

Kapitola 7

MEDIÁLNÍ VÝSTUPY VE VEŘEJNĚPOLITICKÉM VÝZKUMU

Eva M. Hejzlarová, Magdalena Mouralová, Olga Angelovská

Mediální výstupy jsou pro veřejnou a sociální politiku a politické vědy | 261
podstatné ze dvou důvodů. Za prvé mohou představovat efektivní způsob, jak se zorientovat v určitém tématu a jeho dynamice. To se týká zejména veřejněpolitických témat, která mají svou dlouhodobější historii. Zde mohou mediální výstupy posloužit jako dobrý zdroj informací o tom, kdy se o čem hlasovalo, případně kdy padlo nějaké soudní rozhodnutí, o proběhlých výzkumech na dané téma, o aktérech, kteří se v řešení tématu angažovali, o tom, jak dlouho je téma ve veřejném prostoru. Fázi *desk research* není obvykle v metodologické literatuře věnováno tolik pozornosti, ale u výsledného výzkumu je znát, když se zanedbá. Za druhé mohou mediální výstupy sloužit jako data, s nimiž se analyticky pracuje, aby bylo možné danému tématu hlouběji porozumět.

Tato kapitola si klade za cíl spíše zpřehlednit téma mediálních výstupů jako specifického typu dat pro výzkum v oblasti politických věd. V následujících podkapitolách bude věnován prostor pro vymezení toho, co jsou mediální výstupy, a přehledu možností, jak se k nim dostat. Následně bude představen koncept nastolování agendy, který nejpropracovaněji vysvětluje vztah mezi veřejnou politikou a médií. Poté budou vysvětleny možnosti jednodušších analýz mediálních výstupů. Ačkoli je mediální debata pro veřejnou politiku důležitá, málokdy tvoří analýza mediálních výstupů jádro analýzy veřejných politik a typicky se využívá pro doplnění kontextu nebo jako dílčí kousek skládačky. V závěru budou na větší ploše představeny dva konkrétní příklady využití mediálních výstupů. Půjde o příklad Magdaleny Mouralové, který přibližuje analýzu mediálního zobrazování různých skupin u tématu inkluze ve vzdělávání a využívá teoretického konceptu sociální konstrukce cílových populací (podkap. 7.5.1), a příklad Olgy Angelovské, která analyzovala odraz diskuzí o proměně organizačně-právního postavení nemocnic za pomoci teorie tří proudů (podkap. 7.5.2). O maximální názornost se tato kapitola nicméně bude snažit v celém svém průběhu.

7.1 Co jsou mediální výstupy a možnosti práce s nimi

Jako mediální výstupy můžeme označit **psaná, zvuková a audiovizuální sdělení, která jsou produkována médii**. Tyto útvary jsou **prostorově, resp. časově ohraničené**, mají své datum vydání a často i jasného autora. Jsou šířeny prostřednictvím médií, tj. prostředků masové komunikace, které „multiplikují sdělení veřejného charakteru a rozšiřují je směrem k širokému, rozmanitému a individuálně neurčenému anonymnímu publiku“ (Halada a Osvaldová ed. 2017, 146). V této kapitole bude prostor věnován především výstupům tzv. starých médií – tištěných periodik, rozhlasu, televizi – a internetovým periodikům, která se těm starým podobají (např. internetové zpravodajské servery).

7.1.1 Textové mediální výstupy

Za textové mediální výstupy lze považovat takové výstupy, jejichž **těžištěm je psaný text** (např. zpráva, komentář). Jako textový mediální výstup můžeme ale označit také převod jakéhokoli mediálního výstupu (z rozhlasu nebo televize) do textové formy.

Tímto převodem pochopitelně dochází ke **ztrátě** řady důležitých **kontextuálních informací**. U původně tiskového mediálního výstupu ve výsledném textu často scházejí ilustrační fotografie, infografiky nebo jiný obrazový doprovod. U rozhlasových mediálních výstupů se pak převodem na prostý text ztrácí hlas, jeho rytmus, melodie a nálada a stejně tak i ruchy. U převodu audiovizuálních mediálních výstupů jsou pak „ztráty“ nejcitelnější, protože přepis televizní zpravodajské relace nebo diskuze sice zachycuje pronesená slova, ale opět nepostihuje kontext obrazu, resp. videa, který je zde podstatnější než u tištěných médií.

Tyto nedostatky je třeba mít na paměti ve chvíli, kdy s těmito „převody“ analyticky pracujeme, zároveň je nespornou výhodou snadné procesování takovýchto dat.

7.1.2 Vizualní a audiovizualní mediální výstupy

Povaze vizuálního a audiovizuálního obsahu v médiích a vztahu mezi obrazem a slovem je věnována řada teoretických pojednání mediálních studií. Pro základní přehled a orientaci v této oblasti lze doporučit publikaci *Výzkum médií. Neužívanější metody a techniky* (Sedláková 2014, zvláště srov. 343–356, 383–386).

Síla analýzy vizuálního obsahu spočívá v povaze analyzovaných dat. Obraz poutá pozornost příjemce jednoznačněji než text, jeho sdělení bývá koncentrovanější, dynamicky komunikuje s „okolním“ textem. Obraz může posilovat celkové vyznění textu, může ale i významňovat jeden argument a ostatní nechávat stranou, může také odkrývat sdělení, které v textu explicitně formulováno není.

Analýza obrazu je v české veřejné politice spíše zřídka – výzkumníci si zpravidla vystačí s analýzou textu, což vzhledem k jejich primárnímu zaměření není špatně. Přesto mohou nastat situace, kdy je **analýza vizuálního obsahu užitečným nástrojem**.

První takovou situací je snaha o **výzkumné uchopení obrazu určité populace**. Tato snaha může být relevantní při aplikaci teoretických konceptů, jako jsou teorie sociální konstrukce cílových populací (Nekola, Hejzlarová a Kohoutek ed. 2020; konkrétně např. Jelínková 2020) nebo teorie životního běhu (Havlíková 2007), případně jako vedlejší větev komplexních výzkumných úkolů. Příkladem takového využití je analýza zobrazování seniorů, která vznikla v rámci aplikovaného výzkumu projektu TA ČR „Zabezpečování na stáří v interakci státní správy a občanů“. Ministerstvo práce a sociálních věcí, které bylo zadavatelem projektu, si tehdy analýzu zobrazování seniorů objednalo jako doplněk k diskurzivní analýze médií a dalším výzkumným aktivitám (Frič et al. 2021). Cílem analýzy byla identifikace a zmapování vizuální reprezentace a zobrazování stáří a stárnoucích osob v českém tisku. Jako metoda byla zvolena kvalitativní vizuální obsahová a sémiotická analýza dat. Výzkumnice Ludmiła Władyniak zvolila stejné sledované období 12 měsíců jako její kolegové, kteří pracovali na diskurzivní analýze. Analyzovala deník Blesk jako nejčtenější český deník a týdeníky Reflex a Respekt, které jsou na prvních příčkách čtenosti.¹⁴⁶ Výzkumnice se k vizuálnímu obsahu dostala díky předplatnému, resp. vstupu do archivu těchto titulů, které jí umožnilo relativně rychle vyhledávat a nadto mít fotografie v dobré kvalitě i pro prezentaci výsledků. Předmětem analýzy se stalo 34 fotografií, které byly v těchto médiích otištěny v období od července 2018 do června 2019 a které byly součástí článků zabývajících se problémy spojenými se stářím, procesem stárnutí a také zabezpečováním a připravováním se na toto životní období. Analýza formulovala několik poznatků: stárnutí je vyobrazováno jako primárně ekonomická záležitost (typické byly koláže sestavené z vyobrazení peněz a osaměle stojící seniorky), jako období pasivity a bezmoci a jako období, kdy jsou staří lidé osamělí, nemoc-

| 263

¹⁴⁶ Pokud by byla čtenost jediným kritériem, pracovala by analýza také s Týdeníkem Květy. Ten byl ale vyřazen pro omezený potenciál formovat veřejné mínění.

ní, potřebují pomoc zvenčí, nedostává se jim pomoci od rodiny nebo ji nemají. Tato zjištění pak byla interpretována v kontextu zaměření celého výzkumného projektu (Frič et al. 2021, 35–36 a 42–46).

Další možnou příležitostí, při které je relevantní využít analýzu vizuální obsahu, je situace, kdy je **veřejněpolitické zkoumání těsně spojeno se zobrazováním určitého tématu v médiích**. Příkladem takové aplikace může být zpracování tématu zobrazování alkoholu ve veřejnoprávní České televizi, které je veřejněpoliticky rámováno snahou o novou regulaci alkoholové reklamy. Toto téma ve své diplomové práci *Na zdraví? Alkohol a jeho obraz ve veřejnoprávní televizi* pojednala Karolína Burdová (2021). Předmětem analýzy se stal jednak obsah
264 | hlavní zpravodajské relace Události na programu ČT1, kde autorka zaznamenala v období od listopadu 2019 do února 2021 celkem 91 zmínek, které následně analyzovala. Dále Burdová zkoumala marketingová sdělení (reklamu a sponzoring) na alkoholické nápoje a sledovala, jakým způsobem s tématem pracují a zda naplňují podmínky stávající regulace. Na rozdíl od zpravodajství se ale autorce nepodařilo získat systematický přehled reklamního obsahu. Oba typy dat pak byly analyticky uchopeny prostřednictvím rámcování. Celkově pak diplomová práce směřovala k možnostem využití tzv. nudges¹⁴⁷ v oblasti alkoholové reklamy a referování o alkoholu v médiích.

7.1.3 Nakládání s mediálními výstupy

Konkrétní typ práce s mediálními výstupy je vždy odvozen od cíle, který výzkumník sleduje, a také od povahy výzkumu. To znamená, že pokud je analýza mediálních výstupů těžištěm práce, je potřeba jí věnovat více péče, než když je její úloha okrajová. Stejně tak pokud je naším cílem zachytit a analyzovat lokální veřejněpolitické téma, dává smysl soustředit se spíše na regionální a lokální média a klidně opomenout ta celostátní. Výzkumníky a výzkumnice každopádně čeká rozhodování o konkrétních médiích, která do výzkumu zahrnou, o typech mediálních výstupů a o tom, zda budou pracovat s celým mediálním výstupem nebo jen jeho částí. Velmi často je také potřeba rozhodnout o nějaké formě redukce mediálních výstupů, které budou podrobeny analýze.

