společensky platné významy, a nastolováním témat nebo kultivováním postojů ke skutečnosti tak ovlivňovat publikum (Jirák, Köpplová, 2007: 165).

Práce Waltera Lippmanna *Veřejné mínění*⁶ uvádí mnoho příkladů toho, jak málo mají společného skutečné rysy události a představy, kterým lidé věří. Lippmann poukazuje i na skutečnost, jak výklad nějaké události v tisku může radikálně změnit interpretaci skutečné události, kterou pak lidé berou za svou a podle ní upravují své jednání. Představy, které tisk nabízí, jsou často falešné a zavádějící, a tím vytváří v našich hlavách falešné obrazy o vnějším světě (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996: 268). Schulz (in Kunczik, 1995: 125) také hovoří o konstrukci reality masovými médii a tvrdí, že takto vykonstruovaný svět se pro příjemce stává skutečnou realitou. Důvod je ten, že lidé k většině věcí, o kterých jsou zpravováni, nemají přímý přístup. Příkladem může být situace z 6. listopadu 1918, kdy tisk zveřejnil informaci o příměří pět dnů před tím, než k němu skutečně došlo, a lidé se tak radovali na základě vytvoření falešného obrazu reality. Lippmann dochází k závěru, že lidé nejednají na základě skutečnosti, která se děje nebo děla, ale na základě toho, co si myslí, že se děje, podle obrazů, které jim poskytuje tisk (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996: 268).

⁶ S originálním názvem *Public Opinion* byla poprvé publikována v roce 1922 (DeFleur, Ballová-Rokeachová, 1996: 268).

Představy lidí o realitě jsou určovány selektivními kritérii jedné profesní skupiny, a to žurnalisty. Mediální realita je obraz světa, který pro recipienta vznikl na základě kritérií žurnalistického výběru zpráv (Kunczik, 1995: 125).

Naše práce se bude zabývat právě mediálním obrazem reality, který média konstruovala a vytvářela. K výsledku se dostaneme analýzou mediálních obsahů v podobě internetových zpravodajských článků.

1.3 Nastolování mediální agendy

V předešlé kapitole jsme dokázali, že média nabízejí mnoho reprezentací společenské reality. Jedním se způsobů konstruování rámce pro vidění světa je nastolování témat neboli agenda-setting (McQuail, 2002: 393). V současných diskuzích o politice a veřejném mínění je pojem nastolování agendy neboli agenda-setting běžně užívaným slovním spojením (McCombs, 2009: 15). Proto považujeme za důležité vysvětlit tento pojem a zhodnotit, zda byla ovlivněna mediální agenda zpravodajských portálů při prezidentské volbě. Základním důvodem studia agendy-setting je tvrzení, že média mají vliv a moc ovlivňovat své publikum (Škodová ed., 2008: 11).

Teorie agenda-setting tvrdí, že agenda je to, o čem lidé diskutují, o co se zajímají nebo o čem lidé přemýšlejí, a zároveň se domnívá, že to vše je ovlivněno obsahy, které zveřejňují masová média (Larson, 1994 in Škodová ed., 2008: 12–13). Lazarsfeld a kol. hovoří o agendě-setting jako o jevu, který má schopnost „vytvářet témata“ (in McQuail, 2002: 388). Tuto teorii potvrzují i Burton s Jirákem (2001: 239), kteří tvrdí, že samotná média si vybírají, o čem a jakým způsobem budou referovat. Podle Reifové (2004: 107) jim realita zpravodajské hodnoty nepředchází a ani se v nich neodráží, ale je konstruována až v momentě jejího definování.

Teorie agenda-setting zahrnuje mnohé koncepty, které pokrývají vliv masové komunikace na veřejnost. Do nastolování agendy patří gatekeeping, udělování statusu, stereotypizace a budování image (McCombs, 2009: 131). Pro náš výzkum mediálního obrazu jsou všechny tyto koncepty důležité.

Samotnému zveřejnění zprávy nebo jakéhokoli obsahu ve zpravodajství předchází výběr zpráv, které budou veřejnosti prezentovány. Reifová (2004: 70) označuje ty, kteří

rozhodují o výběru témat a událostí, jež budou mediálními obsahy, jako gatekeepery⁷. „Gatekeeper rozhoduje o tom, co projde ‚branou‘ média a co nebude do procesu mediace zařazeno“ (Reifová, 2004: 70). Výzkum procesu výběru mediálního obsahu se soustředil na vlivy, které působí při výběru zpráv. Došlo ke zjištění, že nejvýznamnějšími vlivy jsou rutina, hodnoty a kultura společnosti, které působí na gatekeepery. Je tedy zřejmé, že obsah i zcela odlišných mediálních organizací se formuje podle shodných pravidel, a tím je podobná i prezentace stejné události (McQuail, 2002: 241). Tím, že pracovníci médií, editoři, redaktoři či novináři zprávy třídí a vybírají si rovněž agendu témat, která se dostanou do zorného pole příjemců, vzbuzují dojem, že tato témata jsou v dané době nejdůležitější (Burton, Jirák, 2001: 239–240). Gatekeeper rozhoduje také o událostech, které se stanou veřejnými a které naopak ne. Tím se účastní formování společenských a světonázorových postojů příjemců zpráv. Každé rozhodnutí o zveřejnění nějakého tématu se tak zároveň stává útlakem jiného tématu (Kunczik, 1995: 115).

Udělováním statusu se rozumí růst významnosti osoby, které se dostává zvýšená mediální pozornost. „Tato konceptualizace postavení celebrity představuje případ nastolování agendy prvního stupně, kdy objektem je osoba“ (McCombs, 2009: 131). Agenda prvního stupně je označována jako **agenda objektů** a sleduje významnost jednotlivých objektů v mediální a veřejné agendě (Škodová, ed., 2008: 28). Stereotypizace a budování image jsou příkladem nastolování agendy druhého stupně (McCombs, 2009: 132). Agenda druhého stupně je dána objektem, který je něčím charakterizován, má nějaké vlastnosti, tedy atributy. O nastolování agendy druhého stupně mluvíme tedy jako o **agendě atributů**. Atributy mohou být velmi jednoduché, jako například schopný, levoruký, až po ty komplexnější, které mají komunikátoři a příjemci na mysli, když přemýšlejí o nějakém vybraném objektu. První stupeň nastolování agendy se tedy zabývá procesem významnosti objektů, zatímco druhý stupeň se zabývá způsobem přenášení významnosti atributů z mediální sféry do sféry veřejnosti (Škodová, ed., 2008: 28–29).

Nastolování agendy atributů je spojeno s významným konceptem – rámcováním. Rámcem se v mediální agendě rozumí ústřední organizační myšlenka zpravodajského obsahu, která napovídá, co je tématem, a to především pomocí selekce, zdůraznění, komentování a zamlčování. „Rámcovat znamená vybírat určité aspekty vnímané reality a zvýšit jejich významnost ve sdělovaném textu tak, že se prosazuje určitá definice problému, kauzální

⁷ Doslovný překlad zní „strážci brány“, kteří selektivně vybírají události, které budou zveřejněny. V českém prostředí se vžil anglický název, ale používat se může i český doslovný překlad (McCombs, 2009: 131).

vysvětlení, morální hodnocení či také doporučené řešení popisované záležitosti“ (McCombs, 2009: 132–133). Rámec napomáhá interpretaci světa, přičemž je do značné míry strukturovaný a komplexní. Událost, která není jedinci známá, je zasazena do kontextu a definována, tím je určován její význam (Škodová, ed., 2008: 30). Při budování rámců hrají důležitou roli faktory, kterými jsou například organizační omezení na straně podavatele, profesní postupy novinářů, zásady jejich práce a představy o publiku. Při formování rámců jsou důležité i externí zdroje informací, jakými jsou politici nebo zájmové skupiny (Škodová, ed., 2008: 32–33).

Rámcování i nastolování agendy atributů zaměřují naši pozornost k perspektivám zprostředkovatelů a příjemců zpráv a k tomu, jak jsou témata ve zprávách vykreslována. Mezi oblastmi, v nichž dochází ke sblížení agendy-setting a rámcování za účelem analýzy mediálních účinků, patří také analýza vlivu zpravodajských médií na obrazy kandidátů mezi voliči během prezidentských voleb (McCombs, 2009: 133).

1.4 Reprezentace

Lidé prožívají svět díky znakům a kódům, které jsou nositeli určitých významů a pomáhají lidem vykládat si svět tak, aby byl pro ně pochopitelný. Lidé jsou ale schopni porozumět i významům, které nelze chápat jako výklady skutečnosti. Významy jsou chápány také jako popis světa, v němž žijeme. Takové významy jsou chápány jako samozřejmé a přirozené výklady světa, jsou považovány za jeho reprezentaci. „*Za reprezentaci skutečnosti tedy lze považovat taková mediální sdělení, která ve své konkrétnosti odpovídají mýtům/ideologiím platným v dané společnosti*“ (Jirák, Köpplová, 2007: 140). Funkcí reprezentace je přenesení něčeho minulého nebo přítomného do přítomnosti. V procesu reprezentace reality je současně dodáván realitě nějaký význam. Uchopením skutečnosti je konstruována její určitá verze, která odpovídá tomu, jak daný reprezentační kód parceluje původní celistvé kontinuum skutečnosti. Původní, nedělená, nereprezentovaná skutečnost je nepřístupná a nelze ji ani myslet (Reifová, 2004: 212).

Výraz reprezentace se v souvislosti s mediálními produkty, jejich obsahy a významy používá v několika významech, které shrnul Richard Dyer (in Burton, Jirák, 2001: 186) do čtyř kategorií. Význam reprezentace odkazuje k využití výrazových prostředků, ke zvyklostem, které platí a užívají se při zobrazení, předvádění a zpřítomňování. Reprezentativnost je to, do jaké míry je osoba v mediovaném sdělení zařazována do určité sociální skupiny. Pojem má blízko k pojmu stereotyp, kterému se budeme věnovat níže.

Význam reprezentování je vztažen k institucím, které vytvářejí mediovaný text a ovlivňují tak předvedení dané věci. Na posledním místě v procesu reprezentace stojí publikum a to, co si myslí o předvádění, o tom, co je mu reprezentováno, tedy pochopení reprezentace publikem (Burton, Jiráček, 2001: 186). Reprezentace sociální skutečnosti v mediální komunikaci je zvláštní forma reprezentace obecných soudů v konkrétních výjevech a údajů. Média praktiky reprezentace hojně využívají (Jiráček, Köpplová, 2007: 141).

Stuart Hall uvádí tři teorie reprezentace reality, a to teorii konstrukcionistickou, intencionální a reflexivní. Konstrukcionistická teorie tvrdí, že významy do věcí promítají sami lidé pomocí znakových systémů. Nejstarší reflexivní teorie předpokládá, že významy věcí jsou součástí věcí samých. Jazyk v reflexivní teorii význam neprodukuje, ale pouze odráží. Intencionální teorie vyvrací předchozí teorie a říká, že význam není ani součástí věci samotné ani není dočasně konstruován v závislosti na sémiotických strukturách, ale závisí přímo na intenci mluvčího (Reifová, 2004: 212–213).

Podle Burtona s Jiráčkem (2001: 188–191) existují tři roviny reprezentace lidí a sociálních skupin. První rovinou reprezentace jsou typy, druhou rovinou stereotypy a třetí jsou archetypy.

Kategorie typ se objevuje u Laceyho (in Burton, Jiráček, 2001: 188) například v některých literárních směrech, kde lze na jednotlivé postavy nahlížet jako na typ kupce, typ učitele atp. Typy jako postavy jsou charakteristické tím, co reprezentují, a na rozdíl od stereotypů neexistují v reálném světě a zpravidla se nevyvíjejí v stereotypy.

Některé velmi vyhraněné typy, které jsou zakořeněny v kulturách, se označují jako archetypy⁸. Archetypy představují nejhlubší přesvědčení, představy, hodnoty a předsudky platné v dané kultuře. V archetypech vystupují do popředí nejobecnější rysy, [...] které jsou vykresleny jednoduše a tvoří nejvýraznější složku (Burton, Jiráček, 2001: 190–191).

Zjednodušená reprezentace lidského projevu, postoje nebo rysů se označuje jako **stereotyp**. Vzniká opakováním nějaké reprezentace téhož po dlouhou dobu. Stereotyp se stává nositelem hodnotového soudu, který je sdílen mezi příjemci. Lippmann tvrdí, že stereotypy si lidé vytvářejí k zjednodušeným konstrukcím reality, protože pro člověka je nemožné uchopit komplexní realitu. Rozlišuje tak mezi reálně existujícím světem a pseudosvětlem, tedy subjektivní percepcí člověka (Jiráček, Köpplová, 2007: 145).

⁸ Pojem archetyp je převzat od psychoanalytika C. G. Junga, který ho používá k označení nevědomých prvků v duševním životě člověka, jež mají obecný charakter – jsou společné všem lidem, kde archetypy jsou obrazy spojené s pocity (Burton, Jiráček, 2001: 191).

Walter Lippmann vymezil čtyři funkce stereotypů. První je proces uspořádání, který tvrdí, že stereotypy mají sloužit k uspořádání reality, aby byla snadno pochopitelná. Stereotypy tedy určují, jak rozumíme světu a společnosti. Stereotypy slouží také jako zkratky, které vedou přímo k významu. Příkladem mohou být brýle jako ikona vzdělaných apod. Třetí funkcí stereotypů je odkazování ke světu. Jedním z hlavních zdrojů informací jsou média, proto právě média šíří a posilují stereotypy. Stereotypy jsou výrazem dominantní ideologie.⁹ Poslední, čtvrtou funkcí stereotypů je vyjádření hodnot a postojů. Tím jsou stereotypy nástrojem posilování mocenských vztahů, které ve společnosti dominují (Burton, Jiráček, 2001: 189–190).

„Média organizují příjemcům chápání jednotlivých kategorií lidí a dávají jim nástroje k tomu, aby se uměli rozhodnout, proč určití lidé patří do určitých kategorií.“ Reprezentace je konstruována fyzickým zjevem, [...] věkem, povoláním, rodem, chováním, jednáním. Na konstrukcích reprezentace se samozřejmě výraznou měrou podílejí i použitá média (Burton, Jiráček, 2001: 191–192).

V práci se pokusíme zjistit, zda se vybraná média, servery Novinky.cz a iDnes.cz, podílejí na typizaci, stereotypizaci nebo archetypizaci. Analýza se však bude zabývat pouze mediálními reprezentacemi a obrazem Miloše Zemana, který byl publiku předkládán servery iDnes.cz a Novinky.cz.

⁹ Stereotypy odrážejí soubor ideologických hodnot. Podle Ronalda Barthesa jsou stereotypy mýty (Burton, Jiráček, 2001: 190).

2 Metodologie

2.1 Kvantitativní obsahová analýza

K dosažení stanoveného cíle bakalářské práce bude využita analýza mediálních obsahů. Kvantitativní obsahová analýza je strukturovaný a selektivní proces s vysokou mírou strukturovanosti a tím i vysokým stupněm ověřitelnosti. Výhodou obsahové analýzy je rovněž možnost zpracování velkého množství textů a vyjádření výsledků číselně v tabulkách nebo v grafech. Výsledkem této metody je kvantitativní popis mediovaných obsahů (Schulz et al., 2004: 29).

Průběh kvantitativní analýzy lze rozdělit do několika kroků. Na začátku výzkumného procesu stojí výzkumné téma, které vychází z teorie. Dalším procesem je operacionalizace, při níž analyzujeme médium a vybíráme základní soubor jeho obsahů. Při operacionalizaci musíme nejprve rozhodnout, jaká média budeme rozebírat, poté si rozmyslíme obsahy, které budeme v námi vybraných médiích analyzovat. Následně si stanovíme časové období, které budeme ve vybraném mediálním obsahu sledovat, a nakonec si specifikujeme mediované obsahové jednotky (Schulz et al., 2004: 35).

Důležitým procesem je plánování a organizace, kdy si stanovíme systém proměnných a vytvoříme si kódovací knihu. Následuje zkouška kódovacího procesu, atest reliability měření. Teprve po úspěchu zkoušky přistoupíme ke sběru dat, jejich analýze a interpretaci výzkumu (Reifová, 2004: 22).

Masová média zaujímají ve volebním boji specifickou funkci. Jednak seznamují voliče s kandidáty na funkci prezidenta státu, zároveň zprostředkovávají kandidátům obraz o náladách mezi občany. Média seznamují občany s kandidáty a umožňují jim, aby se pro některého z nich rozhodli. Masová média plní roli zprostředkovatele mezi politikou a občany (Schultz et al., 2004: 32).

Jistým omezením obsahové analýzy je vytrhávání mediální produkce z historického, sociálního, kulturního kontextu. Obsahová analýza zamlčuje normativní představu, že mediální obsah je odrazem reality, který má být věrný, aby v něm bylo možné mimomediální realitu rozpoznat (Jiráček, Köpplová, 2009: 284).

Kvantitativní obsahová analýza se nám, díky možnosti zpracování velkého množství textů, jeví pro plánovaný výzkum jako nejvhodnější. V našem výzkumu jsme využili

i metodologii Klause Krippendorffa, popsanou v knize *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology* (1981). Naším úkolem bude zjistit tematickou agendu vybraných serverů v daném období.

2.2 Cíl práce

Hlavním cílem naší práce bude komparace mediálních obrazů Miloše Zemana na zpravodajských serverech iDnes.cz a Novinky.cz v období prezidentských voleb v roce 2013. Pro naši analýzu jsme vybrali všechny články na serverech iDnes.cz a Novinky.cz publikované v období od 11. 1. 2013 do 26. 1. 2013, tzn. od zahájení prvního kola prezidentských voleb do konce druhého kola prezidentských voleb. Zvolené období by mělo dostatečně pokrýt mediální obraz Miloše Zemana během prezidentských voleb. Jednotlivé výstupy ze zvoleného období zpracujeme kvantitativní obsahovou analýzou, následně provedeme komparaci zjištění z obou serverů a výsledky se pokusíme kvalitativně interpretovat.

2.3 Operacionalizace

V bakalářské práci budeme sledovat pouze soubor témat souvisejících s Milošem Zemanem, rozšířený o zkoumané období, které je ohraničeno začátkem prvního kola prezidentských voleb, tedy od 11. 1. 2013, a koncem druhého kola prezidentských voleb, tedy 26. 1. 2013. Výzkumný vzorek představují všechny články na serverech iDnes.cz a Novinky.cz, ve kterých se vyskytuje jméno Miloš Zeman.

V rámci zkoumaného období se na serveru iDnes.cz vyskytovalo jméno Miloš Zeman ve 180 článcích. Na serveru Novinky.cz se ve stejném období objevilo jméno Miloš Zeman ve 130 článcích. Celkový zkoumaný vzorek čítá 310 zkoumaných jednotek.

