

**Západočeská univerzita v Plzni  
Fakulta filozofická**

**Bakalářská práce**

**Komparace Vladimíra Putina v médiích obou stran  
sporu/spolupráce**

**Ludmila Nováková**

**Plzeň 2013**

**Západočeská univerzita v Plzni**  
**Fakulta filozofická**  
Katedra politologie a mezinárodních vztahů  
Studijní program: Mezinárodní teritoriální studia  
Studijní obor: Mezinárodní vztahy – východoevropská studia

**Bakalářská práce**

**Komparace Vladimíra Putina v médiích obou stran  
sporu/spolupráce**

**Vedoucí práce:**

PhDr. Magdaléna Leichtová, Ph.D.

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

**Plzeň 2013**

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2013 .....

Děkuji PhDr. Magdaléně Leichtové, Ph.D. za podmětné rady, odbornou pomoc a čas věnovaný vedení bakalářské práce. Také bych chtěla poděkovat své rodině za jejich podporu při mém studiu.

## OBSAH

<b>Úvod</b> .....	<b>5</b>
<b>1. Úvod do teoretické části</b> .....	<b>8</b>
1.1 Masová média .....	8
1.2 Agenda setting.....	9
1.2.1 Co se stane předmětem zpravodajství.....	10
1.2.2 Stereotypy – zobrazení.....	11
1.2.3 Média a politika .....	13
<b>2. Úvod do metodologické části</b> .....	<b>16</b>
2.1 Obsahová analýza – metodologie .....	16
2.2 Použití obsahové analýzy v praxi .....	17
<b>3. Ruská média – vývoj od 90. let</b> .....	<b>20</b>
3.1 Putin a oligarchové.....	22
3.2 Rusko a svobodná média .....	25
<b>4. Analýza zobrazení volební kampaně v médiích</b> .....	<b>27</b>
4.1 Prezidentské volby v roce 2012 .....	27
4.1.1 Právní rámec pro volby v ruské federaci .....	28
4.1.2 Prezidentská kampaň v médiích .....	29
4.1.3 Vítězství Putina v prezidentských volbách.....	31
<b>5. Interpretace dat</b> .....	<b>33</b>
5.1 Charakteristika analyzovaných souborů .....	33
5.2 Zpracování témat výzkumu.....	34
5.2.1 Výsledky analýzy v Lidových novinách.....	35
5.2.2 Výsledky analýzy v Kommersant Gazete.....	37
5.2.3 Porovnání získaných výsledků.....	40
5.3 Srovnání získaných výsledků.....	41
<b>Závěr</b> .....	<b>44</b>
<b>Seznam použité literatury</b> .....	<b>45</b>
<b>Resumé</b> .....	<b>51</b>

## Úvod

Média jako specifický typ sociální komunikace se svojí činností stále významněji podílejí na podobě společenského, politického i kulturního života. Postavení médií ve společnosti, totiž závisí na kultuře a daných hodnotách, v jejichž rámci probíhá mezilidská komunikace. Média také mohou ovlivnit názor čtenáře tím, jak jsou témata prezentována, interpretována, stereotypizována a v některých případech sekuritizována. Takto mohou zvyšovat pozornost společnosti k určitému tématu, a tím posilovat jeho důležitost ve veřejném hodnocení. Obdobnými mechanismy mohou média případně ve volebním období "ovlivňovat" možná rozhodnutí voličů. Média sehrávají pro lidskou společnost významnou roli při zprostředkování informací, kdy neustále podávají obraz o politickém dění, například informují o jednotlivých krocích vlády, zahraniční politice či zprávách z domova.

Mezi ruské mediální instituce patří televize, rozhlas, denní periodika a internet, které podle právních předpisů Ruské federace může vlastnit stát nebo soukromá osoba. Současná svoboda médií v Ruské federaci je kritizována ze strany mnoha mezinárodních organizací. Podle Mezinárodního tiskového institutu, ruské zákony, byrokratické předpisy a politicky motivované trestní vyšetřování donutily tisk k autocenzuře. Tento institut také označil Rusko jako jednu z nejnebezpečnějších evropských zemí pro novináře. V roce 2010 organizace Reportéři bez hranic umístila Rusko na 140 místo ze 178 zemí v žebříčku svobody tisku.<sup>1</sup> Podle komisaře pro lidská práva v Rusku Vladimira Lukina ústavní normy, které mají zajišťovat svobodu projevu jsou v podstatě dodržovány, navíc prý neexistuje institucionalizovaná cenzura.

V roce 2008 Amnesty International kritizovala mediální kampaň s blížícími parlamentními a prezidentskými volbami. Zpráva uvádí, že orgány porušovaly svobodu shromažďování a projevu. Orgány při zasahování násilně rozptylovaly některé opoziční demonstrace, zatímco provládní akce se uskutečnily bez narušení.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Reportéři bez hranic (2010). *Index svobody 2010*. (<http://en.rsf.org/press-freedom-index-2010,1034.html>., 15.3.2013).

<sup>2</sup> Amnesty International (2013). *Freedom curtailed in the Russian Federation*. 26.2.2008 (<http://www.amnesty.org/en/news-and-updates/report/freedom-curtailed-russian-federation-20080226>, 15.3.2013).

Prezident Vladimir Putin a jeho spolupracovníci začali přebírat větší kontrolu nad médii. Jejich kritici poukazovali na metody, které připomínaly praktiky za sovětského svazu. Dva novináři v roce 2005 byli zavražděni. V průběhu pěti let od doby, kdy Putin převzal moc, bylo zavražděno 12 lidí. Žádný z vrahů nebyl postaven před soud.<sup>3</sup> V říjnu 2006 byla zavražděna ruská novinářka Anna Politkovská,<sup>4</sup> která byla známá svojí kritikou chování Ruské federace v Čečensku. Smrt této ženy vyvolala vlnu pobouření a kritiky Ruska v západních médiích.<sup>5</sup>

V této bakalářské práci se zabýváme mediálním obrazem ruské prezidentské předvolební kampaně v roce 2012. Tuto kampaň sledujeme ve dvou celostátních denících, českých a ruských. Vycházíme z teorie mediální konstrukce reality, podle které mají média vliv na formování názorů společnosti a jejich postojů k různým jevům.

Cílem bakalářské práce je zjistit, zda se obsah zpráv z ruského a českého prostředí shoduje. Soustředíme se přitom na kritiku voleb v médiích. Tyto kritické informace analyzujeme a srovnáváme. Dále se snažíme zodpovědět otázky, které si v souvislosti s naším tématem klademe.

Práci jsme pro přehlednost rozdělili do tří částí – teoretické, metodologické, a analytické, přičemž samotná analytická část je pak rozdělená na dvě menší části. V teoretické části definujeme mediální instituce, proces agendy setting, obsah zpráv a tvorbu zpravodajství. V této části se také věnujeme vlivu médií na politiku a naopak.

---

<sup>3</sup> CPJ (2013). *Attacks on the Press 2005: Russia*. (<http://cpj.org/2006/02/attacks-on-the-press-2005-russia.php>, 15.3.2013).

<sup>4</sup> Anna Štěpanovna Politkovská (1958–2006) vystudovala žurnalistiku na universitě v Moskvě. Mezi lety 1982 a 1993 pracovala v *Izvestijích* a v dalších časopisech, od roku 1994 v *Obščej gazetě* a od roku 1999 jako dopisovatelka nezávislých novin *Novaja Gazeta*. Mnohokrát navštívila utečenecké tábory v Dagestánu, pracovala v Ingušsku a Čečensku. Napsala knihy *Cesta do pekla*, s podtitulem *Čečenský deník*, a *Druhá čečenská*. V únoru 2001 byla v Čečensku zatčena a obviněna z porušování zákona, který přísně omezuje práci žurnalistů v místě konfliktu. Region musela poté opustit. V říjnu 2001, kdy jí za její práci v Čečensku bylo mnohokrát vyhrožováno smrtí, se Anna Politkovská uchýlila na čas do Vídně. Za svou práci získala v roce 2000 cenu *Zolotoe pero Rossii*, cenu *Amnesty International* (2001), cenu *Freedom of Expression* a mnohé další. 7. října 2006 byla zavražděna v Moskvě (Pokorný – Portel <http://www.revolverrevue.cz/anna-politkovska>, 17.3.2013).

<sup>5</sup> Smith, Joan (2013). Putin's Russia failed to protect this brave woman. *Independent*. 9.10.2006 (<http://www.independent.co.uk/voices/commentators/joan-smith/joan-smith-putins-russia-failed-to-protect-this-brave-woman-419313.html>, 15.3.2006).

Vysvětlit tento vliv je důležité především pro povahu naší práce, kde se zabýváme politickým tématem.

Ve druhé metodologické části se věnujeme metodě práce, obsahové analýze. Obsahová analýza patří mezi kvantitativní výzkumné metody. Uplatníme ji při analýze zpravodajství a komentářů vybraných deníků. Nejdříve popíšeme teoretické přístupy při definování hlavních a vedlejších výzkumných otázek a dále samotnou operacionalizaci hypotéz našeho výzkumu. Základním východiskem metodologické části je položení hlavní výzkumné otázky. K této výzkumné otázce stanovíme pak dvě vedlejší výzkumné podotázky.

Třetí část práce je věnovaná samotné analýze. Analytická kapitola je pak ještě rozdělena do dvou menších částí. V první popíšeme mediální situaci v Ruské federaci a její vývoj od 90. let až do nástupu Vladimíra Putina na pozici prezidenta země. Dále se pak v této části věnujeme problémům, které provázely prezidentskou předvolební kampaň. Ta vychází z výsledků monitoringu voleb, který provedla Organizace pro spolupráci a bezpečnost v Evropě (OBSE). Hlavní chyby a problémy, které odhalil monitoring, jsou předmětem zkoumání ve vybraných médiích. Ve druhé poslední analytické části shrneme základní charakteristiku výzkumného souboru. Zjištěná data interpretujeme a prezentujeme v tabulkách a grafech, které nám lépe zobrazí výsledek našeho výzkumu.

Při výběru literatury jsme kladli důraz na sběr relevantních a aktuálních informací. Převážná část práce čerpá z internetových zdrojů, při nichž byla zohledňována odbornost a také ověřitelnost daných informací. V teoretické části čerpáme zejména z knih od autorů Graema Burtona *Úvod do studia médií* a Maxwella McCobs *Agenda-setting*.

V souvislosti s daným tématem, jsme převážně vycházeli z článků a novinových zpráv, ze kterých se skládá praktická část této práce. Pro praktickou část, která se zabývá mediální situací v Rusku jsme zvolili zprávy z mezinárodních a regionálních organizací, které se těmto tématům věnují. Jsou to především, Freedom House, Reportéři bez hranic, Amnesty International, Rada Evropy a Organizace pro bezpečnost a spolupráci v Evropě. Média, které jsme si pro analýzu zvolili, jsou z českého prostředí Lidové noviny<sup>6</sup> a z ruského Kommersant Gazeta.<sup>7</sup> Vybrané noviny

---

<sup>6</sup> *Lidové noviny* (2013) (<http://www.lidovky.cz>, 25.2.2013).

<sup>7</sup> *Kommersant Gazeta* (2013) (<http://www.kommersant.ru/daily>, 25.2.2013).



musely splňovat následující kritéria. Nezávislost na vládě (toto kritérium je důležité především při výběru ruského deníku) a množství zveřejněných zpráv, které se týkají předvolební prezidentské kampaně.

## 1. Úvod teoretické části

V této kapitole definujeme základní jevy a faktory, které se týkají médií. Především zpravodajství, moci a vlivu médií. Zajímavý je i proces „agendy setting“ (nastolování agendy ve zpravodajství). A v poslední části se věnujeme stereotypům zobrazení a vlivu médií na politiku.

### 1.1 Masová média

Mediální instituce se rozvinuly podle svých klíčových činností, jakými jsou zveřejňování, šíření informací a kultury. Tyto činnosti můžeme rozdělit podle typu užívaných technologií, kterými jsou tisk, film, televize apod. Hlavním rysem mediálních institucí je jejich umístění ve veřejné sféře a jsou přístupné všem příjemcům, kteří se věnují veřejným záležitostem. Jejich úkolem je zabývat se veřejnými záležitostmi za veřejným účelem, u kterých lze předpokládat, že z nich bude formováno veřejné mínění. Média jsou pak odpovědná svou činností veřejnému mínění a jsou usměrňována pomocí zákonů, nařízeních a tlaků ze strany společnosti. Ale i přes tato opatření mají velkou míru svobody a v podstatě nemají žádnou moc. Jejich důležitým charakteristickým rysem je jejich dobrovolnost, nikdo není totiž povinen přijímat mediální obsah a ani ho vytvářet. Toto tvrzení platí hlavně u demokratických států (McQuail 2007: 32–35).

Média a mediální komunikace se v dnešní společnosti staly neodmyslitelnou součástí života. Každá společnost se snaží nějakým způsobem zajistit, aby v jejím rámci probíhala výměna informací, která se skládá ze znaků a obsahů. Možná i z tohoto důvodu se objevují časté snahy o jejich ovládnutí, řízení a využití. V dnešní době je stále snazší získávat informace z médií, ať se jedná o důležité tuzemské či zahraniční události. Hlavní funkcí médií je informování společnosti. Nesmíme ale opomenout i jiné činnosti, na kterých se podílejí, jako například: politickou, kulturní, zábavní a společenskou funkci (McQuail 2007: 32–40).

Mezi další důležité funkce patří také činnost sociální, kde si společnost s pomocí obrazu z médií může vytvořit představu o podobě společnosti a její pozice v ní. Nejdůležitější mocí, kterou média vládou, je schopnost ovlivnit jednání a uvažování lidí. Nepřesnějším příkladem je využití reklamy. Reklamní kampaň se všemi možnými způsoby snaží cíleně ovlivnit názor člověka na danou věc či produkt (Burton 2003: 22).

Předmětem této práce je výzkum informační a politické funkce médií. Schopnost porozumět a analyzovat data přijímané z médií je v dnešní společnosti stále aktuálnější.

