

SHRNUTÍ HLAVNÍCH ZÁVĚRŮ ANALÝZY VOLEB DO EVROPSKÉHO PARLAMENTU 2019 VE VYSÍLÁNÍ RÁDIA IMPULS

Volby do Evropského parlamentu se konaly na území České republiky ve dnech 24. a 25. května 2019.

Vzhledem k tomu, že vysílání může významným způsobem ovlivnit politickou soutěž, Rada zadala agentuře FOCUS (FOCUS – Centrum pro sociální a marketingovou analýzu, spol. s r. o.) vypracování monitoringu vysílání provozovatelů několika hlavních rádiových vysílání v České republice.

Cílem analýzy bylo odpovědět na otázku, zda vybrané pořady Rádía Impuls respektovaly ustanovení § 31 odst. 2 a 3 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Analýza poskytla datové podklady a východiska, která by měla posloužit Radě k rozhodnutí, zda předvolební vysílání jako celek, i v rámci jednotlivých pořadů, dodržovalo zásady objektivního a vyváženého informování.

Zadání analýzy zahrnovalo tyto pořady Rádía Impuls:

- **Zprávy**
- **Tři Impulsy na tělo**

Z analýzy vyplynulo, že pořady Rádía Impuls tematizovaly eurounijní problematiku s různou mírou intenzity. Zatímco se Zprávy nastolovaly erounijní agendu frekventovaně, naopak ve Třech Impulsech na tělo nebyla eurounijní problematika tematizována téměř vůbec, respektive v analyzovaných rozhovorech se vyskytlo téma voleb do EP pouze jednou. Frekvenční analýza ukázala, že ve Zprávách mělo nejsilnější zastoupení hnutí ANO, které těžilo nejen z nejvyšší agendotvornosti nejsilnější vládní strany, ale i ze své společenské relevance jako nejsilnějšího sněmovního subjektu. Nelze tak hovořit o porušení Vysílacího zákona, respektive vyváženosti.

Vzhledem k slabšímu pokrytí volební agendy nediferencovaly užití reference mezi zmíněnými subjekty tak silně jako v případě nevolební agendy. Z pohledu zadání, respektive výzkumných otázek je podstatné, že se Zprávy vyhnuly návodnému rámování EU, což odpovídá pravidlům zpravodajského žánru. Pro/proti eurounijní rámování se nevyskytlo. Z hlediska kvalitativních kritérií nedávaly analyzované pořady výraznější favorizační či defavorizační spin zpravodajským komunikátům, které referovaly o kandidujících subjektech. Vyskytovaly se jen občasné formální nesystematické dílčí nedostatky a méně závažná pochybení. Jednalo se o prezentaci informací bez uvedení jejich zdrojů, resp. nepřesné či chybějící nominace politiků.

Celkově se Zprávy držely ve věcně popisné rovině. Rozdílly ve valenci dotazů nebo tematickém rámování kandidujících subjektů nebyly signifikantní z pohledu celkového reprezentačního vyznění kandidujících subjektů. Ani v případě pořadu Tři Impulsy na tělo analýza neodhalila žádné významné profesní fauly. Moderátorka k hostům přistupovala srovnatelným způsobem. Ve všech analyzovaných dílech pořadu Tři impulsy na tělo byly respektovány nároky, které na vysílání tohoto druhu klade zákon č. 231/2001 Sb.

Jinými slovy, oba analyzované pořady udržely základní reprezentační proporce odrážející politickou váhu kandidujících subjektů a vyvarovaly se jak návodnému rámování EU, tak kandidujících subjektů. Kritéria profesní žurnalistické objektivity a vyváženosti v dikci zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, byla naplněna.

Návrhy usnesení:

Rada se seznámila s Analýzou rozhlasového vysílání Rádía Impuls před volbami do Evropského parlamentu v roce 2019.

Listopad 2019

ANALÝZA VYSÍLÁNÍ

RÁDIA IMPULS

PŘED VOLBAMI DO EVROPSKÉHO PARLAMENTU V ROCE 2019



Objednatel: Česká republika – Rada pro rozhlasové a televizní vysílání
Zpracovatel: FOCUS – Centrum pro sociální a marketingovou analýzu, spol. s r. o.

OBSAH

1. ZADÁNÍ ANALÝZY.....	4
2. TEORETICKO-METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA.....	5
2.1 Mediální obraz.....	5
2.2 Mediální rámce.....	5
2.3 Objektivita a vyváženost: operacionální vymezení	7
2.4 Výzkumné otázky.....	9
2.5 Soubor, analytická jednotka a použité metody.....	9
2.6 Metody analýzy dat	10
2.6.1 Kvantitativní analýza.....	10
2.6.2 Kvalitativní analýza	11
2.7 Sběr dat, jejich zpracování, analytici a kodéři	12
3. ANALYTICKÁ ČÁST.....	13
3.1 Vybrané zpravodajské a publicistické pořady Rádia Impuls a jejich analýza	13
3.1.1 Zprávy.....	144
3.1.1.1 Reprezentace EU a voleb do EP.....	144
3.1.1.2 Reprezentace kandidujících subjektů.....	16
3.1.1.3 Reference o kandidujících subjektech.....	16
3.1.1.4 Reprezentace kandidujících subjektů prostřednictvím jejich představitelů.....	199
3.1.1.5 Kvalitativní analýza profesních pochybení.....	211
3.1.2 <i>Tři Impulsy na tělo</i>	222
4. HLAVNÍ ZÁVĚRY.....	233
5. LITERATURA.....	255

1. ZADÁNÍ ANALÝZY

Objednatel RRTV formuloval základní požadavky pro předloženou analýzu následujícím způsobem (článek 1, Předmět smlouvy):

A) „Vypracování kvantitativně-kvalitativní obsahové analýzy“.

Výsledkem analýzy (...) „bude posouzení, zda ve sledovaných rozhlasových a televizních programech v předvolebním vysílání nedošlo k porušení ustanovení § 31 odst. 2 a 3 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, resp. zda předvolební vysílání jako celek, i v rámci jednotlivých pořadů, dodržovalo zásady objektivního a vyváženého informování“.

B) Analýza

- a) poskytne informace o tom, jaký prostor byl ve vysílání poskytnut jednotlivým kandidujícím subjektům, resp. jejich zástupcům, s jakými konotacemi a v jakých konkrétních kontextech (výstupy musí být vztaženy jak obecně ke zpravodajství a publicistice, tak k jednotlivým cyklickým řadám pořadů, a v odůvodněných případech, které vyplynou z analytického zpracování, případně k jednotlivým pořadům);
- b) poskytne informace o tom, jak bylo pracováno s informacemi a se zdroji, zda byla důsledně oddělována fakta a komentáře a jaká byla míra konfrontačnosti svědčící o možné ztrátě neutrality či dokonce podjatosti, resp. zda ve vysílání nebylo možné vysledovat prvky či postupy, které by byly prostředkem manipulace za účelem poškodit nebo naopak prospět některému kandidujícímu subjektu (při odhalení takových prvků je nutno je popsat a zasadit do vysvětlujících kontextů);
- c) umožní komplexní vyhodnocení, zda program, resp. provozovatel vysílání, v rámci předvolebního vysílání poskytl objektivní, vyvážený a nestranný obraz všech kandidujících subjektů, resp. jejich představitelů (při odhalení pochybení je nutné tento nedostatek popsat, zasadit do vysvětlujících kontextů a adekvátně argumentačně podložit).

Analýza je strukturována do tří základních částí. Po expozici (a) teoreticko-metodologických východisek následuje (b) analytická část, rozdělená do několika podkapitol věnovaných samostatně zadaným pořadům, (c) zjištění analýzy shrnují hlavní závěry, které v několika stručných tezích odpovídají na otázky formulované objednatelem. Jinými slovy, předložená analýza poskytuje datové podklady, které by měly posloužit RRTV ČR k informovanému zodpovězení otázky, zda analyzované pořady jako celek, i jednotlivě, respektovaly ustanovení § 31 odst. 2 a 3 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, respektive zda dodržovaly zásady objektivního a vyváženého informování.

Na základě zadání RRTV byly analýze podrobeny následující pořady odvysílané Rádiem Impuls ve zvoleném období:

- Zprávy
- Tři Impulsy na tělo

2. TEORETICKO-METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA

2.1 Mediální obraz

Základní teoretické předpoklady analýzy vycházejí z koncepce **mediálního obrazu**, respektive ze zákonitostí, které determinují jeho formování. Pro mediální obraz je určující to, že reprezentuje abstraktní kvalitu nebo ideu, která vznikla na základě určité manipulace se symboly, respektive znaky do komplexnějších komunikátů (například zpráv, reportáže či komentáře apod.), které vždy více či méně preferují, jak by mohli/měli mediální konzumenti daný obsah číst. Mediální obraz má povahu typifikovaného, zjednodušeného symbolu či přesněji znakové sestavy, která reprezentuje konkrétní objekty a události, do kterých se promítají představy, postoje, názory a zkušenosti jak jejich tvůrců, tak i konzumentů (Volek, 2013). Teorii mediálního obrazu tak budeme v naší analýze používat k výkladu procesu rekonfigurace a remediace zdánlivě snadno uchopitelné reality do podoby zpravodajsko-publicistických komunikátů.