Námi vybrané vzorky by měly definovat obraz Miloše Zemana tak, jak byl v průběhu prezidentských voleb v roce 2013 předkládán vybranými servery čtenářům. Po důkladném zvážení byly vybrány všechny rubriky, ve kterých se vyskytuje jméno Miloš Zeman.

Servery iDnes.cz a Novinky.cz byly pro realizovaný výzkum vybrány z toho důvodu, že se jedná o nejnavštěvovanější internetové zpravodajské servery v České republice.

2.4 Analytická jednotka a kategorizace

Výzkumnou jednotkou je článek nebo obrazová informace, která se jakýmkoli způsobem vztahuje k osobě Miloše Zemana. Zkoumání byly podrobeny celé články, odstavce nebo jednotlivé věty, které souvisely s osobou Miloše Zemana a zároveň se nacházely v jednotlivých rubrikách daného serveru. Do analýzy byly zahrnuty všechny jednotky ze všech rubrik zpravodajských serverů, ve kterých se objevilo slovo Miloš Zeman v jakémkoli kontextu. Články byly vybírány z databáze Anopress a vlastního archivu internetových serverů.

Před zařazením vzorku do určité kategorie je nezbytné jej prozkoumat, tedy stanovit tzv. první stupeň kategorizace. Na základě prozkoumaných obsahů jednotlivých článků jsme určili 7 kategorií, které jsme poté rozdělili podle druhého stupně kategorizace do podkategorií:

- A) Hlavní téma článku, podkategorie: a) volby, b) osoba Miloše Zemana, c) osoba Karla Schwarzenberga, d) jiné.
- B) Titulování Miloše Zemana, podkategorie podle expresivity¹⁰: a) neexpresivní (kandidát, bývalý předseda...), b) expresivní (jezevec z Vysočiny...).
- C) Spojení Miloše Zemana s jinými osobami, podkategorie: a) ostatní prezidentští kandidáti, b) rodina, spolupracovníci, příznivci, c) odpůrci, d) ostatní.
- D) Spojení Miloše Zemana s politickými stranami, podkategorie: a) Zemanovci, b) Česká strana sociálně demokratická, c) KSČM¹¹, d) ostatní.
- E) Fotografie Miloše Zemana v článku, podkategorie: a) formální (jako prezidentský kandidát), b) neformální (s rodinou, s cigaretou...).
- F) Pozice Miloše Zemana v článku, podkategorie: a) hlavní aktér, b) jeden z hlavních aktérů, c) vedlejší aktér.
- G) Řeč, přímá řeč a nepřímá řeč.

2.5 Výzkumné otázky a hypotézy

Hlavní výzkumná otázka práce zní: *Jak vybrané internetové servery zobrazovaly Miloše Zemana jako kandidáta na prezidenta České republiky v době prezidentských voleb?*

¹⁰ Většina lexikálních jednotek slouží pouze k základnímu pojmenování reality. Existují však jednotky expresivní, které kromě základního významu mají i volní nebo citový příznak (Jílek, 2005: 23).

¹¹ Komunistická strana Čech a Moravy.

V naší práci jsme formulovali i vedlejší výzkumné otázky, které znějí:

VVO1: *Na jakém serveru se bude Miloš Zeman objevovat častěji a s jakým tématem bude spojován?*

VVO2: *Se kterými osobami a politickými stranami bude Miloš Zeman v článcích nejčastěji spojován?*

VVO3: *Bude osoba Miloše Zemana na vybraných serverech archetypizována nebo stereotypizována?¹²*

Odpovědi na hlavní výzkumnou otázku a vedlejší výzkumné otázky dostaneme po prozkoumání dostatečného vzorku článků pomocí kvantitativní obsahové analýzy a po vyhodnocení získaných dat.

Za účelem dosažení výzkumného cíle bylo formulováno sedm hypotéz. První hypotézu jsme stanovili na četnost výskytu jména Miloše Zemana v článcích na obou serverech. Hypotézu jsme stanovili na základě skutečnosti, že server Novinky.cz je levicověji zaměřen, z důvodu propojení Novinek a deníku Právo, než server iDnes.cz.

H1: *Předpokládáme, že jméno Miloš Zeman se bude častěji vyskytovat na serveru Novinky.cz.*

Druhou hypotézu jsme stanovili na téma článku, ve kterém se bude vyskytovat jméno Miloš Zeman. Naše hypotéza vychází z agendy-setting, tedy z předpokladu, že v daném období vyvodily redakce sledovaných serverů prezidentské volby jako nejzajímavější téma.

H2: *Předpokládáme, že nejčastějším tématem článku budou prezidentské volby.*

Další hypotéza byla stanovena na titulování Miloše Zemana ve vybraných internetových serverech. V procesu sledování titulů udělovaných Miloši Zemanovi se zaměříme na přívlastky a charakteristiky udělované Miloši Zemanovi a zhodnotíme je jako expresivní nebo neutrální.

H3: *Předpokládáme, že Miloš Zeman bude ve většině článků titulován neexpresivně.* Východisko pro naši hypotézu tvoří základní zpravodajské normy.

Čtvrtá hypotéza je stanovena na spojení Miloše Zemana s ostatními osobami v článku. V souvislosti s hypotézou H2, kde předpokládáme, že nejčastějším tématem článku budou

¹² Viz. Oddíl 1.4 Repräsentace

volby, jsme stanovili čtvrtou hypotézu na spojení Miloše Zemana s ostatními kandidáty na prezidentský úřad.

H4: Předpokládáme, že Miloš Zeman bude nejčastěji spojován s ostatními prezidentskými kandidáty.

Pátou hypotézu jsme stanovili na spojení Miloše Zemana s ostatními politickými stranami. Naše hypotéza byla stanovena na základě čestného předsednictví ve Straně práv občanů Zemanovci (SPOZ).

H5: Předpokládáme, že nejčastěji bude Miloš Zeman spojován se stranou SPOZ¹³.

Hypotéza na fotografie v článku je stanovena opět na základě zpravodajských norem.

H6: Předpokládáme, že nejpočetněji budou zastoupeny fotografie zobrazující Miloše Zemana formálně.

Pro stanovení poslední hypotézy jsme vycházeli z teoretického východiska reprezentace, popsaného výše, osoby Miloše Zemana.

H7: Předpokládáme, že osoba Miloše Zemana bude stereotypizována.

¹³ Strana práv občanů Zemanovci.

3 Charakteristiky

3.1 Charakteristika zpravodajských serverů

Zpravodajské servery jsou jednou z nejvyužívanějších služeb na českém internetu. V prostředí českého webu existuje několik rozdílných koncepcí, které zpracovávají internetové zpravodajství (Černý, 2008). Důležité je si nejdříve vymezit základní vlastnosti, které by měla zpráva, ať už je publikována v tištěných, televizních nebo právě internetových médiích, splňovat. Barbora Osvaldová zdůrazňuje jako nejdůležitější vlastnosti zprávy aktuálnost, zajímavost, novost a významnost. K významnosti přitom dodává, že ta je rozdílná pro určitý, různě široký okruh recipientů. Dále je za základní atribut zprávy považována správnost nejen věcná, ale i ta v souvislostech. Fakta, která jsou ve zprávě použita, mohou být přitom zcela nová, pokud se věc udála poprvé, nebo nová relativně, a to v případě, že se o věci mluví opětovně, ale v nových souvislostech (Osvaldová a kolektiv, 2011: 22).

V současné době se hranice mezi tradiční a internetovou žurnalistikou pomalu vytrácí. Žurnalisté se již nespécializují jen na publikování v tradičních médiích, jakými jsou noviny, ale jejich činnost se soustředí také do takzvaně nových médií. Ve zpravodajských redakcích je proto trendem vytváření tzv. **integrovaných newsroomů**, které produkují obsah bez ohledu na to, v jakém médiu bude publikován (Osvaldová a kolektiv, 2011: 104). Stejně zprávy si tak lidé mohou přečíst zdarma na internetu stejně jako v placených tištěných médiích. Obliba internetových zpravodajských serverů proto výrazně roste a převyšuje tak poptávku po tradičním zpravodajství v novinách nebo televizi. Problémem úplného nahrazení tisku internetovým zpravodajstvím je nalezení udržitelného obchodního modelu. Webové zpravodajství má sice výrazně vyšší návštěvnost, než je počet prodaných výtisků novin, případně počet čtenářů, ale výnosy z inzerce jsou oproti novinám minimální (Osvaldová a kolektiv, 2011: 106).

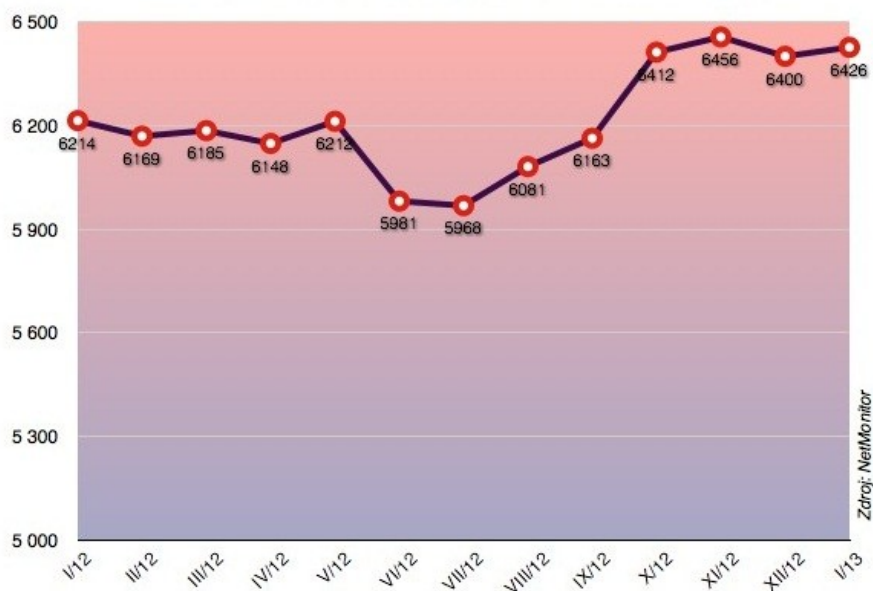
Důvodem, proč lidé pro získávání informací o dění ve světě více využívají internet, může být struktura textu, která je na webu čtenáři předkládána. Jacob Nielsen ve své knize *Designing Web Usability* (in Osvaldová a kol., 2011: 111) navrhl strukturu webového textu tak, aby byl pro čtenáře nejlépe přijatelný. Text by měl obsahovat zvýrazněná klíčová slova, měl by být rozdělen mezititulky a každý odstavec by měl obsahovat jen jednu hlavní myšlenku. Důležitá je výstavba textu na principu „obrácené pyramidy“. Zpravodajský text na webu by měl obsahovat hypertextové odkazy a měl by být tvořen krátkými odstavci

a krátkými větami. Důležitá je délka textu. Ta by měla být kratší než srovnatelný text publikovaný v novinách.

V současnosti lidé na internetu tráví stále více času. Délka času stráveného konzumací informací na internetu se vyrovná době strávené sledováním televizního zpravodajství. Několikrát za den navštíví zpravodajské internetové weby téměř polovina internetové populace. Zprávám v tištěné podobě věnují lidé nejméně času, a to v průměru kolem čtvrt hodiny denně (Wolf, 2008).

Mezi nejnavštěvovanější české internetové zpravodajské weby patří 13 serverů.¹⁴ Návštěvnost zpravodajského webu Novinky.cz je v průměru 3,5 milionu uživatelů za měsíc, zpravodajství iDnes.cz je porovnatelné s Novinkami (Mediaguru, 2014). Z grafu číslo 1 je zřejmé, že oproti prosinci roku 2012 se návštěvnost internetu v lednu, v době prezidentských voleb, mírně zvýšila. V lednu 2013 dosáhly všechny servery, kromě Seznamu.cz, zvýšení návštěvnosti oproti předešlým měsícům. Servery Novinky.cz a iDnes.cz byly na druhém a třetím místě v lednu 2013 v počtu návštěvníků za nejnavštěvovanějším webem Seznam.cz, který navštíví v průměru o 1 500 000 návštěvníků více než Novinky.cz a iDnes.cz.

Graf 1 Návštěvnost internetu, reální uživatelé v tis. z ČR, měsíc



Zdroj: Mediaguru, 2013

¹⁴ Mezi ně patří: iDnes.cz, Aktuálně.cz, Novinky.cz, iHned.cz, Tn.cz, ČT24.cz, Týden.cz, Lidovky.cz, Českénoviny.cz, Zprávy Google, Z1TV, iŽurnál.cz, ČRo Rádio Česko. Nejnavštěvovanější zpravodajství je na webech Novinky.cz a iDnes.cz (Wolf, 2008).

Bakalářská práce se zaměřuje na mediální obraz Miloše Zemana na dvou nejnavštěvovanějších serverech Novinky.cz a iDnes.cz. Při konkretizaci internetových serverů se proto zaměříme na tyto dva weby.

iDnes.cz

Web vlastní mediální skupina Mafra a funguje od roku 1998. Hlavní zpravodajský server najdeme na internetové adrese <http://zpravy.idnes.cz/>. Na domovské straně je zobrazena nejdůležitější zpráva dne, pod ní jsou řazeny další zprávy. V pravé části stránky je umístěn přehled zpráv, které lze řadit buď chronologicky, nebo podle čtenosti.

Server nabízí široké spektrum informací o nejrůznějších tématech. Na serveru dominují zprávy z domova a ze světa, zprávy z oblasti vědy, počítačů a internetu. Další rubriky webu iDnes.cz poskytují informace z oblasti hobby, cestování, financí, ekonomiky, bydlení, zdraví apod. Server iDnes má jednu z nejširších sportovních rubrik na českém internetu a zajímavé jsou také speciály věnované různým aktuálním událostem, jakou je i volba prezidenta republiky. Na webu jsou oblíbené online rozhovory se známými a zajímavými osobnostmi, do kterých se mohou zapojit sami čtenáři. Zajímavě a originálně jsou zpracovány také online sportovní přenosy ve formě textového zpravodajství. Server využívá zajímavé marketingové strategie, například možnost registrovaného uživatele získávat tzv. dukáty za každou zobrazenou stránku. Ty je pak možné vyměňovat za propagační dárky (Černý, 2008). Na tomto serveru jsou generovány další servery, například server Rajče.net, který slouží pro sdílení fotografií, nebo server pro vyhledávání pracovních příležitostí s názvem JobDNES.cz. Zprávy jsou nabízeny i ve formě SMS a MMS zasílaných do mobilních telefonů uživatelů.

Tabulka 1 Deset nejnavštěvovanějších médií českého internetu v lednu 2013

médium	RU měsíc
seznam.cz	5 244 739
novinky.cz	3 682 999
idnes.cz	3 407 012
super.cz	2 881 053
centrum.cz	2 830 285
stream.cz	2 490 314
mapy.cz	2 231 964
heureka.cz	2 121 488
filmy.cz	2 119 137
sport.cz	1 789 114

Zdroj: Mediaguru, 2008

Novinky.cz

Konkurenčním zpravodajským portálem pro iDnes.cz jsou Novinky.cz, které fungují na českém internetovém trhu od roku 1998, podobně jako iDnes.cz. Můžeme je najít na internetové adrese <http://www.novinky.cz/>. Server se zaměřuje především na domácí a zahraniční zpravodajství, ale informuje rovněž o dění v oblasti kultury, sportu a ekonomiky. Na domovské stránce jsou umístěny 4 hlavní zprávy dne a pod nimi, podobně jako u iDnes.cz, nalezneme rubriku s názvem Stalo se, která informuje o nejaktuálnějších zprávách dne. Pod touto rubrikou nalezneme nejdůležitější zprávy z ostatních rubrik.

Úspěch tohoto internetového serveru je dán především spoluprací s nejnavštěvovanějším serverem českého internetu, a to Seznam.cz, a dále spoluprací s deníkem Právo (Černý, 2008). Základem úspěchu tohoto serveru tedy není až tak propracovanost zpravodajství, jako spíše rychlost, stručnost a přehlednost podávaných informací. Podobně jako u konkurenčního serveru iDnes.cz nalezneme i na Novinkách online rozhovory se zajímavými osobnostmi a sportovní přenosy, které se zaměřují především na fotbal a hokej. Jednotlivé články všech rubrik mohou návštěvníci serveru sdílet s ostatními lidmi přes ostatní sociální servery Facebook, MySpace, Google, Jagg a další. Novinky také nabízejí možnost výběru zpráv z jednotlivých rubrik, které budou uživateli posílány dvakrát denně na emailovou adresu. Lidé si mohou zprávy z Novinek prohlížet také ve svém mobilním telefonu a díky spolupráci Novinek.cz s internetovou televizí Stream mohou lidé přes mobilní telefon sledovat online fotbalové zápasy (Ireiová, 2009: 86–87).

3.2 Charakteristika Miloše Zemana

Miloš Zeman se narodil 28. září 1944 v Kolíně. Otec byl poštovní úředník a matka učitelka. Rodiče se brzy po jeho narození rozvedli a Miloš Zeman vyrůstal pouze se svou matkou. Od roku 1950 do roku 1959 navštěvoval devítiletou základní školu v Kolíně, odkud odešel na Střední ekonomickou školu v Kolíně, kterou studoval do roku 1963. Vysoká škola mu pro referát o T. G. Masarykovi byla zakázána. Nastoupil proto do strojíren Tatra Kolín. Roku 1965 mu bylo umožněno dálkové studium na Vysoké škole ekonomické v Praze, kde začal studovat obor národohospodářské plánování. O rok později skončil s prací v Tatře Kolín a přešel na denní studium téhož oboru (Kancelář prezidenta republiky, 2013a).

V roce 1968 začíná jeho politická kariéra vstupem do Komunistické strany Československa. O rok později promoval na vysoké škole s červeným diplomem s diplomovou prací na téma prognostika s názvem Futurologie a budoucnost. Tentýž rok začal vyučovat tento obor na Vysoké škole ekonomické v Praze. Pro nesouhlas se sovětskou okupací a začínající normalizací byl v roce 1970 vyloučen z Komunistické strany Československa. Od tohoto roku byl nezaměstnaný a živil se příležitostnými studiiemi vydávanými pod cizím jménem. Už v roce 1971 nastoupil do tělovýchovného podniku Sportpropag, kde vybudoval oddělení komplexního modelování označované jako „Slušovice výzkumu“. Téhož roku vstoupil do prvního manželství, ze kterého má syna Davida, který v současnosti působí jako lékař. Po sedmi letech se Miloš Zeman rozvedl. V roce 1984 měl opět problémy s Komunistickou stranou Československa. Na pokyn ústředního výboru strany je oddělení komplexního modelování zrušeno za údajný protistranický sborník s názvem „Metodologické problémy společenskovedního výzkumu“. Zeman byl opět propuštěn ze zaměstnání.