## **1.2 Agenda setting**

Agenda setting je proces, který do češtiny nejčastěji překládáme jako „nastolování témat“ nebo „určování agendy“. V sociálním prostředí existuje mnoho témat, informací a procesů, které mezi sebou soupeří o pozornost a zdroje, které vedou k jejich prosazení v mediálním prostředí (McCobs 2009: 20–26).

Nastolování témat nebo agendy má základ v lidské potřebě dozvědět se něco nového a ve schopnosti se orientovat v určitém prostředí. Z tohoto důvodu lidé používají média, aby se jednoduše orientovali v politice, zahraničním dění apod. Velká většina událostí se ve světě děje z našeho svědectví, či osobní přítomnosti. O tom, že se dějí nebo se staly, se dozvídáme na základě toho, že nám o tom někdo podá informace. Zprávy a informace, které od médií obdržíme, jsou pouze tématickým a obsahovým výběrem. Prostor a čas ve zpravodajských relacích je vždy něčím omezen, časem, financemi, dostupností, exkluzivitou tématu apod. (McCobs 2009: 25).

Novinová sdělení nám všemi možnými způsoby dokáží předurčit, jaká témata by měla být společností považována za důležitá. Jaký je hlavní titulek, jaká je hlavní denní zpráva, velikost nadpisu a i dokonce délka zprávy – to vše nám ukazuje, jak je zpráva důležitá.

Nastolování agendy závisí na důležitosti zprávy, která může určovat její pozici ve vysílání a délku jejího trvání. Pro všechny zprávy také platí, čím déle se na obrazovce nebo v novinách vyskytují, tím se umocňuje jejich důležitost. Veřejnost tento proces dobře vnímá a po určité době začne považovat za nejdůležitější ta témata,

na něž je ve zprávách kladen důraz. Po určité době se tedy stane to, že agenda zpravodajských médií se do určité míry stane agendou veřejnou. Jinými slovy řečeno, zpravodajská média nastolují i veřejnou agendu. Bernard Cohen tvrdí, že média možná nedokáží zcela říct lidem, co si mají myslet, ale velmi úspěšně jim sdělí, na co mají myslet (McCombs 2007: 26).

### **1.2.1 Co se stane předmětem zpravodajství**

Proces agendy setting velmi souvisí se zpravodajstvím a tím, co stane předmětem zpravodajství. Hlavní části, kterými se tato kapitola zabývá, jsou zpravodajství, zpráva a dále materiály, které budou použity pro komparaci novinových zpráv a článků, týkajících se osoby V. Putina.

Zpravodajství je v dnešní společnosti považováno za žánr s vysokým statutem, jeho předpokládaná objektivita, exkluzivita a nezávislost na politických a státních institucích je ukazatelem fungování demokracie. Zprávy však neposkytují pouze fakta, ale obsahují i základní hodnoty. Zatímco fakta, jména a detaily se mění ve zprávách téměř denně, rámec, do kterého jsou tyto informace umístěny, přetrvává (Trampota 2006: 10).

Zpravodajství je soubor zpráv, které nás informují o rozmanitých událostech, které mohou být pro příjemce důležité, užitečné a možná i zábavné. Pro tuto svou důležitost jsou zprávy považovány za důležitý atribut médií. Zprávy nám mají pomáhat orientovat se ve světě, zvažovat naše možnosti a pomoci se rozhodnout, ocitneme-li se například v roli voličů (Trampota 2006: 10–12).

Otázkou však je, co se stane zprávou? Jaká kritéria musí být splněna, aby se událost mohla stát zprávou a dostala se do zpravodajství. Je jasné, že pro výběr zpráv do zpravodajství existuje soubor kritérií, který je ale dosti obecný (Trampota 2006: 23–24). Touto otázkou se zabýval i americký teoretik Hebert Gans, který na konci 70. let 20. století napsal knihu *Deciding What is news?* (Jak rozhodnout, co je to zpráva). V dnešní době je již znám klasický koncept zpravodajských hodnot.

Událost má šanci stát se zprávou, pokud koresponduje s organizačními a kulturními hodnotami dané společnosti, probíhá v aktuálním intervalu a kopíruje periodicitu médií. Událost je jasná a jednoznačná, je intenzivní a výjimečná, má kulturně blízko k příjemcům a jejich hodnotám. Mezi další hlavní kritéria můžeme zařadit status privilegovaného národa a osoby, což snadno můžeme vysvětlit následovně. Událost má větší šanci stát se zprávou, pokud se přímo týká naší osobní blízkosti nebo se bezprostředně týká nás osobně. Například, když se dějí důležité události v České republice, je nám to blízké a pro nás zajímavé. Události, které se dějí například v Súdánu, nebudou mít pro nás takový význam. Dalším kritériem může být i dynamika zpráv, například počet mrtvých, zraněných, lidí bez domova, postižených při různých katastrofách apod. (Lábová – Osvaldová 2001: 19).

V České republice může umřít jeden člověk, abychom se to dozvěděli ve zprávách, je to spojené s privilegovaným národem a osobou. Další podmínkou může být i osobní rozměr události, životní příběh neštěstí, kde my s poškozeným soucítíme, protože se to v našich podmínkách může stát i nám. Dalším kritériem je časová omezenost či dlouhé trvání události. Například při vypuknutí nějakého konfliktu jsme zděšeni, překvapeni, ale trvá-li událost příliš dlouho, ztrácíme najednou o zprávu zájem (Lábová – Osvaldová 2001: 19).

V dnešním světě médií hrají také důležitou roli finance. Soukromé televizní stanice chtějí především vydělávat, a proto se stávají zprávami takové události, které zvýší sledovanost dané stanice, či zvýší prodejnost novin. Zprávy musejí být atraktivní, skandální, nečekané a při tomto rostoucím trendu se může stát, že i státní média podlehnou tomuto tlaku a pak bohužel často ztrácejí na serióznosti a důvěryhodnosti (Trampota 2006: 10–15).

### **1.2.2 Stereotypy – zobrazení**

Média mají sklon některé zpravodajské aktéry znázorňovat v určitém světle ustáleným způsobem. Toto zobrazení se ovšem může výrazně lišit od reality. Mezi takové reprezentace patří například obraz politika jako člověka, který musí řešit problémy společnosti, obraz policisty, který vyšetřuje příčiny dopravní nehody apod.

Jednotlivé typy postav jsou ve zpravodajství opakovaně reprezentovány v určitých situacích, a to ve vztahu k určitým tématům a událostem, které rámuji vyznění jejich mediální reprezentace. Reprezentace se může objevit jak na straně médií, tak i ve způsobu, jakým je událost podána, ale i na straně příjemců a při pochopení mediálního obsahu. Reprezentace, která je nám předkládána pomocí zpravodajství, se může různě odlišovat od reality popisovaného.

Jednotlivosti tohoto procesu se zakládají na opakovaném výběru a zdůrazňování určitých atributů, které jsou popisovány, ale i opomíjení atributů jiných. Tento proces je však nezbytný pro rychlé předávání informací na omezeném prostoru a také pro snadné pochopení obsahu publikem. Reprezentace se liší vzdáleností od reality a ustáleností používaných atributů. Na těchto kritériích je založeno rozdělení na typy, stereotypy a archetypy (Trampota 2006: 91–92).

My se v této části zabýváme především stereotypy, které představují zajímavý aspekt zobrazování informací prostřednictvím médií. Stereotyp je zjednodušená reprezentace nějakého lidského projevu, rysu, postoje, či forma chování.

V rámci tohoto procesu jsou některé rysy zjednodušeny nebo naopak přeháněny. Podstatnou vlastností je, že jde snadno rozpoznat pomocí výrazných detailů, výrazným projevem stereotypu je také to, že obsahuje skrytý hodnotový soud. Stereotypy jsou základním prvkem sociální konstrukce reality, především typizovanými nositeli soudů, postojů, názorů ale i předsudků (Burton 2003: 193–197).

Takovéto zobrazení může být založené na předsudcích, či představách, které často bývají dlouhodobě sociálně sdílené, a takovéto zobrazování o sociální skupině tyto předsudky pouze posiluje. Trvalé stereotypní zobrazování může vyvolávat negativní vnímání těchto aktérů, jejich stigmatizaci, i případné vyřazení z majoritního proudu společnosti (Trampota 2006: 92).

Vzhledem k tomu, že média jsou jedním z hlavních zdrojů informací o světě, podílejí se zásadně na vytváření stereotypů. Stereotypy jsou silně navázané na dominantní ideologii, v jejímž rámci dávají světu a jeho uspořádání dojem přirozenosti. Základní premisou stereotypu je to, že musí být sdílen v rámci skupiny, z níž velká část přejímá své názory z již existujících stereotypů (Burton 2003: 193–198).

Další kategorií jsou archetypy. Takto se nazývají typy, které jsou velmi hluboce zakořeněné ve společnosti a týkají se základních hodnot jako dobro a zlo, úspěch dosažený pomocí píle, nebo padouch, který chce zničit svět. Média archetypy pouze přebírají a posilují. Archetypy také velice často tvoří základní složky popisu události či charakteru osoby (Burton 2003: 198–199).

### **1.2.3 Média a politika**

Důvod, proč je zapotřebí vysvětlit vztah mezi médiem a politikou, je ten, že v této bakalářské práci se zabýváme prezentací politiky v médiích. Konkrétně jde o volební kampaň. Ta je většinou hlavním politickým nástrojem, který je nejlépe reprezentován a šířen sdělovacími prostředky a nejnadhěji z těchto institucí přijímán společností. V této kapitole vysvětlím mechanismy, proces tvoření politické veřejné agendy, klady a zápory takovéto prezentace.

Vztah médií k politice nelze v moderních společnostech oddělit od vztahu médií k politickému rozhodování. Média provázela politický záměr veřejného života od svého vzniku a podílela se na jeho vývoji a podobě. Nejvýrazněji se to projevilo v době, kdy se začínaly ustavovat samotné politické myšlení, proudy a jednotky. Politické strany se staly strukturami, jejichž prostřednictvím společnost může prosazovat své specifické zájmy.

Média stojí uprostřed pozornosti stran a jejich představitelů, protože občané – voliči si představu o činnosti stran tvoří právě prostřednictvím médií. Již v antickém Řecku se řečníci snažili ve svých vystoupeních na veřejných shromážděních získat publikum pro svůj názor a záměr. Stejný záměr mají politici i dnes, využít média pro svůj účel. Z tohoto důvodu základní otázky, kterými se strany zabývají, jsou dlouhodobé a krátkodobé postoje k médiím a strategie vedoucí k získání, udržení nebo posílení vlivu na média.

V současné době až na výjimky neexistuje oficiální příslušnost médií k některým politickým stranám. Média se snaží vystupovat vůči politickým stranám neutrálně a spíše se staví do role veřejného tlumočníka, jakého si zástupce veřejných zájmů. Veřejné zájmy nejde však tak snadno a jednoznačně vymezit. Vždy se totiž

určitým způsobem projeví sympatie k určitému politickému proudu, názoru, ideologii či jednotlivému politikovi na podobě mediálního produktu.

Pro politické strany a politiky je nejlepší objevovat se co nejčastěji v médiích, protože k mediální realitě politiky má společnost nejsnazší přístup. Účast na politických zasedáních a jednáních je nejjednodušší způsob, jak z médií získat potřebné informace. Média nám tyto informace poskytnou zjednodušené a snadno pochopitelné.

Z těchto důvodů se politici snaží sami sebe různými způsoby zatraktivnit, např. tím, že přijímají pozvání na nejrůznější mediálně populární akce, při nichž nebudou média chybět a vyhledávají podporu tzv. celebrit – populárních herců a zpěváků (Jiráček 2006).

Tato provázanost je považována za významnou součást rozhodování zvláště v demokratických společnostech. Média tvoří důležitou společenskou funkci, jsou prostředníkem mezi politickou realitou a publikem, a na nich závisí, o čem a jak informují veřejnost.

O médiích se v souvislosti s jejich funkcí společenské kontroly mluví jako o hlídacím psu demokracie – mají fungovat jako „kritický hlas“ veřejnosti, když upozorňují na problémy spojené s politikou v zemi nebo ve světě (zmanipulované volby, úplatky, neprůhledné financování, podezřelé styky). V tomto smyslu jsou média důležitá. Mohou plnit funkci zrcadla společnosti, kdy se snaží podat přesnou reflexi skutečnosti. Role hlídače je většinou pokládána za hlavní a nejdůležitější ze všech funkcí. Jenže vymezit skutečně plnou nezávislost médií na vládě je možné pouze jejich zakotvením na volném trhu. Jestliže se média již jednou stanou předmětem veřejné regulace, ztratí jako hlídací psi svůj smysl a stanou se pouze nástrojem ve službách státu. Jejich nezávislost může být potlačena silícím státním vlivem (Škodová 2013).

Média neplní jen politickou funkci, ale mají i vlastní ekonomické zájmy a vlastní výrobní logiku. Vše se promítá do samotné mediální produkce, to vede ke zvýšenému zájmu politických elit a jejich vlivu na masová média. Politici se snaží média kontrolovat a ovládat tím, že na ně vyvíjejí tlak a kritizují je nebo se snaží „logice“ jejich produkce vyhovět a přidat se na jejich stranu.



Média mají zájem na vlastním ekonomickém prospěchu, který je závislý na druhu nabízených informací. Tyto informace musí veřejnost považovat za důležité a zajímavé, aby se jí vyplatilo za ně investovat. Proto je vztah mezi médii a politiky oboustranný: politici potřebují média jako komunikační prostředek s veřejností a média potřebují politiky jako použitelný zdroj informací.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Investice do rozvoje a do vzdělání (2003). *Média a politika*. ([http://ivy.sgo.cz/zsv/pl/media\\_a\\_politika\\_pl.pdf](http://ivy.sgo.cz/zsv/pl/media_a_politika_pl.pdf), 30.3.2013).