Mediální obraz kandidujících subjektů jsme operacionálně definovali jako výsledkem synergického působení dvou dílčích tematických prvků (subagend):

(a) reprezentace předvolební aktivity kandidujících subjektů (aktérů) z pohledu jejich vlastní (před)volební aktivity (například tiskové konference, předvolební mítinky, prezentace volebního programu apod.), (b) reprezentace kandidujících subjektů/aktérů, která netematizuje jejich (před)volební chování, ale odráží jejich běžnou nevolební (parlamentní, stranickou, vládní) politickou aktivitu. V ideálním případě tak reprezentoval mediální obraz kandidujících subjektů souhrn jejich volební a mimovolební reprezentace. Často ale byl jen výsledkem reprezentace jejich mimovolebních aktivit.

2.2 Mediální rámce

Mediální obraz tvoří vedle dílčích kvantitativně zachytitelných atributů reprezentovaných subjektů (v daném případě politických stran a hnutí, respektive jejich představitelů) i způsob jejich zarámování, které příjemce, více méně bez jeho vědomí k dekódování, o kterém se domnívá, že je jeho svobodným produktem. Jde de facto o meta-komunikativní součást procesu transformace události (event) do zpravodajského obsahu (news), v jehož rámci dochází k determinaci recepčního chování příjemce obsahu. Entman (1993) vychází z toho, že zarámovat nějakou událost „*znamená vybrat některé aspekty vnímané reality a zvýznamnit je v komunikovaném textu takovým způsobem, aby prosazovaly určitou definici problému, kauzální interpretaci, morální hodnocení a/nebo doporučení*“ (Entman, 1993).

V předložené analýze chápeme mediální rámcování jako meta-komunikativní úroveň komunikace (Bateson, 1954, Van Gorp, 2005), která vede mediální konzumenty k tomu, jak mají číst a hodnotit zpravodajské a publicistické obsahy. Jinými slovy, rámce poskytují členům publika návod k tomu, jak využít vlastní zkušenost (Goffman, 1974) tak, aby dávala smysl recipovaným mediálním obsahům. Mediální rámce tak umožňují redukovat komplexní realitu a vytvářejí de facto schémata sloužící k její interpretaci.

Svou roli zde hraje i vlastní mediální zpravodajský provoz, který činí z rámců výsledek konkrétních sociálních a rutinizovaných procesů, k nimž se individuální jednání novináře vztahuje (Vliegthart, van Zoonen 2011: 105). Jinými slovy, rámce v tomto smyslu propojují témata a problémy, respektive určují, která témata k sobě patří, a kdy je vhodné je použít. V analýze vycházíme zvláště z předpokladů Todda Gitlina (2003), který chápe mediální rámce jako interpretační vzorce sloužící rutinní organizaci mediální reality, již prezentuje příjemcům postrádajícím přímou zkušenost, jako přirozenou. Jde o vodítka, nápovědi čtenářům, divákům, posluchačům, jak mají interpretovat a hodnotit dané obsahy. Bateson (2006) i Goffman (1974) se shodují v tom, že interpretační rámec určuje definici situace i lidskou reakci na ni. Persuazivní efektivita mediálních rámců byla opakovaně experimentálně potvrzena (Kahneman, Tversky 1984; Iyengar, Kinder 2010).

Identifikace, popis a analýza mediálních rámců byla využita pro finální odpověď na základní otázku, zda byla dodržena kritéria objektivity a vyváženosti. Soustředili jsme se proto na proces zvýznamňování nebo naopak potlačování relevantních informací, postojů a hodnot, které mohlo vést k favorizaci nebo defavorizaci kandidujících subjektů.

Vzhledem k zadané předvolební agendě jsme analyzovali vybrané obsahy i za pomoci dvou typů tematicky příslušných rámců: (a) první se týkal rámování Evropské unie, druhý (b) rámování vztahu kandidujících subjektů k EU.

A/ BINÁRNÍ RÁMOVÁNÍ EVROPSKÉ UNIE

1/ PROEVROPSKÝ RÁMEC byl kódován tehdy, pokud příspěvek napovídal konzumentům, jak mají vnímat EU a poskytoval jim argumenty, proč je třeba přijímat jí pozitivně.

2/ PROTIEVROPSKÝ RÁMEC byl kódován tehdy, pokud příspěvek napovídal konzumentům, jak je třeba vnímat EU a poskytoval jim argumenty, proč je třeba vnímat ji negativně.

B/ RÁMOVÁNÍ VZTAHU KANDIDUJÍCÍCH SUBJEKTŮ K EU

1/ NEUTRÁLNÍ RÁMEC byl kódován tehdy, pokud nebyl ve sdělení přítomen explicitní argumentovaný postoj, proč je třeba kandidaturu politického subjektu/kandidáta preferovat/odmítnout.

2/ PROEVROPSKÝ RÁMEC KANDIDUJÍCÍHO SUBJEKTU byl kódován, pokud příspěvek napovídal konzumentům, proč mají kandidáta/kandidující politický subjekt, a/nebo jeho ideje preferovat před ostatními. Uváděl, v čem spočívají jeho přednosti jako potenciálního europoslance. Toto rámování mohlo být záměrné i nezáměrné, mohlo být realizováno zvukem, resp. verbálně a/nebo obrazem.

3/ PROTIEVROPSKÝ RÁMEC KANDIDUJÍCÍHO SUBJEKTU byl kódován, pokud příspěvek napovídal konzumentům, proč nemají kandidáta/kandidující politický subjekt, a/nebo jeho ideje preferovat. Uváděl, v čem spočívají jeho slabiny z pohledu výkonu funkce europoslance. Toto rámování mohlo být záměrné i nezáměrné, mohlo být realizováno zvukem, resp. verbálně a/nebo obrazem.

2.3 Objektivita a vyváženost: operacionální vymezení

V analýze jsme se primárně zaměřili na posouzení vyváženosti a neutrality, resp. nestrannosti, respektive odvysílaného obsahu. Cílem bylo identifikovat případné de/favorizační editoriaální postupy, které se dotkly jak kandidujících politických stran, tak jejich představitelů. Favorizaci či defavorizaci chápeme v rovině explicitní i implicitní jako pozitivní/negativní hodnocení vztahující se na analyzované subjekty, v našem případě politické strany, respektive osobnosti-kandidáty, jejich aktivity či ideje. Zaměřili jsme se tak na analytický popis editoriaálních praxí konkrétních novinářů, které se přímo i nepřímo podílely na formování mediálního obrazu kandidujících subjektů.

Zpravodajství a publicistika jako specifické nástroje popisu společenských procesů jsou determinovány určitými normativními očekáváními, která na ně klade laická, ale i odborná veřejnost. Tato očekávání mají často povahu intuitivních, nepříliš strukturovaných představ, které bývají zastřešovány pojmem objektivity.

Normativní koncepce mediální (žurnalistické) objektivity vychází z předpokladu, že je jí možné dosáhnout, nebo se tomuto normativnímu horizontu alespoň přiblížit. Posuzujeme-li míru novinářské objektivity, vždy de facto hodnotíme, jakým způsobem novináři shromažďují, zpracovávají, třídí a šíří informace a jak se to projevuje ve finální podobě mediálních obsahů. Vycházeli jsme z takového pojetí žurnalistické objektivity, které akcentuje:

- a) poskytování **dostatečně širokého spektra názorů** na mediovanou problematiku,
- b) poskytování **rovnocenného prostoru** zastáncům jednotlivých názorových proudů či politických stran a veřejných institucí.

Analýza pracuje s operacionálním vymezením dvou klíčových kategorií:

- a) **profesní (žurnalistické) objektivitu**, chápané jako teoretický, ideálně typický koncept, který poslouží k posouzení, zda byl dodržen zákon, resp. ustanovení § 31 odst. 2 a 3 zákona č. 231/2001 Sb.
- b) **editoriaální (žurnalistické) vyváženosti**, kterou budeme chápat jako kvantitativně analyticky popsatelné chování zpravodajských médií ve vztahu k předmětu zadané analýzy – reprezentace politických subjektů v předvolební kampani.

Oba koncepty představují v české mediální legislativě, respektive v různých podzákoných normách a kodexech, klíčová kritéria, podle kterých bývá posuzováno chování domácích médií. Možnosti jejich měření, respektive objektivifikace, jsou dlouhodobě diskutovány a často zpochybňovány, a to jak z pohledu teoretického, tak i metodologického.

Hledání co nejpřesnějšího vymezení obou kategorií je předmětem dlouhodobého sporu, který se v zásadě týká otázky, do jaké míry je metodologicky korektní normativně měřit objektivitu symbolicky konstruovaných, tedy vždy subjektivně zatížených lidských komunikátů. Tato diskuse de facto neskončila, respektive oba tábory – skeptický i normativistický – stojí na svých pozicích, a výsledkem tohoto stavu je kompromisní akceptace obou kategorií v mediální legislativě. Tento stav se ostatně projevuje nejen v domácí mediální legislativě, která de facto

nenabízí dostatečně přesné operacionální definice, podle kterých by bylo možné systematicky a opakovaně posuzovat naplnění obou kritérií.