¹⁴⁷ Český překlad „nudge“ znamená poštouchnutí a ve veřejněpolitickém kontextu jde o intervenci, jejíž podoba vychází z poznatků psychologie a behaviorální ekonomie. Může spočívat např. ve specifickém způsobu kontextualizace nějakého sdělení.

Co se týče **rozhodování o konkrétních médiích**, tak u celostátních témat bývá nejčastěji kritériem dosah daného média. U tištěných médií se obvykle využívají údaje Unie vydavatelů, které reflektují **náklad**¹⁴⁸ jednotlivých titulů, resp. jejich **čtenost**¹⁴⁹. V přehledech Unie vydavatelů nicméně chybí dva deníky – Deník N a Haló noviny, které nejsou k reportování dat motivovány tržními mechanismy a snahou přitáhnout inzerenty. **Poslechovost** rozhlasových stanic zjišťuje výzkum Radioprojekt¹⁵⁰, údaje o **sledovanosti televizního vysílání** nabízí údaje Česká televize.¹⁵¹ Údaje o **návštěvnosti internetových médií** shromažďuje NetMonitor.¹⁵² Kromě dosahu je možné zohlednit profil daného média, ať už odborný, který bývá celkem jednoznačný, nebo ideologický, kde je ale přiřazení komplikovanější.

| 265

Následuje **rozhodování o typu mediálního výstupu**, případně využití určité jeho části. U televizního vysílání se lze soustředit například jen hlavní zpravodajskou relaci, případně pouze na rozhovory nebo komentáře. Předmětem analýzy se pak může stát celý mediální výstup, ale také jen jeho titulek nebo třeba jen tzv. perex, tj. první odstavec.

Naznačením těchto možností se dostáváme k tématu **redukce mediálních výstupů**. Pokud totiž výzkum zpracovává téma, které mediálním prostorem hodně a dlouhodobě rezonuje, může být analytické zpracování „všech“ mediálních výstupů mimo reálné možnosti výzkumníka. První možností je **redukce na „vstupu“**, kdy například zvolíme pouze jeden deník; případně kdy zvolíme více médií, ale sledujeme pouze titulky mediálních výstupů. Druhou možností je ponechat okruh médií širší a **redukovat až počet mediálních výstupů**, které široce formulované zadání vygeneruje. Pro výběr nižšího a „procesovatelnějšího“ počtu textů, jež budou analyzovány, přitom schází jednoznačná kodifikace a shoda napříč akademickou komunitou – u obou druhů redukce je jednoznačně potřeba zvažovat kontext

¹⁴⁸ Údaje o nákladu poskytují vydavatelé, data jsou pak ověřována proti účetnictví (Unie vydavatelů 2022a).

¹⁴⁹ Údaje vycházejí z výzkumu MEDIA PROJEKT, který zadává Unie vydavatelů a Asociace mediálních agentur (ASMEA) a který realizují renomované výzkumné agentury (Unie vydavatelů 2022b).

¹⁵⁰ Výzkum Radioprojekt nemá vlastní webové stránky. Jde nicméně o oficiální výzkum poslechovosti, jehož zadavateli jsou Asociace provozovatelů soukromého vysílání APSV a Rozhlasová sekce Sdružení komunikačních a mediálních agentur SKMO a jež je zajišťován renomovanými výzkumnými agenturami.

¹⁵¹ Česká televize 2022.

¹⁵² NetMonitor 2022.

výzkumu.¹⁵³ Jako příklad redukce na výstupu může posloužit případ výzkumu, který se snažil porozumět sporu o domácí porody v Česku. Z 2 360 mediálních výstupů z let 1996–2019, které obsahovaly výraz „domácí porod“, bylo vybráno 625, které byly podrobněji analyzovány. Pro výběr dat k podrobnější analýze zde byl zvolen algoritmus čtvrtiny objemu dat v daném roce, nejméně však 10 jednotek (pokud $n > 10$) (srov. Hejzlarová a Durnová 2022).

7.2 Jak se dostat k mediálním výstupům

266 | Nejvhodnější cestou k mediálním výstupům jsou **databáze**. V českém prostředí jsou pro odbornou veřejnost nejdostupnější Newton Media Search a AnoPress.¹⁵⁴ Obě databáze fungují na komerční bázi, shromažďují mediální výstupy od roku 1996 a obsahují články z celostátních a regionálních periodik, odborných časopisů, zpravodajství internetových serverů a přepisy publicistických, diskuzních a zpravodajských pořadů českých televizí.

Databáze jsou určitě nedocenitelným pomocníkem při rychlé rešerši i pozdější systematické analýze. Stejně jako u jiných typů dat, která nebyla vytvořena pro účely výzkumu, ale platí, že je potřeba znát a brát v potaz jejich kontext a specifika – co zohledňují a jaké informace nám naopak poskytnout nemohou. Obecně lze říci, že databáze umějí vytržít výstupy podle klíčových slov, daného média a časového období, nemohou ale přinést kontext, který je také důležitý – s jakými dalšími články byl „náš“ text na stejné straně, jejich vzájemné postavení, reálná velikost titulků nebo obrazový doprovod apod. Neumějí zprostředkovat ani obecný kontext mediální krajiny – aspekty jako čtenost, vlastnická struktura, význam konkrétního média pro určitou

¹⁵³ Opět je třeba zopakovat, že záleží na tom, jakou funkci mediální analýza v rámci celého výzkumu plní – zda doplňkovou, nebo nosnou, důležité je také oborové rámování. Rovněž záleží na tom, jak se výzkumníkovi podaří tuto funkci a z ní plynoucí souvislosti pro stanovení kritérií výběru vysvětlit zadavateli výzkumu (např. grantové agentuře, školiteli) nebo jeho příjemci (časopisu, oponentovi, čtenáři). Jediné pevné pravidlo, které lze pro redukci mediálních výstupů doporučit, je výběr příslušného podílu textů za pomoci náhodného výběru. Znamená to, že když např. chceme počet mediálních výstupů snížit na třetinu, je lepší onu třetinu určit nahodile než systematicky vybírat každý třetí výstup.

¹⁵⁴ Tyto databáze mají předplacené přední české univerzity, a proto je zde výslovně jmenujeme. Služby související s rešeršemi a reportováním mediálních sdělení se nicméně rozvíjejí a není jasné, zda si tyto dvě databáze své postavení udrží. Z dalších inspirovatelných databází jmenujeme např. systém Monitora, který má některé funkcionality, jimiž výše uvedené databáze nedisponují.

sociální skupinu apod. je v případě, že budeme aspirovat na promyšlenou mediální a hutnou analýzu, potřeba doplnit z jiných zdrojů.

Pokud má výzkum pokrýt i období před rokem 1996, je nutné využít **knihovny**. Sázkou na jistotu jsou přitom archiv Národní knihovny a Knihovna Národního muzea, velmi dobře je vybavena také „žurnalistická“ studovna knihovny Fakulty sociálních věd UK. Další možností je využití předplatného ke konkrétním titulům, jehož součástí bývá i přístup do archivu.

V databázích Newton Media Search a AnoPress nejsou indexovány lokální noviny¹⁵⁵ (na rozdíl od regionálních mutací celostátních deníků), radniční zpravodaje ani lokální televize. K nim je zapotřebí se dostat vlastním úsilím.

| 267

7.3 Média a veřejná politika

Za pomoci mediálních výstupů lze doložit nebo jen ilustrovat řadu veřejněpolitických fenoménů. Může jít o prohlášení politických činitelů nebo úředníků k určitému problému, které bychom jinak mohli (např. prostřednictvím individuálního rozhovoru) získat jen obtížně a zpravidla jen retrospektivně. V tom tkví ostatně velká síla mediálních výstupů, které nám poskytují „časové snímky“ zachycující téma v konkrétním okamžiku. Mediální výstupy také mohou pomoci zachytit činnost veřejněpolitických aktérů.

S **médií** jako s fenoménem, který má vliv na podobu veřejných politik, **pracuje** několik tzv. velkých veřejněpolitických teorií. Teorie **sociální konstrukce cílových populací** (*social construction of target population*; Schneider a Ingram 1993) počítá, jak už název napovídá, s vlivem sociální konstrukce určité cílové populace na to, jaký policy design jí bude adresován. Analyzovat sociální konstrukci prostřednictvím mediálních výstupů se tak přímo nabízí (srov. příklad 7.5.1). Dalším konceptem, který explicitně pracuje s rolí médií, je **teorie tří proudů** (*multiple stream framework*; Kingdon 1984). Za pomoci mediálních výstupů lze u každého z metaforických „proudů“, které tato teorie sleduje, zachytit aktivitu v rámci daného proudu (srov. příklad 7.5.2). Poslední teorií, kterou zde zmíníme, je **teorie přerušované rovnováhy** (*punctuated equilibrium theory*; Baumgartner a Jones 1993), která explicitně pojmenovává **nastolování agendy** jako zdroj dynamiky ve vývoji veřejných politik.

155 Přehled místních novin je dostupný na <https://lokalnik.cz>.

U nastolování agendy stojí za to se více pozastavit, protože se v něm protínají zájmy mediálních studií a teorií veřejné politiky. Jeli-kož je v této kapitole pojednáváno téma mediálních výstupů, bude na-
stolování agendy představeno z pozic mediální agendy s tím, že agenda
veřejná a agenda politická zůstanou stranou (pro základní orientaci
srov. Červenka 2008, resp. Kalvas 2008).