## **2. Úvod do metodologické části**

V této kapitole se věnujeme metodologii výzkumu. V první části práce vysvětlujeme teoretické východisko obsahové analýzy. Obsahová analýza byla vybrána z mnoha důvodů – je snadno přenositelná, strukturovaná a k jejímu provedení není zapotřebí speciálních technologií. V druhé části práci zmiňujeme již konkrétní kritéria naší obsahové analýzy.

### **2.1 Obsahová analýza – metodologie**

Obsahová analýza je velmi složitá a propracovaná metoda, která má několik etap. Pojmenování sledovaných položek je nesmírně náročné stejně jako přiřazování jednotlivých prvků, tedy kódování a následující třídění výsledků (Burton 2003: 42).

Tato metoda dovoluje vědci přesné zkoumání daného materiálu, vymezit si proporce mezi jednotlivými aspekty, zpochybnit rychlé a falešné soudy a dovést pozorovatele k úvahám o věcech, které by ho nemusely napadnout. Výsledkem obsahové analýzy může být výstup, který měřitelně zachytí nějaký aspekt chování médií – příkladem může být procentuální výskyt násilných scén v různých televizních stanicích. Pro zkoumání tématické agendy. Používáme kvantitativní obsahovou analýzu (Burton 2003: 42-43).

Kvantitativní metoda má jednu výhodu, že je přenositelná. Poskytuje nám objektivní výsledky nezávislé na výzkumníkovi, který ji provádí a výsledky prezentuje v přehledných tabulkách, grafech a číslech. Charakteristickým rysem této metody je vysoká míra strukturovanosti, se kterou je spojena i vysoká míra ověřitelnosti.

Kvantitativní obsahová analýza se skládá z několika kroků:

1. formulace výzkumné otázky nebo hypotézy,
2. definice výběrového souboru,
3. výběr definice jednotky měření,
4. konstrukce kategorií obsahu, které budou analyzovány,
5. vystavení systému kvantifikace,
6. kódování obsahu,
7. analýza shromážděných dat,
8. definice závěru (Trampota – Vojtěchovská 2010: 99-104).

Prvním krokem je definování a výběr výzkumné otázky nebo hypotézy. Výzkumnou otázku volíme zpravidla tehdy, když zkoumáme zcela novou oblast, ke které nemáme k dispozici předchozí výzkumy. Hypotézu volíme, když navazujeme na předchozí výzkum, nebo již předpokládáme, jak by mohl výzkum dopadnout. Výzkumná otázka nám vymezuje, kterým médiím a mediálními obsahům se budeme v analýze věnovat, což je nezbytným následujícím krokem analýzy.

Výběrový soubor bývá zpravidla ohraničen časově, z hlediska zvoleného média, bývá omezen časově, žánrově nebo tématicky. To znamená, že může být omezen například jen na domácí politickou scénu. Musíme také vzít v úvahu časový úsek, který budeme rozebírat. Máme-li zájem analyzovat zpravodajství, či určitou předem předvídatelnou událost, zkoumáme ji zpravidla tehdy, až se stane zprávou (Trampota – Vojtěchovská 2010: 99-104).

Důležitým krokem je pak také určení a definování zkoumané jednotky. Čím menší jednotku si zvolíme, o to přesněji můžeme pojmut strukturu daného tématu. V jednotce nás budou zajímat kódovací jednotky. Kódovací jednotka je nejmenší část celku. Tvoří ji slovo, obrázek nebo nadpis. Tyto jednotky budeme sledovat a podchycovat na nich znaky, které jsou pro nás stěžejní.

Když již máme materiál rozdělený do jednotek, stanovíme si, jaké znaky budeme podchycovat. Jednotlivé elementy předmětu výzkumu si musíme převést na měřitelné velikosti a znaky, které nám umožní zpětnou vazbu na naše výzkumné téma. Z toho vyplývá, že znaky musí být přiměřené a zároveň snadno použitelné. Dalším důležitým krokem je zanášení výsledků do záznamového archu, který si každý výzkumník sestaví sám podle typu výzkumu a z něho pak čerpá potřebné informace pro analýzu (Scherer 2004: 34-50).

## **2.2 Použití obsahové analýzy v praxi**

V této práci postupujeme dle struktury obsahové analýzy a aplikujeme ji na náš konkrétní výzkum. Obsahová analýza v této práci není tak složitá, jak jsme ji popsali v předešlé části. Náš výzkum se zabývá srovnáním prezentace osoby a obsahu zpráv, které se konkrétně týkají V. Putina.

Prvním krokem je volba výzkumné otázky. V našem případě se bude otázka týkat obsahových odlišností ve zvolených typech médií. Přesná formulace zní: „Shoduje se obsah zpráv z ruského a českého prostředí?“ Tato výzkumná otázka nám poskytuje široký rozsah informací a událostí.

My ji proto zúžíme pouze na klíčovou událost z ruského prostředí z přelomu roku 2011/2012. Za takovouto událost považujeme prezidentskou volební kampaň a doznívající ohlasy z parlamentních prosincových voleb 2011. Každé události a jejímu analyzování se bude věnovat samostatná kapitola, kde bude vždy upřesněno, jaké jednotky a jaké kódovače budeme používat. Závěr práce se zabývá rozborem a srovnáním výsledků vyplývajících z analýzy.

Média, která byla vybrána pro tento výzkum, jsou dva celostátní deníky, české Lidové noviny a ruská Kommersant Gazeta. Kritéria, podle kterých byla tato periodika vybrána, jsou četnost zpráv o Vladimirovi Putinovi, jejich aktuálnost a čtivost. Mezi další podmínky a to především v ruské mediální scéně je nestátní vlastník.

S Lidovými novinami je spjatá významná česká žurnalistická osobnost novinářka Petra Procházková,<sup>9</sup> která několik let žila v Rusku a pracovala jako zahraniční zpravodajka. S některými jejími expertními komentáři na téma prezidentská kampaň budeme také pracovat.

Noviny Kommersant jsou celostátním obchodním ruským deníkem. Obsahují kvalitní a včasné informace o dění světě, obchodní a finanční zpravodajství. Významnou část tvoří i zpravodajství nejen o ruské politice. Kommersant komentuje změny ve vládě a důležité události ve společnosti, kultury a sportu. Poskytuje prognózy a analyzuje informace. Noviny vychází každý den, kromě neděle. Portrét

---

<sup>9</sup> Petra Procházková (1964) je výkonnou ředitelkou novinářské agentury Epicentrum. Vystudovala žurnalistiku na FŽ UK v Praze. V roce 1992 odešla jako stálá zpravodajka Lidových novin do Ruska. V říjnu 1993 odtud přinesla unikátní zpravodajství z moskevského parlamentu, ostřelovaného prezidentskými vojsky. Mimo běžnou zpravodajskou práci mapovala od počátku svého pobytu detailně válečné konflikty na území bývalého Sovětského svazu, včetně nejvýznamnějších událostí, jakými byla rusko-čečenská válka v letech 1994 – 1996. V únoru 1995 dopravila ve spolupráci s Člověkem v tísní kamion humanitární pomoci do válkou sužovaného Čečenska. Z této akce natočila také exkluzivní a autentickou reportáž. V roce 2000 přerušila zpravodajskou práci a po dobu jednoho roku se intenzivně věnovala nezávislé, humanitární práci v Grozném. Zde založila dětský domov pro 50 válečných sirotků, o které se stále stará. V témže roce ji ruské úřady označily jako personu non grata a musela tak Rusko opustit. V roce 2001 a 2002 byla zpravodajkou a korespondentkou v Afghánistánu. Spolu s Janou Hradilkovou založila v roce 2001 občanské sdružení Berkat (čečensky „štěstí“), které pomáhá dětem, ženám a dalším v Čečensku, Afghánistánu i uprchlíkům v České republice. Petra Procházková je vdaná za Paikara z Afghánistánu a má syna Zafara (Procházková 1998: 183).

průměrného čtenáře, podle TNS Media, je následující, dominují muži ve věku 25 –34 let a nad 55 let, většina z nich má vysokoškolské vzdělání. Téměř 50% z nich jsou obchodníci nebo manažeři.<sup>10</sup> Deník Kommersant byl v roce 2007 pátým nejčtenějším deníkem z ruských novin.<sup>11</sup>

Vzhledem k vybraným periodikům máme daný počet zkoumaných novinových zpráv a článků, které souvisí s naším tématem. Určené události zmíněné výše, nám také přesně vymezí časový úsek, který podrobujeme analýze. Jednotkou, kterou budeme zkoumat, je článek, či novinová zpráva, tuto jednotku budeme analyzovat. Tato jednotka bude dále rozdělena do menších úseků, které budeme sledovat samostatně. Zprávy z českých a z ruských novin budou zkoumány odlišně. První část zprávy, která nás bude zajímat, jsou nadpis, perex a dále samostatný text.

V těchto jednotkách budou sledovány shodné znaky (slova, slovní spojení), které nám určí charakter zkoumaného textu. Tento výzkum provádíme z toho důvodu, abychom zjistili, jak jsou události a zprávy v určitých zemích prezentovány a popisovány. Zda se shodují, rozcházejí či mají opačné významy. Můžeme nesouhlasit a říci, že se samozřejmě shodují, jelikož když se v Rusku stane nějaká událost, které se pak později stane zprávou, tak české noviny o ní informují stejně.

Nebo můžeme nesouhlasit a říci, že v Rusku je většina médiích státních, a tudíž o nich média informují tak, jak státní moc uzná za vhodné. V Čechách se to většinou nestává, novináři se snaží psát nezávisle a objektivně. Proto se v českých médiích může objevit cynický, či sarkastický pohled na nějakou událost nebo čin, který souvisí s osobou V. Putina. Jeden z takových případů je pohled na ruské volby (Vraspír 2012). Česká média informují o tom, že neprobíhají dle demokratických pravidel.<sup>12</sup> Ruská média nařčení popírají. Cílem analýzy není zjistit pravdu, či jestli tomu skutečně doopravdy tak je. Výsledkem této analýzy bude najít shodu, či naopak rozdíl.

---

<sup>10</sup> Atlac CMI (2013). *Kommersant* (<http://www.mediageo.ru/fedpressa/ezhednev/allezhednev.html>, 15.4.2013).

<sup>11</sup> Teleskop (2007). *Čtenáři v ruských celostátních denících* ([http://www.teleskopjournal.spb.ru/files/dir\\_1/article\\_content1223472097490482file.pdf](http://www.teleskopjournal.spb.ru/files/dir_1/article_content1223472097490482file.pdf), 15.4.2013).

<sup>12</sup> OBSE (1995). *OSCE/ODIHR final report on Russia's presidential election recommends measures to promote fairness and equality in electoral proces* (<http://www.osce.org/odihr/elections/90469>, 4.4.2013).

### 3. Ruská média – vývoj od 90. let

Rusko za poslední tři desetiletí prošlo velkými změnami. Od autoritářské vlády Sovětského svazu a jeho rozpadu, následujícími roky nestability až k létům určité míry stability za vlády Vladimíra Putina. Za sovětského režimu představovala média spíše další vládní orgán, kterým komunistická strana šířila svou propagandu. Cenzura prostupovala důkladně celou společností. Umění, kultura, hudba, zahraniční a domácí zprávy byly podrobeny cenzuře před společností, společnost se dozvěděla pouze to, co strana schválila. Média byla prodlouženou rukou komunistické strany a informace byly považovány za výsadu. Gorbačova a Jelcinova léta vlády byly označeny jako zlatý věk pro ruské hromadné sdělovací prostředky. Tisk dostal mnohem více svobody než za sovětské éry.

Kreml ale stále definoval, jaký druh informací je užitečný a jaký nikoliv. Ovšem všudypřítomná cenzura, která panovala v Sovětském svazu, se snížila, když Michail Gorbačov povolil vysílat diskuse mezi stranickými kandidáty. Za Gorbačova a Jelcina se v Rusku objevilo více nezávislých médií (Hopsatd 2011). Nadšení ze svobodných médií rychle zmizelo při konfrontaci se začínající ekonomickou krizí. Zásadní změnu v roli médií přinesl rok 1992, kdy vstoupil v platnost zákon zaručující svobodu tisku a zakazující cenzuru. Tento zákon dále zaručuje svobodu vyhledávat, vytvářet, získávat a šířit informace. Všechny další svobody, související se vznikem a existencí svobodných masových médií. Pro vysílání stanovuje zákon podmínky dvou licencí: první se uděluje ministerstvem komunikací před zahájením vysílání a druhá ověřuje technickou a právní způsobilost stanice (televizní i rozhlasové) k vysílání. Spory, týkající se informací, řeší od roku 1994 prezidentská soudní komora, ustanovená pro tyto případy (Kučerová – Magauim 1998). Liberalizace ekonomiky a navazující hyperinflace vedly k rozsáhlým ekonomickým problémům. Snižování platů a zvyšování cen mělo za následek snižování poptávky po tištěných novinách a magazínech. V Sovětském svazu byly noviny nepřiměřeně levné. K nerozvinutému trhu pak výpadky příjmu z prodeje nedokázaly nahradit ani příjmy z reklamy. V důsledku ekonomické krize se tak většina médií ocitla v závislosti na státních dotacích, které ovšem byly vysoce selektivní (politický tlak byl nahrazen tlakem

ekonomickým). V tomto období se ruská média ocitla v zájmu oligarchických skupin. Průmyslové a finanční koncerny Logovaz, Gazprom, Most Bank, Oneksimbank či Kuklil využily situace a ovládli většinu ruských médií. Jejich prvotní zájmy nebyly však ekonomické, ale politické. Plynule tak navázaly na ruskou (a sovětskou) tradici vnímání médií jak účinného nástroje pro ovlivňování veřejného mínění (Dvořák 2010).

Změnu prodělal nejen tisk, ale patrnější změnou prošla i televize. Ta spadala pod kontrolu státní komise pro televizní a radiové vysílání. Koncern Gostelradia byl příliš velký, aby mohl obstát v tržní ekonomice. V období od srpnového puče do prezidentských voleb v roce 1996 bylo státní vysílání poznamenáno nedostatkem financí a vystaveno privatizaci bez pravidel. Tento proces ovládla skupina oligarchů, z nichž někteří z nich bylo napojeno na organizovaný zločin.