Téhož roku ale nastoupil do zemědělského podniku Agrodat, kde se zabýval simulačními modely zemědělských systémů. O dva roky později se stal členem Světové prognostické společnosti (World Futures Research Society). V revolučním roce 1989 byl potřetí propuštěn ze zaměstnání, a to z důvodu publikování článku „Prognostika a přestavba“ v Technickém magazínu. Dne 17. listopadu 1989 se zúčastnil demonstrace na Národní třídě a na přelomu měsíců listopad a prosinec vystoupil na demonstracích na Letné a na besedách v divadlech a na vysokých školách (Kancelář prezidenta republiky, 2013a).

V lednu roku 1990 nastoupil do Prognostického úřadu ČSAV a koncem měsíce byl za Občanské fórum kooptován do Federálního shromáždění. V červnu byl opět zvolen

poslancem Federálního shromáždění za Občanské fórum a zároveň se stal předsedou rozpočtového výboru a členem předsednictva Federálního shromáždění. Ve volbách v roce 1992 a po rozpadu Občanského fóra kandidoval do Federálního shromáždění, kam byl později opět zvolen, už za Českou stranu sociálně demokratickou. V únoru 1993 se stal předsedou této strany a ve funkci vydržel až do roku 2001. Preference strany pod vedením Miloše Zemana rostly. Zatímco v roce 1992 získala ČSSD pouze 7 % voličských hlasů, ve volbách v roce 1996 to bylo už o 20 % více a ve volebním roce 1998 získala strana 32 % hlasů. V roce 2001 Miloš Zeman již nepřijal kandidaturu na předsedu strany s odůvodněním, že už splnil svůj úkol vytvořit z České strany sociálně demokratické nejsilnější stranu v České republice.

V roce 1993 vstoupil do manželství se svou druhou ženou, s níž má dceru Kateřinu. Mezi lety 1996–1998 byl předsedou Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky. Ve své funkci se snažil o rovnoprávnou spolupráci všech politických stran. V roce 1998 byl jmenován předsedou vlády České republiky, která spravovala zemi v době hospodářské krize a poklesu hrubého domácího produktu a reálných mezd. Do čtyř let se vládě podařilo zemi z této krize vyvést, zvýšit jak ekonomický růst, tak i životní úroveň. Zároveň se čtyřnásobil příliv přímých zahraničních investic, klesla inflace z 10 % na 3 %, byla profesionalizována armáda, provedena reforma veřejné správy a privatizován bankovní sektor. V letech 2000–2001 vláda současně snižovala deficit státního rozpočtu, který v roce 2002 činil 46 miliard korun. V roce 2002 odmítnul Miloš Zeman opětovnou kandidaturu na předsedu vlády se zdůvodněním, že splnil svůj úkol, a to vyvést zemi z ekonomické krize.

Na podzim téhož roku členové a příznivci sociální demokracie vyzvali Miloše Zemana ke kandidatuře do funkce prezidenta České republiky. Při volbě prezidenta České republiky v roce 2003 ale proti němu hlasovalo 27 poslanců České strany sociálně demokratické a prezidentem republiky byl zvolen Václav Klaus. Od téhož roku žil Miloš Zeman jako starobní důchodce na Vysočině. V roce 2005 vydal knihu *Jak jsem se mýlil v politice*, která byla, s počtem 135 000 prodaných výtisků, vyhlášena bestsellerem roku. V roce 2006 aktivně podporoval sociální demokracii pod vedením Jiřího Paroubka ve volební kampani, ale zároveň odmítnul nabídku předsedy strany Jiřího Paroubka na kandidaturu na funkci prezidenta republiky s poukazem na zkušenosti se svou kandidaturou v roce 2003. V roce 2007 vystupuje z České strany sociálně demokratické pro nesouhlas s tím, jakým způsobem je strana vedena tehdejším předsedou Jiřím Paroubkem. V roce 2009 Miloš Zeman zakládá

vlastní politickou stranu s názvem Strana práv občanů, na březnovém sjezdu strany v roce 2010 je zvolen jejím předsedou. V květnu 2010 získává strana ve volbách 4,3 % voličských hlasů. Nesplnila tak pětiprocentní hranici, kterou Miloš Zeman sliboval, proto rezignoval na funkci předsedy strany. Na sjezdu strany v listopadu 2010 byl zvolen čestným předsedou Strany práv občanů, kterým je doposud (Kancelář prezidenta republiky, 2013a).

V červnu 2012 získal v petici jako první z kandidátů na funkci prezidenta, voleného přímou volbou, potřebných 50 000 podpisů občanů. Ve druhém kole volby prezidenta České republiky získal Miloš Zeman 54,8 % hlasů, porazil protikandidáta Karla Schwarzenberga a stal se prezidentem České republiky.

Prezident Miloš Zeman zakončil svůj inaugurační projev slovy: *„Bože, dej mi odvahu, abych se snažil ovlivňovat věci, které ovlivnit mohu. Bože, dej mi pokoru, abych se nesnažil ovlivňovat věci, které ovlivnit nemohu. A Bože, dej mi moudrost, abych dokázal rozlišit mezi prvním a druhým“* (Kancelář prezidenta republiky, 2013b).

3.3 Charakteristika zkoumaného období

Předložená bakalářská práce je zaměřena na mediální obraz Miloše Zemana prezentovaný v období od začátku prvního kola prezidentských voleb, to je od 11. 1. 2013, do konce druhého kola dne 26. 1. 2013. I když se mediální obraz utvářel dlouhou dobu před začátkem zkoumaného období, v práci bude sledován pouze obraz prezentovaný v průběhu voleb, tedy v průběhu odevzdávání hlasů voličů. V budoucnosti je možná komparace mediálních obrazů Miloše Zemana od počátku prezidentské kampaně do jejího skončení s mediálním obrazem v průběhu voleb.

V této kapitole bude charakterizováno zkoumané období a doba, která předcházela samotným volbám.

První den účinnosti zákona o přímé volbě prezidenta, dne 1. října 2012, vyhlásil předseda Senátu Milan Štěch první kolo voleb, které bylo stanoveno na 11. a 12. ledna 2013.

Kandidáti na funkci prezidenta museli být navrženi alespoň 10 senátory nebo 20 poslanci nebo museli předložit petici s 50 000 podpisy občanů. Na Ministerstvo vnitra České republiky se dostalo celkem 20 kandidátních listin. Po zamítnutí několika kandidátů pro nesplnění podmínek zbylo 9 uchazečů o prezidentský mandát. Po vylosování volebních čísel pro kandidáty se uskutečnilo několik debat s kandidáty na prezidenta České republiky. Například 8. a 12. prosince uspořádal server iDnes.cz dvě debaty s kandidáty o evropských

hodnotách a 8. ledna odvysílala iDnes.cz debatu všech devíti kandidátů, která se konala v Národní technické knihovně. Debaty zařadily do svého programu i všechny nejsledovanější české televizní stanice. Televize Nova vysílala pořad s názvem „Cesta na Hrad“. Televize Prima odvysílala 4. ledna 2013 prezidentský duel dvou nejpreferovanějších prezidentských kandidátů, Miloše Zemana a Jana Fischera. Jediná veřejnoprávní televize, Česká televize, nabídla „Prezidentské debaty“ z Ostravy, Brna a Prahy, kterých se účastnili vždy tři kandidáti, a poté 10. ledna finální „Prezidentskou superdebatu“ všech kandidátů na prezidentský úřad.

V době před zahájením prvního kola prezidentských voleb se konalo také velké množství mediálních anket. Podle hlasů čtenářů portálu iDnes.cz by v prezidentských volbách zvítězil Vladimír Franz (Wirnitzer, 2012). Na serveru Novinky.cz se hlasování, které bylo ukončeno 7. ledna, podobalo skutečné volbě. Zvítězil zde Miloš Zeman s 39 % hlasů a druhý byl Karel Schwarzenberg s 22 % hlasů (Borgis, a. s., 2013).

První kolo voleb se uskutečnilo 11. a 12. ledna 2013 a účastnilo se ho bezmála 62 % voličů. V prvním kole prezidentských voleb získal největší počet hlasů Miloš Zeman, na druhém místě skončil Karel Schwarzenberg, který získal o téměř 42 000 hlasů méně než Miloš Zeman (ČSÚ, 2013). I přes průzkumy, které označovaly za druhého kandidáta postupujícího do druhého kola voleb Jana Fischera, se o prezidentský úřad s Milošem Zemanem ve druhém kole voleb, konaném 25. 1. 2013 – 26. 1. 2013, utkal Karel Schwarzenberg.

Také před druhým kolem voleb se konalo několik debat s oběma kandidáty. Nejčastěji probíranými tématy v mezidobí prvního a druhého kola prezidentských voleb byly: vztah Karla Schwarzenberga k Benešovým dekretům, nacistická minulost tchána Karla Schwarzenberga, v souvislosti s osobou Miloše Zemana se probíralo téma opoziční smlouvy a podpory Miloše Zemana Václavem Klausem při kandidatuře na prezidenta republiky.

Druhé kolo voleb se konalo 25. 1. 2013 a 26. 1. 2013 a zúčastnilo se ho 59,1 % oprávněných voličů. Se ziskem 54,8 % hlasů se stal prezidentem České republiky Miloš Zeman a nahradil tak v úřadu Václava Klause. Pro Miloše Zemana hlasovalo o téměř půl milionu voličů více než pro druhého kandidáta Karla Schwarzenberga (ČSÚ, 2013).

4 Výzkumná část

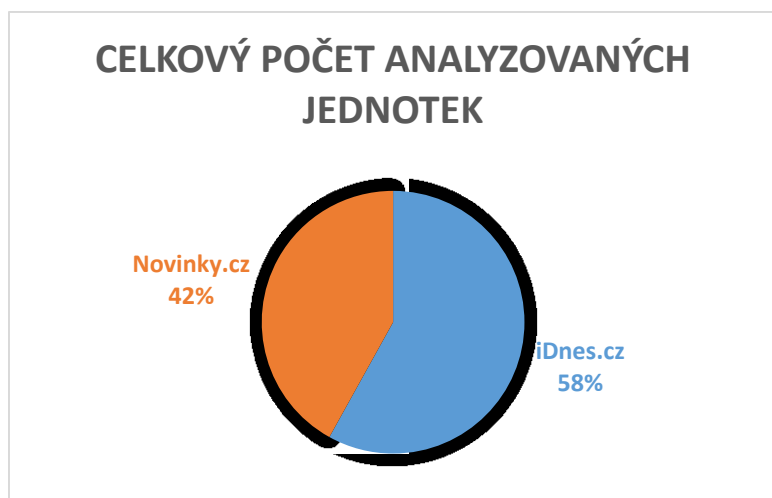
V podkapitolách výzkumné části se budeme věnovat interpretaci dat získaných metodou kvantitativní obsahové analýzy. Části budou řazeny systematicky za sebou tak, jak jsme si v metodologické části určili kategorizací (oddíl 2.1.4). Praktická část práce bude rovněž vycházet z teoretických konceptů, které byly popsány v kapitole 1.

Hlavním cílem práce je komparace mediálních obrazů na internetových zpravodajských serverech Novinky.cz a iDnes.cz ve zvoleném období od 11. 1. 2013 do 26. 1. 2013. Získaná data mezi sebou porovnáme a kvalitativně zhodnotíme a pokusíme se zodpovědět hlavní výzkumnou otázku: *Jak vybrané internetové servery zobrazovaly Miloše Zemana jako kandidáta na prezidenta České republiky v době prezidentských voleb?*

4.1 Celkový počet analyzovaných jednotek

V námi zvoleném období vyšlo na internetových serverech celkem 310 článků, v nichž se vyskytovalo jméno Miloš Zeman. Z celkového počtu 310 analyzovaných jednotek bylo 180 jednotek ze serveru iDnes.cz a 130 jednotek ze serveru Novinky.cz. V části věnované hypotézám byla formulována hypotéza o častějším výskytu jména Miloše Zemana v člancích na serveru Novinky.cz, s ohledem na skutečnost, že se jedná o značně levicovější server. Z následujícího grafu (Graf 2) však vyplývá, že se články užívající spojení Miloš Zeman objevovaly častěji na serveru iDnes.cz. Na serveru iDnes.cz se jméno Miloš Zeman vyskytlo v 50 člancích, tedy více než na serveru Novinky.cz. Daná hypotéza tedy nebyla potvrzena.

Graf 2 Celkový počet analyzovaných jednotek



Zdroj: vlastní zpracování

4.2 Hlavní téma článku

Kategorii hlavní téma článku jsme rozdělili do podkategorií volby, osoba Miloše Zemana, osoba Karla Schwarzenberga a jiné. Často se v jednom článku vyskytly všechny tři kategorie, zakódována však byla ta, která v článku dominovala.

Hlavním tématem článků, ve kterých se objevilo jméno Miloš Zeman, byly na obou serverech prezidentské volby. Tuto skutečnost rovněž předpokládala hypotéza H2 formulovaná v úvodu práce.

Na serveru iDnes.cz byly volby hlavním tématem, které se vyskytovalo ve spojitosti s Milošem Zemanem. Volby jakožto hlavní téma se vyskytovaly u 136 jednotek ze 180 analyzovaných článků. Mediální agenda, ve které se objevilo jméno Miloš Zeman, byla pokryta volbami ze 75 %. Nejčastěji se vyskytovaly články, které zjišťovaly, koho budou volit veřejně známé osobnosti. Takto zaměřené články představovaly 8 % článků, které se týkaly voleb. Často se vyskytovaly články věnující se kurzům a sázení na výsledky voleb. Ty představovaly 6 % z celkových 136 článků zabývajících se volbami. Příkladem takového článku může být příspěvek ze dne 13. 1. 2013 převzatý z ČTK¹⁵ s titulkem *Podle bookmakerů by se měl novým prezidentem stát Schwarzenberg*, kde se bookmakeři vyjadřují o Miloši Zemanovi jako o favoritovi prvního kola voleb, ale prezidentem, a tedy vítězem druhého kola prezidentských voleb se podle nich stane Karel Schwarzenberg.

Zbýlých 44 článků se z 50 %, tedy v 22 případech, věnovalo osobě Miloše Zemana. Především představení jeho osoby, názorů, postojů a minulosti. Příkladem článku spadajícího do kategorie, kde je hlavním tématem osoba Miloše Zemana, může být článek ze dne 14. 1. 2013 s titulkem *Zeman vrátil dar od Mrázkova přítele. Souzený podnikatel mu dal pět tisíc*, v němž autor Tomáš Syrovátka popisuje nepřijetí peněžního daru Milošem Zemanem od Voka Wipperna, blízkého přítele Františka Mrázka. V článku autor popisuje napojení Miloše Zemana na Miroslava Šloufa, který se stýkal s Františkem Mrázkem.

Miloš Zeman byl zmiňován také v člancích, které představovaly nebo se vztahovaly k osobě jeho protikandidáta Karla Schwarzenberga. Z celkového počtu 180 takovýchto článků se jméno Miloš Zeman, nebo jeho různé podoby, vyskytovalo v 10 člancích, což představuje 5,6 % z celkového počtu článků. Ve zbylých 12 člancích, ve kterých se objevil Miloš Zeman, bylo hlavní téma jiné. Například v článku ze dne 26. 1. 2013 byly hlavním tématem předčasné

¹⁵ Česká tisková kancelář, která je zřízena státem jako veřejnoprávní instituce. Poskytuje všestranné a objektivní informace a není financována státem ani z koncesionářských poplatků (ČTK, 2015).

volby a autoři Jan Vaca a Markéta Březinová vystavěli článek na názorech Miloše Zemana na nutnost předčasných voleb. Tentýž den informoval Martin Polívka o častých návštěvách prezidentů v plzeňské Škodovce. V článku *Masaryk rozhodl o Škodovce. Havel v Plzni slavil osvobození, podívejte se*, byl Miloš Zeman zmíněn jen jako možný další návštěvník Plzně coby budoucí prezident.

Server Novinky.cz se volebnímu tématu věnoval z celkových 130 článků spojených s Milošem Zemanem v 95 člancích, což činí 73 %, tedy procentuálně podobně jako server iDnes.cz se 75 %. V této kategorii se často vyskytovaly články o předvolebních debatách. Celkem se jim věnovalo 11 článků, tedy 11 % veškerých článků spadajících pod volební témata. Například článek *Debata všech kandidátů přitáhla k obrazovkám nejvíce diváků* ze dne 11. 1. 2013 rozebírá debatu České televize, které se účastnili všichni kandidáti prvního kola voleb. Miloš Zeman je v tomto článku zmíněn jako jeden z dvojice účastníků předvolební debaty na dvou komerčních televizích a poté v souvislosti s jeho dominancí v těchto duelech oproti defenzivě v duelu na České televizi.

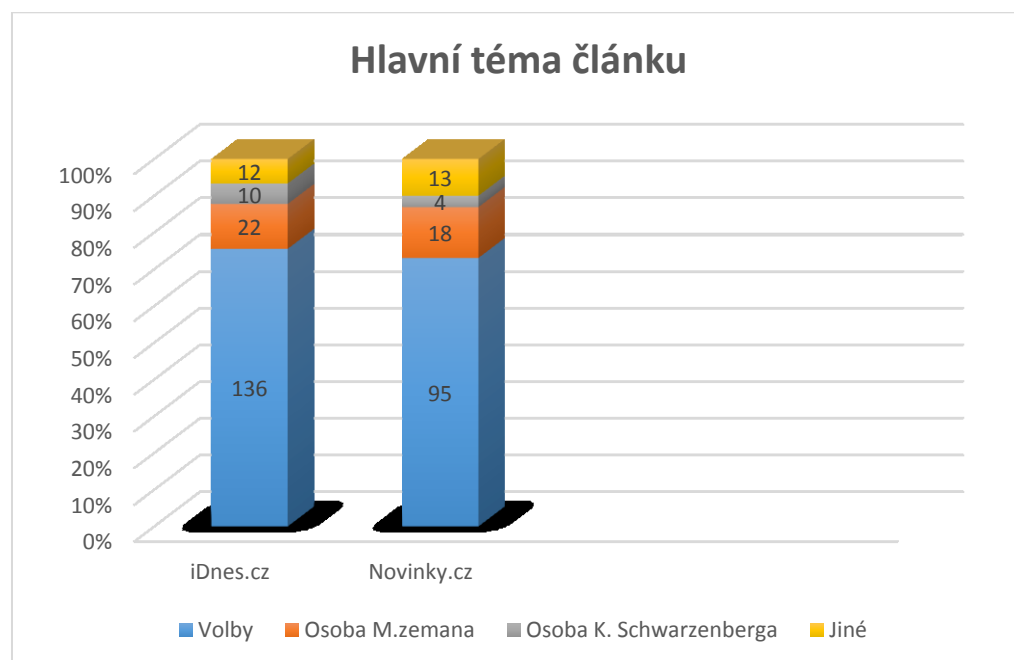
Ještě více se objevovaly články mapující, koho budou volit veřejně známé osoby, podobně jako u serveru iDnes.cz. Na Novinkách však toto téma bylo zastoupeno 17 články, procentuálně 18 %, oproti serveru iDnes, který o tomto tématu zveřejnil 11 článků, tedy 8 % článků věnovaných volebnímu tématu. Zmínit můžeme článek ze dne 15. 1. 2013 s titulkem *Podporovatelé Miloše Zemana*, nebo článek vydaný 17. 1. 2013 *Zeman, nebo Schwarzenberg? Koho budou volit osobnosti?* V obou zmíněných případech vyjadřovaly známé osobnosti sympatie Miloši Zemanovi nebo Karlu Schwarzenbergovi a zároveň svou volbu kandidáta na prezidenta zdůvodnily. Zastoupeny byly i články, které informovaly o sledování českých prezidentských voleb zahraničními novinami. Tomuto tématu věnovaly Novinky 9 článků. Zmínit můžeme článek vydaný dne 19. 1. 2013 s titulkem *Německý a rakouský tisk oceňuje Schwarzenbergovu upřímnost k odsunu*, kde se Miloš Zeman objevuje jen jako názorový oponent Karla Schwarzenberga v otázce Benešových dekretů. I u serveru Novinky.cz se objevuje téma sázení a kurzů na jednotlivé kandidáty, ale pouze ve dvou případech. Prvním je článek *Sázkaři věří více Zemanovi, jeden na něj vsadil milion korun*, ze dne 22. 1. 2013, který mapuje sázkové kurzy obou kandidátů u největších sázkových kanceláří.