Jinými slovy, domácí mediální legislativa nechává formulaci operacionálních definic obou kategorií na konkrétní analýze, a to s vědomím, že objektivita (zvláště ta žurnalistická) představuje ve společenských vědách cosi velmi těžko uchopitelného, respektive situačně podmíněného. I v naší analýze tak budeme využívat obě operacionální definice objektivit a vyváženosti ve vazbě na podmínky určené Zadávací dokumentací, respektive strukturou výběrových souborů.

Pro každou analýzu testující naplňování kritérií objektivit a vyváženosti znamená absence předem daného vymezení nutnost, aby si operacionální definici formulovala ad hoc, a to vzhledem k dané agendě, typu pořadů apod. Tato volnost sice zpochybňuje striktně objektivistický, pozitivistický předpoklad univerzální srovnatelnosti použitých měřících nástrojů, má ale své opodstatnění v tom smyslu, že umožňuje vyhnout se mechanické volbě indikátorů a poskytuje prostor pro tvůrčí, zkušenostně založenou tvorbu operacionálně adekvátních indikátorů. To ale současně vede k tomu, že každá podobná analýza pracuje vždy s poněkud odlišným teoretickým i metodologickým instrumentáři, respektive s jeho aplikací.

Žurnalistická objektivita bývá chápána v tomto smyslu jako rutinní novinářská praxe, která umožňuje odrážet reprezentovanou skutečnost zveřejňováním:

- a) všech relevantních,
- b) věcně správných a
- c) nezkrácených (tj. úplných) informací, jež
- d) musí být komunikovány tak, aby byla jasně oddělena fakta od názorů.

Různí autoři rozlišují ne zcela totožná kritéria objektivit, ale v zásadě se shodují v tom, že podmínkou objektivního referování o sociálních jevech je dodržení:

- a) faktičnosti (pravdivosti, informativnosti, relevance) a
- b) nestrannosti, která je sycena kategoriemi vyváženosti a neutrality.

Pro cíle této analýzy jsme využili Westerstahlovu (1983) definici, kterou jsme modifikovali tak, aby ji bylo možné aplikovat na analýzu zadaného obsahu. Westerstahl nahlíží na objektivitu z pohledu **faktičnosti a nestrannosti mediálního výstupu**. V prvním případě bývá posuzována *pravdivost, informativnost a relevance obsahu*, které nelze testovat jinak než komparací a pozorováním v terénu. Jakkoliv jsou možnosti tohoto „testování reality“ obecně omezené, jak ukázaly studie GUMG (Eldridge, 1993; Philo, 1995), pokusili jsme se v kvalitativní části zachytit, popsat a vysvětlit podstatu případných:

- a) informačních zkreslení,
- b) nezáměrných věcných pochybení,
- c) záměrných manipulativních propagandistických či dezinformačních praxí.

Kvantitativní analýza se tak soustředila na:

a) **vyváženost**, respektive proporcionální zastoupení politických stran, hnutí, koalic a kandidátů z pohledu vybraných zpravodajských a publicistických pořadů,

b) **žurnalistické rutinní postupy** užívané ve zpravodajství a publicistice při **vytváření obrazů** kandidujících politických stran či hnutí a jejich představitelů.

2.4 Výzkumné otázky

Analýza věnovala pozornost tomu, **do jaké míry byl kandidujícím subjektům umožněn srovnatelný přístup do vysílání**: (a) formou **přímého zprostředkování** jejich komunikačního jednání, (b) a/nebo formou **institucionalizace** jejich postojů a názorů s cílem identifikovat případné de/favorizace kandidujících subjektů nebo idejí, které komunikovaly.

Analýza tak zodpoví následující otázky:

Kvantitativní analýza:

- I. **Byly z pohledu frekvenční analýzy reprezentovány kandidující subjekty vyváženě?**
- II. **Byl obraz politických stran, respektive jejich představitelů výsledkem objektivní, nestranné editoriaální praxe?**
- III. **Do jakých interpretačních rámců vkládaly vybrané pořady kandidující subjekty, a to zvláště v optice jejich de/favorizace?**

Kvalitativní analýza:

- I. **V čem spočívala případná de/favorizace mediálního obrazu kandidujících subjektů?**
- II. **Jaké atributy kandidujících subjektů zvýznamňovala analyzovaná média, pokud bylo možné hovořit o jejich de/favorizaci?**

2.5 Soubor, analytická jednotka a použité metody

Analýza bude prezentovat výsledky vyčerpávajícího šetření. Nebude tudíž využita žádná z výběrových procedur, analyzovány budou všechny zadané pořady, respektive relevantní příspěvky, které sledované pořady odvysílaly. Přesnost závěrů je v tomto případě vyšší než v případě analýz, které pracují s pravděpodobnostně konstruovanými soubory.

Základní analytickou jednotkou bude obrazový nebo zvukový příspěvek, který tematizoval problematiku voleb do EP, respektive zabýval se:

- a) primárně danou agendou v rovině hlavního tématu příspěvku,
- b) volbami do EP v podobě tematické sub-agendy, která byla součástí jiné dominantní agendy, kterou rozvíjel či doplňoval,
- c) chováním kandidujícího politického subjektu a/nebo jeho představitelů, v tzv. nevolebním kontextu (nebyly zmíněny explicitně volby do EP).

Příspěvek definujeme jako obrazovou nebo zvukovou stopu, resp. audiovizuální stopu, která je zvukově nebo tematicky oddělena od předcházejícího a následujícího příspěvku.

Při aplikaci kvalitativní analýzy byla využita jako hlavní analytická jednotka promluva (komentář, otázka, replika).

Analýza tak využívala jak kvantitativní, tak i kvalitativní postupy. Vzhledem k rozsahu zadaného materiálu představoval těžiště analýzy kvantitativní popis. V první fázi se primárně zaměříme na druhou složkou objektivitu, kterou Westerstahl označuje jako **nestrannost**, a jež zahrnuje kritérium *vyváženosti*, jak s ním pracuje výše uvedená domácí legislativa a kodexy.

2.6 Metody analýzy dat

Vzhledem k obsahové, žánrové a formátové heterogenitě analyzovaného materiálu byla zvolena kombinace kvantitativních a kvalitativních metod, které se doplňovaly, resp. vykrývaly dílčí poznávací omezení jednoho i druhého přístupu. Jako **výchozí metoda**, která propojí analýzu všech pořadů, byla použita **obsahová analýza** v její **kvantitativní i kvalitativní podobě**, která zohledňuje a kombinuje časový, typový i případový přístup (Krippendorff, 2004 a Neuendorf, 2002). Z pohledu základních cílů spočívají přednosti obsahové analýzy především v tom, že umožňuje kategorizovat a kvantifikovat relevantní proměnné a jejich indikátory v rozsahu, který nejsou kvalitativní metody výzkumu schopny pokrýt.

2.6.1 Kvantitativní analýza

Aplikace kvantitativní části obsahové analýzy probíhala v následujících krocích:

- (a) V první fázi analýzy byly převedeny do operacionální, měřitelné podoby sledované indikátory tak, aby v rámci sledovaných programů umožňovaly měřit objektivitu, respektive vyváženost jednotlivých příspěvků, a to jak celé „předvolební agendy“, tak z pohledu reprezentace jednotlivých politických stran, hnutí a koalic,
- (b) v druhém kroku tyto měřitelné proměnné rozdělíme do subcelků, z nichž každý bude představovat jeden atribut indikující naplňování sledovaných kritérií objektivitu, respektive vyváženosti a nestrannosti. V rámci analýzy zpravodajských a publicistických pořadů budeme pracovat s následujícími indikátory:

A) PŘÍSPĚVEK

- TÉMA (dominantní/vedlejší motiv, který strukturoval předvolební agendu – otevřená otázka, kategorizovaná zpětně)
- STOPÁŽ (v sekundách)
- TYP PŘÍSPĚVKU (podle žánrového členění)

B) MLUVČÍ

- TYP (moderátor, reportér, komentátor, expert, vox pop apod.)
- SOUND BITE (čistá stopáž promluvy)
- STRANICKÁ A PROFESNÍ IDENTIFIKACE (politik, expert, vox pop apod.)
- PŘÍTOMNOST HODNOTÍCÍCH SOUDŮ VŮČI KANDIDÁTOVI

C) VOLBY

- POČET PŘÍSPĚVKŮ A JEJICH DISTRIBUCE (frekvence příspěvků věnovaných volbám a jejich rozložení v čase)
- STOPÁŽ (časové pokrytí agendy voleb jako celku)
- TEMATICKÉ INTERPRETAČNÍ RÁMCE

D) STRANY, Hnutí, KOALICE A KANDIDÁTI

- SOUND BITE (čistá stopáž promluvy všech „stranických promluv“, zvukových výstupů kandidátů, live i záznamů, v daném příspěvku)
- REFERENCE A JEJICH HODNOCENÍ (počet všech výpovědí o politickém subjektu v analyzovaných příspěvcích)
- CHARAKTERISTIKY A HODNOCENÍ STRANY/KANDIDÁTA (osobnostní, programové a ideové charakteristiky, favorizace/defavorizace formou hodnotících promluv/ soudů, které byly prosloveny moderátorem, reportérem, komentátorem nebo hosty).