První kanál do dubna 1995 ho provozovala společnost Ostankino, která vznikla přeměnou Gostelradia a je vlastněna státem. V roce 1995 byl kanál 1 přeměněn ve veřejnoprávní televizi ORT (Obščestvennoje Rosijskoje Televidenje). ORT je akciová společnost uzavřeného typu, v níž vlastní 51 % akcií stát prostřednictvím nejrůznějších organizací a 49 % různé soukromé společnosti (Logovaz, Gazprom, Aeroflot). Ostankino je ovšem stále producentem mnoha programů ORT. ORT byla po svém založení několikrát ohrožena, protože státní дума a federální rada se pokoušely zrušit výnos prezidenta Jelcina o vzniku ORT. Jelcin ovšem rozhodnutí vždy vetoval. Jedním z lidí, kteří v ORT působí, je Boris Berezovskij.<sup>13</sup> Tyto mediální koncerny byly označeny za „klany“, především díky jejich schopnosti spojit se za jediným účelem, tím byla podpora Borise Jelcina v prezidentských volbách 1996. Spojení mělo za účel získat prostřednictvím této podpory politický vliv (Dvořák 2010).

Ruští magnáti (oligarchové) se brzy stali ústředními postavami ruského hospodářství a politického života po roce 1990. Díky privatizaci ruských státních podniků členové KGB a Komsomolu využili své pozice, aby získali veškeré výsady a zmocnili se většiny státních zakázek. Tyto osoby se najednou staly velmi bohatými. Tato skupina vlivných oligarchů brzy ovládla ruskou ekonomiku a částečně i politiku. Oligarchům se díky hospodářské krizi naskytl ta nejlepší možnost, jak ovládnout

---

<sup>13</sup> Tamtéž.

skoro všechna média v zemi. Oligarchové se chopili této příležitosti prosazování vlastních ekonomických a politických zájmů. V roce 1996 oligarchové spojili své síly, aby zajistili znovuzvolení prezidenta Jelcina. Politická pluralita, která dříve existovala, najednou výrazně poklesla v průběhu propagující kampaně na Jelcinovu podporu. Prezident Jelcin stále více trpěl závažnými zdravotními problémy, které začaly být společnosti patrné před prezidentskými volbami v roce 1996.

Oligarchové měli ovšem strach, aby s Jelcinem neztratili svůj vliv a zázemí, proto sponzorovali celou Jelcinovu prezidentskou kampaň. Poskytli Jelcinovi obrovské PR prostředky a podporu v médiích, dalo by se říci, že prostřednictvím médií stvořili „lepšího“ Jelcina. Televizní kanály a noviny, které vlastnili, ty všechny byly k dispozici za jediným účelem, podpořit Jelcina a zajistit jeho znovuzvolení. Vítězství, kterého oligarchové díky médiím dosáhli, netrvalo tak dlouho, jak čekali. Platilo to především pro ty, jejichž vztahy byly velmi blízce navázány s Jelcinem a s členy jeho rodiny. Začali mít čím dál více nesmělé politické ambice (White – McAlister 2006: 215–220).

### **3.1 Putin a oligarchové**

Jelcinovo špatné zdraví a zhoršující se ekonomická krize ho donutili, aby si ve svých řadách hledal schopného následovníka. V roce 1999 jmenoval Putina premiérem, který se po Jelcinově rezignaci stal zastupujícím prezidentem. V roce 2000 se konaly řádné volby, které Putin s přehledem vyhrál. Putin realizoval některé důležité makroekonomické reformy, například 13 % rovná daň z příjmu, snížení korporátní daně a vytvoření stabilizačního fondu. V roce 2000 bylo v Rusku mnoho věcí, které byly třeba urovnat.

Putin v roce 2000 na schůzce s oligarchy poznamenal, že vztah s nimi musí být jako s každým jiným. V červenci téhož roku vzkázal Putin oligarchům, že nebude zasahovat do jejich podnikání, pokud oni zůstanou mimo politiku a nebudou zpochybňovat nebo kritizovat prezidenta. Ačkoli slib jim poskytl určitou jistotu, že jejich podnikání nebude ohroženo, poukazuje na poněkud pokroucený obraz o tom, jak by trhy, podniky a stát měli fungovat v demokracii. Putinova „válka“ proti



oligarchům nicméně nepoškodila jeho veřejný obraz, neboť většina Rusů pokládá oligarchy za cizí a zkorumpované. Nelíbí se jim obrovské majetkové rozdíly a domnívají se, že velká akumulace bohatství musí být důsledkem krádeže, a nikoliv poctivé práce. Současná generace velkých podniků v Rusku bude ještě dlouho pokládána za nelegitimní. Putin si v této válce musel vybrat mezi byrokracií a byznysem. Těžko předpokládat, že chtěl být odkázán pouze na své *siloviki* (příslušníky mocenských struktur v Kremlu). Souboji titánů nebyl hlavní prioritou postkomunistického Ruska - svoboda a soukromé vlastnictví. Ale zamezit oligarchům, aby vytvářeli politický vliv, se zdálo nemožné. Stále více lidí bohatlo a několik z nich, včetně Vladimira Gusinského a Borise Berezovského, vytvořili mediální říši, televizní stanice, noviny a časopisy, které používali nejen k prodeji, ale i jako prostředek útoků mezi sebou (Shevtsova 2003).

V médiích se objevovaly i informace, které měly být utajeny. Jednalo se především o situaci v Čečensku a potopení jaderné ponorky v Barentsově moři. Putin zahájil kampaň proti některým oligarchům, kteří přišli k moci během Jelcinova prezidentství. Tento skutek vedl ke skandálu NTV, jednomu z nejvíce diskutovaných mediálních témat během Putinova prezidentství (Goldman 2004).

Vedoucí NTV, Vladimír Gusinský, kritizoval Putina, a to krátce poté, co se stal prezidentem Ruské federace. Gusinský byl zatčen za údajnou trestnou činnost. Důvodem zatčení bylo jeho údajné nelegální podnikání. Gusinského zatčení vyvolalo pobouření mezi ostatními oligarchy, kteří argumentovali tím, že demokracie je nyní v nebezpečí. Putin trval na tom, že jsou jeho postupy protiprávním činností oligarchů zcela nezbytné pro demokratický vývoj Ruska. Politolog Vyacheslav Nikonov<sup>14</sup> hovoří o dvou odlišných pohledech na Putinovy kroky. O tom, kdo bude odsouzen nebo zůstane nepovšimnut, rozhodovala dvě kritéria, buď byli k prezidentovi loajální, nebo nikoliv (šlo o politický vliv). Zatímco někteří tvrdí, že odsouzení Gusinského byl otevřený útok na svobodu tisku, jiní argumentují, že tento krok byl nutný, aby Rusko bylo blíže k dosažení demokracie. Před Putinovým bojem

---

<sup>14</sup> Vyacheslav Nikonov, předseda správní rady Russkij Mir nadace, Ruské státní dumy, první místopředseda Státní dumy Výboru pro mezinárodní záležitosti, předseda Řádu nadace, Jednota pro Rusko Foundation, Editor-in-Chief Strategy Ruska, děkan moskevské státní univerzity veřejné správy. Russkij mir (2008). *Vyacheslav Nikonov* (<http://www.ruskiymir.ru/ruskiymir/en/fund/administration/nik.html>, 10.4.2012).

s oligarchy jen tři televizní sítě v Rusku měly celostátní pokrytí. Nad největšími stanicemi ORT, RTR a NTV se Putin záměrně a úspěšně snažil převzít kontrolu. Zatčením miliardáře Borise Berezovského získal stanici ORT. Po skandálu, která se stala ve stanici v NTV, získal kontrolu i nad touto stanicí. Další důležitá stanice RTR již bylo také plně kontrolovaná státem, Putin tedy získal i vliv na třetí důležitý kanál. Když Kreml převzal kontrolu nad všemi televizními stanicemi. Nezávislé sdělovací prostředky se snížily pouze na regionální úroveň (Sakwa 2008: 97–99).

Putinova kritika se objevuje v ruských médiích, ale ne v těch, které mají celostátní pokrytí. Podle Mashi Lipmanové<sup>15</sup> z moskevského Carnegieho centra, boj a autoritářská rétorika vytvořily silné protesty mezi liberály, které měli vyjádřit jejich frustraci a vztek. Kreml však ovládá politickou scénu a kontroluje oficiální média a rozhlasové vysílání (Lipman 2004).

Nejznámějším ruským oligarchou je Boris Berezovský, který zastává názor, že boj s oligarchy není bojem proti jednomu konkrétnímu člověku, či proti neprávem nabytému bohatství. Je to válka proti nezávislým lidem s dostatkem prostředků na to, aby dokázali vzdorovat a aby byli bráni na vědomí. Tento boj započal parlamentními volbami v roce 2003, kdy se vedla kampaň proti nezávislým kandidátům. Do parlamentu nebyli vpuštěni, protože reprezentovali více než jen sami sebe, zastupovali lid, který si upřímně přál hájit ideu „liberálního Ruska“. Rusko, které mělo být svobodné a demokratické. Mezi lidmi pronásledujícími oligarchy nebyl žádný, který by sám neusiloval stát se oligarchou. Ruské oligarchy prý charakterizovaly dvě vlastnosti. Za prvé dokázali předvídat budoucnost lépe než ostatní. Když si tedy všichni mysleli, že se Rusko změní v tržní ekonomiku, oni viděli, že k této změně již došlo, díky čemuž získali mnohakilometrový náskok. Druhou vlastností bylo, že poté, co rychle vybuodovali své firmy, měli dostatek vůle angažovat se v klíčových

---

<sup>15</sup> Masha Lipman působila jako zástupkyně šéfredaktora ruského týdeníku newsmagazines *Ezhenedel'ny Zhurnal* od roku 2001 do roku 2003 a *Itogi* od roku 1995 do roku 2001. Pracovala jako překladatelka, je odbornicí na ruská média a dopisovatelkou *Washington Post* a *New York Magazine*. Napsala mnoho knih, které se týkají Putina a médií v Rusku: "Omezené nebo irelevantní: Média v Putinově Rusku," (*Current History*, říjen 2005), "Putin a média," s Michaelem McFaul v *Putinově Rusku: Past Imperfect*, budoucnost je nejistá, editoval Dálek R. Herspring (Rowman & Littlefield, 2003), "Řízená demokracie v Rusku: Putin a stiskněte?" s Michaelem McFaul v *Harvard International Journal of Press/politika* (léto 2001) a "ruské Free Press chřadne," *The New York Review of Books*. Carnegie Moscow Center (2013). *Maria Lipman* (<http://www.carnegie.ru/experts/?fa=189>, 17.4.2013).

okamžicích v politice a nelítostně hájit politický systém, o němž se domnívali, že je potřebný k tomu, aby kapitalismus v Rusku přežil. K takovým okamžikům patřilo znovuzvolení Borise Jelcina v roce 1996.

V jisté fázi se někteří oligarchové začali ospravedlňovat. Michail Chodorkovskij, uvězněný šéf firmy Jukos Oil, se například začal za své činy veřejně kát, aby uspokojil Kreml. V Rusku se totiž zastával názor, že kapitál a moc musí fungovat odděleně. Taková dělicí čára však ve skutečných demokraciích neexistuje. Peníze mají k moci stejný přístup jako kterákoliv jiná část společnosti. Bohatí lidé a podniky přece konkurují sobě navzájem a zároveň i jiným zájmovým skupinám.

Takové politické působení přispívá k zodpovědnému bohatství. Pouze tímto způsobem se totiž velké bohatství může stát zdravou a ústrojnou součástí politické a sociální ekonomiky (Berezovsky 2005).

### **3.2 Rusko a svobodná média**

Když se rozpadl Sovětský svaz, znamenalo to konec jedné éry. Přejít k demokracii se ukázal být složitější, než se původně předpokládalo. Rusko ale dnes není na konci cesty v přechodu demokracii. Je obtížné tvrdit, že splňuje všechna kritéria pro demokracii. Rusko má dnes demokratické instituce, můžeme ale diskutovat, do jaké míry fungují demokraticky. Jednou z těchto institucí jsou také masová média, které hrají důležitou roli v demokratické společnosti.

Ve svém projevu v létě roku 2000 ruský prezident Vladimir Vladimirovič Putin prohlásil, že bez skutečně svobodných médií Ruská demokracie nepřežije, a nebude ani úspěšná v budování občanské společnosti (Sakwa 2008: 104). Podle tohoto prohlášení můžeme předpokládat, že Putinův cíl spočívá ve vytvoření demokratické a svobodné společnosti. Ovšem Putin je v zahraničí i v Rusku kritizován za svůj intervenční přístup vůči masovým médiím v zemi. Toto tvrzení potvrzuje i zveřejněná zpráva reportérů bez hranic, kteří zařadili v roce 2010 Rusko na 140. místo ze 178 ve zprávě, kde hodnotili míru svobody tisku ve světě. Zarážející na tomto faktu je umístění některých rozpadajících či nestabilních států, kde je míra svobody větší než ve vyspělejších a stabilnějších Rusku. Takové země jsou například Botswana,

Benin i Siera Leone.<sup>16</sup> Mezinárodní nevládní organizace Freedom House označila Rusko za jednu z nejnebezpečnějších zemí pro novináře především za její nedostatek nezávislých tradičních médií.<sup>17</sup>

Editor Pavel Gusev z moskevského Komsomolecu zastává názor, že ruský internet je poslední místo pro otevřenou diskusi a místem pro kritiku vládnoucího tandemu Putin – Medvěděv. Nyní jsou média nástrojem orgánů státu. Poukázal i na fakt, že asi 80 % ruských médií je financováno státem. Gusev si ale nemyslí, že by v Rusku existovala přímá státní cenzura médií, ale připustil, že self-cenzura<sup>18</sup> je velkým problémem (Gusev 2011).