U zbylých 35 článků nejsou hlavním tématem volby. Z 51 % se články vztahují k osobě Miloše Zemana. Příkladem mohou být články z 13. 1. 2013 s titulky: *Zeman by jako prezident mohl rozkládat ČSSD, míní politologové*, a *Zeman ignoruje slovenské novináře*,

naštválo ho srovnání s Mečiarem. V obou případech se články věnují osobě Miloše Zemana. V prvním článku hodnotí politologové současný vztah Zemana ke straně ČSSD¹⁶, v druhém je rozebírán vztah Zemana ke slovenskému tisku. Miloš Zeman se objevuje i v článcích vztahujících se k osobě Karla Schwarzenberga. Ty jsme zaznamenali 4, což představuje 3 % ze všech 130 článků.¹⁷ Jako příklad můžeme uvést článek publikovaný 20. 1. 2013 s titulkem *Zeman s Klausem tvoří mocenskou skupinu, tvrdí Schwarzenberg*, který se týká názorů Karla Schwarzenberga na vztahy Miloše Zemana s Václavem Klausem. Zbýlých 13 článků se netýká voleb ani osoby Miloše Zemana nebo Karla Schwarzenberga. Uvést můžeme článek z 21. 1. 2013 *Levice by měla 120 poslanců, Schwarzenbergově TOP 09 pomohly volby*, ve kterém se redakce Novinek zabývá předvolebními preferencemi jednotlivých politických stran pro volby do poslanecké sněmovny. Miloš Zeman je jmenován v souvislosti se SPOZ¹⁸ jako její čestný předseda.

Z následujícího grafu (Graf 3) je patrné, že tematická agenda obou serverů byla totožná. V kapitole 2.5 Výzkumné otázky a hypotézy byla stanovena hypotéza H2: *Předpokládáme, že nejčastějším tématem článku budou prezidentské volby*. Tato hypotéza byla potvrzena.

Graf 3 Hlavní téma článku



Zdroj: vlastní zpracování

¹⁶ Česká strana sociálně demokratická.

¹⁷ Server iDnes.cz na tom byl s 5,6 % podobně jako Novinky.cz.

¹⁸ Strana práv občanů Zemanovci.

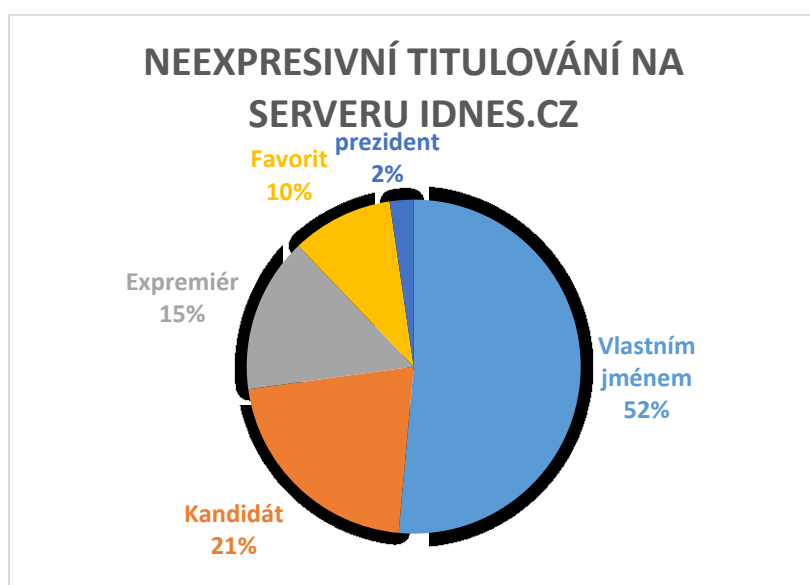
4.3 Titulování Miloše Zemana

Na serveru iDnes.cz, podobně jako u Novinek.cz, převažovalo neexpresivní titulování Miloše Zemana. Ze 180 analytických jednotek serveru iDnes.cz byl Miloš Zeman expresivně titulován v 7 případech, což činí necelá 4 %. Ve dvou případech byl expresivně označen jako levicový populist. Adam Hájek ve svém článku z 18. 1. 2013 *O Hrad bojuje Karel Havel s Milošem Klausem, píše The Economist*, cituje britský časopis „*Levicový populist Zeman dominoval na Moravě na východě země a v severních Čechách.*“ Druhé označení Miloše Zemana za levicového populistu se objevilo v článku ze dne 22. 1. 2013, ve kterém je toto označení opět zahrnuto v citaci z britského ekonomického listu Financial Times. Ten se o Miloši Zemanovi vyjadřuje jako o levicovém populistovi, kterému čelí člen středopravé vlády Karel Schwarzenberg. Přestože se obě tato expresivní označení vyskytla na serveru iDnes.cz jako citace z jiných zdrojů, zařadili jsme tato označení do naší analýzy z důvodů, které jsme popsali v podkapitole 1.3 o gatekeeperech. Martin Komárek ve svém komentáři *Jaký bude Zeman na Hradě? Sprosták, nebo poeta?* hledá důvody výhry Miloše Zemana v prezidentských volbách. Jako jeden z nich pak uvádí možnost, že prezidentem se stal Miloš Zeman proto, že se představil jako silný vůdce putinovského typu. V jiném článku s titulkem *Zeman si možná bude muset zvykat na ochranu, Schwarzenberg už ji má*, autor Mikuláš Klang použil označení důchodce z Vysočiny. Hana Válková ve svém článku ze dne 17. 1. 2013 popsala způsob vyjadřování Miloše Zemana v prezidentském duelu slovy „*pichlavější Zeman*“. Podobným označením tituluje Miloše Zemana Jan Wirnitzer ve svém článku o finančních prostředcích každého kandidáta vynaložených na prezidentskou kampaň, kde označuje Miloše Zemana za „*svébytný případ*“. Poslední expresivní titulování se objevilo v článku *Tři hlavní pro a tři proti, podrobné profily. Vyberte si, koho zvolit*. V tomto článku označil server iDnes Miloše Zemana za „*symbol oposmlouvy*“, což uvedl rovněž jako jeden z důvodů, proč Miloše Zemana nevolit.

Ve zbylých 173 člancích, tedy v 96 %, byl Miloš Zeman titulován neexpresivně. V 89 člancích byl označen svým jménem. Druhým nejčetnějším titulováním Miloše Zemana, které se objevovalo v člancích serveru iDnes.cz, bylo označení *kandidát na prezidenta*, a to ve 37 případech. Příkladem může být článek Petry Petříkové z 12. 1. 2013 o netradiční formě podpory prezidentského kandidáta Karla Schwarzenberga, ve kterém Petříková uvádí, že kdo odevzdal na pokladně obchodu Second Help volební lístek s kandidáty Milošem Zemanem a Janem Fischerem, tomu byla poskytnuta sleva. U 15 % článků, ve kterých se objevilo

neexpresivní označení, byl Miloš Zeman titulován jako *expremiér*. Takto jej označila Hana Válková v článku *ČSSD nepřímo podpořila Zemana do druhého kola volby* i Josef Kopecký ve svém článku o názoru Václava Klause na výsledky prvního kola voleb. Často byl Miloš Zeman označován redaktory iDnes.cz za favorita voleb. Celkem byl takto označen v 17 případech. Dvakrát se toto označení objevilo v článku *Zeman, nebo kníže? Volby strhly sázkaře. Ve hře jsou i statisíce korun*, publikovaném 26. 1. 2013, tedy poslední den konání voleb. V článcích posledního dne sledovaného období byl Miloš Zeman ve čtyřech případech titulován už jako prezident. Ve dvou článcích za sebou, ze dne 26. 1. 2013, ho jako nově zvoleného prezidenta označili Hana Válková i Jan Vaca.

Graf 4 Neexpresivní titulování Miloše Zemana na serveru iDnes.cz



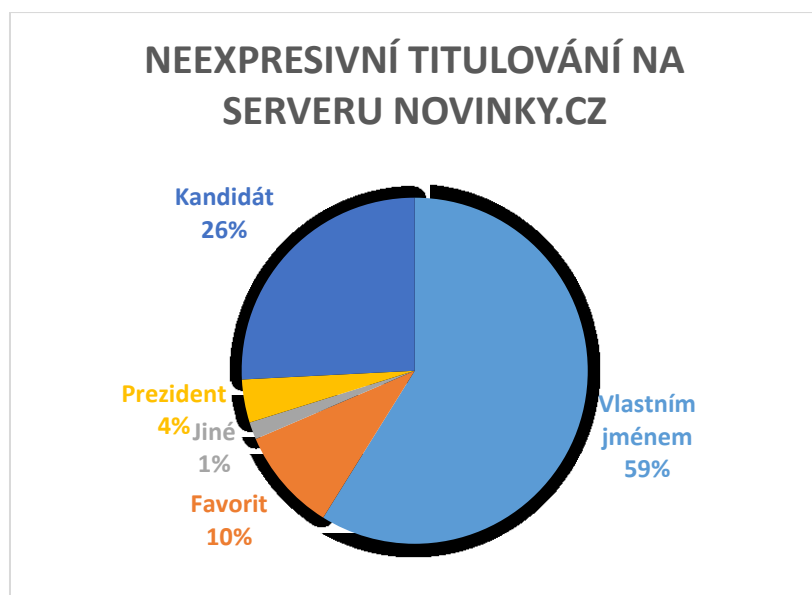
Zdroj: vlastní zpracování

U serveru Novinky.cz bylo zastoupení expresivního titulování Miloše Zemana podobné jako u serveru iDnes.cz. Ze 130 analyzovaných článků se expresivní označení objevilo v 6 případech, což činí necelých 5 % ze všech nalezených titulů Miloše Zemana, zbylých 95 % titulů bylo neexpresivních. Jako expresivní titulování jsme zakódovali například titulování Ivana Vilčeka, který se o Zemanovi vyjádřil jako o „*těžké váze, která nemá vítězství ve volbách jisté*“. V článku *Euroskepse na Pražském hradě končí, všímají si evropské noviny*, byl Zeman označen za eurofederalistu. Podobně jako u serveru iDnes.cz se i na serveru Novinky.cz objevilo expresivní označení v článku, který citoval britský týdeník *The Economist*, jenž označil Miloše Zemana za populistu „*tíhnoucího k levici*“. Stejně označení se Miloši Zemanovi dostalo v článku ze dne 22. 1. 2013 *Aristokrat s motýlkem oslovil městskou mládež, je z jiného světa*, ve kterém označení Miloše Zemana

za levicového populistu bylo také použito v rámci citace z britského listu The Financial Times. Oba případy jsme ze stejného důvodu jako u serveru iDnes.cz zakódovali a zahrnuli je do naší analýzy. Expresivní titulování jsme zakódovali i z titulku článku Jiřího Ovčáčka, ze dne 22. 1. 2013, s titulkem „*Grilovaný*“ Zeman představil tři zásady politické kultury. Poslední případ expresivního titulování Miloše Zemana se objevil také v titulku článku *Levicový prezident, nebo prezident všech, ujasňovali si kandidáti*, zveřejněného 23. 1. 2013.

Ve 124 analytických jednotkách bylo titulování Miloše Zemana neexpresivní. Nejvíce se v člancích, stejně jako u iDnes, vyskytovalo jen jméno Miloše Zemana, a to v 73 člancích. Více než čtvrtinu neexpresivního titulování tvořilo označení Miloše Zemana jako *kandidáta* nebo *protikandidáta* na prezidentský úřad. Například článek Ivana Vilčeka informuje o tom, že si oba kandidáti slíbili, že v kampani nebudou používat urážky. V článku *Sázkaři věří více Zemanovi, jeden na něj vsadil milion korun*, je Zeman označován za *favorita* voleb. Takto byl Miloš Zeman titulován ještě v dalších 11 člancích. Již jako prezident nebo hlava státu byl titulován v 5 případech. Příkladem může být článek z 26. 1. 2013, ve kterém Novinky informují, že „*příští prezident Miloš Zeman*“ bude chtít zjistit, kdo připravil amnestii.

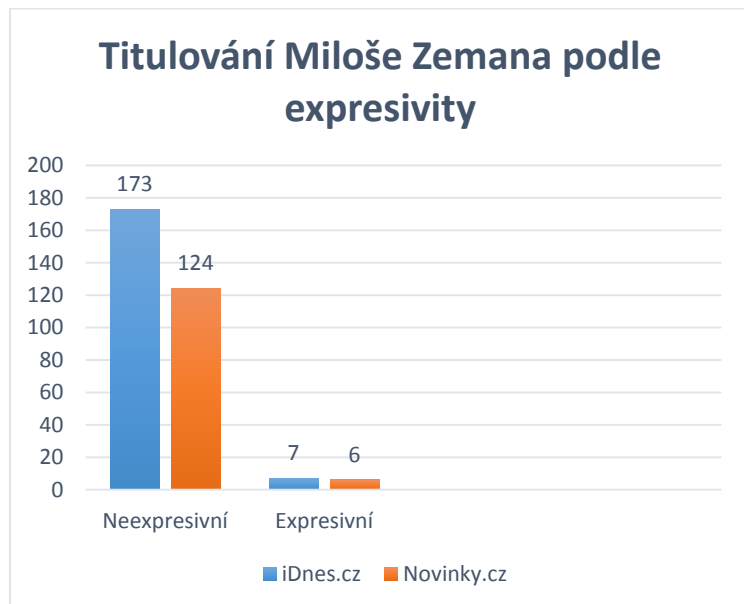
Graf 5 Neexpresivní titulování Miloše Zemana na serveru Novinky.cz



Zdroj: vlastní zpracování

V kapitole 2.5 byla stanovena hypotéza H3: *Předpokládáme, že Miloš Zeman bude ve většině článků titulován neexpresivně.* Základem pro naši hypotézu jsou základní zpravodajské normy. Jak je možné vidět v grafu 6, tato hypotéza byla potvrzena.

Graf 6 Titulování Miloše Zemana podle expresivity



Zdroj: vlastní zpracování

4.4 Spojení Miloše Zemana s ostatními osobami

Kategorii spojení Miloše Zemana s ostatními osobami jsme rozdělili do čtyř podkategorií.¹⁹

Nejvíce zastoupenou byla na serveru iDnes.cz podkategorie ostatní kandidáti. Ze 180 článků byl Miloš Zeman spojován s ostatními prezidentskými kandidáty v 92. Nejčastěji byl spojován s osobou Karla Schwarzenberga, a to v 70 člancích. Příkladem může být článek ze dne 26. 1. 2013 *Uvidíme se v lepších časech, nesnížil jsem se ke lžím, řekl Schwarzenberg*, ve kterém autoři Jan Jiříčka a Josef Kopecký citovali Schwarzenberga „*Zvítězil Miloš Zeman, uznávám,‘ řekl Schwarzenberg k prohře s bývalým premiérem Milošem Zemanem.*“ V dalším článku ti samí autoři popisují situaci těsně po zveřejnění výsledků druhého kola prezidentských voleb a náladu v Lucerně, volebním sídle Karla Schwarzenberga. V sedmi případech se objevil Miloš Zeman ve spojení se všemi kandidáty na prezidenta. Pětkrát byl Miloš Zeman spojen s Janem Fischerem a Jiřím Dienstbierem. Článek ze dne 22. 1. 2013 s titulkem *My budeme volit Schwarzenberga*,

¹⁹ A) ostatní prezidentští kandidáti, B) rodina, spolupracovníci, příznivci, C) odpůrci, D) ostatní.

vzepřeli se Fischerovi poradci, který informuje o rozhodnutí Jana Fischera podporovat v druhém kole prezidentské volby Miloše Zemana navzdory doporučení svých poradců, kteří dají hlas protikandidátovi. Spojení Miloše Zemana s Jiřím Dienstbierem se nejčastěji týkalo negativního vztahu těchto dvou prezidentských kandidátů. Tento vztah vyjadřuje titulek článku ze dne 14. 1. 2013 *Zeman bude chtít dál rozbít ČSSD a vyřizovat si účty, míní Dienstbier*. Ve čtyřech případech se v článcích na serveru iDnes.cz objevilo spojení Miloše Zemana s Vladimírem Franzem. Toto spojení reprezentuje titulek článku *Neúspěšný kandidát Franz dá ve druhém kole hlas Zemanovi*. Pouze v jednom článku byl Miloš Zeman spojen s Tomiem Okamurou a v jednom se Zuzanou Roithovou.