2.6.2 Kvalitativní analýza

Pro kvalitativní analýzu platí, že důkazem významu určitého jevu není jeho frekvenční nasycenost, ale identifikace významových akcentů, které mluvčí/novináři připisují aktérům komunikace, respektive jejich promluvám. Jinými slovy, kvalitativní analytické techniky se nemohou zabývat otázkami „co?“ a „kolik?“, jak to činí kvantitativní perspektiva, ale zaměřují se na významy, akcenty a kontexty chování daného pořadu/žurnalisty. Naopak tyto komunikační dimenze není schopen zcela zachytit kvantitativní postup, který se soustřeďuje primárně na popis struktury jevu, respektive na analýzu jeho dimenzí.

Vzhledem k výše uvedenému jsme se zaměřili v kvalitativní části analýzy na **komunikační (konverzační) chování/promluvy/otázky, respektive výrazové prostředky, které užívali novináři ve sledovaných pořadech**. Analytickou jednotku představovala jak promluva/výrok profesionálního komunikátora (moderátora, reportéra, komentátora), tak i jeho interakce s respondenty. Cílem bylo zachytit jak artikulovaný postoj novinářů vůči politickým stranám/kandidátům, tak i jejich obraz, který z takové interakce vznikl.

Speciální pozornost jsme zaměřili na problematiku týkající se dodržování kritérií žurnalistické objektivity. Zvláštní pozornost byla věnována následujícím komunikačním situacím:

A) PROFESNÍ FAULY KMENOVÝCH ŽURNALISTŮ, kteří:

- straní politické straně/kandidátovi (přímo i nepřímo),
- snižují či zesměšňují stranu/kandidáta/y (přímo i nepřímo),
- nekorigují hosta/y, kteří poškozují kandidující stranu/kandidáta/kandidáty za použití nekorektních argumentů nebo jim naopak zjevně straní, byť byli pozváni do vysílání jako neutrální hodnotitelé.

B) VĚCNÁ POCHYBENÍ KMENOVÝCH ŽURNALISTŮ, kteří:

- vytvářejí zpravodajské artefakty stereotypizovaným popisem událostí, jež tímto způsobem mytologizují,
- uvádějí nepřesné informace,
- zkreslují informace,
- potlačují relevantní informace,
- nekorektně prezentují a interpretují data výzkumů veřejného mínění.

2.7 Sběr dat, jejich zpracování, analytici a kodéři

V rámci kvantitativní analýzy byla data kódována podle vytvořené kódovací knihy a ukládána do datové matice, která sloužila pro zpracování dat statistickým software SPSS PC. Kódování bylo realizováno zaškolenými kodéry. Pro kvalitativní analýzu byly využity polostrukturované záznamové archy.

Každý analytik/kodér pracoval na jednom relativně samostatném celku. Kontinuálně probíhala diskuse sjednocující kódování nejednoznačně kategorizovatelných obsahů s cílem posílit interkodérskou reliabilitu. V druhém stupni kontrolního kódování byl celý vzorek podroben kontrole dvou analytiků, kteří měli za úkol sjednotit zbývající případy nejednoznačného kódování.

3. ANALYTICKÁ ČÁST

Následující podkapitoly přináší přehled všech relevantních zjištění v následujícím pořadí:

- Analýza zpravodajství a vybraných publicistických pořadů.
- Analýza vybraných diskusních pořadů.
- V každém z těchto celků na úvod přinášíme základní popis indikátorů a způsobu analytické práce, v závěru dílčí shrnutí.

U všech diskusních, zpravodajských a publicistických pořadů jsme se primárně zaměřili na sledování objektivitu a vyváženosti. Detailnější popis indikátorů objektivitu a vyváženosti je součástí obou hlavních analytických celků – zpravodajsko-publicistického a diskusního.

Nejdříve se zaměříme na zpravodajské a vybrané publicistické pořady. Druhou podkapitolu věnujeme analýze vybraných diskusních pořadů.

3.1 Vybrané zpravodajské a publicistické pořady Rádia Impuls a jejich analýza

V segmentu zpravodajských a publicistických pořadů Rádia Impuls byly analyzovány tyto pořady:

- Zprávy
- Tři Impulsy na tělo

3.1.1 Zprávy

Zpravodajství Rádia Impuls bylo analyzováno ve sledovaném období (27. 4. 2019 – 25. 5. 2019). Do analýzy vstoupily zadavatelem vybrané zpravodajské relace vysílané v 1:00, 2:00, 7:00, 12:00, 17:00 a 20:00. Celkově tak bylo ve sledovaném období analyzováno 174 zpravodajských relací o délce od 2,5 do 7 minut, v průměru necelé 4 minuty. V rámci analyzovaného vysílání jsme identifikovali 193 příspěvků, které byly relevantní z hlediska kritérií, která jsme pro naši analýzu stanovili.

3.1.1.1 Reprezentace EU a voleb do EP

Agendu tematizující kontext i vlastní mediální obraz subjektů, které kandidovaly do EP jsme rozdělili do dvou hlavních dílčích subagend: (a) první, popisující problematiku fungování EU jako instituce, včetně obsahů týkajících se voleb do EP. Nezahrnovali jsme ale témata týkající se dílčí problematiky členských zemí EU, (b) druhá, rozsáhlejší subagenda zahrnovala příspěvky popisující mimovolební aktivity domácích politických subjektů kandidujících do EP. Tato subagenda vytvářela kontext kandidujícím subjektům, které zde byly popisovány většinou skrze jejich vnitropolitické aktivity, jež nesouvisely s předvolební kampaní. Logicky tak byla rozsáhlejší (zvláště u vládních stran), respektive zahrnovala více než polovinu (59 %) příspěvků referujících o kandidujících subjektech, bez vazby na jejich předvolební aktivity (tab. 1).

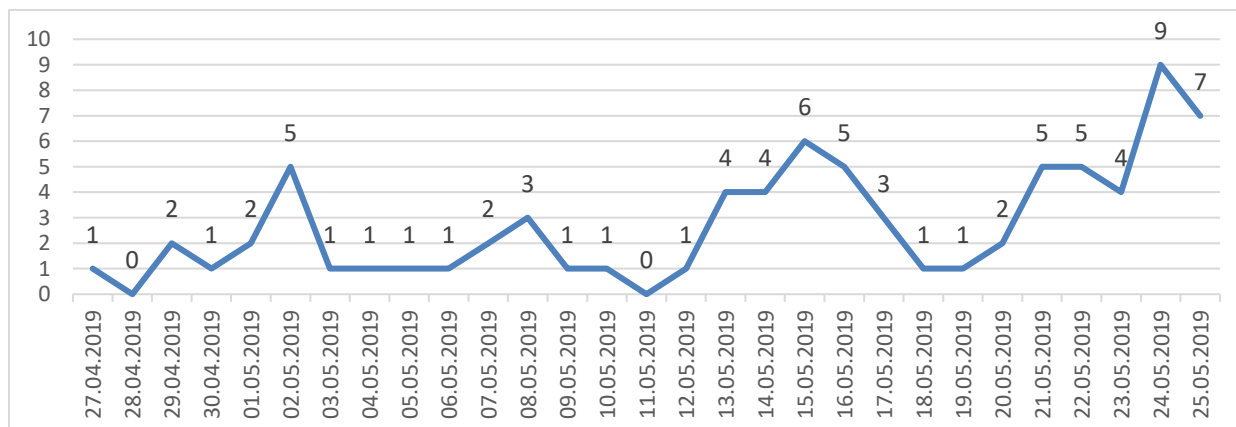
Graf 1 ukazuje, že Zprávy tematizovaly eurounijní agendu v 27 z 32 vysílacích dnů, resp. v 79 příspěvcích¹. Pokud vyjdeme z výzkumu Brosiuse a Kepplingera (1990), silná krátkodobá agenda předpokládá výskyt minimálně jednoho příspěvku k danému tématu denně v daném pořadí (pokud jde o zpravodajství v elektronických médiích). Uvedené hodnoty ukazují, že se pokrytí EU ve Zprávách přiblížilo definici silné agendy.

Tabulka č. 1: Příspěvky popisující subjekty kandidující do EP podle jejich eurounijního/mimounijního kontextuálního rámce (N = 193)

	počet	v %
unijní rámec	79	41 %
mimounijní rámec	114	59 %
celkem	193	100 %

¹ Eurounijní agendu tematizovalo 64 z 174 analyzovaných zpravodajských relací.

Graf č. 1: Rozložení příspěvků tematizujících agendu EU dle data vysílání (N = 79)



Více než polovina příspěvků (59 %), které tvořily eurounijní tematický rámec popisovalo EU, respektive její orgány a představitele. Vnitropolitická perspektiva reflektující EU se objevila ve 41 % příspěvků (tab. 2).

Tabulka č. 2: Struktura příspěvků tematizujících eurounijní rámec (N = 79)

	počet	v %
příspěvky tematizující problematiku EU	47	59 %
příspěvky tematizující domácí agendu ve vztahu k EU	32	41 %
celkem	79	100 %

Agendě voleb do Evropského parlamentu se jako hlavnímu či vedlejšímu tématu věnovalo 24 % příspěvků z celku všech odvyšlých relevantních materiálů (tab. 3).