---

<sup>16</sup> Reportéři bez hranic (2010). *Index svobody 2010* (<http://en.rsf.org/press-freedom-index-2010,1034.html>., 18.4.2013).

<sup>17</sup> Freedom House (2013). *Russia* (<http://www.freedomhouse.org/country/russia>, 1.4.2013).

<sup>18</sup> Self-cenzura, jinak řečená autocenzura. Cenzura, kterou provádí sám autor, aby se vyhnul problémům, který by necenzurovaný text mohl přinést.

#### 4. Analýza zobrazení volení kampaně v médiích

Tato kapitola má za cíl zjistit pomocí obsahové analýzy, zda se shodují české a ruské zprávy, které se týkají prezidentské volební kampaně a následného zvolení Putina prezidentem. Kapitola je rozdělena na tři hlavní části. První část se zabývá obecnými premisami, které se týkají volební kampaně. Jsou zde nastíněny hlavní témata a problémy. Tato část slouží jako neutrální východisko pro analýzu. Zbývající části se již věnují konkrétním údajům a analýze médií. Časový úsek, který jsme si zvolili, je od podzimu 2011 do jara 2012. V tomto časovém období probíhala v Rusku prezidentská kampaň, kdy došlo k následnému znovuzvolení V. Putina ruským prezidentem. Putin byl zvolen již potřetí. První prezidentské období zastával od roku 2000 do roku 2004. V tomtéž roce byl zvolen prezidentem Ruské federace na druhé funkční období do roku 2008. Od roku 2008 do jara 2012 zastával funkci předsedy vlády. Na jaře 2012 byl Putin již potřetí znovu zvolen do čela Ruské federace. Jeho třetí funkční období bude trvat až do roku 2018, jelikož na začátku roku 2012 byl vydán nový ústavní zákon, který prezidentské období prodloužil o dva roky. Namísto 4 let bude Putin prezidentem 6 let, tedy do roku 2018, kdy může být znovu zvolen.<sup>19</sup>

##### 4.1 Prezidentské volby v roce 2012

Na začátku března roku 2012 se v Ruské federaci konaly prezidentské volby, kde V. Putin s přehledem zvítězil hned v prvním kole a své čtyři soupeře podle očekávání nechal daleko za sebou. Dle výsledků pro něj hlasovalo více než 45 milionů ruských voličů, což představovalo 63,75 % hlasů. Ke zvolení by Putinovi stačila nadpoloviční většina.<sup>20</sup> I když prezidentské volby dopadly podle očekávání, vyvolaly značný ohlas ve všech světových médiích. Snad nejdiskutovanějším tématem je údajné manipulování volebními výsledky, které mělo pomoci Putinovi zvítězit již v prvním kole voleb.<sup>21</sup> Světová média a Organizace pro bezpečnost a spolupráci v Evropě kritizovaly také i předcházející parlamentní volby, které proběhly v prosinci 2012.

<sup>19</sup> Administrace prezidenta Ruské federace (2012). *Vladimír Putin životopis* (<http://putin.kremlin.ru/bio>, 1.4.2013).

<sup>20</sup> Euroskop (2005). *Putin vyhrál ruské prezidentské volby s více než 60 procenty*. 5.3.2012 (<https://www.euroskop.cz/8956/20428/clanek/putin-vyhral-ruske-prezidentske-volby-s-vice-nez-60-procenty> - hlasu, 1.4.2013).

<sup>21</sup> OBSE (2012). *Mezinárodní volební pozorovatelské mise Ruské federace, prezidentské volby*. 4.3.2012 (<http://www.osce.org/odihr/88667>, 1.4.2013).

V Rusku se stává, že po roce 2000 parlamentní volby předurčují výsledky voleb následujících. V minulých volbách zvítězila strana Jednotné Rusko, jejímž předsedou byl Putin (Vraspír 2012).

Zahájení volební kampaně bylo provázené rozsáhlými celostátními demonstracemi, které požadovaly spravedlivé volby. Některé však podporovaly Putina jako kandidáta. Demonstrace proběhly za podpory příslušných orgánů, bez zbytečného násilí a jejich rušení.

#### 4.1.1 Právní rámec pro volby v Ruské federaci

V reakci na protesty prezident Dmintrij Medvěděv navrhl ve Státní dumě reformy zákonů, které měly v budoucnu upravit a zjednodušit registraci politických stran a kandidátů na prezidenta.<sup>22</sup> Dne 1. března Státní дума schválila na setkání členů Parlamentního shromáždění přítomnost mezinárodních organizací, jakými byla Rada Evropy a Organizace pro bezpečnost a spolupráci v Evropě, které měly za úkol monitorovat průběh ruských prezidentských voleb.

Ivan Melnikov<sup>23</sup> na zasedání Státní dumy řekl, že současná předvolební kampaň je pro Rusko novinkou. A ruská společnost se po parlamentních volbách změnila. Mnoho občanů se zúčastnilo protestů, protože již nechtějí tolerovat podvody, které se objevily v těchto volbách. Upozornil také na nerovnosti příležitostí a přístupu ke sdělovacím prostředkům kandidátů na ruského prezidenta. Po rozšíření obvinění z podvodu během státních voleb do Dumy v roce 2011 bylo vydáno nařízení, že webové kamery budou nainstalovány téměř ve všech volebních místnostech po celé zemi. A jedna třetina z volebních místností bude mít nainstalované průhledné volební urny, které mají sloužit jako opatření určené ke zvýšení transparentnosti.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Federální zákon N 147-6, *Změny spolkového zákona o politických stranách*, Státní Duma.

(<http://asozd2.duma.gov.ru/main.nsf/%28SpravkaNew%29?OpenAgent&RN=1471-6&02>, 3.4.2013).

<sup>23</sup> Místopředseda Státní dumy zvolen politickou stranou "Komunistická strana Ruské federace." Funkční období zastává od roku 2011. Je členem politické strany Komunistické strany Ruské federace. Je členem výboru Státní dumy výbor pro vzdělávání. Studoval na Moskevské státní univerzitě. Je profesorem na vysoké škole. Státní дума (2013). *Ivan Melnikov* (<http://www.duma.gov.ru/structure/deputies/131383/>, 3.4.2013).

<sup>24</sup> Státní Duma (2012). *Členové Parlamentního shromáždění schválilo Radě Evropy monitorování voleb při ruských prezidentských volbách Ruské federace*. 1.3.2012 ([http://www.duma.gov.ru/news/273/138734/?sphrase\\_id=794100](http://www.duma.gov.ru/news/273/138734/?sphrase_id=794100), 1.4.2013).

Zatímco zavedení webových kamer bylo prezentováno jako opatření ke zlepšení transparentnosti, kamery však nebyly schopné zachytit důležité prvky, a tedy nesplnily očekávání spojené s přenosy.<sup>25</sup>

Průběh prezidentských voleb je primárně upraven ústavou, zákonem o základních zárukách volebního práva a právech na účast v referendu, zákonem o volbách prezidenta Ruské federace.<sup>26</sup> Prezident je volen přímo v jednom celostátním volebním obvodě. Pokud žádný kandidát nezíská více než 50 % odevzdaných platných hlasů, druhé kolo se koná mezi dvěma kandidáty, kteří získali nejvyšší počet hlasů. Ústavní změna<sup>27</sup> z prosince 2008, která nabyla účinnosti těmito prezidentskými volbami, rozšířila funkční období prezidenta ze čtyř na šest let.<sup>28</sup>

#### 4.1.2 Prezidentská kampaň v médiích

Kandidátům v prezidentských volbách se podařilo vést kampaň nerušeně, přesto podléhala ruská média kritice, z důvodů, že protěžovala pouze jednoho z kandidátů, kterým byl Putin. OBSE při své pozorovací misi upozornila na fakt, že všichni kandidáti neměli takový přístup ke sdělovacím prostředkům. Předseda vlády byl ve značné výhodě, a to z hlediska velkého pokrytí státních médií. Ruská média neposkytla stejné podmínky pro všechny kandidáty, a to v rozporu s právními požadavky.<sup>29</sup>

Dokonce byly uvolněny státní prostředky, které měly sloužit na předvolební kampaň a podporu ruského premiéra. Pozorovatelé OBSE, kteří měli možnost sledovat celou kampaň ve sdělovacích prostředcích, také upozorňovali na množství volebních medailonků a dokumentů, kde se jako hlavní aktér vyskytoval právě Putin. Právě tyto dokumenty a medailonky sloužily především jako prostor pro zviditelnění jeho

---

<sup>25</sup> OBSE (2012). *Mezinárodní volební pozorovatelské mise Ruské federace, prezidentské volby*. 4.3.2012 (<http://www.osce.org/odihr/88667>, 1.4.2013).

<sup>26</sup> Federální zákon N 8434-6, *Změna federálního zákona, O obecných zásadách organizace legislativních (zástupců) a výkonných orgánů státní moci subjektů Ruské federace*, Státní Duma. (<http://vote.duma.gov.ru/vote/76181>, 1.4.2013).

<sup>27</sup> Maloveryan, Yuri (2013). Prezident Medvěděv podepsal nový zákon o politických stranách. *BBC*. 3.4.2012 ([http://www.bbc.co.uk/russian/russia/2012/04/120403\\_medvedev\\_parties\\_law.shtml](http://www.bbc.co.uk/russian/russia/2012/04/120403_medvedev_parties_law.shtml), 3.4.2013).

<sup>28</sup> Federální zákon N 124578-5, *Změna funkčního období prezidenta Ruské federace*, Státní Duma. (<http://vote.duma.gov.ru/vote/62912>, 3.4.2013).

<sup>29</sup> Rada Federace (1999). *Pokrytí médií při volebních kampaních v Ruské federaci*. 13.10.1999 (<http://council.gov.ru/activity/documents/971>, 1.4.2013).

záslužných skutků a činností. Vše dohromady vytvořilo nerovné podmínky pro ostatní kandidáty.<sup>30</sup> Stěžejní média v zemi vlastní stát<sup>31</sup> a dle právních předpisů musí poskytnout vysílací čas kandidátům, k čemuž došlo; ovšem čas, který byl poskytnut, byl mimo hlavní vysílací čas. Mnoho kandidátů bylo proto znevýhodněno.

Výsledky monitoringu médií, které prováděli pozorovatelé z OBSE, ukázaly, že přenos sledovaných médií jasně podpořil Putina. Kromě rozsáhlého pokrytí jeho kampaně byla vyzdvižována jeho činnost ve funkci předsedy. V té době byly také vyšetřovány a postihovány soukromé agentury, které se kriticky vyjadřovaly o jeho osobě, takové chování je značně nedemokratické a protiprávní. Z výsledků analýzy také vyplývá, že vysílací čas, který byl věnován podpoře premiéra, byl o několik procent vyšší, než tomu bylo u ostatních kandidátů. Údaje, které jsou v závěrečné zprávě hovoří o 60 až 70 % celkového vysílání. U opozičních kandidátů to bylo kolem 15 až 25 %. Kromě zmíněných medailonků a dalších podpůrných pořadů odvysílaly veřejně – právní média 25 dokumentů, které měly za účel zobrazovat kandidáta pouze v dobrém světle.

Ve státem vlastněných denících, jakými jsou například *Rossiskaja Gazeta*, *Parlamentskaja Gazeta* i *Komsomolskaja Pravda*, byl také věnován velký prostor Putinovi. Nezávislý deník *Novaya Gazeta*, který zobrazoval zcela jiný pohled na kandidáty, byl velmi kritizován. O protestech, které propukly v Moskvě hned po ohlášení předběžných výsledků s dalším vítězstvím Putinovy strany *Jednotné Rusko*, se až dosud odvážila informovat jen televize *Dožd'*, jejíž dosah je však značně omezen.

Úřady dohlížející na dění v ruském éteru si prý od stanice již vyžádaly záznamy o vysílání z demonstrací, což novináři přijali jako předzvěst příštích potíží pro stanici. Drtivá většina Rusů stále čerpá povědomí o dění v zemi z obrazovek federálních televizí, jejichž věrohodnost však podle nezávislých komentátorů silně utrpěla.

---

<sup>30</sup> OBSE (2005). *Ruské prezidentské volby ve znamení kampaně.5.3.2012* (<http://www.osce.org/odihr/elections/88661>, 1.4.2013).

<sup>31</sup> Media sprut (2001). *Mediálně politický systém Ruské federace* (<http://www.mediasprut.ru/jour/inform/magnat.shtml>, 1.4.2013).



Rostoucí vlna protestů svědčí i o rostoucí roli internetu, účast na demonstracích se domlouvala hlavně přes sociální sítě.<sup>32</sup>

#### 4.1.3 Vítězství Putina v prezidentských volbách

K Putinovu vítězství v prezidentských volbách přispělo mnoho faktorů. Musíme zdůraznit, že Putin představuje pro značnou část populace Ruské federace vidinu pozitivního vývoje ruského státu a jejího lepšího postavení na mezinárodní scéně. K jeho úspěchům přispívají rovněž lidé, kterými se obklopil, a také skutečnost, že se jedná o dobrého manažera, jak sám sebe nastupující prezident označil (Vraspír 2012).

Vlivnému postavení Putina přispívá také fakt, že současná vládní koalice představuje roztržitý konglomerát několika nomenklaturně-politických skupin (Vinogradov 2013). V průběhu prezidentských voleb se opozice snažila o informování veřejnosti pomocí mítinků a demonstrací, jejich reálná podoba a účinek však oslovila minimum voličů.

Představitelé opozice prohlašují, že volby byly nesvobodné, nečestné a nelegitimní. Mělo dojít k falsifikování milionů hlasů, neproběhla svobodná registrace kandidátů a boj mezi kandidáty nebyl čestný. Opozice nepovažuje nastupujícího prezidenta za legitimního. Všechny však spojuje jedno heslo: „Rusko bez Putina“. Roztržitost opozice velmi ochromuje a způsobuje její neschopnost vytvořit relevantní politickou sílu, která by byla schopná zvítězit v parlamentních nebo prezidentských volbách. Rovněž přítomnost pravicových a levicových extrémistů snižuje její důvěryhodnost a schopnost oslovovat široké vrstvy populace.

