**VÝZKUM MÉDIÍ I.**

Andrea Kloučková

Navazující magisterský program Mediální studia - distanční studium

**Nepovinný úkol č. 2 - návrh základní struktury vlastního výzkumu**

1. **VÝZKUMNÝ PROBLÉM/TÉMA**

Problematika vlivu vlastníků na agendu a obsah médií.

Nezávislá média jsou jedním ze základních pilířů dobře fungující společnosti a demokracie. Média by měla kontrolovat moc a její aktéry, zároveň nezapomínat na skupiny, které jsou nějakým způsobem znevýhodněné, přispívat ke kultivaci společnosti, a hlavně být objektivní. Můžeme se ale spolehnout, že média jsou zcela nezávislá a objektivní, když mají konkrétního vlastníka s konkrétními ekonomickými či politickými zájmy?

Do určité míry vždy bude záviset na médiích samotných, o čem a jakým způsobem budou čtenáře informovat. Ovšem podle Osvaldové (2020, s.22) zpravodajství má být pokud možno vždy přesné, vyvážené, nepředpojaté a poctivé jak při výběru, tak při ztvárnění, tak následné prezentaci. Má být nestranné, ověřené přinejmenším ze dvou nezávislých zdrojů, aktuální, včasné, jasné a srozumitelné. Je tedy možné, aby v situaci, kdy vlastník média zjevně propojuje ekonomickou, politickou a mediální moc zůstal objektivní, aby nezasahoval do agendy a jeho média nabízela čtenářům pouze vyvážené a nepředpojaté zprávy?

Největší inspirací pro volbu tématu mého výzkumu se mi při rešeršování primární literatury stala diplomová práce Ivety Štverákové (ŠTVERÁKOVÁ, Iveta. \textit{Vliv změny vlastnictví médií na obsah vybraných deníků: případ akvizice mediální skupiny MAFRA} [online].Praha,2013[cit.2020-11-13].Dostupnéz:<https://theses.cz/id/5bkf2u/>.Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Vladimíra Dvořáková.), která zvolila téma o potencionálním vlivu vlastníků médií na obsah a o změnách v obsahu po převzetí média novým majitelem a zasadila ho do konkrétní situace v České republice před a po převzetí jednoho z největších vydavatelských domu podnikatelem a politikem v jedné osobě Andrejem Babišem. Akvizice v roce 2013 přinesla a stále přináší mnoho otazníků nejen v mediálním, ale i politickém a společenském prostoru. V červnu 2013 významný český podnikatel (majitel koncernu Agrofert) a zakladatel politického hnutí ANO 2011 (od roku 2014 i ministr financí, místopředseda, a později i předseda vlády) koupil od německé společnosti RBVG (Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH) mediální skupinu MAFRA, která mimo jiné vydává deníky Mladá fronta DNES a Lidové noviny. Přestože akvizici schválil Úřad na ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS), začalo se mluvit o tom, jaký vliv to bude mít na nezávislost médií, která spadají pod vydavatelství MAFRA.1

Po přečtení zdrojů k tématu se zdá, že téma nerezonuje pouze v českých reáliích a v současné době, ale objevuje se dlouhodobě i v zahraničí a zahraniční literatuře (např. velmi napjatá situace při převzetí Wall Street Journalu mediálním magnátem Murdochem v srpnu 2007, nebo situace kolem Silvia Berlusconiho a jím vlastněných italských médií, atd..).

Domnívám se, že potencionální změny mediálních obsahů (a nejen s ohledem na změny vlastníků, ale například i s ohledem na vliv významných inzerentů) a nastolování agend je velmi zajímavé a důležité téma, které je potřeba neustále zdůrazňovat. Pokud nelze dosáhnout absolutní objektivity a nezávislosti, měla by být alespoň podporována snaha problematiku zkoumat a upozorňovat na ní. Ráda bych práci kolegyně z VŠE dále rozvedla nebo se pokusila o srovnání obsahu z jiného úhlu pohledu - nejvýhodněji se pro potřeby výzkumu asi jeví srovnávat časová období před a po akvizici, tedy před a po změně vlastníka. Vzhledem k tomu, že takový výzkum již kolegyně provedla, tak zkusím provést komparaci obsahu deníku MF Dnes s jiným českým deníkem, který nespadá pod vydavatelství MAFRA, a to v delším časovém odstupu od samotné akvizice, ale zároveň v době, kdy Andrej Babiš už zcela veřejně a viditelně nakumuloval ekonomickou, politickou a mediální moc.