Tabulka č. 3: Struktura příspěvků podle zacílení na volby do EP (N = 193)

	počet	v %
příspěvek tematizoval primárně volby do EP	42	22 %
agenda voleb do EP představuje vedlejší téma příspěvku	4	2 %
příspěvky tematizovaly mimovolební agendu týkající se kandidujících subjektů či EU	147	76 %
celkem	193	100 %

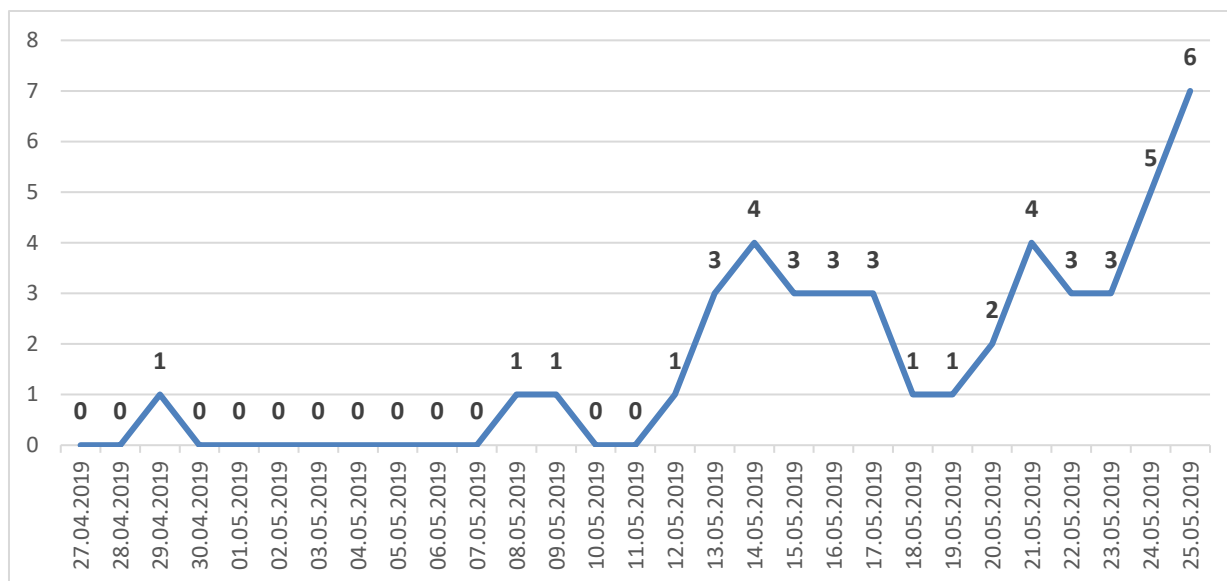
V eurounijním rámci hrála volební agenda dominantní roli a naplnila 57 % relevantních příspěvků (tab. 4). Agenda nebyla rozvíjena zcela kontinuálně, ale s několika přetržkami, které způsobily, že z 29 vysílacích dnů byly volby do EP tematizovány pouze 17krát (graf 2).

Tabulka č. 4: Tematická struktura příspěvků o EU (N = 79)

tematická struktura příspěvků o EU	počet	v %
volby do EP	45	57 %
zahraniční politika – evropská agenda	27	34 %
aktuální vnitropolitická agenda ve vztahu k EU	7	9 %
Celkem	79	100 %

Pozn.: zahrnuje pouze příspěvky, ve kterých představovala eurounijní agenda hlavní téma

Graf č. 2: Výskyt příspěvků akcentujících téma voleb do Evropského parlamentu dle data vysílání (N = 45)



Pozn.: Zahrnuje příspěvky, ve které tematizovaly volby do EP jako hlavní nebo vedlejší téma.

Z pohledu zadání, respektive výzkumných otázek je podstatné, že se Zprávy vyhnuly návodnému rámování EU, což odpovídá pravidlům zpravodajského žánru. Pro/proti eurounijní rámování zahrnující popis institucionálního chování orgánů EU, resp. chování jejich představitelů, nesl pouze jediný – proevropsky rámovaný příspěvek akcentující pozitivní vliv eurodotací.

3.1.1.2 Reprezentace kandidujících subjektů

Analýzu způsobů, jak Zprávy referovaly o kandidujících subjektech, jsme rozdělili do dvou dílčích celků. První popisuje intenzitu referencí o jednotlivých kandidujících subjektech, druhá subanalýza sledovala zastoupení představitelů jednotlivých subjektů ve vysílání, a to jak z pohledu jejich frekvenčního výskytu, tak i jejich podílu na celkové stopáži pořadu.

3.1.1.3 Reference o kandidujících subjektech

Zprávy referovaly v horké fázi volební kampaně téměř výhradně o subjektech zastoupených v Poslanecké sněmovně PČR (tab. 5). Reference o koaličních vládních stranách překročily více než polovinu všech užitých referencí (61 %). Dominovaly zmínky tematizující hnutí ANO (41 %), což odpovídá nejen nejvyšší agendotvornosti vládního subjektu, ale více méně i jeho politické síle ve sněmovně.

Vzhledem k slabšímu pokrytí volební agendy nediferencovaly užitá reference mezi zmíněnými subjekty tak silně jako v případě nevolební agendy. Bylo tomu tak i proto, že v rámci této subagendy již nelze argumentovat vyšší agendotvorností vládních stran, ale jen jejich politickou relevancí. I v rámci této volební subagendy dominovaly reference o nejsilnějším vládním subjektu ANO, což ale neplatilo pro vládní ČSSD. Rozdíly mezi parlamentními subjekty byly ale malé a více méně odpovídaly jejich politické síle. Zprávy v tomto směru udržely základní reprezentační proporce odrážející politickou váhu kandidujících subjektů.

Z pohledu vysílacího zákona je podstatné, že nejintenzivnějšího referenčního pokrytí relevantních kandidujících subjektů se dostalo vládně koaličním uskupením, která opanovala zvláště mimovolební agendu. Nelze tak hovořit o porušení zákona.

Tabulka č. 5: Počet referencí o kandidujících subjektech (N = 254)

	celkem		volby do EP jsou hlavním nebo vedlejším tématem		volby do EP nejsou hlavním nebo vedlejším tématem	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
ANO	103	41 %	18	25 %	85	46 %
ČSSD	50	20 %	6	8 %	44	24 %
ODS	37	15 %	12	17 %	25	14 %
Piráti	16	6 %	9	13 %	7	4 %
KSČM	13	5 %	6	8 %	7	4 %
SPD	10	4 %	8	11 %	2	1 %
KDU-ČSL	10	4 %	7	10 %	3	2 %
TOP 09	5	2 %			5	3 %
STAN	5	2 %			5	3 %
Koalice STAN + TOP 09	4	2 %	4	6 %		
ANS	1	%	1	1 %		
celkem	254	100 %	71	100 %	183	100 %

Podíváme-li se na tematickou strukturu referencí o kandidujících subjektech (tab. 6), vidíme vysvětlení, proč oba koaličně vládní subjekty dominovaly zpravodajské agendě Zpráv. Valná většina tematických referencí korespondovala s vládní agendou.

Tabulka č. 6: Obsahová struktura referencí (N = 254)

témata referencí	počet	v %
předvolební rozhovory	45	18 %
odvolání ministra kultury Staňka	32	13 %
jmenování Marie Benešové ministryní spravedlnosti, demonstrace + plánované změny v justici	25	10 %
problematika zdravotnictví	18	7 %
výsledky předvolebních průzkumů	11	4 %
problémy s životním prostředím, ekologie	10	4 %
zvýšení rodičovského příspěvku	10	4 %
volební kampaň, strategie stran v kampani	9	4 %
zdanění církevních restitucí	8	3 %
ekonomika, státní rozpočet, daně	8	3 %
kauzy, podvody, nevhodné chování politiků	7	3 %
zvýšení finanční podpory Grand Prix v Brně	7	3 %
jiné	7	3 %
personální změny ve vládě Andreje Babiše	7	3 %

témata referencí	počet	v %
cesta poslance Ondráčka na Ukrajinu	6	2 %
oslavy významných událostí, vzpomínkové akce	6	2 %
volby obecně, organizace voleb	3	1 %
zahraniční politika ČR, zahraniční cesty/setkání českých politiků	3	1 %
doprava, infrastruktura	3	1 %
zdravotní stav poslanců	3	1 %
telekomunikace, mobilní operátoři	3	1 %
zvýšení platů učitelů	3	1 %
rušení vystoupení českých umělců v Číně	3	1 %
personální změny v institucích státní správy	3	1 %
petice Pirátů proti reprezentování ČR na zahraničních summitech Andrejem Babišem	3	1 %
vnitřní problémy stran	2	1 %
regionální témata a problémy	2	1 %
téma dvojí kvality potravin	2	1 %
žalování Andreje Babiše kvůli investičnímu plánu Piráty	2	1 %
15 let vstupu ČR do EU, názory na EU	1	0 %
financování sociálních služeb	1	0 %
instituce EU a jejich fungování	1	0 %
celkem	254	100 %

Velká většina referencí měla deskriptivní, neutrální vyznění (81 %). Negativní valenci neslo jen 17 % referencí. Vzhledem ke značnému rozdílu mezi frekvenčním pokrytím vládních a opozičních subjektů v mimovolební agendě je sporné porovnávat zvláště reference s negativní/pozitivní valenci u všech subjektů. Za pozornost tak stojí jen zjištění, že vyšší podíl negativních referencí o hnutí ANO než o ČSSD (tab. 7), odpovídá obecně prokázanému vztahu mezi počtem příspěvků a podílem jejich negativity, který roste s počtem příspěvků (Lengauer, Esser, Berganza, 2012; Freedman, Goldstein, 1999). Tematizovány byly personální změny ve vládě Andreje Babiše, především změna na postu ministra spravedlnosti, na které byla dosazena Marie Benešová. Negativní tematizace se týkala také protestů proti této personální změně. Tematizováno bylo také podezření na střet zájmů předsedy hnutí ANO, které se stalo tématem i v zahraničí.