Putin představuje pro značné množství Rusů perspektivu stability, rozvoje, zlepšování ekonomického stavu a řešení mnoha jiných palčivých problémů, kterým současné Rusko čelí. Nikdo není v zemi populárnější než on, lidé si nepřejí zásadní změnu, ani krach systému, snad určitou míru liberalizace a obnovení dialogu s mocnými.

---

<sup>32</sup> OBSE (2012). *Mezinárodní volební pozorovatelské mise Ruské federace, prezidentské volby*. 4.3.2012 (<http://www.osce.org/odihr/88667>, 1.4.2013).

Putin je oblíbený, protože je považován za hlavní příčinu pozitivního vývoje. V zahraniční politické rovině pak Putin pro Rusy znamená nejen vidinu udržení silného postavení Ruska, ale i znovunabytí významného postavení na mezinárodním poli. Můžeme se jen domnívat, zda v tom tkví jeho úspěch. Ať už jsou tyto nálady veřejnosti odrazem reality či propagandy a manipulace. V konečném důsledku na tom totiž tolik nezáleží (Vraspír 2012).

Tématem této bakalářské práce je zkoumání mediálních obsahů, které se týkají zobrazení Putinovy předvolební kampaně ve dvou celostátních denících. V českém prostředí byly vybrány Lidové noviny a v ruském Kommersant Gazeta. Články, které k analýze používáme čerpáme z internetových portálů těchto deníků. Internet byl zvolen především díky lepší dostupnosti, dobré archivaci článků, které se týkají našeho tématu, a snadné manipulaci při analýze. Výzkum se zaměřuje na míru svobody médií v Rusku. V předchozí částech jsme se věnovali obecným východiskům, které se týkají mediální situace v Rusku a problémům, které provázely ruské volby a předvolební kampaň. Ve zprávě z OBSE byly zmíněny nejvýznamnější problémy a témata. Tato kapitola slouží jako teoretické východisko, které nám pomohlo při rozřazování materiálů a při identifikaci hledaných jednotek. Výzkum je zaměřen na období od prosince 2011 do dubna 2012. Ke zpracování tématu používáme metodu kvantitativní obsahové analýzy. Ta nám umožňuje zpracovat větší počet mediálních obsahů. Každý text, který se týká předvolební kampaně a doznívajících voleb do parlamentu, publikovaný ve zkoumaném časovém rozmezí a ve zvolených zdrojích, je zkoumán podle několika znaků. To umožňuje sumarizaci závěrů analýzy a následné přehledné vyjádření výsledků v grafech a tabulkách (Scherer 2004).

Předmětem výzkumu jsou pouze články a zprávy týkající se předvolební kampaně. Tato kampaň ale také souvisí i s výsledky voleb do parlamentu, je to velmi provázané a vzorek je proto širší. Pro zvýšení relevance výzkumu a názornější výsledek byly, přestože je tato práce zaměřena na zpravodajství, sledovány jak publicistické tak zpravodajské články. Zahrnuty byly i expertní články komentáře k našemu tématu. Seriozním deníkem je míněno periodikum, které samo sebe takto charakterizuje a je tak zároveň obecně přijímáno. Vycházíme přitom ze základního rozdělení tisku na seriózní a bulvární.

## 5. Interpretace dat

### 5.1 Charakteristika analyzovaných souborů

Výzkum se zaměřuje na liberální a nestátní noviny a zkoumá, zda informují o problémech, které provázely ruské volby a předvolební kampaň. Abychom mohli provést srovnání k tomu nám slouží české noviny, které jsou považovány za nestranné a svobodné. Tyto noviny jsou v pozici k Rusku zahraniční a informují o všech aspektech a událostech nestranně. Naším hlavním cílem bude zjistit, jak ruské noviny tyto témata zobrazují a jestli o nich vůbec informují. Ruské mediální instituce jsou označovány jako nesvobodné. Ruská federace, podle organizace Freedom House,<sup>33</sup> byla několikrát označena za nebezpečnou lokalitu pro novináře a investigativní žurnalisty. Ruská ústava zaručuje svobodu projevu a tisku. Úředníci v zemi však používají zpolitizovaný a zkorumpovaný politický systém. V zemi zbylo pouze několik zbývajících nezávislých novinářů, kteří se odvážili kritizovat praxi úředníků. V průběhu roku 2011 byly zahájeny desítky trestních a občanských stíhání proti novinářům pro pomluvu. Novela zákona o sdělovacích prostředcích<sup>34</sup>, která vstoupila v platnost v listopadu 2011, měla za úkol podporovat on-line zpravodajské weby, snadné zaregistrování a regulaci komunikace.

Ruští novináři se snaží i přesto informovat společnost a dělat svou práci svobodně. V zemi je však mnoho událostí, o kterých se příliš svobodně informovat nedá. Zejména s ohledem na porušování lidských práv na severním Kavkaze, korupce, organizovaný zločin, policejní mučení, činnost opozičních stran, rozsáhlé porušování zákonů během prosincových parlamentních voleb v roce 2011, a proti putinovské demonstrace.

Rusko stále zůstává pro média jedním z nejnebezpečnějších zemí na světě, především kvůli rozšířenému bezpráví, které umožňuje politikům a zločincům, novináře beztrestně umlčet. Vzhledem k těmto okolnostem se velká část výzkumu

---

<sup>33</sup> Freedom House (2013). *Russia* (<http://www.freedomhouse.org/report/freedom-press/2012/russia>, 8.4.2012).

<sup>34</sup> Federální zákon N 2124-1, *Novela zákona o zlepšení regulace médií*, Státní дума (<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=115124;fld=134;dst=100009;rnd=0.23943009553477168>, 8.4.2013).

soustředí na prezentaci a zobrazení těchto problémů v médiích.<sup>35</sup> Především zda ruská nestátní média informují o problémech, kterým zmiňuje český tisk.

Na tuto hlavní část pak navazují další části výzkumu, které dotvoří celkový výsledek analýzy. Jedná se o otázky navázané na naše téma. V textu sledujeme v jakých souvislostech je o našich kritériích informováno a čím jsou spojeny. Jedním z cílů práce je také zjistit, zda média popisují Putina pouze jako jediného důležitého aktéra voleb nebo jako součást například vládního celku.

Ve sledovaném období mezi 1. 12. 2011 a 30. 3. 2012 bylo zaznamenáno 114 zpráv týkajících se předvolební kampaně a voleb. 64 článků bylo publikováno v Kommersant Gazete a 50 v Lidových novinách. Jelikož jsou Lidové noviny v pozici zahraniční novin, bylo zpráv méně než v ruských novinách, což je logické. Jelikož Putin je ústřední postavou ruské politiky, zpráv o něm bude více než v českých novinách. Proto byly vyříděny zprávy, které se sice dotýkaly ruského premiéra jako kandidáta na prezidenta, ale řešily se v nich vnitrostátní záležitosti.

## **5.2 Zpracování témat výzkumu**

Tato podkapitola se věnuje výsledkům analýzy. Je rozdělena na dvě části, českou a ruskou. V každé části jsou vždy uvedeny výzkumné otázky, za nimi pak hypotézy a na ně jsou navázány číselné výsledky, na které budou navázány souvislosti s daným tématem.

Číselné hodnoty jsou prezentovány v grafech a v tabulkách. Každé noviny budou mít svou tabulku. V poslední části prezentujeme číselné výsledky v jednom grafu, kde lépe uvidíme rozdíl četnosti a výskytu našich hledaných jednotek (klíčových slov). Tyto jednotky jsme si určily jako podstatné pro naši analýzu. Kapitola je zakončena závěrem, který se věnuje srovnáním výsledkům.

---

<sup>35</sup> Freedom House (2013). *Russia* (<http://www.freedomhouse.org/report/freedom-press/2012/russia>, 8.4.2012).

### 5.2.1 Výsledky analýzy v Lidových novinách

1. hypotéza: Vyskytují se naše hledané jednotky v Lidových novinách? Jednotky hledáme v článcích a zprávách, které se týkají problémů předvolební kampaně v Rusku. Předpokládáme, že informace budou stejné, jako ve zprávě pozorovatelské mise OBSE, která prováděla monitoring při předvolební kampani a v průběhu voleb.

Hledanými jednotkami jsou: demokratické, nedemokratické, protesty, demonstrace, opozice, nové volby, podvodné volby, manipulace, nespravedlivé, svoboda, změna, moc a vliv, jednoznačné vítězství, volební účast, silné Rusko, favorit voleb, podpora, vítězství. Tyto jednotky jsme hledaly v článcích, které se týkaly našeho tématu. Každé slovo jsme zaznamenali do záznamového archu. Četnost jsme sečetli a výsledek nám dal 100 %, ze kterého jsme pak vygenerovali procentuální zastoupení hledaných slov v textu.

**Tab. 1: Výsledky analýzy v Lidových novinách**

<b>Lidové noviny</b>		
<b>jednotky</b>	<b>výskyt</b>	<b>%</b>
<b>opozice</b>	41	17,3%
<b>demonstrace</b>	34	14,3%
<b>protesty</b>	25	10,5%
<b>zmanipulované volby</b>	22	9,3%
<b>favorit</b>	16	6,8%
<b>svoboda</b>	13	5,5%
<b>moc, vliv</b>	10	4,2%
<b>nové volby</b>	10	4,2%
<b>jednoznačné vítězství</b>	8	3,4%
<b>podpora</b>	8	3,4%
<b>vítězství</b>	8	3,4%
<b>změna</b>	8	3,4%
<b>demokratické</b>	7	3,0%
<b>nespravedlivé</b>	7	3,0%
<b>vysoká volební účast</b>	7	3,0%
<b>silné Rusko</b>	6	2,5%
<b>manipulace</b>	4	1,7%
<b>nedemokratické</b>	3	1,3%
<b>sumy:</b>	<b>237</b>	<b>100%</b>

Z tabulky je patrné procentuální zastoupení našich jednotek ve vybraných článcích. Nejvyšší zastoupení měla slova: opozice, demonstrace, protesty, zmanipulované volby a Putin jako favorit voleb. Nemůžeme ale opominout výskyt dalších slov, která jsou pro náš výskyt důležitá. Procentuální výskyt těchto slov je nižší a jsou navázaná na „zmanipulované“ prosincové parlamentní volby. Tato povaha parlamentních voleb se přelévá i do nové předvolební kampaně. Důležité je také zmínit s jakými souvislostmi jsou tyto jednotky spojeny. Nejčastější jednotkou byla opozice. Ta se objevovala ve dvou důležitých souvislostech. O opozici se psalo ve smyslu, kdy obviňovala vládu a premiéra Putina za zmanipulované volby,  $\frac{3}{4}$  z 14% jednotek kterými byly demonstrace, tak byly pořádané opozicí. Demonstrace často pořádala opozice a protestovala za nové parlamentní volby. Opozice demonstrovala za svobodu a změnu systému, která měla být provedena v nadcházejících prezidentských volbách. Tyto protesty byly také mnohokrát větší, než ty, které pořádali obyčejní občané, ty nebyly tak organizované.

Souvislosti, které se týkají Putin jako premiéra a kandidáta na prezidenta. Ten naopak přes média obviňuje opozici, za křivá a nepotvrzená nařčení a tvrdí, že volby probíhaly v pořádku. Opozice prezidentského kandidáta a vládu lživě očerňuje. Putin byl v novinách velmi často označován jako jediný favorit březnových voleb. Demonstrace se ovšem pořádaly i za účelem Putinovy podpory, demonstranti chtěli zvrátit negativní dopady, které na premiéra vrhaly protesty organizované opozicí. Nutno však říci, že demonstrace proti jeho osobně byly častější a mnohdy i početnější. Hesla předvolební kampaně, se kterými Putin pracoval, byly především přísliby společnosti. Kandidát březnových voleb kladl důraz na posilování role a vlivu Ruska v mezinárodním systému. Jako další společný zájem uvedl budovat výkonnou a stabilní ekonomiku, mocnou armádu, která má být záštitou nezávislosti země.

2. hypotéza: Jsou články a zprávy týkající se Putina sarkasticky či ironicky zabarvené? Píší o něm novináři urážlivě nebo pohrdavě? Vycházíme z předpokladu, že české svobodné noviny mohou tyto jazykové obraty použít, protože jim za to nehrozí nějaké sankce či trest.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Rada Evropy přijala řadu mezinárodních smluv a jiných normativních úprav. Normy stanovují cíle a zájmy, které se týkají svobody projevu a v sdělovacích prostředcích. Česká Republika je členem těchto organizací a podepsala mnoho smluv, které jí zavazují dodržovat tyto normy a pravidla. OBSE (2011). *Svoboda a její vyjádření v médiích: Standardní nastavení Radou Evropy* ([http://www.obs.coe.int/oea\\_publ/legal/e-book\\_pace.pdf.en](http://www.obs.coe.int/oea_publ/legal/e-book_pace.pdf.en)).

Ve vybraných textech jsme bohužel nenašli zvýšený výskyt těchto znaků a citového zabarvení. Články, které jsme podrobily analýze, měly spíše popisný a věcný charakter. Toto přisuzujeme především typu zpráv, zabývali jsme se spíše články a zprávami, než expertními komentáři novinářů.

3. hypotéza: Popisují novináři Putina jako samostatného aktéra, či jako součást nějakého vládního celku?

Putin je ve většině popisován jako jediný aktér voleb. Ostatní kandidáti jsou zmiňováni pouze sporadicky. Spíše jsou označováni hromadně jako opozice. Většinou se ale články týkají pouze prezidentského kandidáta Putina a označují ho favoritem voleb.