268 | Koncept nastolování agendy vychází obecně z předpokladu, že
médiá „ovlivňují představy, přesvědčení, postoje, hodnoty a chová-
ní příjemců“ (Burton a Jiráček 2001, 347). **Témata**, která mezi sebou
pomyslně **soupeří** o pozornost, se pak pohybují v „**trojúhelníku**“,
jehož vrcholy tvoří kromě **medií** také **veřejnost** a **politika**, jež mají
na dynamiku témat rovněž svůj vliv. Nastolování agendy pak v me-
diálních studiích popisují koncepty prvního a druhého stupně nastro-
lování agendy, rámcování a vypíchnutí, které budou nyní ve stručnosti
představeny.¹⁵⁶

Nastolování agendy jako teorie vysvětluje dynamiku témat a pro-
blémů, které dostávají nebo nedostávají prostor za pomoci přenosu
významnosti objektů (témat, osob apod.) z mediální agendy do veřej-
né. **Přenosem významnosti** (*salience*) těchto **objektů** se zabývá **prv-
ní stupeň nastolování agendy**. **Druhý stupeň nastolování agendy**
se pak zaměřuje na **přenos významnosti** tzv. **atributů**, které jsou
vlastnostmi výše uvedených objektů – výzkumník se zde zaměřuje na
to, jaké atributy dostávají přednost. Rozdíl mezi prvním a druhým
stupněm lze popsat také tak, že zatímco u prvního stupně sledujeme,
„o čem“ mají lidé přemýšlet, u druhého sledujeme, „jak“ o tom mají
přemýšlet (Tabery 2008, 28–29).

Rámcům rozumí teorie nastolování agendy tak, že jde o „organi-
zační principy, které jsou sociálně sdílené a trvalé v čase“ a „které fun-
gují symbolicky“ s cílem významně strukturovat sociální svět (Reese
2003, 11, podle Tabery 2008, 31). **Rámcování** (*framing*) je pak kom-
plexní proces, jehož prostřednictvím se témata dostávají do popředí
(nebo zapadávají). Oproti prvnímu a druhému stupni nastolování
agendy se zde v daleko větší míře uplatňuje koncept moci a zkoumá se
vnímání příjemců mediálního výstupu.

Vypíchnutí (*priming*) je procesem, který zaměřuje pozornost
veřejnosti na určité téma, ale navíc sleduje, jak se toto téma a jeho
podání stává základem pro hodnocení jiných objektů, resp. jejich atri-
butů (Tabery 2008, 38). Upřesňuje tak vztah mezi mediální agendou
a veřejným míněním.

¹⁵⁶ Pro detailnější výklad nastolování agendy v souvislostech lze doporučit publikaci
Agenda-setting: teoretické přístupy (Škodová ed. 2008).

7.4 Možnosti jednoduché analýzy mediálních výstupů

Jak už bylo řečeno v úvodu, mediální výstupy mohou pro potřeby veřejněpolitického výzkumu velmi dobře posloužit pro základní orientaci v tématu, které nás zajímá. Mezi tímto „prozkoumáváním terénu“ a relativně robustními metodami analýzy, jež jsou představeny v kapitole 9 Kvantitativní a kvalitativní obsahová analýza a kapitole 10 Mediální data a kritická analýza diskurzu, je ale velký prostor, který lze využít na dílčí i komplexnější analýzy.

Jednou z možností je **analýza intenzity**,¹⁵⁷ s jakou se téma vyskytuje v mediálním, a tedy i veřejném prostoru. Jednoduše jde o popis toho, jak často se určité veřejněpolitické téma v médiích objevuje. | 269
Taková analýza může být zaměřena na sledování relativní intenzity určitého tématu v čase, může se ale soustředit i na relativní intenzitu výskytu tématu v rámci jednoho časového okamžiku. U těchto přístupů čeká výzkumníka rozhodování o tom, podle jakých klíčových slov bude evidovat počet výskytů, jaká média zvolí a zda pro něj bude relevantním místem výskytu klíčového slova celý mediální výstup nebo třeba jen titulky. Toto rozhodování by mělo být vedeno výzkumným cílem – pokud je analýza mediálních výstupů doplňková, lze zohlednit například jen titulky, pokud se o mediální analýzu významně opírá celý výzkum, musí být analýza detailnější.

V případě, že nás zajímá relativní **intenzita určitého tématu v určitém časovém období**, budeme se muset vypořádat s výzvou v podobě výběru zdrojových médií, který by měl být po celé období z důvodu srovnatelnosti totožný. To ale logicky dostává ze hry internetová média, jejichž počet od přelomu tisíciletí roste, a stejně tak je tento přístup limitující ve vztahu k nově vznikajícím tištěným médiím (v českém prostředí to při sledování delší časové plochy vyřazuje například Deník N, který vychází od roku 2018). Tyto limity nejsou nutně na závadu, ale je dobré je zohlednit.

Příkladem sledování intenzity výskytu tématu v čase může být opět ukázka z výzkumného zpracování sporu o domácí porody v Česku. Zde bylo potřeba podpořit argument dokládající, že domácí porody byly v prvních dvou dekadách, resp. do roku 2019, nejatraktivnějším tématem české mediální diskuze o zdravotní péči¹⁵⁸ (viz tabulka 7.1).

¹⁵⁷ Analýza intenzity ve smyslu, jak je zde popsána, není odborným termínem s pevnou nebo široce uznávanou definicí. Jde o praktické a arbitrární označení určitého analytického fenoménu.

¹⁵⁸ Pro podporu tohoto tvrzení bylo provedeno srovnání s tématem očkování. Srovnání je pochopitelně komplikované, protože jde o témata s rozdílnou mírou obecnosti a komplexity a kritéria posuzování nejsou nijak pevná; v tabulce 7.1 nicméně uvádíme

TABULKA 7.1: Mediální jednotky v televizi, rozhlasu a tištěných médiích, jejichž název obsahoval výrazy „domácí porod“, resp. „očkování“ + „rodič“ v letech 2000–2019

	2000–2004	2005–2009	2010–2014	2015–2019
počet mediálních jednotek, jejichž název obsahoval výraz „domácí porod“	12	42	235	165
počet mediálních jednotek, jejichž název obsahoval výrazy „očkování“ + „rodič“	33	34	29	73

270 | Zdroj: Hejzlarová a Durnová 2022, 152

Realizace druhé nastíněné varianty – **intenzity v daný okamžik** – již není příliš komplikovaná. „Časové snímky“ se nejvíce hodí ve chvíli, kdy je cílem výzkumníka argumentace, že v určitém časovém okamžiku (den, týden, měsíc) dané téma dominovalo mediálnímu prostoru (a tudíž vytlačovalo ostatní témata). Tento dílčí výzkumný krok pak spočívá v co nejpřesvědčivější kombinaci volby klíčových slov, médií a časového období.

Další možností je **analýza jevů, které nás výzkumně zajímají**. Nesleduje se zde jen samotný výskyt daného jevu, resp. jeho intenzita, ale i některé další charakteristiky. Jde o analýzu, která se svou povahou blíží kvantitativní obsahové analýze, ale je méně komplexní a nesvazují ji tak těsná pravidla. Její nevýhodou je pak to, že je její výsledek velmi jednoduchý a popisný a lze jej uplatnit ve chvíli, kdy má výzkum k dispozici silné teoretické zázemí. Dobrým příkladem takové analýzy může být dokumentace toho, kdo se k danému tématu vyjadřuje v médiích jako mluvčí, a to opět na případu domácích porodů¹⁵⁹ (Hejzlarová a Durnová 2022). Velmi užitečný je tento typ analýzy také ve chvíli, kdy pracujeme s jasnou teoreticko-analytickou

kumulované počty mediálních jednotek podle Newton Media Search (televize, rozhlas, tištěná média), jejichž název obsahoval spojení „domácí porod“, resp. „očkování“ + „rodič“ v jednotlivých pětiletkách pro nás relevantního období. Argument pochopitelně není příliš silný – velmi záleží na volbě klíčových slov.

159 Z celkově analyzovaných 625 článků, z nichž ve 448 hovoří nějaký aktér, byl ve čtvrtině případů jediným mluvčím právě lékař a v další čtvrtině byl jedním z více mluvčích, kteří se k problematice domácího porodu vyjadřovali. Celkově tedy lékař dostává slovo skoro v každém druhém mediálním výstupu, ve kterém vznikne prostor pro mluvčího. Dominance lékařů v mediální diskusi znamená mimo jiné to, že jejím výchozím bodem jsou hodnoty bezpečí a expertízy.

oporou, jakou je třeba teorie sociální konstrukce cílových populací (srov. příklad 7.5.1) nebo teorie tří proudů (srov. příklad 7.5.2).

Kromě těchto dvou možností existuje v praxi veřejněpolitického výzkumu celá řada dalších. Lze říci, že obecně není jedinou cestou najít dostatečně rigorózní metodu a tu pak aplikovat. Pokud to umožňuje kontext výzkumu a úloha, jakou v něm mediální analýza hraje, může být legitimní využít i méně komplikované a méně pracné metody. Na tom, jak metodu nazveme, nemusí tolik záležet – klíčový je její příslušný popis a soulad se zbytkem výzkumného přístupu a s ambicemi, které si výzkum jako celek klade.

| 271

7.5 Příklady využití mediální analýzy ve veřejněpolitickém zkoumání

Oba příklady, které v této části představí jejich autorky Magdalena Mouralová a Olga Angelovská, jsou charakteristické detailním popisem rozhodnutí, která výzkum ovlivnila. Velmi živě tak doplňují obecnější část kapitoly, kde bylo – možná častěji, než by bylo milé – zdůrazňováno, že vše záleží na kontextu.

7.5.1 Příklad analýzy mediálního obsahu na případu inkluze ve vzdělávání

(Magdalena Mouralová)

K analýze mediálního obsahu jsem se dostala v rámci grantu „Komparativní výzkum cílových populací v České republice: záleží na obsahu veřejných politik?“, který jsme na katedře řešili v letech 2016–2018. Můj výzkum se věnoval vývoji české politiky cílící na žáky se speciálními vzdělávacími potřebami (dále SVP), na který jsem nahlížela optikou teoretického rámce sociální konstrukce cílových populací (dále též SKCP, detailněji o teoretickém rámci např. Schneider et al. 2014; Nekola, Hejzlarová a Kohoutek ed. 2020). SKCP zkoumá vztah mezi podobou politiky (designem) a charakterem populace, na niž cílí. Pro různé typy populací jsou využívány různé typy politik, které například různě nastavují benefity či restrikce, čímž je znovu konstruován obraz dané populace.