Tabulka č. 7: Valence² referencí o kandidujících subjektech: celý soubor (N = 254)

	pozitivní		negativní		neutrální		celkem	
	N	v %	N	v %	N	v %	N	v %
ANO	1	1 %	23	22 %	79	77 %	103	100 %
ČSSD			10	20 %	40	80 %	50	100 %
ODS	1	3 %	7	19 %	29	78 %	37	100 %
Piráti	1	6 %			15	94 %	16	100 %
KSČM			2	15 %	11	85 %	13	100 %
SPD			2	20 %	8	80 %	10	100 %
KDU-ČSL					10	100 %	10	100 %
TOP 09					5	100 %	5	100 %
STAN					5	100 %	5	100 %
Koalice STAN + TOP 09					4	100 %	4	100 %
ANS	1	100 %					1	100 %
celkem	4	2 %	44	17 %	206	81 %	254	100 %

Z pohledu vlastní volební agendy nediferencovala valence referencí kandidující subjekty, respektive drtivá většina referencí nesla neutrální valenci.

Analyzovali jsme též rámování kandidujících subjektů z pohledu jejich pro/proti evropského zařazení, kterým mohly Zprávy Rádia Impuls potenciálně napovídat voličům, jak jsou dané subjekty vhodné či nevhodné pro působení v EP. Vůči žádnému z uvedených subjektů nebyl takovýto ne/doporučující výkladový rámec použit.

3.1.1.4 Reprezentace kandidujících subjektů prostřednictvím jejich představitelů

Vzhledem k tomu, že většina příspěvků netematizovala domácí volební kampaň do EP, ale vnitropolitickou agendu, promítl se do „hlasitosti“ oslovených subjektů vládní bonus koaličních stran, který vedl k tomu, že nejvíce prostoru dostali ve vysílání představitelé hnutí ANO (více než 7 minut) a ČSSD (více než 4 minuty). Z celkového vysílacího času, který byl poskytnut všem kandidujícím subjektům (25 min 16 s), „komunikovali“ představitelé koalice ANO+ČSSD více než 12 minut, tj. téměř polovinu vysílacího času. Uvedená časová disproporce mezi koaličními subjekty a opozicí byla dána primárně vyšší agendotvorností vládních stran. Zprávy Rádia Impuls tak plnily povinnost zprostředkovat klíčová vládní témata a jejich nositele. (tab. 8).

Z pohledu pokrytí vlastní agendy tematizující volby do EP byly ale rozdíly mezi kandidujícími subjekty (s výjimkou hnutí ANO) minimální a více méně odrážely společenskou relevanci rozhodujících politických sil, respektive jejich zastoupení v PČR.

² Pokud porušily uvedené postupy profesně etické standardy a vedly tak k poškozování mediálního obrazu kandidujících subjektů, věnujeme se jim detailněji v následující kvalitativní analýze.

Tabulka č. 8: Počet a délka promluv zástupců kandidujících subjektů podle jejich stranické afiliace (N = 53)

	celkem		volby do EP jsou hlavním nebo vedlejším tématem		volby do EP nejsou hlavním nebo vedlejším tématem	
	počet mluvčích	celková stopáž promluv	počet mluvčích	celková stopáž promluv	počet mluvčích	celková stopáž promluv
ANO	20	7 min 42 s	4	3 min 45 s	16	3 min 57 s
ČSSD	13	4 min 29 s	1	1 min 36 s	12	2 min 53 s
ODS	6	2 min 58 s	2	2 min 0 s	4	58 s
KDU-ČSL	5	2 min 37 s	3	2 min 3 s	2	34 s
Piráti	2	1 min 39 s	1	1 min 25 s	1	14 s
SPD	2	1 min 40 s	2	1 min 40 s		
KSČM	2	2 min 0 s	2	2 min 0 s		
TOP 09	1	14 s			1	14 s
STAN	1	12 s			1	12 s
Koalice STAN + TOP 09	1	1 min 45 s	1	1 min 45 s		
celkem	53	25 min 16 s	16	16 min 14 s	37	9 min 2 s

Ze stranických představitelů byli o něco častěji osloveni lídři kandidátek. Jedinou výjimku představuje A. Babiš, který byl nejčastěji prezentovaným reprezentantem hnutí ANO. Částečně to platí i pro předsedu ČSSD J. Hamáčka. Z pohledu vlastní volební agendy počet oslovených stranických představitelů nediferencuje, jelikož jejich počet byl velmi nízký (tab. 9). Vysílací zákon ale nepředepisuje, komu mají věnovat média pozornost z pohledu stranické hierarchie. Nelze proto hovořit o jeho porušení. Zbývá tak jen otázka, zda lze podobné slabé pokrytí hlavních referenčních figur kandidujících subjektů považovat za adekvátní naplnění zpravodajské povinnosti poskytnout veřejnosti dostatečné informace pro svobodné vytváření názoru na komunikovaný sociální fenomén – kvalitu kandidátek do EP. Z pohledu prostého srovnání času, který jim zpravodajství poskytlo, ale nelze hovořit o porušení zákona.

Tabulka č. 9: Reprezentace lídrů kandidátky a předsedů kandidujících subjektů (N = 53)

	celkem				volby do EP jsou hlavním nebo vedlejším tématem				volby do EP nejsou hlavním nebo vedlejším tématem			
	počet promluv	počet vystoupení lídra kandidátky	počet vystoupení předsedy strany	počet vystoupení ostatních představitelů	počet promluv	počet vystoupení lídra kandidátky	počet vystoupení předsedy strany	počet vystoupení ostatních představitelů	počet promluv	počet vystoupení lídra kandidátky	počet vystoupení předsedy strany	počet vystoupení ostatních představitelů
ANO	20	2	10	8	4	2	2		16		8	8
ČSSD	13	2	4	7	1	1			12	1	4	7
ODS	6	2		4	2	2			4			4
KDU-ČSL	5	3	2		3	3			1			1
Piráti	2	1		1	1	1			1			1
SPD	2	2			2	2			1	1		
KSČM	2	2			2	2						
TOP 09	1			1								
STAN	1	1							2		2	
Koalice STAN + TOP 09	1	1			1	1						
celkem	53	16	16	21	16	14	2		37	2	14	21

3.1.1.5 Kvalitativní analýza profesních pochybení³

Profesní, respektive rutinní nedostatky Zpráv Rádia Impuls lze charakterizovat následujícím způsobem:

A/ nekorektní interpretace (např. zveličování...)

Bulvarizující, přehnaná charakteristika profesního jednání ministra dopravy:

„Nový ministr dopravy řadí. V. Kremlík odvolal generálního ředitele ŘSD.....“ (4. 5. 2019, relace 2:00, 0:48).

B/ nedostatečný odkaz na zdroj tvrzení (odkaz na zdroj neuveden nebo uveden nepřesně)

Moderátorka rozporuje tvrzení Babiše, že je řepka neškodná pro půdu. Opírá se přitom o „odborníky“, ale žádného z nich neuvádí. (12. 5. 2019, relace 20:00, 1:14), (13. 5. 2019, relace 1:00, 0:00).

³ Čas uvedený v závorce odpovídá minutě a sekundě, která uplynula od začátku vysílání.

3.1.2 Tři Impulsy na tělo

Tři Impulsy na tělo je pořad zvláštního formátu, ve kterém redaktorka Zuzana Bubílková klade hostům „tři přímé otázky“ a očekává „tři přímé odpovědi.“ Pořad je vysílán každý pracovní den v 8:20 ve třiminutové stopáži. Do analýzy vstoupilo dle zadání 8 vydání pořadu. Tabulka 10 přibližuje profesní pozici a stranickou afilii respondentů. Z osmi rozhovorů byla polovina realizována s reprezentanty parlamentních stran. Vysílatel nekomunikoval výběrová pravidla, na základě kterých byli pozváni oslovení politici, respektive reprezentanti daných politických stran a hnutí.

Tabulka č. 10: Hosté v relevantních příspěvcích pořadu

datum vysílání	host
29. 4. 2019	Ondřej Polanský, odborník na dopravu (Piráti)
30. 4. 2019	Andrej Babiš, premiér (ANO)
2. 5. 2019	Jiří Růžička, senátor a ředitel gymnázia (TOP 09)
6. 5. 2019	Alois Hadamczik, bývalý trenér české hokejové reprezentace
9. 5. 2019	Tomáš Ryšánek, starosta Štětí
13. 5. 2019	Karel „Kovy“ Kovář, youtuber
14. 5. 2019	Bohuslav Svoboda, bývalý primátor Prahy, poslanec (ODS)
23. 5. 2019	Vladimír Růžička, bývalý hokejový trenér

Ze všech analyzovaných rozhovorů se vyskytlo téma EU, respektive voleb do EP, pouze jednou, a to v rozhovoru s Karlem Kovářem. Rozhovory s reprezentanty čtyř subjektů kandidujících do EP (žádný z respondentů nekandidoval) byly vedeny srovnatelným kriticko-ironickým způsobem, který ale nikoho z respondentů neurážel, ani nezkresloval informace.