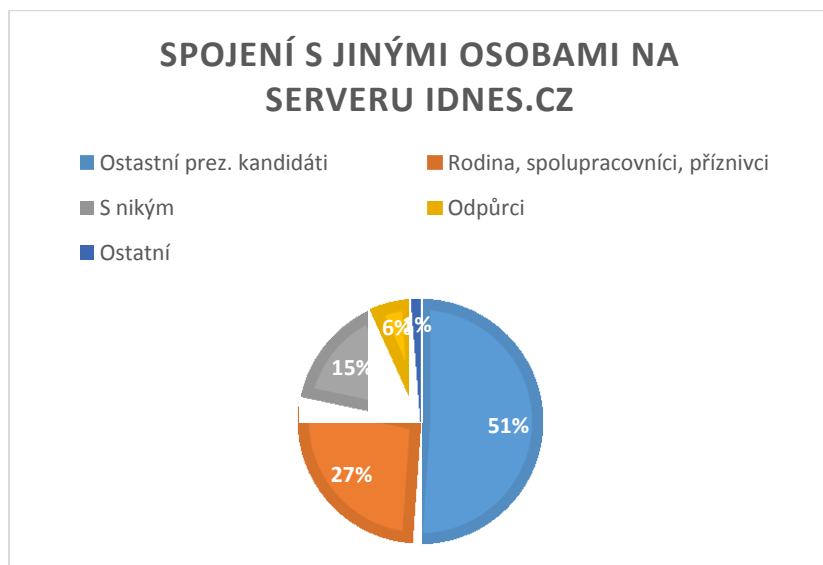
Druhou nejčetnější podkategorií v rámci kategorie osob, se kterými byl Miloš Zeman spojován, byla na serveru iDnes.cz podkategorie rodina, spolupracovníci a příznivci, která zahrnovala 27 % všech spojení Miloše Zemana s osobou v článcích. V 11 článcích byl spojen Miloš Zeman se svým předchůdcem Václavem Klausem. Jako příklad bychom mohli uvést článek *Zvítězila pravda a láska nad lží a nenávistí, řekl Klaus k výhře Zemana*, kde autor Jan Vaca popisuje vztah Miloše Zemana a Václava Klause, jako podporovatele Zemana v prezidentských volbách. V této podkategorii byl Miloš Zeman ve čtyřech případech spojován také s Miroslavem Šloufem, nejčastěji v souvislosti s angažovaností Miroslava Šloufa ve volební kampani Miloše Zemana. Například v článku *Lobbista Šlouf přiznal, že Zemanovi pomáhal s předvolební kampaní*, autorka Ivana Milenkovičová informovala o vývoji vztahu Miloše Zemana a jeho někdejšího poradce Miroslava Šloufa.

Server iDnes.cz dal v 10 článcích prostor odpůrcům Miloše Zemana. Michal Hron informuje v článku ze dne 26. 1. 2013 *A je to v troubě. Internet zaplavilo zklamání ze Zemanova vítězství*, o zklamání lidí, kteří svůj nesouhlas s nově zvoleným prezidentem prezentují na internetu.

Dvakrát se v článcích serveru iDnes.cz objevilo spojení Miloše Zemana s osobou, která nespádala do žádné ze tří podkategorií. Do této podkategorie jsme zařadili Borise Šťastného, který vyjádřil podporu Miloši Zemanovi v článku *Od vedení ODS se distancoval Boris Šťastný. Bude volit Zemana*. Dalším nezařazeným je Vladimír Mečiar, který byl s Milošem Zemanem spojován v komentáři Luboše Palaty ze dne 14. 1. 2013 s titulkem *Zeman se nemá proč zlobit. S Mečiarom má mnoho společného*.

Z celkového počtu 180 analyzovaných článků nebyl Miloš Zeman spojován s nikým v 15 % případů.

Graf 7 Spojení Miloše Zemana s jinými osobami na serveru iDnes.cz



Zdroj: vlastní zpracování

Také na konkurenčním serveru Novinky.cz byl Miloš Zeman nejčastěji spojován s osobami, které spadaly do podkategorie ostatní prezidentští kandidáti. Tato spojení se objevila, podobně jako u iDnes.cz, v 53 % všech článků. Stejně jako u serveru iDnes.cz byl i na Novinkách Miloš Zeman nejčastěji spojován s Karlem Schwarzenbergem, a to v 49 případech. Příkladem tohoto spojení může být článek *Uvidíme se v lepších časech, uzavřel poděkování voličům Schwarzenberg*, vydaný 26. 1. 2013 po zveřejnění výsledků voleb, ve kterém Karel Schwarzenberg poblahopřál Miloši Zemanovi k vítězství ve volbách slovy: „Deset procent je jasný rozdíl, zvítězil Miloš Zeman, to uznávám.“

Ve 12 článcích byl Miloš Zeman spojován se všemi prezidentskými kandidáty. Takovéto spojení obsahuje například článek z 11. 1. 2013 *Expert: Poslední prezidentská debata neměla jasného vítěze*, ve kterém je vystupování Miloše Zemana v poslední předvolební prezidentské debatě srovnáváno s ostatními kandidáty. Kromě Karla Schwarzenberga byl druhým prezidentským kandidátem nejčastěji spojovaným s Milošem Zemanem Jan Fischer. Ve druhém kole vyhlásil veřejnou podporu Miloši Zemanovi, o níž informoval i článek *Fischer před 2. kolem voleb ocenil Zemana, Schwarzenberga zkritizoval*, vydaný 21. 1. 2013. Ve třech článcích na serveru Novinky.cz se objevilo spojení Miloše Zemana a Jiřího Dienstbiera. Články se týkaly, stejně jako u serveru iDnes.cz, vztahu těchto dvou kandidátů. Dienstbier například veřejně kritizoval Zemana v článku *Zemana volí*

pražská mafie, obul se do bývalého soka Dienstbier. V jednom článku byl Miloš Zeman spojen s Vladimírem Franzem, který kritizoval Zemana za zneužití jeho jména v prezidentské kampani pro druhé kolo voleb, a to v článku *Franz: Zeman mě v kampani zneužil.*

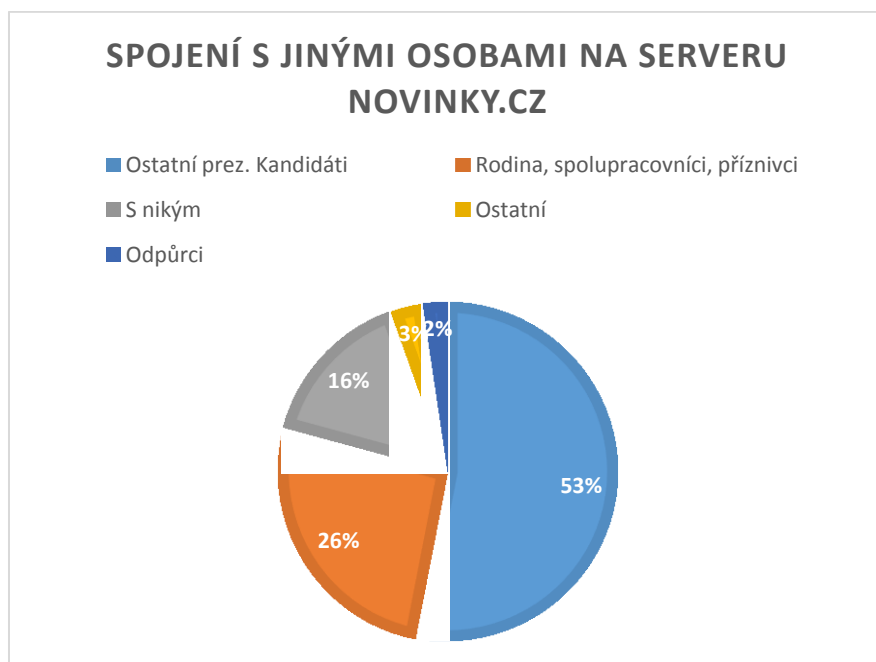
Druhá nejčastěji zakódovaná podkategorie, v rámci kategorie spojení Miloše Zemana s ostatními osobami, byla podkategorie rodina, spolupracovníci a příznivci. Tato podkategorie byla zahrnuta ve více než čtvrtině zakódovaných spojení Miloše Zemana s ostatními osobami. Do této podkategorie jsme zakódovali i online reportáž *O volbu prezidenta je obrovský zájem*, informující o průběhu dne prvního kola prezidentských voleb, ve které je Miloš Zeman spojen se svou manželkou a dcerou, s nimiž šel volit. Mezi 130 články na serveru Novinky.cz byly zastoupeny i články o podporovatelích Miloše Zemana. Jedním z nich je článek z 15. 1. 2013 s titulkem *Podporovatelé Miloše Zemana*, ve kterém jsou uvedeny důvody volby Miloše Zemana známými osobnostmi. Ve čtyřech případech spadajících do této kategorie byl Miloš Zeman spojován s Václavem Klausem, podobně jako u serveru iDnes.cz. Toto spojení zahrnuje například článek *Zeman: Klausova názoru si vážím*, ve kterém Miloš Zeman vyjadřuje úctu k Václavu Klausovi za názor, že na Hradě by měl usednout člověk, který v ČR strávil svůj život. Václav Klaus tak nepřímo naznačil podporu Miloši Zemanovi.

Také server Novinky.cz dal prostor odpůrcům Miloše Zemana, a to ve třech člancích. Nejvýrazněji se proti Miloši Zemanovi postavil kardinál Miloslav Vlk, který v článku *Zemanovi jde o vlastní prospěch, i kdyby se měl spojit s čertem, míní kardinál Vlk*, kritizuje Miloše Zemana především za to, že se ucházel o podporu ve volbách u komunistů.

Ve čtyřech případech jsme na serveru Novinky.cz zařadili osobu, s níž byl Miloš Zeman v článku spojován, do kategorie ostatní. Příkladem je kancléř bývalého prezidenta Václava Klause, který v článku *Kancléř Weigl se Zemanem na Hradě pokračovat nebude*, vydaném po zveřejnění výsledků druhého kola prezidentských voleb, uvedl, že si váží slov a důvěry Miloše Zemana, ale že považuje za správné odejít současně s bývalým prezidentem Václavem Klausem.

Z celkového počtu 130 článků nebyl Miloš Zeman spojován s nikým v 19 analyzovaných jednotkách, což je stejný počet jako u serveru iDnes.cz.

Graf 8 Spojení Miloše Zemana s jinými osobami na serveru Novinky.cz



Zdroj: vlastní zpracování

Na obou serverech je nejvíce zastoupenou podkategorií, v rámci kategorie osoby spojované s Milošem Zemanem, podkategorie ostatní prezidentští kandidáti. Na serveru iDnes.cz byla tato podkategorie zastoupena v 51 % všech zakódovaných spojení Miloše Zemana s jinými osobami. Na serveru Novinky.cz byla zastoupena v 53 %. Druhou nejčastější podkategorií osob spojovaných s Milošem Zemanem byla podkategorie, do níž spadala rodina, spolupracovníci a příznivci. Na serveru iDnes.cz byla tato podkategorie zastoupena v 27 % všech zakódovaných spojení, na serveru Novinky.cz se tato podkategorie objevila v 26 % případů. V části věnované výzkumným otázkám a hypotézám jsme stanovili hypotézu i na tuto kategorii H4: *Předpokládáme, že Miloš Zeman bude nejčastěji spojován s ostatními prezidentskými kandidáty.* Jak je patrné z grafů 7 a 8, hypotéza byla potvrzena.

4.5 Spojení s politickými stranami

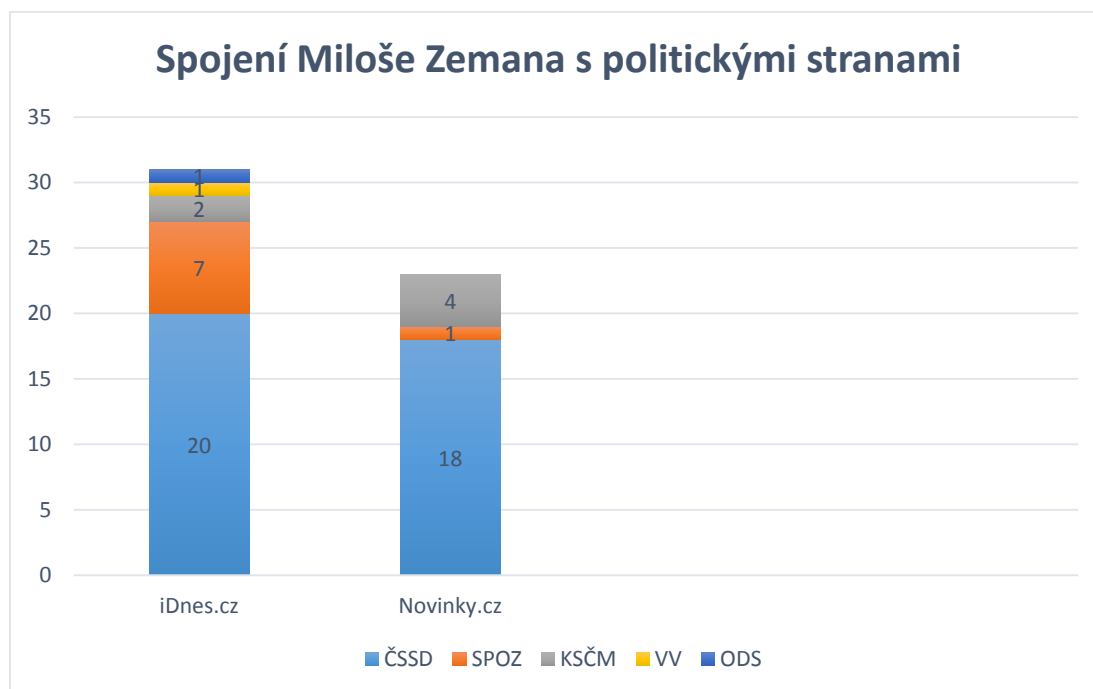
Kategorie spojování Miloše Zemana s politickými stranami byla na obou serverech zastoupena stejnou měrou. Na serveru iDnes.cz se zmínka o některé politické straně ve spojitosti s Milošem Zemanem objevila v 17 % všech analyzovaných článků, na serveru Novinky.cz jsme tuto kategorii zakódovali v 18 % všech článků.

Na serveru iDnes.cz bylo v článcích nejčastěji zastoupeno spojení Miloše Zemana se stranou ČSSD, a to ve 20 případech. Jedním z příkladů spojení Miloše Zemana se stranou ČSSD je článek Aleše Horáčka *Vlastenci, volte Zemana, burcuje severočeská ČSSD. Prý kvůli*

dekretům, kde autor odkazuje na silnou pozici Miloše Zemana mezi sociálními demokraty v Ústeckém kraji. Josef Kopecký zase ve svém článku s titulkem *Štěpení ČSSD po volbě na Hrad nebude, ví to ode mě i Zeman, řekl Hašek*, spekuluje, zda po vítězství Miloše Zemana v prezidentských volbách nenastanou v ČSSD nějaké změny. Se Stranou práv občanů Zemanovci byl Miloš Zeman, který je čestným předsedou této strany, spjat v 7 případech. Jedním z případů je článek vydaný po skončení voleb, dne 26. 1. 2013, s titulkem *Zeman: Pro Nečasovu vládu by bylo lepší, aby se konaly předčasné volby*, ve kterém se Miloš Zeman vyslovil, že se nevzdá čestného předsednictví v SPOZ. Ve dvou případech byl Miloš Zeman spjat s KSČM. Spojitost se týkala vyjádření představitelů komunistické strany k podpoře Miloše Zemana ve druhém kole voleb. Jedenkrát se v člancích objevilo spojení Miloše Zemana se stranou Věci veřejné a v jednom případě s Občanskou demokratickou stranou.

Na serveru Novinky.cz jsme zakódovali největší počet spojení Miloše Zemana s politickou stranou ČSSD, stejně jako u serveru iDnes.cz, a to v 78 % článků spadajících do této kategorie. Například v článku *ČSSD doporučila volit Zemana, Hašek se s ním v Praze sešel*, informovaly Novinky o setkání místopředsedy ČSSD Michala Haška s Milošem Zemanem, který vítal usnesení strany o jeho podpoře ve druhém kole prezidentských voleb. Politologové však spojení Miloše Zemana a ČSSD vidí jinak. V článku *Zeman by jako prezident mohl rozkládat ČSSD, míní politologové*, se jako zdůvodnění tohoto tvrzení uvádí prezidentská volba v roce 2003, ve které Miloš Zeman, i kvůli nejednotnému hlasování pro jeho osobu ze strany všech zákonodárců ČSSD, neuspěl a označil některé představitelů strany za zrádce. Ve čtyřech člancích na serveru Novinky.cz byl Miloš Zeman spjat se stranou KSČM. Jeden z těchto článků, jedná se o článek s titulkem *Zemanova strategie: Vyburcovat levici a spojit Schwarzenberga s Nečasovou vládou*, informuje o snaze spojit voliče stran KSČM a ČSSD k volbě Miloše Zemana ve druhém kole prezidentských voleb. Článek s titulkem *Zemanovi přeběhlíci v Senátu vytvoří společný klub s komunisty*, byl Miloš Zeman spojován s SPOZ. V tomto článku Novinky informovaly o senátorech SPOZ, kteří se domluvili se senátory z KSČM na vytvoření společného senátního klubu.

Graf 9 Spojení Miloše Zemana s politickými stranami



Zdroj: vlastní zpracování

V kapitole 2.5 byla stanovena hypotéza na tuto výzkumnou kategorii H5: *Předpokládáme, že nejčastěji bude Miloš Zeman spojován se stranou SPOZ.* Z grafu 9 vyplývá, že na obou serverech byl Miloš Zeman nejčastěji spojován se stranou ČSSD. Pátá hypotéza tedy nebyla potvrzena.

4.6 Fotografie Miloše Zemana v článku

V kategorii fotografie jsme kódovali, zda byl na úvodní fotografii k článku Miloš Zeman, a pokud byl, zda se jednalo o fotografii formální nebo neformální.

Podle tohoto kritéria jsme u 180 článků serveru iDnes.cz, obsahujících jméno Miloš Zeman, zakódovali 49 fotografií, na kterých figuroval Miloš Zeman. Podle kritéria formálnosti a neformálnosti, uvedeného v kapitole 2.4, jsme zakódovali 32 fotografií neformálních a 17 formálních.

Na serveru iDnes.cz dominovaly neformální fotografie²⁰, které činily 65 % všech fotografií, na kterých byl Miloš Zeman. Fotografie č. 1 byla úvodní fotografií článku *Pozdrav od Zemana byl uvnitř novin Kraje Vysočina, prý nedopatřením*, vydaného dne 25. 1. 2013, autorem fotografie je Petr Topič. Fotografie byla zakódována jako neformální z důvodu, že je

²⁰ Na rozdíl od serveru Novinky.cz.

na ní Miloš Zeman zachycen, jak kouří. Fotografie č. 2 zobrazuje Miloše Zemana s jeho příznivci po zveřejnění výsledků druhého kola prezidentských voleb. Tato fotografie byla úvodní fotografií článku *Slováci: Zeman je gospodin prezident. I díky Schwarzenbergově pasivitě*, autorem fotografie je Jan Zátorský. Třetím příkladem fotografie (Fotografie č. 3), která spadá do kategorie neformální, je úvodní fotografie článku *Zeman na Hrad, přejí si Slušovice. Lidé dali na Čubovo doporučení*, která zachycuje přípitek Miloše Zemana a bývalého šéfa JZD Slušovice Františka Čuby. Autorem této fotografie je Dalibor Glück. Posledním příkladem, který v naší práci předkládáme, je fotografie (Fotografie č. 4) z článku *Favorit voleb mluví drsně a kouří jednu za druhou, píší Britové*, autorem fotografie, která dokládá tvrzení v titulku článku, je František Vlček.