V případě žáků se SVP došlo k situaci, kdy byla novelou školského zákona z roku 2015 (zákon č. 82/2015 Sb.) politika redesignována a součástí této změny bylo i explicitní přerámování cílové populace v zákonném vymezení. Zjednodušeně řečeno se dřívejší taxativní výčet možných znevýhodnění (např. tělesný hendicap,

specifická porucha učení apod.) nahradil obecným vymezením žáka se SVP jako každého žáka, který pro naplnění svého potenciálu potřebuje zvláštní podporu. Z hlediska teorie SKCP je to situace velmi zajímavá: předpokládá se, že takovýto redesign politiky by ve výsledku měl vést i ke změně ve vnímání oné cílové populace veřejností. Proto mě zajímalo, zda se nové vymezení populace žáků se SVP ukotvené v zákoně prosadí i ve veřejném prostoru reprezentovaném médií. Změna politiky navíc vyvolala na několik měsíců zvýšenou mediální pozornost včetně silné antikampaně deníku Blesk (viz obrázek 7.1). Z toho vystaly další teoreticky zajímavé otázky týkající se vztahu mezi pojetím cílové populace a silou mediálního zájmu či zabarvením mediálního obsahu.

Zkoumat mediální obraz politiky bylo tedy nasnadě – přinášelo to zejména možnost rozvinout teorii, ale navíc i pomoci rozklíčovat aktuální fenomén. Cíli mé analýzy tedy bylo popsat mediální obraz politiky společného vzdělávání, porovnat jej s legislativním vymezením a testovat platnost některých předpokladů teorie SKCP o konstrukci cílových populací. Konkrétně jsem se ptala na to, jaké cílové populace jsou v médiích s politikou spojovány, zda dochází

OBRÁZEK 7.1: Logo kampaně deníku Blesk „Stop škodlivé inkluzi“



Zdroj: Blesk.cz 2016 (přetištěno se svolením)

k fragmentaci cílové populace žáků se SVP a které subpopulace jsou případně vyčleňovány, v jakých kontextech k tomuto rozdělování a vyčleňování dochází a jak je mediální obraz ovlivněn silou mediální pozornosti.

Pro stanovení hypotéz a následně kategorií a kódů pro mě byla určující teoretická opora v SKCP.

Za prvé je populace žáků se SVP velmi heterogenní skupinou, která zahrnuje mnoho subpopulací, lišících se mezi sebou řadou charakteristik včetně moci a konstrukce. Teorie SKCP předpokládá, že politiky jsou designovány různě pro různě konstruované a různě mocné cílové populace. U komplexní politiky složené z různých prvků, jakou politika společného vzdělávání je, by zároveň mohlo docházet k vyčleňování různých subpopulací a jejich propojování s různými prvky designu, i když tato propojení nejsou obsažena v legislativním rámci. Může se tak dít jak v rovině rétorické, kdy je to součástí strategie prosazení politiky, tak v implementační fázi. Tento aspekt SKCP, tj. důraz na různé populace, mě vedl k rozhodnutí zaměřit se na výskyt různých populací a subpopulací v médiích a kontexty, v jakých se objevují.

Za druhé je součástí změny designu politiky pokus o změnu konstrukce skupiny ze strany tvůrců politiky. Posun definice cílové populace od taxativně vymezených skupin žáků se SVP ke všem žákům je explicitně uveden v důvodové zprávě k návrhu zákona a převládá v rétorice předkladatelů, tvůrců politik (MŠMT, včetně ministrů školství Chládk a Valachové). Nová definice cílové populace ale nemá oporu v široce sdíleném obrazu, nevychází ze všeobecného společenského vnímání populace, ale je definicí expertní. V teorii SKCP je taková situace zahrnuta jako jedna z možností změny politiky (*policy change*), která umožňuje řešit nespravedlivé nastavení plynoucí ze vzájemného utvrzování sociální konstrukce a designu politiky (Ingram et al. 2007). Tento aspekt mě vedl ke sledování výskytu široké definice cílové populace jako všech žáků. Podpořilo to i sledování časové dimenze, kdy jsem období rozčlenila podle fází *policy* cyklu.

Za třetí, Schneiderová a Ingramová (1997) upozorňují, že expertní design politiky se snáze prosadí v situaci, kdy se o dané politice a konstrukci cílové populace příliš nemluví. Jakmile se na politiku upne pozornost veřejnosti, rozhoří se boj o politické body, který akcentuje široce rozšířené konstrukce cílových skupin. Pokud by platil předpoklad SKCP, pak by v období zvýšeného mediálního zájmu měla expertní (široká) definice žáků se SVP ustupovat před definicemi laickými, které byly ve společnosti více rozšířeny, pří-

padně prosazovány různými zájmovými skupinami vzniklými kolem dílčích či vzdálených populací.

Z uvedených předpokladů vycházely následující hypotézy:

Obraz cílové populace se liší v době zvýšeného mediálního zájmu a mimo něj.

- V době zvýšeného mediálního zájmu je méně častý výskyt expertní definice cílové populace (všichni žáci).
- V době zvýšeného mediálního zájmu dochází k častějšímu vyčleňování subpopulací žáků se SVP, které se liší mocí nebo konstrukcí.
- V době zvýšeného mediálního zájmu dostávají větší prostor vzdálené populace disponující vyšší mocí (profesionálové, rodiče, žáci bez SVP).

274 |

Články s různým vyzněním akcentují různé cílové populace.

- Proinkluzivně laděné články spíše využívají expertní vymezení cílové populace jako všech žáků než články protiinkluzivně laděné.
- Protiinkluzivně laděné články více zdůrazňují populaci žáků bez SVP jako populaci, která je politikou zatížena.
- Protiinkluzivně laděné články více zdůrazňují populaci profesionálů jako populaci, která je politikou zatížena.
- Proinkluzivně a protiinkluzivně laděné články vyčleňují jiné subpopulace žáků se SVP.

Věděla jsem tedy, co chci zjistit, a teď šlo o to vybrat konkrétní postup, jak to provést.

Z logiky výzkumných otázek a hypotéz celkem jasně plynulo, že jednotkou analýzy (případem) bude jeden mediální výstup (článek) a o žádné jiné variantě jsem ani neuvažovala.

Více pozornosti jsem věnovala způsobu tvorby korpusu, kde jsem řešila několik otázek: (i) Jaká média zařadit? (ii) Jaký časový úsek zvolit? (iii) Jaká klíčová slova při výběru používat?

V mém rozhodování přitom hrála roli věcná smysluplnost a obhajitelnost postupu, do hry ale vstoupilo i kritérium realizovatelnosti, neboť jsem analýzu plánovala provádět sama. V neposlední řadě byly volby ovlivněny i zvyklostmi v oboru a související osobní zkušeností mojí i dalších kolegů v projektovém týmu. Pracovala jsem tedy s databází Newton Media Search, která nabízí opravdu široké spektrum médií. Nakonec jsem se rozhodla jen pro práci se třemi nejčtenějšími plošnými tištěnými deníky, kterými byly v da-

ném období Blesk, MF Dnes a Právo. Kromě objektivního kritéria čtenosti mi výběr dával smysl z hlediska různorodosti médií (bulvární Blesk, spíše pravicový MF Dnes a levicové Právo). Tato volba byla zároveň jasně ohraničená a bylo reálné, že analýzu zvládnou udělat sama. Nějakou dobu jsem uvažovala ještě o zařazení Lidových a Hospodářských novin, kde mě lákalo rozšíření palety z hlediska politické orientace, nicméně to by již neplatilo kritérium čtenosti, a nakonec na ně ani nezbyly kapacity (články z těchto médií jsem vygenerovala a mám frekvence pro různá období, ale nikdy nedošlo k jejich kódování). O výběru médií jsme diskutovali v rámci širšího výzkumného týmu projektu a tato volba nám přišla funkční a odpovídající zvyklostem. S odstupem ale kriticky přiznávám, že nezařazení online mutací a audiovizuálních médií bylo možná dáno i nezkoušeností a obavami, než že by mělo nějaký racionální základ. Časové omezení bylo vcelku přirozeně dáno působením vlády Bohuslava Sobotky (tj. roky 2014–2017), kdy došlo k přípravě, schválení i zahájení platnosti a účinnosti „inkluzivní“ novely školského zákona. Pro vyhledávání jsem využila klíčových slov „společn* vzděláván*“ OR „inkluzivn* vzděláván*“ OR („inkluz*“ AND „škol*“).

Očištění datového souboru proběhlo dvoukolově. Nejprve probíhalo čištění jen na základě názvů a byly vyřazeny zdvojené články – zde bylo významné rozhodnutí vůbec nepracovat s regionálními mutacemi periodik, ve kterých se texty opravdu hodně opakovaly. V druhém kole čištění jsem již texty zběžně četla a vyřazovala články, které se nevěnovaly inkluzivnímu/společnému vzdělávání a klíčová slova byla užita v jiné souvislosti. Do analýzy pak nebyly zahrnuty ani články, v nichž se sice inkluzivní/společné vzdělávání zmiňovalo, ale jen okrajově, tj. klíčové slovo se v textu objevilo jen jednou a téma nebylo předmětem článku (typicky se jednalo o výčet různých politik a opatření v souvislosti se shrnutím aktivit vlády či ministra, se státním rozpočtem apod.).

Dataset po vyčištění obsahoval celkem 296 článků, které jsem přečetla a kódovala do záznamového listu v Excelu. Sledované kategorie jsem určovala z velké části deduktivně, vyplývaly z teorie a výzkumných otázek. Kódování trvalo řádově vyšší desítky hodin a probíhalo vícekolově: nejprve jsem okódovala asi 20 % článků a byla jsem přitom otevřená úpravám kódů i kategorií. Tj. rozšiřovala jsem a upravovala kódovací knihu, pokud jsem narazila na jev, který byl zajímavý z hlediska teoretického ukotvení a stanovených výzkumných otázek. Tuto fázi jsem ukončila ve chvíli, kdy se již seznam kódů nerozšiřoval. V druhém kole jsem již kódovala s využitím vzniklé kódovací knihy. Opětovně jsem kódovala i oněch

20 % článků, s nimiž jsem pracovala v prvním kole. Využitelnost kódů jsem ověřovala i zkušební analýzou a prezentací dat v rámci výzkumného týmu v době, kdy jsem měla okódovánu asi polovinu článků.