### 5.2.2 Výsledky analýzy v Kommersant Gazete

Vyskytují se ty samé jednotky, které jsme hledávali v Lidových novinách také v ruském deníku Kommersat Gazete? Jednotky hledáme v článcích a zprávách, které se týkají problémů předvolební kampaně v Rusku. Předpokládáme, že se určitá míra informací bude shodovat s výzkumem, který jsme prováděli v Lidových novinách. Hledanými jednotkami jsou: **demokratické** демократический демократичный, **nedemokratické** нет демократический, **protesty** протест, забастовка, полная явка, **demonstrace** демонстрация, демонстрирование, показ, демонстрация чего, **opozice** оппозиция, несогласие, противоречие оппозиция, антитеза, противоположение, оппозиция, **nové volby** новый выбор, сманипулированный выбор, **podvodné volby, manipulance** сманипулировать манипуляция, управление, обращение, манипуляция, **nespravedlivé** несправедливый, неправый, незаслуженный, **svoboda** свобода, независимость, свобода, воля, **změna** изменение, перемена, смена, реорганизация, изменение, преобразование, обмен, **moc a vliv** очень, слишком, власть, силы, **jednoznačné vítězství**, однозначная победа, торжество, выигрыш, **volební účast, silné Rusko** сильная Россия, **favorit voleb** фаворит, любимец, справедливый, заслуженный, обоснованный, **podpora** лёгкая победа, однозначная победа,

Tyto jednotky jsme hledali v článcích, které se týkaly našeho tématu. Každé slovo jsme zaznamenali do záznamového archu.

**Tab. 2: Výsledky analýzy v Kommersant Gazete**

<b>Kommersant Gazeta</b>		
<b>jednotky</b>	<b>výskyt</b>	<b>%</b>
<b>opozice</b>	27	19,4%
<b>demonstrace</b>	9	6,5%
<b>protesty</b>	19	13,7%
<b>zmanipulované volby</b>	8	5,8%
<b>favorit</b>	8	5,8%
<b>svoboda</b>	3	2,2%
<b>moc, vliv</b>	5	3,6%
<b>nové volby</b>	13	9,4%
<b>jednoznačné vítězství</b>	6	4,3%
<b>podpora</b>	6	4,3%
<b>vítězství</b>	4	2,9%
<b>změna</b>	4	2,9%
<b>demokratické</b>	4	2,9%
<b>nespravedlivé</b>	4	2,9%
<b>vysoká volební účast</b>	7	5,0%
<b>silné Rusko</b>	7	5,0%
<b>manipulace</b>	3	2,2%
<b>nedemokratické</b>	2	1,4%
<b>sumy:</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Tabulka je sestavená stejně jako v předchozí analýze, která byla vázaná na Lidové noviny. Z tabulky je vidět procentuální zastoupení našich jednotek ve vybraných článcích v ruské Kommersant Gazete.

V ruském prostředí měla nejvyšší zastoupení slova: opozice, protesty, čestné volby. Slova s nižším procentuálním zastoupením byla slova demonstrace, zmanipulované volby, favorit silné Rusko, vysoká volební účast. V Kommersantu zmiňují tato slova v kontextu se situací na ruské politické scéně v daném období. V těchto denících je opozice označována jako celek, ale jsou také zmiňovány i jednotliví kandidáti. Opozice je však v Rusku nejednotná a nesystémová. S protesty, které v Rusku v tomto období proběhly je také spojována. Putin ji obviňuje z křivých výroků proti jeho osobě a údajně ze lživých výroků, že prosincové volby byly



zmanipulované. V člancích se často objevuje, jak přání politiků, tak i obyvatel, že si přejí, aby prezidentské volby probíhaly čestně bez manipulací s lístky či hlasy. Souvislosti, které se týkají protestů, byly stejné jako v Lidových novinách. Protesty byly, jak proputinovské tak protiputinovské. Deník Kommersant informoval o těchto protestech stejně, zmiňoval jak proputinovské tak i proti. Hlavní hesla proputinské politiky jsou jasná, mají za úkol podpořit Putinovu politiku. Protiputinovská shromáždění požadovala čestné volby a upozorňovala na fakt, že Putin není jediný kandidát na prezidenta. Ten se ve své kandidatuře potýkal s masovými protesty mnohem častěji než kdy dříve. Mnoho zpráv, které byly podrobeny také analýze, požadují zajištění transparentnosti a hladkého průběhu březnových prezidentských voleb. V ruském jazyce se protesty dají vyjádřit mnoha slovy, jako v českém jazyce. Proto slovo shromáždění, které bylo dáváno do kontextu s vládním shromážděním, nebylo do výzkumu započítáváno.

Články, které jsme podrobili analýze, byly různorodé, některé měly spíše popisný a věcný charakter. Jiné se věnovaly do hloubky problematice prezidentských voleb a nebály se přidat i svůj osobní názor. Přisuzujeme to charakteru zkoumaného portálu. Kommersant Gazeta je liberální deník, který má mnoho přispěvatelů a dopisovatelů a někteří novináři obohatili článek o svůj osobní názor. Problémem zůstává, že takový typ sdělovacích prostředků, nemá tak vysoké pokrytí jako veřejnoprávní média rozšířená mezi obyvateli. Deník Kommersant čte převážně mužské publikum, tyto noviny mají v oblibě ženatí nebo vdaní lidé s vyšším vzděláním ve věku 35 až 44 let. Sociálně-ekonomický profil publika listu Kommersant - jsou manažeři a lidé s nadprůměrnými příjmy.<sup>37</sup> Dle názoru Petry Procházkové, internet brzy ovládne společnost a pomůže jim utvořit trošku odlišný názor na politickou situaci.<sup>38</sup>

---

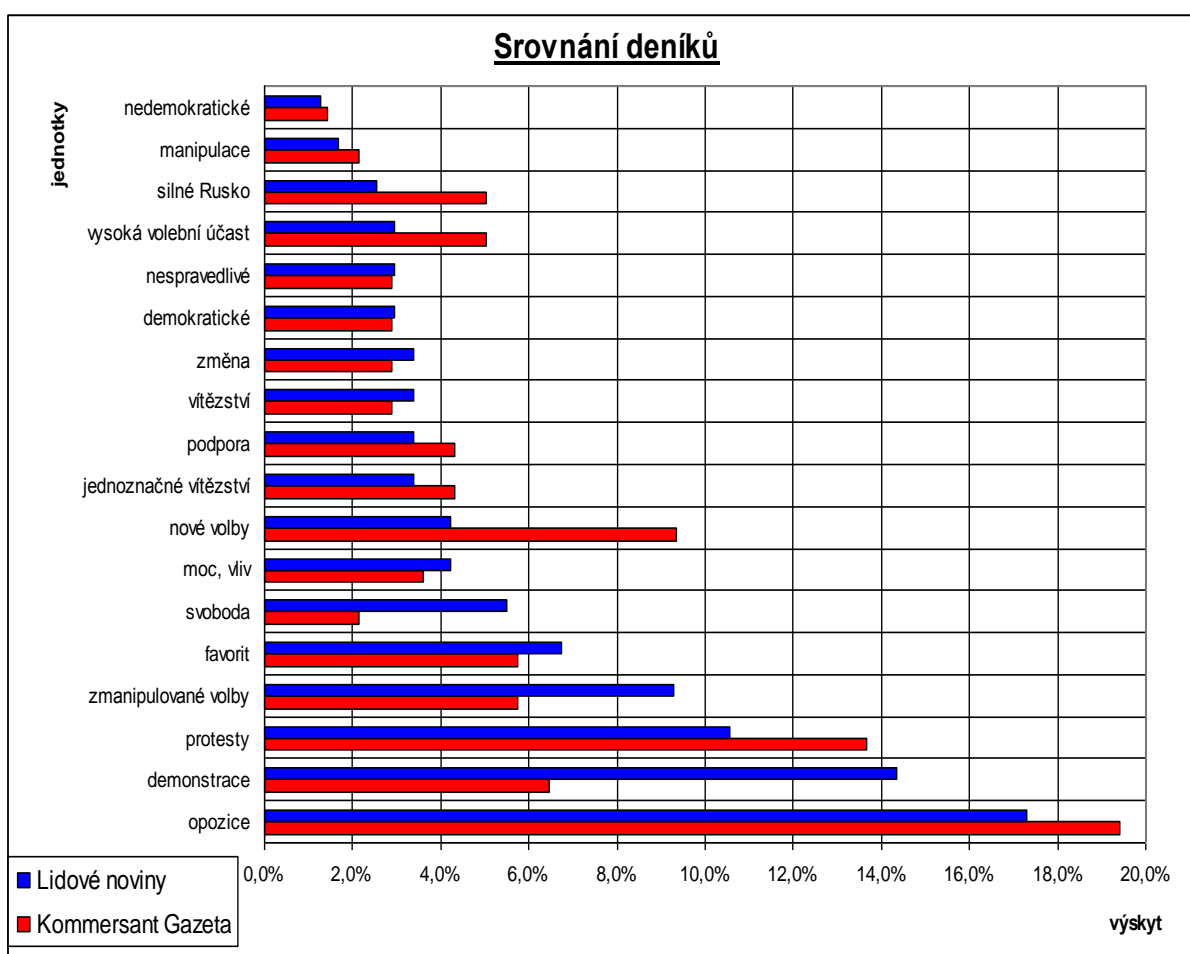
<sup>37</sup> Atlac CMI (2013). *Kommersant* (<http://www.mediageo.ru/fedpressa/ezhednev/allezhednev.html>, 15.4.2013).

<sup>38</sup> Procházková, Petra (2013). [Ústní sdělení] 18. 4. 2013 (Západočeská univerzita, Fakulta filosofická, Katedra politologie a mezinárodních vztahů).

3. Hypotéza: Popisují novináři Putina jako samostatného aktéra, či jako součást nějakého vládního celku? V analyzovaných zprávách se objevuje jak Putin, tak i ostatní aktéři voleb. Jsou zmiňováni již i jména kandidátů, jejich volební strategie a program. Některé články se zabývají pouze jimi samostatnými. Faktem však zůstává, že zprávy, kde byl hlavním tématem Putin o něco převažovaly.

### 5.2.3 Porovnání získaných výsledků

V této závěrečné podkapitole se zabýváme analyzováním získaných výsledků z předchozích dvou analýz. Výsledky jsou pro lepší přehlednost zaneseny do grafu, ze kterého pak čteme výsledky a pro úplnost doplňujeme komentáři a postřehy získanými při čtení textů. Tato podkapitola je současně i závěrem praktické části bakalářské práce.



V našem výzkumu jsme předpokládali, že o problémech, které se objevovaly při ruských prezidentských volbách, budou informovat západní média. Ruská média jsou pravidelně označována jako nedemokratické instituce vlastněné státem nebo pod politickým tlakem. Proto jsme se rozhodli pro výzkum pomocí obsahové analýzy, zkoumali jsme české noviny a naším úkolem bylo zjistit, zda se tato samá témata objevují i v ruských médiích. Pro výzkum jsme tedy zvolili soukromý ruský liberální deník. Výsledek nás překvapil. Noviny informovaly o všech problémech, o kterých informovaly i noviny české, pouze procentuální výskyt těchto slov se v jednotlivých zemích lišil. Rozdíl však nebyl tak markantní, jak jsme čekali. Co se výrazně liší, jsou souvislosti s manipulovanými volbami a novými volbami.

Ruský *Kommersant* se již tak nesoustředil na prosincové parlamentní zmanipulované volby, ale na nové nadcházející volby. Společnost pomocí protestů požadovala, aby proběhly čestně a spravedlivě. V českých denících byly dávány volby do souvislostí s opozicí, kde opozice demonstrovala za nové volby. A protesty, které pořádala proti Putinovi.

V této části ještě zmíníme některé části článků z *Kommersantu*, kde novináři upozorňují na ožehavé problémy. První je míra mediálního pokrytí Putivovy volební kampaně a opozičních kandidátů. Na tuto skutečnost bylo poukazováno již v závěrečné zprávě OBSE. Oficiální prohlášení však popírala, že během kampaně v médiích došlo k pochybení, vše bylo v souladu se zákonem. *Kommersant* však toto popírá a tvrdí, že skutečný obraz byl zcela jiný. Načasování příběhů a dokumentů o Vladimirovi Putinovi a jeho práci a životě opakovaně překročila daný vysílací čas oproti ostatním kandidátům. Vysílacím časem a jeho problematikou se zabývala redaktorka listu Arina Borovina a zpracovala velmi podrobnou analýzu.<sup>39</sup> Tuto analýzu vypracovalo i OBSE ve své zprávě.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Arina Borovina (2012). Putin první v televizi. *Kommersant Gazeta*. (<http://www.kommersant.ru/doc/1884318>, 15.4.2013).

<sup>40</sup> Údaje, které jsou v závěrečné zprávě hovoří o 60 až 70 % celkového vysílání. U opozičních kandidátů to bylo kolem 15 až 25 %. Kromě zmíněných medailonků a dalších podpůrných pořadů, odvysílala veřejně – právní média 25 dokumentů, které měly za účel zobrazovat kandidáta pouze v dobrém světle. OBSE (1995). *OSCE/ODIHR final report on Russia's presidential election recommends measures to promote fairness and equality in electoral process*. 5.3.2012 (<http://www.osce.org/odihr/elections/90469>, 4.4.2013).

## Závěr

Cílem této bakalářské práce byla analýza obsahových sdělení, která se týkala Vladimíra Putina a prezentace předvolební kampaně v médiích roce 2012. Práce se také zabývala mírou svobody médií v Ruské federaci. Všechny zdroje, které jsme používali, informovaly o skutečnosti, že ruské mediální instituce nejsou svobodné.

Zpráva pozorovatelské mise OBSE, která monitorovala průběh prezidentských voleb poukazovala na problémy, které volby provázely. Zpráva také poukazovala na zvýhodněné mediální pokrytí Putinovy kampaně v těchto institucích. V analytické části bylo prokázáno, že mediální obsahy z českých a z ruských novin se do určité míry shodovaly. Také bylo zjištěno, že liberální ruské noviny informovaly o problémech, které provázely volební kampaň a prezidentské volby. Při výzkumu bylo dokázáno, že ruské noviny Kommersant Gazeta informovaly o demonstracích, o protivládních protestech a opozičních mítincích. Tyto noviny však nečte velká část ruské společnosti, tento deník je spíše vyhledáván mezi vysokoškolsky vzdělanými obyvateli. Média však mají velký vliv na vytváření názorů a postojů společnosti k určitému tématu. Společnost získává přehled o informacích a situacích spíše ze státní televize a státních novin, které mají velké mediální pokrytí. Tyto instituce tedy pak slouží, jako prostor pro vytváření Putinova obrazu dokonalého a nechybujícího vůdce.