Analýza neodhalila žádné významné odlišnosti ve způsobu, jakým moderátorka k hostům přistupovala. Formální ani obsahová stránka analyzovaných rozhovorů neukázala, že by moderátorka porušovala zákon. Ve všech analyzovaných dílech pořadu Tři Impulsy na tělo byly dodrženy nároky, které na vysílání tohoto druhu klade zákon č. 231/2001 Sb.

4. HLAVNÍ ZÁVĚRY

Cílem analýzy bylo odpovědět na otázku, zda vybrané pořady Rádia Impuls respektovaly ustanovení § 31 odst. 2 a 3 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Výše uvedená analýza poskytuje datové podklady a východiska, která by měla posloužit RRTV k rozhodnutí, zda předvolební vysílání jako celek, i v rámci jednotlivých pořadů, dodržovalo zásady objektivního a vyváženého informování.

Dle zadání měla analýza poskytnout odpovědi na tři základní okruhy otázek:

- I. **Byly z pohledu frekvenční analýzy reprezentovány kandidující subjekty vyváženě?**
- II. **Byl obraz politických stran, respektive jejich představitelů výsledkem objektivní, nestranné editoriaální praxe?**
- III. **Do jakých interpretačních rámců vkládaly vybrané stanice, programy a pořady kandidující subjekty, a to zvláště v optice jejich de/favorizace?**

III. 1. Jakým způsobem reprezentovaly sledované zpravodajské a publicistické pořady kandidující subjekty, respektive docházelo v kvalitativní rovině k poškozování a nebo naopak podpoře jejich mediálního obrazu?

III. 2. V čem spočívala kvalitativní dimenze případné de/favorizace kandidujících subjektů?

III. 3. Jaké atributy kandidujících subjektů zvýznamňovala analyzovaná média, pokud bylo možné hovořit o jejich de/favorizaci?

Analyzované pořady Rádia Impuls tematizovaly eurounijní problematiku s různou mírou intenzity. Zatímco se Zprávy nastolovaly erounijní agendu frekventovaně, naopak ve Třech Impulsech na tělo nebyla eurounijní problematika tematizována téměř vůbec, respektive v analyzovaných rozhovorech se vyskytlo téma voleb do EP, pouze jednou,

Frekvenční analýza ukázala, že ve Zprávách mělo nejsilnější zastoupení hnutí ANO, které těžilo nejen z nejvyšší agendotvornosti nejsilnější vládní strany, ale i ze své společenské relevance jako nejsilnějšího sněmovního subjektu. Nelze tak hovořit o porušení Vysílacího zákona, respektive vyváženosti.

Vzhledem k slabšímu pokrytí volební agendy nediferencovaly užití reference mezi zmíněnými subjekty tak silně jako v případě nevolební agendy.

Z pohledu zadání, respektive výzkumných otázek je podstatné, že se Zprávy vyhnuly návodnému rámování EU, což odpovídá pravidlům zpravodajského žánru. Pro/proti eurounijní rámování se nevyskytlo.

Z hlediska kvalitativních kritérií nedávaly analyzované pořady výraznější favorizační či defavorizační spin zpravodajským komunikátům, které referovaly o kandidujících subjektech. Vyskytovaly se jen občasné formální nesystematické dílčí nedostatky a méně závažná pochybení. Jednalo se o prezentaci informací bez uvedení jejich zdrojů, resp. nepřesné či chybějící nominace politiků.

Celkově se Zprávy držely ve věcně popisné rovině. Rozdíly ve valenci dotazů nebo tematickém rámování kandidujících subjektů nebyly signifikantní z pohledu celkového reprezentačního vyznění kandidujících subjektů.

Ani v případě pořadu Tři Impulsy na tělo analýza neodhalila žádné významné profesní fauly. Moderátorka k hostům přistupovala srovnatelným způsobem. Ve všech analyzovaných dílech pořadu Tři impulsy na tělo byly respektovány nároky, které na vysílání tohoto druhu klade zákon č. 231/2001 Sb.

Jinými slovy, oba analyzované pořady udržely základní reprezentační proporce odrážející politickou váhu kandidujících subjektů a vyvarovaly se jak návodnému rámování EU, tak kandidujících subjektů. Kritéria profesní žurnalistické objektivy a vyváženosti v dikci zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, byla naplněna.

5. LITERATURA

- Abercrombie, N., Hill, S. & Turner, B. (1980) *The Dominant Ideology Thesis*. London: Georg Allen and Unwin.
- Bacher, J. (2002) *Cluster Analysis*. Norimberk: University Erlangen-Nuremberg. (online) Cit. 28. 4. 2013. Dostupné z: <http://www.clusteranalyse.net/sonstiges/zaspringseminar2002/lecturenotes.pdf>.
- Bateson, G. (1954) 2006 'A Theory of Play and Fantasy' in K. Salen & E. Zimmerman (Eds.) *The Game Design Reader*, (pp. 314-328). Cambridge, London: The MIT Press. (online) Cit. 3. 5. 2013. Dostupné z: http://sashabarab.com/syllabi/games_learning/bateson.pdf.
- Benoit, W.L. (2007) *Communication in Political Campaigns*. New York: Peter Lang.
- Benoit, W.L. & Airne, D. (2005) 'A Functional Analysis of American Vice Presidential Debates', *Argumentation and Advocacy* 41: 225-236.
- Benoit, W.L. & Harthcock, A. (1999) 'Functions of the Great Debates: Acclaims, Attacks, and Defenses in the 1960 Presidential Debates', *Communication Monographs* 66: 341-357.
- Benoit, W.L. & Klyukovski, A.A. (2006) 'A Functional Analysis of 2004 Ukrainian Presidential Debates', *Argumentation* 20: 209-225.
- Benoit, W.L. & Sheafer, T. (2006) 'Functional Theory and Political Discourse: Televised Debates in Israel and the United States', *Journalism & Mass Communication Quarterly* 83(2): 281-297.
- Benoit, W.L., Wen, W.-C., & Yu, T.-H. (2007) 'A Functional Analysis of 2004 Taiwanese Political Debates', *Asian Journal of Communication* 17(1): 24-39.
- Brosius a Kepplinger (1990) The Agenda-Setting Function of Television News: Static and Dynamic Views. *Communication Research*. Volume: 17 issue: 2, page(s): 183-211.
- Carragee KM (1993) A critical evaluation of debates examining the media hegemony thesis.
- Clayman, S. & Heritage, J. (2002) *The news interview: journalists and public figures on the air*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dayan, D. & Katz, E. (1992) *Media events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Ekron Z (2008) A critical and functional analysis of the mirror metaphor with reference to the media's responsibility towards society. *Global Media Journal-African Edition* 2(1): 80-87.
- John Eldridge (Ed.) *Getting the Message: News, Truth and Power* (Routledge, 1993)
- John Eldridge (Ed.) *News Content, Language and Visuals: Glasgow University Media Reader* (Communication and Society) (Paperback), Routledge, 1995.
- Entman, R. M. (1989) *Democracy without citizens: Media and the decay of American politics*. Oxford University Press on Demand.
- Entman, R. M. (1993) 'Framing: Toward clarification of a fractured paradigm', *Journal of Communication* 43 (4): 51 – 58.
- Focus (2013) Analýza předvolebního vysílání – parlamentní volby.
- Focus (2014) Analýza předvolebního vysílání – volby do EP.
- Focus (2015) Analýza předvolebního vysílání – volby do obecních zastupitelstev a do senátu.
- Focus (2016) Mediální reprezentace ukrajinské krize - analýza objektivit a vyváženosti vybraných pořadů odvysílaných ČRo v období od 1. 1. do 30. 10. 2015.