276 |

Ve finálním kódování jsem sledovala asi 20 proměnných. Kromě základních publikačních charakteristik (médiu, datum vydání, autor, výskyt na titulní stránce, rubrika) jsem sledovala také vyznění textu, kde jsem rozlišovala vyznění proinkluzivní, protiinkluzivní, neutrální a ambivalentní (poslední jmenovaný kód je příkladem kódu přidaného až na základě zkušební kódování; s jeho pomocí jsem rozlišovala texty nehodnotící, tj. neutrální, a texty přinášející hodnotící soudy z obou stran). Klíčové proměnné zachycovaly vymezení cílové populace v článku. Jednak mě zajímalo, zda se vůbec nějaká cílová populace v článku vyskytuje (neobjevila se jen v 7 % článků). Dále jsem sledovala, které populace, na něž politika může dopadat, jsou v článku zmíněny (kromě žáků se SVP to mohli být též žáci bez SVP, všichni žáci, rodiče, učitelé, ředitelé, školy, asistenti, společnost jako celek a výjimečně i jiné populace, mezi nimiž se objevovaly např. „neziskovky“, „úřady“ či „sociálka“). Každé z potenciálních populací přitom odpovídala samostatná proměnná. Kromě toho jsem ještě detailněji sledovala skupinu žáků se SVP a vypisovala jsem přesné formulace, jak jsou tyto žáci označováni. I u této proměnné jsem pak informaci převedla do číselných kódů, které ale vznikly induktivně (kódování proběhlo dvoukolově) a ve výsledku jsem rozlišovala 15 kódů¹⁶⁰, při dalších analýzách jsem některé skupiny spojovala, nicméně jemné rozlišení mi pomohlo odhalit některé vzorce. Zároveň jsem ale pro další práci v záznamovém archu ponechala i otevřená pojmenování, která jsem pak využívala pro prokreslení při analýze a prezentaci zjištění. Podobně jsem zaznamenávala v textech zmiňovaná opatření a dopady politik na cílové populace, s nimiž jsem pak pracovala v kvalitativní části analýzy. Detailněji jsem kodovala titulky článků, kde jsem kromě pojmenování cílové populace zachycovala i emocionálně zabarvené výrazy, interpunkční znaménka či konkrétní aktéry (jména osob). Nakonec jsem ale z těchto proměnných využila jen pojmenování cílové populace v titulku, které mě zajímalo

160 Užití kódy byly: SVP obecně; obecně postižení, handicap; tělesný handicap; mentální handicap; smyslový handicap; poruchy učení; poruchy chování; sociální znevýhodnění; cizinci a odlišný mateřský jazyk; nadání; romský původ; zdravotní znevýhodnění obecně; nemoc; porucha autistického spektra; problémovost bez specifikace.

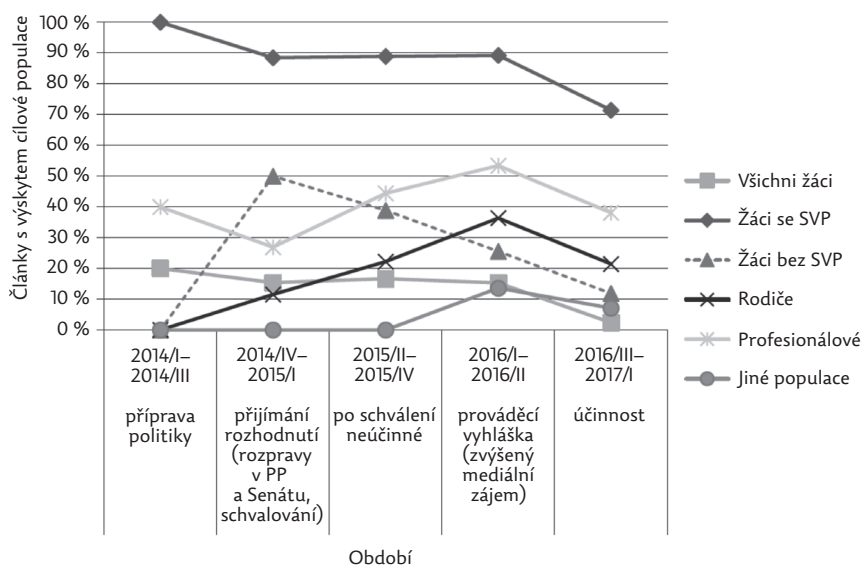
jako identifikace hlavní cílové populace (většina článků se v textu věnovala více populacím) a také pro svou mobilizační roli.

Kódování probíhalo jen v jednom člověku a bez kontroly spolehlivosti, což zpětně považuji za slabinu výzkumu. Z hlediska etického neměl výzkumný design žádná omezení a úskalí, neboť využíval veřejných a publikovaných dat.

Pro analýzu kvantitativních proměnných jsem využila základní popisné statistiky a dvojrozměrné třídění, přičemž jsem porovnávala relativní četnost různých cílových populací v různých etapách sledovaného období korespondujících s fázemi policy cyklu a také v článcích s různým zabarvením. Rozdíly mezi skupinami byly testovány testem dobré shody (Pearsonův chí-kvadrát test) na 5% hladině významnosti.¹⁶¹ Výstupy byly prezentovány ve formě komentovaných tabulek a grafů. Pro představu uvádím graf 7.1, v němž lze pozorovat nárůst výskytu sekundárních cílových populací (rodiče, profesionálové, jiné populace) v době zvýšeného mediálního zájmu a také postupné mizení původní expertní definice cílové populace, což potvrzuje očekávání teorie SKCP.

| 277

GRAF 7.1: Zastoupení cílových populací v článcích z různých období procesu tvorby a realizace politiky společného vzdělávání



Zdroj: Mouralová 2020, 281

¹⁶¹ Kompletní výsledky testování hypotéz jsou k dispozici v kapitole Žáci se speciálními vzdělávacími potřebami jako cílová populace vzdělávacích politik a jejich zobrazování v médiích (Mouralová 2020).

V druhé části analýzy jsem odpovídala na otázku týkající se kontextu výskytu různých populací. Zde jsem využila řízenou kvalitativní obsahovou analýzu (Hsieh a Shannon 2005), která zdůrazňuje teoretický základ pro deduktivně tvořené kategorie. Pracovala jsem s otevřenými kódy (výpisky formulací v excelové tabulce), přičemž jsem zjišťovala možné obsahy a jejich vztahy, ale nezajímala mě jejich četnost. Opět jsem uplatňovala optiku SKCP, takže jsem obsahy třídila do skupin a například sledovala, o jakých dopadech (zda to jsou spíše benefity nebo zátěže) se píše v souvislosti s různými cílovými populacemi a jak to souvisí s vyzněním článku. Prakticky to vypadalo tak, že jsem postupně procházela řádky záznamového listu (excelové tabulky) a zapisovala si do matice kombinace, které se v článcích objevují, případně doplňovala konkrétní náplně a formulace k již zaznamenaným kombinacím. Výsledkem byly čtyři kategorie dopadů na populace – satisfakce jako oprávněný benefit, uzurpování jako neoprávněný benefit a závazek jako legitimní zátěž a příkoří jako nelegitimní zátěž (viz tabulka 7.2). Analýza mediálních výstupů tak ukázala, že různá sociální konstrukce se nepojí jen se skupinami příjemců politik (v termínech teorie SKCP s cílovými populacemi), ale i s jednotlivými benefity a zátěžemi. To je spolu s rozdělováním populace do různě konstruovaných skupin jednou ze společenských reakcí na situaci, kdy je politika designována shora a v rozporu se sociální konstrukcí. K tomu dochází ve stredoevropském kontextu častěji než v tom americkém, ať už je to kvůli komunistické minulosti a odcizení státu od lidí, nebo kvůli začlenění do evropských struktur. V každém případě to lze považovat za příspěvek k aktualizaci teorie SKCP při jejím rozšiřování mimo Spojené státy, kde přístup vznikl.

TABULKA 7.2: Mediální obraz přínosů a zátěží u různých cílových populací

	Profituje (přínos)	Je zatížen (zátěž)
Oprávněné (pozitivně nebo neutrálně vnímáno, zastánci politiky)	Satisfakce Všichni žáci - individualizace přístupu, výchova k toleranci Žáci se SVP - vyšší šance na uplatnění, začlenění do společnosti Rodiče, kteří chtějí mít své dítě se SVP v běžné škole - snazší realizace preferencí, záruka Základní školy, které (už) integrují - jistota financí, jasná pravidla Asistenti - nárůst pracovních příležitostí, vyšší odměna Společnost - lidská práva, humanizace	Závazek Ředitelé - administrativa, ztráta rozhodovací moci Kraje - povinnost zajistit finance, administrativa Poradny - zvýšení objemu práce Učitelé - náročnější práce – individualizovaný přístup k žákům)
	Uchvácení Neziskové organizace, lidskoprávní lobby - finance – prodej know-how ve formě školení, poradenství, analýz Úřady, poradny, OSPOD - nepřiměřený vliv, rozhodování o dětech proti vůli rodičů Soukromé školy, výběrové školy - finance – příliv žáků utíkajících ze základních škol Rodiče, kteří chtějí mít své dítě se SVP v běžné škole - prosazení svého zájmu na úkor jiných Žáci se SVP - prosazení potřeb na úkor jiných	Příkoří Žáci se SVP - nezažívání úspěchu, hrozba šikany, neodborná péče, špatné uplatnění, zátěž opětovným vyšetřením Žáci bez SVP - snížení kvality vzdělání, omezení péče pedagogů Učitelé - administrativa, stres, nedostatečné ohodnocení, potřeba dalšího vzdělávání Společnost - úpadek vzdělanosti, finanční náklady, ztráta konkurenceschopnosti Rodiče žáků se SVP - časová investice – rediagnostika dětí Rodiče, kteří chtějí mít své dítě se SVP na speciální škole - omezení možnosti realizovat své preference Rodiče dětí bez SVP - snížení kvality vzdělávání jejich dětí a objemu péče jim věnované, nutnost zajišťovat do vzdělávání mimo veřejné školství Speciální školy - ztráta žáků a peněz, hrozba zániku