Fotografie č. 1



Fotografie č. 2



Fotografie č. 3



Fotografie č. 4



Formální fotografie, na kterých byl zachycen Miloš Zeman, představovaly 35 % ze všech 49 fotografií Miloše Zemana na serveru iDnes.cz. Fotografie č. 1 byla úvodní fotografií k článku Josefa Kopeckého ze dne 25. 1. 2013 *Přehledně: kampaní cloumaly dekrety, amnestie i výpady Klausových*. Fotografií k článku pořídil Dan Materna a Miloš Zeman je na ní zachycen se svým protikandidátem při televizní prezidentské debatě. Fotografie č. 2, fotografa Jana Zátorského, zachycuje Miloše Zemana při vhazování volebního lístku do urny při druhém kole prezidentských voleb. Fotografie se vztahovala k článku *Lidé*

si kopírují voličské průkazy, obrátil se Zemanův tým na vnějšek. Den před zahájením druhého kola voleb informoval server iDnes.cz o speciální volební příloze, kterou si pro své čtenáře připravil. Úvodní fotografie (Fotografie č. 3) u článku zobrazuje oba kandidáty na prezidenta České republiky. Fotografie č. 4 zachycuje obličej Miloše Zemana a vztahuje se k článku *Zeman slibuje venkovu i Praze. Ne v našem inzerátu, tvrdí mluvčí kampaně*. Autorem fotografie je David Neff.

Fotografie č. 1



Fotografie č. 2



Fotografie č. 3



Fotografie č. 4



Na serveru Novinky.cz byl Miloš Zeman na úvodní fotografii u 130 článků v 61 případech. Na rozdíl od serveru iDnes.cz, kde převažovaly neformální fotografie, na serveru Novinky.cz byly početněji zastoupeny fotografie formální, a to ze 70 %. Zbylých 18 fotografií jsme zakódovali jako neformální.

Na serveru Novinky.cz bylo zveřejněno celkem 43 formálních fotografií Miloše Zemana. Jedním z příkladů může být fotografie (Fotografie č. 1) k článku *Levicový prezident, nebo prezident všech, ujasňovali si kandidáti*, na které je Miloš Zeman zachycen s Karlem Schwarzenbergem při debatě pro Český rozhlas Radiožurnál. Na fotografii č. 2 je Miloš Zeman opět zachycen s Karlem Schwarzenbergem. Fotografie Davida Ryneše je doplněna o graf znázorňující výsledek prvního kola prezidentských voleb. I na fotografii č. 3

je Miloš Zeman společně s Karlem Schwarzenbergem. Fotografie se vztahovala k článku *Schwarzenberg začne honit voliče na Moravě, Zeman na internetu*, autorem fotografie je Jan Kočvara. Na poslední fotografii (Fotografie č. 4) je Miloš Zeman vyfotografován Milanem Malíčkem se všemi prezidentskými kandidáty při debatě v České televizi.

Fotografie č. 1



Fotografie č. 2



Fotografie č. 3



Fotografie č. 4



U 18 článků na serveru Novinky.cz, ve kterých se objevilo jméno Miloš Zeman, byla použita neformální fotografie Miloše Zemana. Podobně jako na serveru iDnes.cz byl Miloš Zeman zachycen s cigaretou nebo alkoholem. Takto byl zachycen i na fotografii (Fotografie č. 1) k článku ze dne 22. 1. 2013 *Zeman se omluvil Schwarzenbergovi za řeči o hákových křížích*. V dalším článku s titulkem *Vítězem je Miloš Zeman* zobrazuje hlavní fotografie (Fotografie č. 2) polibek Miloše Zemana se svou příznivkyní Jiřinou Bohdalovou. K článku *Volba bude těsná, rozhodnou vážající*, je přiřazena fotografie (Fotografie č. 3) Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga při rozhovoru. Poslední neformální fotografií (Fotografie č. 4) Miloše Zemana je fotografie k článku *Zeman nabíral síly spánkem a procházkou po zasněžené Vysocině*, kde je Milanem Malíčkem vyfotografován spolu se svou dcerou Kateřinou.

Fotografie č. 1



Fotografie č. 2



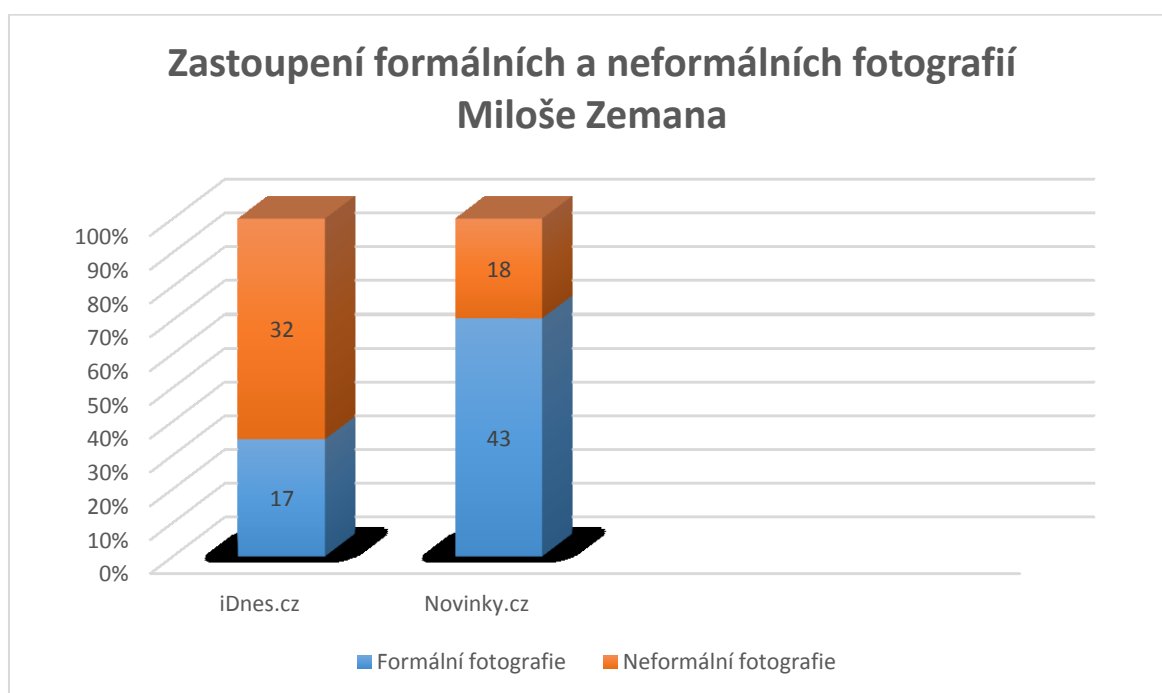
Fotografie č. 3



Fotografie č. 4



Graf 10 Zastoupení formálních a neformálních fotografií Miloše Zemana



Zdroj: vlastní zpracování

Jedna z hypotéz byla stanovena také na kategorii fotografie Miloše Zemana v člancích jednotlivých serverů. Hypotéza H6 zní: *Předpokládáme, že nejpočetněji budou zastoupeny fotografie zobrazující Miloše Zemana formálně.* Tato hypotéza byla potvrzena

pouze u serveru Novinky.cz. Druhý zkoumaný server iDnes.cz používal více než v 60 % článků fotografii neformální, tudíž byla hypotéza H6 v případě tohoto serveru vyvrácena.

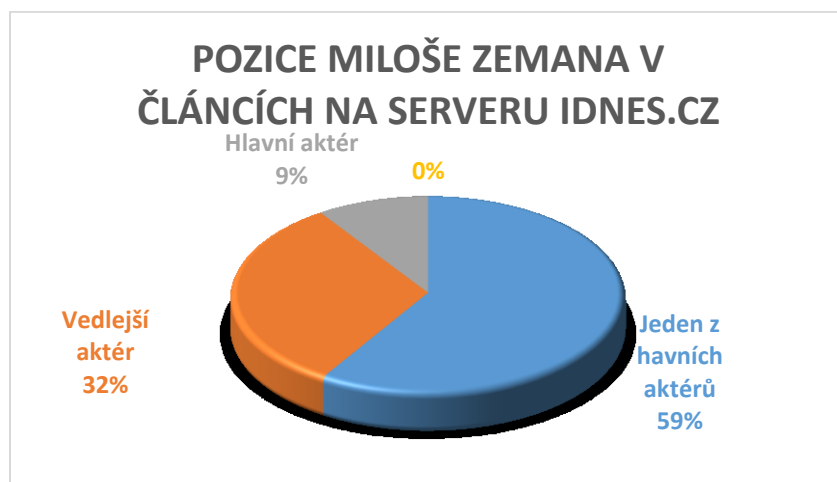
4.7 Pozice Miloše Zemana v článku

Kategorii pozice Miloše Zemana v článcích jsme rozdělili do třech podkategorií²¹. Ve 106 článcích vystupoval Miloš Zeman jako jeden z hlavních aktérů událostí, o nichž článek pojednával. Například v rozhovoru Hany Válkové s Miroslavem Šloufem, zveřejněném krátce po zvolení Miloše Zemana prezidentem, s titulkem *Šlouf: V kampani jsem Zemanovi radil jen dílčí věci, na Hrad s ním nejdu*, je rozebírán vztah Miloše Zemana a Miroslava Šloufa, nikdo další v rozhovoru zmiňován není. Komentář Jana Wirnitzera *Lidé nechtěli na Hrad ministra z vlády, za které se mají hůř*, zmiňuje výsledky prezidentské volby a rozebírá úspěch Miloše Zemana a důvody prohry Karla Schwarzenberga. Celkem v 32 % všech 180 článků byl Miloš Zeman uveden jako vedlejší aktér. Například v článku *Plzeňan hlasoval pro dědice Habsburků, lístek si vyrobil sám*, který informoval o muži nespokojeném s oběma kandidáty druhého kola voleb, jenž do volební urny vhodil vlastnoručně vyrobený lístek. Miloš Zeman byl v článku zmíněn jako jeden z kandidátů druhého kola voleb. Jako vedlejší aktér figuruje Miloš Zeman i v článku ze dne 26. 1. 2013 s titulkem *V Čimelicích je ticho. Příznivcům knížete zkazil náladu i autobus lyžařů*, který popisuje atmosféru v restauraci v Čimelicích na Písecku, kde Schwarzenberg vyrůstal. Miloš Zeman je zde zmíněn v citaci starosty Čimelic Vladimíra Pánka: „*Miloš Zeman získal 209 hlasů, Karel 324.*“

Jako hlavní aktér byl na serveru iDnes.cz Miloš Zeman uveden v 17 případech z celkových 180 analyzovaných jednotek. Krátce po zvolení prezidentem byl zveřejněn článek *Miloš Zeman: Chci být hlasem všech Čechů, se mnou se vrátí zákon*, který informuje o výročí z tiskové konference konané po zveřejnění výsledků voleb. Hlavní osobou, již se článek týká, je Miloš Zeman. Stejně tak je tomu v rozhovoru, který Zeman poskytl 22. 1. 2013 Josefu Kopeckému a Haně Válkové, s titulkem *Zeman: Já jsem si, na rozdíl od jiných, nenakradl nikdy ani korunu*.

²¹ A) hlavní aktér, B) jeden z hlavních aktérů, C) vedlejší aktér.

Graf 11 Pozice Miloše Zemana v článcích na serveru iDnes.cz

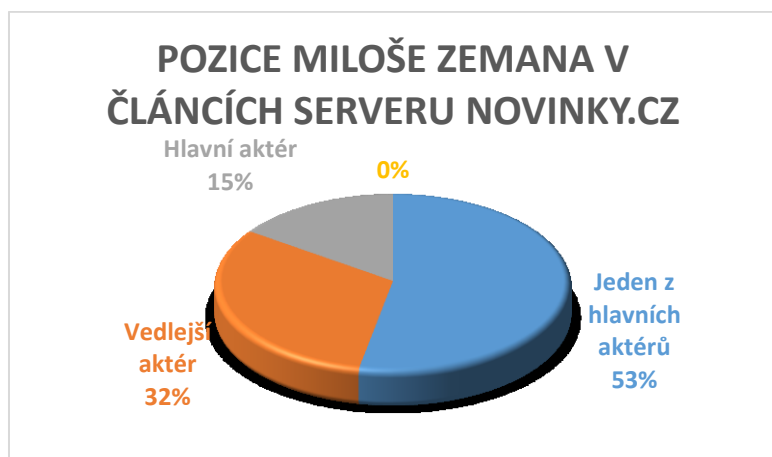


Zdroj: vlastní zpracování

Na serveru Novinky.cz byl Miloš Zeman, stejně jako na serveru iDnes.cz, uváděn rovněž jako jeden z hlavních aktérů. Například v článku *Do druhého kola postupují Zeman se Schwarzenbergem, Fischer pohořel*, vydaném dne 12. 1. 2013, je Miloš Zeman uveden jako jeden z hlavních aktérů společně s Karlem Schwarzenbergem. Článek na úvod shrnuje výsledky prvního kola prezidentských voleb a poté je dán prostor oběma postupujícím kandidátům. Jako jeden z hlavních aktérů vystupuje Miloš Zeman také v článku *Fischer před 2. kolem voleb ocenil Zemana, Schwarzenberga zkritizoval*, kde jsou společně s ním zmiňováni další aktéři: Jan Fischer, Karel Schwarzenberg a Petr Gazdík. V 41 článcích (z celkového počtu 130) vystupuje Miloš Zeman jako vedlejší aktér. Příkladem je článek z 12. 1. 2013 *Poraženým voleb je Jan Fischer*, kde je uvedena zmínka o Miloši Zemanovi jako o největším rivalovi Jana Fischera. V jiném článku, informujícím o nenominování Jiřího Dienstbiera jako kandidáta na stranického místopředsedu ČSSD, je nepodpora Miloše Zemana při druhém kole prezidentských voleb Dienstbierem zmíněna jako důvod, proč mu nebyla vyjádřena podpora při nominaci.

Ve 20 případech byl Miloš Zeman hlavním aktérem článku. Například v článku *Zeman ignoruje slovenské novináře, naštvalo ho srovnání s Mečiarom*, je hlavním tématem článku přirovnání Miloše Zemana, ve slovenském deníku Sme, k Vladimíru Mečiarovi. Kvůli tomuto označení neposkytoval Miloš Zeman slovenským médiím žádná vyjádření ani rozhovory. Hlavní pozici měl Miloš Zeman i v článku *Zeman děsí lidi předváděním aligátora*, ze dne 14. 1. 2013, ve kterém je rozebírán mobilní telefon Miloše Zemana značky Aligator a následné předvedení, jak dělá aligátor, Milošem Zemanem.

Graf 12 Pozice Miloše Zemana v člancích serveru Novinky.cz



Zdroj: vlastní zpracování

Z grafů 11 a 12 můžeme vyčíst, že pozice Miloše Zemana byla na obou serverech zastoupena podobně. Přibližně v polovině všech článků, na obou serverech, byl jedním z hlavních aktérů. Jako vedlejší aktér se shodně na obou serverech vyskytoval v 32 % článků. Nejméně byl Miloš Zeman v člancích zmiňován v pozici vedlejšího aktéra.

4.8 Řeč

Poslední z kategorií, která byla ve výzkumu analyzována, byl výskyt přímé a nepřímé řeči Miloše Zemana v člancích.

Na serveru iDnes.cz se nejčastěji v člancích vyskytovalo přímé vyjádření Miloše Zemana. Tato kategorie představovala 69 % všech vyjádření Miloše Zemana ve 180 člancích. V článku Jana Vacy a Markéty Březinové *Zeman: Pro Nečasovu vládu by bylo lepší, aby se konaly předčasné volby*, se Miloš Zeman k problému zmiňovanému v titulku vyjádřil takto: „*Vláda se opírá o stranu LIDEM, kterou nikdo ve svobodných volbách nevolil. Tato vláda tak není de facto vládou, která vzešla ze svobodných voleb.*“ Dále se v článku Miloš Zeman vyjádřil ke svému čestnému předsednictví v SPOZ a slíbil, že ji ze své pozice prezidenta nebude zvýhodňovat: „*Jako čestný předseda nebudu mít vliv na chod strany. Jestliže jsem ale jednou tuto stranu založil, tak teď kdybych z funkce čestného předsedy odešel, tak by to bylo totéž, jako když otec zapře svoje dítě.*“ V článku Zemana přijel podpořit lobbista Šlouf, odboráři i umělci, vydaném krátce před uzavřením volebních místností, se přímá řeč Miloše Zemana vztahovala k průběhu druhého kola voleb. Miloš Zeman podotknul: „*Komentář ode mě očekávejte tak kolem čtvrté, až budou jasné výsledky volby.*“ V 9 případech jsou vyjádření Miloše Zemana uvedena v článku nepřímo.

V článku *Zeman a Schwarzenberg rozdělili Šumavu svými názory na boj s kůrovcem*, autor článku Václav Janouš parafrázuje Miloše Zemana, který tvrdí, že s kůrovcem je potřeba bojovat, a to takovým způsobem, že by všechny napadené stromy měly být pokácené. Ze 180 článků jsme v 6 případech zakódovali kombinaci přímé a nepřímé řeči Miloše Zemana. V článku *Prezidentští jestřábi? V bezpečnosti se Schwarzenberg a Zeman shodují*, byl nepřímou řečí vyjádřen souhlas Miloše Zemana s působením české armády v zahraničních misích. Zároveň Miloš Zeman v článku uvedl, že je lepší bojovat s teroristy tisíce kilometrů od našich hranic, a dodal: „*Místo toho, abychom dopustili, že se nám rozmnoží a že nakonec třeba vyhodí Nuselský most nebo pražské metro nebo Temelín.*“

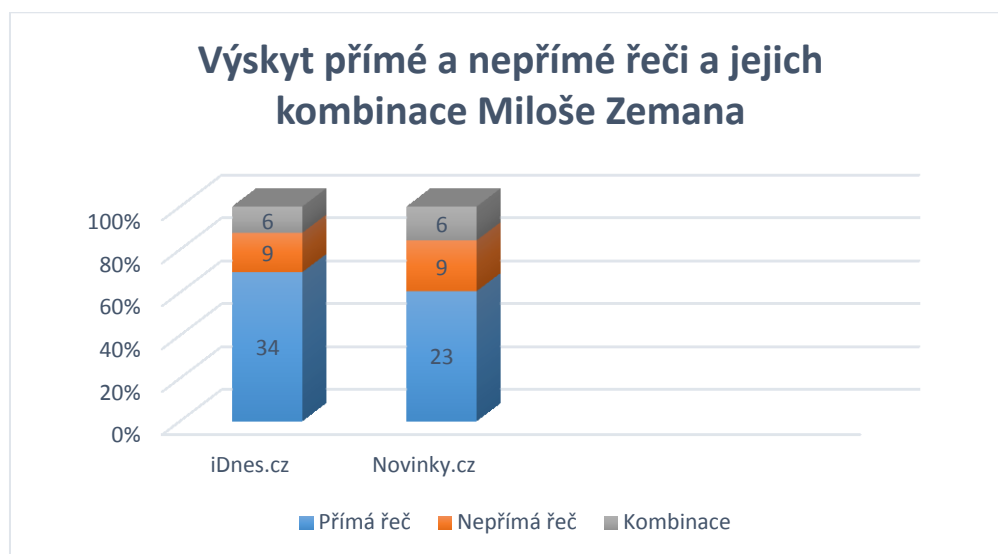
Na serveru Novinky.cz byla v člancích, stejně jako na serveru iDnes.cz, nejčastěji použita přímá řeč Miloše Zemana. Objevila se v 23 případech z celkového počtu 38 zakódovaných přímých a nepřímých řečí nebo jejich kombinací (ve 130 analyzovaných člancích). V online reportáži *Je sečteno, k urnám přišlo 61 procent voličů*, která mapovala druhý den prvního kola prezidentských voleb od otevření volebních místností po sečtení všech volebních okrsků, okomentoval Miloš Zeman pro Novinky rozhodnutí ČSSD podpořit Miloše Zemana v druhém kole voleb. Toto rozhodnutí strany komentoval Miloš Zeman takto: „*Velice vítám jednomyslné usnesení předsednictva ČSSD, které dokazuje, že sociální demokracie je levicovou stranou.*“ V již dříve zmíněném článku *Zeman ignoruje slovenské novináře, naštvalo ho srovnání s Mečiarom*, odůvodnil Miloš Zeman své rozhodnutí neposkytovat rozhovory slovenským novinářům slovy: „*Po článku ve Sme nebudu slovenským médiím poskytovat žádné rozhovory.*“ V online reportáži o prvním dnu prezidentských voleb s titulkem *O volbu prezidenta je obrovský zájem*, je použita nepřímá řeč Miloše Zemana, v níž tvrdil, že k volbám se už nechce vyjadřovat.

