

OBSAH

Poděkování	5
Úvod	7
1. Teoretická východiska studia vlivu médií na formování veřejného mínění v procesu politické komunikace	13
1.1 Politická komunikace jako komplexní proces výměny informací mezi jejími aktéry	13
1.1.1 Charakter mediálního prostředí v třetí fázi politické komunikace	18
1.1.2 Političtí aktéři a jejich způsob oslovování veřejnosti v postmoderním mediálním prostředí	21
1.1.3 Vliv postmoderního mediálního prostředí na chování publika	25
1.2 Pojem média a jejich význam v procesu politické komunikace	28
1.3 Veřejnost a způsob měření jejího mínění o politických záležitostech	33
2. Televizní zpravodajství a jeho předpokládaný vliv na formování politických preferencí v ČR	37
2.1 Televizní zpravodajství	37
2.1.1 Veřejnoprávní a soukromé televizní zpravodajství	42
2.1.2 Jak se měří publikum televizního zpravodajství?	46
2.1.3 Teorie mediálních účinků televizního zpravodajství na veřejnost (publikum)	52

3. Framing jako teorie předpokládaného mediálního účinku televizního zpravodajství	57
3.1 Teoretické východisko framingu	58
3.2 Tvůrci framingu v politické komunikaci	61
3.3 Konceptuální vymezení mediálního framingu	64
3.3.1 Čím je tvořen rám zpravodajského příspěvku? Jak je udávána hodnota kontextu?	67
3.3.2 Podstata a charakter valenčního účinku framingu a kritéria intenzity jeho podílu na formování názorových preferencí obyvatel	68
3.4 Typologie mediálního framingu (rámů)	70
3.4.1 Epizodický a tematický framing	71
3.4.2 Game framing a strategy framing	73
3.4.3 Specifický a generický framing	74
3.5 Způsoby výzkumu framingu (framing analysis)	75
4. Framing televizního zpravodajství a jeho účinek na formování politických preferencí občanů ČR: Případová studie mediálně významných událostí v období před, během a po pádu vlády Mirka Topolánka v roce 2009	83
4.1 Metodologie výzkumu	83
4.2 Významné politické události v průběhu zkoumaného období	93
4.2.1 Fáze před krizí vlády (25. 12. 2008 – 5. 3. 2009)	95
4.2.2 Fáze v průběhu krize vlády (14. 3. – 11. 6. 2009)	97
4.2.3 Fáze po krizi a pádu vlády (17. 7. – 8. 10. 2009)	103
4.3. Medializace hlavních aktérů vládní krize (ODS, ČSSD, Mirka Topolánka a Jiřího Paroubka) v Událostech ČT a v Televizních novinách ve zkoumaném období	107
4.3.1 Dílčí závěr	125

4.4	Profil pravděpodobného diváka Událostí ČT a Televizních novin ve zkoumaném období (25. 12. 2008 – 8. 10. 2009)	127
4.4.1	Profil pravděpodobného diváka Událostí ČT a diváka Televizních novin z hlediska věku a pohlaví	129
4.4.2	Profil pravděpodobného diváka událostí ČT a diváka Televizních novin z hlediska vzdělání	136
4.4.3	Veřejná agenda z pohledu diváků televizního zpravodajství	141
4.4.4	Dílčí závěr	145
4.5	Testování valenčního účinku framingu zpravodajských výpovědí na politické preference diváků televizního zpravodajství	149
4.5.1	Dílčí závěr	162
	Závěr	165
	Literatura	167
	Příloha: Dotazník terénního šetření v rámci výzkumu veřejného mínění agentury CVVM.	183
	Summary	187
	Seznam tabulek, grafů, obrázků a schémat.	189