Zdroj: Mouralová 2020, 287, upraveno

7.5.2 Příklad mediální analýzy v oblasti zdravotní politiky (Olga Angelovská)

280 |

Mediální analýzu mám obecně v oblibě ze dvou důvodů. Za prvé se v médiích odráží hlavní události, ať už jde o dění v politické aréně (např. schvalování zákonů), nebo ve veřejném prostoru (např. protesty proti chystané legislativě). Za druhé média odrážejí vytvářené rámce k dané problematice, a navíc velmi často lze identifikovat i jejich viditelné nositele. Mediální analýzu jsem využila i ve své disertační práci (Angelovská 2021), v níž jsem se zaměřila na změnu organizačně-právní formy nemocnic optikou teorie tří proudů (*multiple stream framework*, dále MSF). Jde o koncept vysvětlující tvorbu politiky pomocí metafory tří nezávislých proudů (proud problémů, veřejných politik a politiky), jejichž vhodným propojením v okně příležitostí může dojít ke změně politiky. O úspěšné propojení všech tří proudů se snaží promotéři veřejných politik, kteří mají zájem na dané změně (Herweg 2017). Jak je typické pro studie zaměřené na MSF (Jones et al. 2016; Rawat a Morris 2016), zvolila jsem kvalitativní přístup. Využila jsem výzkumný design diachronní případové studie, což je typ longitudinální studie, kdy jsou sledovány změny a vývoj studovaného případu v různých časových okamžicích (Gerring 2017; Yin et al. 2018). Cílem bylo získat podrobný vhled do procesů, které hrály roli při snaze o vznik nové organizačně-právní formy nemocnic. Nemocnice do té doby fungovaly v podobě právní formy příspěvkové organizace, která se ale v novém miléniu začala ukazovat jako zastaralá a pro řízení nemocnice příliš těžkopádná a byrokratická, s dopady do účetní a daňové oblasti. Sledovala jsem dvě snahy o změnu, z nichž úspěšná byla pouze jedna. Šlo o výsledek úsilí v období 2002 až 2006, které vedlo ke schválení nové organizační formy v podobě veřejných neziskových institucionálních zdravotnických zařízení. Druhým sledovaným případem pak byla neúspěšná snaha o změnu organizačně-právní formy nemocnic na univerzitní nemocnice v letech 2014 až 2017.

Ve svém výzkumu jsem se zaměřila na širší kontextuální změny, které ohrožovaly fungování „starých“ institucí, tedy nemocnic fungujících jako příspěvkové organizace poskytující zdravotní péči financovanou ze systému zdravotního pojištění, a zároveň na motivaci rozhodovatelů řešit nepříznivou situaci novým typem instituce. Práce si proto kladla za cíl vysvětlit, co vedlo k odlišným výsledkům snah o změny organizačně-právního uspořádání nemocnic v letech 2006 a 2017. Položila jsme si hlavní výzkumnou

otázku „Proč došlo v oblasti institucionálního nastavení nemocniční péče jen k inkrementálním změnám, a ne ke strukturálním změnám?“ a dále vedlejší výzkumné otázky „Jaké rozdíly lze identifikovat ve způsobech nastolování agendy ve sledovaných obdobích?“, „Ve kterých proudech se ve sledovaných obdobích otevírala okna příležitostí a proč?“, „V čem se lišily způsoby propojení proudů ve fázi nastolování agendy a fázi rozhodování?“, „K jakým změnám došlo ve složení a přístupu aktérů?“

Pozornost jsem v obou zkoumaných případech soustředila na nastolování agendy a na fázi rozhodování a podle použité teorie jsem se zaměřila na příslušné indikátory. Ty vycházely z MSF tak, jak je definuje Herweg (2017). V rámci proudu problémů jsem pracovala jak s indikátorem získání pozornosti, tak s interpretací problému (zadlužení nemocnic, riziko privatizace, dvojkolejnost sektoru zdravotnictví a vzdělávání v případě fakultních nemocnic). Promotéři veřejných politik byli identifikováni na základě jejich snah o upoutání pozornosti na daný problém nebo snah o změnu rámování. V proudu politiky jsem se zaměřila na strany a zájmové skupiny. V proudu veřejných politik hraje roli odborná komunita a její interakce, které vedou k vytváření různých návrhů a alternativ. V tomto proudu propagují promotéři veřejných politik své nápady v rámci politiky a odborné komunity, aby získali podporu pro své alternativy.

Původně jsem předpokládala, že stěžejní výzkumnou metodou budou v mé disertaci rozhovory a mediální analýza výsledky rozhovorů pouze doplní. Přesto jsem první „náštel“ mediální analýzy vyzkoušela ještě před rozhovory. Tato první mediální analýza byla jakýmsi pilotem ke zjištění, s kolika články mohu počítat i jaká pro mě relevantní témata se v médiích objevují. Zkoušela jsem vyhledávání různých výrazů a postupně je upřesňovala na základě získaných výstupů. Zde jsem zohledňovala relevanci i počet. Osvědčilo se mi zkontrolovat agregované výstupy, které Newton Media Search nabízí. Zároveň jsem sondovala, jací aktéři by byli vhodní pro oslovení k rozhovorům. Pozornost jsem zaměřila na aktéry, kteří se často v médiích k problematice vyjadřovali nebo byli médií či jinými aktéry často zmiňováni. Pandemie covidu-19 nicméně můj původní záměr výrazně změnila. Potenciální respondenti pro rozhovory byli z oblasti zdravotnictví, a protože v té době řešili praktickou politiku, neměli čas na výzkumné rozhovory. Tím se mediální analýza stala hlavní metodou mé práce.

Na začátku mediální analýzy bylo zapotřebí si ujasnit KDY, KDE a CO. Výběr sledovaného časového úseku, tzn. KDY, vycházel z MSF

a z cíle komparace dvou časových období. Sledovala jsem periodika z pětiletého období od ledna 2002 do května 2006 a čtyřletého období od ledna 2014 a do června 2017. Začátek časového úseku byl dán krystalizací problému, která se více méně kryla s výsledkem voleb. Konec byl určen ukončením, ať už úspěšným či neúspěšným, rozhodovací fáze.

Základní „KDE hledat“ se nabízelo v obecné rovině samo, a i díky dobrým předchozím zkušenostem jsem zvolila Newton Media Search. Dále bylo potřeba zvolit konkrétní periodika. Vybrala jsem čtyři nejsledovanější televize, jediné celostátní rádio nabízející publicistiku a tři nejčtenější publicistické servery. Při výběru jsem vycházela z publikovaných výsledků o čtenosti a sledovanosti v obou obdobích a vybrala média s celostátní působností. Daný výběr jsem zachovala stejný pro obě období. Čtenost v posledních letech je možné poměrně jednoduše dohledat ve zprávách Unie vydavatelů (Unie vydavatelů 2015). Problematické bylo dohledat čtenost na začátku milénia. Nakonec jsem vycházela z grafu ČTK, který pokrýval čtenost v tomto období (ČTK 2003). U tištěných periodik byla nejvíce konzistentní situace ve čtenosti celostátních deníků na prvních třech místech, kde se v roce 2003 i 2015 držely Blesk, MF Dnes a Právo. Do analýzy byly zahrnuty i deníky Lidové noviny a Hospodářské noviny, které se pohybovaly ve čtenosti v průběhu let na páté až sedmé pozici. Deník Sport byl vzhledem ke svému zaměření z analýzy vynechán. Dále jsem vybrala nejčtenější celostátní týdeníky (Reflex a Respekt) a jeden ekonomický časopis (Forbes), ve kterém se ale ve sledovaném období objevilo téma pouze jednou. Protože šlo o rozhovor s ministrem zdravotnictví, do analýzy jsem ho zařadila.

V případě zdravotnických časopisů se mi nepodařilo dohledat informace o jejich čtenosti. Pro analýzu jsem vybrala takové, u kterých existoval předpoklad, že se téma organizačně-právní formy nemocnic objeví alespoň okrajově. Pokud v periodikách nebyl k tématu publikován žádný článek, z analýzy jsem celé periodikum vyřadila (šlo např. o Praktického lékaře). Hlavním zdrojem mediálních zpráv z odborných zdravotnických periodik byla paradoxně taková, která začala vycházet až ke konci prvního sledovaného období, konkrétně Medical Tribune, který vychází od roku 2005, a časopis České lékařské komory TEMPUS Medicorum, který začal vycházet až v roce 2006. Přesto v těchto dvou byly publikovány čtyři pětiny pro mne relevantního obsahu ze zdravotnických periodik. Napomohl tomu i fakt, že obecně v těchto dvou letech byla i celková četnost článků k mému tématu nejvyšší.

Oříškem obvykle zůstává CO, tedy jak dobře definovat dotaz v databázi. Mým tématem byla organizačně-právní forma nemocnic, ale při zadání jednoduchého dotazu „nemocnice“ databáze nabízí i jakékoliv zmínky, kdy byl někdo hospitalizován či kdy byla budova nemocnice opravována. Nejprve jsem zkoušela vyhledávat termín „nezisková nemocnice“, což mi předchází tisíce výsledků výrazně zúžilo a zároveň šlo o termín, kterým novináři často nahrazovali delší, i když přesnější, názvy nové právní formy nemocnic. Velmi brzo jsem však zjistila, že zúžení bylo až příliš úspěšné a celá řada relevantních zpráv se do výběru nepropracovala. Dalším zádrhelem se ukázala různorodá terminologie během sledovaných let. Novináři v průběhu let obecně používali termín „nezisková nemocnice“, ale relevantními pro můj výzkum byly přesnější termíny jako „veřejné neziskové nemocnice“ či v druhém sledovaném období při změně *policy* „univerzitní nemocnice“. Protože jsem v médiích sledovala i konkurenční rámce, potřebovala jsem zmapovat i rámování příspěvkových nemocnic.

| 283

Ve výsledku jsem tedy záznamy v databázi Newton IT identifikovala na základě dotazu „nezisková nemocnice“~10 OR „nemocnice příspěvková“~10 OR „nemocnice veřejná“~10 OR „nemocnice univerzitní“~10. Slovo nemocnice mělo být od druhého výrazu vzdáleno maximálně deset slov. Získaných necelých osm tisíc článků mě nevyděsilo, protože jsem schopna číst relativně rychle a velkou část článků lze vyčistit po přečtení názvu či několika úvodních vět, kdy je zřejmé, že se vztahují k jinému tématu. Tomu napomáhá i zvýraznění vyhledávaných slov v textu, které Newton IT nabízí, a čtenář pak má možnost text „prolétnout“ a rychleji odhalit, zda je článek relevantní. V mém případě jsem vyřadila všechny články, ve kterých byly nemocnice uvedeny v jiné než zkoumané souvislosti (např. „byla zahájena výstavba univerzitní nemocnice“). Dále jsem vyřadila články informativního charakteru, které opakovaly stejnou zprávu (např. „dnes se sejde poslanecká sněmovna k návrhu zákona o neziskových nemocnicích“) a obdobně byly vyřazeny články s identickým sdělením, obvykle vydané ČTK (např. „včera prezident podepsal zákon o neziskových nemocnicích“), které periodika často přebírala s minimálními úpravami. V obou případech jsem do analýzy zařadila pouze jeden článek, a pokud to bylo možné určit, šlo o ten, který byl zveřejněn jako první. Vyřazení se vyhnuly ty články, které krom předchozího nabízely další informaci jako například vyjádření některého z aktérů (např. „na včerejší podpis zákona o neziskových nemocnicích prezidentem reagovali hejtmani prohlášením, že se odvolají k Ústavnímu soudu“). Prvotních

7 759 článků jsem takto zúžila na 2 087, které jsem už analyzovala. V samotném textu disertační práce jsem pak citovala ze 151 zdrojů (srov. tabulka 7.3).