1. **CÍL VÝZKUMU**

Hlavním cílem výzkumu by mělo být zjištění, zda se dá vysledovat vliv vlastníka na agendu a obsah média z hlediska jeho politických a obchodních zájmů nebo aktivit. V našem výzkumu by mělo dojít ke komparaci mediálních obsahů deníku z vydavatelství MAFRA a jiného českého deníku s podobným zaměřením.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1 **ŠTVERÁKOVÁ,** Iveta. Vliv změny vlastnictví médií na obsah vybraných deníků: případ akvizice mediální skupiny MAFRA [online]. Praha, 2013 Dostupné z: <https://theses.cz/id/5bkf2u/>.Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Vladimíra Dvořáková

1. **METODOLOGIE**

Jako výzkumná metoda bude použitá kvantitativní obsahová analýza, která je schopná popsat změnu mediálních obsahů v čase a zkoumat jakými tématy se média zabývají a jak velký prostor jim věnují. Pomocí analýzy můžeme též srovnávat různá média, což bude i náš případ.

1. **HLAVNÍ VÝZKUMNÁ OTÁZKA A JEJÍ OPERACIONALIZACE:**

**Bude se výrazně lišit mediální obraz Andreje Babiše, jeho kauz a společnosti Agrofert v deníku MF Dnes (patřící do vydavatelství MAFRA) a v jiném vybraném celostátní deníku v konkrétním období?**

**Vedlejší výzkumné otázky:**

Bude MF Dnes hodnotit Babiše spíše pozitivně v souvislosti s výkonem jeho politických funkci?

Bude MF Dnes seriózně a podrobně informovat také o kauzách spojených s Andrejem Babišem?

Bude MF Dnes o společnosti Agrofert a jeho dceřiných společnostech informovat pouze pozitivně?

**Hypotéza č. 1:** MF Dnes spadající do vydavatelství MAFRA nebude informovat o kauzách Andreje Babiše, nebo je zmíní jen okrajově (krátký článek do 100 slov). Naopak bude často a pozitivně hodnotit Andreje Babiše jako politika bez ohledu na jeho kauzy, především na střet zájmů. Pozitivních článků o Andreji Babišovi bude více než o 40% ve srovnání s druhým deníkem.

**Hypotéza č. 2:** MF Dnes bude dávat větší prostor pro pozitivní informování o holdingu Agrofert a jeho dceřiných společností, ve srovnání s druhým deníkem bude takový počet pozitivních článku o více než 40 % vyšší.

1. **MÉDIA:** MF Dnes (vydavatelství MAFRA) a deník Hospodářské noviny (vydavatelství Economia)
2. **KÓDOVACÍ JEDNOTKA:** všechny články, které zmińují Andreje Babiše jako podnikatele, Andreje Babiše jako politika, Agrofert a jeho dceřiné společnosti, Andreje Babiše v souvislosti se známými kauzami (Stb, kauza Čapí hnízdo, střet zájmu, ) ve zkoumaných denících, které se objeví na titulní straně, v rubrikách, které se věnují domácímu zpravodajství a ekonomice/byznysu.
3. **ČASOVĚ OBDOBÍ:** Mým záměrem je, aby časové období, ve kterém budeme srovnávat mediální obraz Andreje Babiše ve dvou denících zahrnovalo období, kdy byl Andrej Babiš ve střetu zájmů - byl ve vysoké politické funkci, vlastnil Agrofert a vydavatelství MAFRA, kdy tedy mohlo docházet k posunu agendy a obsahu MF Dnes v souvislosti s jeho politickými a obchodními aktivitami, navíc bude do časového rozmezí zahrnuto i období, z kterého pocházely nahrávky které usvědčovaly Andreje Babiše z ovlivňování obsahu MF Dnes.