Ve výzkumu, který se dále zabýval výskytem jazykových prostředků, jakými byly sarkasmus a ironie. Jsme zjistili, že se v ruském Kommersantu se tyto prostředky vyskytovaly častěji než v českých Lidových novinách. Putin ve velkém počtu analyzovaných článků vystupoval jako samotný aktér voleb, méně článků se však již věnovaly jiným kandidátům na ruského prezidenta. Bylo jich však více než v českých novinách.

Velký vliv na výzkum měly také předcházející parlamentní volby, které byly spojeny s demonstracemi a protesty. Při těchto volbách údajně došlo ke falšování hlasů a manipulaci s volebními lístky. Tento fakt měl pak vliv i na nadcházející volby, kde společnost požadovala čestný a demokratický průběh prezidentských voleb. Tyto fakta se promítly i do našeho výzkumu.

Pro další výzkum by bylo zajímavé orientovat se na ruská státní média a na liberální ruská média a zkoumat, zda se témata zmiňovaná v liberálních médiích objevují i ve státních sdělovacích prostředcích.

## Seznam použité literatury

### Bibliografie a články:

Burton, Graeme – Jiráček, Jan (2001). *Úvod do studia médií* (Barrister & Principal: Praha).

Jiráček, Jan – Kopplová, Barbara (2007). *Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace* (Portál: Praha).

Lábová, Alena – Osvaldová, Barbora (2001). *Zpravodajství v médiích* (Karolinum: Praha).

McCobs, Maxwell (2009). *Agenda-setting* (Portál: Praha).

McNair, Brian (2004). *Sociologie žurnalistiky* (Portál: Praha).

McQuail, Denis (2007). *Úvod do teorie masové komunikace* (Portál: Praha).

Procházková, Petra (1998). *Novinářka na divokém západě* (Portál: Praha).

Procházková, Petra (2013). [Ústní sdělení] 18. 4. 2013 (Západočeská univerzita, Fakulta filosofická, Katedra politologie a mezinárodních vztahů).

Sakwa (2008). *Putin Russia's choice* (New York).

Scherer, Helmut (2011). Úvod do metody obsahové analýzy. In: Winifried, Schultz – Reifová, Irena, *Analýza obsahu mediálních sdělení* (Karolinum: Praha).

Trampota, Tomáš (2006). *Zpravodajství* (Portál: Praha).

### Internetové zdroje:

Administrace prezidenta Ruské federace (2012). *Vladimír Putin životopis* (<http://putin.kremlin.ru/bio>, 1.4.2013).

Amnesty International (2013). *Freedom curtailed in the Russian Federation*. 26.2.2012 (<http://www.amnesty.org/en/news-and-updates/report/freedom-curtailed-russian-federation-20080226>, 15.3.2013).

Arina Borovina (2012). Putin první v televizi. *Kommersant Gazeta*. 2.3.2012 (<http://www.kommersant.ru/doc/1884318>, 15.4.2013).

Atlas CMI (2013). *Kommersant* (<http://www.mediageo.ru/fedpressa/ezhednev/allezhednev.html>, 15.4.2013).

Berezovsky, Boris (2005). Válka s oligarchy. *Projekt syndicate*. 29.12.2005 (<http://www.project-syndicate.org/commentary/the-oligarch-wars/czech#hVFXitUFAMoGGKjB.99>, 1.4.2013).

Carnegie Moscow Center (2013). *Maria Lipman Životopis* (<http://carnegieendowment.org/experts/?fa=189>, 17.4.2013).

CPJ (2013). *Attacks on the Press 2005: Russia* (<http://cpj.org/2006/02/attacks-on-the-press-2005-russia.php>, 15.3.2013).

Dvořák, Libor (2010). Ruská média od Lenina k Putinovi. *Týdeník Rozhlas*. ([http://www.radioservis-as.cz/archiv10/15\\_10/15\\_tema.htm](http://www.radioservis-as.cz/archiv10/15_10/15_tema.htm), 3.4.2013).

Euroskop (2005). *Putin vyhrál ruské prezidentské volby s více než 60 procenty* (<https://www.euroskop.cz/8956/20428/clanek/putin-vyhral-ruske-prezidentske-volby-s-vice-nez-60-procenty-hlasu>, 1.4.2013).

Federální zákon N 147-6, *Změny spolkového zákona o politických stranách*, Státní Duma (<http://asozd2.duma.gov.ru/main.nsf/%28SpravkaNew%29?OpenAgent&RN=1471-6&02>, 3.4.2013).

Federální zákon N 8434-6, *Změna federálního zákona O obecných zásadách organizace legislativních (zástupců) a výkonných orgánů státní moci subjektů Ruské federace*, Státní Duma (<http://vote.duma.gov.ru/vote/76181>, 1.4.2013).

Federální zákon N 124578-5, *Změna funkčního období prezidenta Ruské federace*, Státní duma (<http://vote.duma.gov.ru/vote/62912>, 3.4.2013).

Federální zákon N 2124-1, *Novela zákona o zlepšení regulace médií*, Státní Duma (<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=115124;fld=134;dst=100009;rnd=0.23943009553477168>, 8.4.2013).

Federální zákon N 124578-5, *Změna funkčního období prezidenta Ruské federace*, Státní Duma (<http://vote.duma.gov.ru/vote/62912>, 3.4.2013).

Freedom House (2013). *Russia* (<http://www.freedomhouse.org/country/russia>, 1.4.2013).

Gusev, Pavel (2011). Russian media is instrument of state control - editor. *Ria Novosti* 12.4.2011 (<http://en.rian.ru/russia/20110412/163492415.html>, 1.4.2013).

Hopsatd, Brigitte (2011). The Russian media under Putin and Medvedev: Controlled media in an authoritarian system. *Academia* ([http://www.academia.edu/979916/The\\_Russian\\_media\\_under\\_Putin\\_and\\_Medvedev\\_Controlled\\_media\\_in\\_an\\_authoritarian\\_system](http://www.academia.edu/979916/The_Russian_media_under_Putin_and_Medvedev_Controlled_media_in_an_authoritarian_system), 30.3.2013).

Investice do rozvoje a do vzdělání (2003). *Média a politika* ([http://ivy.sgo.cz/zsv/pl/media\\_a\\_politika\\_pl.pdf](http://ivy.sgo.cz/zsv/pl/media_a_politika_pl.pdf), 30.3.2013).

Jiráček, Jan (2006). Média a politika. *Metodologický portál*. 10.5.2006 (<http://clanky.rvp.cz/clanek/c/ZVOF/556/MEDIA-A-POLITIKA.html/>, 30.3.2013).

Kašin, Oleg (2012). Přípravy na volby, jako kdyby to nebyly volby, ale občanská válka. *Kommersant*. 1.3.2012 (<http://www.kommersant.ru/doc/1883668>, 15.4.2013).

Kommersant Gazeta (2012). *Prezidentské volby se budou konat ve dvou sídlech*. 16.1.2012 (<http://www.kommersant.ru/doc/1851963>, 15.4.2013).

*Kommersant Gazeta* (2013). (<http://www.kommersant.ru/daily>, 25.2.2013).

Kučerová, Karolína – Magauin, Madyiar (1998). Nestabilizovaný mediální trh Rusko. *Úvod do studia komunikace (Dějiny a současnost masových médií II)* (<http://kajinka.info/Zurnalistika/Rusko.pdf>, 30.3.2013).

*Lidové noviny* (2013). (<http://www.lidovky.cz>, 25.2.2013).

Limpann, Maria (2009). Media Manipulation and Political Control in Russia. *Chatham House*. (<http://www.chathamhouse.org/sites/default/files/public/Research/Russia%20and%20Eurasia/300109lipman.pdf>, 3.4.2013).

Maloveryan, Yuri (2013). Prezident Medveděv podepsal nový zákon o politických stranách. *BBC*. 3.4.2012  
([http://www.bbc.co.uk/russian/russia/2012/04/120403\\_medvedev\\_parties\\_law.shtml](http://www.bbc.co.uk/russian/russia/2012/04/120403_medvedev_parties_law.shtml), 3.4.2013).

Media sprut (2001). *Mediálně politický systém Ruské federace*  
(<http://www.mediasprut.ru/jour/inform/magnat.shtml>, 1.4.2013).

OBSE (1995). *OSCE/ODIHR final report on Russia's presidential election recommends measures to promote fairness and equality in electoral process*. 5.3.2012  
(<http://www.osce.org/odihr/elections/90469>, 4.4.2013).

OBSE (2005). *Russia's presidential election marked by unequal campaign conditions, active citizens' engagement, international observers say*, 5.3.2012  
(<http://www.osce.org/odihr/elections/88661>, 1.4.2013).

OBSE (2011). *Svoboda a její vyjádření v médiích: Standardní nastavení Radou Evropy* ([http://www.obs.coe.int/oea\\_publ/legal/e-book\\_pace.pdf.en](http://www.obs.coe.int/oea_publ/legal/e-book_pace.pdf.en), 16.4.2013).

OBSE (2012). *Mezinárodní volební pozorovatelské mise Ruské federace, prezidentské volby*. 4.3.2012 (<http://www.osce.org/odihr/88667>, 1.4.2013).

Rada Federace (1999). *Pokrytí médií při volebních kampaních v Ruské federaci*. 13.10.1999 (<http://council.gov.ru/activity/documents/971>, 1.4.2013).

Reportéři bez hranic (2010). *Index svobody 2010*  
(<http://en.rsf.org/press-freedom-index-2010,1034.html>., 18.4.2013).



Ria Novosti (2012). *Oleg Kašin, životopis*  
(<http://ria.ru/spravka/20121126/912313284.html>, 15.4.2013).

Shevtsova, Lilia (2003). Nová ruská válka proti oligarchům. *Project Syndicate*.  
1.8.2003 (<http://www.project-syndicate.org/commentary/russia-s-new-anti-oligarch-war/czech#4OgLOqQUvMmw3p7K.99>, 7.4.2013).

Russkij mir (2008). *Vyacheslav Nikonov*  
(<http://www.russkiymir.ru/russkiymir/en/fund/administration/nik.html>, 10.4.2012)

Smith, Joan (2013). Putin's Russia failed to protect this brave woman.  
*Independent*. 9.10.2006 (<http://www.independent.co.uk/voices/commentators/joan-smith/joan-smith-putins-russia-failed-to-protect-this-brave-woman-419313.html>,  
15.3.2006).

Státní Duma (2013). *Ivan Melnikov*  
(<http://www.duma.gov.ru/structure/deputies/131383/>, 3.4.2013).

Státní Duma (2012). *Členové Parlamentního shromáždění schválilo Radě Evropy monitorování voleb při ruských prezidentských volbách Ruské federace*. 1.3.2012  
([http://www.duma.gov.ru/news/273/138734/?sphrase\\_id=794100](http://www.duma.gov.ru/news/273/138734/?sphrase_id=794100), 1.4.2013).

Škodová, Markéta (2013). Jsou média hlídacím psem demokracie? Vztah médií a politiky. *Média pod lupou* (<http://www.mediapodlupou.cz/lekce/jsou-media-hlidacim-psem-demokracie-vztah-medii-a-politiky>, 30.3.2013).

Teleskop (2007). *Čtenáři v ruských celostátních denících*  
([http://www.teleskopjournal.spb.ru/files/dir\\_1/article\\_content1223472097490482file.p](http://www.teleskopjournal.spb.ru/files/dir_1/article_content1223472097490482file.pdf)  
df, 15.4.2013).

Tirmaste, Mary-Louise (2012). Kandidát na vzestupu. *Kommersant*. 16.2.2012 (<http://www.kommersant.ru/doc/1874101>, 15.4.2013).

Vinogradov, Michail (2013). Politický režim v Rusku na počátku epochy Vladimíra Putina. *Euroasia* (<http://euroasia.euweb.cz/r181000.htm>, 5.3.2013).

Vraspír, Vojtěch (2012). Ruské prezidentské volby 2012. *Centrum pro bezpečnostní a strategická studia* (<http://www.cbss.cz/expertni-komentar/ruske-prezidentske-volby-2012/>, 1.4.2012).

White, Stephen – McAllister, Ian (2006). Politics and the media in postcommunist in Russia. In: Voltmetr, Katrin, *Mass Media and Politival Communication in New Democracies* (New York), s. 211 – 226 (<http://politicsir.cass.anu.edu.au/staff/mcallister/pubs/Russiaimedia.pdf>, 20.3.2013).

Zassoursky, Ivan (2009). Russian Media in the Nineties: driving factors of change, actors, strategies and the results. *Oocities* (<http://www.oocities.org/zassoursky/paper.htm>, 1.4.2013).

## **Resumé**

Theme of this bachelor thesis is Comparison of Vladimir Putin's presidential campaign in the media of both parties /cooperation. It consists of two main parts. Theoretical part characterizes media in general. It deals with the process of agenda setting, then with the content of news and the process of their formation. Practical part is focused on the extent of freedom of media in Russian Federation. The analysis focuses on pre-election campaign held in 2012. Thesis proceeds from the results of OBSE which monitored all presidential campaign. The main errors and problems covered up by monitoring are subjects of research in chosen media (Czech newspaper Lidové noviny and Russian daily newspaper Kommersant Gazeta).

By using the content analysis, the aim of this thesis is to find out the extent of match and diversity of information in newspapers. Even though the Russian media are under the political pressure, the information matches to large extent. Russian liberal journalists were not afraid to use sarcasm and irony on the affairs around presidential elections. This type of coverage, however, gets only to a limited number of readers, which is usually only Russian intelligence.