- Focus (2017) Analýza vysílání ČRo k senátním a krajským volbám 2016 - analýza objektivit a vyváženosti vybraných pořadů ČRo věnovaných senátním a krajským volbám 2016.
- Foster, S. (2010) *Political communication*. Edinburg University Press. 72
- Freedman P and Goldstein K (1999) Measuring media exposure and the effects of negative campaign ads. *American Journal of Political Science* 43(4):1189–1208.
- James J. Gibson: *The ecological approach to visual perception*. Boston: Houghton Mifflin, 1979.
- Gitlin, T. (2003) *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.
- Goffman, E. (1974) *Frame analysis*. Lebanon, NH: University Press of New England.
- Graber, D. A. (1984) *Processing the News: How People Tame the Information Tide*. New York: Longman.
- Groeling T (2013) Media bias by the numbers: challenges and opportunities in the empirical study of partisan news. *Annual Review of Political Science* 16: 129–151.
- Haug, M., Koppang, H. & Svennevig, J. (2010) 'Moderator Bias in Television Coverage of an Election Campaign with no Political Advertising', *Nordicom Review* 31 (2): 79-94.
- Horwitz RB (2005) On media concentration and the diversity question. *The Information Society* 21(3): 181–204.
- Hutchby, I. (2006) *Media Talk: Conversation Analysis and the Study of Broadcasting*. Glasgow: Open University Press.
- Isotalus, P. (2001) 'Presidential Campaigning in Finland', *World Communication*, 30(2): 5-23.
- Isotalus, P. (2009) 'Agreement and Disagreement in Focus: A Cultural Perspective on Televised Election debates', in R. Wilkins & P. Isotalus (Eds.) *Speech Culture in Finland*, (pp.191-208). Lanham, LD: University Press of America.
- Isotalus, P. & Aarnio, E. (2006) 'A Model of Televised Election Discussion: The Finnish Multi-party System Perspective', *Javnost-The Public* 13: 61-71.
- Iyengar, S., Kinder, D. R. (2010) *News that matters: television and American opinion* Chicago: University of Chicago Press.
- Kahneman, D., Tversky, A. (1984) 'Choice, values, and frames', *American Psychologist*, 39: 341 – 350.
- Karppinen K (2013) *Rethinking Media Pluralism*. New York: Fordham University Press.
- Karppinen K (2007) Making a difference to media pluralism: a critique of the pluralistic consensus in European media policy. In: Cammaerts B and Carpentier N (eds) *Reclaiming the Media: Communication Rights and Democratic Media Roles*. Bristol: Intellect Books, pp. 9–30.
- Krippendorff, K. (2004) *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Los Angeles, London: Sage.
- Kronick, J. C. (1997) 'Alternativní metodologie pro analýzu kvalitativních dat.' *Sociologický časopis* 33(1): 57-67.
- Lee, C. & Benoit, W.L. (2005) 'A Functional Analysis of the 2002 Korea Presidential Debates', *Asian Journal of Communication*, 15: 115-132.
- Lengauer, Guenther & Esser, Frank & Berganza, Rosa. (2012). Negativity in political news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*. 13. 179-202.
- Levinson, S. C. (1983) *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Manheim, J.B. & Albritton, R.B. (1984) 'Changing National Images: International Public Relations and Media Agenda Setting', *The American Political Science Review*, 78 (3): 641-657.
- Matthes, J., Kohring, M. (2008) 'The Content Analysis of Media Frames: Toward Improving Reliability and Validity', *Journal of Communication* 58 (2): 258 – 279.
- McKinney, M.S. & Carlin, D. B. (2004) 'Political Campaign Debates', in L.L. Kaid (Ed.) *Handbook of Political Communication Research* (pp. 203-234). Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Mooi, E., Sarstedt, M. (2011) 'Cluster Analysis', in *A Concise Guide to Market Research. The Process, Data, and Methods Using IBM SPSS Statistics* (pp. 237 – 284). Berlin, Heidelberg: Springer 73.
- Berlin Heidelberg. (online) Cit. 28. 4. 2013. Dostupné z: <http://www.springerlink.com/index/10.1007/978-3-642-12541-6>.
- Neuendorf, K. A. (2009) Reliability for content analysis. In A. B. Jordan, D. Kunkel, J. Manganello & M. Fishbein (Eds.) *Media messages and public health: A decisions approach to content analysis* (pp. 67-87). New York: Routledge.
- Neuendorf, K. A. (2002) *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks: Sage.
- Neuendorf, K. A., & Skalski, P. D. (2009) Quantitative content analysis and the measurement of collective identity. In R. Abdelal, Y. M. Herrera, A. I. Johnston & R. McDermott (Eds.), *Measuring identity: A guide for social scientists* (pp. 203-236). Cambridge: Cambridge University Press.
- Greg Philo (Ed.) *Industry, Economy, War and Politics: Glasgow University Media Reader: 2* (Communication and Society) (Paperback), Routledge, 1995.
- Strömbäck, J., R. Negrine, D. N. Hopmann, C. Jalali, R. Berganza, G.U.H. Seeber, J. Volek, B. Dobek, J. Mykkänen, M. Maier, B. Marinella & A. Seceleanu (2012) 'Sourcing the News: Comparing Source Use and Media Framing of the 2009 EP Elections', *Journal of Political Marketing*, 17 (2): 1-23.
- Strömbäck, J., R. Negrine, D.N. Hopmann, M. Maier, R. Berganza, J. Volek, B. Dobek-Ostrowska, J. Mykkänen, A. F. Roncarolo (2011) The Mediatization And Framing Of European Parliamentary Elections Campaigns. In M. Maier, J. Strömbäck & L. Kaid (Eds.), *Political Communication In European Parliamentary Elections* (pp. 161-175). England/USA: Ashgate Publishing Limited.
- STRÖMBÄCK, Jesper, Ralph NEGRINE, David Nicolas HOPMANN, Michaela MAIER, Rosa BERGANZA, Jaromír VOLEK, Bogusława DOBEK-OSTROWSKA, Juri MYKKÄNEN a Franca RONCAROLO. The Mediatization and Framing of European Parliamentary Elections Campaigns. In Michaela Maier, Jesper Strömbäck and Linda Kaid (eds). *Political Communication in European Parliamentary Elections*. I. England/USA: Ashgate Publishing Limited, 2011. s. 161-175, 14 s.
- Tan, P.-N., M. Steinbach, V. Kumar (2006) Cluster Analysis: Basic Concepts and Algorithms. In *Introduction to data mining*. Boston, MA: Addison-Wesley. (online) Cit. 28. 4. 2013. Dostupné z: <http://wwwusers.cs.umn.edu/~kumar/dmbook/ch8.pdf>.
- URBÁNIKOVÁ, Marína a Jaromír VOLEK. Prezidentské volby ve vysílání ČRo 1 Analýza objektivita a vyváženosti vybraných pořadů odvysílaných ČRo 1 Radiožurnál mezi 15.12. 2012 a 26.1. 2013. Praha, Rada ČRo: Český rozhlas, Praha., 2013. 134 s

- Marína URBÁNIKOVÁ a Jaromír VOLEK: Between Europeanization and De-Europeanization. A Comparative Content Analysis of the EU Agenda in the Pre-election Czech Quality Press. In XXII World Congress of Political Science, Madrid, Spain. 2012.
- Van Gorp, B. (2005) 'Where is the Frame?: Victims and Intruders in the Belgian Press Coverage of the Asylum Issue', *European Journal of Communication* 20 (4): 484 – 507.
 - VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. *Čeští novináři v komparativní perspektivě*. Praha: Academia, 2017. 386 s. Společnost, sv. 18. ISBN 978-80-200-2699-6.
 - Volek, J. (2013) 'Mediální obraz ve volební kampani: první prezidentská volba v médiích jako ritualizované (melo)drama o hledání aristokrata plebejce'. In: *Media a společnost*. Praha.
 - Volek, J. (2010) Czech Journalists After the Collapse of the Old Media System: Looking for New Professional Self-Image. In *B. Dobek-Ostrowska, M. Głowacki, K. Jakubowicz, M. Sükösd (Eds.): Comparative Media Systems. European and Global Perspectives* (pp. 171-194). Budapest: Central European University Press.
 - Volek, J. (2000) Analýza diskusních pořadů pro RRTV ČR. Brno: FSS MU.
 - VOLEK, Jaromír. Mediální obraz ve volební kampani. Prezidentská volba v médiích jako ritualizované (melo)drama o hledání aristokrata plebejce. In *Média a společnost*. Praha: Fokoláre, Pontes., 2013. s. 5-18, 14 s.
 - VOLEK, Jaromír. Czech Journalists After the Collapse of the Old Media System: Looking for New Professional Self-Image. In Bogusława Dobek-Ostrowska Michał Głowacki Karol Jakubowicz Miklós Sükösd: *Comparative Media Systems. European and Global Perspectives*. I. Budapest: Central European University Press, 2010. s. 171-194, 23 s.
 - VOLEK, Jaromír. Objektivita a vyváženost hlavních diskusních pořadů (V pravé poledne, Sedmička, Partie). In: *Zpráva o stavu vysílání a činnosti RRTV ČR*. Praha: Rada České republiky pro rozhlasové a televizní vysílání, 2000. 22 s. Výroční zpráva RRTV.
 - Woods J (2007) Democracy and the press: a comparative analysis of pluralism in the international print media. *The Social Science Journal* 44(2): 213–230.
 - Vreese, C. H. De. (2005) 'News framing: Theory and typology', *Information Design Journal* 13 (1): 51 – 62.
 - Westerstahl, J. (1983) 'Objective News Reporting', *Communication research* 10 (3): 403-424.

Přijatá usnesení a shrnutí dalšího vývoje

Usnesení přijaté dne 10. března 2020 (zasedání Rady č. 5/2020):

- Rada se seznámila s Analýzou rozhlasového vysílání Rádía Impuls před volbami do Evropského parlamentu v roce 2019.

Z analýzy vyplynulo, že v celku předvolebního vysílání, tj. sledovaných pořadů, nelze hovořit o porušení nestrannosti, respektive o systematické favorizaci či defavorizaci některého z kandidujících subjektů, a to jak z pohledu kvantitativního, tak kvalitativního. Kritéria profesní žurnalistické objektivit y a vyváženosti v dikci zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, byla naplněna. Rada se s analýzou seznámila a vzhledem k jejím závěrům nepřistoupila k dalším právním krokům.