Časové souvislosti k posouzení vybraného období:

* červen 2013 Andrej Babiš koupil vydavatelství MAFRA ( v tu dobu byl již předsedou politického hnutí ANO2011)
* 26.10. 2013 se stal poslancem Parlamentu ČR
* 29.1. 2014 se stal ministrem financí
* 3.2. 2017 převedl své firmy do svěřeneckého fondu
* 24.5. 2017 byl z postu ministra financí odvolán kromě jiného i z důvodu zveřejněných nahrávek, které ho přímo usvědčovaly z ovlivňování obsahu zpravodajství MF Dnes

Pro tento konkrétní výzkum jsem si nakonec vybrala půl roku z roku 2016 - červenec - prosinec 2016, kde se nám vše odráží a zároveň z konce roku 2016 pochází nahrávky Andreje Babiše, na kterých se dozvídáme, jakým způsobem manipuluje s informacemi.

1. **PROMĚNNÉ A JEJICH HODNOTY**

Identifikační proměnné

1. Datum
2. Medium: 1 MF Dnes

2 Hospodářské noviny

1. Počty článků: počet článků na téma Andrej Babiš

počet článků na téma Agrofert a jeho dceřiné společnosti

počet článků na téma kauzy Andreje Babiše

1. Rozsah článků: 1 krátký (do 100 slov)

2 delší (nad 100 slov)

3 dlouhý ½ tiskové strany

4 článek obsahuje fotografii

1. Umístění článku: 1 titulní strana

2 domácí zpravodajství/politika

3 ekonomika/byznys

4 názory/komentáře

Ostatní proměnné:

1. Vyznění téma Babiš a politika 1 pozitivní

2 negativní

3 neutrální

1. Vyznění téma Agrofert 1 pozitivní - (pozitivní hodnocení výrobku,

služeb, společností patřící do koncernu

Agrofert)

2 negativní - (článek zmiňuje negativní

souvislosti s probíhajícími kauzami Andreje Babiše

3 neutrální

Proměnná vyznění článku (téma Babiš/téma Agrofert) - můžeme kódovat tak, že posuzujeme články jako pozitivní, negativní, neutrální - vycházíme z toho, co se obecně považuje za pozitivní nebo negativní, resp. pozitivní a negativní výrazy a vyhodnotíme míru pozitivity a negativity následovně:

Za pozitivní článek budeme kódovat takový, kde se vyskytuje vysoká míra pozitivity,tzn. více než jeden pozitivní výraz na odstavec, resp. jeden pozitivní výraz na krátký článek. Jako negativní článek budeme kódovat takový, kde se vyskytuje vysoká míra negativity, tzn. více než jeden negativní výraz na odstavec, resp. jeden negativní výraz na krátký článek.

Pokud nebude převládat ani pozitivita, ani negativita budeme článek kódovat jako neutrální.

Vyznění článku vyhodnotíme nejdříve obecně kolik bylo celkově pozitivních, negativních a neutrálních a pak dle kategorií umístění článku.

**Seznam literatury pro vypracování základní kostry výzkumu**

ARCHER, A.M. a J. CLINTON. Changing Owners, Changing Content: Does Who Owns the News Matter for the News? *Political Communication* [online]. 2018, 35(3), 353 - 370 [cit. 2020-11-12]. ISSN 10917675. Dostupné z: doi:10.1080/10584609.2017.1375581

BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. Úvod do studia médií. Brno: Barrister & Principal, 2001. Studium (Barrister & Principal).

CÍSAŘ, Jan. Jak na výzkum v sociální vědách. Praha, 2016 Dostupné zde: https://is.muni.cz/el/1423/jaro2016/GEN507/um/cisar\_jak\_na\_vyzkum.pdf?lang=en

JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B.: Masová média. Praha: Portál, 2009

McQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2002.

OSVALDOVÁ, Barbora, ed. Zpravodajství v médiích. Vydání třetí, revidované. Praha: Karolinum, 2020.

TRAMPOTA, T., VOJTĚCHOVSKÁ, M.**:** Metody výzkumu médií. Praha: Portál, 2010, s. 99– 115,

**Ostatní prameny**

ŠTVERÁKOVÁ, Iveta. \textit{Vliv změny vlastnictví médií na obsah vybraných deníků: případ akvizice mediální skupiny MAFRA} [online].Praha,2013[cit.2020-11-13].Dostupnéz:<https://theses.cz/id/5bkf2u/>.Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Vladimíra Dvořáková