TABULKA 7.3: Počty analyzovaných článků

	ROK	NALEZENÉ ČLÁNKY, REPORTÁŽE	ANALYZOVANÉ ČLÁNKY, REPORTÁŽE
Případ první 2002–2006 Zákon o veřejných neziskových ústavních zdravotnických zařízeních	2002	477	33
	2003	775	107
	2004	967	315
	2005	1221	548
	2006	1526	773
<i>Celkem případ první</i>		4966	1776
Případ druhý 2014–2017 Zákon o univerzitních nemocnicích	2014	685	51
	2015	659	63
	2016	633	64
	2017	816	133
<i>Celkem případ druhý</i>		2793	311
<i>Celkem oba případy</i>		7759	2087

Zdroj: Angelovská

Články jsem z Newton Media Search exportovala do pdf souborů podle let a zároveň do excelové tabulky, což mi ulehčilo práci s přepisováním základních údajů o konkrétních článcích. Obojí jsem měla v různých souborech podle jednotlivých zkoumaných let. Protože databáze mi neumožnila export více než 500 článků najednou, měla jsem dva ročníky (2005 a 2006) vždy ve dvou souborech. Pdf soubory jsem si pro čtení vytiskla, protože upřednostňuji čtení „z papíru“.

Data byla získána prostřednictvím obsahové a tematické analýzy médií. Ve vytištěných zdrojích jsem si barevně podtrhávala sledované indikátory. V první řadě šlo o samotné téma změny organizačně-právní formy nemocnic a jeho rámování (např. zdůrazňování zadlužení nemocnic, rizika privatizace, dvojkolejnosti sektoru zdravotnictví a vzdělávání v případě fakultních nemocnic, negativní rámování změny organizačně-právní formy nemocnic). Dále jsem identifikovala promotéry veřejných politik na základě jejich snah o upoutání pozornosti na daný problém nebo snah o změnu rámování, a stejně tak politické strany a zájmové skupiny. Poslední analyzovanou oblastí byla odborná komunita, její interakce a různé

návrhy a alternativy. Každý indikátor měl přiřazenou svou barvu, takže ve výsledku vytištěné články vypadaly jako po zásahu pastelkami od dětí z mateřské školky, na druhou stranu, pokud jsem chtěla zpětně zkontrolovat například zmiňované aktéry, mohla jsem se zaměřit už jen na modrou barvu a rychle články „projet“. Zjištěné údaje jsem zanášela do excelové tabulky, kam jsem si zaznamenávala aktéry, témata a jejich vyznění (pozitivní, neutrální či negativní), policy (opět včetně jejího rámování) atd.

Samotná mediální analýza mi dle mého odhadu trvala celkem cca měsíc až měsíc a půl čistého času. Jde o hrubý odhad, protože jsem neměla možnost ji provádět v jednom časovém úseku a docházelo i k měsíčním prodlevám. Do odhadovaného času jsem nezapočítala asi týdenní zdržení, kdy jsem část textů musela analyzovat znovu. Texty jsem si sice s sebou vozila i na dovolenou či víkendy, ale to s sebou přineslo i jeden zádrhel, kdy se mi podařilo část analyzovaných textů ztratit. Předpokládám, že pokud má výzkumník možnost analyzovat text v jednom nepřerušovaném časovém úseku, proces se zrychlí alespoň o třetinu. Na druhou stranu jsem nemusela ztrácet téměř žádný čas s výběrem databáze, neboť jsem díky předchozím zkušenostem s Newton Media Search nejen věděla, že to je relevantní zdroj dat, ale zároveň jsem se už v databázi orientovala, věděla, jak vyhledávat, ukládat výsledky apod.

Pro analýzu proudu veřejných politik a proudu politiky se stala mediální analýza doplňkovou metodou pro mapování prezentovaných hodnot v politické aréně, taktiky prosazování sledovaných návrhů nebo kampaně zájmových skupin. Naopak hlavní roli hrála mediální analýza při analýze proudu problémů a sledování, zda a jak se měnilo rámování problému. Díky ní jsem zmapovala proměnu rámování, a to následovně. V obou sledovaných případech byl problém nemocnic nejprve rámován jako jejich špatná ekonomická situace a až v průběhu času byl přerámován jako důsledek jejich nevhodné organizační formy, která si žádá změny. Zajímavé bylo opětovné využití rámce, který zdůrazňoval riziko privatizace nemocnic, i po deseti letech, kdy už toto riziko bylo výrazně nižší. Nicméně šlo o rámec, který se začátkem milénia osvědčil a ve společnosti rezonoval. Analýza médií mi také napomohla identifikovat nositele rámců. Zde se odráželo jejich hodnotové zaměření nebo jejich zainteresovat v řešení situace. Obecně byli zastánci privatizace nemocnic představitelé středo–pravého politického spektra, zatímco právní formu neziskových nemocnic prosazovali představitelé středo–levých politických stran. Osobně považuji mediální analýzu za přínosnou pro výzkum veřejných politik. Poskytuje nejen deskriptivní

popis událostí a politik, ale nabízí, byť částečně omezený, pohled do zákulisí politiky a umožňuje identifikovat základní rysy *politics*. Jako ideální vidím přístup kombinující mediální analýzy s dalším typem výzkumu (rozhovory, analýza statistických dat apod), čímž by se výsledky mediální analýzy alespoň částečně ověřily.

V případě této konkrétní analýzy jsem nemusela řešit žádný zvláštní etický problém.

7.6 Závěr

286 | Tato kapitola se snažila poskytnout základní přehled, jak o mediálních výstupech jako datech pro výzkum veřejné a sociální politiky přemýšlet, jak s nimi konkrétně pracovat a kde je hledat. Ambicí textu není v žádném ohledu suplovat odbornou literaturu v oblasti mediálních studií – její studium lze při soustředěnějším zájmu o mediální výstupy určitě doporučit.

Shrňme, že významnou výhodou mediálních výstupů je zejména jejich dostupnost a také – díky databázím – možnost systematického přístupu k nim. Dalším velkým kladem je jejich flexibilita, kdy lze mediální analýzu využít jako základ pro hlavní argument výzkumu, ale i jen okrajově, případně kdy lze mediální výstupy využít jen v rámci *desk research* pro základní orientaci ve výzkumném tématu. „Pružnost“ mediálních výstupů se projevuje v tom, že jimi lze za určitých okolností nahradit jiný druh dat (např. rozhovor, případně výzkum veřejného mínění). Tato flexibilita se ale může stát i nevýhodou, protože velikost vzorku a způsob práce s mediálními daty hodně záleží na kontextu výzkumu a neexistují pro ně pevná pravidla.

S využitím mediálních výstupů nejsou spojena žádná zvláštní etická dilemata.

V textu bylo použito vícero příkladů využití mediálních výstupů, na tomto místě uvedeme ještě dva.

Prvním je text Zasluhují si neformální pečující větší péči? Změny v sociální konstrukci neformálních pečujících a designu politiky dlouhodobé péče v ČR Karolíny Dobiášové a Miriam Kotrusové (2017). Autorky v něm mj. identifikují rámce vztahující se k neformálním pečujícím: neformální pečující jako neviditelná cílová skupina politiky dlouhodobé péče, neformální pečující jako samostatná cílová skupina politiky dlouhodobé péče a neformální pečující jako někdo, kdo šetrí výdaje státu a pečuje z lásky. Následně uvádějí frekvenci rámců v jednotlivých sledovaných letech období 2005–2016, rámce zhrubně popisují a dávají do vztahu k obecnějšímu teoretickému rámci.

Druhým příkladem je velmi inspirativní článek Jiřího Mertla Vše v rámci trhu, nic proti trhu, nic mimo trh: neoliberální devianti a dohled nad nimi skrze sociální pomoc (2016), který aplikuje kritickou diskurzivní analýzu a analýzu metafor na korpusu sestávajícím z mediální a obecně textové produkce ze strany politických představitelů a rozhovorů s příjemci sociální pomoci a sociálními pracovníky. Poté, co jsou v textu přesvědčivě představeny (teoreticky i na příkladech ze zahraničí) koncepty neoliberálního dohlížení spojeného s poskytováním sociálních dávek, je jejich využívání demonstrováno i na české praxi.

První příklad (stejně jako příklady Magdaleny Mouralové a Olgy Angelovské) ilustruje využití mediální analýzy v souvislosti s „velkou“ veřejněpolitickou teorií – sociální konstrukcí cílových populací a teorií tří proudů. Druhý příklad pak ukazuje, kam je možné při zpracovávání veřejněpolitických témat jít dál směrem k jejich sociologičtějším uchopením. | 287

SHRNUTÍ KAPITOLY Mediální výstupy ve veřejněpolitickém výzkumu

Hlavní poselství

- Mediální výstupy se ve veřejněpolitickém výzkumu využívají často a mnoha různými způsoby.
- Výhody: široké možnosti využití, dostupnost dat, možnost systematického přístupu k datům díky databázím, mediální výstupy jako „časové snímky“ různých událostí.
- Nevýhody/výzvy: nutnost zohledňovat kontext, rozhodování o redukci datasetu.