Kombinace přímé a nepřímé řeči Miloše Zemana je použita v článku *Do druhého kola voleb postupují Zeman se Schwarzenbergem, Fischer pohořel*. Zeman v článku vyzval své voliče, aby ho podpořili i ve druhém kole voleb. Zároveň byla použita přímá řeč Miloše Zemana jako odezva na vyjádření Karla Schwarzenberga, že Miloš Zeman je mužem minulosti. Na to Miloš Zeman reagoval slovy: „*Nikdo se nemůže vyvinut ze své odpovědnosti jak za minulost, tak za přítomnost.*“

Graf 13 znázorňuje výskyt přímé a nepřímé řeči nebo jejich kombinace v člancích jednotlivých serverů. Nejvíce byla v člancích na obou serverech zastoupena přímá řeč Miloše Zemana. Na serveru iDnes.cz se vyskytla v 10 % článků, tedy více než na serveru

Novinky.cz. Ty naopak více využily oproti serveru iDnes.cz nepřímou řeč (o 4 % více) a kombinaci přímé a nepřímé řeči (o 3 % více).

Graf 13 Výskyt přímé a nepřímé řeči Miloše Zemana



Zdroj: vlastní zpracování

4.9 Shrnutí

V analýze jsme zjistili, že oba servery ve většině zkoumaných kategorií informují o Miloši Zemanovi podobně. Pouze v obrazové části jsme zaznamenali rozdíl. Zatímco na serveru iDnes.cz převažovaly neformální fotografie Miloše Zemana, na serveru Novinky.cz byly u článků častěji použity formální fotografie. V kapitole 2.5 Výzkumné otázky a hypotézy jsme si stanovili 7 hypotéz.

První hypotézu jsme stanovili na četnost výskytu jména Miloš Zeman na jednotlivých serverech. Náš předpoklad, že se jméno bude častěji objevovat na serveru Novinky.cz, se nepotvrdil a hypotéza *H1: Předpokládáme, že jméno Miloš Zeman se bude častěji vyskytovat na serveru Novinky.cz*, byla vyvrácena. Na serveru iDnes.cz se jméno Miloše Zemana objevilo ve 180 článcích, oproti serveru Novinky.cz, kde byl zmíněn ve 130 článcích.

Druhá z hypotéz byla stanovena na tematickou agendu jednotlivých serverů. V hypotéze jsme předpokládali, že nejčastěji budou servery informovat o Miloši Zemanovi v souvislosti s prezidentskými volbami. Z grafu 3 vyplývá, že téma volby bylo oběma servery pokryto z více než 60 % všech článků, ve kterých se objevilo jméno Miloš Zeman. I tato hypotéza byla potvrzena. Třetí hypotéza se týkala titulování Miloše Zemana v článcích. Předpokládali jsme, že většinou bude Miloš Zeman titulován neexpresivně, což

se v analytické části potvrdilo. Z celkových 310 analyzovaných článků obou serverů se expresivní označení Miloše Zemana objevilo ve 13 článcích, ve zbylých 297 článcích byl Miloš Zeman titulován neexpresivně. Ve čtvrté hypotéze jsme předpokládali, že nejčastěji bude Miloš Zeman spojován s ostatními prezidentskými kandidáty. Tuto hypotézu jsme si potvrdili v kapitole 4.4.

Pátou hypotézu jsme stanovili na kategorii spojování Miloše Zemana s politickými stranami, ve které jsme předpokládali, že na obou serverech bude nejčastěji spojován se stranou SPOZ. Se stranou SPOZ, i přes Zemanovo čestné předsednictví v této straně, byl spojen pouze v 8 článcích, z toho 7× na serveru iDnes.cz a 1× na Novinkách. Četněji se vyskytovalo spojení se stranou ČSSD, ve které figuroval v minulých letech jako předseda. Hypotéza stanovená na tuto kategorii byla vyvrácena. Šestou hypotézu jsme stanovili na úvodní fotografii k článku. Předpokládali jsme, že na většině fotografií bude Miloš Zeman zobrazen formálně. Podle výsledků analýzy popsaných v kapitole 4.6 můžeme říct, že se hypotéza potvrdila u serveru Novinky.cz. Druhý ze zkoumaných serverů, server iDnes.cz, u svých článků častěji používal neformální fotografie Miloše Zemana. U serveru iDnes.cz byla hypotéza H6 vyvrácena. Poslední hypotéza H7 vycházela z teoretického konceptu práce popsaného v kapitole 1.4 věnované reprezentaci a zněla: *Předpokládáme, že osoba Miloše Zemana bude stereotypizována.* Z výsledků naší analýzy můžeme usoudit, že na obou serverech byla označení udělovaná Miloši Zemanovi stále stejná. Jen v několika případech se vyskytla označení, která vybočovala z řady, příkladem může být označení Miloše Zemana za prostáka nebo levicového populistu. Poslední hypotézu tedy můžeme potvrdit.

Závěr

Cílem práce bylo zodpovědět hlavní výzkumnou otázku: *Jak vybrané internetové servery zobrazovaly Miloše Zemana jako kandidáta na prezidenta České republiky v době prezidentských voleb?* A také vedlejší výzkumné otázky:

VVO1: *Na jakém serveru se bude Miloš Zeman objevovat častěji a s jakým tématem bude spojován?*

VVO2: *Se kterými osobami a politickými stranami bude Miloš Zeman v článcích nejčastěji spojován?*

VVO3: *Bude osoba Miloše Zemana na vybraných serverech archetypizována nebo stereotypizována?*

Soustředili jsme se především na mediální obraz Miloše Zemana prezentovaný na dvou internetových zpravodajských serverech – iDnes.cz a Novinky.cz.

V kapitole 2.5 bylo formulováno sedm hypotéz, jež jsme ověřovali v práci pomocí námi zvoleného metodologického postupu kvantitativní obsahové analýzy (viz kapitola 2.1). Hypotézy se v průběhu realizace práce projevily jako účinné, nebylo tedy třeba je měnit. Pomocí hypotéz byl naplněn cíl práce. Našich sedm hypotéz znělo:

H1: Předpokládáme, že jméno Miloš Zeman se bude častěji vyskytovat na serveru Novinky.cz.

H2: Předpokládáme, že nejčastějším tématem článku budou prezidentské volby.

H3: Předpokládáme, že Miloš Zeman bude ve většině článků titulován neexpresivně.

H4: Předpokládáme, že Miloš Zeman bude nejčastěji spojován s ostatními prezidentskými kandidáty.

H5: Předpokládáme, že nejčastěji bude Miloš Zeman spojován se stranou SPOZ.

H6: Předpokládáme, že nejpočetněji budou zastoupeny fotografie zobrazující Miloše Zemana formálně.

H7: Předpokládáme, že osoba Miloše Zemana bude stereotypizována.

Hypotéza H1, o častějším výskytu jména Miloše Zemana v článcích na serveru Novinky.cz, byla vyvrácena v kapitole 4.1, ve které jsme porovnávali počet analyzovaných jednotek na vybraných serverech a došli jsme k závěru, že Miloš Zeman se objevoval na serveru iDnes.cz v 180 článcích, kdežto na serveru Novinky.cz ve 130 článcích. Naše hypotéza vycházela z předpokladu, že Novinky.cz jsou levicovějším serverem, kvůli spojení

s deníkem Právo, a Miloši Zemanovi, jakožto bývalému předsedovi levicové strany ČSSD, zde bude věnován větší prostor než na serveru iDnes.cz.

Hypotézy H2 až H4 byly v průběhu výzkumu potvrzeny. Hypotéza H2 se týkala tématu článků, v nichž figuroval Miloš Zeman. V naší analýze jsme dospěli k závěru, že na obou serverech byly hlavními tématy článků, ve kterých se objevilo jméno Miloš Zeman, prezidentské volby. Výsledky analýzy týkající se hlavního tématu článků byly interpretovány v kapitole 4.2, v níž jsme došli ke zjištění, že dalším nejčastějším tématem byla osoba Miloše Zemana a také osoba Karla Schwarzenberga. Takto zaměřené články se týkaly především života, názorů nebo činů těchto dvou kandidátů. Také hypotéza H3, o neexpresivním titulování Miloše Zemana v člancích, byla potvrzena. Na serveru iDnes.cz se expresivní označení Miloše Zemana objevilo v sedmi případech, na Novinkách v šesti člancích. Hypotéza H4, která se týkala spojení Miloše Zemana s ostatními prezidentskými kandidáty, byla potvrzena v kapitole 4.4. Dále jsme zjistili, že nejčastěji byl Miloš Zeman spojován s Karlem Schwarzenbergem, což je pravděpodobně zapříčiněno postupem Karla Schwarzenberga do druhého kola voleb a zároveň námi vybraným časovým úsekem.

Hypotéza H5, ve které jsme předpokládali nejčastější spojení Miloše Zemana v člancích se stranou SPOZ, byla vyvrácena. Nejčastěji byl Miloš Zeman na obou serverech spojován se stranou ČSSD. Důvodem může být dlouholeté členství Miloše Zemana ve straně ČSSD. Hypotéza H6 byla stanovena na zastoupení neformálních fotografií Miloše Zemana v člancích na obou serverech. Hypotézu jsme stanovili na základě zpravodajských norem. Hypotéza byla v kapitole 4.6 potvrzena pro server Novinky.cz, server iDnes.cz používal častěji neformální fotografie Miloše Zemana. Poslední hypotéza H7 byla stanovena na stereotypizaci Miloše Zemana na obou serverech. Tato hypotéza byla rovněž potvrzena.

Analýzu bylo potřeba zpracovat velmi pečlivě. Nejprve bylo zapotřebí zapsat datum zveřejnění článku, server, na kterém byl článek zveřejněn, poté po řádném přečtení musel být článek zařazen do jednotlivých kategorií. Některé články spadaly do více kategorií, výsledek práce to však ovlivnilo minimálně.

Námi zvolené období poskytlo podle předpokladů dostatečné množství materiálu k analýze. V období od 11. 1. 2013 do 26. 1. 2013 jsme analyzovali celkem 310 článků z obou serverů. V nich jsme kódovali sedm kategorií a dále dílčí podkategorie. Podrobnou deskripci jednotlivých kategorií se podařilo stanovený cíl práce naplnit a zároveň zodpovědět na hlavní

a vedlejší otázky. Čtenáři jsme předložili mediální obraz Miloše Zemana na jednotlivých serverech a pokusili jsme se o jejich porovnání.

Oba servery zobrazovaly Miloše Zemana podobným způsobem. Jediná odlišnost nastala u užívání fotografií k článkům. Server iDnes.cz používal neformální zobrazení Miloše Zemana častěji než server Novinky.cz. Mediální obraz vnímaný čtenářem pouze z fotografií doplňujících článek (bez přihlídnutí k obsahu textu) by tak byl značně odlišný od mediálního obrazu Miloše Zemana na serveru Novinky.cz.

Seznam literatury

- BERGER, Peter L. and Thomas LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. 1. vyd. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN: 80-85959-41-1.
- BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. 392 s. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN: 80-85947-67-6.
- DEFLEUR, Melvin L. and Sandra J. BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ. *Teorie masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1996. 363 s. ISBN: 80-7184-09-8.
- HERZMANN, Jan a Martin KOMÁREK. *Proč právě Zeman?* 1. vyd. Praha: Práh, 2013. 177 s. ISBN: 978-80-7252-419-8.
- IREINOVÁ, Helena. *Online žurnalistika a zpravodajské servery v ČR. Brno, 2009*. Diplomová práce. Masarykova univerzita v Brně, Filozofická fakulta.
- JÍLEK, Viktor. *Lexikologie a stylistika nejen pro žurnalisty*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2005. 125 s. ISBN 80-244-1246-2.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. 416 s. ISBN: 978-80-7367-466-3.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. 208 s. ISBN: 978-80-7367-287-4.
- KRIPPENDORFF, Klaus. *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology*. Beverly Hills, Calif. : Sage, 1981. 191 s. ISBN 0803914989.
- KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. 307 s. ISBN: 80-7184-134-X.
- MCCOMBS, Maxwell. *Agenda setting: nastolování agendy – masová média a veřejné mínění*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. 256 s. ISBN: 978-80.7367-591-2.
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vydání. Praha: Portál, 2002. 448 s. ISBN: 80-7178-714-0.
- OSVALDOVÁ, Barbora a kol. *Zpravodajství v médiích*. 2. vydání. Praha: Karolinum, 2011. ISBN: 978-80-246-1899-9.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. 328 s. ISBN: 80-7178-926-7.

SCHULZ, Winfried et al. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2005. 149 s. ISBN: 80-246-0827-8.

ŠKODOVÁ, Markéta ed. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. 1. vyd. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2008. ISBN: 978-80-7330-151-4.

ŽUROVCOVÁ, Veronika. *Mediální obraz V. Havla a V. Klause v období jejich II. prezidentské volby: komparativní obsahová analýza*. Brno: 2011. Diplomová práce. Masarykova univerzita v Brně, Fakulta sociálních studií.

Seznam pramenů

ANOPRESS IT, A. S. – dodavatel profesionálního monitoringu médií. [online]. 2015. [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: <<http://www.anopress.cz>>.

BORGIS, a. s. Fischera favorizovaly všechny poslední průzkumy, Zeman jej ale dotáhl. In *Novinky.cz*. [online]. 2013. [cit. 2015-02-25]. Dostupné z: <<http://www.novinky.cz/domaci/289474-fischera-favorizovaly-vsechny-posledni-pruzkumy-zeman-jej-ale-dotahl.html>>.

ČERNÝ, Michal. Zpravodajci na českém webu: přehled zpravodajských serverů. In *Lupa.cz* [online]. 2008. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <<http://www.lupa.cz/clanky/zpravodajci-na-ceskem-webu-prehled/>>.

ČSÚ. Prezident 2013. Volba prezidenta republiky konaná ve dnech 11. 01. – 12. 01. 2013. In *Volby.cz*. [online]. 2013. [cit. 2015-01-30]. Dostupné z: <<http://volby.cz/pls/prez2013/pe2?xjazyk=CZ>>.

ČTK. O ČTK. [online]. 2011. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z http://www.ctk.cz/o_ctk/.

KANCELÁŘ PREZIDENTA REPUBLIKY ČR. Inaugurační projev prezidenta republiky Miloše Zemana. In *Miloš Zeman, prezident České republiky*. [online]. 2013. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <<http://www.zemanmilos.cz/cz/clanky/inauguracni-projev-prezidenta-republiky-milose-zemana.htm>>.

KANCELÁŘ PREZIDENTA REPUBLIKY ČR. Životopis. In *Miloš Zeman, prezident České republiky*. [online]. 2013. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <<http://www.zemanmilos.cz/cz/t/zivotopis.htm>>.

MEDIAGURU. Návštěvnost internetu. In *Mediaguru.cz*. [online]. 2013. [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2013/02/navstevnost-internetu/#.VPQ9unyG_0V>.

MEDIAGURU. Zpravodajské weby rostou i přes vstup nových hráčů. In *Mediaguru.cz*. [online]. 2014. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2014/09/zpravodajske-weby-rostou-i-pres-vstup-novych-hracu/#.VPL3J3yG_0U>.

WIRNITZER, Jan. Čtenáři vybrali za prezidenta Franze, ve druhém kole získal 56 procent. In *iDnes.cz*. [online]. 2012. [cit. 2015-02-25]. Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/ctenari-chteji-za-prezidenta-franze-dbm-/domaci.aspx?c=A121118_125507_domaci_jw>.

WOLF, Karel. Zpravodajské servery: nejdůvěryhodnější iDnes, Tn.cz je bulvár. In *Lupa.cz*. [online]. 2008. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <<http://www.lupa.cz/clanky/oblíbenost-internetoveho-zpravodajstvi/>>.

Seznam obrázků a grafů

Tabulka 1 Deset nejnavštěvovanějších médií českého internetu v lednu 2013	28
Obrázek 1 Schéma politické komunikace	9
Obrázek 2 Model volebních preferencí pro duel Zeman–Schwarzenberg	10
Graf 1 Návštěvnost internetu, reální uživatelé v tis. z ČR, měsíc	26
Graf 2 Celkový počet analyzovaných jednotek	33
Graf 3 Hlavní téma článku	36
Graf 4 Neexpresivní titulování Miloše Zemana na serveru iDnes.cz	38
Graf 5 Neexpresivní titulování Miloše Zemana na serveru Novinky.cz	39
Graf 6 Titulování Miloše Zemana podle expresivity	40
Graf 7 Spojení Miloše Zemana s jinými osobami na serveru iDnes.cz	42
Graf 8 Spojení Miloše Zemana s jinými osobami na serveru Novinky.cz	44
Graf 9 Spojení Miloše Zemana s politickými stranami	46
Graf 10 Zastoupení formálních a neformálních fotografií Miloše Zemana	50
Graf 11 Pozice Miloše Zemana v člancích na serveru iDnes.cz	52
Graf 12 Pozice Miloše Zemana v člancích serveru Novinky.cz	53
Graf 13 Výskyt přímé a nepřímé řeči Miloše Zemana	55

Seznam příloh

Příloha 1 Seznam článků ze serveru iDnes.cz použitých jako příklady v kapitole 4.....	66
Příloha 2 Seznam článků ze serveru Novinky.cz použitých jako příklady v kapitole 4	70

Přílohy

Příloha 1 Seznam článků ze serveru iDnes.cz použitých jako příklady v kapitole 4

IDNES.CZ. *Komentář: Jaký bude Zeman na Hradě? Sprosták nebo poeta?*. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/prezidentske-volby-04g-/domaci.aspx?c=A130126_170232_domaci_jav [26.1.2013]

IDNES.CZ. *Zeman si možná bude muset zvykat na ochranu, Schwarzenberg už ji má.* Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/ochrana-budouciho-prezidenta-dj7-/domaci.aspx?c=A130123_153932 [23.1.2013]

IDNES.CZ. *Financial Times: Schwarzenberg oslovil liberální městskou mládež.* Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/financial-times-schwarzenberg-oslovil-mestskou-mladez-pi3-/zahr> [22.1.2013]

IDNES.CZ. *O Hrad bojuje Karel Havel s Milošem Klausem, píše The Economist.* Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/o-hrad-zapoli-karel-havel-a-milos-klaus-pise-britsky-the-economist-p9v-/zahranicni.aspx?c=A130118_153520_zahranicni_aha [18.1.2013]

IDNES.CZ. *Prezident není fikus v rohu, míní Zeman. Předvádění škodí, opáčil Schwarzenberg.* Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/diskuse-mezi-schwarzenbergem-a-zemanem-d9t-/domaci.aspx?c=A130117_210226_domaci_hv [17.1.2013]

IDNES.CZ. *Kdo dal kolik za hlas: Fischerová 80 haléřů, Sobotka 40 korun.* Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/efektivita-kampane-kandidatu-dj1-/domaci.aspx?c=A130112_194325_domaci_jw [13.1.2013]

IDNES.CZ. *Tři hlavní pro a tři proti, podrobné profily. Vyberte si koho zvolit.* Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/pro-a-proti-u-kandidatu-07n-/domaci.aspx?c=A130109_143910_domaci_jw [11.1.2013]

IDNES.CZ. *Šlouf: v kampani jsem Zemanovi radil jen dílčí věci, na Hrad s ním nejdu.* Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/prezidentska-volba-a-lobbista-miroslav-slouf-fam-/domaci.aspx?c=A130126_200009_domaci_jav [26.1.2013]

IDNES.CZ. *Zeman: Pro Nečasovu vládu by bylo lepší, aby se konaly předčasné volby.* Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/prima-volba-prezidenta-073-/domaci.aspx?c=A130126_203727_domaci_jav [26.1.2013]

IDNES.CZ. *Komentář: Lidé nechtěli na Hrad ministra z vlády, ze které se mají hůř.*

Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/vitezstvi-milose-zemana-glosa-de7-/domaci.aspx?c=A130126_171135_dom> [26.1.2013]

IDNES.CZ. *Uvidíme se v lepších časech, nesnížil jsem se ke lžím, řekl Schwarzenberg.*

Dostupné z: <<http://zpravy.idnes.cz/reakce-schwarzenberga-na-prohu-se-zemanem-fg2-/domaci.aspx?c=A13012>> [26.1.2013]

IDNES.CZ. *Lobbista Šlouf přiznal, že Zemanovi pomáhal s předvolební kampaní.*

Dostupné z: <<http://zpravy.idnes.cz/lobbista-slouf-priznal-ze-radil-zemanovu-tymu-s-predvolebni-kampani-26.1.2013>> [26.1.2013]

IDNES.CZ. *Zvítězila pravda a láska nad lží a nenávisť, řekl Klaus k výhře Zemana.*

Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/prezidentske-volby-04g-/domaci.aspx?c=A130126_171414_domaci_jav> [26.1.2013]

IDNES.CZ. *A je to v troubě. Internet zaplavilo zklamání ze Zemanova vítězství.*

Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/prezidentske-volby-socialni-site-dln-/domaci.aspx?c=A130126_155> [26.1.2013]

IDNES.CZ. *Plzeňan hlasoval pro dědice Habsburků, lístek si vyrobil sám.*

Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/prezidentske-volby-v-plzni-dfn-/domaci.aspx?c=A130126_120454_pl> [26.1.2013]

IDNES.CZ. *Zemana přijel podpořit lobbista Šlouf, odboráři i umělci.*

Dostupné z: <<http://zpravy.idnes.cz/cekani-na-vysledky-voleb-v-zemanove-stabu-flw-/domaci.aspx?c=A1>> [26.1.2013]

IDNES.CZ. *V Čimelicích je ticho. Příznivcům knížete zkazil náladu i autobus lyžařů.*

Dostupné z: <<http://zpravy.idnes.cz/druhe-kolo-prezidentskych-voleb-v-cimelicich-fnw-/domaci.aspx?c>> [26.1.2013]

IDNES.CZ. *Miloš Zeman: Chci být hlasem všech Čechů, se mnou se vrátí zákon.*

Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/druhe-kolo-prezidentskych-voleb-v-cimelicich-fnw-/domaci.aspx?cci.aspx?c=A130126_160126_domaci_im> [26.1.2013]

IDNES.CZ. *Slováci: Zeman je gospodin prezident. I díky Schwarzenbergově pasivitě.*

Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/cesko-prezident-volby-ohlasy-djb-/zahranicni.aspx?c=A130126_174459_zahranicni_pul> [26.1.2013]

IDNES.CZ. *Masaryk rozhodl o Škodovce. Havel v Plzni slavil osvobození, podívejte se.*
Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/prezidenti-v-plzni-0au-/domaci.aspx?c=A121128_125927_plzen-zpravy_pp> [26.1.2013]

IDNES.CZ. *Zeman, nebo kníže? Volby strhly sázkaře. Ve hře jsou i statisíce korun.*
Dostupné z: <<http://zpravy.idnes.cz/sazkari-velky-zajem-volba-prezidenta-vysoke-sazky-f8f-/domaci.aspx?c>> [26.1.2013]

IDNES.CZ. *Přehledně: Kampaní cloumaly dekrety, amnestie i výpady Klausových.*
Dostupné z: <<http://zpravy.idnes.cz/jaka-temata-ovladla-kampan-pred-vobou-prezidenta-f60-/domaci.aspx?c>> [25.1.2013]

IDNES.CZ. *Lidé si kopírují voličské průkazy, obrátil se Zemanův tým na vnitro.* Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/volebni-tym-zemana-stiznost-na-vnitro-dh3-/domaci.aspx?c=A130125_155> [25.1.2013]

IDNES.CZ. *Server iDNES.cz přichystal na druhé kolo voleb speciální přílohu.* Dostupné z: <<http://zpravy.idnes.cz/zaver-prezidentskeho-klani-prinese-idnes-opet-on-line-ppp-/domaci.as>> [24.1.2013]

IDNES.CZ. *Zeman slibuje venkovu i Praze. Ne, v našem inzerátu, tvrdí mluvčí kampaně.*
Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/zeman-si-protireci-v-kampani-dgj-/domaci.aspx?c=A130124_171051_domac> [24.1.2013]

IDNES.CZ. *Neúspěšný kandidát Franz dá ve druhém kole hlas Zemanovi.* Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/franz-da-hlas-zemanovi-06t-/domaci.aspx?c=A130124_172057_domaci_jj> [24.1.2013]

IDNES.CZ. *Prezidentští jestřábi? V bezpečnosti se Schwarzenberg a Zeman shodují.*
Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/zeman-a-schwarzenberg-k-bezpecnosti-a-armade-fmp-/zpr_nato.aspx?c> [24.1.2013]

IDNES.CZ. *Vlastenci, volte Zemana, burcuje severočeská ČSSD. Prý kvůli dekretům.*
Dostupné z: <<http://zpravy.idnes.cz/cssd-v-usteckem-kraji-podporila-zemana-dy0-/domaci.aspx?c=A130123>> [23.1.2013]

IDNES.CZ. *Zeman a Schwarzenberg rozdělili Šumavu svými názory na boj s kůrovcem.*
Dostupné z: <<http://zpravy.idnes.cz/prezidentsti-kandidati-rozdelili-sumavu-nazory-na-kurovce-p4h-/dom>> [23.1.2013]

IDNES.CZ. *Štěpení ČSSD po volbě na Hrad nebude, ví to ode mě i Zeman, řekl Hašek.* Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/hasek-odmita-stepeni-cssd-i-zeman-vi-ze-podpori-sobotku-pg8-/domac> [22.1.2013]

IDNES.CZ. *My budeme volit Schwarzenberga, vzepřeli se Fischerovi poradci.* Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/poradci-jana-fischera-budou-volit-schwarzenebrga-fbb-/domaci.aspx> [22.1.2013]

IDNES.CZ. *Zeman: Já jsem si, na rozdíl od jiných, nenakradl nikdy ani korunu.* Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/rozhovor-idnes-cz-se-zemanem-pred-volbou-prezidenta-f9d-/domaci.as> [22.1.2013]

IDNES.CZ. *Od vedení ODS se distancoval Boris Šťastný. Bude volit Zemana.* Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/poslanci-ods-a-volba-prezidenta-d3q-/domaci.aspx?c=A130115_162416 [15.1.2013]

IDNES.CZ. *Komentář: Zeman se nemá proč zlobit. S Mečiarom má mnoho společného.* Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/meciar-zeman-sme-volby-06s-/domaci.aspx?c=A130114_132145_zahranicni_pul [14.1.2013]

IDNES.CZ. *Zeman vrátil dar od Mrázkova přítele. Souzený podnikatel mu dal pět tisíc.* Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/zeman-vrati-dar-mrazkova-pritele-d4o-/domaci.aspx?c=A130114_214122_doma [14.1.2013]

IDNES.CZ. *Podle bookmakerů by se měl novým prezidentem stát Schwarzenberg.* Dostupné z: <http://sazeni.idnes.cz/bookmakeri-veri-ve-druhem-kole-prezidentskych-voleb-schwarzenbergovi-1z> [13.1.2013]

IDNES.CZ. *Zeman na Hrad, přejí si Slušovice. Lidé dali na Čubovo doporučení.* Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/prezidentske-volby-ve-slusovicich-vyhral-zeman-diky-cubovi-plm-/domaci> [14.1.2013]

IDNES.CZ. *Zeman bude chtít dál rozbít ČSSD a vyřizovat si účty, míní Dienstbier.* Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/zeman-by-podle-dienstbiera-cssd-z-hradu-dal-skodil-f78-/domaci.aspx?c=A> [14.1.2013]

IDNES.CZ. *ČSSD nepřímo podpořila Zemana do druhého kola volby.* Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/cssd-podporila-zemana-na-hrad-djd-/domaci.aspx?c=A130112_200048_domaci [12.1.2013]

IDNES.CZ. *Favorit voleb mluví drsně a kouří jednu za druhou, píše Britové.* Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/zahranicni-deniky-komentuji-prezidentske-volby-fu5-zahranicni.aspx?c=A> [12.1.2013]

IDNES.CZ. *Za volební lístky Zemana a Fischera dostali v Plzni lidé slevu.* Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/prezidentske-volby-v-plzni-dfn-domaci.aspx?c=A130112_090802_plzen-zpra [12.1.2013]

IDNES.CZ. *Pozdrav od Zemana byl uvnitř novin Kraje Vysočina prý nedopatřením.* Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/z-krajjskych-novin-vypadl-milos-zeman-jde-pry-o-nedopatreni-par-domaci> [25.1.2013]

IDNES.CZ. *Klaus označil výsledek volby za debakl pravice a prohru ODS.* Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/klaus-oznacil-volby-za-debakl-pravice-dwb-domaci.aspx?c=A130113_103457_domaci_kop [13.1.2013]

Příloha 2 Seznam článků ze serveru Novinky.cz použitých jako příklady v kapitole 4

NOVINKY.CZ. *Fico nepodpořil Zemana a Češi si nemohli přát větší drama, píše se na Slovensku.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/zahranicni/evropa/290143-fico-nepodporil-zemana-a-cesi-si-nemohli-prat-vetsi-drama-pise-se-na-slovensku.html> [14.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Euroskepse na Pražském hradě končí, všímají si evropské noviny.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/zahranicni/evropa/290168-euroskepse-na-prazskem-hrade-konci-vsimumaji-si-evropske-noviny.html> [14.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Češi zvolí Karla Havla, anebo Miloše Klause, píše Economist.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/zahranicni/evropa/290691-cesi-zvoli-karla-havla-anebo-milose-klause-pise-economist.html> [18.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Aristokrat s motýlkem oslovil městskou mládež, je z jiného světa.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/zahranicni/evropa/290980-aristokrat-s-motylkem-oslovil-mestskou-mladez-je-z-jineho-sveta.html> [22.1.2013]

NOVINKY.CZ. *„Grilovaný“ Zeman představil tři zásady politické kultury.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/291018-grilovany-zeman-predstavil-tri-zasady-politicke-kultury.html> [22.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Levicový prezident, nebo prezident všech, ujasňovali si kandidáti.*
Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/291124-levicovy-prezident-nebo-prezident-vsech-ujasnivali-si-kandidati.html> [23.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Budu chtít zjistit, kdo připravil amnestii, tvrdí Zeman.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/291411-budu-chtit-zjistit-kdo-pripravil-amnestii-tvrdi-zeman.html> [26.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Kanclér Weigl se Zemanem na Hradě pokračovat nebude.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/291408-kancler-weigl-se-zemanem-na-hrade-pokracovat-nebude.html> [26.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Uvidíme se v lepších časech, uzavřel poděkování voličům Schwarzenberg.*
Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/291397-uvidime-se-v-lepsich-casech-uzavrel-podekovani-volicum-schwarzenberg.html> [26.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Vítězem je Miloš Zeman.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/291377-vitezem-je-milos-zeman.html> [26.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Franz: Zeman mě v kampani zneužil.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/291332-franz-zeman-me-v-kampani-zneužil.html> [25.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Volba bude těsná, rozhodnou váhající.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/291133-volba-bude-tesna-rozhodnou-vahajici.html> [24.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Levicový prezident, nebo prezident všech, ujasňovali si kandidáti.*
Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/291124-levicovy-prezident-nebo-prezident-vsech-ujasnivali-si-kandidati.html> [23.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Zemanovi jde o vlastní prospěch, i kdyby se měl spojit s čertem, míní kardinál VLK.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/291064-zemanovi-jde-o-vlastni-prospech-i-kdyby-se-mel-spojiti-s-certem-mini-kardinal-vlk.html> [23.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Zeman se omluvil Schwarzenbergovi za řeči o hákových křížích.*
Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/291011-zeman-se-omluvil-schwarzenbergovi-za-reci-o-hakovych-krizich.html> [23.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Sázkaři věří více Zemanovi, jeden na něj vsadil milion korun.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/291007-sazkari-veri-vice-zemanovi-jeden-na-nej-vsadil-milion-korun.html> [22.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Fischer před 2. kolem voleb ocenil zemana, Schwarzenberga zkritizoval.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290881-fischer-pred-2-kolem-voleb-ocenil-zemana-schwarzenberga-zkritizoval.html> [21.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Levice by měla 120 poslanců, Schwarzenbergově TOP 09 pomohly volby.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290856-levice-by-mela-120-poslancu-schwarzenbergove-top-09-pomohly-volby.html> [21.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Zeman s Klausem tvoří mocenskou skupinu, tvrdí Schwarzenberg.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290759-zeman-s-klausem-tvori-mocenskou-skupinu-tvrdi-schwarzenberg.html> [20.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Německý a rakouský tisk oceňuje Schwarzenbergovu upřímnost k odsunu.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/zahranicni/evropa/290729-nemecky-a-rakousky-tisk-ocenuje-schwarzenbergovu-uprimnost-k-odsunu.html> [19.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Liberec zvolil staronového předsedu Duška, Dienstbiera místopředsedou nechce.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290603-liberec-zvolil-staronoveho-predsedu-duska-dienstbiera-mistopredsedom-nechce.html> [17.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Zeman: Klausova názoru si vážím.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290576-zeman-klausova-nazoru-si-vazim.html> [17.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Zeman nebo Schwarzenberg? Koho budou volit osobnosti.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290487-zeman-nebo-schwarzenberg-koho-budou-volit-osobnosti.html> [17.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Zemana volí pražská mafie, obul se do bývalého soka Dienstbier.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290481-zemana-voli-prazska-mafie-obul-se-do-byvaleho-soka-dienstbier.html> [16.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Zeman nabíral síly spánkem a procházkou po zasněžené Vysočině.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290425-zeman-nabiral-sily-spankem-a-prochazkou-po-zasnezene-vysocine.html> [16.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Zemanova strategie: vyburcovat levici a spojit Schwarzenberga s Nečasovou vládou.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290349-zemanova-strategie-vyburcovat-levici-a-spojiti-schwarzenberga-s-necasovou-vladou.html> [15.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Zemanovi přeběhlíci v Senátu vytvoří společný klub s komunisty.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290303-zemanovi-prebehlici-v-senatu-vytvori-spolecny-klub-s-komunisty.html> [15.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Podporovatelé Miloše Zemana.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/specialy/dokumenty/290205-podporovatele-milose-zemana.html> [15.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Schwarzenberg začne honit voliče na Moravě, zeman na internetu.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290240-schwarzenberg-zacne-honit-volice-na-morave-zeman-na-internetu.html> [15.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Zeman děsí lidi předváděním aligátora.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290129-zeman-desi-lidi-predvadenim-aligatora.html> [14.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Zeman ignoruje slovenské novináře, naštvalo ho srovnání s Mečiarom.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290115-zeman-ignoruje-slovenske-novinare-nastvalo-ho-srovnani-s-meciarem.html> [13.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Zeman by jako prezident mohl rozkládat ČSSD, miní politologové.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290109-zeman-by-jako-prezident-mohl-rozkladat-cssd-mini-politologove.html> [13.1.2013]

NOVINKY.CZ. *ČSSD doporučila volit Zemana, Hašek se s ním v Praze sešel.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290081-cssd-doporucila-volit-zemana-hasek-se-s-nim-v-praze-sesel.html> [12.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Poraženým voleb je Jan Fischer.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290065-porazenym-voleb-je-jan-fischer.html> [12.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Do druhého kola postupují Zeman se Schwarzenbergem, Fischer pohořel.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290064-do-druheho-kola-postupuji-zeman-se-schwarzenbergem-fischer-pohorel.html> [12.1.2013]

NOVINKY.CZ. *On-line reportáž: Je sečteno, k urnám přišlo 61 procent voličů.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/290046-on-line-reportaz-je-secteno-k-urnam-prislo-61-procent-volicu.html> [12.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Debata všech kandidátů přitáhla k obrazovkám nejvíce diváků.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/289965-debata-vsech-kandidatu-pritahla-k-obrazovkam-nejvice-divaku.html> [11.1.2013]

NOVINKY.CZ. *Expert: Poslední prezidentská debata neměla jasného vítěze.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/289946-experti-posledni-prezidentska-debata-nemela-jasneho-viteze.html> [11.1.2013]

NOVINKY.CZ. *On-line reportáž: O volbu prezidenta je obrovský zájem.* Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/289980-on-line-reportaz-o-volbu-prezidenta-je-obrovsky-zajem.html> [11.1.2013]