Typy výzkumných problémů, pro které jsou data vhodná

- Orientace v problému.
- Sledování mediálního obrazu nějakého jevu nebo populace v okamžiku či čase.
- Výzkumné problémy, jejichž zpracování je spojeno s teorií sociální konstrukce cílových populací, teorií tří proudů, teorií přerušované rovnováhy a teorií nastolování agendy.

Příklady výzkumných otázek

- Jaké cílové populace jsou v médiích spojovány s politikou společného (inkluzivního) vzdělávání? Dochází k fragmentaci cílové populace žáků se SVP? Které subpopulace jsou vyčleňovány, v jakých kontextech k tomuto rozdělování a vyčleňování dochází a jak je jejich mediální obraz ovlivněn silou mediální pozornosti?

- Proč došlo v oblasti institucionálního nastavení nemocniční péče jen k inkrementálním změnám, a ne ke strukturálním změnám? Jaké rozdíly lze identifikovat ve způsobech nastolování agendy ve sledovaných obdobích? Ve kterých proudech se ve sledovaných obdobích otevírala okna příležitostí a proč? V čem se lišily způsoby propojení proudů ve fázi nastolování agendy a fázi rozhodování? K jakým změnám došlo ve složení a přístupu aktérů?

Typ dat či metody

- Data různého charakteru (texty, obrazy, audio- a audiovizuální záznamy) vytvářená pro jiný než výzkumný účel (typicky informování, přesvědčování).

Doporučená metodologická četba

- Seidlová, V. et al. 2019. Nevтіravé výzkumné přístupy. In *Metody výzkumu ve společenských vědách*, eds. H. Novotná, O. Špaček a M. Šťovíčková Jantulová, 391–413. Praha: Fakulta humanitních studií UK.
- Sedláková, R. 2014. *Výzkum médií. Nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada.
- Trampota, T., Vojtěchovská, M. 2010. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál.

Doporučené praktické příklady využití dat nebo metody

- Kňapová, K. 2013. Obraz stávky dopravních odborů z června 2011 ve vysílání České televize. *Mediální studia* 4 (1): 93–107.
- Kupka, P. et al. 2018. Obchod s chudobou: obsahová analýza českých zpravodajských médií v období 2006–2017. *Středoevropské politické studie* 20 (2): 124–146.
- Vávra, J. et al. 2013. Obraz změn klimatu v českých denících v letech 1997–2010. *AUC Philosophica et Historica* (2): 9–33.

Zdroje

- Angelovská, O. 2021. *(Ne)úspěch změny organizačně právního uspořádání českých nemocnic*. Disertační práce. Univerzita Karlova, Praha.
- Baumgartner, F., Jones, B. 1993. *Agendas and Instability in American Politics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Blesk.cz. 2016. *Valachová sestavila inkluzivní tým. Má ale háček. Je tam i muž, který o tom neví* (online), 17. 3. 2016. <https://www.blesk.cz/clanek/zpravy-politika/381148/valachova-sestavila-inkluzivni-tym-ma-ale-hacek-je-tam-i-muz-ktery-o-tom-nevi.html>.

- Burdová, K. 2021. *Na zdraví? Alkohol a jeho obraz ve veřejnoprávní televizi*. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Praha.
- Burton, G., Jiráček, J. 2001. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister a Principal.
- Červenka, J. 2008. Veřejná agenda. In *Agenda-setting: teoretické přístupy*, ed. M. Škodová, 48–62. Praha: Sociologický ústav AV ČR.
- Česká televize. 2022. *Sledovanost a data o vysílání* (online). www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/sledovanost-a-data-o-vysilani/grafy-divackeho-ohlasu-kolace/ (cit. 14. 10. 2022).
- ČTK. 2003. Náklad, prodej a počet celostátních deníků v ČR od roku 1996 (graf) (online). <http://multimedia.ctk.cz/grafika/document/8414189/10> (cit. 12. 5. 2017).
- Dobiášová, K., Kotrusová, M. 2017. Zaslужují si neformální pečující větší péči? Změny v sociální konstrukci neformálních pečujících a designu politiky dlouhodobé péče v ČR. *Sociální práce* 6: 22–41.
- Frič, P. et al. 2021. *Stárneme strategicky? Stárnutí a příprava na něj* (online). https://ceses.cuni.cz/CESES-478-version1-starneme_strategicky_starnuti_a_priprava_na_nej.pdf (cit. 14. 10. 2022).
- Gerring, J. 2017. *Case Study Research. Principles and Practices*. 2. vyd. Cambridge: Cambridge University Press.
- Halada, J., Osvaldová, B. ed. 2017. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Karolinum.
- Havlíková, J. 2007. Věk v sociologické teorii: Perspektiva životního běhu. *Sociální studia* (1–2): 179–200.
- Hejzlarová, E. M., Durnová, A. 2022. Spor o domácí porody jako příklad aktivizace občanské sféry: koncept societalizace Jeffreyho Alexandera. *Sociologický časopis* 58 (2): 151–180.
- Herweg, N. 2017. *European Union Policy-Making. The Regulatory Shift in Natural Gas Market Policy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Hsieh, H., Shannon, S. 2005. Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research* 15 (9): 1277–1288.
- Ingram, H., Schneider, A., de Leon, P. 2007. Social Construction and Policy Design. In *Theories of the Policy Process*, P. Sabatier, 93–126. New York: Routledge.
- Jelínková, M. 2020. Uprchlíci jako naše hranice: analýza diskurzu utváření současné azylové politiky České republiky. In *Česká veřejná politika optikou teorie sociální konstrukce cílových populací*, ed. M. Nekola, E. M. Hejzlarová a J. Kohoutek, 176–215. Praha: Karolinum.
- Jones, M. D. et al. 2016. A River Runs Through It: A Multiple Streams Meta-Review. *Policy Studies Journal* 44 (1): 13–36.
- Kalvas, F. 2008. Politická agenda. In *Agenda-setting: teoretické přístupy*, ed. M. Škodová, 63–73. Praha: Sociologický ústav AV ČR.

- Kingdon, J. 1984. *Agendas, Alternatives, and Public Policies*. Boston: Little Brown.
- Kňapová, K. 2013. Obraz stávky dopravních odborů z června 2011 ve vysílání České televize. *Mediální studia/Media Studies* (1): 93–107.
- Kupka, P. et al. 2018. Obchod s chudobou: obsahová analýza českých zpravodajských médií v období 2006–2017. *Středoevropské politické studie* 20 (2): 124–146.
- Mertl, J. 2016. Vše v rámci trhu, nic proti trhu, nic mimo trh: neoliberalní devianti a dohled nad nimi skrze sociální pomoc. *Sociologický časopis* 52 (2): 179–208.
- Mouralová, M. 2020. Žáci se speciálními vzdělávacími potřebami jako cílová populace vzdělávacích politik a jejich zobrazování v médiích. In *Česká veřejná politika optikou teorie sociální konstrukce cílových populací*, ed. M. Nekola, E. M. Hejzlarová a J. Kohoutek, 251–295. Praha: Karolinum.
- Nekola, M., Hejzlarová E. M., Kohoutek, J. ed. 2020. *Česká veřejná politika optikou teorie sociální konstrukce cílových populací*. Praha: Karolinum.
- NetMonitor. 2022. *Veřejné výstupy od července 2017* (online). <https://www.netmonitor.cz/verejne-vystupy-od-cervence-2017-pouze-v-gar-https-rating-gemius-com-cz> (cit. 14. 10. 2022).
- Rawat, P., Morris, J. C. 2016. Kingdon's "Streams" Model at Thirty: Still Relevant in the 21st Century? *Politics* 44 (4): 608–638.
- Sedláková, R. 2014. *Výzkum médií. Nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada.
- Seidlová, V. et al. 2019. Nevтіravé výzkumné přístupy. In *Metody výzkumu ve společenských vědách*, eds. H. Novotná, O. Špaček a M. Šťovíčková Jantulová, 391–413. Praha: Fakulta humanitních studií UK.
- Schneider, A., Ingram, H. 1993. Social Construction of Target Populations: Implications for Politics and Policy. *The American Political Science Review* 87 (2): 334–347.
- Schneider, A., Ingram H. 1997. *Policy Design for Democracy*. Lawrence: University Press of Kansas.
- Schneider A., Ingram, H., de Leon, P. 2014. Democratic Policy Design: Social Construction of Target Populations. In *Theories of the Policy Process*, P. Sabatier, 105–149. New York: Routledge.
- Škodová, M. ed. 2008. *Agenda-setting: teoretické přístupy*. Praha: Sociologický ústav AV ČR.
- Tabery, P. 2008. První a druhý stupeň nastolování agendy (agenda-setting), rámcování (framing) a vypíchnutí (priming). In *Agenda-setting: teoretické přístupy*, ed. M. Škodová, 28–39. Praha: Sociologický ústav AV ČR.

- Technologická agentura ČR. 2018–2021. *Zabezpečování na stáří v interakci státní správy a občanů* (online). <https://starfos.tacr.cz/cs/project/TL01000491> (cit. 14. 10. 2022).
- Trampota, T., Vojtěchovská, M. 2010. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál.
- Unie vydavatelů. 2015. *Media projekt 4. čtvrtletí 2014 a 1. čtvrtletí 2015* (online). http://www.unievydavatelů.cz/gallery/files/MP_4-1-2015-Prezentace_v04.pdf (cit. 15. 11. 2016).
- Unie vydavatelů. 2022a. *Ověřování nákladu tisku* (online). http://www.unievydavatelů.cz/cs/unie_vydavatelů/medialni_data/overovani_nakladu_tisku (cit. 14. 10. 2022).
- Unie vydavatelů. 2022b. *Media projekt – výzkum čtenosti* (online). www.unievydavatelů.cz/cs/unie_vydavatelů/medialni_data/vyzkum_ctenosti (cit. 14. 10. 2022). | 291
- Vávra, J. et al. 2013. *Obraz změn klimatu v českých denících v letech 1997–2010. AUC Philosophica et Historica* (2): 9–33.
- Yin, R. K. et al. 2018. *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. 6. vyd. Los Angeles: SAGE.
- Zákon č. 82/2015 Sb., kterým se mění zákon č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školský zákon), ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony.